

Міністерство освіти та науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

**ПРОЄКТ РІШЕННЯ ІЗ ВІДКРИТТЯ НОВОГО ВИДУ БІЗНЕСУ
(ВІДЕОПРОДАКШН ДЛЯ БРЕНДІВ) І ЙОГО МАРКЕТИНГОВЕ
ОБҐРУНТУВАННЯ**

”

Студентка групи МАРК3-41

Мастюх Аліни

Науковий керівник:

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS: _____

Члени комісії _____

Тернопіль - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1. Ділова пропозиція економічного обґрунтування проекту (зі створення відеопродакшина для брендів з нуля м. Тернопіль).....	5
Розділ 2. Розрахункові таблиці маркетингового проекту	11
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27

ВСТУП

Проект створення відеопродакшну для брендів є важливим і актуальним напрямом сучасного бізнесу, зважаючи на зростаючу популярність візуального контенту у маркетингових стратегіях. В умовах посиленої конкуренції та розвитку цифрових технологій бренди прагнуть залучити аудиторію за допомогою якісного, професійного відеоконтенту, що дозволяє не лише представити продукцію, а й створити емоційний зв'язок із споживачами. Тому потреба у висококласних відеопродакшн-послугах стає все більш нагальною для брендів, що прагнуть виділитися та зміцнити свої позиції на ринку.

Об'єктом дослідження є ринок відеопродакшн-послуг, орієнтований на роботу з комерційними брендами, суб'єктом виступає новостворена компанія, яка спеціалізуватиметься на створенні відеоконтенту для бізнесів різного масштабу.

Метою даного проекту є розробка та обґрунтування економічної та маркетингової стратегії для успішного виходу на ринок відеопродакшну, що дозволить задовольнити запити брендів на якісні відеопродукти, посилюючи їх присутність в медійному просторі.

Завдання дослідження включають:

- аналіз сучасних тенденцій та потреб ринку відеопродакшн-послуг;
- визначення цільової аудиторії, сегментів ринку та ключових конкурентів;
- розробка маркетингової стратегії для залучення клієнтів та ефективного позиціонування на ринку;

Визначення основних етапів розвитку бізнесу та фінансових прогнозів.

Практичне значення проекту полягає у розробці ефективної стратегії, яка дозволить мінімізувати ризики та забезпечити швидке зростання

новоствореної компанії, що надає відеопродакшн-послуги для брендів. Теоретичне значення полягає в дослідженні особливостей відеопродакшну як ефективного маркетингового інструменту для бізнесу, що може стати основою для подальших наукових досліджень у галузі маркетингових стратегій для аудіовізуального контенту.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ (ЗІ СТВОРЕННЯ ВІДЕОПРОДАКШИНА ДЛЯ БРЕНДІВ З НУЛЯ М. ТЕРНОПІЛЬ)

У сучасному бізнес-середовищі ефективна візуальна комунікація є ключовим інструментом для досягнення успіху брендів. Саме відео дозволяє максимально повно передати ідею, атмосферу та цінності компанії. Відповідаючи на цей запит ринку, ми пропонуємо створення відеопродакшину в місті Тернопіль, орієнтованого на виробництво якісного контенту для брендів будь-якого масштабу — від локальних до національних і міжнародних.

Проект передбачає заснування професійної студії з виробництва відеоконтенту, яка стане не лише інструментом для створення маркетингових матеріалів, але й платформою для розвитку бізнесу через емоційний зв'язок із аудиторією. В основі концепції лежить переконання, що якісне відео може стати рушійною силою для розширення впливу бренду, його впізнаваності та лояльності з боку клієнтів.

Відеопродакшин буде сфокусований на створенні унікального контенту, який відповідає сучасним стандартам якості та враховує індивідуальність кожного бренду. Ми пропонуємо:

- розробку рекламних роликів, що привертають увагу;
- зйомку відео для соціальних мереж, орієнтованих на конкретну цільову аудиторію;
- створення промоційного контенту для подій, продуктів чи послуг;
- реалізацію ідей брендів у форматах YouTube, Instagram, TikTok та інших популярних платформ.

Місцева орієнтація продакшину в Тернополі дозволить забезпечити доступність послуг для малого та середнього бізнесу, створюючи унікальну цінність для локальних компаній, які прагнуть розвиватися. Водночас рівень послуг відповідатиме міжнародним стандартам, що відкриє можливості для масштабування проєктів наших клієнтів.

Наш продакшин буде обладнаний сучасною студією для зйомок та постпродакшну. Це включає:

- професійне обладнання для зйомок, монтажу та візуальних ефектів;
- зони для інтерв'ю, створення рекламних сцен і художньої зйомки;
- потужну технічну базу для редагування, кольорокорекції та створення анімацій.

Команда продакшину складатиметься з:

- режисерів, сценаристів і операторів, які мають досвід у створенні контенту;
- маркетологів і спеціалістів з брендингу, які допоможуть інтегрувати відео у стратегію розвитку компанії;
- менеджерів, що забезпечуватимуть комфортну взаємодію з клієнтами на всіх етапах співпраці.

За результатами попередніх досліджень ринку, проєкт має високий потенціал рентабельності. Попит на якісні відеопослуги зростає, і, відповідно до прогнозів, окупність інвестицій може бути досягнута протягом двох років. Локалізація в Тернополі знижує операційні витрати, зберігаючи високу маржинальність послуг.

