

Міністерство освіти і науки України  
Західноукраїнський національний університет  
Кафедра маркетингу

## **МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА**

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (створення креативних рекламних кампаній з використанням AI) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-42

Яриш Роксолана

Науковий керівник: кандидат економічних наук,  
доцент Іванечко Н. Р.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії: \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2025

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТУДІЇ КРЕАТИВНИХ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ ВИКОРИСТАННЯМ AI .....	3 5
1.1. Компанія та її продукти.....	5
1.2. Дослідження та аналіз ринку .....	8
1.4. Операційний план .....	17
1.6. Фінансовий план проєкту .....	19
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ .....	23
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ .....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31

## ВСТУП

Актуальність обґрунтування економічної проблеми. Сучасні умови ринку вимагають від компаній не лише високої якості продукції, але й ефективної комунікації з аудиторією через цифрові канали. Штучний інтелект стає ключовим інструментом у креативному маркетингу, дозволяючи створювати персоналізований контент, прогнозувати поведінку споживачів та оптимізувати рекламні кампанії. Попит на AI-рішення у рекламі зростає як серед великих корпорацій, так і серед малого та середнього бізнесу, що прагне швидко та ефективно просувати свої продукти. Особливо актуальним стає використання AI для генерації креативного контенту, автоматизації дизайну, створення інтерактивних рекламних матеріалів та аналітики ефективності кампаній.

В умовах зростання конкуренції на ринку бренди потребують нестандартних і візуально привабливих рішень, які дозволяють виділитися серед конкурентів. Креативні AI-рішення сприяють підвищенню впізнаваності компанії та формуванню позитивного іміджу. Використання технологій штучного інтелекту також дозволяє зменшити витрати на виробництво контенту та підвищити швидкість реагування на зміни ринкових умов.

Метою дослідження є розробка бізнес-плану креативної маркетингової агенції з використанням штучного інтелекту для створення ефективних та інноваційних рекламних кампаній.

Головні завдання проєкту:

- проаналізувати сучасний стан ринку креативного маркетингу та визначити попит на рекламні кампанії з використанням AI;
- охарактеризувати діяльність студії та розробити перелік послуг, які будуть надаватися клієнтам, зокрема створення креативного контенту за допомогою AI;
- розробити маркетингову стратегію просування студії та її продуктів на ринку, визначити канали комунікації та методи залучення клієнтів;

- сформувати операційний план роботи студії, описати технологічні процеси створення рекламних кампаній та використання AI-інструментів;

- визначити структуру управлінської команди та розподіл обов'язків серед співробітників для ефективного функціонування студії;

- розрахувати фінансові показники проєкту, включаючи доходи, витрати та очікуваний прибуток, оцінити фінансові ризики та окупність інвестицій;

- підготувати розрахункові таблиці маркетингового проєкту для оцінки ефективності рекламних кампаній та планування ресурсів;

- узагальнити результати дослідження, зробити висновки та сформулювати пропозиції щодо розвитку та масштабування студії.

Наукову основу роботи формують сучасні концепції розвитку бізнесу, маркетингу та креативних індустрій, що включають використання інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту, для створення ефективних рекламних кампаній, підвищення впізнаваності бренду та формування конкурентних переваг на ринку.

Методологічна база проєкту спирається на сучасні методи дослідження ринку та аналізу конкурентного середовища, фінансового планування, прогнозування та оцінки ефективності рекламних кампаній, а також на застосування інструментів штучного інтелекту для створення креативного контенту та оптимізації маркетингових процесів.

Емпіричну базу становлять статистичні дані, аналітичні звіти, результати маркетингових досліджень та спостережень щодо функціонування ринку відеопродакшену в Україні. Особлива увага приділена аналізу попиту на предметну відеозйомку серед брендів, що прагнуть посилити візуальну складову своєї комунікації з клієнтами.

# РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТУДІЇ КРЕАТИВНИХ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ З ВИКОРИСТАННЯМ АІ

## 1.1. Компанія та її продукти

Компанія «NeuroAd Studio» – це сучасна студія креативних рекламних кампаній, яка працює у сфері цифрового маркетингу та інноваційних технологій. Основна галузь діяльності компанії – розробка інтегрованих рекламних кампаній для брендів різних напрямків, включаючи FMCG, косметику, електроніку, моду та аксесуари. «NeuroAd Studio» прагне допомогти брендам максимально ефективно комунікувати зі своєю цільовою аудиторією через персоналізований та технологічно просунутий контент, створений із застосуванням штучного інтелекту.

