

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Факультет прикладных коммуникаций

На правах рукописи

Ху Хайхуань

Эволюция коммуникации власти и бизнеса в Китае (1990 - 2010 гг.)

Профиль магистратуры – «Связи с общественностью»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель: к полит.н., доцент

Кузьмин Алексей Евгеньевич

Кафедра связей с общественностью

в политике и государственном управлении

Вх. № _____ от _____

Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург

2017 год

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Теоретические аспекты коммуникации власти и бизнеса в современном обществе	7
1.1. Основные концепции и понятия коммуникации власти и бизнеса	7
1.2. Исследование коммуникации власти и бизнеса на современном этапе развития Китая	12
Глава 2. Действия предприятий в системе коммуникации власти и бизнеса в Китае	40
2.1 GR-коммуникация китайских предприятий	40
2.2 Стратегия GR-коммуникации транснациональных компаний	54
Глава 3. Правовая поддержка в системе коммуникации власти и бизнеса в Китае	65
3.1. Китайское законодательство в коммуникации власти и бизнеса	65
3.1.2. Законодательство о малых и средних предприятиях	68
3.1.3. Законодательство о иностранных предприятиях	75
3.2. Анализ коммуникации власти и бизнеса на примере провинции Чжэцзян	77
Заключение	86
Приложение 1	94
Приложение 2	100
Приложение 3	101

Введение

Успешная модернизация экономики и социальной сферы предполагают выстраивание эффективных механизмов взаимодействия между властью и бизнесом, направленных на координацию усилий всех сторон, обеспечение учета интересов бизнеса и различных социальных групп при выработке и проведении социально-экономической политики. А коммуникация власти и бизнеса становится всё более важной, особенно в развивающихся странах с переходной экономикой.

Для стран с переходной экономикой, из-за несовершенства правовой и финансовой систем, также присутствует существенное административное вмешательство, а взаимодействие власти и бизнеса становится неофициальной альтернативой правовой системе рыночной экономики, действующей на территории государства. Китайская Народная Республика является типичным представителем подобных стран, но по мере того, как Китай становится важной частью глобальной экономики все больше внимание уделяется механизмам коммуникации власти и бизнеса.

За последние 30 лет Китай быстрыми темпами трансформируется, очевидно, не в последнюю очередь из-за политики экономических реформ и открытости для инвесторов, и вступления в ВТО. Модели коммуникации власти и бизнеса переходили от традиционной модели «отец и сын» к прямому управлению, от прямого к косвенному, до сегодняшнего взаимоотношения сотрудничества между государством и предприятиями. Хотя коммуникация власти и бизнеса в Китае претерпела некоторые изменения после вступления в должность Председателя КНР Си Цзиньпина, все равно ключевыми ограничениями для экономического развития в Китае представители бизнеса называют: коррупцию, (количество связанных с коррупцией дел, заслушанных китайскими судами в 2016 году, выросло на одну треть по сравнению с 2015

годом);¹ неэффективность государственного аппарата; высокие налоговые ставки и отсутствие эффективных и удобных каналов для коммуникации с властью. Все эти факторы способствуют неэффективному распределению ресурсов страны и препятствуют улучшению коммуникации власти и бизнеса Китая. По данным исследования Всемирного банка 2005 года, проведенного среди более чем 12000 компаний в 30 провинциях Китая, каждая компания в среднем тратит 58 дней на решение вопросов, связанных с налоговыми органами, общественной безопасностью, охраной окружающей среды и социальным обеспечением. Среди топ-5 организаций из данного списка компаний было выявлено, что каждый год компании тратят около 170 дней, чтобы решить все необходимые вопросы с правительственными органами, а это составляет почти полгода.²

Главным рычагом для содействия коммуникации власти и бизнеса являются активное общение с правительством и правовое регулирование взаимодействия государства и предприятий. Такого рода исследования актуальны особенно на современном этапе развития китайской экономики.

Исходя из этого, определим, что *объектом настоящего исследования* являются власть и бизнес в Китае, а *предметом* - коммуникация власти и бизнеса в Китае, а также меры по ее совершенствованию.

Целью работы являются разработка способов и каналов коммуникации бизнеса и власти, и анализ различных программ правовой поддержки в коммуникации власти и бизнеса в Китае.

В связи с этим автором решаются следующие *задачи исследования*:

- 1) рассмотрение содержания ключевых понятий коммуникации власти и бизнеса;
- 2) анализ моделей взаимоотношения власти и бизнеса в Китае;

¹ В Китае за 2016 год рассмотрели 45 тысяч дел о коррупции // на сайте «Интерфакс» URL: <http://www.interfax.ru/world/553203>

² Почему в Китае такое сложное отношение власти и бизнеса? // на сайте «FT» URL: <http://m.ftchinese.com/story/001062248>

- 3) выделение ключевых особенностей коммуникации власти и бизнеса в Китае;
- 4) анализ способов и каналов коммуникации власти и бизнеса в Китае;
- 5) анализ нормативно-правовой базы о государственных и иностранных предприятиях, в том числе о мерах поддержки малого и среднего бизнеса в Китае;
- 6) анализ коммуникации власти и бизнеса в провинции Чжэцзян.

Актуальность темы данного исследования состоит в недостаточной изученности эволюции власти и бизнеса в Китае. Актуальна работа также для выявления основных каналов коммуникации власти и бизнеса в Китае.

Теоретическая база по диссертационной работе представлена работами таких российских авторов, как Ачкасова В. А., Берлин, А.Д., Бинецкий, А.Э., Болгова А. Н., Васильев, Т.В., Данков, А.Н., Шомко, О.А., Самойленко С. А., Сморгунов, Л. В. и китайских авторов, как Чжоу Юй, Ли Чьи, Хуэй Фен, Ван Чжаосин, Жан Минь, Ли Мужуи, Цинь Мин, Ли Янь, Юань Нянь, Цин Янань, Ли Чжан, Хань Янан, Фан Зи, Ан Цинь, Фень ЧиЯнан, Ин Цинь, У Хин, и китайскими законами о взаимодействии власти и бизнеса, и также другими электронными ресурсами.

Методы исследования, используемые автором магистерской диссертации: анализ документов (законодательные акты), метод сравнения, метод case study, метод опроса (анкетирование).

Эмпирическую основу диссертационного исследования составили открытые данные исследований по выбранной теме, анализ 18 сайтов китайских государственных предприятий и результаты опроса по коммуникации власти и бизнеса в 50 китайских компаниях.

Данная диссертационная работа включает введение, три главы (теоретические аспекты изучения коммуникации власти и бизнеса в современном обществе; положение предприятий в системе коммуникации власти и бизнеса в

Китае; особенности коммуникации власти и бизнеса в провинции Чжэцзян) заключение, список литературы, приложение. В приложении представлены: исследование GR-коммуникации государственных предприятий, вопросы анкеты по GR - коммуникации власти и бизнеса для ТНК, а также ответы со стороны 10 крупнейших ТНК, работающих на территории Китая. Общий объем работы составил 105 страниц. Объем приложений 11 страниц.

Глава 1. Теоретические аспекты коммуникации власти и бизнеса в современном обществе

1.1. Основные концепции и понятия коммуникации власти и бизнеса

Без преувеличения, коммуникация играет фундаментальную и чрезвычайно важную роль в современном обществе. А что такое коммуникация? В начале 1960-х гг. только в зарубежной философской и социологической литературе насчиталось около сотни определений коммуникации. Можно с уверенностью сказать, что сегодня большинство таких определений тоже действует.

Дадим некоторые определения, указанные в научной литературе:

Коммуникация – механизм, посредством которого обеспечивается существование развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени (Ч. Кули).³

Коммуникация – это передача сигналов между организмами или частями одного организма, когда отбор благоприятствует продуцирование и восприятию сигналов. В процессе коммуникации происходит изменение информации и взаимная адаптация субъектов (Д. Льюис, Н. Гауэр).⁴

³ Американский социальный психолог, профессор Мичиганского университета, один из президентов Американской социологической ассоциации.

⁴ Д. Льюис, американский философ. Один из наиболее авторитетных представителей аналитической философии последних десятилетий XX века. Н. Гауэр, американский актёр, театральный режиссёр, хореограф и танцор. Обладатель нескольких премий премий «Тони» за лучшую режиссуру и хореографию мюзиклов.

Коммуникация – специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания (А.Б. Зверинцев, А.П. Панфилова).⁵

Коммуникация – это прежде всего способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление поведения людей... коммуникация – это такой обмен, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь, делая возможной коммуникацию действий большой сложности (Т. Шибумани)⁶

Коммуникация – это функция управления, позволяющая при помощи правильно организованной передачи информации обеспечить надежное соединение всех звеньев предприятия и их взаимодействие («нервная система»).

Таким образом, мы можем сделать вывод: *коммуникация* – это способ обмена информации, идеи между людьми, организациями в процессе деятельности, общения, и пути сообщения, чтобы обеспечить хорошее взаимоотношение или достичь взаимной выгоды и взаимных благоприятствований.

Речь идет о коммуникации власти и бизнеса, власть и бизнес становятся ключевым объектом исследования работы. За последние 30 лет, на взаимоотношение власти и бизнеса значительно влияют ряд макро политических, экономических и технологических драйверов, а также изменения в роли, структуры и культуры правительства.

С другой стороны, нам необходимо понять, что такое «власть»?

Власть - власть располагает определенными ресурсами влияния. Так, к административным ресурсам могут быть отнесены регламентируемые законодательством полномочия власти. Экономические ресурсы власти определяются экономическим потенциалом региона, степенью контроля,

⁵ Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR

⁶ Тамотсу Шибутани (Tamotsu Shibutani ,1920-2004) - американский ученый, профессор Калифорнийского университета.

установленного властью над экономикой подведомственной территории, а также стратегиями, которые вырабатывает региональная власть. К значимым экономическим ресурсам региональной власти, позволяющим ей влиять на бизнес, можно отнести: предоставление налоговых льгот, государственный и социальный заказ, обеспечение различного рода преференций. Используя экономические ресурсы, власть может создавать более или менее благоприятные условия развития «близким» к ней экономическим структурам.⁷

Одной из важнейших функций государства, на наш взгляд, является правовое обеспечение функционирования рынка. В рамках её реализации власть создаёт максимально благоприятные условия для предпринимательской инициативы, повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности компаний.

Классическое определение «бизнеса» формулируется как «предпринимательская деятельность, направленная на получение прибыли». В современном обществе часто считают, что бизнес - экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и/или продажи товаров, оказания услуг.⁸ Таким образом, участниками бизнеса являются не только отдельные индивидуумы - непосредственные сотрудники той или иной фирмы, но и государство как законодательная и исполнительная власть, «рынок» как совокупность конкурирующих фирм, и, наконец, общество в целом как конечный потребитель продукции.⁹ На этой работе мы будем рассматривать бизнес как государственные предприятия, частные предприятия и иностранные предприятия. Бизнес, в свою очередь, являясь для государства важнейшим контрагентом при разработке и реализации государственной политики, благодаря широкой ресурсной базе власть способна оказывать существенное влияние на

⁷ Перепелица Г В. Совершенствование взаимодействия бизнеса и власти в современной экономике // Перепелица Г В. Москва.: Российское предпринимательство. 2006, - 8с.

⁸ Определение бизнеса // на сайте «Финансы просто» URL: <http://www.finprosto.ru/term/81>

⁹ Что такое бизнес? // на сайте: «azps» URL: <http://azps.ru/articles/org/org3.html>

общество, в то же время бизнес играет ведущую роль по стимулированному развитию политики в многих странах.

Традиционно взаимодействие власти и бизнеса разделены две категории – конкурентные и кооперативные отношения. А в современном обществе, под влиянием глобальной экономики взаимодействие власти и бизнеса становится относительно кооперативным. Так, со стороны бизнеса основными источниками ресурсов являются приватизируемая государственная собственность, бюджеты всех уровней, поддержка властей, и правовое обеспечение. Для власти основными источниками ресурсов являются налоги, а также финансовая и политическая поддержка в избирательных кампаниях. Сегодня поддержка власти ведущими предпринимателями играет огромную роль в любой стране.

Таким образом, власть и бизнес полагаются друг на друга для того, чтобы реализовывать свои собственные интересы. А коммуникация между ними как раз исполняет эту задачу. Иначе говоря, связи с органами власти или Government Relations (далее - GR) являются самым эффективным мостом между властью и бизнесом, чтобы по этому мосту могли свободно пройти лоббисты для решения своих вопросов с властью.

По мнению американских исследователей, У. Аги, Г. Кэмерона, Ф. Олта, Д. Уилкокса «это представляет собой деятельность по выстраиванию отношений между бизнес-структурами и государственной властью, включающую в себя сбор и обработку информации о деятельности правительства, подготовку и распространение информации о позициях представляемых групп, влияние на процессы принятия политических и административных решений»¹⁰.

Коммуникацией власти и бизнеса являются контакты государства и бизнеса в конкретной институциональной среде и обуславливающей формирование между сторонами интенсивной обратной связи. Производимые таким оборотом информации коммуникации сторон сочетают в себе адаптационные, персонифицированные и конструируемые аспекты их деловых отношений,

позволяя структурам государства и бизнеса использовать специализированные сведения для использования власти в целях направленного перераспределения ресурсов.

Таким образом, в процессе изучения основных определений понятия коммуникации власти и бизнеса, представленных современными исследователями в данной области, выявлена его основная сущность: формирование взаимного доверия между бизнесом и органами государственной власти, для получения, как взаимовыгодного, так и общественно полезного результата. Его деятельность приобретает новое качество и новое место во взаимодействии власти и бизнеса, потенциально обеспечивая цивилизованную и правовую оптимизацию интересов политических и экономических субъектов. Результат коммуникации власти и бизнеса – во время взаимодействий между властью и бизнесом, обе стороны приобретают взаимовыгодны:

В конце первого параграфа необходимо определить функции коммуникация власти и бизнеса. В современном обществе коммуникация между властью и бизнесом в основном выполняет функцию моста, например, для того чтобы согласовать интересы организаций с интересами органов государственной власти различного уровня, для снижения рисков и обеспечения устойчивого развития. Согласно выделяемому субъекту исследования работы, можно выделить две группы функций:

1) Первая группа (для органов власти)

- a) информативная функция - распространять необходимые знания о политической системе, её важнейших структурных элементах способах функционирования.
- b) регулятивная функция – создается оптимальный для данного общества механизм взаимодействия как между элементами политической системы, так и между политической системой и гражданским обществом.
- c) пропаганда - выражать интересы субъектов власти способствует целенаправленному формированию общественного мнения по наиболее важным политическим проблемам.

d) аналитическая обработка – призвана определить, какие эффекты на бизнес окажут принимаемые государственные решения, и как скоро это произойдет. При этом следует рассматривать не только немедленные эффекты, но и среднесрочное и долгосрочное воздействие на бизнес.

2) Вторая группа (для представителей бизнеса)

a) мониторинг деятельности органов государственной власти- эффективно избежать от коррупции и обеспечить выгоды предприятиях.

b) обеспечение достижения наиболее благоприятных условий деятельности компании в быстро меняющейся внешней конкурентной среде.

c) повышение интегральной прибыльности компании, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

1.2. Исследование коммуникации власти и бизнеса на современном этапе развития Китая

Сейчас Китай стал второй экономикой мира, обогнав Японию и стремительно догоняет США, с которыми он, по прогнозам экспертов, может сравняться уже к 2030 году.¹¹ Можно сказать, что китайская экономика сильно влияет на мировой экономический рынок. А чтобы глубже узнать китайскую экономику, в свою очередь нужно исследовать взаимоотношения между властью и бизнесом. В современных условиях подтверждается приоритетность выстраивания взаимовыгодного сотрудничества между государством и бизнес-сообществом. Как и многие страны мира, Китай в отношении становления, формирования и развития коммуникации между властью и бизнесом имеет свой уникальный путь, на который повлияла государственная политика, финансово-экономические взаимоотношения и иные социальные факторы, что существенно отличает Китай от практик других стран мирового сообщества.

¹¹ Экономика и бизнес в Китае // на сайте «Время Востока» URL: <http://www.easttime.ru/news/kitai/transnatsionalnye-kompanii-orientiruyutsya-na-kitai/6087>

Регулятивная деятельность государства создает как возможности, так и угрозы для бизнеса компаний, работающих на территории Китая. В государствах переходного периода, таких как Китай, сильное присутствие государства в экономике и взаимодействие бизнеса с органами власти может иметь чрезвычайно высокое значение для успеха деятельности компании.

Чтобы понять суть коммуникации власти и бизнеса после политики реформ и открытости Китая, надо проанализировать взаимодействие власти и бизнеса, с учетом специфики китайских реформ в общественном секторе экономики. На взгляд автора, 1978 год представляет собой самый важный год для реформирования политики и экономики в истории Китая. До 1978 года Китай переживал два периода реформ: развитие планово-административной экономики (1958-1961 годы) и Культурную революцию (1966-1976 годы). В эти годы взаимоотношение власти и бизнеса было предельно простым. Не было частных предприятий, правительство было единственным субъектом в экономике страны, а предприятия были частью административной структуры. Особенность отношений между властью и бизнесом проявлялись в административном вмешательстве в финансово-хозяйственную деятельность предприятий. Политическая элита напрямую вмешивалась в управление предприятиями, так как каждый сектор государственной экономики работал по соответствующему плану, соблюдая ценообразование, установленное государством. Все производственные предприятия были закреплены за Министерством торговли и Министерством материальных ресурсов. У предприятий не было права на автономную от государства деятельность. Можно сделать вывод о том, что модель взаимоотношения власти и бизнеса в тот период времени была построена как взаимоотношение между «отцом и сыном».¹²

С 1978 года по 2000 год, в Китае радикально изменилась как внутренняя структура взаимоотношений между бизнесом и властью, так и внешняя социально-экономическая среда, в которой крупные компании осуществляют

¹² Чжан Цзе, Шен Цзин, Чэнь Лянвэнь. Тенденция к современному отношению власти и бизнеса / Чжан Цзе, Шен Цзин, Чэнь Лянвэнь.- Пекин.: политика и закон, 07.2015. - 160-161 с.

свою деятельность. Соответственно коммуникация власти и бизнеса так же сильно изменилась. Этот период, по мнению автора, можно разделить на 3 периода:

1) Отношения власти и бизнеса с 1978-го по 1986 год

На этом этапе, взаимоотношения власти и бизнеса только начинали налаживаться.

В ноябре 1978 года в провинции Сычуань 6 предприятий проводили эксперимент по расширению управленческой автономии. Этот эксперимент был подтвержден 3-м пленумом ЦК КПК 11-го созыва.¹³ В 1979 году в провинции Сычуань расширили эксперимент и включили в него расширение сферы управленческой автономии. В мае этого же года, государство провело эксперимент на 8 предприятиях в Пекине и Шанхае, а в июле государственный совет издал 5 приказов в которых содержалось «Несколько правил о расширении управления автономией на государственных предприятиях», поэтому реформа государственных предприятий распространилась по всей стране.¹⁴ Эта реформа позволила предприятиям получить управленческую и экономическую автономию.

С 1981-1982 гг. в Китае на государственных предприятиях вводили систему экономической ответственности. В 1983 году в Китае начали менять систему налогообложения. Во время изменения системы налогообложения, государство указало, что будут еще расширены экономические права управлением предприятием. В то же время для того, чтобы предпринимательская система управления лучше помогала предприятиям заниматься деятельностью на рынке, китайское правительство начало испытывать режим экономической ответственности директоров предприятий. Постепенно, используя реформу системы налогообложения, попробовали упорядочить и унифицировать отношения между властью и бизнесом, для того чтобы разделить права и

¹³ Дуань Ган. Размышления о отношении власти и бизнеса после реформ и открытости / Дуань Ган. - Пекин,. экономика, 2001. - 3 с.

¹⁴ Трансформация политики и экономики // на сайте «CSAC». URL: <http://zhanlve.org/?p=376>

обязанности между ними. На этой фазе налог каждого предприятия зависел от способности руководителей предприятий вести переговоры с представителями власти. Это помогло предприятиям впервые в новейшей истории Китая относительно наравне вести переговоры с государством. Это означало, что предприятия начали переходить от совершенно пассивного участия в принятии решений к приобретению права участвовать в реформе взаимоотношений между властью и бизнесом.¹⁵

В 1985 году первый раз проявилась политика «трансформации функции государства», что подразумевало режим экономии в китайской экономике. Параллельно реформа открытости государства проводилась из городов в деревни. По мере того, как развивалась реформа режима экономии, функция государства с традиционным режимом рыночной экономики всё хуже приспособлялась к потребностям развития экономики, становясь фактором препятствия развитию экономики и реформы открытости. Поэтому, государство четко отметило, что секторы, функции, способы, а так же система управления государством нуждаются в перенастройке и разработке новых проектов реформы, согласно требованию социалистической товарной экономики.¹⁶

Одним словом, до 3-го пленума ЦК КПК 12-го созыва, реформа взаимоотношения власти и бизнеса была основана на плановом развитии народного хозяйства с рыночными механизмами регулирования. Власти Китая подчеркивали, что правительство должно в той или иной мере давать право предприятиям решать разные вопросы. Основное направление реформы того периода –отделение функций правительственных органов от функций предприятий и расширение экономических прав предприятий. Основной упор в реформе делался на разделение полномочий между властью и бизнесом, так как традиционно между ними существовали подведомственные отношения, а

¹⁵ Чжэн Сяохуа. История о взаимоотношении власти и бизнеса и инновация системы / Чжэн Сяохуа. - Фуцзянь,. политика, 1998. 8 с.

