

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньо-професійною програмою
«Економіка, планування та управління бізнесом»
на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ СТВОРЕННЯ НОВОГО
ПРОДУКТУ В ІТ – СФЕРІ»**

Виконавець:

студент ФЕУП

Сороченко Олег Станіславович _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Маркітан Олександр Сергійович _____

ОДЕСА – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Перехід до інноваційної моделі розвитку економіки — найхарактерніша прикмета сучасного етапу в розвинутих країнах. Реалізація економічних цілей суспільства пов'язана з інноваційним типом розвитку, в основі якого закладений безперервний і цілеспрямований процес пошуку, підготовки та реалізації нововведень, які дають змогу не тільки підвищити ефективність функціонування суспільного виробництва, а принципово змінити способи його розвитку [2, с.115].

Завдяки інноваціям стають життєздатними малі і середні підприємства. Часто вони притягають до себе «розсіяні» підприємницькі таланти і залучають висококваліфіковану робочу силу, яка забезпечує випуск продукції поліпшеної якості, творчий характер і ефективність роботи таких підприємств.

Галузь інформаційних технологій є динамічною, оскільки швидкий розвиток інформаційних технологій став причиною скорочення життєвого циклу інформаційних продуктів (за останні 10 років життєвий цикл інформаційних продуктів скоротився в середньому в 3 рази (з 3-5 років до 1 року)).

Саме інноваційний рівень галузі є передумовою необхідності залучення інвестицій для досліджень чи виробництва. Для закордонних компаній природно продавати акції на фондовому ринку, чого ще не можна сказати про вітчизняні підприємства. Передумовою продажу акцій є наявність матеріальних та нематеріальних активів (технології, права на товарні знаки, гудвіл, тощо). Останні тенденції показують, що маркетингова стратегія є не тільки засобом конкурентної боротьби, але і нематеріальним активом, що враховується під час інвестиційної оцінки діяльності фірми [31, с.8].

Орієнтація на інновації та розвиток сектору ІТ забезпечує економічне зростання всіх розвинених і деяких країн, що розвиваються (Японія, Китай, Ізраїль, Малайзія, Індія). Саме уряди цих держав були основними інвесторами у сфері високих технологій, а також здійснювали підтримку даної галузі в формі преференцій, створення прозорих умов для ведення бізнесу, всебічної підтримки малого та середнього бізнесу. Тому питання обґрунтування створення нових проектів у ІТ – сфері завжди будуть актуальними та мати вагоме практичне значення.

Теоретичним та практичним аспектам розробки нових продуктів присвячено наукові праці відомих вітчизняних та закордонних вчених таких як: Берсуцький Я. Г., Войтко С. В., Горбаченко С.А., Дrajниця С. А., Єжова Л.Н., Карпов В. А., Расмуссон Дж. та інші. В той же час існує багато відкритих питань особливо в питаннях обґрунтування доцільності розробки нових продуктів у ІТ - сфері.

Мета дипломної роботи полягає у розробці рекомендацій щодо проведення обґрунтування доцільності виходу на ринок з новим продуктом

Завданнями дипломної роботи є:

- розглянути вихід на ринок з новим продуктом, як елемент інноваційного розвитку;
- визначити вимоги до бізнес-планів створення нових продуктів;
- з'ясувати особливості створення нових продуктів у IT - сфері;
- здійснити аналіз показників фінансово-господарської діяльності SW Agency
- оцінити сучасне кон'юнктурне середовище у IT - сфері;
- оцінити стан поточної конкурентоспроможності SW Agency
- обґрунтувати технологічні та маркетингові аспекти нового продукту в сегменті мобільних додатків;
- визначити фінансові показники реалізації проекту створення нового продукту;
- оцінити ступень ризиків під час реалізації інноваційних проектів .

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єктом дослідження обрано діяльність підприємства в IT - сфері на прикладі агенції інтернет – маркетингу SW Agency. Предметом дослідження є теоретичні та методико-прикладні положення з обґрунтування та оцінювання методів впровадження на ринок нових продуктів.

Методи дослідження. Як методи дослідження нами обрано наступні. Діалектичний – для вивчення стану об'єктів в процесі їх життєдіяльності на досліджуваному підприємстві. Аналіз – для деталізації та розділення об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи. Синтез – для узагальнення розрізнених аспектів методики обліку засобів. Порівняння – для зіставлення даних галузі у динаміці. Табличний (графічний) – для наочного відображення результатів дослідження.