Окрім розвитку бізнесів клієнтів, відеопродакшин сприятиме створенню робочих місць для місцевих талантів, розвитку творчого середовища в регіоні та популяризації Тернополя як центру креативної

індустрії. Це стане точкою зростання для регіонального бізнесу та платформою для обміну інноваційними ідеями.

Проект створення відеопродакшину для брендів у Тернополі — це вигідна та перспективна ініціатива, яка об'єднує якість, доступність і творчий підхід. Наша мета — допомогти брендам розкрити свій потенціал через потужний інструмент сучасної комунікації — відео, яке надихає, залучає та формує довіру.

Для успішної реалізації проекту відеопродакшину в м. Тернопіль важливо врахувати основні цінності, які ляжуть в основу філософії нашого бренду. Вони відображають не лише наше бачення бізнесу, але й підхід до створення унікального контенту, що надихає, формує довіру та залишає глибокий емоційний слід:

1. Дружність та гостинність. Взаємодія з клієнтами ґрунтуватиметься на щирості, відкритості та партнерстві. Ми прагнемо стати не просто продакшн-студією, а надійним партнером, який готовий вислухати та реалізувати найсміливіші ідеї замовників. Наш підхід базується на розумінні індивідуальних потреб кожного бренду, забезпечуючи теплу атмосферу співпраці, де клієнти почуватимуться бажаними та важливими;

2. Екологічність і відповідальність. Сучасний відеопродакшн повинен враховувати аспекти сталого розвитку. Ми запровадимо практики мінімізації відходів, використання екологічних матеріалів і оптимізації ресурсів. Наприклад, паперові сценарії заміняться цифровими форматами, а обладнання обиратиметься з урахуванням його енергоефективності. Відповідальний підхід до природи — це не тільки важливий етичний аспект, але й спосіб залучити свідому аудиторію;

3. Комфорт та затишок. Наш простір для зйомок і роботи з клієнтами буде створений з урахуванням комфорту та творчої атмосфери. Інтер'єр студії передбачатиме зони для релаксації, де клієнти та команда зможуть обговорювати ідеї у невимушеній обстановці. Приємна музика, сучасний дизайн та зручність робочих зон сприятимуть продуктивній співпраці;

4. Культурна взаємодія та розвиток спільноти. Ми прагнемо стати центром креативного розвитку в Тернополі. Студія стане платформою для проведення майстер-класів, воркшопів, зустрічей із професіоналами кіноіндустрії та обміну ідеями. Такий підхід сприятиме формуванню творчої спільноти, яка розвиватиме культуру візуального мистецтва у регіоні;

5. Висока якість та автентичність. Кожен створений нами продукт буде відповідати найвищим стандартам якості. Ми будемо використовувати найсучасніше обладнання та залучати професіоналів своєї справи. Унікальність наших робіт досягатиметься через глибоке розуміння потреб бренду та творчий підхід до кожного проекту;

6. Натхнення та новаторство. Ми прагнемо створювати контент, який не лише відповідає сучасним трендам, але й випереджає їх. Інноваційні підходи, авторські рішення та використання новітніх технологій стануть основою наших робіт. Це дозволить клієнтам отримувати унікальні продукти, які надихають їхню аудиторію та залишаються у пам'яті.

Як цінності впливають на роботу відеопродакшину? Впровадження цінностей у щоденну діяльність відеопродакшину забезпечить:

- залучення довгострокових клієнтів, які цінують якість, індивідуальний підхід та екологічність;
- формування позитивного іміджу компанії як інноваційного, відповідального та надійного партнера;
- підвищення довіри з боку локальної спільноти та сприяння розвитку регіональної креативної індустрії.

Проект створення відеопродакшину — це можливість об'єднати інновації, творчість та турботу про клієнтів, роблячи кожен знімальний день джерелом натхнення для всіх учасників процесу.

Для організації відеопродакшину ми обираємо форму фізичної особи-підприємця (ФОП). Такий юридичний статус ідеально підходить для старту креативного бізнесу, оскільки забезпечує простоту реєстрації, зручність

ведення фінансового обліку та оптимальне податкове навантаження. Форма ФОП дозволяє швидко адаптуватися до змін ринку та зосередитися на основній діяльності — створенні високоякісного відеоконтенту для брендів.

Наша компанія спеціалізуватиметься на розробці та виробництві унікальних відеорішень, орієнтованих на потреби сучасного бізнесу. Ми прагнемо стати провідним відеопродакшином у регіоні, пропонуючи послуги, які допоможуть брендам виділитися, залучати нову аудиторію та зміцнювати свої позиції на ринку. Основний акцент нашої роботи — інноваційність, креативність та відповідність сучасним трендам.

Особливістю нашого відеопродакшину стане створення авторських відео, які розповідатимуть історії брендів, демонструючи їх цінності, філософію та унікальність. Ми пропонуємо широкий спектр послуг: від рекламних роликів і відео для соціальних мереж до презентаційних відео для подій та продуктів. Кожен проект розроблятиметься з урахуванням потреб клієнта та його цільової аудиторії.