¹⁶ Чжэн Сяохуа. История о взаимоотношении власти и бизнеса и инновация системы / Чжэн Сяохуа. - Фуцзянь,. политика, 1998. 10с.

передача информации была вертикальной. Правительство составляло и распространяло национальные экономические планы, а предприятия пассивно исполняли эти планы из-за отсутствия права на ведение хозяйственной деятельности, а это в свою очередь приводило к медленной реакции на изменение конъюнктуры рынка. Подобное отношение вызвало отсутствие у бизнес-структур активности и инициативы в экономической деятельности производства, что серьезно препятствовало развитию производительных отношений. Хотя уже в тот период механизм государственных предприятий переходил от модели производства к модели управления, но в тот период еще не было реализовано модели экономического поведения, которая позволила бы государственным предприятиям стать самостоятельными производителями товаров, а взаимодействие власти и бизнеса находилось еще в начальной стадии. Однако, в то время китайское правительство уже имело желание и намерение сделать первый шаг для изменения коммуникации с предприятиями.

2) Период реформ «контрактной системы»

С 1987 по 1991 гг. в Китае реализовывалась реформа «контрактной системы» управления в качестве продолжения режима автономии государственных предприятий. Основной целью реформы являлся поиск решений по вопросам прав самостоятельного управления предприятиями.

Контрактная система управления позволила установить отношения доверия между государством и предприятиями, и в определенной степени помогла предприятиям обеспечить полную автономию от государства. Это позволило предприятиям впервые принимать участие в обсуждении своей судьбы. Она ознаменовала конец периода регулирования жестких отношений между властью и бизнесом. Также эта реформа указывала на то, что модель ведения бизнеса в качестве придатка государственного административного органа и отношений подчинения между властью и бизнесом в скором времени претерпит изменения. Это было первым шагом к полноправной коммуникации между властью и бизнесом. В тоже время, это был решающий шаг по отношению к

государственным предприятиям, которые стали независимыми юридическими лицами, а китайская экономическая реформа вступила в новый этап с учетом развития контрактной системы управления в качестве нового режима функционирования предприятий.

После этого шага власти Китая задумались о преобразовании представительных органов власти: сокращение прямого вмешательства государства в деятельность предприятий, усиление макроэкономического регулирования со стороны правительства и устранение неэффективности в политико-административной структуре органов власти. Проще говоря, эта трансформация функций органов власти позволяет выделить следующие особенности:

1. Переход от тотального контроля к макрорегулированию. Требование китайского правительства переходить от контроля предприятий к макроуправлению экономикой.

2. Переход от прямого управления к косвенному. Правительство изменяет традиционный способ директивного планирования и управления экономикой с использованием административного принуждения.

3. Переход от управления отдельными секторами экономики к целой сфере.

4. Переход от прямого управления к мониторингу.

По контрактному договору между властью и бизнесом было установлено договорное отношение правовой защиты. Хотя экономика постепенно продвигалась вперед, контрактная система с элементами старой предпринимательской системы только начинала отделять коммерческую деятельность от прав собственности со стороны государства, но ещё не реализовала отделение прав собственности юридических лиц от социалистической экономики, поэтому предприятиям трудно было предоставить возможность стать товаропроизводителями, работающими на началах полной автономии и самоокупаемости. В этом периоде коммуникация власти и бизнеса опиралась на информационные вертикальные потоки, а рыночный механизм только формировался и информация о рынке была недоступна для большинства

предприятий. Причём в это время экономический механизм предприятий находился под влиянием плановой экономики, а политика реформ и открытости была задержана переходом функций управления от власти к предприятиям. Из-за недостаточных изменений в макроэкономическом регулировании вероятность успеха контрактной ответственности сильно падала.

По мере того, как в Китае взаимоотношение власти и бизнеса переходило от модели «прямого управления» к модели «косвенного управления», что сводилось к следующим чертам: ведётся государственное макрорегулирование и макроконтроль рынка и совершенствуется рыночная система; рынок влияет на предприятия через цены и конкуренцию. Деятельность предприятий разных масштабов и различных ступеней влияют на движение рынка. Рынок ведёт обратную связь с властью, исходя из этого, власть разрабатывает политику макрорегулирования.

Модель «косвенного управления» выделяет следующие особенности:

- Правительство представляет собой субъект макрорегулирования, а не прямо ведёт управление бизнесом и деятельностью производства, используя косвенные меры регулирования, например, привлечение инвестиций.
- Рынок это связующее звено для власти, действующее на бизнес и рынок в качестве субъекта распределения ресурсов, стимулирует свободное движение каждого элемента, чтобы развивать систему управления.
- Предприятия является субъектом рыночной конкуренции и юридическим лицом, работающим на началах самохозяйствования, самокупаемости, самоконтроля и саморазвития. Согласно информации о рыночном ценообразовании, устанавливается рациональная цена для деятельности бизнеса, чтобы достигнуть максимизации прибыли.

Вполне очевидно, что «косвенное управление» имеет свои достоинства в условиях современной экономики, так как данная модель имеет в большей степени положительные характеристики: во-первых, самостоятельность предприятий увеличивает активность и инициативность производства. Учитывая то, что любое предприятие ставит перед собой цель максимизации прибыли, любому предприятию выгодно использовать новый инструмент управления, а

также рациональную маркетинговую стратегию и осваивать новую высококачественную продукцию, поощрять и играть активную роль в рыночной конкуренции. Во-вторых, в условиях рыночной экономики, когда правительство не занимается распределением ресурсов путем административно-командного планирования, ресурсы могут свободно двигаться в более эффективные секторы или отрасли экономики. В-третьих, существует тенденция к увеличению эффективности работы органов власти. Правительство экономит время и средства на решении микро-социальных вопросов и уделяет больше внимания разработке макроэкономической политики развития.

3) Отношение власти и бизнеса во время периода углубления рыночной реформы (1992-2000 гг.)

К 1992 году Государственной комиссией по реструктуризации экономики было выпущено постановление, которое называлось «Пробные меры акционирования предприятий» (*Share Enterprise Trial Measures*), согласно которому предприятиям разрешалось выпускать три вида акций: акции для государственных покупателей, акции для юридических лиц и акции для физических лиц. Последний тип был разделён на акции для китайских граждан и для иностранцев.¹⁷ Сумма, на которую государство желает продать акции госкомпаний, утверждалась раз в год Госсоветом и равномерно делилась между провинциями, а те дробили и спускали её дальше вниз. Конечное решение о том, какие предприятия акционировать, оставалось за местными властями. При этом, государство отключило госпредприятия от прямых субсидий из бюджета, и продажа акций стала единственным способом привлечь внешний по отношению к фирме капитал.¹⁸

Важной реформой, в ходе которой система менеджмента на оставшихся госпредприятиях была радикально пересмотрена, можно считать внедренную в 1994 году так называемую Современную систему управления предприятиями (ССУП). Ключевые её особенности состояли в следующем:

¹⁷ Власть и собственность в Китае // на сайте «РЦИТ». URL: <http://rcit.su/article058.html>

¹⁸ Barry Naughton. *Growing Out of the Plan: Chinese Economic Reform, 1978-1993* / Barry Naughton. - New York: Cambridge University Press, 1995. - 10p.

- Обособление предприятий от государства, передача им прав собственности на фактически используемые объекты.
- Прояснение прав и обязанностей руководства госпредприятий и государственных управляющих госпредприятий.
- Разделение функций бизнеса и бюрократии.
- Внедрение научных практик управления.

В практическом плане, ССУП прямо рекомендовала государственным компаниям переходить к акционерной форме собственности. Целей у реформы было несколько:

Понять, какая модель лучше всего подходит для управления и контроля над предприятиями; понять, какая система стимулов поможет соблюсти интересы предприятий, власти и жителей региона; понять, как лучше всего организовать собственность предприятия. На время реформы все предприятия были включены в трёхзвенную систему управления: профильное министерство – местная власть – местное предприятие.¹⁹

К 1998 году более 80% госпредприятий, которые подчинялись уездному уровню власти и ниже (за редчайшим исключением это были малые и средние предприятия) оказались приватизированы²⁰. Никакого плана по приватизации крупных предприятий не было, но максимум, на который могли рассчитывать покупатели – до 24% акций, зачастую не голосующих. Частично приватизированные государственные компании получили разрешение на выход на Шанхайскую и Шеньчженьскую фондовые биржи для привлечения дополнительного капитала. Частным малым и средним предприятиям этот метод был долгое время недоступен (существовал довольно высокий минимальный порог стоимости размещения и многочисленные бюрократические препоны), и многие фирмы предпочитали выходить на открытую в 1999 году биржу в

¹⁹ Lee, J. State Owned Enterprises in China: Reviewing the Evidence / Lee, J. - OECD Working Group on Privatization and Corporate Governance of State Owned Assets (OECD Publishing), 2010. 33p.

²⁰ Ho, D., Young, A. China's Experience in Reforming Its State-Owned Enterprises: Something New, Something Old and Something Chinese? / international Journal of Economy, Management and Social Sciences, 2(4) April 2013. 22p.

Гонконге, специализирующуюся на малых и средних инновационных предприятиях. Впрочем, для этого тоже нужно было получить разрешение властей, боявшихся массового оттока высокотехнологичных компаний с материка.²¹ Эта мера была перестраховочной, как и ещё одна: не сумев привлечь достаточно средств через размещение акций госкомпаний на бирже, государство вместо того, чтобы открыть рынок для частных компаний и радикально увеличить его размер, предпочло выпустить ещё акций в Гонконге и Нью-Йорке.²²

В этот период взаимоотношение власти и бизнеса может рассматривать как модель «взаимопомощь». Эта модель является совершенством модели «косвенного управления». Одна отличительная черта – переход от линейной структуры между властью, рынком и предприятиями к трёхмерной конструкции. Как это выглядело на практике: правительство устанавливает общие макро- и конкретные цели, распространяет практики регулирования, так, например, финансовые практики, денежные практики, практики доходов т.п., используя средства регулирования и контроля (экономические и правовые средства), чтобы рынок действовал в соответствии с целью получения прибыли. Государство поддерживает, поощряет и руководит развитием предприятий, а предприятия должны координировать свои действия с представителями власти. Можно сказать, эта модель очень похожа на модель «косвенное управление», только связи власти и бизнеса усиливались. Эти связи основаны на базе равенства и сотрудничества власти и бизнеса.

Вступление Китая во Всемирную торговую организацию (далее - ВТО) произошло 11 декабря 2001 г. после осуществления долгих подготовительных либерализационных мер, что означало радикальное изменение экономических приоритетов. Можно сказать, что после вступления в ВТО бурный экономический рост, происходивший в Китае в течение последних 20 лет, как хорошо известно, привел к дальнейшему развитию успеха. Китай, как член этой организации, не

²¹ Mode of access // на сайте «Law school» URL: <https://law.wm.edu/faculty/documents/cao-653-6431.pdf> (last visited 16.11.2016).

²² Ли Л., Кондрашова Л. Демократизация прав собственности: китайский вариант. – Проблемы теории и практики управления / Ли Л., Кондрашова Л. 2003, № 2, с. 25.

только получил принципиально новые для себя, а также сохранил в трансформируемом виде ряд прежних конкретных прав субъекта мирового хозяйства. В их числе следует выделить:

- право на переходный период сроком в среднем на 3-5 лет для поэтапного открытия внутреннего рынка, снижения импортных пошлин, продолжения и радикализации общего рыночного реформирования и упорядочения своей экономической системы;²³
- право на безусловный режим наибольшего благоприятствования (РНБ) в торговле со странами - членами ВТО;
- полноправное участие в Соглашениях, действующих в рамках ВТО, что позволяет увеличить экспорт и выход за рубеж иными внешнеэкономическими методами;
- право, как члена ВТО, субсидировать свое сельское хозяйство в размере 8.5% от стоимости продукции;
- право субсидирования всего внутреннего производства, не направленного на экспорт (в рамках договоренностей с ВТО);
- право сохранения системы государственной торговли, включая права государства устанавливать и регулировать цены на основные виды продукции;
- право на сохранение ограничений при открытии сферы услуг для иностранного капитала;
- право на экспортные пошлины на более чем 80 групп товаров, предполагающее «охрану природных ресурсов КНР»;
- право осуществления проверки качества экспортно-импортной продукции;
- право на защиту и соответствующее выведение из сферы рыночной конкуренции отраслей народного хозяйства, связанных с государственной безопасностью и в силу этого не подлежащих открытию для иностранного

²³ Частный сектор экономики создал свыше 80 проц рабочих мест в китайских городах, его доля в ВВП составляет около 60 проц // на сайте «Синьхуа» URL: http://russian.news.cn/economic/2012-12/05/c_132020670.htm

капитала, таких как оборонная промышленность, издательское дело, кино-видеоиндустрия и другие.

В тоже время вступление в ВТО тоже принесло несколько ограничений:²⁴

- Вступлению в ВТО страны с переходной экономикой должен предшествовать достаточно продолжительный период фундаментальной подготовки её экономической структуры и национальных субъектов хозяйствования к конкурентной предпринимательской среде мирового рынка. Длительность такого периода национально-специфична и во многом зависит от достигнутых страной уровней экономического и технико-технологического развития, состояния рыночной инфраструктуры как экономики в целом, так и отдельных её секторов и территориальных подразделений.
- Вступая в ВТО, страна должна договариваться и брать на себя только те обязательства, которые действительно соответствуют её реальному уровню социально-экономического развития, исходить не из утопий, абсолютизирующих великодержавные стереотипы прошлого, а из трезвой, взвешенной оценки демографического и ресурсного потенциалов, степени рыночной зрелости конкретных отраслей экономики, скрупулезного учета многих других факторов, сопутствующих интеграции национальной экономики в мировое хозяйство в условиях глобализации.
- Для крупных стран, отличающихся значительной межрегиональной дифференциацией экономики, в качестве одной из форм подготовки к вступлению в ВТО представляет несомненный практический интерес применяемая Китаем модель развития территориально-экономической открытости, которая весьма реалистична и позволяет обеспечить наименее болезненный, поэтапный и постепенный (т.н. эволюционно-анклавный) переход к рынку и соответствующее ему включение в систему международного разделения труда регионов с различными стартовыми уровнями производительных сил.

²⁴ Внешняя торговля после вступления в ВТО Китая // на сайте: Развитие Китая URL: <http://xn-----7kcbipadqfgacqjvrsbe0cs7af6i3g8c.xn--p1ai/html>

- Руководству страны, вступающей в ВТО, необходимо четко осознавать, что объективная (а не субъективно декларируемая) степень её готовности к такому вступлению — это во многом производная величина от достигнутой степени институализации частной собственности (как имманентной рынку имущественной формы соединения факторов хозяйствования). Недостаточная степень данной институализации проявляется, в частности, в живучести не правовых форм контроля и регулирования национального бизнеса, местном чиновничьем произволе, рэкете и т.п. факторах, противодействующих его здоровому развитию и существенно снижающих конкурентоспособность национальной экономики в условиях вступления страны в ВТО.²⁵
- В процессе подготовки к вступлению в эту организацию необходимо, следуя позитивному опыту Китая, организовать комплексные фундаментальные исследования национального предпринимательства, включающие, в частности, выявление его по отраслевым приоритетам и сравнительных преимуществ, оценку реально достигнутых и перспективных уровней экспортной мотивации и конкурентоспособности. Одна из главных целей таких исследований — создание общенациональной системы поддержки и ориентации предпринимательства, адекватной вызовам глобализации и задаче минимизации издержек вступления страны в ВТО.
- Государственная поддержка национального бизнеса в условиях вступления в ВТО страны с переходной экономикой должна носить комплексный, многоуровневый, системный и институциональный характер. С одной стороны, она должна быть единой для всех форм предпринимательства, конкретизированной в общенациональных системах безопасности, законодательства, судопроизводства, охраны природы, информационных ресурсах, инфраструктурах транспорта и связи и т.д. С другой стороны, она может и должна в целях своей эффективности быть селективной, избирательной, строго дифференцированной по секторам и

²⁵ Требование после вступления в ВТО Китая // на сайте «china org» URL: russian.china.org.cn/exclusive/txt/2011-12

конкретным отраслям экономики, типам и размерам предприятий, особенностям их сравнительных преимуществ, степеням достигнутой и перспективной экспортной ориентации хозяйствования, уровням совокупной рыночной конкурентоспособности и т.п.²⁶

Начиная с момента вступления КНР в ВТО, усиливается экспортная ориентация национального бизнеса Китая. Всесторонне развиваются внешнеэкономические связи и проходит процесс глобализации китайской экономики. Соответствующие изменения институциональной сферы проявляются в КНР на многих уровнях — от трансформации идеологии, политико-правовой системы, форм макро- и микроэкономического регулирования развития частного бизнеса до целенаправленного воздействия государства на общественное сознание.

В условиях вступления в ВТО китайские малые и средние предприятия (далее - МСП) сталкиваются с различными проблемами, вызванными конкуренцией с иностранными предприятиями, а также с вопросами, связанными с собственными внутренними дефектами и несовершенствами рыночной среды. После вступления в ВТО китайские средние и малые предприятия не могли получить особую защиту правительства на внутреннем рынке, как и раньше, поэтому МСП столкнулись со следующим рядом проблем:

- В большом размере были снижены таможенные пошлины, исключая лишь некоторые новые предприятия, в то время как правительство не может проводить нетарифные меры по защите малого и среднего бизнеса.
- Лицензии и другие специальные нетарифные меры защиты тендеров в течение 5 лет были постепенно отменены.
- За три года постепенно предоставлялось право на ведение хозяйства и право на экспорт и импорт.
- Чистые высокотехнологичные МСП столкнулись с сильным влиянием со стороны аналогичных предприятий с иностранным капиталом и наукоемких предприятий.

²⁶ Китай и ВТО: итоги пяти лет // на сайте «China window» URL: <http://www.xinhuanet.com/fortune/13.htm>

- Новые высокоэффективные технологии и их низкая стоимость заменили ручной труд. Простые трудоемкие малые и средние предприятия потеряли часть преимуществ затрат на рабочую силу.

Кроме усиления давления со стороны конкуренции иностранных предприятий, китайские местный МСП также столкнулись с проблемой внутренних дефектов китайской экономики. Некоторые структурные проблемы, такие как несовершенная система прав собственности, низкоуровневое избыточное строительство, низкокачественные продукты и стратегическое управление с отсутствием научного подхода, серьезно препятствовали повышению конкурентоспособности МСП. Рыночный и кредитный риск привели к нехватке средств и недостаточному инвестированию производства и управления МСП, что тем самым привело к недостаточному инвестированию в сфере технологических инноваций и к ослаблению позиций НИОКР (R & D capability), что сильно влияло на потенциал МСП в производственной деятельности.

А что касается рыночной среды, то перед МСП подобным образом стояло множество трудностей. Во-первых, проблемы, связанные с режимом правительственного управления, отсутствие конкретных указаний и планов в отношении развития промышленности, малого и среднего бизнеса, а также отсутствие соответствующего законодательства о поддержке МСП позволили МСП упустить многочисленные возможности развития. Во-вторых, система поддержки национальной политики для малого и среднего бизнеса еще не была сформирована, а структуры политической поддержки согласно виду собственности и масштабам предприятия изменены не полностью. Существовала система налогообложения, которая не учитывала все особенности предприятий. Кроме того, недостаточное количество каналов финансирования и трудности с финансовым обеспечением являлись основной проблемой для МСП.

Вступление в ВТО также приносило МСП и некоторые благоприятные возможности, среди которых можно выделить следующие аспекты:

- Национальный режим и допуск иностранных граждан к производству. Правила ВТО - игровые правила, которые действуют для всех государств-членов организации. Из-за этого многие установленные рыночные правила были вынужденно ограничены, особенно принцип «национального режима», который требует предоставлять иностранным предприятиям и китайским предприятиям равный национальный режим. Это дает возможность решить проблему неравномерного обращения для МСП, особенно частных, не принадлежащих государству.
- Рынок капитала и финансовые услуги. После вступления в ВТО географические ограничения и ограничения в сфере банковской деятельности постепенно отменяли. Высокое качество, гибкий и удобный сервис иностранных банков открывали новые каналы для косвенного финансирования МСП, предлагала своевременную и полную финансовую поддержку для развития МСП.
- Открытые рынки и экспортная среда. Принцип недискриминационного равенства ВТО требует либерализовать рынок, китайские предприятия в большей степени могли выйти на международный рынок, принять участие в международной экономической конкуренции.

Касаясь вопроса отраслевой и прочей дифференциации политики государственной поддержки национального бизнеса, следует учитывать, что особые меры поддержки были предприняты и действуют ныне для средних и малых предприятий, которые вносят значительный вклад в решение проблемы трудоустройства в КНР и постоянно доказывают свою устойчивость и способность быстро реагировать на изменения потребительского спроса.

Основные меры государства по поддержке СМП включают в себя:²⁷

- Облегчение процедуры открытия нового предприятия - упрощение общих формальностей регистрации и снижение минимального уставного капитала

²⁷ Власть и бизнес в условиях вступления страны в ВТО: китайские уроки // на сайте «МГИМО МИД России» URL: <http://mirec.ru/2006-01/vlast-i-biznes-v-usloviah-vstuplenia-strany-v-vto-kitajskie-uroki>

(до 1000 юаней, в области информационных технологий и программного обеспечения — до 5000 юаней).