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження послужили наукові публікації і монографії вітчизняних вчених щодо обґрунтування та практичної реалізації проектів диверсифікації; дані статистичної та фінансової звітності агенції інтернет – маркетингу SW Agency, нормативно-законодавчі документи з предмета дослідження тощо.

За результатами проведеного дослідження

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти впровадження на ринок нових продуктів**» розглянуто сутність поняття «інновація», порядок обґрунтування доцільності створення нових продуктів, методи обґрунтування її доцільності, особливості інноваційної діяльності в IT - сфері.

У другому розділі «**Обґрунтування доцільності виходу на ринок з новим продуктом**» надано характеристику підприємства, проведено аналіз показників діяльності за 3 роки, розглянуто кон'юнктурне становище в IT – сфері, рівень конкурентоспроможності агенції інтернет – маркетингу SW Agency, обґрунтовано доцільність виходу на ринок з новим продуктом.

У третьому розділі «Обґрунтування та оцінка ефективності проекту зі створення нового ІТ - продукту» обґрунтовано інвестиційні та операційні плани проекту створення нового продукту, проведено розрахунки економічної ефективності проекту, зроблено оцінку можливих ризиків проекту.

ВИСНОВКИ

Розглянувши теоретичні та практичні питання обґрунтування доцільності створення нових продуктів в ІТ – сфері, в роботі зроблено наступні висновки:

1. Створення та освоєння нових технологій допомагає скоротити час розроблення та запровадження у виробництво нових продуктів, а це, в свою чергу, дає змогу швидше реагувати на потреби кожного потенційного клієнта.
2. Бізнес-план розглядається як інструмент залучення необхідних для створення нових продуктів фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші в бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом. Такий план має переконати потенційних інвесторів у тому, що підприємницький проект має чітко визначену стратегію успіху та заслуговує на фінансову підтримку.
3. ІТ-галузь - одна з тих сфер, що найбільш динамічно розвиваються в міжнародному бізнесі. SaaS, ІІ, блокчейн, смарт-контракти, електронні гаманці та інші ІТ продукти стали важливою частиною економічного життя суспільства. В той самий час клієнти перманентно вимагають оновлення асортименту та появи нових версій, модифікацій та окремих ІТ продуктів.
4. Аналіз діяльності SW Agency показав, що основні фінансово – економічні показники характеризуються стійкою тенденцією до зростання. чистий дохід від реалізації продукції (послуг) у 2017 році зріс на 1538 тис. грн. (17,65%), а у 2018 – на 3588 тис. грн. (34,98%). Це свідчить про вірність обраної стратегії агенції та успішну роботу з клієнтурою. Як позитивний слід визначити факт випередження зростання чистих доходів у порівнянні із собівартістю продукції у 2018 році. Якщо перші зросли на 34,98% відносно 2017 року, то другі тільки на 31,99%.
5. Ріст продаж позначився на зростанні прибутків від операційної діяльності. Так валовий прибуток у 2017 році збільшився на 282 тис. грн. (9,45%), а у 2018 році – на 1353 тис. грн. (41,37%). Фінансові результати у 2017 році зросли на 223 тис. грн. (7,98%), а у 2018 році – на 2228 тис. грн. (73,65%). Чистий прибуток за 2017 рік збільшився на 120 тис. грн. (5,42%), за 2018 рік у порівнянні з 2016 роком – на 1795 тис. грн. (76,91%).
6. Показники абсолютної, швидкої та поточної ліквідності за аналізований період перевищують рекомендаційні норми і на кінець 2018 року мають

незначні зміни у бік збільшення. З одного боку це свідчить про здатність SW Agency в будь-який час погасити свої борги. З іншого – значне перевищення норми коефіцієнта поточної ліквідності, свідчить про надлишки запасів на складах. Таким чином у підприємства є можливість використати надлишок коштів на інвестиційні або ж інші проекти для підвищення прибутку.

