

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (агенція з проведення
онлайн-заходів) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРКз-41

Кавчинської Христини

Науковий керівник: к.е.н., Галько Л.Р.

Національна шкала: відмінно

Кількість балів: 90 Оцінка: ECTS: A

Члени комісії:

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

Тернопіль 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Ділова пропозиція економічного обґрунтування проекту (агенція з проведення онлайн-заходів).....	5
I. Компанія та її продукти	5
II. Дослідження та аналіз ринку	9
III. Маркетинговий план	13
IV. Операційний план	16
V. Управлінська команда	19
VI. Фінансовий план	21
Розділ 2. Розрахункові таблиці маркетингового проекту.....	24
Висновки і пропозиції.....	32
Список використаних джерел.....	34

ВСТУП

Сучасний світ перебуває на етапі стрімкої цифрової трансформації, яка змінює традиційні підходи до організації бізнесу, комунікацій та взаємодії з клієнтами. Особливо актуальними ці зміни стали під впливом двох масштабних подій, що вплинули на Україну та світ: пандемії COVID-19, яка викликала необхідність переведення багатьох процесів в онлайн, та повномасштабного вторгнення росії в Україну, яке значно ускладнило фізичну взаємодію через постійні ризики для життя, вимушену міграцію та інфраструктурні втрати.

В таких умовах проведення онлайн-заходів стало не лише вимогою часу, але й стратегічною необхідністю. Віртуальні формати дозволяють бізнесу, громадським організаціям та освітнім установам зберігати ефективність, залишатися на зв'язку з аудиторією та забезпечувати доступність заходів незалежно від географічного розташування чи безпекової ситуації.

Потреба у професійних послугах організації онлайн-заходів зростає через постійні виклики сьогодення. З одного боку, пандемія створила попит на віртуальні формати як альтернативу фізичним подіям. З іншого боку, війна в Україні підвищила значення дистанційної комунікації для підтримання бізнесу, освіти та громадських ініціатив в умовах ризиків, викликаних обстрілами, переміщенням населення та пошкодженням інфраструктури.

Метою роботи є розробка теоретично обґрунтованого проєкту створення агенції з проведення онлайн-заходів, оцінка його фінансової доцільності та визначення ефективних маркетингових інструментів просування на ринок.

Об'єктом дослідження є ринок послуг з організації онлайн-заходів.

Суб'єктом дослідження є процес створення та функціонування агенції з організації онлайн-заходів, яка надаватиме професійні послуги з організації, технічного супроводу та маркетингової підтримки віртуальних заходів для бізнесу, освітніх і громадських установ.

Реалізація мети дослідження потребує вирішення таких завдань:

- сформуувати концепцію реалізації проєкту з відкриття агенції у сфері онлайн заходів;
- провести аналіз сучасного ринку послуг з організації онлайн-заходів, враховуючи наслідки пандемії та війни;
- визначити потреби цільової аудиторії та сформувати маркетингову стратегію для просування послуг агенції в умовах конкуренції;
- розробити економічне обґрунтування проєкту з відкриття агенції та обґрунтувати доцільність її відкриття.

Теоретичне значення роботи полягає в узагальненні принципів організації онлайн-заходів та розробці ефективних маркетингових стратегій для цієї сфери. Практичне значення проєкту полягає у створенні дієвої моделі агенції, яка зможе функціонувати навіть в умовах безпекових і економічних обмежень, підтримуючи розвиток цифрового бізнесу та забезпечуючи потреби клієнтів. Таким чином, відкриття агенції з проведення онлайн-заходів відповідає актуальним викликам часу, пропонуючи ефективні та сучасні рішення для різних секторів у складних умовах сучасної України.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ (АГЕНЦІЯ З ПРОВЕДЕННЯ ОНЛАЙН-ЗАХОДІВ)

I. Компанія та її продукти

Метою цього розділу є детальне, але стислий опис майбутнього підприємства — агенції Energy, яка спеціалізуватиметься на проведенні онлайн-заходів. У цьому розділі буде представлено план створення бізнесу, перелік послуг, що пропонуватимуться, а також загальні характеристики галузі, до якої належатиме підприємство.

A. КОМПАНІЯ

Агенція Energy працюватиме в галузі цифрових послуг, основним напрямом діяльності якої стане організація, технічний супровід і маркетинг віртуальних заходів. Ця галузь характеризується динамічним розвитком у відповідь на глобальні тенденції, такі як цифрова трансформація, зростаючий попит на віддалену комунікацію та необхідність організації подій у відповідь на обмеження, спричинені пандемією або іншими кризовими ситуаціями, зокрема повномасштабним вторгненням в Україну.

Агенція Energy пропонуватиме комплексні рішення для організації різноманітних онлайн-заходів, таких як вебінари, онлайн-конференції, тренінги, презентації, корпоративні події, освітні програми та культурні заходи. Головними клієнтами компанії стануть бізнес-компанії, що потребують ефективних онлайн-презентацій, зустрічей і тренінгів, освітні установи, що реалізують дистанційне навчання, громадські організації, які хочуть поширювати свої ініціативи через цифрові канали, а також приватні клієнти, які звертаються за допомогою в організації персоналізованих онлайн-подій, таких як весілля, дні народження та інші святкові заходи.

Таким чином, агенція Energy стане інноваційним гравцем на ринку цифрових послуг, забезпечуючи своїх клієнтів сучасними та адаптованими рішеннями для організації заходів будь-якої складності.

Агенція Energy буде працювати на основі організаційної форми фізичної особи-підприємця (ФОП) 3 групи, що є оптимальним варіантом для малого та середнього бізнесу в Україні. Вибір цієї організаційної форми обумовлений кількома ключовими перевагами, такими як простота реєстрації, низький рівень адміністративних витрат та можливість швидкої адаптації до змін на ринку. Вибір групи обумовлений тим, що компанія працювати як із споживачами ринку B2C, так і сегментом B2B.

Фізична особа-підприємець має спрощену систему оподаткування, що дозволяє знижувати фінансове навантаження на бізнес в умовах початкової стадії розвитку. Це дозволить Energy зосередитись на основній діяльності — організації онлайн-заходів — та зменшити витрати на ведення бухгалтерії та адміністративне обслуговування. Також, як ФОП, агенція матиме можливість працювати безпосередньо з іншими компаніями, надавати послуги як для юридичних, так і для фізичних осіб, що є важливою умовою для залучення різноманітних клієнтів. Така форма дозволить агентству бути гнучким у своїх операціях, швидко реагувати на зміни ринкових умов та забезпечувати високу якість послуг для своїх клієнтів. З реєстрацією ФОП, Energy зможе забезпечити легальну діяльність на території України, дотримуючись усіх необхідних вимог законодавства, а також користуватись усіма перевагами, які дає спрощена система оподаткування для підприємців.