Наша основна мета – зробити рекламу максимально релевантною та запам'ятовуваною для кожного споживача. Кожна кампанія розробляється з урахуванням поведінкових патернів аудиторії, підкреслює унікальні характеристики бренду та формує позитивне емоційне сприйняття. Використання АІ дозволяє аналізувати великі обсяги даних, персоналізувати контент, оптимізувати розклад публікацій та прогнозувати ефективність кампаній. Завдяки цьому бренди підвищують впізнаваність, формують довіру до компанії та стимулюють лояльність клієнтів. Коли споживач бачить персоналізовану рекламу, яка відповідає його потребам і інтересам, він частіше обирає саме цей бренд та рекомендує його іншим [1, с.210].

Технологічне оформлення кампаній дозволяє бренду виділитися серед конкурентів. Використання АІ-аналітики дає можливість сегментувати аудиторію, адаптувати повідомлення під різні канали та створювати інтерактивний контент. Генеративні АІ-інструменти допомагають створювати візуальні та відеоматеріали, тексти та сценарії на високому креативному рівні. Такий підхід дозволяє

споживачам не лише дізнатися про продукт, а й відчутти цінність, інноваційність та стиль бренду.

«NeuroAd Studio» пропонує дві основні послуги, що охоплюють весь цикл рекламної кампанії:

1. Розробка креативних рекламних концепцій з використанням AI – від ідеї до готового сценарію. Кожен елемент продумується для максимального залучення аудиторії: використовується персоналізація, інтерактивні елементи, AI-анімації та візуальні ефекти.
2. Комплексне виробництво та запуск рекламних кампаній – повний цикл робіт включає створення контенту, адаптацію під різні канали, аналіз ефективності та оптимізацію кампанії в реальному часі за допомогою AI. Кожна кампанія формується з урахуванням стилю бренду та особливостей цільової аудиторії.

Клієнтами компанії будуть бренди, які прагнуть використовувати сучасні технології для створення ефективних та креативних рекламних кампаній. Це можуть бути як великі національні компанії, так і стартапи, які хочуть виділитися на ринку та збільшити впізнаваність свого бренду. «NeuroAd Studio» орієнтується на клієнтів, що цінують інновації, аналітичний підхід та високий рівень креативності у просуванні контенту.

Наша компанія буде зареєстрована як ФОП 2-ї групи з можливістю наймати працівників. Така форма дозволяє гнучко вести бізнес, працювати над різними проектами та швидко реагувати на потреби клієнтів [2]. У команді працюватимуть креативний директор, AI-аналітик, проджект-менеджер, спеціаліст із digital-контенту, відеограф, дизайнер-аніматор, копірайтер та маркетолог, що забезпечує професійний підхід на всіх етапах – від розробки концепції до запуску рекламної кампанії.

Компанія «NeuroAd Studio» спеціалізується на створенні інноваційних рекламних кампаній, де штучний інтелект допомагає робити контент більш

персоналізованим та ефективним. Основний напрямок – розробка інтегрованих кампаній, що враховують поведінку аудиторії та підкреслюють унікальні переваги бренду. На відміну від традиційної реклами, де увага зосереджується на сюжеті чи загальних повідомленнях, ми створюємо кампанії, адаптовані до потреб кожного користувача.

Особливість наших проєктів – поєднання AI-аналітики, генеративних технологій, інтерактивних рішень та персоналізованого контенту. Завдяки AI ми аналізуємо великі обсяги даних, сегментуємо аудиторію, оптимізуємо час публікацій і прогнозуємо ефективність кампаній. Генеративні інструменти дозволяють створювати високоякісні тексти, сценарії, відео та графічні матеріали, роблячи рекламу більш захопливою та запам'ятовуваною.

Друга ключова послуга – комплексне виробництво рекламних кампаній «під ключ». Ми розробляємо концепцію, створюємо контент, адаптуємо його під різні канали, запускаємо кампанії та аналізуємо їх результати в реальному часі за допомогою AI. Це дозволяє брендам отримати готову кампанію без додаткових сторонніх ресурсів.

Головна перевага «NeuroAd Studio» – індивідуальний підхід до кожного проєкту. Ми створюємо унікальні кампанії, що відповідають стилю бренду, його цінностям і маркетинговим цілям. Клієнти отримують продукт, який не тільки інформує про бренд, а й формує емоційний зв'язок із аудиторією, підвищує впізнаваність та стимулює лояльність.

