УДК 339.727.22:664.68

О.М. Пєтухова

Т.М. Іванюта

ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ФАКТОР СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Солодка продукція фірми "Світоч" сьогодні добре відома не лише в Україні, де підприємству належить п’ята частина ринку кондитерських виробів, а й поза її межами. Фірма прагне, щоб її солодощі гідно конкурували з продукцією інших підприємств, зокрема іноземних. Зарубіжні виробники в основному досвідчені, мобільні конкуренти, тому, щоб вистояти в ринкових умовах, фірмі "Світоч" потрібно за декілька років пройти той шлях, який могутні світові компанії долають десятиліттями.

Визначити становище вітчизняного лідера кондитерської промисловості й намітити перспективи та напрями його розвитку можна за допомогою порівняння фінансових показників діяльності фірми "Світоч" з відповідними показниками відомих міжнародних гігантів. Наведені у таблиці дані порівнюють фінансові становища фірм "Світоч", "Nestle" та "Wedel", розрахунок показників здійснений на основі міжнародних стандартів. З наведеної таблиці видно, що в цілому фінансові показники фірми "Світоч" виглядають не погано, а деякі з них навіть кращі, ніж у міжнародних компаній. Окремі показники, значення яких, порівняно із зарубіжними виробниками, є абнормальними, зазнають безпосереднього впливу економічної ситуації в Україні, і тому вони не є несподіванкою.

Показники, які характеризують основні фонди, віддзеркалюють

стан основних засобів на переважній більшості вітчизняних підприємств: основні фонди застаріли, багато з них вже списані, але вони все ще працюють. Мала вартість основних фондів зумовлює низькі амортизаційні відрахування. Завдяки такій амортизації підтримується певний рівень прибутку, але високі податки на прибуток (66 % за міжнародними нормами) його знижують. Проте чистий прибуток як відсоток продажу та як відсоток акціонерного капіталу мало відрізняються від показників зарубіжних компаній. Водночас загальна рентабельність фірми "Світоч" є нижчою порівняно з "Nestle" та "Wedel", однак загальні витрати на амортизацію, маркетинг тощо також нижчі. З вищезазначеного можна зробити висновок, що асортимент фірми "Світоч" — це переважно звичайна продукція широкого вжитку. Ціна на таку продукцію враховує собівартість і нормальний прибуток. Проте на унікальні диференційовані продукти можна встановити вищу ціну і за рахунок прибутку фінансувати значні витрати на маркетинг та розвиток нових продуктів. Показники продажів на одного працівника порівняно з "Nestle" та "Wedel" свідчать про наявність невиправдано великого персоналу. Це деякою мірою пов'язано з наслідками колишньої радянської політики та застарілими основними фондами (більше ручної праці). Як і майже всі українські підприємства, фірма "Світоч" є статистично неефективною. Тому заробітна плата працівників фірми відносно низька, хоча персонал має високу кваліфікацію.

На сьогодні надзвичайно високий відсоток за банківський кредит також спричиняє негативний вплив на діяльність та стан українських підприємств. У розвинутих західних країнах відсоток за кредит становить 7 — 10%. Тому компанія, маючи проект з інвестиційним поверненням на рівні 30 %, за недостатності власного капіталу позичає кошти або випускає акції з розрахунком на очікуваний прибуток. Хто б в

України, позичив гроші за 50 %, щоб отримувати віддачу від проекту 30 % (тобто мати 20 % збитку)? Жоден підприємець не ризикне реалізовувати проект за таких умов навіть при стабільності економіки і податків. Чим довше Україна буде залишатися економічно нестабільною країною з високими податками, тим довше не буде припливу капіталу, внаслідок чого брак коштів буде утримувати абнормальний банківський відсоток. Отже, цей процес гальмує зростання інвестицій, що, у свою чергу, стримує розвиток підприємств. Фірма "Світоч" має відносно краще використання запасів, оскільки за кредити під ці запаси виплачує досить великі відсотки. На Заході інші пріоритети: якщо рентабельність продукції становить 45 %, а відсоток за кредит — 7 %, то краще мати дещо більше продукції на складі. Така позиція вигідніша, ніж ризикувати у випадку, коли потрібно відмовити клієнтам. Така ж ситуація і з сировиною. А найкращий варіант — придбати більше запасів, коли ціна на них низька. Відносно ж фірми "Світоч", то вона закуповує сировину і виготовляє продукцію тільки тоді, коли є попит. Тобто гарантований збут продукції є визначальним чинником у роботі підприємства.