- Прямую финансовую помощь, включая предоставление льготных кредитов, ссуд, целевых грантов и т.п.
- Льготное налогообложение - в первый год работы предприятия полное освобождение от уплаты налогов, во второй и третий годы - освобождение от налога на предпринимательскую деятельность и подоходного налога с сотрудников (льгота может быть продлена до 5 лет).
- Организацию и государственное финансирование бесплатной для предпринимателей переквалификации, работы предпринимательских курсов.
- Создание и обеспечение работы консалтинговых центров, в частности т.н. специальных комитетов по развитию СМП, в персонал которых входят квалифицированные инженеры, юристы и другие эксперты, осуществляющие бесплатные консультации.
- Государственное поощрение инноваций - внедрения новых технологий, опытного и серийного выпуска новой продукции, в т.ч. путем предоставления предприятиям прав на дополнительную отмену налогов.
- Поощрение развития повышающих конкурентоспособность СМП процессов углубления их специализации и кооперации, в т.ч. за счет предоставления предприятиям соответствующих дополнительных льгот и преференций.

В то же время китайское правительство стремилось смягчить отрицательный эффект и усилить национальные предприятия для достижения ими лучших результатов хозяйствования, на качественно новом уровне интеграции страны в мировую экономику.

В этой ситуации отношение власти и бизнеса по собственности и управлению уже начало переходить к горизонтальной связи, опираясь на рынок. Информация об управлении предприятий фактически опубликованы при системе рыночного контроля, согласно рыночным информациям, предприятия организуют производственно-хозяйственную деятельность, формируются механизмом самоограничения и самоконтроля. Государство играет роль «арбитр», его

обязанность постепенно переходит к компенсации рыночного недостатка, поддержанию рыночного экономического порядка и проведению макроконтроля и макроуправления.

4 марта 2016 Председатель КНР Си Цзиньпин в постоянном комитете ВСНП предложил создать новую *модель власти и бизнеса «Цин» и «Цинь»*. Со стороны чиновников, «Цин» значит спокойно связаться с предприятиями, особенно когда предприятие столкнется с трудностями и вопросами, проявить более активную стимулирующую роль, помогать решить актуальную проблему. «Цинь» означает, что отношение с предпринимателями должно быть дружеским, нельзя использовать свое служебное положение в корыстных целях. Со стороны предпринимателей, «Цин» предполагает активное общение с парткомами всех ступеней и органами власти, правдивое общение и поддержку развития местной экономики, а «Цинь» - придерживаться закона и вести честно бизнес.²⁸

«Цин» и «Цинь» являются указателями создания новой модели отношения власти и бизнеса, предлагают основные принципы по содействию здоровому развитию частного предпринимательства и очищению власти от коррупции, а также способствуют тому, чтобы играть важную роль в правительстве и на рынке.

Создание новой модели общения власти и бизнеса представляет собой актуальное требование для развития рыночной экономики. Во-первых, после проведения политики реформ и открытости государственный сектор экономики очень бурно развивается, сейчас частные предприятия уже стали серьёзной силой трансформации и улучшения китайской экономики и одним из источников продвижения структурных реформ в различных сферах.²⁹ В то же время создание новой модели отношения власти и бизнеса «Цин» и «Цинь» выражает решимость правительства устранить скрытые угрозы для предприятия.

²⁸ Си Цзиньпин. Доклад в Политическом консультативном совете[N] // Политический консультативный совет КНР. 2015.

²⁹ Ли Янь. Структурные реформы в сфере предложения / Ли Янь. Пекин.: Народ, 2016. - 45с.

Во-вторых, создание новой модели усиливает эффективность трансформации правительственных функций. Ключевым вопросом реформы экономической системы является разрешение взаимодействия власти и рынка. На данный момент существует много ограничений доступа к рынкам, а в некоторых правительственных ведомствах во время реализации политики реформирования отсутствует критерии эффективности для частных предприятий. Новая модель позволит государству изменить функцию правительства, продвигать идею сокращения правительственного аппарата и передавать полномочия нижестоящим инстанциям при сочетании управления с либерализацией, совершенствовать контроль услуг и сокращать властные полномочия правительственных органов в целях переориентации имеющихся ресурсов в сторону рынка.³⁰

В-третьих, взаимодействие власти и бизнеса тесно связано с антикоррупционной политикой: если взаимодействие власти бизнеса искажено, то нарушается функционирование государственного аппарата. Наоборот, если взаимодействие власти и бизнеса упорядочено, то административная система стабильна. Создание новой модели отношения власти и бизнеса помогает обновить старое взаимоотношение, позволяет рынку не завесить от власти, таким образом, создаются хорошие предпосылки для экономического развития.

Для того, чтобы достичь как можно скорее новой модели взаимодействия власти и бизнеса, китайское правительство приняло следующие меры:

1) Верховная Народная Прокуратура КНР опубликовала акт «О гарантии и содействии развитию экономики государственной сферы в соответствии с законом» 2 марта 2016. По вопросу о коммуникации власти и бизнеса в законе отмечено, что местные народные прокуратуры различных ступеней должны усилить законодательную систему и предупреждать экономические преступления. Нужно укреплять взаимоотношения с федерацией промышленников и торговцев, чтобы гарантировать и содействовать развитию

³⁰ Ли Кэцян. Доклад о работе правительства / Ли Кэцян. 2016. URL: <http://capital.people.com.cn/n1/2016/1226/c405954-28976452.html>

частных предприятий. Кроме того в обязанность прокуратуры вменяется защита собственности и законных прав и интересов предприятий. Местные народные прокуратуры различных ступеней должны предоставить судебное обеспечение предприятиям.

2) Местные правительства опубликовали документы о строительстве новой модели отношения власти и бизнеса. Например, в городе Гуанчжоу программа «Мнения о реализации создания нового отношения власти и бизнеса», сокращённо «Мнения»³¹ вступила в силу в 2016 году. В нем указаны правила общения между властью и бизнесом, включая установление правил действия между правительством и предприятием, усиление контроля и протокол бизнес-услуга. Эта программа отметит, что в независимости от размера компании и близости отношения, правительство должно относиться одинаково, усилить услуги «Интернет + государственные дела», постепенно совершенствовать платформ услуг в Интернете и открыть «зеленый коридор» для бизнеса. «Мнения» требует, чтобы провинциальные органы и государственные служащие всесторонне повышали способность и уровень правительственных услуг в рамках справедливого отношения ко всем предприятиям, а также реализацию политики поддержки, повышения эффективности правительственных услуг, улучшение процедуры предоставления услуг, снижение административной нагрузки на предприятия, развитие системы опороса предприятий и т.д. «Мнения» также поощряет нормальные контакты между государственными должностными лицами и главами предприятий, требует, чтобы государственные должностные лиц вовремя узнавали о существующих вопросах и трудностях в процессе развития бизнеса по разным каналам, в то же время определяет границы, конкретное требование в контакте с предприятиями, например, в течение участия в конференциях и годовых собраниях, организованных общественными организациями, коммерческими

³¹Юань Нянь. Новая модель отношения власти и бизнеса 2016 года / Юань Нянь. Пекин.: Народ, 2016. - 67с.

ассоциациями или предприятиями и когда предприятия и персонал предприятий приглашают обсуждать важную работу в форме ужина.³²

3) По отдельным вопросам, которые всегда критиковали в отношении власти и бизнеса, государство перечисляет «восемь запретов» для партийных руководителей всех уровней во время контакта с предприятиями³³:

- a) Нельзя незаконно осматривать, брать деньги, штрафовать и собирать пожертвования.
- b) Нельзя злоупотреблять властью в погоне за личной выгодой в рамках доступности к рынку, при оформлении лицензии, просмотре и утверждении объекта, реквизиции земли, управлении промышленностью и торговлей, налоговом администрировании, финансовом кредите, и бюджетной субсидии и так далее.
- c) Нельзя намеренно усложнять работу предприятий.
- d) Нельзя вмешиваться в деятельность управления предприятием.
- e) Нельзя противозаконно получать подарки и деньги от предприятий; нельзя противозаконно принимать участие в вечеринках, турах и т.п., организованных предприятиями.
- f) Нельзя противозаконно подрабатывать на предприятиях или обладать акциями и ценными бумагами в компании, не выпускающей акции в бирже.
- g) Нельзя принимать участие в разных празднествах или юбилеях предприятий без разрешения.
- h) Нельзя потворствовать своим супругам, детям и другим родственникам добиваться незаконных интересов у предприятий.

³² Цин Янань. Мнение о создании новой отношения власти и бизнеса / Цин Янань. Пекин.: Изд-во ПУ, 2016. - 87с.

³³ Восемь запретов // Сайт «Cai Xin». URL: <http://opinion.caixin.com/2016-12-08/101024743.html>

В таком случае новая модель коммуникации власти и бизнеса еще более делает упор на требования об участии в принятии государственных решений в рамках экономической деятельности предприятий. Поэтому в процессе сокращения управленческого аппарата и представления больше прав низовым органам правительство обратит внимание на проблемы предприятий и будет целенаправленно и эффективно укреплять взаимоотношения власти и бизнеса. Также правительство опубликовало специальные законы о финансировании и освобождении от налогов вновь создаваемых предприятий, чтобы перенаправлять финансирование, а также снижать рост издержек, контроль правительства, корректировать законодательство и так далее.

Новая модель коммуникации власти и бизнеса подчеркивает значение бизнеса в системы функционирования государства и рынка. В коммюнике 3-го пленума ЦК КПК 18-го созыва пересмотрена базовая роль рынка в размещении средств в реальный сектор экономики. Это изменение заложило теоретическую основу углубления рыночных реформ в китайской экономике. Это означает, что правительству нужно проводить научное регулирование и эффективный контроль за развитием рыночных отношений в Китае.³⁴

Новая модель коммуникации власти и бизнеса обращает внимание властей на поддержку малого бизнеса. С развитием рыночной экономики в Китае все больше предприятий малого бизнеса станется новым фактором экономического роста. В 2015 году на заседании Политического Консультативного Совета было озвучено, что средний и малый бизнес составил более 65% от GDP, а налоги со стороны среднего и малого бизнеса составили 50%, и экспорт составил 68%. Согласно докладу «О развитии малого бизнеса Китая», который опубликован Государственным Промышленно-торговым Управлением, с одной стороны, малый бизнес обладает целеустремленным духом и инициативой, также стал важной причиной развития государственной экономики и основным каналом облегчения положения с трудоустройством населения. С другой стороны, малый бизнес имеет

³⁴ Новая модель коммуникации власти бизнеса в Китае // Сайт «Народ». URL: <http://src.people.com.cn/n/2013/1115/c64094-23559163.html>

проблемы и трудности с продвижением продукции на новые рынки, поэтому основное звено проведения новой модели состоит в том, чтобы малый бизнес играл более активную роль.³⁵

По мере того, как реализуются программы «Интернет +» и «Промышленность 4.0» все больше и больше предприятий малого бизнеса становятся более крупным бизнесом и мощным резервом поддержки экономического развития и реализации инициатив правительства Китая. В соответствии с этими предложениями правительственное регулирование должно неустанно продвигать идеи развития инновационного бизнеса. Например, в сфере финансирования Интернет-торговли Центральный Банк Китая уже заявил, что государство начало проводить контроль в сфере проведения операций по платежам в Интернете, потребительского финансирования и краудфандинга в Интернете и продажи услуг страхования в Интернете.³⁶

Проблемы и недостатки нынешних законов для коммуникации власти и бизнеса состоят из четырех аспектов:

- 1) Проблема бюрократизма и коррупции во взаимоотношении власти и бизнеса достаточно серьезна. Бюрократизм приводит к напряженности во взаимоотношения власти и бизнеса, искажению статистической информации, отступлению от государственной политики от реальности и к тому, что государство не может получать достоверную информацию.
- 2) Недостаточно проработанный механизм государственного внутреннего контроля повышает риск проявления коррупции во взаимодействие власти и бизнеса. В отдельных провинциях местная экономика в основном зависит от инвестиций со стороны государства, что приводит к злоупотреблению властью со стороны должностных лиц, а традиционное взяточничество нарушает механизм роста предприятий.

³⁵ Доклад «О развитии малого бизнеса Китая» // Сайт «ССТВ». URL: http://www.cctb.net/llyj/xswtyj/zfcx/201608/t20160810_344128.htm

³⁶Ли Чжан. Канал улучшения контакта власти и бизнеса / Ли Чжан. Пекин,: Народ, 2016. - 213с.

- 3) В отношениях между властью и бизнесом отсутствует четко сложившиеся права и обязанности на законодательном уровне. Управление государственными предприятиями по закону остаются за партийными руководящими кадрами, что приводит предприятия к слабому контакту с вышестоящими правительственными структурами.
- 4) Отсутствие понимания приводит к отчуждению во взаимоотношении власти и бизнеса. Некоторые официальные лица относят коррупцию к посулу предприятий, считая развитие предприятий как некий «первородный грех». Некоторые официальные лица отказываются общаться с главами предприятий и не хотят помогать предприятиям решать накопившиеся проблемы.

Таким образом, новая модель коммуникации власти и бизнеса активно развивается, и местные органы власти пытаются создавать достойные условия для развития новой модели в своих провинциях. Но, к сожалению, мы еще достаточно далеки от идеала, как в других развитых странах. Но, как говорится, дорогу осилит идущий, и есть все основания предполагать, что со временем мы все - таки сможем сформировать поистине сильную модель коммуникации власти и бизнеса.

На взгляд автора, несмотря на то, что правительство Китая уже предложило направление, которое помогает оформлять новую модель коммуникации власти и бизнеса, но для оформления новой модели коммуникации власти и бизнеса предстоит пройти еще долгий путь. В процессе проведения реформ существуют ограничения в отношении государственных органов по отношению к рынку; сокращаются варианты незаконного вмешательства в предпринимательскую деятельность; создается равная и открытая обстановка для коммуникации власти и бизнеса.³⁷

³⁷ Взаимодействие власти и бизнеса в Китае // URL: <http://cnpolitics.org/2016/08/state-business-relations/>

Исходя из сложившейся ситуации развития новой модели коммуникации власти и бизнеса в Китае, можно предложить следующие пути по совершенствованию:

1) Установление жестких правил регулирования для государственных структур и проведение антикоррупционной политики.

Во-первых, усилить законодательство во взаимоотношения власти и бизнеса и усилить осуществление государственного управления на основе закона. Рекомендуется принять закон «О содействии коммуникации власти и бизнеса в реализации программы «Цин» и «Цинь», чтобы установить границу общения между властью и бизнесом, определить стандарт, принципы работы, каналы содействия и способы гарантии во взаимоотношении власти и бизнеса. Создать систему, при которой представители предпринимателей принимают участие в процессе выработки и принятия государственных решений, а власть прислушивалась к мнению со стороны предпринимателей. Создать единые правила контроля во взаимоотношении власти и бизнеса, подключить к системе контроля отношения власти и бизнеса представителей прокуратуры. Позволить предпринимателям принимать участие в осуществлении антикоррупционной политики для гарантии справедливого развития в соответствии с законодательством.³⁸

Во-вторых, стандартизировать органы государственной власти законодательно и ограничить сферу административного вмешательства в хозяйственную деятельность. Надо определить список полномочий органов власти: в основе существующего административного права Китая ограничить контрольно-надзорные функции органов власти. Надо усилить административную ответственность: определить объект проведения контрольно-надзорных мероприятий в соответствии с законами, правилами и административными регламентами, чтобы гарантировать качество государственных услуг органов власти по отношению к предприятиям. Надо укрепить контроль власти путем

³⁸ Хань Янан. Новая модель «Цин» и «Цинь» / Хань Янан. Пекин.: Изд-во ПУ, 2016. 99с.

создания платформы совместного пользования информацией в Интернете, чтобы осуществить визуализацию в процессе реализации функций органов власти, а также увеличить прозрачность власти и антикоррупционную составляющую в отношениях власти и бизнеса.³⁹

В-третьих, усовершенствовать институт защиты прав предпринимателей и уменьшить контрольно-надзорные санкции при выявлении административных нарушений. Надо укреплять законодательно защиту права предпринимателей и совершенствовать режим контрольно-надзорных «каникул».

2) Содействие государственному управлению и усиление сотрудничества.

Во-первых, надо совершенствовать режим управления предприятиями и улучшать качество сотрудничества между властью и бизнесом. Надо создавать восходящую систему управления имеющимися ресурсами, всесторонне оценивать ситуацию вокруг предприятий, проводить оценку об управлении предприятием на уровне предпринимателей. Надо расширять действие таких законов, как «О компаниях», «О договорах», «О бухгалтерском учете» для всех предприятий без исключения. Совершенствовать правила и стандарты управления компаниями для создания системы эффективного и оперативного механизма координации между дирекциями, директорами и промежуточными управляющими.

Во-вторых, необходимо оздоравливать механизм контроля за соблюдением законов, повышать степень доверия между властью и бизнесом. Надо улучшать и упорядочивать систему контроля правоохранительных органов, согласно изменению рыночной экономики, регулировать организацию безопасности и охраны труда, развивать систему трудового страхования, облегчать налоговую нагрузку на предприятия и повышать эффективность контрольно-надзорных мероприятий. Надо продвигать концепцию «управление по закону» в культуру китайского предпринимательства, создавать специальные учреждения, занимающиеся юридической консультацией предпринимателей по различного рода вопросам.

³⁹ Фан Зи. Государственная поддержка предприятий / Фан Зи. Шанхай.: Совет, 2016. 124с.

3) Усиление управления в соответствии с законами и стимулирование сотрудничества власти и бизнеса.

Во-первых, улучшить макро-контроль со стороны государства и способствовать развитию консенсуса между различными институтами власти, бизнеса и общества. Необходимо привлекать предприятия к участию в принятии важных государственных решений, совершенствовать способы макро-контроля на основе анализа рынка и разрабатывать меры в соответствии с интересами предприятий.

Во-вторых, совершенствовать рыночные институты путем распределения ресурсов в соответствии с законом. Надо придерживаться принципа открытости и справедливости, чтобы продвигать постановку на коммерческую основу разных производственных компонентов. Надо оздоравливать имеющуюся рыночную систему путем создания открытых информационных баз в сети Интернет для сбора, обработки и публикации информации об экономическом развитии, усиливать регулирование рыночного движения профессионального развития путем коммерческих ассоциаций.

В-третьих, защищать предприятия в соответствии с законом, разграничить полномочия органов власти по отношению к бизнесу.

Надо разработать «принципы для общения между власти и бизнеса», написать конкретные оперативные принципы поведения между властью и бизнесом, включая правила контакта власти и бизнеса в процессе административного контроля, делового ужина, проверки материалов и так далее.

Таким образом, создание новой модели взаимодействия власти и бизнеса помогает власти и бизнесу определить свою роль и функции в системе коммуникации власти и бизнеса, а также содействовать повышению эффективности коммуникации и увеличению количества различных бизнес-ассоциаций. Создание новой модели реализуется в условиях оформления строго

определенного законодательства при поддержке органов власти всех ступеней и контроля со стороны органов власти.

Глава 2. Действия предприятий в системе коммуникации власти и бизнеса в Китае

2.1 GR-коммуникация китайских предприятий

По мере углубления интеграции мировой экономики, предприятия вступили в эпоху глобальной конкуренции. Поддержка правительства является ключевым фактором в развитии предприятий и их конкурентоспособности. Конкурентная среда предприятия тесно связана с государственным управлением и общей политикой, правительство может создать наилучшие условия для конкурентной среды предприятия. Поэтому, многие предприятия устанавливают связи с органами власти, разрабатывают и осуществляют соответствующие стратегии, чтобы влиять на решения правительственных органов.

Фактически это помогает усилить управление и уровень принятия политических решений, повысить стратегическую способность управления предприятием. Со стороны правительства в свою очередь действия предприятий помогают понять требования рынка, решить политические вопросы об их интересах и потребностях, уточнить направление необходимых реформ в сфере государственного управления и повысить его эффективность перед обществом и бизнесом. С точки зрения коммуникации власти и бизнеса, GR-коммуникация полезна для создания наиболее прочных связей сотрудничества и кооперации.

Китайские предприятия делятся на следующие типы: государственные, коллективные, смешанные и частные.

Сравнение китайских предприятий с иностранными предприятиями в Китае имеет свои индивидуальные особенности, по которым можно выделить следующие аспекты:

1) Статус «гражданство»

С момента создания китайские предприятия находятся в системе полного рынка, а также прав и обязанностей. Хотя в настоящее время большинство

предприятий уже не имеет прямой связи с правительственной администрацией, это не означает, что в нынешней системе органы власти не осуществляют управление и контроль, не предоставляют государственные услуги и помощь (иногда автоматически). Естественно, после вступления в ВТО, преимущество китайских предприятий постепенно ослабляется, но по китайской традиции, а также с учетом мер протекционизма, не может полностью исчезнуть.

2) Знакомство с государством

Для создания предприятий, рассмотрения прав на объекты недвижимости и подключения к естественным монополиям, наложения резолюции, привлечение инвестиций, покупки или объединения бизнеса необходимо получить одобрение правительства, поэтому предприятия понимают характер и специфику государства, в результате чего возможно найти наилучшие способы коммуникации с органами власти.

