

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ
РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА».**

Виконавець:

студент ФЕУП
Схулухія Саба Романович

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
Доброва Наталя Василівна _____

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В сучасному світі підприємництво є важелем для структурних змін в економіці. Для підприємців головний стимул - це можливість отримання прибутку. Тому вони майже завжди концентрують свої дії на розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники. А розвиток підприємництва у свою чергу створює «поживне середовище» для конкуренції. Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції. Кожна зі сфер бізнесу (виробнича, фінансова, торговельна, сфера послуг) має свої переваги та недоліки для майбутніх підприємців.

Одним з найбільш привабливих варіантів для започаткування власної справи є сфера послуг. Основною перевагою сфери послуг, з точки зору організації майбутнього бізнесу, є те, що більшість її галузей не потребують на свій розвиток великих фінансових ресурсів та мають порівняно швидкий термін окупності.

Розвитку сфери послуг в Україні сприяють постійне збільшення загальної кількості підприємств даної сфери, поява на вітчизняному ринку іноземних компаній, що вже мають досвід організації сервісної діяльності у своїх країнах, розвиток малого і середнього бізнесу тощо. В той самий час, стримують розвиток сфери послуг все ще невисокий рівень конкуренції, недостатня гнучкість державних сервісних підприємств в мінливих умовах ринку, недосконалість нормативно-правової бази, що регламентує діяльність підприємств сфери обслуговування.

Одним з найбільш привабливих напрямів для реалізації підприємницького задуму є сфера послуг. А серед найбільш перспективних сегментів сфери послуг чільне місце займає реклама.

Рекламний бізнес пропонує безліч форматів, що вимагають різної кількості інвестицій і зусиль, які окупаються в різні терміни. Однак ні висока насиченість ринку, ні пропрацьованість структур потенційних конкурентів не лякають підприємців, які бажають зайнятися цим бізнесом. І ринок постійно продовжує зростати. Особливо це стосується сегменту Інтернет-реклами, який вже кілька років домінує на рекламному ринку.

Мета дослідження - методичні, теоретичні та практичні аспекти відкриття власної справи в рекламній сфері. Виконання поставленої мети реалізується через послідовне вирішення таких завдань:

- розглянути теоретичні аспекти започаткування власної справи в рекламній сфері;
- вивчити умови організації та здійснення рекламної діяльності;
- обґрунтувати організаційну форму та систему оподаткування майбутнього бізнесу;
- проаналізувати кон'юнктуру рекламного ринку;
- визначити внутрішні конкурентні переваги новостворюваного рекламного агентства та специфіку його діяльності;
- розрахувати інвестиційні та операційні витрати за проектом;

- спрогнозувати доходи та прибуток від діяльності агентства Інтернет-реклами;
- розрахувати показники ефективності проекту;
- проаналізувати проектні ризики та сформувані заходи щодо їхньої мінімізації.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення агентства Інтернет-реклами.

Предмет дослідження – бізнес-проекування започаткування власної справи у сфері рекламних послуг.

Методи дослідження: діалектичний – на етапі збору, систематизації і обробки інформації; аналіз – для деталізації та розділення об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи; порівняння – для зіставлення даних у динаміці; табличний, графічний, маркетинговий – для наочності отриманих результатів. Розрахунки за проектом створення агентства Інтернет-реклами проводились із застосуванням програмного продукту «Project Expert».

Інформаційна основа випускної роботи - статистичні та аналітичні дані, Закони України, законодавчо-нормативні матеріали Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, офіційні дані органів державної статистики України, галузеві інструкції та нормативні документи, фактичні результати діяльності підприємств рекламної сфери, результати відповідних маркетингових досліджень, наукові публікації та Інтернет-джерела.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (47 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 57 сторінок. Основний зміст викладено на 58 сторінках. Робота містить 8 таблиць та 17 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ**» розглядається загальна характеристика бізнес-ідеї щодо відкриття рекламного агентства, умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні в рекламній сфері, здійснюється обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування.

У другому розділі «**АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА**» проаналізовано конкурентне середовище в рекламній сфері та сегменті Інтернет-реклами, визначені внутрішні конкурентні переваги агентства. Розраховано інвестиційні та операційні витрати за проектом.

У третьому розділі «**ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА**» розраховано прогнозований прибуток від діяльності рекламного агентства. Проведено оцінку економічної ефективності проекту. Проаналізовано можливі ризики та запропоновані заходи щодо їхньої мінімізації.

ВИСНОВКИ

В результаті розгляду теоретичних та практичних аспектів реалізації бізнес-ідеї в сфері рекламних послуг в сегменті Інтернет-реклами у випускній роботі зроблено наступні висновки.

1. Рекламні послуги – це будь-яка платна форма неособистої пропозиції товарів і послуг від імені визначеного спонсора, з метою вплинути певним чином на аудиторію. За допомогою реклами формується визначене уявлення покупця про особливості товару чи послуги. Закон України «Про рекламу» визначає її як спеціальну інформацію про осіб чи продукцію, яка розповсюджується у будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку.