Б. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ

Агенція пропонуватиме широкий спектр послуг, що включатиме організацію, технічний супровід і маркетингове забезпечення онлайн-заходів. Основним продуктом компанії стануть комплексні рішення, які охоплюватимуть усі етапи підготовки та проведення заходів у цифровому середовищі.

Основні послуги агенції включають:

1. Організація заходів «під ключ». Ця послуга охоплює всі етапи планування, починаючи від розробки концепції заходу до його реалізації. Ми беремо на себе створення програми, підбір та координацію спікерів і учасників, технічне налаштування, а також супровід у реальному часі. Такий підхід забезпечує клієнтам максимальну зручність і економію часу.

2. Технічний супровід онлайн-заходів. Компанія пропонуватиме професійну технічну підтримку, включаючи налаштування платформ для відеоконференцій (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet) та спеціалізованих вебінарних інструментів. Ми також гарантуємо якісний звук, відео та можливість запису подій для подальшого використання. Серед додаткових послуг – синхронний та послідовний переклад для багатомовних заходів.

3. Маркетингове забезпечення заходів. Ми допомагатимемо клієнтам у просуванні їхніх заходів, створюючи ефективні рекламні кампанії. До цього входить розробка візуального та текстового контенту для соціальних мереж, створення промоційних відео, налаштування таргетованої реклами, а також аналіз її ефективності.

Враховуючи значний попит на онлайн-формати в умовах сучасного інформаційного суспільства, агенція з проведення онлайн-заходів має значний потенціал для розвитку. На початковому етапі діяльності доцільно зосередитися на двох ключових сегментах ринку: бізнес-секторі та сфері освіти.

Детальніше перелік форматів онлайн-заходів, які забезпечуватиме агенція для бізнесу та освіти, наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Формати онлайн-заходів маркетингової агенції для різних типів клієнтів

Для бізнес-сектору	Для сфери освіти
1. Навчальні онлайн-заходи – вебінари, онлайн-курси, тренінги, майстер-класи, спрямовані на підвищення кваліфікації співробітників.	1. Вебінари та онлайн-лекції – інтерактивні заняття з провідними експертами для вчителів, викладачів та учнів.

Продовження табл. 1.1

2. Іміджеві та нетворкінгові онлайн-заходи – онлайн-конференції, форуми, саміти, що сприяють обміну досвідом, налагодженню партнерських зв'язків та просуванню бізнесу	2. Онлайн-курси та тренінги – програми професійного розвитку для педагогів з використання інноваційних методик викладання та цифрових технологій.
3. Презентаційні онлайн-заходи: вебінари, віртуальні дні відкритих дверей, онлайн-презентації продуктів та послуг для потенційних клієнтів та партнерів.	3. Онлайн-олімпіади та конкурси – інтерактивні заходи для учнів та студентів, спрямовані на розвиток їх знань та навичок.

Вибір конкретних форматів онлайн-заходів має ґрунтуватися на аналізі потреб цільової аудиторії, конкурентного середовища та власних ресурсів та компетенцій агенції.

Унікальні характеристики послуг агенції:

- індивідуальний підхід, що сприятиме адаптації кожного заходу до специфічних потреб клієнта, пропонуючи унікальні рішення;
- інноваційність, що передбачає використання новітніх технологій, таких як віртуальна реальність, інтерактивні опитування, гейміфікація та інші інструменти для підвищення залученості аудиторії;
- широкий спектр послуг від організації заходів «під ключ» до технічної підтримки, маркетингу та аналітики;
- висока якість з гарантією бездоганного технічного супроводу, що забезпечує плавність роботи навіть у випадку великих аудиторій або багатокомпонентних програм.

На відміну від багатьох компаній, які спеціалізуються лише на технічному забезпеченні або маркетингових послугах, наша агенція пропонує повний цикл організації заходів. Це дозволяє клієнтам не шукати декількох підрядників і отримати всі необхідні послуги в одному місці. Додатково, ми впроваджуємо унікальні функції, такі як інтеграція гейміфікації чи аналітики, що дозволяють оцінювати залученість аудиторії та ефективність заходів.

Таким чином, агенція з проведення онлайн-заходів пропонуватиме сучасні, гнучкі та адаптовані рішення для організації віртуальних подій будь-якої складності, забезпечуючи клієнтам високу якість обслуговування та конкурентну перевагу.

II. Дослідження та аналіз ринку.

Ринок послуг організації онлайн-заходів в Україні за останні кілька років зазнав значних змін, спричинених глобальними викликами, такими як пандемія COVID-19 та військові дії на території країни. Ці фактори призвели до того, що організація подій у фізичному форматі стала менш доступною, а онлайн-заходи стали необхідністю для багатьох компаній, освітніх установ та громадських організацій. Онлайн-платформи дозволяють зберігати ефективність комунікацій та забезпечують безпеку учасників, що в умовах сучасної ситуації є надзвичайно важливим. Агенція з проведення онлайн-заходів має за мету надавати високоякісні послуги з організації, технічного супроводу та маркетингової підтримки для різноманітних віртуальних заходів. Вона зможе задовольнити потреби клієнтів, які шукають ефективні та безпечні способи взаємодії у віддаленому форматі, будь то бізнес-зустрічі, тренінги, освітні програми або культурні події.

A. КЛІЄНТИ

Основними споживачами послуг агенції з організації онлайн-заходів будуть бізнес-компанії, освітні установи, громадські організації та приватні клієнти. Бізнес-компанії потребують якісної організації онлайн-презентацій, вебінарів та тренінгів для своїх співробітників і клієнтів. Це дозволяє їм продовжувати роботу в умовах, коли фізичні зустрічі неможливі через карантинні обмеження чи безпекові ризики. Освітні установи, в свою чергу, активно переходять на дистанційне навчання та розширюють можливості для онлайн-курсів і конференцій. Громадські організації використовують онлайн-заходи для того, щоб здійснювати свої ініціативи, залучати нову аудиторію та розповідати про соціальні проекти. Приватні

клієнти шукають онлайн-платформи для організації святкових подій, таких як весілля, дні народження, корпоративи та інші святкування. Цей широкий спектр клієнтів вимагає індивідуального підходу до кожного замовлення, адже вимоги до організації заходів можуть сильно відрізнятися в залежності від типу події.

