

1. Слайд

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - Оценка и выбор инвестиционных проектов в условиях ограниченных финансовых ресурсов

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях рыночной экономики возможностей для инвестирования довольно много. Вместе с тем, объем финансовых ресурсов, доступных для инвестирования, у любого предприятия ограничен.

2. Слайд

Цель работы - обоснование выбора инвестиционного проекта в условиях ограниченности финансовых ресурсов.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Изучить сущность инвестиционных проектов и их источники в условиях ограниченных финансовых ресурсов
2. Провести оценку финансовой эффективности инвестиционного проекта. Методы, показатели
3. Обосновать выбор инвестиционных проектов в условиях ограниченных финансовых ресурсов

3. Слайд

В третьей главе работы обосновывается выбор инвестиционного проекта в условиях ограниченных финансовых ресурсов для компании «Фабрика печенья».

Начало деятельности Компании «Фабрика печенья» относится к 2004 году.

Виды деятельности: производство кондитерских изделий.

Успешное техническое перевооружение было произведено в конце 2012, подготовив, таким образом, основу для резкого увеличения объемов продаж в ближайшем будущем.

«Цель - обеспечение прибыльности сотрудничества для всех наших партнеров, сотрудников и самих собственников бизнеса».

4. Слайд

Анализ компании проводился с помощью методик стратегического менеджмента (SWOT-анализ, матрица BCG), а также проведен анализ внешней и внутренней среды организации.

Среди угроз, стоящих перед организацией:

- усиливающаяся ценовая конкуренция на рынке, рост цен на сырье;
- снижение темпов роста рынка традиционного сахарного печенья.

Основными товарными группами в портфеле компании являются печенье, вафли, сушки.

1. Основной группой товаров, поддерживающий бизнес, является группа печенья.
2. Компания обладает товарными группами, позволяющие чувствовать себя стабильно.

3. Располагавшаяся ранее в зоне «Проблемные дети» сушка после приобретения промышленной линии перешла в зону «Звезды». Теперь нужно работать над увеличением продаж по данной группе.

Ввиду ограниченных финансовых возможностей на текущий момент, в ближайшие 1-3 года решений по изменению портфельной стратегии Компании не планируется. Для улучшения своих финансовых возможностей, Компании необходимо более эффективно использовать свои возможности.

Развитие текущей стратегии Фабрики Печенья предполагает фокус на традиционном весовом продукте в категории печенье и мучные кондитерские изделия в низкой ценовой категории. Рост продаж при такой стратегии осуществляется за счет расширения ассортимента – ввода дополнительных позиций популярных у конкурентов.

5. Слайд

Анализ экономической эффективности проекта при сохранении текущей стратегии ГК «Фабрика печенья» показал, что с учетом имеющихся каналов и текущей консолидации рынка печенья (нет игроков с долей более 5,5 % рынка по выручке), нарастить долю рынка по сахарному печенью будет возможно только до 10 % (это наибольший показатель который имеют лидеры рынка в УФО), а это всего дополнительные 1440 тонн. Потенциальную долю рынка по такому сегменту, как «затяжное печенье» можно оценивать и более оптимистично.

Предлагаемая стратегия для «Фабрики печенья» - это копирование популярного на рынке традиционного ассортимента, но в том числе и с поддерживающими инновациями позволяющими создать собственные «микрониши» и стать в них лидером. При этом инновационные продукты создаются в рамках традиционных массовых продуктов, без ухода в специфические, экзотические продукты, рассчитанные на узкую целевую аудиторию.

6. Слайд

Новую конкурентную платформу и новую конву конкурентной стратегии можно представить графически. В ее основе такие положения, как:

1. Продвигать бренд производителя...
2. Переносить в ассортимент популярные на рынке продукты...
3. (читать со слайда)
4. (читать со слайда)

7. Слайд

Программа действий по реализации новой конкурентной стратегии должна включать следующие шаги:

Снизить

- Число торговых марок путем объединения продуктов в линейки
- Ориентацию компании только на создание аналогов популярных продуктам федеральных игроков
- Долю весовой продукции

Упразднить

- Конкурирующие продукты-аналоги в ассортименте, ни по каким признакам не отстроенные друг от друга
- Ориентацию на продуктовую бизнес-модель
- Ориентацию только на низкий ценовой сегмент

Повысить

- Число позиций (SKU) в ассортименте
- Число продуктовых линеек
- Представленность во всех форматах сетей
- Долю фасованной продукции.
- Коммуникативную функцию упаковки продуктов

Создать

- Яркие запоминающиеся торговые марки
- Дополнительная потребительская ценность традиционных продуктов
- и т.д.

8. Слайд

За счет внедрения нового оборудования планируется повысить объем продаж по существующим направлениям, а также охватить новые сегменты рынка кондитерских изделий.

Анализ экономической эффективности нового проекта за счет инвестирования собственных средств показал. С учетом заложенной средней рентабельности в 15 % и дополнительных инвестиций в упаковочную машину, проект окупается за 2,2 года и приносит совокупный доход 4,4 млн. евро за 25 лет работы линии с учетом дисконтирования. Проект обладает высоким запасом прочности (внутренняя норма доходности 56 %) и, таким образом, является сравнительно низкорисковым и рекомендован к внедрению.

9. Слайд

Спасибо за внимание!