2. Для організації діяльності агентства, що буде спеціалізуватися на Інтернет-рекламі доцільно зареєструвати юридичну особу, а саме товариство з обмеженою відповідальністю та обрати 3-ю групу спрощеної системи оподаткування зі ставкою 5% від доходу.

3. Ринок Інтернет-реклами в Україні швидко розвивається, хоч і знаходиться все ще на початковому етапі розвитку, його загальний обсяг у 2020 році склав 13,6 млрд грн, це на 7% більше, ніж у 2019 році. За структурою у 2020-му році витрачені кошти у сегменті Інтернет-реклами майже рівномірно розподілилися між медійною та пошуковою рекламою, 49% та 51%, відповідно. Залишається певний потенціал зростання для сегменту programmatic - в Україні його частка наразі складає 42%, а у світі майже 70%.

4. Основними конкурентними перевагами Інтернет-реклами фахівці вважають: низьку вартість (у даному контексті також необхідно згадати те, що Інтернет-реклама ніяк не обмежує обсяг розміщеної інформації, у той час як вартість реклами інших видів безпосередньо залежить від цього параметра) та можливість таргетингу (Інтернет дозволяє не просто адресувати необхідне повідомлення цільовій групі, а й оперативне реагувати на реакцію клієнтів).

5. Вітчизняні компанії намагаються бути якомога ближче до користувачів і гнучкіше реагувати на будь-які зміни тенденцій. Крім того вони постійно знаходяться у пошуку інноваційних рішень. Серед локальних лідерів можна виокремити Admixer, Starlight Digital, 1+1 Digital, Go2Net та інші медіахолдинги. Однак й дотепер понад 40% українського ринку залишається за світовими лідерами - Google, Facebook та Youtube, які є споживачами найбільшого трафіку. Серед топових рекламодавців перші позиції – за компаніями зі сфер e-commerce (електронна торгівля) та онлайн-беттінг (ставки). Це «Розетка», «Парі-матч», «Фокстрот», «Vodafone» та інші.

6. Початкові витрати на створення рекламного агентства «IVever Media» склали 112 тис. грн., а їхнім джерелом виступають власні кошти автора ідеї. В структурі початкових витрат найбільшу частку (майже 54 %) займають витрати на обладнання. Серед постійних витрат найбільшу частку займають витрати на заробітну плату. Вони складають 84,2 тис. грн. на місяць або 1010,4 тис. грн. на рік, враховуючи нарахування.

7. Розрахунок плану з прибутків свідчить, що лише перші 2 місяці роботи проект є збитковим (майже 12 тис грн. збитку на кінець липня 2021 р.). Це пояснюється, по-перше, доінвестиційним періодом довжиною в 1 місяць, по-друге,

підвищеними витратами в перші місяці реалізації проекту. Але починаючи з серпня 2021 року він вже починає приносити прибуток, якій у 2022 році складе 260,6 тис. грн.

8. Згідно з балансом кеш-флоу максимальний від'ємний результат спостерігається на 1-му місяці реалізації проекту, а останній місяць від'ємного результату це жовтень 2021 р. і тоді його значення складає 7,8 тис. грн. Далі він стає позитивним. Це свідчить про комерційну доцільність реалізації проекту. На кінець життєвого циклу проекту баланс готівки складе понад 721 тис. грн.

9. При ставці дисконту за гривнею 26 %, дисконтований період окупності складе 7 місяців. При цьому чистий приведений дохід складе 483,5 тис. грн. за 3 роки. Високе значення індексу прибутковості (4,74) свідчить про доцільність здійснення інвестицій. Внутрішня норма рентабельності складає 686,2 % і значно перевищує ставку дисконту, що свідчить про високу надійність та наявність відповідної фінансової міцності проекту.

АНОТАЦІЯ

Схулухія Саба Романович. «Економічне обґрунтування проекту створення рекламного агентства».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі досліджується можливість започаткування рекламного бізнесу в мережі Інтернет, розглянуто умови здійснення підприємницької діяльності та особливості оподаткування. Проаналізовано рекламний ринок та, зокрема, Інтернет-сегмент.

Пропонується проєкт створення спеціалізованого агентства Інтернет-реклами. Визначено необхідний обсяг інвестицій на реалізацію проєкту, розраховано грошові потоки та показники ефективності.

В роботі представлено економічне обґрунтування доцільності реалізації проєкту в обраному форматі, охарактеризовані можливі ризики та шляхи їхньої мінімізації.

Ключові слова: проєкт, реклама, Інтернет, інвестиції, ефективність, ризик.

ANNOTATION

Skhulukhia S. «Economic justification of the project of creating an advertising agency».

Qualification work for a bachelor's degree in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities" in the educational program "Economics and Business Planning". – Odessa National Economic University. – Odessa, 2021.

The paper investigates the possibility of starting an advertising business on the Internet, considers the conditions of entrepreneurial activity and features of taxation. The advertising market and, in particular, the Internet segment are analyzed.

The project of creation of the specialized agency of Internet advertising is offered. The required amount of investment for the project implementation is determined, cash flows and efficiency indicators are calculated.

The paper presents the economic justification of the feasibility of the project in the selected format, describes the possible risks and ways to minimize them.

Key words: project, advertising, Internet, investments, efficiency, risk.