

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

Завідувач кафедри

_____ Сментина Н.В.

“ ____ ” _____ 2018 року

ВИПУСКНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіка підприємства»

за темою:

«Економічне обґрунтування проекту відкриття
Event-агентства»

Виконавець

студент ФЕУП,45

Кондратенко Владислав Андрійович _____

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Клевцевич Наталія Анатоліївна _____

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ОРГАНІЗАЦІЇ СВЯТ ТА ЗАХОДІВ	
1.1. Обґрунтування бізнес ідеї створення event-агентства.....	5
1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні в сфері організації свят та заходів.....	9
1.3. Обґрунтування вибору організаційно – правої форми підприємницької діяльності.....	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ EVENT-АГЕНТСТВА	
2.1. Аналіз конкурентного середовища на ринку організації свят та заходів	18
2.2. Формування стартового капіталу на створення агентства.....	24
2.3. Формування поточних витрат на функціонування агентства.....	29
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ EVENT-АГЕНТСТВА	
3.1. Прогнозування прибутку від реалізації event-послуг.....	40
3.2. Розрахунок та аналіз показників ефективності проекту.....	49
3.3. Аналіз можливих ризиків та заходи щодо їх мінімізації.....	54
ВИСНОВКИ.....	61
Список використаних джерел	65
Додатки.....	68

ВСТУП

Актуальність випускної роботи. Актуальність обраної теми обумовлена тим, сучасне суспільство витрачає більшу частину свого часу на роботу. Саме через це у людей виникає бажання створити собі свято та звернутися до послуг організації свят, офіційних прийомів, день народжень, ювілеїв. Це досить зручно, оскільки довіривши спеціалісту проведення заходу, клієнт має більше вільного часу та має можливість повністю зануритися в атмосферу свята. Завдання корпоративних організацій- всіляко стимулювати працівників, організовуючи корпоративні ігри або тимблдінг. Саме тому event-послуги є актуальними як для приватних так і для корпоративних замовників.

Проблему організації event-агенства вивчали багато вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема:Портна К.С., Сирош В.П., Шагайда П.А.,Ткачук О.В., СимановськаО.М., Б. Перрі, П. Нортон, Дж. Нева, Роберт Ф. Джані та ін

Мета випускної роботи: економічне обґрунтування проекту створення event-агентства ТОВ «Funny Event Group».

Для досягнення обраної мети були поставлені такі *завдання*:

- 1) розглянути теоретичні аспекти започаткування власної справи у сфері event-послуг;
- 2) вивчити умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні в сфері наданняevent-послуг;
- 3) сформувати концепцію створення нового підприємства з надання event-послуг та обґрунтувати вибір організаційно-правової форми новоствореного підприємства;
- 4) проаналізувати конкурентне середовище на ринку event-послуг в Україні та в м. Одеса;
- 5) зробити SWOT-аналіз обраного бізнесу;
- 6) визначити витрати для формування та функціонування бізнесу;

- 7) спрогнозувати прибуток від реалізації послуг;
- 8) розрахувати показники економічної ефективності;
- 9) визначити можливі ризики при відкритті підприємства з надання event-послуг та знайти шляхи вирішення цих ризиків

Предмет дослідження – формування бізнес-плану щодо відкриття власної справи у сфері event-послуг.

Об'єкт дослідження– процес обґрунтування доцільності створення підприємства з надання event-послуг у м. Одеса.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань в випускній роботі використовувалися різні методи. Загальнонаукові: аналогія, системний аналіз. Методи економіко-статистичного аналізу: табличний, графічний, угруповання, класифікації. Маркетингові: SWOT-аналіз, спостереження. В процесі обробки інформації використовувалась комп'ютерна програма Microsoft Excel. Для економічного обґрунтування власної справи була використана комп'ютерна програма Project Expert 6.1 Professional.

Інформаційною базою дослідження слугували публікації та монографічні видання вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані звітності офіційних статистичних збірників.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження було отримано такі висновки.

1. Event-сфера – це досить нова галузь, яку потрібно розвивати та збільшувати, її актуальність пояснюється затребуваністю серед суспільства.

Досліджування ринку event-послуг м. Одеси стверджує, що відкриття підприємства з надання event-послуг є актуальним.

2. Агентство, яке планується створити буде мати широкий асортимент послуг, зокрема: організація весілля, організація дня народження, організація дитячого свята, організація корпоративного свята та заходу, організація нестандартного заходу.

3. Агентство, яке створюється буде мати статус юридичної особи з назвою ТОВ «Funny Event Group», та офіс його буде розташовуватися у м. Одеса на вулиці Грецька / Буніна, 1/4. Приміщення буде розташовано у невеликому дворі на першому поверсі, загальною площею 63 м². В якості системи оподаткування було обрано спрощену систему, 3 група.

4. Основні сильні сторони діяльності ТОВ «Funny Event Group», які відрізняють діяльність ТОВ «Funny Event Group» серед других агентств з надання аналогічних послуг, це, по-перше, кваліфікований та креативний персонал, по-друге, широкий асортимент послуг, по-третє яскравість, масштабність та ексклюзивність подій.

