

**Мировая экономика**  
**и бизнес**

д-р экон. наук, профессор

**С.В. Куприянов,**

магистрант

**В.А. Орлова**

Белгородский государственный

технологический университет

им. В.Г. Шухова

**ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ СОВМЕСТНОГО  
РОССИЙСКО-ФИНСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ  
КЛИМАТИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ**

Мировая экономика и расширение форм межстранового взаимодействия на уровне отдельных предприятий позволило расширить как географию импорта, так и географию экспорта несколько столетий назад, однако современный этап мирового экономического развития открывает как никогда много возможностей для предприимчивых компаний, адаптирующихся под постоянно изменяющиеся условия конъюнкты мирового рынка. Информация становится важнейшим фактором, предопределяющим развитие не только отдельных компаний, но и национальных экономик в целом, а потому разработка алгоритмов взаимодействия партнеров, основанных на всесторонних исследованиях, представляет ценность для участников внешнеэкономических связей, в том числе российско-финского предприятия [3,4].

Цель работы – исследовать особенности создания совместного российско-финского предприятия по производству климатического оборудования.

Задачи:

- провести маркетинговое исследование возможностей для российских компаний на финском рынке;
- выявить основные особенности функционирования российско-финского предприятия по производству климатического оборудования.

На начало 2019 г. в России было зарегистрировано около 300 дочерних финских компаний, в то время как в Финляндии работали лишь 27 российских организаций. В этом же году финские компании инвестирова-

ли в экономику России в три раза больше, чем отечественные фирмы в финскую [7].

Основными странами, получающими российские прямые инвестиции, являются Кипр (70–75%), государства еврозоны в целом (около 15%), кроме того, российские фирмы инвестируют в экономику стран Таможенного союза (около 8%) [7].

Существует целый ряд факторов, привлекающих на финский рынок российских инвесторов:

- высокий уровень развития инфраструктуры. На практике это означает простую и понятную схему подключения к электросетям, водоснабжению, отопительным системам;

- развитая банковская система и рынок банковских услуг. Так, например, средние ставки ипотечного кредитования составляют 3–4,5%. Финансирование бизнес-проектов предлагается по ставкам 4–4,5% годовых;

- доступ к государственной, в том числе финансовой поддержке бизнес-проектов;

- стабильный деловой климат, упрощенная система открытия предприятия создают благоприятные условия для развития бизнеса;

- процесс капитализации НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки) проходит достаточно быстро по сравнению с другими странами;

- наличие русскоговорящего персонала, способного работать на новом предприятии. Кроме того, финны обладают значительным опытом сотрудничества с русскими компаниями, среди которых легче найти потенциальных партнеров;

- Финляндия – это часть Евросоюза, поэтому российские компании рассматривают ее в качестве отправной точки для выхода на европейский рынок, ведь продукция, произведенная там, может свободно перемещаться в другие страны еврозоны [6];

- близость России и наличие значительного числа этнических русских в структуре населения делает Финляндию привлекательным рынком сбыта.

Наибольший интерес российских инвесторов вызывают ИТ-сфера, высокие технологии, фармацевтика и туризм. Самые известные проекты российских компаний в Финляндии: дата-центр «Яндекса» и фармацевтический завод «Цитомед».

В первую очередь в Финляндии развиваются ИТ-индустрия, отрасль социальных и медицинских услуг. Особенно быстро растет рынок компьютерных игр и приложений, успеха на нем добиваются даже совсем небольшие компании [5].

Еще одним растущим сегментом является рынок социальных и медицинских услуг для пожилого населения. Пенсионеры в Финляндии — это обеспеченная категория граждан, причем и они сами, и их дети ищут поставщиков качественных услуг. Это касается как медицинской, так и социальной, туристической и развлекательной сфер.

Наконец, в Финляндии активно развивается интернет-торговля. С каждым годом финны покупают все больше товаров через Интернет, которые чаще всего заказывают в международных интернет-магазинах, поскольку их привлекает широкий выбор и низкие цены.

Таким образом, для целого ряда российских высокотехнологических отраслей Финляндия может стать стартовой площадкой для поставки товаров в Европейский союз. Наиболее перспективными видами деятельности для российских компаний на финском рынке являются высокие технологии (прежде всего софтверная отрасль), а также мода и фастфуд. Основной особенностью финского рынка является предоставление возможности развития небольшим фирмам, кроме того, существуют специальные программы поддержки инновационных стартапов. Оказывают помощь российским компаниям и региональные центры развития (HelsinkiBusinessHub, Lakes, Cursor, Tredea), которые плотно взаимодействуют между собой и помогают оптимальному решению задач клиента. Важным фактором успеха в Финляндии является существование стратегии развития компании, понимание потенциального рынка сбыта, наличие уникального торгового предложения, а также работа с квалифицированными партнерами.

DanVex – один из ключевых производителей Европы в сфере профессионального климатического оборудования. Продукция фирмы DanVex является лучшей в отрасли и по праву занимает высокие позиции по производству и продажам отопительного оборудования на отработанных маслах, адсорбционных и конденсационных осушителей воздуха, а также ультразвуковых увлажнителей воздуха [2].