Зазначені зауваження наводять на роздуми про необхідність формування довгострокової стратегії розвитку підприємства. Діяльність фірми за більшістю параметрів значно не відрізняється від західних конкурентів. Наведені аналітичні дані дають порівняльну оцінку бізнесу українського лідера солодкої індустрії і виявляють ряд можливостей вітчизняного підприємства та пріоритети його розвитку. Насамперед треба шукати дешевше і довгостроковіше фінансування чи позички або вдатися до повторної емісії акцій. За законами економічної теорії, жодна компанія не може розвиватися з капіталом, який коштує 50 %. Зважаючи на це, фірма "Світоч" також має максимізувати вкладення

своїх прибутків у розвиток власного виробництва. Отже, на сучасному етапі реінвестування має стати пріоритетним. Також слід більше уваги звертати на розроблення унікальних продуктів та посилити рекламні заходи щодо просування їх на ринок. Жодна зарубіжна кондитерська фірма не заробляє свій основний прибуток виробництвом звичайних товарів широкого вжитку (наприклад, вафлі). Звичайно, зарубіжні компанії повністю не відмовляються від такої продукції, але поряд із цим отримують величезні доходи від виробництва унікальних продуктів. На просування таких продуктів на ринок дають велику рекламу і водночас вкладають високу рентабельність (скажімо, батончик "NUTS" фірми "Nestle"). В Америці вважається, що 90 % нових продуктів залишають ринок через рік - два, але ті унікальні розробки, які вдаються, фінансують решту продуктів.

Необхідно тримати стабільне контрольоване зростання, тобто те, що приваблює інвесторів і банки, для отримання фінансування на найкращих умовах. Сьогодні на вітчизняному ринку, зокрема в харчовій промисловості, без залучення значних додаткових коштів у конкурентній боротьбі не вистояти або можна дуже швидко опинитися на другорядних позиціях без надії на перспективу.

Показник	Одиниця показника	“Nestle”	“Wedel”	“Світоч”
GROSS PROFIT Валовий прибуток	as % of SALES як % продажу	47,9	32,3	16,9
General Administration & Selling Загальні адміністративні і витрати при продажу	Те саме	36,4	20,2	6,3
PROFIT before INT., TAX & DEHRECATION Прибуток до сплати відсотків за кредит, податків і амортизації	___ // ___	12,4	15,9	12,1
PROFIT before INT. & TAX Прибуток до сплати відсотків за кредит, податку	___ // ___	8,3	10,1	10,7
NET PROFIT Чистий прибуток	___ // ___	5,6	7,0	3,1
PROFIT before INT. & TAX Прибуток до сплати відсотків за кредит, податку	as % of TOTAL ASSETS як % всіх активів	9,8	11,7	21,9
PROFIT before INT. & TAX Прибуток до сплати відсотків за кредит, податку	as % of NET ASSETS як % чистих активів	16,1	13,2	30,6
ANNUAL SALES Річний обсяг продажу	as % of TOTAL ASSETS як % всіх активів	118,6	127,0	203,0
Те саме	as % of CURRENT ASSETS як % поточних активів	263,0	352,0	391,0
___ // ___	as % of FIXED ASSETS як % основних виробничих фондів	275,0	201,0	428,0
NET PROFIT Чистий прибуток	as % of EQUITY як % акціонерного капіталу	15,5	10,2	12,1
DAYS INVENTORY Денні запаси	at COST за собівартістю	79,0	52,0	44,0
RECEIVABLES Термін дебіторської заборгованості	as DAYS of SALES у днях продажу	47,0	41,0	47,0
BORROWING Позичені кошти	as % of TOTAL ASSETS як % всіх активів	25,0	Даних немає	12,0
INTEREST COST Відсоткова ставка повернень	as % of DEBT як % заборгованості	6,0	Даних немає	37,0
DEPRECIATION Амортизація	as % COSTof SALES як % вартості продажу	7,9	8,4	1,7
CAPITAL EXPENDITURE Капітальні витрати	as % of DEPRECIATION як % амортизації	124,0	225,0	220,0
SALES PER EMPLOYEE Продаж на одного працівника	(USD) у доларах	205700	62900	24000
Ton of Sales PER EMPLOYEE Кількість тон продажу на одного працівника	ton тонна	Даних немає	20,5	13,0
COST (SALARY+FRINGES) per employee Вартість витрат на одного працівника	(USD) у доларах	56000	8000	3200
MATERIAL COST Вартість сировини і пакувальних матеріалів	as % TOTAL COST як % від собівартості	40,0	59,0	75,0

Ситуація вимагає від фірми "Світоч", яка визнається лідером на ринку України, здійснення термінових і рішучих заходів, щоб не тільки зберегти здобуті провідні позиції, а й у майбутньому залишитися передовою українською фірмою і беззаперечно стати найпривабливішим та найулюбленішим для споживачів виробником кондитерських виробів в Україні. Цього неможливо досягти без значних інвестицій у постійне оновлення основних фондів, у нові технології, проведення широкомасштабних маркетингових досліджень, розвиток розгалуженої мережі дистрибуції та реалізації, у забезпечення доступу до ринків високоякісної та дешевої сировини, підготовку висококваліфікованих кадрів, у сучасні технології менеджменту тощо.