3) Близкие отношения с органами власти

Китайские предприятия всегда основаны в каком-либо районе, поэтому им сначала необходимо войти в контакт с местными органами власти и контрольно-надзорными органами. После того, как масштаб предприятий становится более крупным (например, предприятие малого бизнеса становится средним предприятием), то географические ограничения уменьшаются. Само собой, предприятия приобретают связи с органами власти на более высоком уровне: региональном, провинциальном и даже центральном. Тем более некоторые государственные предприятия, а также поселково-волостные предприятия на фоне регионального представительства уже имеют тесную связь с органами власти. Эта связь похожа на братские отношения⁴⁰.

По сравнению с другими предприятиями, государственные предприятия должны быть подконтрольны государству и соответствующим правительственным органам, они берут на себя много обязательств и ограничений, например: полное исполнение государственных планов, ограничение на установку цен на производимую продукцию и удовлетворение потребностей национального

⁴⁰ Хуэй Фен. Ускорить трансформацию правительственных полномочий // «Го Цзи Цзинь Жун Вао» («Международная финансовая газета»). 2003. 9 января.

экономического регулирования. Но государственные предприятия часто пользуются государственными льготами и определенными привилегиями, такими как монополия некоторых отраслей, финансовая поддержка, льготы по кредитам и льготы по пользованию ресурсами, поставке сырья, государственному заказу и по внешней торговле. Государственные предприятия ограничены органами правительства и обладают благоприятными условиями работы. А как сводить ограничение к минимуму и как расширить роль особо благоприятных условий стали главной мотивацией при GR-коммуникации государственных предприятий.

Резюмируя типы по GR-коммуникации государственных предприятий, мы сделали анализ 7 сайтов государственных предприятий в таких отраслях, как нефть и нефтехимия, операторы связи, акционерные банки, авиационно-космическая и атомная промышленность. Причина выбора этих предприятий в качестве объекта исследования — у них достаточно сильное влияние на принимаемые государственные решения, они являются системообразующими государственными предприятиями, затрагивающие национальную безопасность и обороноспособность государства, а также эти отрасли имеют значительную роль для развития экономики. Содержание анализа сайтов предприятий включает в себя вклад в общественное благосостояние, контакты предприятий с центральными и местными государственными ведомствами, стратегия корпоративной рекламы, бэкграунд глав предприятий, государственная поддержка предприятий и так далее.

Некоторые пояснения по таблице №1, указанной в Приложении 1:

1) Сообщения СМИ включают как сообщения СМИ про коммерческую деятельность предприятия, так и собственные новости (например, пресс-релизы и т.п.), также в таблице перечислены только некоторые новостные сайты;

2) История развития предприятия обычно включает важнейшие события, произошедшие с момента создания предприятия, такие, как посещение предприятий главой государства или сотрудничество с крупными государственными и иностранными компаниями;

3) Заслуги и достижения включают в себя разные награды, полученные от отечественных и зарубежных правительственных или некоммерческих

организаций, или полученные за самостоятельно разработанные и внедренные инновационные технологии;

4) Внешние связи включают сотрудничество с местными правительственными организациями.

По результатам исследования GR-коммуникация государственных предприятий можно выделить 6 основных направлений:

- Взаимоотношение организации с органами власти;
- Социальная деятельность;
- Сообщения о государственном предприятии в СМИ;
- Информация на сайте государственного предприятия;
- Внешние связи государственного предприятия;
- Участие в политической жизни

Взаимоотношение организации с органами власти означает, что государственные предприятия тесно связаны с правительством через партийные организации и управленческий состав, а также используются любые возможности, чтобы расширить доверие и влияние в правительственных структурах. Информационная деятельность позволяет правительству уделять больше внимания к информации о государственных предприятиях. Конкретные действия включают в себя следующие аспекты: приглашение официальных лиц на выставки; приглашение официальных лиц на церемонии подписания различных контрактов; посещение предприятия государственными лидерами; члены постоянного комитета Политбюро ЦК КПК и представители НПКСК посещают предприятия; с помощью специалистов и ученых предприятия идет постоянный контакт с правительственными органами; государственные лидеры встречаются с представителями бизнеса; создание партийной ячейки для знакомства с историей партии и т.д.

Социальная деятельность означает, что государственные предприятия являются организациями с высокой степенью социальной ответственности и представляют собой важный фактор для поддержки стабильного развития социальной сферы. Несмотря на то, что расходы на поддержку социального обслуживания очень высокие, однако эффективность данных мероприятий

превышает затраты. Распространённые виды по социальной деятельности государственных предприятий: поддержка сферы образования и научных исследований; создание благотворительных фондов; поддержка спорта, городское строительство; защиты окружающей среды; развитие сферы медицинского обслуживания; оказание помощи при стихийных бедствиях; сокращение энергопотребления и выбросов загрязняющих веществ; поддержка сельского строительства; например, после Сычуаньского землетрясения (2008) на всех государственных предприятиях были опубликованы сообщения об оказании помощи при стихийных бедствиях.

Сообщения о государственном предприятии в СМИ означает, что государственные предприятия косвенно сообщают о состоянии своей деятельности; цель и планы развития; полученные награды от правительства и общества; активно взаимодействуют со СМИ, например, информация о деятельности государственных предприятий публикуется на сайтах, в газетах, снимаются сюжеты на телевидении. Главная идея использования СМИ состоит в том, чтобы оказать информационное воздействие на общество, сформировать позитивное общественное мнение для влияния на политику правительства. Здесь можно выделить следующие механизмы влияния: отражение положительной информации о деятельности предприятия через новости, веб-сайты и другие СМИ; усиление социального влияния с помощью сообщений об основной деятельности предприятий; формирование социального имиджа путём публикации на своем сайте информации и телевизионной рекламы; создание благоприятной политической конъюнктуры с использованием сайтов, газет и других средств массовой информации.

По результатам исследования было определено, что эти государственные предприятия активно *размещают информацию на собственном сайте*. Здесь также стоит учитывать, что многие руководители государственных предприятий назначаются непосредственно центральными властями, а некоторые предприятия имеют мощный административный ресурс (так некоторые руководители предприятий имеют сильную поддержку на уровне исполнительной власти, а некоторые руководители предприятий имеют опыт работы в местных

правительствах, что свидетельствует о создании крепких политических связей). Непосредственное отношение между государственными предприятиями и правительственными ведомствами позволяет главам предприятий влиять на общую политику через официальные каналы, как в качестве представителей ВСНП или НПКСК предлагаются проекты, которые выгодны для своего предприятия или своей отрасли. Целью информирования является обеспечение права голоса в политической сфере и получение конкурентного преимущества на рынке. Основные действия: распространение политического курса партии и правительства через систему внутренней коммуникации; изучение документов о проводимой органами власти политике; стимулирование предпринимательства за счет внешних СМИ и внутренних СМИ.

Внешние связи государственного предприятия. Хотя за последние годы китайское правительство проводило серьёзную реформу среди государственных предприятий, многие малые и средние государственные предприятия были приватизированы, среди крупных предприятий также проводились реформы, но эти реформы не разрывали созданные отношения между бизнесом и властью. Исторически отношения власти и бизнеса в Китае оказали серьёзное влияние на сегодняшнюю предпринимательскую деятельность. К тому же само китайское общество является типичным обществом, где между людьми, между предприятиями существуют различные взаимоотношения, используя которые государственные предприятия могут провести лоббистскую кампанию и навязать необходимое для себя решение правительству. Кроме предпринимательского лоббирования, предприятия также могут объединиться в союз с другими компаниями или принимать участие в отраслевых ассоциациях. Руководители предприятий могут влиять на решения правительства, опираясь на свой политический авторитет или связи с главами правительственных учреждений. Основные действия: посещение предприятий со стороны руководящего состава правительства и сотрудничество с местным правительством.

Несмотря на то, что правительство принимает политику невмешательства в дела государственных предприятий, но на китайском рынке «невидимая рука» всегда контролирует происходящие процессы. Поэтому политические действия,

связанные с рыночной мотивацией не слишком видны, иными словами, на сайтах предприятий не представляются сообщения о том, как директор по продаже угощает местных чиновников или делает им дорогие подарки, чтобы получить больше преференций в своей сфере ответственности. Мы можем увидеть только то, что главы или персонал предприятий высказывают свои мнения через официальные каналы.

Активное участие в политической жизни является главной стратегией для государственных предприятий, работающих в рыночной среде. Активное участие в политике подразумевает то, что государственные предприятия прямо выражают свои мнения о проводимой политике или о каких-то вопросах на различных заседаниях или мероприятиях, организуемых правительством. Государственные органы уделяют особое внимание советам специалистов различных отраслей, работающих на государственных предприятиях. Государственные предприятия зачастую устанавливают правила работы отраслей для получения максимальной выгоды, опираясь на монопольное преимущество в своей отрасли.

Как видно из Таблицы 1 все китайские государственные предприятия участвуют в улучшении благосостояния китайского общества, хотя на некоторых предприятиях публикуется мало сообщений, но очевидно, что государственные предприятия активно или пассивно поддерживают формируют свой имидж через поддержку со стороны общественности. Влияние СМИ не может быть проигнорировано со стороны государственных предприятий, поэтому они обращают внимание на этот факт и передают правительству и обществу через СМИ информацию о социальной поддержке общества и другой деятельности, направленной на улучшение социального имиджа предприятий. Многие государственные предприятия отмечены лидерами страны, как проявляющие заботу о благосостоянии общества, что тоже является хорошим фактором для улучшения социального имиджа предприятий.

GR-коммуникация китайских государственных предприятий имеет свою целевую установку, так как государственные предприятия умеют предпринимать конкретные действия для создания благоприятной политической среды вокруг своей организации и принятия необходимого государственного решения.

Анализируя особенности GR-коммуникации китайских государственных предприятий, можно сделать следующие выводы:

1) Государственные предприятия часто оказывают влияние на общество посредством социального и политического влияния с целью оказания общественного давления на правительство, и достижения экономических целей.

2) Государственные предприятия контролируют ресурсы для достижения максимальных экономических показателей, чтобы сохранить свое монопольное положение они участвуют в разработке нормативно-правовых актов, затрагивающих их сферу деятельности.

3) Государственные предприятия укрепляют корпоративный социальный имидж через СМИ (например, CCTV News Network, национальные средства массовой информации, веб-сайт SASAC и другие). Информировать общественность через корпоративные сайты о полученных государственных и международных наградах.

4) Китайские лидеры посещают государственные предприятия, а к юбилеям и праздникам предприятиям отправляют официальные поздравления и т.д. Это является естественным преимуществом, которое может увеличить значимость предприятий в глазах общественности.

Знание особенностей общения государственных предприятий с властями и их уникальных характеристик позволит GR-специалистам проводить коммуникацию более эффективно.

Если речь идет о действиях частных предприятий, направленных на коммуникацию власти и бизнеса, то у частного бизнеса тоже существует много способов. Согласно нашему исследованию, GR-технологии имеют две категории: непосредственный контакт и косвенный контакт. Косвенный контакт подразумевает стратегию пресс-секретаря, консультации информации, мобилизацию социальных сил, эксплуатацию деятельности и стимуляцию финансов.

1) Непосредственный контакт

Непосредственный контакт предполагает непосредственное («лицом к лицу») взаимодействие представителей корпораций с представителями институтов государственной власти в целях достижения нужных лоббирующей стороне решений. Можно выделить три аспекта:

а) Участие бизнесменов в заседаниях комитетов и комиссиях при парламенте и исполнительных органах власти. Собрание народных представителей и Политический консультативный совет предоставляют бизнесменам очень хорошую платформу для коммуникации. Главы предприятий как депутаты собрания народных представителей участвуют и обсуждают политические и государственные вопросы. Сегодня в Китае много предпринимателей, которые избраны депутатами ВСНП и на этом основании заручаются дополнительной государственной поддержкой.⁴¹

Таблица 2.

Показатель депутатов ВСНП из предприятий и настройки политики в 2000-2008 гг.⁴²

Год	Общее количество депутатов	Количество депутатов из бизнес-среды	Доля (%)	Преференции от участия в законодательной деятельности для предприятий
2000	564	56	9.9	Ф и н а н с ы , теплоснабжение, т.д.
2004	571	60	10.5	Защита окружающей среды т.д.

⁴¹ Положение о Государственном Совете КНР по вопросам обеспечения устойчивого и здорового развития рынка недвижимости. 31.08.2003

⁴² Показатель депутатов ВСНП из предприятий и настройки политики в 2000-2008 гг // на сайте: «news.sina» URL: <http://news.sina.com.cn/c/sd/2012-07-06/142524726245.shtml>

2008	568	67	11.7	Экономия энергоресурсов и уменьшение выбросов в атмосферу
------	-----	----	------	---

Как видно из вышеизложенного, участие глав предприятий в представительных органах власти действительно приносит пользу организациям и бизнес-сообществу в целом.

б) Участие в деятельности официальных бизнес-ассоциаций. В каждой отрасли существуют бизнес-ассоциации, в целом по статистике по всей стране более 700 различных бизнес-ассоциаций. В отличие от государственных органов ассоциации могут играть следующие роли:

- Ассоциации помогают собирать информацию о политике и экономике и создавать базу данных, а также экономить расходы предприятий при решении отдельных проблем, стоящими перед предприятиями.
- Ассоциации компенсируют «провалы государства» в части обеспечения защиты прав собственности, повышения эффективности государственного управления и развития инфраструктуры – через коллективное давление бизнеса на государство.⁴³
- Ассоциации компенсируют «провалы рынка», связанные с отсутствием или неразвитостью адекватных рыночных институтов. Это может быть отсутствие механизмов, обеспечивающих информацию о новых рынках и новых технологиях или стимулирующих фирмы к внедрению и соблюдению стандартов качества (особенно при выходе на экспортные рынки), слабость системы повышения квалификации и обучения работников, неразвитость рынков венчурного финансирования и т.д. Как показывают последние исследования, такие «провалы рынка» могут быть компенсированы через коллективные действия фирм в соответствующих секторах и их взаимодействие с государством. Бизнес-ассоциация часто

⁴³ Т.А. Алимова, А.В. Ченина, А.Ю. Чепуренко. Бизнес через призму социологии // Т.А. Алимова, А.В. Ченина, А.Ю. Чепуренко. Москва.: Мир России, 2011. № 3 - 3с.

выступают в качестве важного посредника в таких взаимодействиях, и именно в этом случае они могут рассматриваться как «агенты модернизации». В целом необходимость кооперации бизнеса и государства в устранении провалов рынка в развивающихся экономиках особо подчеркивается в работах по «новой промышленной политике».⁴⁴

С помощью бизнес-ассоциаций GR-специалист, у которого не хватает собственных ресурсов, может выстроить целостную систему взаимодействия в формате «компания - бизнес-ассоциация – власть». Деловые ассоциации в этом случае создают такой механизм решения проблем, при котором доступ к принятию государственного решения не зависит от ресурсных возможностей отдельной компании.

в) Предоставление экспертной информации является самым распространенным способом лоббизма в Китае. Большая часть законопроектов или готовящихся решений в органах исполнительной власти требует специальных знаний, а аналитические службы при органах власти зачастую неспособны предоставить исчерпывающую информацию по существу рассматриваемого вопроса⁴⁵. Отделы по связям с органами государственной власти имеют в своем распоряжении хорошо проработанные аналитические исследования по интересующим вопросам, нежели аналитические службы при органах власти. Нередко сами работники органов власти обращаются в соответствующие отделы корпораций за помощью при подготовке документов. Такая помощь, как правило, всегда оказывается, а работники корпорации не только устанавливают тесный личный контакт, но и всегда располагают полной информацией о готовящихся государственных документах.

Экспертная информация может предоставляться депутатам и чиновникам не только в ходе личного общения, но и на заседаниях комитетов и комиссий, куда

⁴⁴ А.Ю. Зудин, А.А. Яковлев. «Подснежники» или незаменимые посредники? Сектор «работающих» бизнес-ассоциаций России // А.Ю. Зудин, А.А. Яковлев. Москва.: Мир России. Социология. Этнология, 2011. № 3

⁴⁵ Чэньчжоу Ван. Государство и предприятия // - Чэньчжоу Ван. Пекин.: Экономика, 2002. - 54с.

бизнесменов приглашают в качестве экспертов, а также на парламентских слушаниях.

2) Косвенный контакт.

- **Стратегия «Пресс-секретарь»** подразумевает, что предприятие находит чиновников непосредственными или косвенными способами, чтобы они учитывали интересы предприятия во время разработки и реализации государственной политики в отдельных сферах. Одним из ярких примеров служит основатель компании спорттоваров Li-Ning – известный китайский спортсмен, олимпийский чемпион по спортивной гимнастике⁴⁶. Его близкие отношения с высшими должностными лицами Министерства спорта повлияли на организацию и осуществление деятельности национальной фитнес-индустрии в нескольких провинциях Китая, а также способствовали заключению договоров по поставке спортивного оборудования.

- **Стратегия «Консультационная информации»**, основана на том, что предприятия предоставляют аналитические исследования о состоянии отдельного сектора рынка, анализ производства конкретной продукции, либо свои данные и советы в правительственные отделы официальными и/или неофициальными каналами. Таким образом, информация предприятий более обширная и точная, чем информация у представителей органов власти. Например, одна из крупнейших транспортных компаний, работающая на внутреннем рынке на реке Янцзы, много раз предоставляла правительству отчеты, в которых приводила стратегии более эффективного использования реки Янцзы, для того, чтобы провинции и города смогли рассмотреть более эффективное планирование логистических цепочек. Когда правительство формировало политику в сфере внутреннего судоходства, то всегда оказывало компании большую поддержку.

- **Стратегия «Мобилизация социальных сил»** реализуется путем оказания влияния на общественное мнение, когда ключевые заинтересованные общественные группы, такие как акционеры, потребители

⁴⁶Лян Жчонмин, Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в китайской экономике // китайский журнал менеджмента. - П., 2005. № 1.

и т.д. подвергаются точечной информационной агитации со стороны предприятия, что позволяет реализовать требуемое решение для организации. Таким образом, компания косвенно влияет на решения, принимаемые со стороны правительства. Например, когда основатель компании Lenovo Лю проводил реформу системы управления компанией, то в первую очередь провел информационную работу по формированию положительного общественного мнения, что позволило провести реформу управления компанией с минимальными репутационными потерями⁴⁷.

- **Стратегия «Эксплуатация деятельности»** – предприятия ставят свою бизнес-деятельность на первое место, учитывая желание государственных ведомств и личные предпочтения и пожелания, для того, чтобы усилить релевантность и зависимость между государственными ведомствами и предприятиями.

- **Стратегия «Благотворительность»** означает, что предприятия жертвуют средства и оказывают финансовую поддержку государственным ведомствам или некоммерческим организациям. Например, компания MengNiu оказала денежную помощь сектору здравоохранения провинций и автономных районов, когда они нуждались в помощи в связи с распространением острого респираторного синдрома (SARS).

Обобщим информацию о GR-технологиях, используемых китайскими предприятиями в Таблице 3.

Таблица 3.

Технологий GR-коммуникации

GR-технологии	Деятельности предприятий	Заинтересованные лица
----------------------	---------------------------------	------------------------------

⁴⁷Ан Жонжчуан. Инструмент цивилизованного лоббизма / Ан Жонжчуан. Пекин.: Политика, 2007, - 23с.

Прямой контакт	<ol style="list-style-type: none"> 1. Владельцы предприятий стремятся занять роль депутата ВСНП для участия в политической жизни. 2. Занять роль представителя НПКСК. 3. Компания принимает на работу бизнес-консультанта для коммуникации с властью. 4. Отдельные представители компании могут принимать участие в обсуждении политики в государственных органах. 5. Принимает участие в бизнес - ассоциации, которая оказывает помощь государству в принятии правил и законов. 	Предприниматели и органы власти
Стратегия «Пресс-секретарь»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Компания прямо обращается к чиновникам. 2. Компания поддерживает связь с родственниками, друзьями чиновников. 	Предприниматели и органы власти
Стратегия «Консультационная информация»	Представляет государству исследования о развитии отрасли, влияющих на какую-либо сферу, с учетом интересов этой сферы в целом или своей компании.	Предприниматели и органы власти
Стратегия «Мобилизация социальных сил»	Используя мощь компании привлекается внимание СМИ и потребителей, для того, чтобы формировать единое мнение, что в итоге влияет на принимаемые решения органов власти.	Предприятия, представители общества, органы власти

Стратегия «Эксплуатация деятельности»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Занять роль предприятия, от которого зависит власть. 2. Вести дела, которые поощряются властью. 3. Вложение инвестиций в сферу интересов власти. 4. Частое посещение государственных лиц. 	Предприниматели и органы власти
Стратегия «Благотворительность»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оказание поддержки различной деятельности властей. 2. Благотворительные пожертвования. 3. Спонсорство некоммерческой рекламы. 	Предприятия, первые лица государства, органы правительства

2.2 Стратегия GR-коммуникации транснациональных компаний

4-ого апреля 2006 года, китайский председатель КНР Ху Цзиньтао прибыл в аэропорт Боинг Филд в Сиэтле. Это был его первый визит в США в качестве председателя КНР. Он посетил компанию Microsoft и дом Билла Гейтса. В то время компания Microsoft заключила договор на самый большой заказ за последние 14 лет в Китае. С 12 по 17 апреля были заключены договоры на покупку лицензионного программного обеспечения на сумму 1.6 миллиардов долларов с 4 основными китайскими производителями компьютеров Fangzheng, Цинхуа Tongfang, TCL и Lenovo.⁴⁸

В 2004 году китайский рынок был одним из самых труднопроникаемых рынков для иностранных компаний. Компания Microsoft хотела, чтобы китайские пользователи и предприятия использовали лицензионное программное обеспечение, а для этого было оказано давление на китайскую власть через международный судебный процесс. Однако был получен противоположный

⁴⁸ Стратегия бизнеса Microsoft в Китае // на сайте: «wangyi» URL: tech.163.com/06/0523/02/2HP9NR5V000915B2.html

эффект. Microsoft Китая является самой полной дочерней компанией по функциям, за исключением штаб-квартиры компании в США, и имеет самые крупные ресурсы и технологии в своей отрасли. Однако несмотря на ресурсы и технологии, вклад второго по размеру рынка РС в глобальную прибыль Microsoft был менее чем 1%. Поэтому Microsoft начал менять свою стратегию в Китае, в первую очередь изменения начались с улучшения взаимоотношений с властью, включая увеличение количества переговоров с китайскими государственными представителями, участие в программах образования и профессиональной подготовки, а также расширение инвестиционной стратегии компании в Китае. До 2005, сумма инвестиций Microsoft в Китае достигала порядка 10 млрд. долларов. Кроме этого, Microsoft дала обещания в течение следующих пяти лет инвестировать не менее \$ 3,7 млрд. в Китай и продолжать подготовку кадров по созданию программного обеспечения.