Ми використовуватимемо сучасні технології, такі як дрони, графічний дизайн, спеціальні ефекти, щоб забезпечити високу якість візуального контенту. Крім того, важливим напрямком стане інтеграція локального контексту та сезонних тем, що дозволить створювати відео з особливим емоційним зв'язком із глядачем. Наприклад, сезонні відеокампанії для святкових періодів або тематичні ролики, які підсилюють актуальність бренду.

Ми плануємо не лише створювати відео, а й розвивати довірливі відносини з клієнтами. Для цього наша команда забезпечуватиме повний цикл виробництва відео — від ідеї до фінального монтажу. Особливу увагу приділятимемо аналізу бренду клієнта, розробці сценарію та постійному зворотному зв'язку в процесі роботи. Такий підхід дозволить досягти максимальної відповідності очікуванням замовників.

Окрім основних послуг, наш відеопродакшин запропонує інтеграцію соціальних та екологічних ініціатив у відеоматеріали, що допоможе брендам

підсилювати свої цінності та приваблювати свідому аудиторію. Також ми плануємо проводити майстер-класи, воркшопи та творчі зустрічі для тих, хто прагне розвивати свої навички у сфері відеовиробництва.

Наш відеопродакшин стане не лише бізнесом, але й осередком творчості та культурного розвитку у регіоні. Ми прагнемо об'єднати місцеву креативну спільноту, організовуючи презентації готових робіт, тематичні заходи та освітні програми. Це сприятиме формуванню унікального середовища, де народжуються ідеї та співпраця.

Форма ФОП дозволяє нам оптимально поєднати творчий підхід із ефективністю бізнесу. Ми пропонуємо нашим клієнтам не просто відео, а потужний інструмент для залучення аудиторії, посилення впізнаваності бренду та формування емоційного зв'язку з клієнтами. Завдяки нашому інноваційному підходу та професіоналізму, відеопродакшин стане невід'ємною частиною успіху бізнесів, з якими ми працюємо.

РОЗДІЛ 2

РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЕКТУ

Наш відеопродакшин орієнтований на задоволення потреб різноманітної аудиторії, яка цінує якість, творчий підхід та унікальність контенту. Як і концепція «My Sun», ми прагнемо створити не просто продукт, а атмосферу співпраці, яка сприятиме емоційному зв'язку з клієнтами. Основною аудиторією нашого відеопродакшину будуть локальні бізнеси, стартапи, креативні компанії та туристичний сектор. Водночас ми працюватимемо над залученням великих корпоративних клієнтів і міжнародних компаній, яким потрібен якісний відеоконтент для глобальних ринків.

Цільова аудиторія є наступною:

- локальні бізнеси та підприємці — компанії, які прагнуть покращити впізнаваність бренду, створити сильний емоційний зв'язок із клієнтами через унікальні відео;
- креативні компанії та стартапи — бренди, що шукають нестандартні рішення для демонстрації своїх інновацій;
- туристичний і культурний сектор — організації, які хочуть підкреслити свою автентичність, культурну цінність або туристичний потенціал через емоційні відео;
- міжнародні компанії — великі клієнти, які цінують інноваційний підхід, глобальні тренди та якість.

Наш підхід базується на поєднанні сучасних технологій, творчості та орієнтації на клієнта. Ми пропонуємо:

- індивідуальні рішення для кожного клієнта, враховуючи його бренд, аудиторію та цілі;
- інноваційний контент, що відповідає сучасним трендам і використовує дрони, графіку, спецефекти;

- екологічну свідомість, зокрема, мінімізацію паперових витрат і підтримку екологічних ініціатив.

В основі нашої маркетингової стратегії лежить залучення клієнтів через формування емоційного зв'язку та створення унікального контенту. Ми плануємо:

- розробку сезонних відеокампаній для святкових періодів, що допоможуть клієнтам бути актуальними;
- проведення творчих заходів — воркшопів, майстер-класів, переглядів готових робіт, щоб залучити нових клієнтів і сформувати спільноту однодумців;
- роботу через соціальні мережі — демонстрацію наших кейсів, процесу створення відео, відгуків клієнтів;
- підтримку локальних ініціатив — створення соціальних або екологічних відеопроєктів, що допоможе зарекомендувати себе як відповідального партнера.

Ми плануємо створювати відеоісторії, які виходять за рамки стандартної реклами. Наші відео не лише представлятимуть продукт чи послугу, а й розкриватимуть філософію та цінності бренду клієнта. Інноваційні рішення, такі як відео з емоційними сюжетами, інтеграція локального контексту чи сезонних ідей, допоможуть нашим клієнтам виділятися на ринку.

Як частина нашої місії, ми плануємо створювати простір для культурного розвитку. Це включатиме:

- організацію заходів для креативної спільноти;
- співпрацю з митцями, режисерами, дизайнерами для створення унікальних проєктів;
- створення відео, що підсилюють культурну ідентичність регіону, підкреслюючи його унікальність.

Наш відеопродакшин орієнтований на активних, сучасних і свідомих клієнтів, які цінують якість, унікальність та креативність. Ми прагнемо не просто створювати відео, а й надихати наших клієнтів, допомагаючи їм розвивати свої бренди через інноваційний і якісний контент. Завдяки індивідуальному підходу, екологічній відповідальності та соціальним ініціативам, ми плануємо стати не лише партнером для бізнесу, але й частиною культурного розвитку нашого регіону.