Попит на онлайн-заходи зростає в умовах економічної та політичної нестабільності. Пандемія та військові дії значно змінюють бізнес-ландшафт, тому компанії шукають більш гнучкі та дешевші варіанти для проведення заходів. Онлайн-платформи надають можливість заощаджувати на витратах на логістику, оренду приміщень та інші організаційні витрати, що робить їх більш привабливими для малих та середніх бізнесів. Однак, при цьому важливо забезпечити високу якість технічного супроводу, адже навіть найкраща ідея може бути зіпсована поганим зв'язком, неякісним відео або технічними збоєм. Тому агенція з організації онлайн-заходів повинна забезпечити належний рівень сервісу, щоб гарантувати комфортне і професійне проведення кожного заходу.

Б. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

Ринок онлайн-заходів активно розвивається, оскільки все більше організацій усвідомлюють переваги віддалених форм комунікацій. Онлайн-формати дозволяють залучати аудиторію з різних куточків світу, що не завжди можливо при проведенні фізичних заходів. Однак при цьому важливо враховувати сезонні коливання попиту на такі послуги. Зокрема, пік попиту може припадати на осінньо-зимовий період, коли багато компаній проводять планові тренінги чи корпоративи, а освітні установи організовують, окрім навчального процесу, курси та конференції. Водночас, у літній період попит може знижуватися, оскільки багато організацій переходять на менш інтенсивний режим роботи, а також зростає кількість фізичних заходів, коли це дозволено.

Основними факторами, які впливають на зростання ринку онлайн-заходів, є нові технології, економічні умови та політична ситуація в країні. Інновації у сфері віртуальної реальності, інтерактивних платформ та інших технологій дозволяють

робити заходи більш захоплюючими та інтерактивними, що підвищує їх ефективність і популярність серед аудиторії. Економічна ситуація в країні також грає важливу роль: в умовах фінансової нестабільності, коли витрати на фізичні заходи стають надмірними, онлайн-платформи стають привабливими завдяки своїй економічності. Водночас державна підтримка цифрових ініціатив і розвиток інфраструктури також сприяють росту цього ринку, оскільки багато організацій шукають нові формати для ефективного проведення своїх заходів.

Оскільки попит на онлайн-заходи зростає, нові учасники ринку можуть зіткнутися з жорсткою конкуренцією. Важливою перевагою агенції з організації онлайн-заходів стане надання комплексних послуг, включаючи технічний супровід, маркетинг та організацію заходів «під ключ». Такий підхід дозволяє клієнтам зекономити час і ресурси, оскільки вони можуть отримати всі необхідні послуги від одного постачальника. Це також підвищує рівень довіри до агенції, оскільки клієнт не змушений шукати кількох підрядників для різних етапів організації події.

Успіх агенції залежатиме від здатності адаптувати свої послуги до потреб ринку та забезпечувати високий рівень обслуговування. Враховуючи постійний розвиток цифрових технологій і потребу в гнучкості, агенція з проведення онлайн-заходів має великий потенціал для розвитку та розширення своєї діяльності в умовах сучасної економічної ситуації.

В. КОНКУРЕНЦІЯ

Ринок онлайн-заходів в Україні на сьогоднішній день характеризується активним розвитком і зростаючою конкуренцією. Оскільки попит на ці послуги зростає, кількість компаній, що пропонують подібні послуги, також збільшується. Оцінка конкурентів є важливим етапом у розробці стратегії для агенції з проведення онлайн-заходів, оскільки це дозволить не тільки з'ясувати сильні та слабкі сторони вже існуючих компаній, а й знайти можливості для зайняття своєї нішевої позиції на ринку.

Основними конкурентами агенції з організації онлайн-заходів є компанії, що надають аналогічні послуги в Україні. Серед найбільших гравців можна виділити

компанії, які спеціалізуються на організації онлайн-курсів програм, вебінарів, корпоративних заходів та технічному супроводі онлайн-засідань. Наприклад, такі компанії, як Eventus, Mediapartner, Virtual events Ukraine та інші, активно працюють на ринку онлайн-послуг.

Оцінюючи сильні та слабкі сторони їхніх пропозицій, можна відзначити наступне. Сильні сторони конкурентів часто полягають у великому досвіді роботи в даній галузі, наявності широкої бази клієнтів та стабільності на ринку. Вони мають налагоджені механізми організації великих онлайн-заходів, що дозволяє ефективно обслуговувати великий обсяг клієнтів. Наприклад, компанії з великими ресурсами здатні надавати високоякісну технічну підтримку та інфраструктуру для проведення багатогодинних онлайн-курсів або міжнародних конференцій.

Однак їхні послуги не завжди відповідають вимогам сучасних споживачів. Наприклад, компанії з великим досвідом часто не надають індивідуалізованих рішень для кожного клієнта. Їхня пропозиція може бути більш стандартизованою, що обмежує можливості для персоналізації заходів. Це може бути проблемою для приватних клієнтів або малих бізнесів, які потребують унікальних, підлаштованих під їхні потреби рішень. Крім того, через високий рівень автоматизації таких компаній, іноді виникає недоліки в комунікації та сервісі, що знижує якість обслуговування.

З іншого боку, на ринку також існують невеликі компанії, що пропонують більш гнучкі умови, а також можливість більш тісної взаємодії з клієнтами. Однак ці компанії зазвичай мають обмежені ресурси, що може вплинути на здатність забезпечити високий рівень технічного супроводу або масштабні заходи.

Наша агенція може використовувати слабкі сторони конкурентів на свою користь, запропонувавши індивідуальний підхід до кожного клієнта, сучасні технології для підвищення залученості учасників (наприклад, інтерактивні елементи або гейміфікація), а також забезпечення високої якості технічного обслуговування навіть для невеликих заходів. Це дозволить задовольнити потреби клієнтів, які шукають не лише стандартні рішення, але й можливість отримати якісні послуги.

Г. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Для того, щоб оцінити обсяги реалізації наших послуг, важливо взяти до уваги поточні тенденції на ринку онлайн-заходів та особливості попиту на ці послуги. За прогнозами, попит на онлайн-послуги буде зростати протягом наступних двох років. Це відбудеться через постійний перехід бізнесів та освітніх установ до дистанційного формату роботи, а також через намагання громадських організацій підвищити свою ефективність через онлайн-канали.

Наші обсяги реалізації можна спрогнозувати на основі таких припущень. Перший рік роботи - очікується залучення невеликої кількості постійних клієнтів, що потребують регулярних послуг з організації онлайн-заходів. Ми плануємо досягти обсягу реалізації в межах 300 заходів на рік. Другий рік - з розширенням клієнтської бази та підвищенням впізнаваності бренду обсяг реалізації зросте до 500 заходів на рік.