Сегодня Китай считается одним из крупнейших получателей иностранных инвестиций в мире. В данное время в Китае действуют различные ТНК, связанные со сферой производства автомобилей, телекоммуникационного оборудования, машиностроения, энергетики и т.д.

В последние 10 лет 20-ого века самым эффективным решением правительства Китая была реформа открытости китайской экономики: произошло резкое увеличение прямых иностранных инвестиций в китайскую экономику, Китай стал крупнейшим получателем иностранных инвестиций развивающихся стран на протяжении последующих 8 лет. В то же время транснациональные компании, как лидеры отрасли, вкладывали масштабные и систематические инвестиции в экономику КНР. Более 400 всемирно известных компаний, а также 500 крупных транснациональных компаний вложили свои инвестиции в Китайскую Народную Республику. Такая степень конкуренции в отдельно взятой стране встречается очень редко.

Западная модель GR-деятельности соответствует экономическому режиму и политической системе стран со сложившимися демократическими традициями. В тоже Китай является социалистическим государством и имеет свою специфическую национальную культуру. Западные модели GR-коммуникации

предприятий не могут быть полностью скопированы в Китае. Что такое GR-коммуникации, соответствующие китайской экономике?

Чтобы глубоко узнать стратегию GR-коммуникации транснациональных компаний (ТНК) в Китае, мы провели анкетирование среди 50 ТНК в Китае. По результатам опроса, большинство ТНК в Китае считает, что проведение деятельности GR-коммуникации в Китае труднее, чем в западных странах. На западе можно использовать общую деятельность и влиять на разработку, реализацию и прекращение государственных решений. Но так как рынок в Китае постепенно открывается, а функции и уровни управления у правительственных органов более широкие, то специалист в ТНК должен больше внимания уделять коммуникации с китайскими органами власти для обмена информацией и общения с должностными лицами.

На рисунке 1 указано, что самая большая проблема, с которой транснациональные компании сталкиваются в Китае при общении с правительством, является неопределенность китайской политики.



Рисунок 1. Результаты анкетирования ТНК, работающих в КНР

ТНК необходимо непрерывно лоббировать свои интересы в органах власти, чтобы получить некоторые преференции в соответствующих сегментах китайской экономики, например, доступ к налоговым каникулам, заключение контрактов с правительством, получение лицензии на ведение бизнеса и т.д. Проблема государственного вмешательства в экономику находится на втором месте в рейтинге проблем при общении с органами власти. Китайский рынок находится в состоянии полуоткрытых непрозрачных правил, а правительство не только контролирует распределение дефицитных ресурсов, но и устанавливает условия выхода на китайский рынок. Кроме того, существуют такие проблемы, как коррумпированность власти, неэффективность государственного аппарата, высокие налоговые ставки и отсутствие эффективных и удобных каналов финансирования.

Анализируя секрет успеха GR-коммуникации ТНК можно сделать следующий вывод - залог успеха заключался в том, что они проделали хорошую работу по связям с китайскими органами власти:

а) Создание прямых каналов связи с органами власти.

В Китае лоббизм и GR-деятельность имеют небольшое различие по сравнению с Европой. В Китае функции и сфера управления со стороны органов власти значительно шире нежели в Европе. GR-специалисты транснациональных компаний должны знать разницу между деятельностью в стране, где находится штаб-квартира, и Китаем. В Китае необходимо искать каналы общения с властью, ТНК должна повысить свою конкурентоспособность путем назначения встреч с главой правительства, обозначение действий компании по поводу инвестиций в Китае, получение государственной поддержки, влияния через СМИ для формирования положительного общественного мнения⁴⁹. Например, президент компании Unilver с 5-ого по 10-ое июня 1998 года посетил Шанхай и Пекин, и провёл официальную встречу с представителями власти, чтобы заложить основу устойчивого развития компании в Китае. А президент компании Motorola, Майк

⁴⁹ Lee, J. State Owned Enterprises in China: Reviewing the Evidence, OECD Working Group on Privatization and Corporate Governance of State Owned Assets (OECD Publishing).201

Зафировски, прибыл в Китай, когда шло распространение атипичной пневмонии (SARS), что означало озабоченность по решению данной ситуации со стороны китайских властей. С одной стороны, пребывание руководителя компании Motorola выражало заботу и поддержку рынку Китая. С другой стороны, это было шансом сблизиться ближе с властью Китая. Другие президенты ТНК так же много раз посещали Китай и встречались с руководством Китая. Можно сказать, что встреча с главами государства в значительной степени выражает силу компании.

Транснациональные компании, оказывая поддержку в получении правового статуса в международной торговле не только помогают улучшать международный имидж Китая, но и представляют собой хороший способ для использования инструментов лоббизма⁵⁰. Компания Motorola сыграла важную роль в принятии США PNTR (Permanent normal trade relations) и вступления Китая в ВТО. Motorola объявила о создании инвестиционного проекта стоимостью три миллиарда долларов, после вступления Китая в ВТО. Эта деятельность позволила Motorola приобрести поддержку властей Китая.

Сотрудничество с правительственными учреждениями необходимо ТНК для получения поддержки и доброжелательного отношения со стороны государства. В апреле 1997 года компания Motorola заключила с Госпланом Китая соглашение, в котором говорилось, что в течение 5 лет будет обучено 1000 государственных предприятий, кроме того Motorola поделится с ними передовыми технологиями и опытом управления. Госплан Китая поддержал это соглашение. До 2010 года, компания Motorola провела 29 курсов, на которых обучались стажеры из более, чем 500 китайских предприятий, что составляло примерно 2000 человек⁵¹. За счет подобных действий компания Motorola достигла крупного успеха в Китае благодаря поддержке властей.

Создание хороших отношений с местным правительством также является базой для успешного развития транснациональных компаний в Китае. Известный

⁵⁰ Robert Grosse, *International Business and Government Relations in the 21st century*, Cambridge University press MPH, 2005.

⁵¹ Успешные кейсы ТНК в Китае // на сайте «Синьхуа» URL: news.xinhuanet.com/employment/2002-09/.../content_555883.htm

ученый Ло Ядон предложил теорию «четырех углов» на основании эмпирического исследования отношений между местным правительством и 131 ТНК в Китае: дополнительная взаимодополняемость ресурсов (Resource Complementarity), организационная достоверность (Organizational Credibility), политическая толерантность (Political Accommodation) и личные отношения (Personal Relations).⁵² Он считает, что развитие хороших отношений с местным правительством состоит в максимизации экономических выгод и снижении количества конфликтных ситуаций с местной средой. Хорошие отношения с местным правительством приносит пользу транснациональным компаниям по размещении инвестиций, инфраструктуре, финансовой поддержке и другому вспомогательному преференциальному режиму. 80% ТНК в его исследовании обозначают, что, в свою очередь, они создают контакты с местным правительством, с помощью которых создают каналы связи с властью.

б) Реализация стратегии локализации

Ученый Alan M. Rugman полагает, что глобализация, особенно экономическая глобализация уже закончилась, так как появилась стратегия «регионализация мышления, локализация действия» у ТНК. Успешная реализация кросскультурной коммуникации в предпринимательской деятельности и реализация локализации при самой низкой стоимости в современное время для ТНК является самой важной задачей, особенно в Китае. Транснациональные компании имеют хорошую репутацию и известность, но у них отсутствует понимание местных потребительских вкусов и потребностей. «Думай локально, действуй глобально» это стратегия которая подразумевает под собой наличие, на первый взгляд, противоположных управленческих навыков. Менеджерам действительно необходимо быть «местными» в своем понимании экономических реалий, но их поведение при этом должно оставаться «глобальным». Они должны обладать действительно глобальным опытом и четким пониманием сути стандартов корпоративного поведения, которым следуют ТНК. Согласно

⁵² luo Xiaodong. Multinational Corporation-Host Government Relations // luo Xiaodong. Beijing.: Economy. 2009,22p.

результату исследования, стратегия локализации обычно выделяет локализацию отношения, локализацию продукции, локализацию рынка и локализацию людских ресурсов.

- Локализацией отношения является ядро реализации стратегии локализации ТНК в Китае. Локализация отношения гарантирует успех ТНК в инвестиционной стратегии Китая, и в значительной степени помогает им получить поддержку китайского правительства и общества.
- Локализация продукции – основная продукция ТНК производится в Китае. Стратегия локализации продукции приносит ТНК много преимуществ, включая установление правового статуса долгосрочного развития на китайском рынке, заложение фундамента для расширения низкой стоимости и установление партнерских отношений и цепочек поставок. На китайском рынке для глобальных розничных сетей, локализация продукции означает и локализацию закупок. Французская компания Carrefour, второй по величине в мире оператор розничной торговли, утверждает, что доля китайского сырья в закупках в Китае достигла 80%.
- Локализация рынка направлена на потребителей. ТНК не просто предоставляет свою продукцию на китайский рынок, а сосредоточивается на разработке продукции, которая может удовлетворять потребительский спрос. Реализация стратегии локализации рынка состоит в том, чтобы полностью понимать особенность национальной китайской культуры, потребительскую психологию и эмоциональную потребность. На основе поддерживания их уникальных черт имиджа бренда, преодолеть потребительский культурный барьер, реализуя локализацию рынка.
- Локализация людских ресурсов: разработка и использование локализации людских ресурсов значительно помогают ТНК наладить отношения с китайским правительством и обществом. Многие исследования ТНК делают акцент на том, что местный персонал и управленческий уровень лучше понимают потребности китайских потребителей, и помогает ТНК перенимать науку и технологии вышестоящего уровня, но и также успешный опыт в

китайскую культуру.⁵³ Например, локализация кадрового состава компании оказала помощь Unilever в ознакомлении с культурой потребления, с разными потребительскими стилями и привычками в китайском обществе. Компания Unilever считает, что использование местных менеджеров позволит сузить расстояние между организацией и потребителями, в связи с этим численность иностранных работников снизилась на 40%. Конечная цель компании Unilever заключается в том, чтобы китайцы руководили бизнес-единицами компании в Китае. Начиная с 2005 года, количество местных менеджеров увеличилось, а штат иностранных специалистов был урезан в большом количестве. Unilever стремится к тому, чтобы среди работников, управляющие должности на 95% были заняты местным населением⁵⁴.

в) Формирование корпоративного имиджа (Enterprise Image Promotion)

Имидж компании зачастую социально обусловлен. Он оказывает активное воздействие на общественное мнение и деловую активность. Преимущество позитивного имиджа очевидно. Позитивная известность – это совокупность больших трудовых и капиталовложений. Особенно для ТНК в Китае, если транснациональные корпорации имеют позитивный имидж, то существует большая вероятность для них получить одобрение китайского правительства, а также реализовать коммерческие интересы выгодные для компании.

Как формируется корпоративный имидж ТНК в Китае? Часто выделяют следующие аспекты:

- Добросовестная конкуренция с китайскими предприятиями

Развитие предприятия путем организации добросовестной конкуренции. American International Assurance (AIA Group) является первой транснациональной компанией, которая была создана в Китае. В то время AIA Group являлась первой транснациональной компанией по страхованию в Китае. После выхода на китайский рынок, компания придала большое значение сотрудничеству с местными страховыми компаниями, распространении передовых концепций и

⁵³ Хе Зхонгли. Стратегия локализации ТНК в Китае // Хе Зхонгли. Пекин.: Политика. 2014, - 8с.

⁵⁴ Li Xiaofei. China's outward Foreign Investment from a Political Perspective // Li Xiaofei. Beijing.: Economy. 2008, 34р.

системы страхования. По словам Главы AIA Group, отношения с китайскими страховыми компаниями должны быть сотрудническими. Именно благодаря этому, AIA Group получил большой успех в Китае по сравнению с другими компаниями данного сектора экономики.

- Поддержка развития системы образования

Образование является основной задачей в государственной политике Китая. Но по многим причинам уровень образования в Китае еще находится на стадии развития. Поэтому оказание помощи в развитии образования стало важным каналом взаимодействия для GR-специалистов с китайскими органами власти. Например, компания Intel имеет несколько методов поддержки системы образования в Китае. Впервые в 1997 году Intel реализовала проект по обучению детей навыкам использования компьютеров. Во-первых, в 2000 году компания Intel проводила обучение школьных учителей. В течение 3 лет как минимум 30 000 учителей закончили обучение. Во – вторых компания улучшила контакт с китайскими университетами, оказывая им помощь и поддержку. Компания Intel пожертвовала китайским университетам средства и оборудование на сумму более 300 миллионов долларов, создала 21 лабораторию для обучения и проведению экспериментов в университетах.

В настоящее время связи с общественностью становятся всё более значимой сферой деятельности транснациональных компаний, такие как, например, образование для женщин и детей, охрана окружающей среды, оказание помощи малообеспеченным людям и т.д.. Связи с общественностью - как вид коммуникации с властью не только дают предприятиям возможность получить известность и улучшить имидж компании, но и возможность углубить отношения с местными органами власти.

- Деятельность по охране окружающей среды не только помогает защитить окружающую среду, но и повышает имидж компании. Компания Ford вложила значительные средства в Китае для создания премии по защите окружающей среды. В тоже время Ford тоже получила косвенные дивиденды. Так на церемонии открытия вручения премии по экологии, заместитель министра

Лесного хозяйства ЧжиПин (智平) и директор Комитета защиты окружающей среды и ресурсов ЖенЦюДже (任曲格) высоко оценили вклад компании Ford в защиту окружающей среды. Президент компании Ford в Китае признает, что такие мероприятия не только повышают доверие правительства к компании, но и увеличивают репутацию бренда в конкретном регионе⁵⁵.

- Оказание поддержки и помощи властям в кризисных ситуациях тоже является средством коммуникации для ТНК. Когда шла борьба с атипичной пневмонией (SARS), многие предприятия оказали помощь народу Китая, особенно в сфере медицины. 28 апреля 2008 года компания Siemens Ltd. пожертвовала более 200 мобильных телефонов и 17 аппаратов искусственной вентиляции легких, которые являются важным лечебным оборудованием для больных SARS. 8 мая 2008 года, немецкое правительство в компании Siemens закупило медицинское оборудование на сумму 10 миллионов евро, чтобы пожертвовать Китаю. Это несомненно повысило репутацию компании на китайском рынке. По мере того, как ситуация с SARS становилась все более серьезной, продажи медицинского оборудования компании Siemens сильно выросли в Китае.

В связи с этим, можно сделать следующий вывод: так как в Китае GR-коммуникация имеет свои особенности, то иностранным предприятиям которые решают создавать бизнес в Китае, обязательно необходимо понять и вникнуть в местные политические, культурные и экономические особенности, чтобы скорректировать свою стратегию и подстроить её для лучшего курса развития ТНК в Китае.

По анализу проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Важность GR-коммуникация для предприятий

GR-коммуникация в предприятиях очень важна, вне зависимости от типа предприятий. GR-коммуникация должна быть направлена на двухстороннюю связь, на создание отношений, основанных на взаимопонимании, взаимопомощи и взаимовыгодного сотрудничества с правительственными органами. В связи с

⁵⁵Уан Щинка. GR: Практикум по лоббизму в Китае // Уан Щинка. Шанхай.: Народа. 2013, -34с.

тесной связью между бизнесом и властью, эффективная коммуникация власти и бизнеса играет основную роль в развитии предприятий. В то же время, даже в зрелых рыночных экономиках, между властью и бизнесом существуют нарушения в механизме, а GR-коммуникация играет роль смазки для данного механизма.

2. Надо обращать внимание на стратегию при реализации GR-коммуникации.

Проведение стратегии GR-коммуникации предприятий влияет на разработку и осуществление политики правительства, для реализации политических интересов. В Китае разные типы предприятий имеют свои стратегии GR - коммуникации, в этой главе, мы исследовали политические действия предприятий, особенности, технологии и типы стратегии GR - коммуникации. В основе анализа используются материалы 7 государственных предприятий, несколько кейсов частных предприятий и опрос государственных предприятий. В большинстве предприятий в Китае есть профессиональные GR - специалисты, которые стремятся создавать прямые или косвенные контакты с властью. С одной стороны их стратегии GR - коммуникации проявляются как мобилизация социальных сил, участие в ассоциациях, формирование корпоративного имиджа предприятий, и оказание поддержки и помощи в деятельности социального обслуживания. С другой стороны, у них также существуют уникальные стратегии GR - коммуникации, учитывающие особенности типа предприятия. Благодаря политическому преимуществу у руководителей в большинстве государственных предприятиях Китая более или менее есть связи с органами власти, что в значительной степени способствует эффективной коммуникации бизнеса и власти. Однако, из-за сильного управления и контроля правительства, действия государственных предприятий направлены на интересы власти. Если сравнивать государственные и частные предприятия, то частные предприятия имеют больше свободы в принятии решений. А для транснациональных компаний в Китае, самым главным залогом успеха GR - коммуникации является реализация стратегии локализации, чтобы получить поддержку китайского правительства и общества.

Глава 3. Правовая поддержка в системе коммуникации власти и бизнеса в Китае

3.1. Китайское законодательство в коммуникации власти и бизнеса

Экономическое законодательство в настоящее время становится приоритетом и играет важную роль в рамках усиления государственной поддержки бизнеса в Китае. Экономическое законодательство - отрасль права, нормы которой регулируют отношения, возникающие в процессе осуществления производственно-хозяйственной деятельности и государственного управления ею. Эта нормативно-правовая база широко применяется для обозначения законодательства о предпринимательской деятельности.⁵⁶ В Китае множество законов в сфере экономики направлены на улучшение общения между государством и предприятием, можно выделить 3 части согласно нынешней форме существования бизнеса Китая: законодательство для государственных предприятий, для частных предприятий и для иностранных предприятий.

После вступления в ВТО в Китае государственные предприятия постепенно потеряли свое место в развитии экономики. Можно сказать, что сейчас государственные предприятия уже не могут оставаться основными объектами в рыночной экономике.

Основа нормативно-правовой базы - закон КНР «О компаниях», который был принят на 5-ом заседании Постоянного комитета Всекитайского собрания народных представителей 8-го созыва 29 декабря 1993 г.; 1-е изменение внесено Решением «О внесении изменений в Закон КНР «О компаниях» на 13-м заседании ПК ВСНП 9-го созыва 25 декабря 1999 г.; 2-е изменение внесено Решением «О внесении изменений в Закон КНР «О компаниях» на 11-м заседании ПК ВСНП 10-го созыва 28 августа 2004 г.; исправлен решением 18-го заседания ПК ВСНП 10-го

⁵⁶ О экономическом законодательстве[Текст]: Конституция КНР от 4 декабря 1982 г. № 451 // 5-й сессии Всекитайского собрания народных представителей 5-го созыва

созыва 27 октября 2005 г.⁵⁷ В нем указаны четкие отношения собственности, четкое определение прав и ответственности, разграничение функций правительства и предприятия. Этот закон радикально увеличил степень независимости предприятий и, соответственно, столь же сильно уменьшил контроль государства над экономическими процессами. Кроме того, закон серьёзно ограничивал административные возможности руководства предприятий по отношению к работникам, резко усилив при этом влияние трудовых коллективов на принятие экономических решений. Принятие этого закона было очень серьёзной и, возможно, решающей макроэкономической ошибкой, допущенной государством перед проведением политики реформы и открытости. Значительная утрата госконтроля над предприятиями для плановой экономики имела разрушительные последствия. Под давлением трудовых коллективов, многие предприятия стали тратить свою прибыль не столько на развитие производства, сколько на повышение зарплаты своих работников. Настоящий закон разработан в целях упорядочивания организации и деятельности государственных компаний, обеспечения законных прав и интересов компаний, участников (акционеров) и кредиторов, поддержания социально-экономического порядка, содействия развитию социалистической рыночной экономики.⁵⁸

За последние 10 лет государственные предприятия находятся в процессе преобразовании, а компании, созданные исключительно на государственные средства, стояли в центре внимания общественности. Поправки в закон «О компаниях» в 2005 году разграничили отношение государственных предприятий и компаний, созданных исключительно на государственные средства. Этот закон определил доступ административного управления компании, созданных исключительно на государственные средства, оформил основную структуру «Система Совместного использования прав акционеров». Закон КНР «О

⁵⁷ О экономическом законодательстве[Текст]: О компаниях КНР 29 декабря 1993 г. № 5// 5-е заседание Постоянного комитета Всекитайского собрания народных представителей 8-го созыва.