Ринок креативних послуг у Тернополі, зокрема відеопродакшину, демонструє динамічний розвиток завдяки зростаючому попиту на якісний візуальний контент. Відео стало невіддільною частиною маркетингових стратегій, адже саме воно допомагає брендам залучати аудиторію, підкреслювати свою унікальність і будувати емоційний зв'язок із клієнтами. У Тернополі, де малий та середній бізнес відіграють важливу роль в економіці, послуги відеопродакшину стають все більш затребуваними, особливо серед локальних компаній, стартапів та культурних ініціатив.

Основний сегмент аудиторії відеопродакшину охоплює місцеві бізнеси, які прагнуть підвищити впізнаваність своїх брендів; туристичні організації, які бажають залучити відвідувачів за допомогою якісного контенту; а також молоді стартапи, що шукають креативні рішення для презентації своїх ідей. Крім того, попит на відео зростає серед організаторів культурних заходів, таких як фестивалі, виставки чи презентації, які хочуть донести емоційність своїх проєктів до широкої аудиторії.

Як і будь-який ринок, попит на відеопродакшн у Тернополі має сезонні коливання. Найвища активність спостерігається навесні та влітку, коли бізнеси організовують заходи, фестивалі чи запускають маркетингові кампанії, орієнтовані на туристів. Осінь і зима стають періодами підготовки до святкових акцій, коли бренди активно використовують відео як частину своїх рекламних стратегій. У міжсезоння попит залишається стабільним завдяки роботі з постійними клієнтами та створенню тематичних проєктів, адаптованих до цього періоду.

Сучасні тенденції ринку відеопродакшину вказують на зростання попиту на персоналізований і автентичний контент. Локальні бізнеси все частіше шукають унікальні відеоісторії, які підкреслюють філософію бренду та створюють емоційний зв'язок із клієнтами. Інноваційні рішення, такі як використання дронів, графічних ефектів і нестандартних сюжетів, дозволяють створювати контент, що виділяється на фоні конкурентів.

Економічні фактори також сприяють зростанню ринку відеопродакшину. Збільшення купівельної спроможності населення стимулює бізнеси інвестувати у візуальне просування. Розвиток малого підприємництва, який підтримується урядовими ініціативами, створює сприятливі умови для відкриття нових продакшн-студій. Збільшення кількості коворкінгів, офісів та інших креативних просторів у місті формує додатковий попит на якісний контент для презентацій і маркетингових матеріалів.

Очікується, що ринок відеопродакшину у Тернополі щорічно зростатиме на 7-12%, враховуючи зростання популярності якісного контенту та розвиток локальної економіки. Ключовими факторами успіху на цьому ринку стануть індивідуальний підхід до клієнтів, використання сучасних технологій і акцент на соціальну відповідальність. Продакшн-студія, яка пропонує не лише високоякісні послуги, а й унікальні рішення для локальних брендів, матиме всі шанси стати лідером у своїй ніші.

Таким чином, ринок відеопродакшину у Тернополі є перспективним для розвитку бізнесу, орієнтованого на якість, творчість та інновації. Завдяки активному попиту, сприятливим економічним умовам і зростанню культури споживання відеоконтенту, наш проєкт відеопродакшину має всі шанси зайняти провідні позиції навіть у конкурентному середовищі.

Ринок відеопродакшн-студій в Україні активно розвивається, пропонуючи брендам широкий спектр послуг зі створення якісного відеоконтенту. Серед ключових гравців цього ринку можна виділити такі компанії, як Pingvin.Video, Zelios, Eve Production та Hunky Production.

Pingvin.Video позиціонує себе як продакшн-студія повного циклу, пропонуючи послуги з корпоративної, репортажної та предметної зйомки. Їхні роботи включають офіційні відео для PleatPack, Ceresit Proka4ka та інших брендів. Студія акцентує увагу на індивідуальному підході до кожного клієнта та високій якості виконання проектів.

Zelios спеціалізується на виробництві рекламних та іміджевих відео, зокрема анімаційних роликів та шоурілів. Студія пропонує конкурентоспроможні ціни, які залежать від складності відео, його тривалості та бажаних анімаційних елементів. Клієнти можуть отримати пропозицію, надіславши запит через контактну сторінку студії.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз відеопродакшн студії «My Sun»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Сучасне обладнання та інноваційні технології	Відсутність впізнаваного бренду на початковому етапі
Індивідуальний підхід до кожного клієнта	Потреба у значних інвестиціях для запуску проекту
Широкий спектр послуг (рекламні ролики, анімація)	Обмежений портфель завершених робіт на старті
Гнучкість у роботі з локальними та міжнародними клієнтами	Складність у залученні великого замовника на початку
Можливості	Загрози
Зростаючий попит на відеоконтент серед бізнесу	Висока конкуренція серед відеопродакшн-студій
Поширення трендів персоналізації контенту	Економічна нестабільність, що впливає на витрати бізнесу
Співпраця з культурними проектами та заходами	Технологічна залежність і висока вартість інновацій
Розширення послуг через додавання сезонних кампаній	Можливі зміни у регулюванні сфери послуг

Eve Production зосереджується на створенні креативних ідей та їх реалізації для підвищення впізнаваності брендів. Студія забезпечує точну

реалізацію концепцій завдяки злагодженій роботі професіоналів на знімальному майданчику та використанню сучасних технічних можливостей.