7. Хоча всі економічні показники діяльності агенції демонструють позитивну тенденцію та знаходяться на високому рівні, це досягається постійною роботою над оцінкою кон'юнктури IT – ринку та над вивченням попиту. Якщо ця робота зупиниться, показники діяльності неодмінно погіршаться. Аналіз ринку та конкурентних позицій підприємства показав, що разом з традиційними продуктами SW Agency необхідно також виходити на ринок із власними продуктами.
8. Кошториси інвестиційних та операційних витрат показали, що для здійснення проекту нового продукту необхідні стартові витрати у сумі 141 тис. грн., а також найняти додатковий персонал з постійною та змінною частиною заробітної плати. Постійні витрати складуть 51 тис. грн. у розрахунку на місяць.
9. Результати розрахунку грошових потоків показали, що для реалізації проекту створення нового продукту агенції необхідно залучити 212 тис. грн. інвестицій, що в умовах існуючої зайвої ліквідності у 500 тис. грн. здійснюється за рахунок власних коштів. Розрахунки плану з доходів свідчать, що починаючи з липня місяця агенція буде отримувати прибуток від реалізації нового продукту, а на початку 2021 року прибуток досягне планових величин у розмірі 205,3 тис. грн. у розрахунку на квартал.
10. Розрахунок інтегральних показників ефективності показав, що при ставці дисконтування у 26% дисконтований період окупності складе 10 місяців. Чистий приведений дохід складе 1682,1 тис. грн. Згідно що згідно даних, наведених в табл. 2.2 це складе приблизно 12% від базового рівня обсягу продажу, що відповідає третьому за рівнем продажу рівнем напрямком роботи агенції. Тобто це позначиться на збільшенні обсягів продажу та конкурентоспроможності SW Agency. Індекс прибутковості склав 8,55. Враховуючи таке його високе значення можна зробити висновок, що запропонований проект виходу на ринок з новим продуктом є доцільним до впровадження в практику роботи SW Agency.
11. Розрахунок умов беззбитковості показав, що мінімально можливим рівнем продажу на кінець першого року реалізації проекту буде 3606 завантажень у місяць, а в розрахунках операційного плану, можливий рівень завантажень на той же період складає 6300. Це означає, що зона безпеки складе 2694 завантажень (74,7% від порогу рентабельності). З курсу проектного аналізу відомо, мінімальним значенням коефіцієнту безпеки є 30%. Тобто отримане значення свідчить про наявність значного запасу міцності, який страхує від можливих ризиків.

АНОТАЦІЯ

Сороченко О.С. «Економічне обґрунтування створення нового продукту в ІТ – сфері»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня зі спеціальності: «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка, планування та управління бізнесом»

Одеський національний економічний університет - м. Одеса, 2019 рік

У роботі розглядаються теоретичні аспекти обґрунтування доцільності виходу на ринок з новим продуктом у ІТ – сфері, порядок формування плану створення нового продукту, особливості впровадження нових продуктів у ІТ – сфері. Проаналізовано основні показники діяльності агенції інтернет – маркетингу SW Agency, визначено її конкурентне становище на ринку, проведено SWOT – аналіз. Запропоновано напрямки створення нових ІТ – продуктів, проведено аналіз економічної ефективності проекту виходу на ринок з новим продуктом, розглянуто ризики в інноваційній сфері та методи їх запобігання.

Ключові слова: інновації, ІТ - сфера, новий ІТ – продукт, економічний аналіз, ліквідність, показники ефективності, економічні ризики.

ANNOTATION

Sorochenko O.S. «Economic justification for creating a new product in the IT sphere»

Qualification work for the degree: «076 Entrepreneurship, trade and exchange activities» Master's Degree Program in Economics, Planning and Business Management.

Odessa National Economic University - Odessa, 2019

The paper discusses the theoretical aspects of justifying the feasibility of entering a market with a new product in the IT sphere, the procedure for creating a plan for the creation of a new product, the features of introducing new products in the IT sphere. The main indicators of activity of the Internet marketing agency SW Agency are analyzed, its competitive position in the market is determined, SWOT analysis is conducted.

The directions of creation of new IT products are offered, the analysis of economic efficiency of the project of launching with a new product is carried out, the risks in the innovative sphere and methods of their prevention are considered.

Keywords: innovations, IT sphere, new IT product, economic analysis, liquidity, efficiency indicators, economic risks.