На основі середньої ціни послуги 20 000 грн за кожен захід, прогнозована виручка від реалізації складе:

Перший рік: $300 \text{ заходів} \times 20\,000 \text{ грн} = 6\,000\,000 \text{ грн}$

Другий рік: $500 \text{ заходів} \times 20\,000 \text{ грн} = 10\,000\,000 \text{ грн}$

Прогнозоване зростання продажів обумовлене не лише розширенням ринку, але й впровадженням нових послуг, таких як інтерактивні та гейміфіковані онлайн-заходи, а також постійним удосконаленням сервісу. Це дозволить задовольнити зростаючий попит на якісні онлайн-послуги з організації заходів і здобути конкурентні переваги на ринку.

III. Маркетинговий план

A. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Маркетинговий план для агенції з проведення онлайн-заходів Energy ґрунтується на ретельному дослідженні ринку та оцінці потреб споживачів. Загальна маркетингова стратегія компанії має бути орієнтована на надання високоякісних послуг з організації онлайн-заходів з індивідуальним підходом до

кожного клієнта. Стратегією Energy є створення сильної конкурентної позиції на ринку, що дозволить привернути увагу як великих бізнес-компаній, так і освітніх установ, громадських організацій та приватних осіб, які потребують допомоги в організації онлайн-форматів для подій різного масштабу. Початкові зусилля будуть спрямовані на бізнес-сегмент, адже саме вони першими почали активно впроваджувати онлайн-заходи, і з часом компанія буде розширювати свою діяльність на інші групи споживачів. Головною метою Energy є задоволення потреб клієнтів, забезпечення високої якості технічного та організаційного супроводу подій у цифровому середовищі, а також використання новітніх технологій для підвищення ефективності та інтерактивності заходів.

Б. ЦІНОУТВОРЕННЯ

Ціноутворення для Energy буде визначатися з урахуванням конкурентного середовища, витрат на організацію заходів та бажаної маржі. На початковому етапі компанія може запропонувати помірні ціни, щоб залучити перших клієнтів і завоювати частину ринку. Однак ціни будуть коригуватися в залежності від розвитку компанії, попиту на послуги та витрат, пов'язаних із технологічним і організаційним забезпеченням заходів.

Агенція формує цінову пропозицію, враховуючи як стандартні пакети послуг, так і індивідуальні запити клієнтів. На вартість впливають характеристики онлайн-заходу (тип, тривалість, формат), масштаб аудиторії, необхідні технологічні рішення, рівень залучених експертів та наявність додаткових послуг. Агенція гарантує прозорість ціноутворення та надає клієнтам детальну калькуляцію вартості своїх послуг.

Для формування валсової комерційної пропозиції агенція може застосовувати такі моделі як:

1. Пакетні пропозиції, коли клієнтам пропонуються готові рішення з фіксованою ціною, що включають стандартний набір послуг для проведення заходів певного типу.

2. Індивідуальний підхід, коли формування вартості здійснюється на основі детального аналізу потреб клієнта, складання індивідуального плану заходу та врахування усіх особливостей проекту.

Порівняно з конкурентами Energy зможе запропонувати не лише конкурентоспроможні ціни, але й додаткові послуги, такі як персоналізація онлайн-заходів, що дасть їй перевагу серед інших компаній. Це дозволить їй ефективно проникнути на ринок і утримати свою позицію серед конкурентів.

В. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

Тактика реалізації послуг агенції Energy включатиме використання онлайн-платформ для організації заходів, таких як Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, а також власну платформу для більш зручного замовлення та управління заходами.

Тактика реалізації проєкту створення агенції базується на комплексному підході, що інтегрує онлайн та офлайн інструменти просування. Основним каналом дистрибуції послуг буде вебсайт компанії, де клієнти зможуть ознайомитися з усіма доступними послугами, замовити організацію заходу, а також скористатися консультаціями спеціалістів.

Методи прямих продажів передбачають активний пошук та залучення клієнтів шляхом безпосередньої комунікації та презентації послуг агенції, використовуючи такі інструменти, як генерація лідів за допомогою онлайн-каналів (пошук потенційних клієнтів на професійних платформах та в соціальних мережах з подальшим встановленням контакту через електронну пошту або телефон), участь у галузевих подіях (презентація послуг агенції на спеціалізованих конференціях, виставках та форумах для цільової аудиторії) та нетворкінг (активне налагодження та розвиток ділових контактів з потенційними клієнтами та партнерами на бізнес-зустрічах, тематичних заходах та вебінарах).

Крім того, для розширення клієнтської бази Energy буде використовувати партнерські програми з іншими компаніями та організаціями, які можуть бути зацікавлені в онлайн-заходах.

Г. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

Реклама та промоція для Energy буде здійснюватися через інструменти інтернет-маркетингу, що дозволить досягти широкої залученості аудиторії з мінімальними витратами. Для залучення уваги до бренду будуть використовуватися платформи, такі як Google Ads, Facebook Ads, а також контент-маркетинг через блог та соціальні мережі. Оскільки реклама є важливим інструментом для старту на ринку, перші витрати на просування компанії будуть інвестовані в рекламні кампанії, орієнтуючись на найбільш популярні платформи серед цільової аудиторії. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції наведено у таблиці 2.1.

Графік рекламних кампаній буде плануватися залежно від сезонних коливань попиту. Перші інтенсивні рекламні кампанії будуть спрямовані на знайомство з брендом Energy та залучення перших клієнтів. Прогнозується, що більшість витрат на рекламу припадуть на перші три місяці діяльності компанії, після чого вони будуть зменшуватися залежно від результатів рекламної діяльності та зростання впізнаваності бренду. Вартість рекламних кампаній буде змінюватися залежно від типу реклами та каналу, але ці інвестиції необхідні для створення стійкої клієнтської бази та забезпечення подальшого розвитку Energy на ринку онлайн-заходів.

IV. Операційний план

A. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ

Агенція планує орендувати приміщення в бізнес-центрі в одному із спальних районів міста Тернопіль. Вибір на користь даної локації обґрунтовується можливістю оптимізації витрат на оренду приміщення, особливо на початкових етапах діяльності агенції. Це дозволяє перенаправити фінансові ресурси на маркетингові заходи. Сучасні бізнес-центри на околицях міста пропонують розвинену інфраструктуру, що включає зручне паркування, стабільний доступ до мережі Інтернет, системи безпеки та інші сервіси, що сприяють підвищенню продуктивності праці співробітників. Окрім того, розташування в таких бізнес-

центрах відкриває перспективи для подальшого розширення агенції без необхідності зміни локації та потенційної втрати клієнтів. Важливим фактором є й позитивна динаміка розвитку периферійних районів Тернополя, що характеризується зростанням чисельності населення та бізнес-структур, що в майбутньому може стати додатковим джерелом клієнтської бази для агенції.