Hunky Production пропонує послуги відеопродакшну в Києві та інших містах України, створюючи контент, який сприяє формуванню брендів та залученню клієнтів. Студія надає широкий спектр послуг, включаючи організацію онлайн-трансляцій, зйомку з квадрокоптера, створення відео для бізнесу, рекламних роликів та звітних відео.

Кожна з цих студій має свої унікальні пропозиції та підходи до роботи, що дозволяє брендам обирати партнера відповідно до своїх потреб та цілей.

SWOT-аналіз відеопродакшн-студії «My Sun» демонструє значний потенціал розвитку завдяки сильним сторонам, таким як сучасне обладнання, інноваційний підхід та гнучкість у співпраці з клієнтами. Основними викликами є відсутність впізнаваного бренду та необхідність значних інвестицій на старті. Зростаючий попит на відеоконтент і популярність персоналізованих рішень створюють сприятливі можливості для залучення клієнтів. Водночас високий рівень конкуренції та економічна нестабільність становлять ризики для бізнесу. Для успішного запуску проєкту важливо активно працювати над формуванням бренду та розширенням портфеля робіт. Завдяки ефективній стратегії студія може зайняти конкурентні позиції на ринку та забезпечити стабільне зростання.

Таблиця 2.2

Прогноз продажів «My Sun»

Х	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 відеомонтажу													
Продано одиниць	2	5	8	10	11	8	15	20	14	20	18	16	147
Ціна за 1	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 700	1 700	1 700	1 700	1 800	1 800	1 400
Сума продажу	2 800	7 000	11 200	14 000	15 400	11 200	25 500	34 000	23 800	34 000	32 400	28 800	205 800

Послуга розробки відеоканпаний													
Продано одиниць	2	3	5	2	1	7	5	3	10	8	9	12	67
Ціна за 1	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 500	1 500	1 500	1 700	1 700	1 700	1 400
Сума продажу	2 800	4 200	7 000	2 800	1 400	9 800	7 500	4 500	15 000	13 600	15 300	20 400	93 800

В таблиці надано, прогноз продажу послуг відеопродакшн-студії відображає два основних напрямки: послуги відеомонтажу та розробки відеоканпаний. Дані демонструють динаміку розвитку бізнесу протягом року та очікувані доходи від кожної категорії послуг.

Протягом року планується реалізувати 147 одиниць послуги відеомонтажу. На початку року (з 1-го по 6-й місяць) продажі поступово зростають від 2 до 11 замовлень на місяць при фіксованій ціні 1400 грн за одиницю. У другій половині року спостерігається збільшення попиту, що супроводжується зростанням ціни до 1700–1800 грн, досягаючи піку у липні та серпні з продажами 15–20 одиниць. Річний дохід від послуги відеомонтажу становить 205 800 грн, що є ключовим джерелом прибутку.

Розробка відеоканпаний також демонструє стабільне зростання протягом року. Загальна кількість проданих одиниць за рік становить 67. Продажі на початку року складають 2–5 замовлень на місяць при середній ціні 1400 грн. У середині року попит зростає, і ціна підвищується до 1500 грн, досягаючи максимуму у вересні (10 замовлень за 1500 грн) та грудні (12 замовлень за 1700 грн). Річний дохід від цього напрямку складає 93 800 грн.

Сукупний дохід від обох послуг за рік становить 299 600 грн. Найбільш активні місяці для студії — липень, серпень, вересень і грудень, коли попит на послуги досягає піку. Ця тенденція може бути пов'язана з маркетинговими кампаніями, сезонними подіями або високою активністю бізнесів напередодні святкових періодів.

Стратегічне підвищення цін у другій половині року свідчить про успішне позиціонування послуг на ринку та адаптацію до попиту. Зважаючи

на значний потенціал зростання, студія може розглянути можливість збільшення обсягів робіт або розширення асортименту послуг для максимізації доходів. У таблиці 2.3. показано собівартість реалізованої продукції.

Таблиця 2.3

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - виробництво
товарів

Виробник	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
Продано один. товару	2	5	8	10	11	8	15	20	14	20	18	16	147
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	10 00	25 00	400 0	500 0	55 00	400 0	750 0	100 00	700 0	100 00	900 0	800 0	73 500
Матеріали та техніка	40 0	10 00	160 0	200 0	22 00	160 0	300 0	400 0	280 0	400 0	360 0	320 0	29 400
Комунальні послуги	10 0	25 0	400	500	55 0	400	750	100 0	700	100 0	900	800	7 350
Інше	40 0	10 0	160	200	22 0	160	300	400	280	400	360	320	2 940
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	15 40	38 50	616 0	770 0	84 70	616 0	115 50	154 00	107 80	154 00	138 60	123 20	113 190
Продано один. товару	2	3	5	2	1	7	5	3	10	8	9	12	67
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	16 00	24 00	400 0	160 0	80 0	560 0	400 0	240 0	800 0	640 0	720 0	960 0	53 600
Матеріали та техніка	60 0	90 0	150 0	600	30 0	210 0	150 0	900	300 0	240 0	270 0	360 0	20 100
Комунальні послуги	20 0	30 0	500	200	10 0	700	500	300	100 0	800	900	120 0	6 700
Інше	10 0	15 0	250	100	50	350	250	150	500	400	450	600	3 350
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	25 00	37 50	625 0	250 0	12 50	875 0	625 0	375 0	125 00	100 00	112 50	150 00	83 750
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	4 04 0	7 60 0	12 410	10 200	9 72 0	14 910	17 800	19 150	23 280	25 400	25 110	27 320	196 940

Таблиця наочно демонструє витрати на реалізацію двох основних послуг — відеомонтажу та розробки відеокампаній — у розрізі кожного місяця протягом року. У ній деталізовано чотири ключові категорії витрат: прямі витрати на оплату праці, матеріали та техніка, комунальні послуги та інші витрати. Ця інформація допомагає оцінити економічну ефективність послуг і їхній внесок у загальну собівартість бізнесу.

