

# ИННОВАЦИИ В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ. ПРОЕКЦИОННАЯ РЕКЛАМА

*Марченко Д.С., Шадрин П.А.*, студенты 4 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:

магистр экономических наук, преподаватель

*Н.А. Устюшенко* (УО «Государственный институт управления и социальных технологий БГУ»)

## БИЗНЕС-ПРЕДЛОЖЕНИЕ

**Название проекта:** ИННОВАЦИИ В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ. ПРОЕКЦИОННАЯ РЕКЛАМА

**Предполагаемая форма участия инвестора в проекте:** среднесрочное, низкорисковое реальное прямое инвестирование внутри страны.

**Стоимость бизнес-проекта:** 72 800 евро [2].

**Суммарная потребность в инвестициях:** 70 %,

в т. ч. по источникам:

собственных средств: 7 280 евро;

кредитов банков: 14 560 евро;

прямых инвестиций: 50 960 евро.

**Направления использования инвестиций:** инвестирование будет проводиться с целями закупки оборудования и технологий, аренды помещения (в перспективе – его покупки), а также пополнения оборотных средств.

**Показатели эффективности проекта:**

Ставка дисконтирования: 1,62 % [1];

Динамический срок окупаемости проекта: 1,5–2 года;

Индекс доходности: 1,4286 % [1];

Внутренняя норма доходности: 16,6 % [1];

Чистый дисконтированный доход: на данной стадии бизнес-плана такие данные дать не представляется возможным.

**Дата составления инвестиционного предложения:** 06.10.2010.

## АВТОРЕФЕРАТ БИЗНЕС-ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Создание направления проекционной рекламы, а также добавление его в уже имеющиеся средства продвижения продукции, товаров, работ, услуг в нашей стране является новаторским по сравнению с зарубежными странами. Данный вид деятельности хорошо распространен, а также получил одобрение в таких странах, как Япония, США, Франция, Канада и др. Но данная рыночная ниша и у нас не может пустовать долго. В связи с этим предложение по внедрению данного вида деятельности является актуальным для Республики Беларусь. К тому же рассматриваемое направление обладает большим количеством преимуществ и не требует дорогостоящих инвестиционных вложений для развития и внедрения на рынок.

К ряду таких преимуществ можно отнести:

1. Красочность, живописность и объемность представления информации юридических или просто физических лиц в местах наибольшего скопления людей.

2. Более дешевый вид рекламы по сравнению с билбордами. Это преимущество заключается в том, что на одном месте показа можно проецировать изображения нескольких заказчиков в заблаговременно решенной последовательности, но при этом цена аренды места показа останется такой же, как если бы на этом месте размещался один стандартный плакат-реклама. В связи с тем, что аренда ниже, соответственно ниже затраты у исполнителя, тем самым, ниже цена и для заказчика. А если сравнивать обычное направление расклейки плакатов и проекционную рекламу, то по большинству позиций она выиграет, а это и обуславливает ее преимущество по сравнению со стандартными видами рекламы.

3. Данный вид рекламы не будет являться невзрачным загромождением города (что можно наблюдать в Российской Федерации, в частности в Москве, где рекламных щитов такое количество, что они не только закрывают знаки дорожного движения, но и снижают общий эстетический вид города), а, наоборот, сможет настолько живописно вписаться в городской дизайн, что уже через каких-то пару лет никто не сможет представить себе жизнь без такого вида рекламы.

Разумеется, у этого направления есть и недостатки:

1. Нецелесообразность проецирования рекламы из-за влияния погодных условий: солнечный день, туман, дождь, снегопад. Однако более мощные и дорогостоящие проекторы помогают решать эту проблему.

2. Неточность данных в области прогнозов о местах (где, когда и в какое время будет находиться наибольшее число людей), а также отсутствие возможности демонстрации проекционных реклам вблизи площадей, где отсутствуют большие стены, на которых можно было бы разместить проекции.

Но это не столь существенные причины, из-за которых данное направление можно было бы назвать нерентабельным и неприбыльным. Эти недостатки можно полностью устранить путем внедрения более современной техники или корректировкой прогнозов с учетом статистических данных.

В связи с этим, по нашему мнению, на сегодняшний день проекционная реклама сможет занять высокие позиции в рекламной отрасли. Ее преимущество заключается в том, что она является более удобной. К тому же данный вид рекламы предназначен для самого широкого спектра рынков. Сегодня залогом успешного ведения дела является его известность среди широких масс населения, поэтому ни один уважающий себя бизнесмен не допустит возможности сэкономить на рекламе, так как приобретенные в итоге доходы будут превышать расходы на рекламу. Нашими клиентами могут быть операторы сотовой связи, банки, организаторы концертов и выставок, пивоваренные компании, радиостанции и телеканалы, фитнес-центры, туроператоры и многие другие компании. Реклама – это неотъемлемый атрибут успешного функционирования любого предприятия, она должна быть броской и запоминающейся. Именно такую рекламу мы и собираемся создавать на базе достижений человечества XXI века.

Как показывает практика, потребителям давно наскучили стандартные виды наружной рекламы, такие как билборды, сейчас уже мало кто обращает внимание на плакаты, развешанные вдоль дорог в огромном количестве. В то же время огромная светящаяся стена здания, на которой меняются сверкающие картинки, привлечет внимание всего города. Мимо такого удивительного рекламного плаката невозможно пройти и остаться равнодушным.

К тому же данный вид рекламы украсит не только дневную, но и в особенности ночную жизнь города. Она идеально впишется в вечерний пейзаж.

В связи с отсутствием проекционной рекламы в нашей стране мы предлагаем создать рекламное агентство, которое будет специализироваться исключительно на голографической рекламе или сможет внедрить это направление в уже действующее агентство по продвижению рекламных проектов. Из-за новизны такого направления в белорусском бизнесе предполагается, что наша фирма (агентство) будет пользоваться популярностью среди юридических и физических лиц.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Бизнес-словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.businessvoc.ru](http://www.businessvoc.ru). – Дата доступа: 15.09.2010.

2. ВН Group Группа компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.holo.ru](http://www.holo.ru). – Дата доступа: 14.09.2010.