Незважаючи на низку переваг, розташування агенції з організації онлайн-заходів в бізнес-центрі спального району Тернополя може мати певні недоліки, зокрема, які пов'язані із:

- обмеженою транспортною доступністю, що може створювати певні незручності для клієнтів та партнерів, особливо з огляду на особливості функціонування громадського транспорту;
- менш престижним іміджем в очах деяких клієнтів, які можуть надавати перевагу компаніям, розташованим в центральних районах міста, що може впливати на їх остаточний вибір.

Б. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ

Для забезпечення бездоганної реалізації онлайн-заходів агенції необхідна надійна технологічна база. Ключовими елементами є стабільний високошвидкісний доступ до мережі Інтернет з резервуванням каналу, надійна система електропостачання з можливістю резервного живлення та якісне аудіообладнання, що гарантує чітку та розбірливу передачу звуку під час трансляцій.

Ергономіка робочого простору також має важливе значення для підтримки високої продуктивності та здоров'я співробітників. Приміщення агенції повинно мати достатню площу для комфортного розміщення робочих місць з урахуванням ергономічних стандартів, якісне освітлення, ефективну систему вентиляції та кондиціонування, а також забезпечувати достатній рівень звукоізоляції для комфортної роботи.

Приміщення буде готове до використання після проведення незначного ремонту для відповідного зонування робочого простору та встановлення сучасного

обладнання. Вартість оснащення приміщення складає 185 000 грн. (див. табл. 2.2) із завершенням робіт за 2 місяці до відкриття.

В. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Основний процес включає організацію заходів «під ключ» та вебінарів. Агенція реалізує комплексний підхід до організації онлайн-заходів, забезпечуючи супровід на всіх етапах – від формування концепції до аналізу результатів.

Етапи організації онлайн-заходів:

1. Брифінг та визначення цілей: Проводиться детальне обговорення з клієнтом для виявлення його потреб, цільової аудиторії, формату вебінару, очікуваних результатів та бюджетних рамок.

2. Розробка стратегії та плану заходу: Формується концепція вебінару, визначається програма, тривалість, дата та час проведення. Відбувається вибір оптимальної онлайн-платформи, необхідного технічного забезпечення та інструментів для інтерактиву.

3. Підготовка та промоція вебінару: Здійснюється пошук та залучення спікерів, розробка презентаційних матеріалів, створення реєстраційної форми та проведення рекламної кампанії для залучення учасників. Проводиться тестування технічної складової для забезпечення безперебійної трансляції.

4. Проведення та модерація вебінару: Агенція забезпечує технічну підтримку під час трансляції, модерацію чату, збір запитань від учасників та контроль за дотриманням таймінгу.

5. Аналіз результатів та звітність: Після завершення вебінару проводиться аналіз його ефективності, збір відгуків учасників та надання клієнту детального звіту з рекомендаціями щодо подальшого розвитку.

Завдяки комплексному підходу та професійній експертизі агенція гарантує успішну реалізацію онлайн-заходів будь-якої складності.

Контроль якості забезпечується тестуванням обладнання перед кожним заходом. Інвентаризація включає регулярне оновлення техніки.

Г. РОБОЧА СИЛА

Штат агенції складається з керівника, менеджера з маркетингу та технічного координатора. Кожен член команди володіє необхідним досвідом та навичками для виконання своїх функціональних обов'язків.

З метою підвищення кваліфікації та адаптації до новітніх технологій в сфері організації онлайн-заходів, передбачено систему професійного розвитку співробітників. Зокрема, технічний персонал агенції буде залучатися до додаткових навчальних програм за такими напрямками: освоєння нових онлайн-платформ та інструментів для проведення вебінарів, конференцій та інших видів онлайн-заходів; поглиблення знань в сфері технічної підтримки онлайн-заходів, уникнення та усунення можливих технічних проблем; розвиток навиків роботи з професійним звуковим та відеобладнанням, забезпечення високої якості трансляцій.

Впровадження системи безперервного навчання дозволить агенції забезпечити високий рівень якісних послуг клієнтам .

V. Управлінська команда

Управлінська команда агенції Energy є одним із найважливіших аспектів успішного функціонування бізнесу. Саме люди, які входять до складу управлінської команди, визначають напрямок розвитку компанії, її стратегічні цілі та способи досягнення цих цілей. Для успішного управління бізнесом необхідно забезпечити чіткий розподіл обов'язків між ключовими членами команди та залучити професіоналів із відповідним досвідом і кваліфікацією. Кожен член управлінської команди має виконувати свою роль ефективно, адже це безпосередньо впливає на загальний успіх проєкту.

A. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ

Ключовий персонал управлінської команди в сучасному бізнесі зазвичай складається з кількох основних позицій, кожна з яких виконує специфічні функції. Найперше це керівник проєкту, який відповідає за загальне управління компанією,

визначення стратегій розвитку та реалізацію ключових цілей. Це людина, яка бере на себе відповідальність за прийняття рішень і співпрацю з партнерами та клієнтами. Вона має значний досвід у сфері управління, а також ґрунтовну освіту, яка дозволяє ефективно аналізувати ситуації, приймати правильні рішення та забезпечувати успішну реалізацію проєктів.

Іншим важливим учасником команди є менеджер із маркетингу, який відіграє ключову роль у просуванні бренду, організації рекламних кампаній та формуванні позитивного іміджу компанії. Ця людина займається аналізом ринку, вивчає потреби клієнтів і розробляє стратегії, спрямовані на підвищення впізнаваності бренду. Вона володіє знаннями у сфері цифрового маркетингу, включно з використанням таких платформ, як Google Ads чи соціальні мережі. Завдяки її діяльності агенція Energy може залучати нових клієнтів і підтримувати лояльність існуючих.

Координатор технічного забезпечення є ще одним ключовим членом команди. Його завданням є забезпечення безперебійної роботи технічних платформ, налаштування інструментів для онлайн-заходів, а також оперативне вирішення можливих технічних проблем. Ця людина має технічну освіту та досвід роботи зі спеціалізованими платформами для організації віртуальних заходів. Завдяки її професіоналізму агенція Energy здатна надавати високоякісні послуги, що відповідають очікуванням клієнтів.

Управлінська команда повинна також враховувати фінансові аспекти своєї діяльності, зокрема питання виплат керівному персоналу. На початковому етапі розвитку бізнесу важливо знайти баланс між залученням кваліфікованих фахівців і оптимізацією витрат. Заробітна плата керівника, менеджера з маркетингу та координатора технічного забезпечення повинна бути конкурентною, щоб утримувати талановитих працівників. У той же час власник бізнесу, який виконує функції керівника проєкту, може отримувати заробітну плату в межах обґрунтованих витрат, що допоможе ефективніше розподілити бюджет агенції Energy.