На фірмі "Світоч" детально проаналізували чисельні варіанти залучення потрібних фінансових ресурсів, які забезпечили б довгостроковий розвиток фірми. Найкращим з них виявилася пропозиція стратегічного індустріального інвестора — компанії "Nestle" .

"Nestle" — транснаціональна група, яка працює переважно у харчовій промисловості. З історичних причин товариство володіє двома конторами у Швейцарії: у Вєве (кантон Во) і в Хам (кантон Цуг).

Діяльність "Nestle" розпочалася з молока. У 1867 р. Генрі Нестле, хімік із Франкфурта, який проживав у Вєве, зацікавився харчуванням для дітей. Він розробив борошно на основі коров'ячого молока та обсмаженого хліба, яке призначалося для дітей, що не могли бути вигодовані матір'ю. Генрі Нестле створив продукт нового типу і цим врятував життя п'ятнадцятиденної дитини, яка відмовилася від материнського молока. Новий продукт незабаром став відомий в усьому світі під назвою "Дитяче борошно Нестле".

З того часу фірма "Nestle" почала просуватися на міжнародний

рівень і розширювати своє виробництво у двох напрямах:

"внутрішній " розвиток — шляхом створення і випуску на ринок нових продуктів, освоєння нових секторів ринку та нових регіонів і спорудження заводів;

"зовнішній" розвиток — шляхом злиття з іншими фірмами.

До початкової продукції — згущеного молока і дитячого борошна поступово додалися продукти нових видів, а саме: шоколад і кондитерські вироби, розчинна і смажена кава, кулінарні вироби, заморожені й охолоджені продукти, сухі розчинні напої, харчові продукти для домашніх тварин.

З 1974 р. товариство поширило свою діяльність і на галузь косметики, офтальмологічних препаратів, а також на сектор готелів і ресторанів.

Понад 100 років тому товариство "Nestle" вирішило для зміцнення свого розвитку заснувати виробничі підрозділи за кордоном. У 1872 р. було засновано першу фабрику в Чиппенхамі (Англія). У 1900 р. відкрилася перша фабрика у Фултоні (США). У 1908 р. група заснувалась в Австрії, потім у Бразилії (1921 р.). Власне, цим було покладено початок виробничої діяльності компанії "Nestle" в країнах, що розвиваються.

Закріплення позицій і постійний розвиток у цілому світі дають змогу безпосередньо використовувати місцеву сировину та забезпечує свіжість продуктів. До того ж товариство "Nestle" бере на себе відповідальність за свою діяльність соціально-економічного плану в країнах, які його приймають. Зобов'язання такого роду вимагає прояву виправданої зацікавленості до даної країни, а також — на більш тривалий термін - економічної зацікавленості до конкретного підприємства. На сьогодні фірма "Nestle" представлена на п'яти

континентах і здійснює 98 % свого обороту за межами Швейцарії. Цей факт відрізняє її від багатьох інших транснаціональних товариств, торгівля яких здійснюється, в основному, у їх власних країнах.

Вивчивши стан справ у кондитерській галузі України, компанія "Nestle" надала перевагу саме фірмі "Світоч" і готова в найближчі роки інвестувати у львівську фірму понад 40 млн доларів США шляхом долучення до сьогоднішнього підприємства додаткових матеріальних і фінансових ресурсів. Це збільшить існуючий потенціал фірми в декілька разів, значно підніме її імідж виробника вишуканої за смаком продукції. Спільний бізнес відомої міжнародної компанії "Nestle" і лідера кондитерської галузі в Україні — фірми "Світоч" слід розглядати як конкретний приклад інтеграції вітчизняної економіки у світовий простір стабільності. Це характерна для сьогодення тенденція ринкової економіки — об'єднання потужних і відомих товаровиробників для максимального забезпечення потреб споживачів. Таке партнерство буде вигідне як регіону, так і державі в цілому, оскільки це прямі інвестиції в Україну, у виробництво. Що дасть така співпраця?

