

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЕКТ З «ВПРОВАДЖЕННЯ ТОВАРУ НОВИНКИ
«SPORT TONIC» У ПП «ДІМІОРС»**

Михайлова М.С., 11МБМК,

Науковий керівник: Арестенко Т.В., к.е.н., доцент

Таврійській державний агротехнологічний університет

Постановка проблеми. Метою статті є дослідження сутності проекту як організаційної форми реалізації інвестиційного потенціалу підприємства, у якому зосереджено як стратегічне планування інвестиційної діяльності, так і практична реалізація оперативного управління нею.

Мета статті. Пропонується розглянути інвестиційний проект з впровадження товару новинки «Sport Tonic» на ПП «Діміорс».

Основні матеріальні дослідження. Найважливішим кроком при започаткуванні нового підприємства або розширенні діючого є розробка інвестиційного проекту. Такий план повинен відображати завдання підприємства, містити опис продуктів або послуг, які пропонуються, опис вірогідної кон'юнктури ринку цих продуктів, а також інформацію про ресурси та засоби, які планується залучити для виконання поставлених завдань з огляду на ймовірну конкуренцію.

Розробка інвестиційного проекту дає керівництву підприємства можливість визначити економічну доцільність здійснення проекту, з'ясувати цілі бізнесу та підтримувати його розвиток у визначеному напрямку, передбачити можливі результати різних стратегій.

Тому керівництву підприємства негайно необхідно відшукати нові способи отримання постійного прибутку, розробляючи нові стратегії розвитку.

З метою підвищення ефективності підприємства ПП «Діміорс» вважаємо за доцільно впровадити у виробництво товару-новинки «Sport Tonic» (Спортивний тонізуючий напій).

Проектом передбачене використання якісної сировини і сучасного виробничого устаткування, що створить основу для виробництва високоякісної продукції. Це особливо важливо в даний час, коли потенційні споживачі віддають перевагу більш якійсній продукції. Впровадження цього проекту на підприємстві дозволить збільшити його загальну рентабельність до 34,3 %.

Для визначення подальшої стратегії підприємства було проведено SPACE-аналіз та бенчмаркінг. Під час проведення стратегічного аналізу за методом SPACE стратегічне становище підприємства визначається на основі двох груп факторів: внутрішнього та зовнішнього становища підприємства. Отже проведений SPACE-аналіз показав, що для підприємства можна рекомендувати конкурентну стратегію.

Аналіз бенчмаркінгу дав змогу порівняти ПП «Діміорс» з основним конкурентом. Було виявлено, що підприємство виграє за собівартістю продукції та за рівнем цін, а програє за такими факторами як частка ринку, обсяги продажів, фінансова сила, просування товару. Тож необхідно приділити цим факторам найбільше уваги.

При проведенні SWOT – аналізу, було виявлено, що підприємство має можливості та ресурси для випуску товару-новинки, а саме спортивних тонізуючих напоїв «Sport Tonic».

Для підвищення ефективності підприємства було розроблено бізнес – план для впровадження товару – новинки спортивних (тонізуючих напоїв «Sport Tonic») у ПП «Діміорс».

1. Виробничий план розвитку показав, що собівартість виробництва спортивного тонізуючого напою «Sport Tonic» становить 1604,30 тис.грн., а собівартість 1л «Sport Tonic» - 32,09 грн. Розрахувавши показники ефективності виробництва ми дійшли висновку, що рівень рентабельності виробництва напою складе 44 %.

Таким чином, впровадження виробництва спортивних напоїв дозволить підприємству збільшити рентабельність на 11,5%, а прибуток на 706,2 тис. грн.

2. Для вирішення головної мети проекту, а саме, планування його в часі у проектному менеджменті застосовується сіткове і календарне планування. Графіки передування дозволяють не тільки казати перелік робіт, послідовність їх виконання, але й обчислити ранні й пізні терміни початку і завершення робіт, визначити критичний шлях і запас часу по роботах.

При складанні організаційного плану були визначені необхідні роботи для встановлення нового обладнання та термін реалізації проекту, який завдяки сітковому плануванню запропоновано скоротити з 48 до 29 днів; розписані всі роботи по датам виконання, що дасть можливість краще контролювати роботу та планувати необхідні ресурси.

3. Ціль фінансового плану – представити достовірну систему даних, що відбивають очікувані фінансові результати діяльності фірми.

В фінансовому плані було розраховано ефективність від інвестиційного проекту. Розрахунки показали, що строк окупності склав 2 роки і 45 місяців. Виходячи з отриманих даних можна зробити висновок, що проект є доцільним та вигідним.

Аналіз даного проекту показав, що впровадження нового продукту - спортивних напоїв у виробництво ПП «Діміорс» має деякі ризики, але вони несуттєві і не становлять загрози для реалізації даного проекту (ймовірність настання ризику 30 балів зі 100 можливих).

Висновки. Таким чином, проект з впровадження товару новинки «Sport Tonic» у ПП «Діміорс» дозволить збільшити загальну рентабельність підприємства до 34,3 %. Таким чином, впровадження виробництва спортивних напоїв дозволить підприємству збільшити прибуток на 706,2 тис. грн.

Список використаної літератури

1. Андрійчук В.Г., Багер Леонард. Менеджмент: прийняття рішень і ризик: навч. посіб, К., 1999. 314 с.

2. Аникеев С.Н. Методика разработки плана маркетинга: навч. посіб : Фолиум, 1996. 128с.

3. Баркан Д.И., Валдайцев С.В. Практический маркетинг: как создаются коммерчески успешные товары и услуги: маркетинг и нововведение: Л.: Аквилон, 1991.

4.Баринов В. Бизнес-планирование: Учебное пособие: Форум, 2006. 272 с.

5.Бернесе В., Хивранек П. Руководство по оценке эффективности инвестиций: ИНФРА-М, 2015. 242 с.