Б. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

Витрати на оплату праці наведені у таблиці 2.4. Заробітна плата керівника проекту становить 17 000 грн на місяць, що дає річну суму у 204 000 грн. Менеджер із маркетингу отримує 15 000 грн на місяць, а його річний дохід становить 180 000 грн. Координатор технічного забезпечення отримує 13 000 грн щомісяця, що складає 156 000 грн за рік. Додаткові витрати включають податкові відрахування, такі як податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) у розмірі 18%, військовий збір (1,5%) та єдиний соціальний внесок (22%). Загальна сума ПДФО становить 73 440 грн на рік, військового збору – 6 120 грн, а ЄСВ – 89 760 грн. Усі ці витрати формують загальні щомісячні витрати у розмірі 59 110 грн, що за рік складає 709 320 грн. Таблиця демонструє стабільність витрат на персонал, що є важливим для фінансового планування агенції. Стійка структура витрат дозволяє компанії прогнозувати витрати та забезпечувати своєчасну оплату праці.

VI. Фінансовий план

А. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ

У таблиці 2.8. детально проаналізовано джерела фінансування та основні статті витрат, необхідні для реалізації бізнес-проекту. Загальна сума джерел фінансування становить 320 500 грн, основну частину яких забезпечують власні кошти (100 000 грн), позики від друзів (50 000 грн) і родичів (50 500 грн), а також грант у розмірі 100 000 грн. До статей витрат входять витрати на обладнання (150 000 грн) та периферійне обладнання (45 000 грн), а також суми, виділені на встановлення сигналізації (12 000 грн) і рекламу в соціальних мережах (20 000 грн). Окремі витрати передбачені на заробітну плату співробітників, зокрема менеджера з маркетингу (15 000 грн) та координатора технічного забезпечення (13 000 грн). Початковий баланс грошових коштів після врахування усіх витрат становить 62 398 грн, що дозволяє забезпечити початкову діяльність бізнесу. Такий розподіл фінансів демонструє фінансову стабільність та можливість успішного запуску проекту.

Б. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Звіт про рух грошових коштів (таблиця 2.10.) демонструє стабільну фінансову діяльність проєкту протягом року. Основним джерелом надходжень є продаж продукції, загальна сума яких становить 1 290 000 грн. Найбільші доходи спостерігаються у другій половині року, що вказує на успішну стратегію зростання продажів. Витрати проєкту зосереджені на оплаті праці (709 320 грн) та утриманні приміщень (110 830 грн), що забезпечує стабільність операційної діяльності. Значна увага приділяється маркетинговій підтримці, на яку витрачено 9 800 грн, що свідчить про збалансований підхід до просування. Початковий баланс грошових коштів у розмірі 62 398 грн до кінця року зріс до 493 988 грн, що підтверджує позитивний фінансовий результат. Відсутність кредитів та позик вказує на незалежність проєкту від зовнішнього фінансування. Загалом, звіт свідчить про раціональне управління коштами, стабільний грошовий потік і ефективну реалізацію фінансової стратегії.

В. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ

Звіт про прибутки та збитки демонструє ефективність проєкту протягом року. Валовий дохід за рік становить 1 290 000 грн, із поступовим зростанням від 25 000 грн у першому місяці до 175 000 грн у грудні, що свідчить про позитивну динаміку розвитку. Основною статтею витрат є оплата праці, яка складає 709 320 грн за рік, забезпечуючи стабільність роботи команди. Операційні витрати поступово зростають, досягнувши 902 910 грн за рік, що відображає збільшення масштабів діяльності. У перші три місяці проєкт має збитки, але починаючи з четвертого місяця починає генерувати прибуток. Річний прибуток до оподаткування складає 387 090 грн, з яких 31 680 грн спрямовано на сплату податків. Чистий прибуток після оподаткування становить 355 410 грн, що свідчить про успішне управління фінансами. Звіт підкреслює стабільність доходів, ефективність витрат і потенціал проєкту для подальшого розвитку.

Г. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Спочатку розрахуємо постійні витрати:

Постійні витрати = Оплата праці + Витрати на приміщення + Амортизація

Оплата праці = 59 110 грн × 12 місяців = 709 320 грн

Витрати на приміщення = 110 830 грн

Амортизація = 40 800 грн

Постійні витрати = 709 320 + 110 830 + 40 800 = 860 950 грн

Далі наведемо розрахунки частки змінних витрат:

Змінні витрати = Транспортування + Реклама + Різне

Змінні витрати = 23 000 грн + 9 800 грн + 4 000 грн = 36 800 грн

Частка змінних витрат = Змінні витрати / Валовий дохід

Частка змінних витрат = 36 800 / 1 290 000 ≈ 0,0285

Розрахунок точки беззбитковості:

Точка беззбитковості = Постійні витрати / (1 - Частка змінних витрат)

Точка беззбитковості = 860 950 / (1 - 0,0285)

Точка беззбитковості = 860 950 / 0,9715 ≈ 886 300 грн.

Тобто, виходячи з розрахунків, можна сказати, що точка беззбитковості для цього проєкту становить 886 300 грн.

РОЗДІЛ 2

РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЕКТУ

Таблиця 2.1

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ПОДІЇ													
Свята	5 000			3 000									8 000
Особливі (визначні) дні		1 000,00				1 000,00							2 000
Події місцевого значення								2 000,00			2 000,00		4 000
Сезонні події	1 000,00				10 000,00							2 000,00	13 000
Методи (канали) просування													
Таргетована реклама (SMA)	800,00	0,00	0,00	1 200,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00	0,00	0,00	1 500,00	0,00	6 500,00
PPC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SMM	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	3 000,00
Поліграфічна рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Радіо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Робота з блогерами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Візитні картки	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші заходи з просування (вказати які)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	800,00	1 000,00	300,00	1 200,00	0,00	1 000,00	0,00	3 000,00	0,00	1 000,00	1 500,00	0,00	9 800,00

Таблиця 2.2

Витрати на приміщення (будівлю)

Витрати на приміщення (будівлю)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда земельної ділянки	0,00	0,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	100 000,00
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/ обслуговування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	480,00	450,00	400,00	350,00	350,00	300,00	300,00	300,00	400,00	400,00	500,00	500,00	4 730,00
Опалення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Водопостачання/ каналізація	0,00	0,00	150,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	150,00	0,00	0,00	2 100,00
Телефон (базова оплата)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Лампочки, мичі засоби тощо	0,00	0,00	1 000,00	0,00	1 000,00	1 000,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00
Інше: охорона земельної ділянки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	480,00	450,00	11 550,00	10 650,00	11 650,00	11 600,00	10 600,00	11 600,00	10 700,00	10 550,00	10 500,00	10 500,00	110 830,00