⁵⁸ Чжоу Юй. Реформа государственных предприятий: Учебное пособие / Чжоу Юй. – Пекин.: Изд-во ПУ, 2010. - 54 с.

компаниях» позволил компаниям, созданных исключительно на государственные средства, действительно обладать правами самостоятельного развития.

Можно отметить, что борьба с коррупцией тоже является важным звеном для содействия улучшения коммуникации власти и государственных предприятий. Но, к сожалению, до сих пор в Китае еще нет нормативно-правовых актов, направленных исключительно на борьбу с коррупционными проявлениями, хотя за последние 10 лет появилось несколько государственных документов в этой сфере.

Борьба с коррупцией вообще стала визитной карточкой нынешнего китайского руководства с момента его прихода к власти четыре года назад. Эта борьба, по его поэтичному выражению, «должна вестись и против мух, и против тигров».⁵⁹ По итогам заседания Центральной дисциплинарной комиссии КПК было выпущено коммюнике, в котором определены семь приоритетов по борьбе с коррупцией в 2015 году, в том числе: борьба с кумовством; расследования деятельности чиновников, отвечающих за государственные предприятия и государственные контракты (вне зависимости от ранга чиновника и его статуса); усиление международного сотрудничества для экстрадиции подозреваемых в совершении коррупционных преступлений и возвращения в страну их «активов».⁶⁰

Был опубликован список из 8 пунктов, которые каждый китайский чиновник должен был выучить наизусть и беспрекословно соблюдать. Вот этот список (в немного сокращенном виде)⁶¹:

- Отказаться от формализма, то есть всяких красных ковров, «встреч с народом», одаривания цветами, постановочных аплодисментов;

⁵⁹ Сюрприз для «дядюшки» // Сайт «Лента.Ру». URL: <https://lenta.ru/articles/2014/11/24/mistress/>

⁶⁰ В Китае расстреляно 10 тысяч чиновников в рамках борьбы с коррупцией // Сайт «Мировое ревью». URL: <http://world-review.ru/v-kitae-rasstrelyano-10-chinovnikov-v-ramkax-borby-s-korruptsiej/>

⁶¹ Китайская методичка по борьбе с коррупцией // Сайт «Варламов». URL: <http://varlamov.ru/1253837.html>

- Не участвовать без разрешения в коммерческих мероприятиях: перерезании ленточек, закладка камней в фундамент, форумах, конференциях и так далее;
- Писать документы простым и понятным языком;
- Ездить за границу только при необходимости и с разрешения, сократить число сопровождающего персонала;
- Отказаться от перекрытия дорог для проезда кортежей («в обычных ситуациях»);
- Серьезно относиться к участию в новостных программах, не «лить воду», появляться на телевидении только при информационной необходимости;
- Без разрешения не писать статьи и книжки, не отправлять открытки;
- Экономить. Не выписывать себе за госсчет квартиры, машины, путевки и т.п.

Эти меры позволят государственным предприятиям эффективно развиваться, предоставят госпредприятиям стабильную и открытую обстановку управления и гарантируют здоровую коммуникацию власти и госпредприятий.

3.1.2. Законодательство о малых и средних предприятиях

За последние 30 лет после проведения политики реформы и открытости средние и малые предприятия перешли в стадию быстрого развития. Согласно статистике, процентный состав средних и малых предприятий в целых отраслях экономики Китая ежегодно увеличивается. На данный момент китайские средние и малые предприятия уже обладают сильной тенденцией роста. Именно после проведения политики реформы открытости в Китае опубликовали ряд законов о средних и малых предприятиях, что позволило создать хорошую среду для существования и развития среднего и малого бизнеса.

Основным законом, который регулирует средний и малый бизнес в Китае, является закон от 24.07.2007 N209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Китайской Народной Республике». ⁶²В нем указаны основные критерии малого и среднего бизнеса и полномочия органов государственной и муниципальной власти в области развития и поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Проанализировав вышеуказанный закон, можно сделать вывод о том, что государство оказывает среднему и малому бизнесу разнообразную помощь, в том числе финансовую и имущественную, помощь в области инноваций, переподготовки и повышения квалификации кадров. Представляется, что стоит поподробнее остановиться на статье N24, которая напрямую связана с тематикой данного исследования - «Консультационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства». ⁶³ Эта статья предполагает помимо всего прочего создание различных программ правовой поддержки.

В 2005 году Государственным Советом была создана программа «Содействие развитию малого и среднего бизнеса» с целью осуществления создания благоприятных условий для развития среднего и малого бизнеса, эффективного облегчения трудности с финансированием малых и средних предприятий и усиления финансовой и налоговой поддержки среднего и малого бизнеса. ⁶⁴Эта программа высказывает подробные мнения политической поддержки, она стала символом начального формирования системы развития политики малого и среднего бизнеса. Также позволила среднему и малому бизнесу играть более активную роль в системе оживления рынка, продвижения преобразования и удовлетворения потребительского спроса. Возьмем для примера

⁶² О регулирующем налоге на инвестиции в основные фонды[Текст]: Закон о развитии малого и среднего предпринимательства в Китайской Народной Республике от 24 июля 2007 № 209 // Госсоветом КНР.

⁶³ Консультационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства от 19 сентября 2009 г. № 24 // Госсоветом КНР. - 54 с.

⁶⁴ Ли Чьи. Анализ развития среднего и малого бизнеса в Китае / Ли Чьи. -Пекин.: Экономика, 2014. - 104 с.

промышленные предприятия 2008 года, по статистике 2003 года в Китае количество, объем производства, добавленная стоимость, стоимость капитала, оборот от продажи, размер прибыли и количество занятости среднего и малого бизнеса значительно выросли.⁶⁵

Финансовые трудности среднего и малого бизнеса представляют собой глобальную проблему, в том числе и в Китае. За последние годы государство обратило больше внимания на решение проблемы финансирования малого и среднего бизнеса и проводило активную политику по финансовой поддержке малого и среднего бизнеса (МСБ).

С 1998 года Китай начал вводить финансовые законы о среднем и малом бизнесе. С 1998 до 2010 Китайский Народный Банк опубликовал 4 главных документа: «Мнение по вопросам дальнейшего улучшения финансовых услуг для малого и среднего бизнеса»(№278 Президента КНР), «О расширении амплитуды интенсивности процентной ставки по кредитам малого бизнеса» (№502 Президента КНР), «Об усилении и улучшении финансовых услуг для среднего и малого бизнеса» (№379 Президента КНР), «Об усилении поддержки среднего и малого предприятия, которое имеет рынок, эффективности и доверия»(№224 Президента КНР).⁶⁶ Эти документы предлагают ряд мер по развитию политики в условиях совершенствования финансовой услуги, корректировке кредитной структуры и предложению разнообразных финансовых продуктов среднему и малому бизнесу. До сих пор уже сформировалась начальная форма финансовой поддержки государством среднего и малого бизнеса, и управление малым и средним бизнесом улучшилось.

29 июня 2002 года закон «О стимулировании средних и мелких предприятий» был принят на 28 сессии Постоянного Комитета ВСНП 9-го созыва.

⁶⁵ Настоящее положение развития малого и среднего бизнеса в Китае // на сайте «Baidu». URL: <http://www.xuebuyuan.com/1183854.html>

⁶⁶ Хуэй Фен. Ускорить трансформацию правительственных полномочий / Хуэй Фен. Пекин.: Син Хуа, 2003. - 56с.

Данный закон был принят с целью улучшения делового климата и стимулирования здорового развития мелких и средних предприятий, создания большего количества рабочих мест в городах и селах и использования важной роли средних и мелких предприятий в экономическом и социальном развитии страны.⁶⁷ Государство проводит политику активной поддержки мелких и средних предприятий, укрепления руководства, улучшения сервиса, регулирования согласно закону, гарантии прав и интересов, способствуя, таким образом, созданию благоприятного климата для создания и развития мелких и средних предприятий. Этот закон закладывает правовую основу для политики финансирования малого и среднего бизнеса. Чтобы расширить сферу применения этого закона для дальнейшего содействия развитию учреждения кредитных гарантий малого бизнеса, в 2008 году Национальный комитет реформ и развития и Государственное Налоговое Управление совместно издали «Акт об освобождении от уплаты налога на бизнес».⁶⁸ В нем указано, что Комитет по управлению и контролю за банковской деятельностью в Китае поощряет каждый банк создавать учреждения гибких и эффективных финансовых услуг разных видов для малого бизнеса, исходя из их собственной ситуации. В то же время этот документ отмечает, что учреждением финансовых услуг является специальное управление, где предоставляется малому бизнесу кредитные услуги.⁶⁹

Что же получил средний и малый бизнес в Китае от реализации данных мер. Во-первых, предварительно создана система специального финансового учреждения для среднего и малого бизнеса. Согласно требованию Китайского Народного Банка, основным объектом коммерческих банков, кредитных банков и Китайского Народного Банка по народному благоденствию в любых городах является средний и малый бизнес. Во-вторых, создана система кредитной

⁶⁷ Закон О стимулировании средних и мелких предприятий от 29 июня 2002 г. // 28 сессия Постоянного Комитета ВСНП 9го созыва. 2002. №13 - 45с.

⁶⁸ Акт об освобождении от уплаты налога на бизнес от 21 апреля 2008 г. // Национальный комитет реформ и развития и Государственное Налоговое Управление. 2008. - 65с.

⁶⁹ Ван Чжаосин. Анализ реформы финансовых услуг / Ван Чжаосин. Шанхай.: Изд-во ФУ, 2014. - 89с.

гарантии для среднего и малого бизнеса. По статистике Министерства промышленности и Министерства связи и информатизации, до конца 2008 года количество учреждений кредитной гарантии для среднего и малого бизнеса уже достигло 4247, капитал кредитной гарантии - 233,4 миллиардов юаней. Для урегулирования ситуации объединения капитала СМБ, учреждения поощряли активно открывать гарантийную кредитную операцию для СМБ, в 2009 году центральный бюджет выпустил один миллиард юаней в качестве капитала кредитной гарантии СМБ и субсидировал 330 учреждений кредитной гарантии в соответствии с условием правительства.⁷⁰ В-третьих, сформирована Комплексная система финансовой услуги в соответствии с развитием СМБ. Финансовые учреждения еще предлагают операции по финансированию объекта, консультирование по финансовым вопросам и по управлению финансами, агента, инкассо и выдачу по поручению. Кроме того, заинтересованные ведомства финансовых учреждений предлагают всесторонние финансовые услуги по части рыночной информации, корпоративной реструктуризации, реорганизации капитала, обучении персонала, международному сотрудничеству и оценке репутации предприятия.⁷¹

Рассмотрим также другую программу правовой помощи – закон «О неотложной правовой помощи малому бизнесу», который был принят 21 ноября 2015, сокращённо «Неотложка». Основная задача «неотложки» — помочь руководителям малых предприятий при проведении мероприятий государственного контроля и других видов проверок в самые короткие сроки.⁷²

Неотложная правовая помощь предоставляется субъектам малого предпринимательства в случаях возникновения конфликтных ситуаций с

⁷⁰ Развитие малых и средних предприятий // на сайте «Син Хуа». URL: <http://wap.cndca.org.cn/mjzysj/lxzn31/czyz93/1112665/index.html>

⁷¹ Жан Минь. Взаимодействие власти и бизнеса по проблемам развития экономики / Жан Минь. Шанхай Свет, 2010. - 145с.

⁷² Закон О неотложной правовой помощи малому бизнесу от 21 ноября 2015 г. // Госсоветом КНР. 2015. - 156с.

органами, наделенными правом осуществления проверок и контроля, в случаях нарушения имущественных прав субъектов малого предпринимательства третьими лицами, возникновения угрозы законным правам обратившегося за помощью предпринимателя, а также при возникновении потребности в срочных консультациях по имущественным, правовым, финансовым и другим вопросам.⁷³

При обращении в Неотложную правовую помощь предприниматель получает первичную консультацию: какими правами он обладает, а какими - проверяющие, какие документы должны представить незваные гости, какие документы составляются по итогам проверки. В случае необходимости на место проверки выезжает «мобильный офис». Скорость прибытия на место события дежурной группы на специально оборудованном автомобиле не более 40 минут, что позволяет обеспечить присутствие на месте проверки квалифицированного специалиста для смягчения негативных последствий ситуации и своевременного составления ответов в ходе проверок.

Данные программы осуществляют довольно широкий спектр правовой помощи, помогая в решении почти всех трудных правовых вопросов путем мобильных консультаций и личного выезда представителя компании на место при подобной надобности, что очень важно для представителей малого бизнеса.

Развитие среднего и малого бизнеса не может обойтись без соответствующей налоговой политики. Это уже стало общей тенденцией в развитии СМБ во всех странах. После проведения политики реформы открытости особенно за последние годы правительство Китая создало ряд налоговых законов и правил о поощрении и поддержки СМБ.

Китайские налоговые законы в основном направлены на льготные налоги для СМБ, включая подоходный налог, налог на добавочную стоимость, промышленный налог и т.д. В законе «О подоходном налоге предприятий», который утвердили на 3-й сессии ВСНП 5-го созыва 10 сентября 1980 г, 5-е

⁷³ Развитие малых и средних предприятий // на сайте «Син Хуа» URL: <http://wap.cndca.org.cn/mjzysj/lxzn31/czyz93/1112665/index.html>

изменение внесено Решением «О внесении изменений в Закон КНР «О подоходном налоге предприятий» на 31-м заседании ПК ВСНП десятого созыва 29 декабря 2007 г., указано, что состав корпоративного подоходного налога составляет 33%.⁷⁴ Но государство взимает 27% от подоходного налога у предприятий, доход которых составляет от 100 тысяч до 30 тысяч юаней и подлежит налогообложению, ради соответственно облегчения налогового бремени для СМБ. Наряду с этим действующие правила, принятые Госсоветом КНР до вступления в действие настоящего закона, которые предусматривают льготный режим по снижению или освобождению от налога предприятий, действующих в области энергетики, транспорта, в портах и на верфях и в других областях производственной сферы на период, больший, чем указано в предыдущем абзаце или получивших льготный режим уменьшения или освобождения от налога, действуя в основных проектах непроизводственной сферы, продолжают действовать без изменений после вступления в силу настоящего Закона.⁷⁵

В 2008 году вступил в силу закон «О налоге на прибыль предприятий», в котором указано, что подоходный налог СМБ в соответствии с государственными стандартами, облагается по единой (пропорциональной) ставке в размере 20%.⁷⁶

Таким образом, законодательство для малого и среднего бизнеса играет активную роль в содействии развитию малого и среднего бизнеса. Но мы еще должны понимать, что экономическое законодательство для малого и среднего бизнеса тоже обладает позитивной стороной. Государство дает помощь и поддержку малыми и средними предприятиями, которые соответствуют с политиками; А экономическое законодательство препятствует развитие малых и средних предприятий, развитие которых государство ограничивает или не разрешают.

⁷⁴ Цинь Мин. Китайская налоговая поддержка малого и среднего бизнеса / Цинь Мин. Шанхай.: Свет, 2012. - 234с.

⁷⁵ Цинь Мин. Китайская налоговая поддержка малого и среднего бизнеса / Цинь Мин. Шанхай.: Свет, 2012. - 312с.

⁷⁶ Закон О налоге на прибыль предприятий от 5 июля 2008 г. // Госсовет КНР. 2008. - 54с.

3.1.3. Законодательство о иностранных предприятиях

В период 2011 - 2012 гг. в Китае был принят ряд новых нормативных актов в области регулирования инвестиционной деятельности, определяющих основные направления развития указанной сферы. Краткое изложение наиболее значимых документов сводится к следующему.

31 января 2011 года Государственный комитет по развитию и реформе (ГКРР) обнародовал Циркуляр «О дальнейшей стандартизации управления развития и отчетности акционерных инвестиционных предприятий в пилотных зонах» (Circular on Further Standardizing the Administration of Development and Filing of Equity Investment Enterprises in Pilot Areas), в котором впервые были кодифицированы требования в отношении операций, раскрытия информации и регистрации частных акционерных предприятий, инвестирующих в пилотные зоны экономического развития. Документ вступил в силу со дня опубликования. Положения Циркуляра распространяются на акционерные компании, которые выполняют соответствующие функции в пилотных зонах развития в Тяньцзине, Пекине, Шанхае, Цзянсу, Чжэцзяне и Ухане, где приток инвестиций наиболее активен.

С 30 января 2012 года вступил в силу «Каталог-руководство отраслей для иностранных инвестиций» (Catalogue for Guidance of Foreign Investment in Industry)⁷⁷ в редакции 2011 года. Новая редакция каталога открывает для иностранных инвестиций новые отрасли экономики и расширяет список поощряемых направлений деятельности в целях привлечения в КНР высокотехнологичных производств.

Поощряемые направления деятельности. Новая редакция сохранила большинство ранее добавленных к поощряемым высокотехнологичных производств. К ним добавились производство элементов для солнечных батарей, комплектующих для ветровых электростанций и высокоскоростных поездов,

⁷⁷ Каталог // сайт «Китайское законодательство». URL: www.ndrc.gov.cn, www.fdi.gov.cn.

современные виды производств в химической промышленности и производстве искусственных волокон и др.

Кроме того, к поощряемым добавлены некоторые виды деятельности, направленные на переработку отходов и восстановление экологии: производство оборудования для утилизации бытовых электроприборов, текстиля, изношенных шин, оборудования для комплексного использования отходов добычи руды, оборудования для предотвращения загрязнения атмосферы и водных ресурсов, твердых отходов. Также в поощряемые направления деятельности включена разработка технологий по рекультивации ландшафта.

Кроме того, некоторые изменения затронули сельское хозяйство (к поощряемым добавлено выращивание масличной пальмы, выращивание овощей относится к поощряемым только в отношении экологически чистых органических овощей, из поощряемых исключено выращивание генетически модифицированных деревьев), добычу полезных ископаемых (геологоразведка и добыча нефтеносных сланцев, нефтеносных песков, тяжелой нефти и сверхтяжелой нефти может осуществляться в форме совместных паевых предприятий).

В конце прошлого года Государственный комитет по развитию и реформе КНР (ГКРР КНР) опубликовал для общественных консультаций проект поправок в «Перечень отраслей для размещения иностранных инвестиций». Проект предусматривает сокращение ограничений на иностранные инвестиции и расширение перечня видов деятельности, инвестиции в которые будут поощряться.⁷⁸ «Перечень отраслей для размещения иностранных инвестиций» определяет, какие виды деятельности в КНР являются поощряемыми, ограничиваемыми и запрещенными для иностранных инвестиций. Все виды деятельности, не включенные в данный нормативно-правовой акт, относятся к разрешенным для иностранных инвестиций.

⁷⁸ Государственный комитет по развитию и реформе КНР. Перечень отраслей для размещения иностранных инвестиций. // на сайте URL: http://cnlegal.ru/china_incorporation/

В соответствии с проектом проектирование и производство оборудования для гражданской авиации, оборудования для яхт, производство оборудования в сфере электроэнергетики может осуществляться предприятиями со 100% иностранным капиталом. Принадлежность контролирующей доли китайской стороне в соответствии с проектом не будет являться обязательным условием для иностранных инвестиций в строительство и эксплуатацию метро и городского рельсового транспорта и эксплуатацию мест проведения коммерческих выступлений. Кроме того, проект предусматривает увеличение максимальной доли иностранного капитала в брокерских компаниях с 33% до 49% и уточняет ограничения на иностранные инвестиции в банковской сфере.

3.2. Анализ коммуникации власти и бизнеса на примере провинции Чжэцзян

Чжэцзян - провинция на востоке Китая, административный и центр и крупнейший город. С развитием бизнеса провинция Чжэцзян постепенно становится экономическим центром Китая. Чжэцзян занимает одно из ведущих мест по объему получаемых инвестиций. Цены на ресурсы здесь более низкие, и это делает провинцию привлекательной альтернативой Шанхаю. Среди основных отраслей можно выделить – текстильную и бумажную промышленности, а также судоходство. Большое количество товаров, производимых в Чжэцзяне, идет на экспорт. Чжэцзян – одна из богатейших провинций Китая. В 2002 году местная экономика развивалась быстрыми темпами, ВВП составил 780 млрд. юаней (рост в 15,5%).⁷⁹

Современный средний и малый бизнес провинции Чжэцзян наследует прошлые достижения этого региона. Сами предприниматели отличаются трудолюбием и усердием, это люди рискованные и волевые, что объясняется

⁷⁹ Исследование экономики провинции Чжэцзян // на сайте: «sina» URL: http://blog.sina.com.cn/s/blog_54bddca40100e4d6.html

условиями их жизни. Провинция расположена на побережье, где мало земли, недостаточно ресурсов, но есть избыток рабочих рук. Это заставляет производителей повышать эффективность труда, и технологии. В результате товары этой провинции пользуются большим спросом на фоне крупного внутреннего рынка Китая⁸⁰:

- обувь, одежда, очки (г. Вэньчжоу);
- текстильные товары (Шаосин);
- металлические товары (Юнкан);
- кожаные товары и одежда (Хайнин).