5. Формування бізнесу потребує інвестиції на сумі 146 380,92 грн, так як сума власного капіталу складає 125 055,92 грн, то 21 325 грн необхідно взяти у кредит. Планується взяти кредит у «Приват Банку», за системою «КУБ» під 24% річних.

6. Згідно з розрахунків, сума поточних витрат за місяць функціонування агентства складає 81 371,95 грн, а на функціонування за рік

– 952 462,63 грн. Найбільшу питому вагу в структурі поточних витрат займає заробітна плата – 46,42%.

7. Виручка від реалізації послуг за перший рік функціонування ТОВ «Funny Event Group» складе 1 212 000 грн. В свою чергу, грошовий потік, за перший рік функціонування ТОВ «Funny Event Group» складе 210 711,87 грн.

8. Період окупності інвестицій склав 9 місяців. Дисконтований період окупності склав 10 місяців. Чиста сьогодення вартість (NPV) склала 377 338 грн, що більше 0. Індекс прибутковості (PI) складає 3,65, що більше 1. Внутрішня норм рентабельності (IRR) складає 305,80 %, що більше ставки дисконтування – 25%. Отже, $NPV > 0$, $PI > 1$, $IRR > i$, це означає, що даний проект – ефективний.

9. Було проаналізовано та виявлено основні ризики при функціонуванні ТОВ «Funny Event Group»: природно-кліматичні, техніко-технологічні, організаційно-управлінські та економічні ризики. Основним способом мінімізації та запобігання ризикам при функціонуванні ТОВ «Funny Event Group» стане самострахування. Було проведено аналіз чутливості та статистичний аналіз стійкості проекту «Монте-Карло». За аналізом чутливості при зміні на $\pm 20\%$ запропонований проект робить нестійким відхилення від нормативу за ціновим фактором та за об'ємом збуту, для зміцнення стійкості проекту буде використана активна реклама та постійний моніторинг цін серед конкурентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Carter L. Event Planning. – AuthorHouse, 2007. – P. 3.
2. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (2010). Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>
3. Симановская О.М. Организация HR-событий – успешная российская практика. – Изд.: Вершина, 2007 г., 192 с.
4. Shone A., Parry B. Successful event management: a practical handbook. – Cengage Learning EMEA, 2004. – P. 13.
5. Tum J., Norton P., Wright Nevan J. Management of Event Operations. – Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. – P.18.
6. Getz D. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. – Butterworth-Heinemann, 2007. – P. 18.
7. Goldbatt J. Special Events / Goldbatt. – A New World, 2013. – 400 p.
8. Шумович А.В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management / А. В. Шумович. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009. –336 с.
9. Герасимов С. В., Тульчинский Г. Л, Лохина Т. Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие. — СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2012. — 384 с.
10. Шагайда П. А. Международный опыт оценки эффективности событийного маркетинга // Экономические науки. — 2010. — № 68. —С. 249—250.
11. Агеев В. С. Механизмы Event-концепции / В. С. Агеев // Менеджмент. - 2008. - № 2. - С.12-13.
12. Шмитт Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт. -М. : Вильямс, 2005. - С. 14-16.

13. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій [Книга]: навчальний посібник / Т. О. Примак; МОНУ. — К.: Атіка; Ельга-Н, 2009. — 328 с.
14. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології/О. М. Радіонова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. — Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. — 67 с.
15. Ткачук О. Event — важлива складова сучасного PR // Маркетинг в Україні. — 2017. — № 1. — С. 34—39.
16. Слупский С. Event-рынок Украины: взгляд в будущее // Маркетинг и реклама. — 2017. — № 10. — С. 30—33.
17. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова — М., Аспект Пресс, 2015. — 236 с.
18. Національний класифікатор України «Класифікація видів економічної діяльності» [Електронний ресурс]. — Режим доступу:http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html
19. Національний статистичний класифікатор. Класифікатор організаційних форм суб'єктів економіки (СКОФ). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_skof_2016.htm
20. Класифікатор професій. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_kls/op_dk003_2016.htm
21. Державний класифікатором об'єктів адміністративно-територіального устрою України (КОАТУУ). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_koatuu_2016.htm
22. Податковий кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112.
23. Цивільний кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст.356.

24. Ефективність використання EVENT-послуг в міжнародному маркетингу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2012/Economics/6_104221.doc.htm
25. Сутність та значення SWOT-аналізу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/1577111551903/marketing/swot-analiz>
26. Інтернет-магазин меблів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mebelok.com/>
27. Інтернет-супермаркет ROZETKA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rozetka.com.ua/>
28. Кредитний калькулятор. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://banker.ua/calc/>
29. Карпов В. А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт 2014. – 243 с., с. 133-144
30. Балджи М.Д., Карпов В.А., Ковальов А.І., Костусев О.О., Котова І.М., Сментина Н.В. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 670 с.