Таблиця 2.3

Прогноз продажів

Прогноз продаж													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Послуга Категорія №1 Заходи "під ключ"													
Продано одиниць	1,00	2,00	4,00	6,00	2,00	5,00	1,00	1,00	2,00	3,00	5,00	7,00	39,00
Ціна за 1	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00
Сума продажу	10 000,00	20 000,00	40 000,00	60 000,00	20 000,00	50 000,00	10 000,00	10 000,00	20 000,00	30 000,00	50 000,00	70 000,00	390 000,00
Послуга Категорія №2 Організація вебінарів та тренінгів													
Продано одиниць	1,00	2,00	2,00	4,00	5,00	3,00	7,00	8,00	9,00	6,00	6,00	7,00	60,00
Ціна за 1	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00
Сума продажу	15 000,00	30 000,00	30 000,00	60 000,00	75 000,00	45 000,00	105 000,00	120 000,00	135 000,00	90 000,00	90 000,00	105 000,00	900 000,00
Разом усіх товарів	25 000,00	50 000,00	70 000,00	120 000,00	95 000,00	95 000,00	115 000,00	130 000,00	155 000,00	120 000,00	140 000,00	175 000,00	1 290 000,00

Таблиця 2.4

Витрати на оплату праці

Витрати на оплату праці													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Посада (позиція)													
Керівник проєкту (CEO)	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	204 000,00
Менеджер з маркетингу	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	180 000,00
Координатор технічного забезпечення	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	156 000,00
ПДФО (18%)	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	6 120,00	73 440,00
ВЗ (1,5%)	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	6 120,00
ЄСВ (22%)	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	7 480,00	89 760,00
Всього витрати	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	709 320,00

Таблиця 2.5

Операційні витрати без витрат на оплату праці

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Витрати на приміщення	480,00	450,00	11 550,00	10 650,00	11 650,00	11 600,00	10 600,00	11 600,00	10 700,00	10 550,00	10 500,00	10 500,00	110 830,00
Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	2 000,00	0,00	0,00	23 000,00
Плата за використання телефону	0,00	0,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00
Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	100,00
Реклама/ промо-акції	800,00	1 000,00	300,00	1 200,00	0,00	1 000,00	0,00	3 000,00	0,00	1 000,00	1 500,00	0,00	9 800,00
Юридині/ бухгалтерські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Знос (амортизація)	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	40 800,00
Інше: запчастини, масло, мийка машини	0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	0,00	0,00	3 700,00
Всього витрати	4 680,00	4 850,00	18 895,00	18 895,00	18 695,00	19 545,00	17 545,00	21 545,00	17 745,00	17 595,00	15 545,00	14 045,00	189 580,00

Таблиця 2.6

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Комп'ютери	90 000,00	1 грудня 2024 року	100,00	900,00
Аудіо та відео обладнання	45 000,00	1 грудня 2024 року	36,00	1 250,00
Ліцензія	15 000,00	1 грудня 2024 року	12,00	1 250,00
Загальна вартість капітального обладнання	150 000,00		Всього місячна амортизація	3 400,00

Таблиця 2.7

Початкові витрати (кошторис)

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
Комп'ютери та ноутбуки (3 одиниці)	90 000
Периферійне обладнання (камери, мікрофони, освітлення)	45 000
Ліцензійне програмне забезпечення	15 000
Інтернет-обладнання та підключення	5 000
Оренда приміщення	12 000
Меблі (столи, стільці, шафи)	20 000
Канцелярське приладдя	3 000
Заробітна плата керівника (CEO)	17 000
Заробітна плата менеджера з маркетингу	15 000
Заробітна плата координатора технічного забезпечення	13 000
Податки (ПДФО, ВЗ, ЄСВ)	14 110
Реклама у соціальних мережах	20 000
Розробка сайту та його наповнення	15 000
Візуальні матеріали (дизайн логотипу, брендбук)	10 000
Резервний фонд (5% від загальної суми витрат)	15 745
Всього початкові витрати	309 855,00

Таблиця 2.8

Джерела фінансування та статті витрат

Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	100 000,00
Позика в друзів	50 000,00
Позика в родичів	50 500,00
Дали друзі як негрошовий внесок	0,00
Дали родичі як негрошовий внесок	0,00
Внесок автомобіль	20 000,00
Грант	100 000,00
Короткострокова банківська позика підприємству	0,00
Довгострокова банківська позика підприємству	0,00
Банківська позика власнику	0,00
Інші позикові кошти (вказати):	
Інші грантові кошти (вказати)	0,00
З усіх джерел фінансування	320 500,00
Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/ приміщення:	0,00
Обладнання:	150 000,00
Периферійне обладнання (камери, мікрофони, освітлення)	45 000,00
Юридичні послуги/ Регістрація	102,00
Бухгалтерські послуги	0,00
Ліцензії та дозволи	0,00
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	12 000,00
Установка обладнання	2 500,00
Завдатки	0,00
Реклама	0,00
Промо-акції	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	500,00
Заробітна плата менеджера з маркетингу	15 000
Заробітна плата координатора технічного забезпечення	13 000,00
Реклама у соціальних мережах	20 000,00
Усі статті витрат	258 102,00
Початковий баланс грошових коштів	62 398,00

Таблиця 2.9

Звіт про прибутки та збитки (проект)