Развитие экономики провинции в большой степени зависит от действий местного правительства в коммуникации власти и бизнеса. По опросу среди предприятий всего Китая 2016 года провинция Чжэцзян считалась самым хорошим местом по коммуникации с предприятиями, а большинство предпринимателей намерены заниматься бизнесом в провинции Чжэцзян.⁸¹

Через разработку действия властей в коммуникации власти и бизнеса в провинции Чжэцзян, можно сделать следующие выводы:

1. Оптимизация условий для развития предпринимательства и повышение жизнеспособности малых и средних предприятий;

С 2008 года каждый год правительство предлагает сто миллионов юней специальных фондов для поддержки развития финансового сектора. В 2009 году оформился способ для управления фондом поддержки развития малого и среднего бизнеса, а министерство финансов провинции Чжэцзян переставило 500

⁸⁰ Современный средний и малый бизнес провинции Чжэцзян // на сайте «Издательский дом БИБЛИО-ГЛОБУС» URL: <https://bgscience.ru/lib/3003/>

⁸¹ Ан Цинь. Как Чжэцзян поддерживает развития предприятий / Ан Цинь. Чжэцзян.: Новый век, 2010. - 76с.

миллионов юаней из специальных фондов в переоборудование предприятий и модернизацию производства. Основные меры состояли из следующих аспектов⁸²:

Во-первых, временное снижение процента оплаты со стороны предприятий в фонды социального страхования. Правительство провинции Чжэцзян провело временное снижение процента оплаты социального страхования предприятий для устранения негативного влияния финансового кризиса на малых и средних предприятиях. Конкретный процент в эквиваленте каждой месячной суммы каждой оплаты социального страхования предприятий. С первого апреля 2009 оплата пенсионного страхования самостоятельно занятых граждан снижалась с 20% до 16%.

Во-вторых, правительство провинции Чжэцзян поощряет предприятия к регистрации товарных знаков, созданию производственной базы и центров исследования и развития, оформлению маркетинговой стратегии и созданию района экономического и торгового сотрудничества с зарубежными партнерами. Посредством поддержки и субсидий в провинции Чжэцзян созданы 7 зарубежных районов промышленности с 200 предпринимателями из провинции Чжэцзян. Оказана помощь 50 предприятиям по размещению их акций на зарубежных биржах. Поощрение предприятий, для того чтобы войти в верхнюю цепочку поставок 500 крупнейших предприятий Китая.

В-третьих, совершенствование нормативных актов о компенсации риска при кредитовании малого предпринимательства⁸³. Правительство поощряет финансовые организации усиливать поддержку по кредитованию малого предпринимательства и создание удобных механизмов по проведению банковских операций в сети Интернет. Местное правительство совместно с отделением Строительного Банка Китая провинции Чжэцзян и с компанией Alibaba вложили

⁸² Поддержки развития финансового сектора провинции Чжэцзян // на сайте «sina» <http://finance.sina.com.cn/meeting/2016-12-28/doc-ifyxusa5616869.shtml>

⁸³ Положение экономики провинции Чжэцзян // на сайте «shuangchuang» URL: <https://www.shuangchuang.org.cn/article/4497.html>

60 миллионов в создание фонда, чтобы компенсировать риски кредитования малого предпринимательства.

В-четвертых, поддержка развития микрофинансовых организаций.⁸⁴ В 2009 году в провинции опубликовали акты «О содействии здоровому развитию учреждений мелкого кредита», в которых указано, что правительство провинции предлагает учреждениям мелкого кредита компенсацию риски кредитования в размере 5% в сфере сельского хозяйства, и правительство Чжэцзян дает полную субсидию на промысловый налог учреждениям мелкого кредита, которые внесли огромный вклад в поддержку трех типов сельхозпроизводителей (обрабатывающих равнинное, шорное и заливное поля) и малого предпринимательства.

2. Коммуникация власти и бизнеса по модели «Лицом к лицу», создание платформы диалога власти и бизнеса.

Реализацией общения власти и бизнеса модели «Лицом к лицу» и диалога является база улучшения коммуникации власти и бизнеса. Поэтому правительство провинции Чжэцзян специально организует круглый стол с участием предпринимателей. Каждый квартал приглашают руководителей КПК (Провинциальный Партийный Комитет) и провинциального правительства, ответственных лиц соответствующих ведомств и известных представителей из предпринимателей для проведения диалога о создания новой платформы двухстороннего обмена и доверия между властью и бизнесом. До сих пор круглый стол уже организовался 7 раз, содержания данного формата охватили следующие темы «Информационная экономика и опыт промышленности», «Как создать полезные условия для развития малого и среднего предпринимательства», «Поддержка коммерческих ассоциацией» и так далее.⁸⁵ Эта форма коммуникации власти и бизнеса получила положительную оценку среди предпринимателей

⁸⁴ Фень ЧиЯнан. Развитие экономики в Чжэцзян Фень / ЧиЯнан. Чжэцзян.: Новый век, 2014. - 98с.

⁸⁵ Экономико-правовые аспекты создания малых инновационных предприятий // на сайте: «sina» URL: <http://finance.sina.com.cn/roll/2016-05-12/doc-ixsehvu8741592.shtml>

провинции, которые полагают, что беседа по такой форме предлагает новую платформу для усиления доверия, сокращения расстояния, налаживанию контактов между властью и бизнесом и развития как для органов власти, так и для бизнеса. В тоже время эта беседа совершенствует систему коммуникации между провинциальными руководителями, предприятиями, которому необходимо оказать помощь и коммерческими ассоциациями на основе контакта между провинциальными членами постоянного комитета и непартийными людьми. Официальные лица провинции Чжэцзян лучше узнают положение развития предприятий, понимают динамику развития предприятий и отрасли, решают актуальные проблемы предприятий путем диалога, исследования и беседы с представителями предприятий.⁸⁶

Кроме данного формата коммуникации, провинция Чжэцзян еще использует каналы Интернет-коммуникации для общения с местными предприятиями. Например, провинция Чжэцзян достигла больших успехов в сфере продвижения правительственных микроблогов. За последние 4 года во всей провинции количество правительственных микроблогов достигло более 200. Правительственный микроблог улучшает информационную открытость власти, позволит предприятиям легко и быстро узнавать свежие новости и изменения правительственной информации.

3. Совершенствование каналов и механизмов общения с органами власти.

С 2015 года правительство провинции Чжэцзян опубликовало 8 актов о поддержке экономики, основанной на необщественных формах собственности, например, «Мнение о защите и содействии экономике, основанная на необщественных формах собственности», «Программа о создании 4 платформ для усиления контакта с предприятиями». В тоже время провели информационно-

⁸⁶ Ин Цинь. Создание местных правительств / Ин Цинь. Чжэцзян.: Изд-во ЧЗУ, 2014. -214с.

разъяснительную работу, юридические консультации и другие виды деятельности.⁸⁷

Правительство провинции Чжэцзян нацелено на решение вопроса «последний километр» об услугах предприятий, и в прошлом году совместно с провинциальной Федерацией промышленников и торговцев приступили к реализации режима «День экономических услуг министра / председателя». Для того, чтобы лучше обслуживать частные предприятия, создали систему в которой министр отдела по делам единого фронта и председатель федерации промышленников и торговцев активно обслуживают частные предприятия.

4. Обучение нового поколения предпринимателей.

Предприниматели нового поколения представляет собой будущее развития бизнеса и надежду стимулирования местного экономического развития. Для того, чтобы работа по обучению предпринимателей нового поколения была более целенаправленной, эффективной и систематической, в провинции Чжэцзян был оформлен акт «О планировании обучения предпринимателей нового поколения». Основные объекты обучения - это молодые предприниматели с большим потенциалом развития в возрасте до 45 лет. В том числе в программу включены члены ассоциации нового поколения предпринимателей и коммерческой ассоциации Чжэцзяна. Для образования и профессиональной переподготовки специально пригласили 12 провинциальных руководителей с большим опытом в экономической работе для обучения 36 предпринимателей нового поколения. Затем эти 36 предпринимателей нового поколения были отправлены на стажировку в правительственные структуры провинции Чжэцзян⁸⁸. Каждый квартал был организован форум по инициативе руководителей старых предприятий. В то же время совместно с Университетом Фудань и Чжэцзянским университетом был создан курс для обучения предпринимателей нового

⁸⁷ Новое отношение власти и бизнеса в в провинции Чжэцзян // на сайте «Синьхуа» URL: http://news.xinhuanet.com/fortune/2015-01/28/c_1114169055.htm

⁸⁸ У Хин. Помощь и поддержка малого и среднего бизнеса / Чжэцзян.: Изд-во ЧЗУ, 2015. -89с.

поколения, чтобы помочь в развитии профессиональных компетенций и кругозора.

За 2 года реализации этого акта были получены следующие результаты: оптимизация работы с внешней средой; увеличение социальных ресурсов и усиление социальной ответственности предпринимателей нового поколения; многие частные предприятия успешно прошли смену руководства.

5. Привлечение инвестиций.

Привлечение инвестиций приносит новую силу развитию экономики провинция Чжэцзян. За последние годы правительство с коммерческими ассоциациями организовало деятельность «Тур известных предпринимателей в провинции Чжэцзян», несколько раз пригласили известных предпринимателей приехать в Чжэцзян для исследования инвестиционной привлекательности провинции. По статистике в 2014 году удалось привлечь более 20 инвестиционных проектов в Чжэцзян, а общая сумма инвестиций достигла 9 миллиардов юаней. В прошлом году инвестиционный проект «Умный робот» с общим объемом инвестиций в 16 млрд. юаней был официально подписан в городе Ханчжоу. В итоге, решена одна из важнейших задач местных органов власти - создание экономических условий для развития предпринимательства.

В отношении действий органов власти провинции Чжэцзян можно сделать следующие выводы:

Во-первых, в настоящее время малый и средний бизнес становится всё более важным элементом региональной экономики, в большой степени развитие местной экономики зависит от количества и качества малого и среднего бизнеса. Поэтому правительство провинции Чжэцзян придает высокое значение развитию местного малого и среднего бизнеса.

Во-вторых, для улучшения общения с местным бизнесом в провинции Чжэцзян со стороны органов власти были проведены мероприятия, которые не

только помогли улучшить коммуникацию власти и бизнеса, но и принесли пользу для развития местной экономики и стабильность для общества.

В-третьих, предпринимаемые действия со стороны власти переформатировали традиционную модель коммуникации власти и бизнеса, что позволило власти и бизнесу стать равноправными партнерами.

На основе действий в системе коммуникации власти и бизнеса в провинции Чжэцзян, можно пытаться реализовать подобную модель в других провинциях Китая. В любом случае, еще существуют некоторые проблемы, например, развитие правительственных микроблогов. Хотя в провинции Чжэцзян много правительственных микроблогов, однако, только 35% из данных микроблогов являются рабочим инструментом коммуникации власти и бизнеса. Это означает, что в процессе улучшения коммуникации власти и бизнеса не надо стремиться к количеству, а нужно стремиться к эффективности.

В этой главе в результате анализа законодательства, автором было выявлено, что китайское законодательство о предприятиях в достаточной мере развито. Хотя для разного вида предприятий законодательство значительно отличается, но играет активную роль в содействии развития бизнеса, что соответствует государственным законам КНР. Правовая поддержка развития бизнеса предполагает здоровую обстановку для коммуникации власти и бизнеса, но в тоже время четко определяет границу по взаимодействию власти и бизнеса, что содействует развитию доверию и сотрудничества между властью и бизнесом.

Что касается анализа коммуникации власти и бизнеса в провинции Чжэцзян, заметно, что правительство провинции Чжэцзян придает высокое значение развитию местного малого и среднего бизнеса, а деятельность провинциальных органов власти не только помогает улучшению и развитию каналов коммуникации власти и бизнеса, но и приносит пользу для развития местной экономики, стабильность обществу и переформатирует традиционную китайскую модель коммуникации власти и бизнеса, что позволяет власти и бизнесу быть полноправными партнерами.

Заключение

В ходе выполнения магистерской диссертации было проведено исследование коммуникации бизнеса и власти, а также были изучены модели взаимоотношений власти и бизнеса в современном китайском обществе, законодательные акты о государственных, иностранных предприятиях и малом и среднем бизнесе. Были исследованы особенности коммуникации власти и бизнеса и деятельность, направленная на общения с правительством со стороны различных предприятий в Китае, была проанализирована правовая поддержка в системе коммуникации власти и бизнеса в Китае.

Представленные в работе теоретические и практические материалы позволяют сделать следующие выводы:

1. В Китае с 1978 и до сих пор взаимоотношение власти и бизнеса прошло три основных этапа. Первый этап возник в периоде политики реформ открытости, взаимоотношение между властью и бизнесом переходила от традиционной модели «отец и сын» к предприятиям, которые имели больше прав по отношению к автономии от государства, которые могли повлиять на принимаемые государственные решения, хоть и не очень сильно. Вторым этапом начался в 1991 году. На этом этапе, отношение с властью переходило от прямого управления к косвенному. Предприниматели начали самостоятельно управлять бизнесом, функция представительства переходила от тотального контроля к макрорегулированию экономики. А на третьем этапе цель государства была в создании взаимоотношений сотрудничества между властью и бизнесом, для того чтобы адаптироваться к экономической глобализации.

2. Китайское законодательство о предприятиях является довольно жестким, по сравнению с западными странами. Хотя для разного вида предприятий законодательство немного различается, но играет активную роль в содействии развития бизнеса, который соответствует законам государства. Правовая поддержка предлагает здоровую обстановку для коммуникации власти и бизнеса,

в то же время помогает определить границу между властью и бизнесом, содействует развитию атмосферы доверия и сотрудничества власти и бизнеса.

3. Проведение стратегии GR-коммуникации предприятий влияет на разработку и осуществление государственной политики правительства, а также для реализации политических интересов. В Китае разные типы предприятий имеют свои стратегии GR – коммуникации. Так в диссертации, мы исследовали действия предприятий, особенности, технологии и типы стратегии GR - коммуникации. В основе анализа используются материалы о 7 государственных предприятиях, рассмотрено несколько кейсов частных предприятий и проведен опрос транснациональных корпораций, работающих в Китае. У большинства ТНК в Китае есть профессиональные GR - специалисты, которые стремятся создавать прямые или косвенные контакты с властью. С одной стороны их стратегии GR - коммуникации проявляются как мобилизация социальных сил, участие в ассоциациях, формирование корпоративного имиджа предприятий, и оказание поддержки и помощи в деятельности социального обслуживания. С другой стороны, у них также существуют уникальные стратегии GR - коммуникации, учитывающие особенности типа предприятия. Благодаря административному преимуществу у большинства руководителей государственных предприятий Китая есть налаженные связи с органами власти, что в значительной степени способствует эффективной коммуникации бизнеса и власти. Однако, из-за контроля со стороны правительства, действия государственных предприятий направлены на решение конкретных задач органов власти. Если сравнивать государственные и частные предприятия, то частные предприятия имеют больше свободы в принятии решений. А для ТНК в Китае самым главным ключом к успеху GR - коммуникации является реализация стратегии локализации, чтобы получить поддержку правительства и общества.

Список используемой литературы

1. Перепелица Г В. Совершенствование взаимодействия бизнеса и власти в современной экономике // Перепелица Г В. Москва.: Российское предпринимательство. 2006, - 8с.
2. Чжан Цзе, Шен Цзин, Чэнь Лянвэнь. Тенденция к современному отношению власти и бизнеса / Чжан Цзе, Шен Цзин, Чэнь Лянвэнь.- Пекин.: политика и закон, 07.2015. - 160-161 с.
3. Дуань Ган. Размышления о отношении власти и бизнеса после реформ и открытости / Дуань Ган. - Пекин,. экономика, 2001. - 3 с.
4. Чжэн Сяохуа. История о взаимоотношении власти и бизнеса и инновация системы / Чжэн Сяохуа. - Фуцзянь,. политика, 1998. 8 с.
5. Barry Naughton. Growing Out of the Plan: Chinese Economic Reform, 1978-1993 / Barry Naughton. - New York: Cambridge University Press, 1995. - 10p.
6. Lee, J. State Owned Enterprises in China: Reviewing the Evidence / Lee, J. - OECD Working Group on Privatization and Corporate Governance of State Owned Assets (OECD Publishing), 2010. 33p.
7. Ho, D., Young, A. China's Experience in Reforming Its State-Owned Enterprises: Something New, Something Old and Something Chinese? / international Journal of Economy, Management and Social Sciences, 2(4) April 2013. 22p.
8. Ли Л., Кондрашова Л. Демократизация прав собственности: китайский вариант. – Проблемы теории и практики управления / Ли Л., Кондрашова Л. 2003, № 2, с. 25.
9. Си Цзиньпин. Доклад в Политическом консультативном совете[N] // Политический консультативный совет КНР. 2015.
10. Ли Янь. Структурные реформы в сфере предложения / Ли Янь. Пекин.: Народ, 2016. - 45с.
11. Цин Янань. Мнение о создания новой отношения власти и бизнеса / Цин Янань. Пекин.: Изд-во ПУ, 2016. - 87с.
12. Ли Чжан. Канал улучшения контакта власти и бизнеса / Ли Чжан. Пекин.: Народ, 2016. - 213с.

13. Хань Янан. Новая модель “Цин” и “Цинь” / Хань Янан. Пекин.: Изд-во ПУ , 2016. 99с.
14. Фан Зи. Государственная поддержка предприятий / Фан Зи. Шанхай.: Совет, 2016. 124с.
15. Хуэй Фен. Ускорить трансформацию правительственных полномочий // «Го Цзи Цзинь Жун Вао» («Международная финансовая газета»). 2003. 9 января.
16. Т.А. Алимова, А.В. Ченина, А.Ю. Чепуренко. Бизнес через призму социологии // Т.А. Алимова, А.В. Ченина, А.Ю. Чепуренко. Москва.: Мир России, 2011. № 3 - 3с.
17. А.Ю. Зудин, А.А. Яковлев. «Подснежники» или незаменимые посредники? Сектор «работающих» бизнес-ассоциаций России // А.Ю. Зудин, А.А. Яковлев. Москва.: Мир России. Социология. Этнология, 2011. № 3
18. Чэньчжоу Ван. Государство и предприятия // - Чэньчжоу Ван. Пекин.: Экономика, 2002. - 54с.
19. Лян Жчонмин, Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в китайской экономике // китайский журнал менеджмента. - П., 2005. № 1.
20. Ан Жонжчуан. Инструмент цивилизованного лоббизма / Ан Жонжчуан. Пекин.: Политика, 2007, - 23с.
21. Lee, J. State Owned Enterprises in China: Reviewing the Evidence, OECD Working Group on Privatization and Corporate Governance of State Owned Assets (OECD Publishing). 201
22. Robert Grosse, International Business and Government Relations in the 21st century, Cambridge University press MPH, 2005.
23. Luo Xiaodong. Multinational Corporation-Host Government Relations // Luo Xiaodong. Beijing.: Economy. 2009, 22p.
24. Хе Зхонгли. Стратегия локализации ТНК в Китае // Хе Зхонгли. Пекин.: Политика. 2014, - 8с.
25. Li Xiaofei. China's outward Foreign Investment from a Political Perspective // Li Xiaofei. Beijing.: Economy. 2008, 34p.
26. О экономическом законодательстве [Текст]: Конституция КНР от 4 декабря 1982 г. № 451 // 5-й сессии Всекитайского собрания народных представителей 5-го

созыва

27. О экономическом законодательстве [Текст]: О компаниях КНР 29 декабря 1993 г. № 5 // 5-е заседание Постоянного комитета Всекитайского собрания народных представителей 8-го созыва.
28. Чжоу Юй. Реформа государственных предприятий: Учебное пособие / Чжоу Юй. – Пекин.: Изд-во ПУ, 2010. - 54 с.
29. О регулирующем налоге на инвестиции в основные фонды [Текст]: Закон о развитии малого и среднего предпринимательства в Китайской Народной Республике от 24 июля 2007 № 209 // Госсоветом КНР.
30. Консультационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства от 19 сентября 2009 г. № 24 // Госсоветом КНР. - 54 с.
31. Ли Чьи. Анализ развития среднего и малого бизнеса в Китае / Ли Чьи. - Пекин.: Экономика, 2014. - 104 с.
32. Хуэй Фен. Ускорить трансформацию правительственных полномочий / Хуэй Фен. Пекин.: Син Хуа, 2003. - 56 с.
33. Закон О стимулировании средних и мелких предприятий от 29 июня 2002 г. // 28 сессия Постоянного Комитета ВСНП 9го созыва. 2002. №13 - 45с.
34. Акт об освобождении от уплаты налога на бизнес от 21 апреля 2008 г. // Национальный комитет реформ и развития и Государственное Налоговое Управление. 2008. - 65с.
35. Ван Чжаосин. Анализ реформы финансовых услуг / Ван Чжаосин. Шанхай.: Изд-во ФУ, 2014. - 89с.
36. Жан Минь. Взаимодействие власти и бизнеса по проблемам развития экономики / Жан Минь. Шанхай Свет, 2010. - 145с.
37. Закон О неотложной правовой помощи малому бизнесу от 21 ноября 2015 г. // Госсоветом КНР. 2015. - 156с.
38. Цинь Мин. Китайская налоговая поддержка малого и среднего бизнеса / Цинь Мин. Шанхай.: Свет, 2012. - 234с
39. Цинь Мин. Китайская налоговая поддержка малого и среднего бизнеса / Цинь Мин. Шанхай.: Свет, 2012. - 312с.

