

АНОТАЦІЯ

Прокопенко А.О. «Економічне обґрунтування та оцінка ефективності проекту у сфері послуг (на прикладі створення маркетинг-агентства)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою професійного спрямування «Економіка та планування бізнесу». Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2025.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес створення та функціонування маркетингового агентства на українському ринку.

У роботі було проаналізовано сучасні тенденції розвитку ринку маркетингових послуг, описано концепцію маркетингового агентства, а також визначено особливості його бізнес-моделі. Далі було проведено аналіз зовнішніх та внутрішніх конкурентних переваг бізнесу та оцінено його інноваційний потенціал. Важливим етапом стало описання фінансової моделі маркетингового агентства, охарактеризування життєвого циклу і таймлайну проекту, а також здійснення розрахунку грошового потоку та аналіз основних показників економічної ефективності проекту. Наприкінці роботи було проаналізовано можливі ризики від виконання проекту та оцінено соціально-економічний ефект від його реалізації.

Ключові слова: маркетингове агентство, маркетинг, проект, сфера послуг, планування бізнесу.

ANNOTATION

Prokopenko A.O. «Economic substantiation and evaluation of the effectiveness of a project in the service sphere (using the example of creating of a marketing agency)».

Qualifying work on obtaining for a bachelor's degree in the specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities» for the educational program «Economic and business planning». Odesa National Economics University. Odesa, 2025.

This bachelor's qualification paper consists of three sections. The object of the research is the process of creating and operating a marketing agency in the Ukrainian market.

The paper analyzed current trends in the development of the marketing services market, described the concept of a marketing agency, and also identified the specifics of its business model. Furthermore, an analysis of the external and internal competitive advantages of the business was conducted, and its innovation potential was assessed. A crucial stage involved describing the financial model of the marketing agency, characterizing the project's life cycle and timeline, and performing cash flow calculations and an analysis of the project's key economic efficiency indicators. Finally, the paper analyzed potential risks associated with project implementation and evaluated its socio-economic impact.

Keywords: marketing agency, marketing, project, service sector, business planning.