За рік виконано 147 замовлень на відеомонтаж, з найбільшою активністю у липні, серпні та жовтні (по 15–20 замовлень). Основна стаття витрат — прямі витрати на оплату праці, які становлять 73 500 грн за рік. Витрати на матеріали та техніку склали 29 400 грн, а комунальні послуги обійшлися у 7 350 грн. Інші витрати, такі як транспорт і дрібні операційні витрати, склали 2 940 грн. Загальна собівартість послуги відеомонтажу за рік становить 113 190 грн, що свідчить про високий попит і значний внесок у загальний дохід.

Протягом року виконано 67 замовлень на розробку відеокампаній, що є меншою кількістю порівняно з відеомонтажем, але зі значно вищою собівартістю за одиницю. Загальні прямі витрати на оплату праці склали 53 600 грн, витрати на матеріали та техніку — 20 100 грн, а комунальні послуги — 6 700 грн. Інші витрати, такі як реквізит і сценарії, склали 3 350 грн. Загальна собівартість цієї послуги становить 83 750 грн, і найбільші витрати зафіксовані у грудні (15 000 грн), коли було виконано найбільшу кількість замовлень.

Сукупна собівартість усіх послуг за рік становить 196 940 грн, причому найбільш завантаженими місяцями стали серпень і грудень, коли витрати досягли пікових значень у 19 150 грн та 27 320 грн відповідно. Це свідчить про сезонний характер попиту, пов'язаний із запуском маркетингових кампаній та активізацією бізнесу напередодні святкових періодів.

Таким чином, таблиця показує детальну структуру витрат, яка дозволяє ефективно планувати фінанси, оптимізувати ресурси та формувати

обґрунтовану цінову політику для послуг відеомонтажу та розробки відеокампаній.

Таблиця 2.4

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)													
<i>Менеджер</i>	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	120 000
<i>Відеооператор</i>	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	120 000
<i>Відеомонтажник</i>	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	120 000
ПДФО (18%)	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	43 200
<i>ВЗ (1,5%)</i>	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
ЄСВ (22%)	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	4 400	52 800
Всього витрати	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	38 300	459 600

Таблиця "Витрати на оплату праці" демонструє загальні витрати на утримання трьох основних посад: менеджера, відеооператора та відеомонтажника, протягом одного року. Усі витрати на заробітну плату структуровані за категоріями: базова зарплата, податкові зобов'язання та соціальні внески, що забезпечує повний огляд фінансових витрат на персонал. Загальна сума витрат на оплату праці за рік становить 459 600 грн.

Основні компоненти витрат:

1. Базова заробітна плата. Кожен працівник — менеджер, відеооператор і відеомонтажник — отримує щомісячну фіксовану зарплату у розмірі 10 000 грн. Це означає, що кожен із них отримує 120 000 грн за рік.

Разом базові зарплати складають 360 000 грн, що є найбільшою складовою загальних витрат;

2. Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) становить 18% від зарплати. Щомісячно цей податок складає 3 600 грн, а за рік — 43 200 грн.;

3. Військовий збір (ВЗ) розраховується за ставкою 1,5%, що становить 300 грн щомісяця та 3 600 грн за рік;

4. Соціальні внески (ЄСВ). Єдиний соціальний внесок (22%) також є значним компонентом витрат. Щомісяця він складає 4 400 грн, а загальна сума за рік становить 52 800 грн.;

5. Щомісячні витрати на оплату праці для трьох працівників стабільно дорівнюють 38 300 грн, що включає всі категорії витрат. Ця стабільність дозволяє чітко прогнозувати витрати без сезонних коливань.

Загальні витрати на оплату праці за рік складають 459 600 грн, з яких основна частина — 78,3% — припадає на базові зарплати, а решта 21,7% — на податки (ПДФО, ВЗ) і соціальні внески (ЄСВ). Така структура витрат є типовою для підприємств із чітко визначеними посадовими обов'язками. Відсутність сезонних змін у витратах свідчить про стабільність операційної діяльності, що спрощує управління фінансами та бюджетування.

Таблиця 2.5

Календар і бюджет на рекламу та промо-акції

Місяць	Подія	Бюджет
Січень	Новий Рік (Промоакція)	10000
Лютий	День Святого Валентина	7000
Березень	Весняна кампанія	5000
Квітень	Великодні знижки	6000
Травень	День Матері	7000
Червень	Літній розпродаж	8000
Липень	Повернення до школи	6000
Серпень	Осінній фестиваль	5000
Вересень	Хелловін	7000
Жовтень	День Подяки	8000

Листопад	Різдвяна акція	12000
Грудень	Розпродаж наприкінці року	15000

Таблиця 2.5 представляє план рекламних заходів і бюджет на їх реалізацію для відеопродакшн-студії. Протягом року заплановано проведення акцій, приурочених до сезонних подій і популярних свят, із метою стимулювання попиту на послуги відеопродакшну, підвищення впізнаваності студії та залучення нових клієнтів.