40. Закон О налоге на прибыль предприятий от 5 июля 2008 г. // Госсовет КНР. 2008. - 54с.
41. Ан Цинь. Как Чжэцзян поддерживает развития предприятий / Ан Цинь. Чжэцзян.: Новый век, 2010. - 76с.
42. Фень ЧиЯнан. Развитие экономики в Чжэцзян Фень / ЧиЯнан. Чжэцзян.: Новый век, 2014. - 98с.
43. Ин Цинь. Создание местных правительств / Ин Цинь. Чжэцзян.: Изд-во ЧЗУ, 2014. -214с.
44. У Хин. Помощь и поддержка малого и среднего бизнеса / Чжэцзян.: Изд-во ЧЗУ, 2015. -89с.

Электронные ресурсы

45. В Китае за 2016 год рассмотрели 45 тысяч дел о коррупции // на сайте «Интерфакс» URL: <http://www.interfax.ru/world/553203>
46. Почему в Китае такое сложное отношение власти и бизнеса? // на сайте «FT» URL: <http://m.ftchinese.com/story/001062248>
47. Определение бизнеса // на сайте «Финансы просто» URL: <http://www.finprosto.ru/term/81>
48. Что такое бизнес? // на сайте: «azps» URL: <http://azps.ru/articles/org/org3.html>
49. Экономика и бизнес в Китае // на сайте «Время Востока» URL: <http://www.easttime.ru/news/kitai/transnatsionalnye-kompanii-orientiruyutsya-na-kitai/6087>
50. Трансформация политики и экономики // на сайте «CSAC». URL: <http://zhanlve.org/?p=376>
51. Власть и собственность в Китае // на сайте «РЦИТ». URL: <http://rcit.su/article058.html>
52. Mode of access // на сайте «Law school» URL: <https://law.wm.edu/faculty/documents/cao-653-6431.pdf> (last visited 16.11.2014).
53. Частный сектор экономики создал свыше 80 проц рабочих мест в китайских городах, его доля в ВВП составляет около 60 проц // на сайте «Синьхуа» URL: http://russian.news.cn/economic/2012-12/05/c_132020670.htm
54. Внешняя торговля после вступления в ВТО Китая // на сайте: Развитие Китая

- URL: <http://xn-----7kcbipadqfgacqejvrsbe0cs7af6i3g8c.xn--p1ai/html>
- 55.Требование после вступления в ВТО Китая // на сайте «china org» URL: russian.china.org.cn/exclusive/txt/2011-12
- 56.Китай и ВТО: итоги пяти лет // на сайте «China window» URL: <http://www.xinhuanet.com/fortune/13.htm>
- 57.Власть и бизнес в условиях вступления страны в ВТО: китайские уроки // на сайте «МГИМО МИД России» URL: <http://mirec.ru/2006-01/vlast-i-biznes-v-usloviah-vstuplenia-strany-v-vto-kitajskie-uroki>
- 58.Ли Кэцян. Доклад о работе правительства / Ли Кэцян. 2016. URL: <http://capital.people.com.cn/n1/2016/1226/c405954-28976452.html>
- 59.Восемь запретов // Сайт «Cai Xin». URL: <http://opinion.caixin.com/2016-12-08/101024743.html>
- 60.Новая модель коммуникации власти бизнеса в Китае // Сайт «Народ». URL: <http://cpc.people.com.cn/n/2013/1115/c64094-23559163.html>
- 61.Доклад « О развитии малого бизнеса Китая» // Сайт «ССТВ». URL: http://www.cctb.net/llyj/xswtyj/zfcx/201608/t20160810_344128.htm
- 62.Взаимодействие власти и бизнеса в Китае // URL: <http://cnpolitics.org/2016/08/state-business-relations/>
- 63.Показатель депутатов ВСНП из предприятий и настройки политики в 2000-2008 гг // на сайте: «news.sina» URL: <http://news.sina.com.cn/c/sd/2012-07-06/142524726245.shtml>
- 64.Стратегия бизнеса Microsoft в Китае // на сайте: «wangyi» URL: tech.163.com/06/0523/02/2HP9NR5V000915B2.html
- 65.Успешные кейсы ТНК в Китае // на сайте «Синьхуа» URL: news.xinhuanet.com/employment/2002-09/.../content_555883.htm
- 66.Сюрприз для «дядюшки» // Сайт «Лента.Ру». URL: <https://lenta.ru/articles/2014/11/24/mistress/>
- 67.В Китае расстреляно 10 тысяч чиновников в рамках борьбы с коррупцией // Сайт «Мировое ревью». URL: <http://world-review.ru/v-kitae-rasstrelyano-10-chinovnikov-v-ramkax-borby-s-korrupciej/>
- 68.Китайская методичка по борьбе с коррупцией // Сайт «Варламов». URL: <http://>

- varlamov.ru/1253837.html
69. Настоящее положение развития малого и среднего бизнеса в Китае // на сайте «Baidu». URL: <http://www.xuebuyuan.com/1183854.html>
70. Развитие малых и средних предприятий // на сайте «Син Хуа». URL: <http://wap.cndca.org.cn/mjzysj/lxzn31/czyz93/1112665/index.html>
71. Развитие малых и средних предприятий // на сайте «Син Хуа» URL: <http://wap.cndca.org.cn/mjzysj/lxzn31/czyz93/1112665/index.html>
72. Каталог // сайт « Китайское законодательство». URL: www.ndrc.gov.cn, www.fdi.gov.cn.
73. Государственный комитет по развитию и реформе КНР. Перечень отраслей для размещения иностранных инвестиций. // на сайте URL: http://cnlegal.ru/china_incorporation/
74. Исследование экономики провинции Чжэцзян // на сайте: «sina» URL: http://blog.sina.com.cn/s/blog_54bddca40100e4d6.html
75. Современный средний и малый бизнес провинции Чжэцзян // на сайте «Издательский дом БИБЛИО-ГЛОБУС» URL: <https://bgscience.ru/lib/3003/>
76. Поддержки развития финансового сектора провинции Чжэцзян // на сайте «sina» <http://finance.sina.com.cn/meeting/2016-12-28/doc-ifxyxusa5616869.shtml>
77. Положение экономики провинции Чжэцзян // на сайте « shuangchuang» URL: <https://www.shuangchuang.org.cn/article/4497.html>
78. Экономико-правовые аспекты создания малых инновационных предприятий // на сайте: «sina» URL: <http://finance.sina.com.cn/roll/2016-05-12/doc-ifxsehvu8741592.shtml>
79. Новое отношение власти и бизнеса в в провинции Чжэцзян // на сайте «Синьхуа» URL: http://news.xinhuanet.com/fortune/2015-01/28/c_1114169055.htm

Таблица 1

GR-коммуникация государственных предприятий

<p>Китайская нефтяная и химическая компания (Sinopet)</p>	<p>Взаимоотношение организации с органами власти</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Назначение руководителей государственного предприятия со стороны партийных структур • Поддержание тесного взаимодействия с правительством. • Посещение предприятия высшими должностными лицами правительства.
	<p>Социальная деятельность</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Построение гармоничного общества. • Зеленая Олимпиада • Пожертвования в школы • Снижение уровня бедности и поддержка Тибета • Поддержка сельского хозяйства • Оказание помощи в пострадавших от землетрясения районов • Экономия энергоресурсов и уменьшение выбросов • Декларация социальной ответственности в 2015 и 2016
	<p>Сообщения о государственном предприятии в СМИ</p>	<p>Информация в СМИ (People's Daily Online, Синьхуа, Energy Information And Consulting Service Provider и т.д.)</p>
	<p>Информация на сайте государственного предприятия</p>	<ul style="list-style-type: none"> • История развития; • Награды и достижения; • Media Group, China Petrochemical, журнал China Petrochemical

	<p>Внешние связи государственного предприятия</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Сотрудничество с местными органами власти и участие в международных торгах • Председатель Совета директоров Ван Ри - представитель ВСНП 11-го созыва, представитель XVII съезд КПК
	<p>Участие в политической жизни</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Представители работников приняли участие в НПКСК и ВСНП. • Уделяет большое внимание национальной макроэкономической политике и информации об индустрии и рынке.
<p>Китайская национальная нефтегазовая корпорация</p>	<p>Взаимоотношение организации с органами власти</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Главы государства принимали участие в церемонии закладки новых предприятий. • Посещение предприятия высшими должностными лицами правительства.
	<p>Социальная деятельность</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Зеленая Олимпиада • Пожертвования в школы • Снижение уровня бедности и поддержка Тибета • Оказание помощи в пострадавших от землетрясений районов • Создание Китайского зеленого углеродного фонда (China Green Carbon Foundation) • Декларация социальной ответственности в 2015 и 2016
	<p>Сообщения о государственном предприятии в СМИ</p>	<p>Информация в СМИ (People's Daily Online, Синьхуа, Energy Information And Consulting Service Provider и т.д.)</p>

	Информация на сайте государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • История развития • Награды и достижения • Журнал, брошюра о компании, корпоративное видео.
	Внешние связи государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Встреча с главами провинции. • Сотрудничество с местными правительствами.
	Участие в политической жизни	<ul style="list-style-type: none"> • Представители работников приняли участие в НПКСК и ВСНП
China Mobile Communications Corporation (CMCC)	Взаимоотношение организации с органами власти	<ul style="list-style-type: none"> • Посещение предприятия высшими должностными лицами правительства.
	Социальная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Пожертвования в школы • Оказание помощи в пострадавших от землетрясений районов • Экономия энергоресурсов и уменьшение выбросов в атмосферу • Поддержка нового сельского строительства
	Сообщения о государственном предприятии в СМИ	Информация в СМИ (People's Posts and Telecommunications News, CCTV)
	Информация на сайте государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Награды и достижения • Средство пропаганды: телевидение, печатная реклама
	Внешние связи государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Сотрудничество с местными правительствами • Председатель Совета директоров Shang Bing — бывший заместитель министра промышленности и информационных технологий

	Участие в политической жизни	<ul style="list-style-type: none"> • Представители работников приняли участие в ВСНП • Участие в мероприятиях, организованных властью
China Telecom	Взаимоотношение организации с органами власти	• Посещение предприятия высшими должностными лицами правительства.
	Социальная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Пожертвования в школы • Оказание помощи в пострадавших от землетрясения районов • Экономия энергоресурсов и уменьшение выбросов • Поддержка нового сельского строительства
	Сообщения о государственном предприятии в СМИ	Информация в СМИ (Beijing Chenbaoshe, People's Posts and Telecommunications News, Sina)
	Информация на сайте государственного предприятия	• Награды и достижения
	Внешние связи государственного предприятия	Нет
	Участие в политической жизни	<ul style="list-style-type: none"> • Представители работников приняли участие в ВСНП • Участие в мероприятиях, организованных властью
China Unicom	Взаимоотношение организации с органами власти	• Посещение предприятия высшими должностными лицами правительства..
	Социальная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Пожертвования в школы • Оказание помощи в пострадавших от землетрясений районов • Экономия энергоресурсов и уменьшение выбросов в атмосферу • Поддержка нового сельского строительства

	Сообщения о государственном предприятии в СМИ	Информация в СМИ (People's Daily Online, Soho, People's Posts and Telecommunications News)
	Информация на сайте государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Награды и достижения • Телевидение, печатные рекламы
	Внешние связи государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Сотрудничество с местным правительством и с другими важными государственными предприятиями. • Сотрудничество с государственным информационным центром
	Участие в политической жизни	<ul style="list-style-type: none"> • Представители работников приняли участие в ВСНП • Участие в мероприятиях, организованных властью
Industrial and Commercial Bank of China	Взаимоотношение организации с органами власти	<ul style="list-style-type: none"> • Посещение предприятия высшими должностными лицами правительства. • Спонсор CCTV
	Социальная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Пожертвования в школы • Оказание помощи в пострадавших от землетрясения районов • Поддержка малых и средних предприятий. • Защита культурного наследия. • Продвижение финансовых знаний
	Сообщения о государственном предприятии в СМИ	Информация в СМИ (Xinhua, Securities Times, Financial Forum)
	Информация на сайте государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Международные награды

	Внешние связи государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Встреча с главами правительства • Председатель Совета директоров Ван Хунчжан - представитель ВСНП 18-го созыва
	Участие в политической жизни	<ul style="list-style-type: none"> • Участие в мероприятиях, организованных властью
Bank of China	Взаимоотношение организации с органами власти	<ul style="list-style-type: none"> • Участие Председателя Правительства в торжественных церемониях предприятия. • Сотрудничество с Министерством коммерции
	Социальная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Пожертвования в школы • Снижение уровня бедности и поддержка Тибета • Оказание помощи в пострадавших от землетрясений районах
	Сообщения о государственном предприятии в СМИ	Информация в СМИ (sina)
	Информация на сайте государственного предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Награды и достижения
	Внешние связи государственного предприятия	Генеральный директор: Чэнь Си-Цин - председатель ICC China
	Участие в политической жизни	Участие в мероприятиях, организованных властью

ВОПРОСЫ АНКЕТЫ, РАЗОСЛАННОЙ В ТНК, РАБОТАЮЩИМ В КИТАЕ

1. What's the biggest problem that your company faced in the process of communications with government in China?
2. What is the difference of your organisation working with government in China and the Head office?
3. What do you think about the industry association? Did your company join any relevant industry associations?
4. How industry association can help to develop your company in China?
5. How your company applies to the China Law For Foreign Companies?
6. Your company was facing some policy issues? (For example, Issues In Tax Policy, Intellectual Property Issues etc.) How your company allowed these problems?
7. How to win the support of the Government?
8. What kind of methods your company adopt to manage local relationships?
9. How many local GA (government affairs) lead in you company? Whether they help to interact with the government?
10. How build strong, lasting relationships foreign company with the central government or local government in China?

ОТВЕТЫ ТНК, РАБОТАЮЩИХ В КИТАЕ

Walmart:

1. The biggest problem is the uncertainty of China's policy for foreign companies in China, we sometime don't adapt the old policy, the new one appears.
2. We have different culture of communication with government, so we have to learn dealing with the government like Chinese companies.
3. Industry association is very useful in China for foreign companies, those associations as change agent to provide us effective access to government information. Yes, we joined CAEFI and CNFIA.
4. Industry association help us to understand the latest government policy information in time and together with associations we have more industry impact and influence than working alone.
5. We have local professional lowers.
6. Dispute of labor, created the company's internal labor unions.
7. To do more social welfare activities, such as donate for the quake, pay attention to education problem.
8. Cooperation with the local government, join the industry associations, establish direct contact with the local government, provide help and support to the local government.
9. 15, Yes.
10. Firstly your company have to apply to the Chinese culture of communication with government, (join the local industry association, hire local workers.) second, you have to take the market localization strategy. Third, cooperation with government.

Carrefour:

1. The government's regulation.
2. Chinese culture influenced by Confucian culture profoundly, it pay attention to interpersonal relationship which has been applied to the political and economic fields.
3. The industry association is important, a good association can offer a good platform for companies getting useful political and economical information.
4. Industry association provide us information of political and market, help us consult with the local government.
5. Joined the associations to seek consult.
6. We were facing business license in china. To communicate with government through association to fill do business formalities as soon as possible, meanwhile apologize to the government.

7. Provide help and support in economic construction. Support environmental and charitable activities. Take the localization strategy.
8. Keeping good relationship with local government officials, helping promote local economic development, to be partner with local companies.
9. 30, yes.
10. To keep the direct relationship with government, to introduce advanced technology, to improve corporate image.

Intel:

1. Higher taxes.
2. In China don't have legal effective method to lobby. In addition, china's economy has the characteristic of economic transition, and the market mechanism. The government's policy has the characteristic of administrative interference.
3. Industry associations can provide privileged access to industry events and conferences. In addition many associations donate to charity events and provide member volunteers support and participation as a group.
4. We can get the latest policy information and enhanced benefits programs.
5. Pay attention to the relevant legal codes, hired excellent experienced lawyers.
6. No
7. Establish a joint venture with Chinese companies. Support infrastructure construction.
8. To manage local relationships: to make government relations their personal responsibilities. Having corporate-level Government Affairs staff based in one location in China.
9. 20, yes.
10. To enhance communication with the Chinese government, familiarize and understand Chinese laws and regulations as soon as possible to adapt to China's system and culture.

Foxconn:

1. The Chinese government is proactively soliciting various business chambers for input on legislation.
2. In China more pay attention to the personal relationship with government officials.
3. Very important, some associations offer members access to group health care benefits and other perks as a reward for your investment.
4. Associations are able to provide an authoritative voice and act as a focal point for public and media inquiries about the industry, by communicating the collective view and position to media and other opinion.
5. Joined the professional association and fire local lowers.
6. No
7. Improving local government affairs. Working to build strong, trust-based relationships with key government stockholder.

8. To seek to develop relationships with key government officials through Chinese partner, intermediaries, lawyers, or others.
9. 40, yes.
10. Meeting Chinese government officials prior to or in parallel with negotiation with Chinese business executive increases the chances of success.

Microsoft:

1. Cultural misunderstandings arising from miscommunication are the biggest problem.
2. The relations between government and business.
3. Industry associations not only provide professional development opportunities in the form of workshops, seminars, and classes, they also provide the opportunity to learn from other members.
4. Industry associations introduced us some government officials, organized meeting with government officials, provided us opportunities to voice.
5. Looked for experienced local legal consulting firm.
6. Intellectual Property Issues. First, we included the creation of IP to the part of the product development process. Second, expanded licensing technology from other companies, like Siemens, Toshiba. Third, we announced a policy, that our IP to open in the same industry, some of them are free.
7. Using CEO as company spokesperson on government issues critical to strategic agenda. Developing and executing a strategy for engaging with all relevant government stakeholders.
8. Help local government clients solve their funding problems. Support the child education.
9. 36, yes
10. Create government relations messaging that demonstrates commercial goals. Train government relations employees to work together closely. Develop «guanxi». Build the personal relationship with Chinese party on a day-by-day basis.

Unilever:

1. Low for Foreign companies and regulation.
2. Lobbying method.
3. Becoming a member of an industry association gives you a fast pass to any noteworthy news or developments in your industry.
4. Learned best practices about communications with government, obtained the political information and news.
5. Join the industry associations.
6. Issue in tax policy. Looked the local law consulting firm.
7. Join the social organization, which have official channels influence government decision-making. Give full consideration to the development strategy of localization.
8. Seek the big program to work with the local government, share the advantage technology and the team of experts with the local government.

9. 50 yes
10. Track and evaluate government relations performance and adjust strategies accordingly. Have some local employees doing essential government functions in leased space. Push the right local hot buttons.

AIA group:

1. Environmental regulation.
2. In China the information asymmetry between the government and the business.
3. Industry associations give a public voice to groups that might otherwise be ignored, support the development of industry professionals, and act as a watchdog for the well-being of the industry as a whole.
4. Industry associations give us seminars, conferences and association events, and as a member in association also project a positive image of our company to customers.
5. Professional local lowers
6. No
7. Be the chief economic advisor of the local government, fire local FA lead to communicate with the local government.
8. Investment in the Beijing Olympics. Provide the Chinese government special Windows 10. Support small and medium business, and give technical support.
9. 25, Yes
10. Understanding social, political, economic objectives of government actions. Making conversation with government officials.

Siemens:

1. China special rules in marketing.
2. The culture
3. Industry associations are the important part of the trade. Association let you know what's going on in your industry, and as a member, you can be a part of it. If you have the resources, the more associations you join, the better.
4. Industry associations provide us relevant industry policy advisory.
5. Legal training and the interpretation of the latest laws and regulations.
6. Issues in anti-monopoly law. Apologize to the government and accepted the fine.
7. Looking for the trade groups lobbying for company, promoting corporate social responsibility to help government officials achieve social goals.
8. Visit the the leadership of local relevant departments, donate money to local economic development.
9. 37, yes
10. Need a detailed and comprehensive understanding of the political environment (legislative and executive structure, political parties and key players, major trends and possible implications), the business climate (security, corruption, petroleum fiscal systems) and social condition.

Suzuki:

1. The corruption of dealing with government in China.
2. The culture of the communication.
3. Industry association's representations to the Government on policy matters are backed up with the best-available evidence gathered from their members. This helps with associations of the costs and benefits of policy proposals.
4. Industry associations provide us with the latest news and information about our industry, which is key to foresee trends, get to know new products, and be informed about other relevant information about industry.
5. Set up a branch for handling the relevant legal affairs.
6. No
7. Pay attention to China's charity, such as raise money for charity, support education, help and support the poor.
8. An official Meeting with local government officials, set up research-development center in the local, help local government build an innovation-oriented society.
9. 17, yes
10. Deputizing other functional staff as local GA lead, hire a full-time local GA manager. Handle negotiations directly with government officials.

LG:

1. Political pressures.
2. The difference of the China's system, in China, government control over most of the resource, have to keep good relationship with government.
3. Associations reinforce the company's image as trustworthy and project a positive image on their member's customers.
4. Industry associations are well equipped to offer sector-specific advice and guidance on key sustainability issues.
5. In-deep study of Chinese law and set up the relevant department.
6. No
7. Sponsor the international activities, which organized by government.
8. Cooperate with local companies, help domestic companies in management, technology, etc. Reasonably adopt localization strategy according to the Chinese government policy.
9. 36, yes.
10. Gathering the information of the political, economic, and social landscape in China.