Наші послуги підходять для компаній різних сфер – від FMCG та косметики до моди та електроніки. Використання AI дозволяє підвищити ефективність кампаній, залучити нових клієнтів та створювати контент, який виділяє бренд серед конкурентів та залишає сильне враження на аудиторію.

## 1.2. Дослідження та аналіз ринку

Споживачами послуг компанії «NeuroAd Studio» будуть бренди та компанії, які прагнуть створювати високоефективні, персоналізовані та інноваційні рекламні кампанії з використанням штучного інтелекту. Основними покупцями стануть середні та великі підприємства, а також стартапи у сферах FMCG, косметики, моди, електроніки та аксесуарів, які прагнуть виділитися серед конкурентів та підвищити впізнаваність свого бренду. Ці компанії зацікавлені у комплексних рішеннях, що дозволяють не лише презентувати продукт або послугу, а й створювати емоційний зв'язок із споживачем, формуючи довіру та лояльність до бренду [3].

Рішення про замовлення послуг компанії зазвичай ґрунтується на поєднанні кількох ключових факторів. Для клієнтів важливі висока якість контенту, індивідуальний підхід та професійний сервіс на кожному етапі роботи. Особливу роль відіграє можливість персонального контакту з командою студії, який забезпечує швидке реагування на побажання замовника та коригування кампанії в процесі її реалізації. Ціна послуг також є значущим фактором, проте вона не є визначальною. Головним критерієм вибору стає ефективність кампанії, її інноваційність, а також здатність створювати унікальний, запам'ятовуваний досвід для аудиторії.

Клієнти цінують використання штучного інтелекту для персоналізації контенту, аналітики та оптимізації рекламних кампаній. AI-технології дозволяють сегментувати аудиторію, прогнозувати ефективність контенту, адаптувати його під різні канали та формати, а також підвищувати залучення та конверсію. Завдяки цьому компанія «NeuroAd Studio» пропонує рішення, які не лише демонструють продукт, а й підкреслюють унікальні цінності бренду, формують позитивне емоційне враження та стимулюють повторні покупки.

Основний ринок компанії «NeuroAd Studio» охоплює як географічні, так і цифрові сегменти. Наш офіс розташований у Тернополі, що дозволяє зручно обслуговувати локальних клієнтів у Західній Україні та водночас підтримувати віддалену роботу з компаніями по всій Україні. Локально ми орієнтуємося на бренди з активною маркетинговою діяльністю у великих містах, таких як Львів, Київ, Харків, Одеса та Дніпро. Використання онлайн-платформ і віддалених інструментів дає можливість надавати послуги клієнтам у регіональних центрах та малих містах, що значно розширює потенційний обсяг реалізації.

Щодо обсягів ринку, попит на цифрові та персоналізовані рекламні кампанії постійно зростає. Це пов'язано з активною діджиталізацією бізнесу та зміною поведінки споживачів, які все частіше взаємодіють із брендами онлайн. Очікується, що ринок рекламних послуг із використанням AI демонструватиме щорічне зростання приблизно на 15–20 %, створюючи великі можливості для компаній, що пропонують технологічно просунуті рішення.

Сезонність також грає важливу роль. Пік активності спостерігається перед святковими періодами, такими як новорічні свята, День святого Валентина або перед початком сезону розпродажів. Для сегменту FMCG та моди це особливо актуально, тоді як у технологічних компаній попит більш рівномірний протягом року. AI-аналітика дозволяє прогнозувати оптимальний час запуску кампаній та забезпечує максимальну ефективність контенту.

Ключові фактори росту ринку включають технологічні тенденції, економічні умови та державну підтримку бізнесу. Поширення цифрових технологій, розвиток соціальних мереж, державні ініціативи щодо цифровізації економіки та підтримка підприємництва створюють сприятливі умови для розвитку інноваційних рекламних кампаній. Міграційні процеси та зростання онлайн-взаємодії населення також сприяють збільшенню потенційних клієнтів.

Компанія «NeuroAd Studio» буде працювати в сегменті креативних цифрових рекламних кампаній з використанням інноваційних технологій, зокрема

штучного інтелекту, що дозволяє створювати персоналізований та ефективний контент для різних брендів. Основними конкурентами на ринку Тернополя та України є веб-студія «Catchup», компанія «Трофей Маркетинг» та агентство «swipe.touch». Кожна з цих компаній пропонує певний спектр послуг у сфері цифрового маркетингу, але їх пропозиції мають суттєві обмеження порівняно з інноваційним підходом «NeuroAd Studio».