Найбільший рекламний бюджет виділяється на грудень (15 000 грн) і листопад (12 000 грн), оскільки в цей період компанії активно замовляють відеоконтент для різдвяних і новорічних кампаній. Новорічна промоакція в січні з бюджетом у 10 000 грн спрямована на підтримку замовлень після святкового сезону.

Упродовж року студія адаптує свої заходи до сезонних подій: весняні та літні кампанії мають бюджети від 5 000 до 8 000 грн. Наприклад, акції до Дня Святого Валентина у лютому (7 000 грн) та Дня матері у травні (7 000 грн) спрямовані на створення емоційного відеоконтенту для клієнтів. У вересні та жовтні, коли попит дещо знижується, заплановані тематичні кампанії, як-от "Хелловін" і "Осіньна акція", з бюджетами по 7 000–8 000 грн, що дозволяє підтримувати стабільну активність замовлень.

Такий календарний підхід дозволяє студії рівномірно розподілити рекламний бюджет протягом року, адаптуючи акції до потреб клієнтів у різні сезони. Це сприяє не лише підтримці постійного потоку замовлень, а й зміцненню позицій студії на ринку завдяки регулярним маркетинговим активностям та підвищенню впізнаваності бренду.

Також створимо кошторис, у таблиці 2.6. висвітлено загальні протребі для створення відеопродакшину для брендів з нуля.

Таблиця 2.6

Кошторис обладнання для відеопродакшн-студії

№	Назва обладнання	Призначення	Середня ціна (грн)
1	Професійна камера	Для зйомки високоякісного відео	120 000 – 300 000
2	Об'єктиви	Для створення різних візуальних ефектів	50 000 – 150 000
3	Освітлювальне обладнання	Для забезпечення якісного освітлення на зйомках	20 000 – 50 000
4	Штативи та стабілізатори	Для стабілізації відео під час зйомки	10 000 – 30 000
5	Мікрофони та аудіосистема	Для запису звуку високої якості	10 000 – 40 000
6	Комп'ютери для монтажу	Для редагування та обробки відео	60 000 – 150 000
7	Програмне забезпечення	Для відеомонтажу та графіки	15 000 – 30 000 (щорічно)
8	Зелений екран	Для створення ефекту хромакей	5 000 – 10 000
9	Дрони	Для зйомки аероконтенту	40 000 – 100 000
10	Набір реквізиту	Для створення тематичних сцен	5 000 – 20 000
11	Монітори	Для перегляду та контролю якості відео	20 000 – 50 000
12	Зовнішні жорсткі диски	Для зберігання відзнятого матеріалу	5 000 – 15 000
13	Меблі для офісу та студії	Для комфортної роботи команди	30 000 – 70 000
14	Бар'єрне освітлення (спеціальне)	Для креативних ефектів	20 000 – 50 000

Для запуску відеопродакшн-студії необхідно врахувати кошторис на обладнання, який включає базовий набір, що відповідає сучасним вимогам до створення професійного контенту. Загальна сума витрат на обладнання варіюється від 420 000 до 1 115 000 грн, залежно від обраного рівня техніки та додаткових аксесуарів. Цей кошторис охоплює всі ключові аспекти для забезпечення якісної роботи студії.

Нижче наведено розрахунок періоду окупності.

Загальні витрати на запуск студії: Сума витрат на обладнання (кошторис) варіюється від 420 000 до 1 115 000 грн.

Річний дохід на основі прогнозу продажу відеомонтажу та розробки відеокампаній із попередніх таблиць:

Відеомонтаж: 205 800 грн/рік.

Розробка відеокампаній: 93 800 грн/рік.

Загальний дохід за рік: 299 600 грн/рік.

Річні змінні витрати:

Собівартість відеомонтажу: 113 190 грн/рік.

Собівартість відеокампаній: 83 750 грн/рік.

Загальна собівартість за рік: 196 940 грн/рік.

Чистий прибуток за рік: Чистий прибуток = Загальний дохід - Річні змінні витрати

Чистий прибуток = 299 600 - 196 940 = 102 660 грн/рік.

Формула періоду окупності: Період окупності = Загальні витрати на запуск / Чистий прибуток

Розрахунок:

При мінімальних витратах на запуск (420 000 грн): Період окупності = 420 000 / 102 660 $\approx$ 4,1 роки.

При максимальних витратах на запуск (1 115 000 грн): Період окупності = 1 115 000 / 102 660 $\approx$ 10,9 років.

Період окупності відеопродакшн-студії залежить від початкових витрат на запуск. У разі оптимального вибору обладнання та контролю витрат студія може окупитися за 4-5 років. У разі вибору обладнання преміум-класу, окупність може тривати до 11 років. Для пришвидшення окупності варто розглядати збільшення обсягу замовлень та підвищення цін на послуги.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Проект створення відеопродакшн-студії для брендів є перспективною ініціативою, що відповідає сучасним вимогам ринку. У ході виконання роботи було проведено детальний аналіз бізнес-плану, включно зі SWOT-аналізом, прогнозом продажів, аналізом собівартості послуг, розрахунком витрат на оплату праці, а також кошторисом для обладнання студії. Зокрема, були визначені сильні та слабкі сторони, можливості й загрози, які можуть вплинути на розвиток бізнесу.