Главный офис компании находится в столице Финляндии Хельсинки, консолидационные склады и основное сборочное производство недалеко от Хельсинки в районе Эспоо.

Почти в каждой стране Европейского Союза открыты представительства компании. Продукция компании, благодаря своему высокому качеству, по праву занимает лидирующие позиции на рынках климатической техники не только Европы, но и США, Канады и Российской Федерации.

Себестоимость поставляемых из Финляндии товаров ниже, чем у Китайского дистрибьютора, в связи с чем можно заключить прямой контракт с производителем в Финляндии на поставку ассортимента климатического оборудования. Рис. 1 отражает результаты проведенного SWOT-анализа.

<p style="text-align: center;"><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·Наличие лояльных клиентов</li> <li>·Опыт продаж климатического оборудования</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·Отсутствие опыта ведения бизнеса с финским поставщиком.</li> <li>·Финансовые ограничения, не позволяющие обратиться к компании-посреднику</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·Рост интереса к климатическому оборудованию</li> <li>·Стремление потребителей найти более дешёвый аналог известных брендов</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·Повторение опыта работы с предыдущими дистрибуторами</li> <li>·Угроза возникновения конкурентов с аналогичным товаром</li> </ul>

Рис. 1. SWOT-анализ производства климатического оборудования

Результаты PEST-анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1

### Результаты PEST-анализа

Политические факторы	Влияние	Система действий
1	2	3
1. Активизация процессов европейской интеграции	Усиление конкуренции на рынке	Опережение возможных конкурирующих предприятий
2. Динамизация развития сотрудничества с международными финансовыми организациями	Стабилизация финансовых рынков	Появление благоприятных возможностей – увеличения объемов реализации продукции
3. Расширение законодательной базы в сфере либерализации экономики	Увеличение темпов развития экономики	Появление благоприятных возможностей – увеличения объемов реализации продукции
Экономические факторы	Влияние	Система действий
1. Прогноз увеличения роста ВВП страны	Увеличение финансовой устойчивости и спроса на продукцию	Активная маркетинговая политика (политика коммуникаций)
2. Прогноз инфляции на уровне 15-20%	Опосредованное влияние на покупательную способность субъектов экономики	Альтернативная оценка стоимости финансовых операций компании
3. Возрастание доступности кредитных ресурсов и уменьшение их стоимости	Увеличение спроса на продукцию	Усовершенствования программ кредитования и активизация сотрудничества с банковскими структурами
Социально-культурные факторы	Влияние	Система действий
1. Снижение страха перед кредитованием	Увеличение спроса на продукцию	Активная маркетинговая политика (политика коммуникаций)
2. Увеличение восприимчивости импортных товаров	Увеличение спроса на продукцию	Активная маркетинговая политика (политика коммуникаций)

Продолжение табл.1

1	2	3
3. Повышения уровня информированности субъектов экономических отношений, рационализация их поведения	Увеличение спроса на продукцию	Активная маркетинговая политика (политика коммуникаций)
<b>Технологические факторы</b>	<b>Влияние</b>	<b>Система действий</b>
1. Усовершенствование технических возможностей доставки	Снижение издержек, увеличение спроса на продукцию	Активная маркетинговая политика (политика коммуникаций)
2. Дальнейшее расширение ассортимента	Усиление конкуренции, увеличение спроса на продукцию	Активная маркетинговая политика (политика коммуникаций)
3. Увеличения популярности спорта	Увеличение спроса	Активная маркетинговая политика (политика коммуникаций)

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод о том, что в среднесрочной перспективе все же большее количество факторов будут способствовать расширению спроса на продукцию климатического оборудования. Прежде чем начать поиск контрагента, рассмотрим алгоритм поиска потенциального партнера в Финляндии, представленный на рис. 2.