		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	25 000,00	50 000,00	70 000,00	120 000,00	95 000,00	95 000,00	115 000,00	130 000,00	155 000,00	120 000,00	140 000,00	175 000,00	1 290 000,00
Валова собівартість реалізованої продукції (змін. витр.) (тип фірми В, П, РТ)	R													
Валовий прибуток		25 000,00	50 000,00	70 000,00	120 000,00	95 000,00	95 000,00	115 000,00	130 000,00	155 000,00	120 000,00	140 000,00	175 000,00	1 290 000,00
Валовий прибуток (%)		0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	59 110,00	709 320,00
Витрати на приміщення		480,00	450,00	11 550,00	10 650,00	11 650,00	11 600,00	10 600,00	11 600,00	10 700,00	10 550,00	10 500,00	10 500,00	110 830,00
Транспортування/ автомобіль		0,00	0,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	2 000,00	0,00	0,00	23 000,00
Плата за використання телефону		0,00	0,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	20,00	110,00
Реклама/ промо-акції		800,00	1 000,00	300,00	1 200,00	0,00	1 000,00	0,00	3 000,00	0,00	1 000,00	1 500,00	0,00	9 800,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне: рукавиці, робочий одяг, плівка для парників		0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	1 000,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00
Знос (амортизація)		3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	3 400,00	40 800,00
Інше: запчастини, масло, мийка машини		0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	0,00	0,00	3 700,00
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		63 790,00	63 960,00	78 005,00	78 505,00	78 305,00	79 655,00	76 655,00	82 655,00	76 855,00	76 705,00	74 655,00	73 165,00	902 910,00
Прибуток (збиток) до оподаткування		-38 790,00	-13 960,00	-8 005,00	41 495,00	16 695,00	15 345,00	38 345,00	47 345,00	78 145,00	43 295,00	65 345,00	101 835,00	387 090,00
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)		0,00	0,00	0,00	3 520,00	3 520,00	3 520,00	3 520,00	3 520,00	3 520,00	3 520,00	3 520,00	3 520,00	31 680,00
Прибуток (збиток) після оподаткування		-38 790,00	-13 960,00	-8 005,00	37 975,00	13 175,00	11 825,00	34 825,00	43 825,00	74 625,00	39 775,00	61 825,00	98 315,00	355 410,00

Таблиця 2.10

Звіт про рух грошових коштів

			МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ
--	--	--	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Таблиця 2.11

Баланс пронозований на 2025 рік

Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	493 988,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	493 988,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	137 500,00
Інше: автомобіль	20 000,00
Всього позаоборотні активи	157 500,00
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	651 488,00
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	651 488,00
Всього капітал власника та пасиви	651 488,00

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Проект створення агенції Energy демонструє перспективність і актуальність у сучасних умовах цифрової трансформації суспільства. Розглянуті в роботі аспекти, зокрема фінансовий, маркетинговий та організаційний, показують, що запуск такого бізнесу є обґрунтованим і здатен приносити стабільний дохід. Основою успіху агенції є її унікальна пропозиція, яка включає організацію заходів "під ключ", проведення вебінарів і тренінгів, а також використання сучасних технологій для забезпечення інтерактивності й залученості клієнтів. Завдяки комплексному підходу до планування діяльності агенції, передбачено досягнення фінансової стабільності та зростання клієнтської бази.

Розрахунки витрат та доходів, проведені в роботі, підтверджують економічну доцільність проекту. Сума початкових інвестицій у розмірі 320 500 грн охоплює всі необхідні статті витрат, зокрема обладнання, оренду приміщень, оплату праці персоналу та маркетингові заходи. Прогнозовані доходи агенції становлять 1 290 000 грн на рік, що дозволяє компенсувати витрати вже за чотири місяці активної діяльності. Такий короткий період окупності є показником високої ефективності бізнесу та його здатності генерувати прибуток навіть у перші роки функціонування.

Особливу увагу в роботі приділено маркетинговій стратегії, яка спрямована на створення впізнаваного бренду та залучення клієнтів через інтернет-рекламу, соціальні мережі та партнерські програми. Сильна маркетингова кампанія дозволить агенції не лише швидко знайти своїх перших клієнтів, але й утримувати їх завдяки високій якості послуг. Крім того, використання сучасних платформ для організації заходів, таких як Zoom чи Microsoft Teams, а також інтеграція інноваційних рішень, наприклад, гейміфікації та інтерактивності, створюють унікальну цінність для клієнтів.

Проект також враховує всі операційні витрати, зокрема витрати на електроенергію, комунальні послуги, обслуговування техніки та оренду приміщень, які були чітко розраховані та структуровані у фінансовому плані. Деталізація витрат та доходів дозволяє точно оцінити фінансовий стан агенції на

кожному етапі її розвитку. Це забезпечує прозорість фінансової діяльності та сприяє більш точному плануванню майбутнього зростання.

Важливим висновком є те, що ринок онлайн-заходів має значний потенціал для зростання, а агенція Energy здатна зайняти на ньому стійку позицію завдяки якісному обслуговуванню клієнтів та гнучкому підходу до їх потреб. Розроблені в проєкті сервіси, зокрема заходи "під ключ" та організація вебінарів, відповідають запитам сучасного ринку і можуть бути легко адаптовані під змінні умови чи вимоги клієнтів. Це гарантує стабільність бізнесу навіть за умов конкурентного середовища.

Аналіз точки беззбитковості показує, що агенція Energy здатна вийти на рівень рентабельності вже в перші пів року роботи, так як виходячи з розрахунків, точка беззбитковості становить 886 300 грн, що є важливим фактором для залучення інвесторів або партнерів. Низькі операційні ризики та висока маржинальність послуг підвищують привабливість проєкту. Крім того, проєкт враховує сучасні виклики, такі як економічні зміни та зростання попиту на цифрові послуги, що додатково підкреслює його перспективність.

Таким чином, проєкт агенції Energy є не лише комерційно вигідним, але й суспільно важливим, оскільки сприяє розвитку сучасних форм комунікації, навчання та бізнес-взаємодії. Реалізація цього проєкту дозволить створити конкурентоспроможну компанію, яка стане лідером у сфері організації онлайн-заходів і зробить вагомий внесок у розвиток ринку цифрових послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Event-маркетингу: коли й навіщо до нього вдаються? Блог Fractus. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/ivent-marketing-koli-j-navishho-do-nogo-vdajutsya/> (дата звернення: 20.05.2024 р.).
2. Kyivstar business club. Офлайн-заходи для бізнесу під час війни в Україні: ризики чи можливості. 2023. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oflajn-zahody-dlya-biznesu-pid-chas-vijny-v-ukrayini-ryzyky-chy-mozhlyvosti/>
3. Галько Л.Р. Бізнес-планування розвитку компанії: організаційні та методологічні аспекти реалізації. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-63>.
4. Данченко О. Б., Дзюба Т. В. Маркетингові дослідження у проектах: навчальний посібник. К.: Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.
5. Котлер Філіп, Армстронг Гарі Основи маркетингу: 5-те видання; пер. з англ. Київ: «Науковий світ», 2022. 880 с.
6. Лазоренко Л.В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 3 (29). DOI: 10.31673/2415-8089.2019.031317.
7. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
8. Мунтян І.В., Князева О.В., Значек Р.Р. Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій України. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 28. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-52>.
9. Обіход С., Матвеев М., Бойко В. Digital-маркетинг в умовах цифровізації сучасних бізнес-процесів. *Економіка та суспільство*. 2023. № (50). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-76>.
10. Пічик К.В. Івент-маркетинг як сучасний інструмент впливу на споживача. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2016. Т. 1. Вип. 1. С. 145-148.
11. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ, 2022. 354 с.
12. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.