- Для працівників фірми будуть збережені робочі місця, забезпечена стабільна робота та заробітна плата.
- Започаткування співпраці з потужним інвестором тим більше важливо сьогодні, коли в Україні гостро відчувається відлуння світових криз. Останнім часом лише на курсовій різниці втрачається більша частка прибутків. Суттєво впливає також інфляція гривні.
- Співпраця зі стратегічним індустріальним інвестором "Nestle" забезпечить стабільний розвиток фірми "Світоч" на довгострокову перспективу, оскільки стратегічний інвестор планує свою діяльність на десятиріччя. Це є суттєвою перевагою над фінансовим інвестором.
- Співпраця дасть можливість запровадити сучасні методи

управління, які зведуть до мінімуму ризики фінансово-господарської діяльності.

- Спеціалісти львівського підприємства матимуть можливість запозичити великий практичний досвід роботи транснаціональної корпорації.
- Фірма "Світоч" матиме змогу оновити парк обладнання, використовувати нові технології, рецептури та повністю задіяти існуючі потужності.
- Також буде забезпечений доступ до величезної інформаційної бази, потрібної для повсякденної діяльності, до "ноу-хау".
- Будуть використовуватися дешевші джерела високоякісної сировини транснаціональної корпорації, що зменшить вплив негативних тенденцій сировинного ринку, забезпечить її стабільні поставки та ритмічне виробництво. Це тільки позитивно вплине на результати господарської діяльності.
- Враховуючи величезний досвід компанії "Nestle", буде значно вдосконалена система збуту продукції. Окрім того, буде використано існуючу розгалужену мережу дистрибуції транснаціональної корпорації в Україні та поза її межами, що відразу істотно збільшить обсяги реалізації продукції. З'явиться можливість повернутися на кондитерські ринки країн СНД.
- Для забезпечення високих обсягів реалізації, підняття іміджу львівського підприємства за допомогою компанії "Nestle" систематично провадитемиться цілеспрямована високоякісна рекламна компанія продукції фірми "Світоч". З'явиться можливість для проведення широкомасштабних маркетингових досліджень.

Реалізація спільного з компанією "Nestle" інвестиційного проекту передбачає, що вже в перший рік співпраці буде освоєно 20 млн доларів

США, а в наступні роки, згідно з бізнес-планом, — ще 21 млн доларів. Такий приплив коштів значно зменшить наслідки фінансових криз і дасть можливістьфірмі працювати набагато ефективніше.

Одночасно із залученням інвестицій розглядаються внутрішні резерви і можливості вітчизняного підприємства. Так, значна увага звертається на оптимізацію асортименту. На "солодкому" конвеєрі фірми сьогодні понад півтораста найменувань кондитерської продукції. Це, звичайно, значно менше, ніж у попередні роки, але забагато для одного виробника, якщо він прагне успішно й ефективно працювати на ринку.

Невиправдано великий асортимент, з економічного погляду, тягарем лягає на виробництво, ускладнює забезпечення сировиною і пакувальними матеріалами, дотримання фірмового стилю в оформленні, зумовлює внутрішню конкуренцію окремих сортів виробів. Покупцям також нелегко орієнтуватися у такій кількості назв, а окремі види продукції з'являються у продажу дуже рідко. Оптимізація асортименту, зменшення кількості видів продукції знизять її собівартість.

Асортимент фірми "Світоч" найближчим часом планують звузити до 74 найменувань — найбільш популярних і рентабельних, наростивши обсяги їх випуску. На підприємстві випускалось понад 200 найменувань продукції. Деякі з них на цей момент вже зняті з виробництва — це ті види продукції, які належать до групи з випуском менш як 50 т на рік. Подальша робота з оптимізації асортименту триває. І в результаті залишаться ті продукти, які мають найбільший річний випуск, найвищу рентабельність та користуються значним попитом. Водночас триватиме робота з удосконалення смакових властивостей продукту. І, звичайно, час від часу на ринку будуть з'являтися новинки замість продукції, попит на яку знижуватиметься.

Висновки. Співпрацюючи з міжнародною компанією "Nestle", фірма

"Світоч" також починає працювати за правилами, які диктує ринкова економіка. І, безумовно, це дасть свої позитивні результати. Проте серед привабливих перспектив співпраці з компанією "Nestle" фірма "Світоч" отримує певний тягар. Хоча нині заробітна плата виплачується стабільно, але робочі місця постійно скорочуються. Фірма "Світоч" має всі свої дії погоджувати з представниками компанії "Nestle". Нове обладнання впроваджується за вказівкою стратегічного інвестора. Розрахунок економічної доцільності впровадження нового устаткування не проводиться зовсім або здійснюються лише грубі розрахунки. Ефективність проектів розраховується фірмою "Nestle" і подробиці не розголошуються. Проте "Львівська кондитерська фірма "Світоч" співпрацює з "Nestle" лише два роки і, щоб побачити реальні результати, має збігти деякий час. Звичайно, хочеться вірити, що таке співробітництво принесе користь обом партнерам, днржаві, ринку.