



**Intesco
Research
Group**

БИЗНЕС-ПЛАН РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА



МОСКВА 2011

ОПИСАНИЕ

Разработка бизнес-плана рекламного агентства проведена на основе одного из реально осуществленных проектов аналитической группы Intesco Research Group. Бизнес-план подготовлен по международному стандарту UNIDO.

Привлекательность реализации данного проекта обосновывается положительными прогнозами экспертов относительно российского рынка рекламы в последующие годы.

Цели проекта:

- привлечение инвестиционных средств для открытия рекламного агентства;
- обоснование экономической эффективности открытия рекламного агентства;
- разработка поэтапного плана создания и развития рекламного агентства.

Описание проекта:

- расположение: Западный АО города Москвы;
- офис, находящийся в бизнес-центре;
- хорошая транспортная доступность;
- расположение вблизи мест высокой пешеходной активности;
- наличие автомобильной стоянки;
- общая площадь - *** кв. м.

Спектр услуг:

- формулирование целей рекламной кампании;
- постановка задач;
- определение рекламного бюджета;
- определение целевой аудитории рекламного воздействия;
- разработка рекламного обращения;
- выбор средств распространения информации;
- оценка эффективности рекламной кампании;
- коррекция рекламной кампании;
- прочее.

Средняя стоимость:

дизайнерские услуги – *** тыс. руб.;
полиграфические услуги – *** тыс. руб.;
наружная реклама – *** тыс. руб.;
реклама в СМИ – *** тыс. руб.

Финансовые показатели проекта:

Объем первоначальных вложений - *** млн.руб.
Чистый доход (NCF) - *** млн.руб.
Чистый дисконтированный доход (NPV) - *** млн.руб.
Простой срок окупаемости (PB) - *** кварталов
Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - *** кварталов
Индекс прибыльности (PI) - *** ед.
Внутренняя норма доходности (IRR) - *** %
Точка безубыточности (BEP) - *** млн.руб. / квартал

Выдержки из исследования:

В 2001-2010 годах рынок рекламы рос в среднем на ***% в год. С 2001 по 2007 годы включительно он вырос примерно на треть (с *** до *** млрд. долл.), однако за 2008-2009 годы сократился до *** млрд. долл. в результате мирового финансового кризиса. В 2010 году наблюдалось его активное восстановление – среднегодовой темп прироста составил ***%.

В течение 2006-2010 годов российский рынок рекламы занимал около ***% рынка рекламных коммуникаций (остальные ***% приходятся на PR-агентства и компании, занимающиеся маркетинговыми исследованиями).

Темп его роста был практически идентичен темпу роста рынка маркетинговых коммуникаций в целом и лишь в 2010 году несколько отличался от него (*** и ***%, соответственно).

С 2006 по 2010 годы российский рынок рекламы *** на *** млрд. руб. или на ***%.

Согласно результатам опроса, первые места в рейтинге вузов по мнению представителей рекламных компаний занимали *** (***%), ***У и МГ*** (***%) и

Согласно данным опроса ***, в 20*** году в ***% компаний молодые специалисты получали зарплату до *** тыс. руб. в месяц включительно. В ***% - ***-***4 тыс. руб. и еще в ***% - больше *** тыс. руб.

Количество компаний-рекламодателей с бюджетами больше *** млрд. рублей снизилось почти на четверть – с *** до *** организаций. Наиболее активным это выбытие было для компаний, имеющих капитал в диапазоне ***-*** млрд. руб.

По оценке Intesco Research Group, в 2011 году рынок рекламы вырастет на ***-***%, после чего продолжит рост ускоряющимися темпами и к 2013 году выйдет на темп среднегодового прироста в ***%, превысив *** млрд. руб.

На загрузку рекламного агентства будут влиять популярность компании. При этом предполагается, что максимальная загрузка рекламного агентства составит ***%.

