

## КИТАЙ У ХХІ СТОЛІТТІ: «КОПІРАЙТЕР» №1 ЧИ ІННОВАЦІЙНИЙ ХАБ ХХІ СТОЛІТТЯ

За останні 38 років середні темпи зростання китайської економіки коливалися навколо середнього 9,57%, тобто, з січня 1979 по грудень 2016 ВВП Китаю виріс у понад 32 рази [1]. В 2014 році китайська економіка стала найбільшою в світі (за ВВП за ПКС), то ж надзвичайно важливо розуміти суть цих явищ зсередини, вчасно помічати тренди розвитку цієї країни, аби зростати разом з нею, з країною, де розвивається «соціалізм з китайською специфікою», коли «державна орієнтує ринок, а ринок орієнтує підприємства».

В 2 половині ХХ століття розвиток ЕОМ привів до науково-інформаційної революції. Інформація та знання почали визнаватися як частиною продуктивних сил суспільства, в економіці почала домінувати сфера послуг, почало змінюватися сприйняття працівника, коли він не приходить працювати на компанію на ставку, а бажає працювати з ростом разом з компанією, «продаючи» їй свій продукт творчої інтелектуальної праці [2, с. 53].

В КНР після 3 пленуму ЦК КПК 11 скликання, який відбувся 1978 року, держава фактично на чолі з Ден Сяопіном почала змінювати країну. Характерними рисами цих змін було створення умов для розвитку МСБ, особливо в сільській місцевості, відносна демілітаризація, відсутність масової націоналізації, створення ВЕЗ та ін.

Перший час китайська економіка продовжувала випускати дешевші копії іноземних розробок СРСР, а потім і країн Заходу, Азійських тигрів. Однак з часом цей тренд почав гальмувати і змінюватися на протилежний, що яскраво демонструє розвиток таких компаній як Alibaba, Lenovo, Meizu, Xiaomi розвиток smart-міст, частка фінансування досліджень та нових розробок становить 21% світового або \$408 829 млн. [3, р. 4/39], а за кількістю наукових статей в 2018 році КНР випередила США [4, р. 5/101].

Китайські інвестиції в Африку зростають, за оцінками керівника відділу оцінки ризиків серед країн, до 2025 року перевищать \$1 трлн., що є проявом перенесення виробництва сировини та низькоякісних товарів назовні, і переорієнтації внутрішньої економіки (South China Morning Post). Варто також додати, що частка сфери послуг у ВВП КНР в 2017 році становила 52,7% [5], а курс 13 п'ятирічки Китаю – підвищення внутрішнього попиту, що говорить про зміну стратегії розвитку з використання переваг світового ринку на розвиток власного суспільства.

В аналізі 13 п'ятирічки компанією КМПП, зрозуміло, що раз уряд Китаю орієнтується на розвиток за сімома визначеними векторами, то у відповідні галузі надходитимуть інвестиції. Так, якщо дивитися них, стає зрозумілим, що інвестиції будуть спрямовані на розвиток нових галузей, що розвиваються (електромобілебудування, робототехніки), в промисловість зі спрямуванням на трансформацію, в різні сектори сфери послуг (зокрема для захисту навколишнього середовища), в інфраструктуру (в реалізацію програм інтеграції «Пекін-Тяньцзінь-Хебей», «Річковий економічний пояс Янцзи» та ін.), в розвиток зелених технологій, в високотехнологічні товари широкого вжитку, в розвиток традиційно державних секторів економіки (комунальні послуги), в АПК [6].

Однак це все ж далека перспектива. І у багатьох речах Китай досі відстає від тренду. Особливо це стосується ринку криптовалюти, з 2017 року Китай заборонив на своїй території ІСО, торгівлю криптовалютою, та планує заборонити майнінг [7].

То ж амбіції китайської держави продовжувати захоплювати лідерські позиції проявляються з кожним роком усе більше, і помітно, що Китай справді може стати інноваційним хабом ХХІ століття і посунути з цього місця США, так як має більший потенціал, ніж сучасний лідер. Він вже не головний продуцент дешевих копій, яким був наприкінці 1990-х та на початку 2000-х, але ще не досяг того стану, аби власною інноваційною діяльністю задавати тренд світовій економіці та всьому суспільству загалом.