Ключовими сильними сторонами відеопродакшн-студії є сучасне обладнання, інноваційні технології, широкий спектр послуг і індивідуальний підхід до кожного клієнта. Водночас, викликами є значні початкові інвестиції, відсутність впізнаваного бренду на старті та обмежений портфель завершених робіт. Проте зростаючий попит на відеоконтент та популярність персоналізованих рішень створюють значний потенціал для розвитку.

Аналіз фінансових даних продемонстрував, що річний дохід студії може скласти близько 299 600 грн, із чистим прибутком у 102 660 грн. Період окупності бізнесу варіюється від 4 до 11 років, залежно від обраного рівня початкових витрат. Це свідчить про необхідність оптимізації витрат і підвищення обсягів замовлень для швидшого досягнення рентабельності.

Запропоновані маркетингові та операційні стратегії дозволять не лише ефективно адаптуватися до умов ринку, але й виділитися серед конкурентів. Особливий акцент зроблено на залученні клієнтів через створення унікального, креативного контенту, а також на використанні сучасних технологій, як-от дрони, графічні ефекти та спеціалізоване освітлення.

Відкриття відеопродакшн-студії матиме позитивний вплив на регіональну економіку та культуру. Це сприятиме створенню робочих місць, підтримці місцевих бізнесів і розвитку творчої спільноти в Тернополі.

Таким чином, реалізація проекту не лише задовольнить потреби клієнтів у якісному відеоконтенті, але й стане важливим внеском у розвиток

креативної індустрії регіону. Стратегічний підхід до управління студією, інноваційні рішення та фокус на якості дозволять досягти конкурентних переваг і забезпечити стабільне зростання бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Радько, В., Билик, В. Концептуальні положення управління проєктами на сільськогосподарських підприємствах. *Modeling the development of the economic systems*. 2024. Вип. 2. С. 305-311.
2. Стріха, А. О. Розробка бізнес-плану створення нового підприємства у сфері маркетингу. 2022. 65 с.
3. Нестеренко, К. В. Розроблення та обґрунтування бізнес-проєкту подальшого розвитку приватного акціонерного товариства «Кий авіа». 2020. С. 61-65.
4. Романовський, О. Р. Бізнес-планування підприємницької ідеї (на прикладі ТОВ «Фарт», м. Хмельницький). 2022. С. 61-65.
5. Ваніна, Н. М. Методи та етапи консультування з молодіжного підприємництва. *Інноваційна професійна освіта. Науково-методичне забезпечення професійної освіти і навчання: матеріали XVIII Всеукраїнської науково-практичної конференції (звітної) Інституту професійної освіти НАПН України (26 лютого–07 березня 2024 р.)*. 2024. Вип. 1(14). С. 61-65.
6. Панченко, Н. Г., Полякова, О. М., & Соломніков, І. В. Методичні вказівки для практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Бізнес-планування». 2022. С. 61-65.
7. Чичуліна, К. В., Баучадзе, Б., & Путря, А. М. Інноваційні ідеї щодо ведення бізнесу в Україні: дис. ... доктора філософії. Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка", 2022. 140 с.
8. Логвінова, В. С. Розробка стратегії бізнес-організації. 2024. 200 с.
9. Нефедович, А. Методологія створення бізнес-плану салону краси. 2022. 105 с.
10. Ващук, К. В. Управління бізнес-проєктом просування товарів на зовнішній ринок. 2023. 250 с.

11. Голубович, О. М. Бізнес-планування діяльності підприємства сфери послуг: магістерська дис. Сумський державний університет, 2021. 250 с.
12. Коломієць, Я. О. Розробка та обґрунтування бізнес-плану створення нового підприємства в сфері виробництва. 2022. 250 с.
13. Мотурняк, Д. М. Організаційні аспекти створення нової продукції: дис. ... доктора філософії. Тернопіль, 2024. 540 с.
14. Харченко, А. Л. Обґрунтування створення бізнесу на основі бізнес-планування проекту. 2021. 250 с.
15. Ковальчук, О. В. Розробка бізнес-плану створення підприємства з виробництва екологічно чистих продуктів харчування. 2023. 250 с.
16. Сидоренко, М. П. Методологічні підходи до обґрунтування бізнес-проектів у сфері послуг. 2022. 250 с.
17. Гриценко, І. А. Бізнес-планування інноваційних проектів: теорія та практика. 2021. 150 с.
18. Петренко, Л. М. Стратегічне планування розвитку малого бізнесу в Україні. 2024. 150 с.
19. Захарченко, О. В. Розробка бізнес-плану відкриття кафе-кондитерської в місті Києві. 2023. 150 с.
20. Мельник, Т. С. Етапи створення та реалізації бізнес-проектів у сфері туризму. 2022. 150 с.
21. Борисова Т.М. [Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посібник](#). Тернопіль: ЗУНУ, 2023, 273 с.
22. Борисова Т.М. Словник понять і термінів з Інтернет-маркетингу. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 138 с
23. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>. (дата звернення: 1.10.2024)