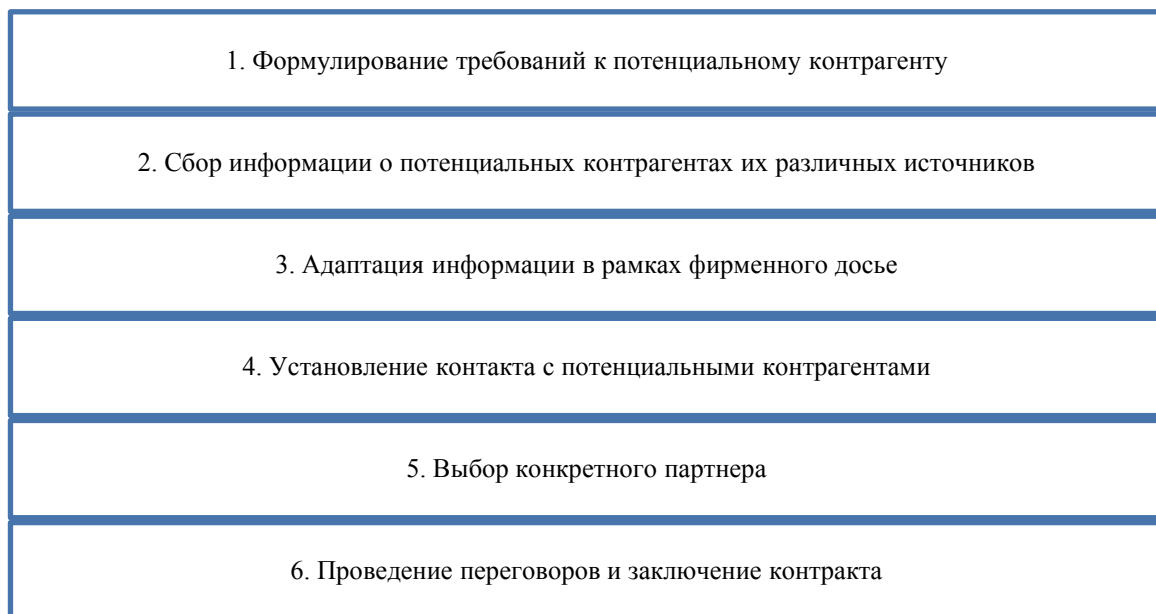


Рис. 2. Алгоритм выбора поставщика в Финляндии [1]

Требования к поставщику включали следующие пункты:

1. Финансовые показатели, так как организация стремится избежать негативного опыта взаимодействия с компанией, которая обанкротилась через первые полгода взаимодействия;

2. Репутация и имидж, на основании которого необходимо отбирать кандидатов;

3. Готовность поставщика работать с небольшими партиями, так как большинство крупных фабрик работает исключительно с дистрибуторами;

4. Приемлемая стоимость партии;

4. Техническое оснащение фабрики, которое необходимо для производства климатического оборудования;

5. Готовность к совместной долгосрочной работе, подразумевающей не конфронтацию, а взаимовыгодное сотрудничество.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

– рынок непосредственного соседа России Финляндия в настоящее время является для российских предпринимателей недостаточно востребованным. Вместе с тем, политические, экономические, географические, культурные и прочие условия представляются достаточно привлекательными;

– наличие единой границы, развитая логистическая инфраструктура, исторические связи позволяет российским и финским компаниям заниматься международным бизнесом приграничных регионов не только крупных бизнес-структур, но и малого предпринимательства;

– реализация представленной на рис. 2 схемы позволит компании реализовать производство климатического оборудования из Финляндии, а также установить отношения с контрагентом, предполагающее возможность дальнейшего сотрудничества.

### Библиографический список

1. Бартенев С.А. Особенности импорта потребительских товаров длительного пользования из Финляндии в Россию // Российский внешне-экономический вестник. 2018. С. 25–103.

2. Буданов В.Н. Организация внешнеэкономической деятельности предприятия: учебно-методическое пособие / В.Н. Буданов. Владимир: Аркаим, 2016. 499 с.

3 Особенности развития социально-экономических систем в условиях глобализации: монография / под ред. Проф. С.В. Куприянова. Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. 194 с.

4. Роль инноваций в тренде российской экономики: монография / под ред. Проф. С.В. Куприянова. Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. 314 с.

5. Laine J. New Threats, Challenges, and Finnish-Russian Cross-Border Security Cooperation: A Finnish Perspective // *EuroTimes*. 2018. №1. P. 15–142.

6. Németh S., Fritsch M., Eskelinen H. Cross-Border Cooperation and Interaction between Southeast. Finland and its Neighboring Russian Regions of Leningrad Oblast' and St. Petersburg. *CaseStudyReport*. November 2017. 12 с.

7. Аналитический обзор РБК.research [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://s.rbk.ru/v4\\_marketing\\_media/demo/8/74/115066127418748.pdf](https://s.rbk.ru/v4_marketing_media/demo/8/74/115066127418748.pdf) (дата обращения: 24.11.2019).

Рекомендовано кафедрой  
менеджмента и внешнеэкономической  
деятельности БГТУ

д-р экон. наук, профессор

***С.В. Куприянов,***

магистрант

***А.М. Муради***

Белгородский государственный

технологический университет

им. В.Г. Шухова

## **ОСОБЕННОСТИ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В АФГАНИСТАНЕ**

Афганистан является древним центром торговли и миграции, так как находится между Востоком и Западом. Располагается он между Южной и Центральной Азией с одной стороны и Ближним Востоком, с другой. Это позволяет ему играть важную роль в политических, экономических и культурных отношениях между странами региона.

Афганистан переживает экономический и политический кризис. Ключевым компонентом в процессе восстановления экономики страны является использование географического положения с целью повышения экономических выгод для хозяйственного комплекса. Усиление региональной интеграции и содействие развитию торговли Афганистана являются основополагающими элементами развития страны. Развитие интеграции может принести ряд выгод, начиная от улучшения возможностей трудоустройства, что приведет к повышению покупательской способности домохозяйств. Более широкие и глубокие связи с торговыми партнерами также могут способствовать экономической диверсифика-