

Поддержка малого бизнеса в Китае – государственный приоритет



В последние годы мы видим все больше китайских товаров на российском рынке. Все больше компаний из Китая участвует в наших выставках, на многих из которых, как, например, на MIMS-2011, они занимают целые павильоны. Таким образом, здесь, в России, мы наглядно видим масштабность и эффективность государственных программ продвижения экспорта, действующих в Китае. Как это происходит на практике? По просьбе редакции о китайском опыте поддержки малого бизнеса и экспортно-ориентированных предприятий рассказал Полномочный министр, Советник по торгово-экономическим вопросам Посольства Китайской Народной Республики в Российской Федерации **Лин Цзи**

ЦЕЛЬ – СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

– Скажите, пожалуйста, какова роль малых и средних предприятий в экономике Китая?

– В настоящее время они составляют абсолютное большинство зарегистрированных предприятий страны – свыше 95% от общего числа. Малый и средний бизнес дает одну треть ВВП Китая и создает большое количество рабочих мест. Именно поэтому его поддержка была и остается одной из приоритетных задач государства. В рамках реализации соответствующей государственной программы работают многие министерства и ведомства.

При этом средний и малый бизнес составляют, в основном, частные компании. Для нас вид собственности не играет особой роли. Мы помогаем всем.

– Какие инструменты поддержки малого бизнеса Вы считаете основными?

– Таких инструментов очень много, если говорить, в частности, о кредитовании, это уменьшение процента за кредиты, снижение требований и смягчение условий для предоставления гарантий при получении кредитов, продление сроков кредитования и пр.

– Существуют ли в Китае программы поддержки инновационных предприятий?

– В течение более чем тридцати лет в Китае действует программа поддержки предприятий, работающих в сфере высоких технологий. Она включает много конкретных льготных мер – финансовых, налоговых, организационных. При предоставлении субсидий установлены определенные приоритеты для инновационных компаний.

ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ЭКСПОРТА РАССЧИТАНА НА ДЕСЯТИЛЕТИЯ

– Как построена поддержка участия малого и среднего бизнеса Китая в выставках за рубежом?

– По многим товарным позициям малые и средние компании являются у нас основными производителями экспортных товаров, а значит, поддержка продвижения их продукции на зарубежных рынках является ключевой задачей государства.

Один из самых эффективных инструментов этой работы – организационная и финансовая поддержка участия предприятий в выставочно-ярмарочных мероприятиях за границей. Ежегодно мы составляем соответствующую программу. Помощь осуществляется и центральным правительством, и властями регионов: бюджетные субсидии на эти цели выделяются из национального и местного бюджета.

Подобная практика существует более двадцати лет, и давно доказала свою эффективность, причем не только с финансовой стороны. Для малого бизнеса крайне важна организационная помощь, которая осуществляется через создание коллективных экспозиций. Когда имеется объединенный стенд и сформирована делегация, работать гораздо легче.

Хотел бы подчеркнуть, что эти финансовые инструменты используются только для среднего и малого бизнеса. Крупные компании не могут получить субсидии, поскольку имеют больше финансовых возможностей.

Конечно, выставки – это только один из инструментов продвижения экспорта, есть еще такие меры, как экспортный кредит, экспортное страхование и т.д. Мы широко используем все меры, которые допускаются правилами ВТО.

– В каких объемах осуществляется субсидирование?

– На разных выставках и для разных компаний – по-разному. В одних случаях расходы компенсируются полностью, в

других – частично. Все зависит от отрасли и места регистрации фирмы. Бывает, в одной экспозиции участвуют предприятия из разных регионов. Так вот, для компаний из менее развитых провинций Центрального и Западного Китая размер субсидии может быть существенно больше, чем для предприятий из более развитых восточных районов страны.

Политика субсидирования носит дифференцированный характер и направлена на первоочередную поддержку предприятий из развивающихся регионов.

– Смотрят ли государственные органы на качество продукции компаний - экспортеров?

– Как Вы понимаете, участвовать в выставках имеют право все желающие, но государство при этом должно смотреть на качество товара и состояние самого предприятия – если оно находится в стадии банкротства, о каком развитии бизнеса за рубежом может идти речь?

В последние годы мы серьезно контролируем качество. Следим, чтобы компании находились в хорошем финансовом состоянии, имели возможность и практический опыт работы на экспорт (все это видно по их статистическим отчетам).

В целом, при обсуждении проблемы качества надо выделить два аспекта. Во-первых, решающее слово здесь всегда принадлежит потребителю, именно он выбирает товар, исходя из соотношения качества и цены. Второй аспект – обязательный государственный контроль за безопасностью продукции и ее соответствием всем положенным сертификационным требованиям, даже если речь идет о товаре относительно низкого качества по низкой цене.

Очевидно, что большая часть китайских экспортеров – добросовестные производители. При этом все понимают, что Китай – огромная страна, занимающая первое место в мире по объему экспорта. В таких условиях невозможно полностью избежать недобросовестных поставок. К сожалению, у нас есть еще компании, которые обходят систему государственно-

го контроля при экспорте товаров. Более того, бывают случаи, когда иностранные заказчики специально приезжают в Китай и заказывают низкокачественные товары, чтобы поставлять их в более бедные регионы мира. В последние годы с этими явлениями ведется жесткая борьба.

– Скажите, отчитываются ли предприятия о расходовании бюджетных субсидий? И как это происходит?