*Список використаних джерел:*

1. GDP growth (annual %) – The Worldbank Data: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CN>.

2. Мельник О. М. Економічний розвиток: логіка господарського прогресу: навч. посібник / О. М. Мельник. – К.:КНЕУ, 2013. – 463, [1] с.
3. Science & Engineering Indicators 2018 – National Science Board: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.nsf.gov/statistics/2018/nsb20181/report>.
4. China to provide Africa with US\$1tr financing – South China Morning Post: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.scmp.com/business/banking-finance/article/1358902/china-provide-africa-us1tr-financing>.
5. GDP – composition, by sector of origin – Central Intelligent Agency: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html>.
6. The 13th Five-Year Plan – China's transformation and integration with the world economy: opportunities for Chinese and foreign businesses: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2016/10/13fyp-opportunities-analysis-for.pdf>.
7. У Китаї можуть заборонити майнінг – Економічна правда: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.epravda.com.ua/news/2018/01/11/632899/>.

**Галицька Е.В.,**  
*Професор кафедри фінансів НаУКМА,*  
**Донкоглова Н.А.,**  
*Науковий співробітник кафедри фінансів, НаУКМА*

## **МЕТОДИ ВПЛИВУ НА ДІЛОВИХ ПАРТНЕРІВ**

Як говорить східна мудрість «Слухай, що говорять люди, але розумій, що вони відчувають», оскільки на шляху взаєморозуміння лежать певні бар'єри спілкування (захисні стереотипи). Для їх подолання необхідно [1, 2, 4, 5, 6]:

➤ Прагнути бути гарним слухачем. Адже невміння слухати часто є причиною неефективного спілкування, непорозумінь і навіть конфліктів. Слід розуміти, коли застосовувати у спілкуванні з діловим партнером нерелексивне, а коли – релексивне слухання.

➤ Проявляти шанобливе ставлення до ділового партнера, сприяти створенню при спілкуванні атмосфери взаємної довіри. Не слід забувати, що одні й ті ж самі аргументи у приємного співрозмовника сприймаються як більш переконливі у неприємного, як менш переконливі. Наводити аргументи в певному порядку, оскільки це впливає на їх переконливість. Фахівці з ділового спілкування рекомендують застосовувати наступний порядок наведення аргументів: спочатку сильні, потім середні, а в кінці розмови – один найсильніший аргумент.

➤ Вміти переконувати ділового партнера. Починати з того, що не роз'єднує, а навпаки – сприяє узгодженню позицій. Акцентувати увагу на тому, що із запропонованого потрібно вашому діловому партнеру. Не боятись підтримувати опонента, а знайшовши яскраві аргументи або сильні заперечення, не починати з них без відповідної підготовки.

➤ Бути дружелюбним, проявляти емпатію до співрозмовника, вміти викликати позитивні емоції. Ураховувати, що спільність позицій і інтересів, ціннісно-орієнтаційна єдність виникає між співрозмовниками, як правило, при духовній єдності. Не заганяти ділового партнера і себе у «глухий кут». Не принижувати свій статус та статус і імідж співрозмовника, зберігати гідність у будь-якій ситуації.

➤ Дотримуватись правил етики, слідкувати, за своїм зовнішнім виглядом та своїми манерами. Дуже важливо слідкувати за мімікою, жестами та позами – своїми і ділового партнера. Розуміння мови жестів і поз сприяє процесу ефективного спілкування. Багаточисельними спостереженнями і дослідженнями встановлені ознаки, за якими можна з великою впевненістю зробити висновок щодо думок і почуттів людини та її відношення до співрозмовника.

Класична схема послідовного переконання співрозмовника: увага - інтерес - бажання – дія [5, с. 20-21]. Увагу співрозмовника можна привернути незвичним викладом інформації, формою, візуальними ефектами тощо. Інтерес виникає, коли співрозмовник розуміє, що може задовольнити яку-небудь свою потребу. Бажання виникає у нього, коли він бачить, що ціль можна досягти. А дія – це наслідок бажання, розуміння того, що треба робити.