Предполагается, что *** квартал будет использован на организационные и ремонтные работы, и выручки не будет. Таким образом, итоговая загрузка рекламного агентства *** квартале составит ***%, в *** – ***% и т.д.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Цели проекта
- 1.2. Расчетный период проекта
- 1.3. Стоимость реализации проекта
- 1.4. Источники финансирования проекта
- 1.5. Показатели эффективности проекта

2. ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА

3. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 3.1. Концепция рекламного агентства
- 3.2. Спектр услуг рекламного агентства
- 3.3. Схема работы рекламного агентства
- 3.4. Разрешительная документация для открытия рекламного агентства

4. АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Объем мирового рынка
- 4.2. Объем российского рынка
- 4.3. Текущая ситуация на рынке

Ассоциация Коммуникационных Агентств России

Кадровый состав рекламных агентств

Крупнейшие компании на рынке

- 4.4. Государственное регулирование рынка

Отдельные законы

- 4.5. Прогноз развития рынка

Мировой рынок

Российский рынок

5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Состав персонала
- 5.2. Должностные обязанности сотрудников

6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

- 6.1. Ценовая политика
- 6.2. Рекламная стратегия
- 6.3. Варианты развития рекламного агентства
- 7.1. Расположение компании

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

- 7.2. Аренда помещений
- 7.3. Структура использования площадей
- 7.4. Необходимое оборудование
- 7.5. Объемы оказываемых услуг
- 7.6. График реализации проекта

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 8.1. Первоначальные вложения в проект

Динамика инвестиционных вложений

Направления инвестиционных вложений

- 8.2. Доходы рекламного агентства
- 8.3. Расходы рекламного агентства
- 8.4. Система налогообложения
- 8.5. Отчет о прибылях и убытках
- 8.6. Отчет о движении денежных средств
- 8.7. Бухгалтерский баланс

9. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- 9.1. Методика оценки эффективности проекта
- 9.2. Чистый доход (NCF)
- 9.3. Чистый дисконтированный доход (NPV)
- 9.4. Срок окупаемости (PB)
- 9.5. Дисконтированный срок окупаемости (DPB)
- 9.6. Индекс прибыльности (PI)

9.7. Внутренняя норма доходности (IRR)

10. АНАЛИЗ РИСКОВ ПО ПРОЕКТУ

10.1. Качественный анализ рисков

10.2. Анализ чувствительности проекта

10.3. Точка безубыточности проекта

11. ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список графиков:

График 1. Динамика объема мирового рынка рекламы в 2001-2010 гг., млрд. долл.

График 2. Объем рынка рекламы, млрд. долл. и рекламный бюджет на человека, долл. в крупнейших странах в 2008 г.

График 3. Динамика объема российского рынка рекламы и маркетинговых услуг в РФ в 2001-2010 гг., млрд. руб.

График 4. Динамика объема российского рынка рекламы в РФ в 2006-2010 гг., млрд. руб.

График 5. Темп прироста рынка по видам рекламы в стоимостном выражении в 2009-2010 г., %

График 6. Число рекламодателей с бюджетами более 1 млрд. руб. в 2008-2009 гг., ед.

График 7. Динамика объема мирового рынка рекламы в 2006-2010 гг. и прогноз на 2011-2016 гг., млрд. долл.

График 8. Динамика объема российского рынка рекламы в РФ в 2006-2010 гг. и прогноз на 2011-2013 гг., млрд. руб.

График 9. Динамика объема российского рынка рекламы и маркетинговых услуг в РФ в 2001-2010 гг. и прогноз на 2011-2013 гг., млрд. руб.

График 10. Загрузка рекламного агентства, %

График 11. Динамика количества клиентов по видам поступлений рекламного агентства, чел.

График 12. Динамика инвестиционных вложений в проект рекламного агентства, тыс. руб.

График 13. Динамика выручки рекламного агентства, тыс. руб.

График 14. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения рекламного агентства, тыс. руб.

График 15. Динамика чистой прибыли рекламного агентства, тыс. руб.

График 16. Движение денежных потоков рекламного агентства, тыс. руб.

График 17. Остаток денежных средств на счету рекламного агентства, тыс. руб.

График 18. Чистый доход (NCF) рекламного агентства, тыс. руб.

График 19. Чистый дисконтированный доход (NPV) рекламного агентства, тыс. руб.

График 20. Влияние уровня цен на чистый доход (NCF), % от уровня цен

График 21. Влияние уровня цен на чистый дисконтированный доход (NPV), % от уровня цен

График 22. Влияние уровня цен на срок окупаемости (PB), % от уровня цен

График 23. Влияние уровня цен на дисконтированный срок окупаемости (DPB), % от уровня цен

График 24. Влияние уровня цен на индекс прибыльности (PI), % от уровня цен

График 25. Влияние уровня цен на внутреннюю норму доходности (IRR), % от уровня цен

График 26. Точка безубыточности рекламного агентства, %

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Изменение структуры российского рынка рекламных коммуникаций в стоимостном выражении в 2008-2010 гг., %