– Нет, отчетов, обязательных для всех экспонентов, не существует. Операторы коллективных экспозиций в соответствии с утвержденными критериями проводят опрос и собирают отзывы участников (какие возможности предоставила выставка, заключены ли контракты и пр.) Анализируются результаты участия, но это не отчет, а просто сбор информации.

– Существует ли такое понятие, как «эффективность участия в конкретной выставке»?

– В Китае действует государственная программа поддержки экспорта малых и средних предприятий, которая носит стратегический характер. Уверен, что ее эффективность нужно считать по общему состоянию развития внешнеэкономической деятельности малого бизнеса. Оценивать эффективность каждой выставки очень сложно.

Нет никакой необходимости ставить перед фирмой какие-то обязательные условия, мол, мы вам оплачиваем стенд, а вы предъявите подписанные контракты.

– Имеется ли у вас утвержденный на государственном уровне перечень выставок за рубежом, на которых организуются коллективные экспозиции национальных предприятий, – так, как это происходит в России?

– Да, такой перечень есть, и он каждый год корректируется. Инициатива по отбору выставок идет от предприятий, объединений предпринимателей и торгово-промышленных палат.

Разумеется, утверждается этот список в министерстве, поскольку речь идет о расходах государственного бюджета. В министерстве формируют единую программу, однако полномочия по распределению средств передаются местным властям, они лучше знают, какие у них есть предприятия и что они хотят.

В отличие от России, в Китае нет обязательного софинансирования программ поддержки малого и среднего бизнеса из регионального бюджета. Существуют небогатые провинции, у которых нет такой возможности, они пользуются лишь средствами центрального бюджета.

– Мы говорим о зарубежных выставках. Но ведь в Китае проходит очень много выставок внутри страны, и многие из них имеют мировую известность. Поддерживает ли государство участие китайских предприятий во внутренних выставках?

– Что касается внутренних выставок, то здесь ситуация другая: ценовую политику и условия участия определяют организаторы. Если они считают нужным и экономически обоснованным, то дают определенные преференции малому биз-

несу. Так происходит, в частности, при проведении некоторых общенациональных выставок-ярмарок, но это – отдельные случаи. Единой государственной политики в данной сфере нет. Мы считаем, что на внутреннем рынке все коммерческие структуры должны находиться в равных экономических условиях и конкурировать на равных. Вмешательство государства здесь должно быть минимальным.

НА ЧТО ВЛИЯЕТ ВТО?

– Что происходит на китайском рынке через десять лет после вступления страны в ВТО? Составляют ли большинство китайские товары?

– Все эти вопросы решает рынок. Главным следствием вступления любой страны в ВТО по традиции считается снижение экспортных пошлин. Конечно, тарифная политика – серьезный фактор, но он не является ключевым при формировании стоимости импортных товаров на внутреннем рынке. Для ведения бизнеса очень важно улучшение инвестиционного климата, речь идет о расширении доступа иностранных компаний на рынок, повышении качества таможенного регулирования (упрощение процедуры, ускорение оформления таможенного декларирования) и т.д.

Китай присоединился к ВТО в 2001 году. К тому времени у нас уже работало достаточно много компаний с иностранным капиталом. Крупные международные корпорации создали в Китае мощные производственные мощности и выпускали качественную продукцию под собственными брендами. Появились китайские торговые марки, которые на внутреннем рынке оказались вполне конкурентоспособны по соотношению качества и цены при сравнении с иностранными. В этих условиях снижение пошлин не стало существенным фактором для роста импорта. Так, к примеру, мы знаем, что компания «Фольксваген» наладила производство своих машин в Китае, так какой же им смысл ввозить те же автомобили из Германии?

– Три месяца назад в ВТО вступила Россия. Как Вы считаете, получат

ли китайские товары больший доступ на российский рынок? Увеличится ли количество китайских экспонентов на наших выставках?

– В этом нет сомнений. Вступление России в ВТО открывает больше возможностей не только для китайских, но и других зарубежных компаний.

Произойдет это, конечно, не только по причине присоединения к ВТО, но и в связи с общим ростом объема российского рынка. В последние годы экономика России показывает устойчивый положительный рост – по ВВП, показателям промышленности и сельского хозяйства. Несмотря на некоторое замедление этих процессов в последние месяцы ваш рынок все равно является одним из самых привлекательных в мире. В России – растущая экономика. И присоединение к ВТО – еще один дополнительный шанс для ее развития.

Думаю, что количество китайских экспонентов на выставках в России увеличится. По неполным оценкам, в 2011 году в российских выставках, не считая различных деловых встреч, форумов и семинаров, приняли участие свыше 2000 китайских фирм.

Говоря о Всемирной торговой организации, хотел бы отметить тот факт, что снижение средних тарифных уровней при вступлении России в ВТО было не столь существенным, как в свое время в Китае.

И еще один момент. Присоединение к ВТО открывает хорошие возможности и для российских экспортеров, им теперь гораздо легче наладить сотрудничество с иностранными партнерами, вести бизнес за рубежом. Между тем, приходится читать очень много публикаций, в которых анализируются угрозы и считается ущерб от вступления России в ВТО, но практически никто не считает преимуществ, не пишет, как российский бизнес может заработать на зарубежных рынках, и это очень странно.

Тем не менее, я уверен: российские предприятия найдут возможность и используют все преимущества ВТО для расширения своего присутствия на мировых рынках.



На фото: одна из коллективных экспозиций предприятий Китая на выставке MIMS-2011, Москва, «Экспоцентр»