Диаграмма 2. Доля работодателей, отдающих предпочтение выпускникам определенных вузов в 2008 г., %

Диаграмма 3. Основные каналы поиска сотрудников рекламных агентств в 2009 г., %

Диаграмма 4. Суммарный рейтинг российских вузов по мнению работодателей в 2008 г., множ. ответ, %

Диаграмма 5. Структура уровня зарплаты молодых специалистов в различных компаниях в 2008 г., %

Диаграмма 6. Структура уровня зарплаты работников со стажем 2-3 года в различных компаниях в 2008 г., %

Диаграмма 7. Структура рынка по доле бюджетов крупнейших рекламодателей в 2008-2009 гг., %

Диаграмма 8. Структура персонала рекламного агентства по категориям сотрудников, %

Диаграмма 9. Структура ФОТ по категориям сотрудников рекламного агентства, %

Диаграмма 10. Структура ФОТ по видам персонала рекламного агентства, %

Диаграмма 11. Структура использования площадей рекламного агентства, %

Диаграмма 12. Структура затрат на оборудование для рекламного агентства, %

Диаграмма 13. Структура инвестиционных вложений в проект рекламного агентства, %

Диаграмма 14. Структура выручки по видам поступлений рекламного агентства, %

Диаграмма 15. Структура текущих расходов рекламного агентства, %

Диаграмма 16. Структура себестоимости услуг рекламного агентства, %

Диаграмма 17. Структура налоговых выплат рекламного агентства, %

Список схем:

Схема 1. Схема работы рекламного агентства

Список таблиц:

Таблица 1. Структура рынка по сегментам в стоимостном выражении в 2008-2010 гг., %

Таблица 2. Список 30 крупнейших рекламодателей на российском рынке в 2008-2009 гг., млн. руб.

Таблица 3. Средний прогнозируемый темп мирового роста в 2011-2016 гг.

Таблица 4. Динамика объема сегментов российского рынка рекламы и маркетинговых услуг в РФ в 2008-2010 гг. и прогноз на 2011-2013 гг., млрд. руб.

Таблица 5. Параметры категорий персонала рекламного агентства

Таблица 6. Персонал рекламного агентства

Таблица 7. Площади помещений рекламного агентства, кв. м.

Таблица 8. Категории оборудования для рекламного агентства

Таблица 9. Оборудование для кабинета директора рекламного агентства

Таблица 10. Оборудование для приемной рекламного агентства

Таблица 11. Оборудование для креативного отдела рекламного агентства

Таблица 12. Параметры поступлений рекламного агентства

Таблица 13. Средние цены на категории услуг рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 14. Инвестиционные затраты по проекту рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 15. Динамика поступлений рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 16. Стоимость аренды помещения для рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 17. Параметры текущих затрат рекламного агентства

Таблица 18. Налоговые выплаты рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 20. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.

Таблица 21. Бухгалтерский баланс рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 22. Расчет эффективности инвестиционного проекта рекламного агентства, тыс. руб.

Таблица 23. Показатели эффективности проекта рекламного агентства

Таблица 24. Анализ чувствительности основных показателей проекта, % от уровня цен

Таблица 25. Расчет точки безубыточности рекламного агентства, %

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

INTESCO RESEARCH GROUP – аналитическая группа, основным направлением деятельности которой является разработка высококачественных бизнес-планов, ТЭО и маркетинговых исследований, как российских, так и региональных рынков РФ. Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Все работы **INTESCO RESEARCH GROUP** построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов опирается на принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, на российские и международные стандарты качества.

Аналитики компании **INTESCO RESEARCH GROUP** являются выпускниками ведущих московских вузов (МГУ, МФТИ, РЭА им. Плеханова, Высшая школа экономики, ФИНЭК) и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении аналитических отчетов и бизнес-прогнозирований.

Профессиональный подход и сервис, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют компании **INTESCO RESEARCH GROUP** оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Информация из наших отчетов публикуется в крупнейших российских газетах и журналах: «Ведомости», «Коммерсант-Деньги», «Российская газета», «Forbes», «Russian Food Market», «FoodService», «MAXIM», «Партнер: мясопереработка», «Мое дело. Магазин», «Однако», «Хлебопекарное производство», «Продукты и Прибыль», «Кондитерская сфера/хлебопечение», «Ценовик», «РБК daily», «Unipack.Ru» и пр.







**ЦЕЛЬ НАШЕЙ КОМПАНИИ – УСПЕШНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ
БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ СВОИХ КЛИЕНТОВ**