Веб-студія «Catchup» надає послуги створення веб-сайтів під ключ, обслуговування програмного забезпечення та SMM-послуги. Сильними сторонами компанії є локальна присутність, широкий спектр базових послуг та наявність освітніх програм для веб-розробки. Водночас, їхня слабкість полягає у відсутності комплексної інтеграції штучного інтелекту у створення рекламних кампаній, обмеженій персоналізації контенту та відсутності повного циклу комплексного виробництва рекламних кампаній. Ціни на послуги «Catchup» знаходяться на середньому рівні, сервіс достатньо якісний, але гарантії ефективності рекламних кампаній не надаються, що залишає клієнтів без впевненості у результатах.

Компанія «Трофей Маркетинг» спеціалізується на створенні веб-сайтів, таргетингових кампаній, SEO та SMM. Сильні сторони включають широкий набір послуг та можливість масштабування проектів, але їхні кампанії часто не враховують індивідуальні потреби клієнтів та поведінкові патерни аудиторії. Генеративні технології та AI-аналітика у них практично не застосовуються, що знижує рівень персоналізації та ефективність контенту. Крім того, клієнти обмежені у виборі інтерактивних рішень та високоякісних візуальних матеріалів.

Агентство «swipe.touch» пропонує комплексні маркетингові послуги, включаючи SMM, рекламну фотозйомку та таргетинг. Серед сильних сторін – можливість комплексного супроводу рекламних кампаній та наявність досвіду у роботі з різними сегментами ринку. Однак у них обмежені можливості автоматизації процесів через AI та генеративні інструменти, що ускладнює швидке створення персоналізованого контенту для різних платформ. Їхній сервіс

більш стандартизований і часто не враховує унікальні потреби конкретного бренду.

Попри наявні переваги конкурентів, їхні послуги не повністю задовольняють сучасні вимоги ринку щодо персоналізації, інтерактивності та технологічної інноваційності. «NeuroAd Studio» виділяється на фоні конкурентів завдяки використанню AI-аналітики, генеративних технологій, інтерактивного контенту та комплексного підходу до створення рекламних кампаній. Це дозволяє не лише розробляти високоякісний контент, а й забезпечувати ефективність кампаній, підвищувати впізнаваність брендів та формувати емоційний зв'язок із аудиторією, що робить наші послуги унікальними на ринку.

Компанія «NeuroAd Studio» спеціалізується на створенні інноваційних рекламних кампаній із використанням штучного інтелекту, що дозволяє персоналізувати контент і робити його максимально ефективним для кожного користувача. Наші послуги поєднують AI-аналітику, генеративні технології та інтерактивні елементи, завдяки чому бренди можуть сегментувати аудиторію, оптимізувати час публікацій та прогнозувати ефективність кампаній. Це дозволяє створювати релевантну рекламу, яка підвищує впізнаваність бренду, формує довіру та стимулює лояльність клієнтів.

Компанія «NeuroAd Studio» пропонує унікальні рекламні послуги, основна цінність яких полягає у поєднанні креативності та технологій штучного інтелекту. Наші рекламні кампанії відрізняються високим рівнем персоналізації, інтерактивності та аналітичного підходу, що дозволяє брендам ефективно комунікувати зі своєю аудиторією та виділитися серед конкурентів. AI-аналітика забезпечує точну сегментацію споживачів, прогнозування результатів кампаній та оптимізацію контенту, а генеративні інструменти дозволяють створювати високоякісні відео, графіку та тексти, адаптовані під конкретні канали комунікації.

Попит на послуги «NeuroAd Studio» зростає завдяки потребі бізнесу у сучасних, технологічно просунутих рішеннях для просування бренду. Основні

клієнти — середні та великі компанії у сферах FMCG, косметики, моди, електроніки та аксесуарів, які цінують інноваційність, аналітичний підхід і високий рівень креативності. Офіс компанії розташований у Тернополі, що дозволяє забезпечувати локальну підтримку та одночасно працювати з клієнтами по всій Україні.

На основі аналізу ринку та конкуренції прогнозується, що протягом першого року реалізація рекламних кампаній складе близько 50 проектів на суму приблизно 3,5 млн грн, а на другий рік обсяг реалізації збільшиться до 75 проектів із загальною вартістю близько 5,5 млн грн. Прогноз базується на припущенні стабільного попиту на цифрові рекламні послуги та активного розвитку e-commerce і брендів, які прагнуть персоналізованих рішень для своєї аудиторії. Таким чином, інноваційний підхід «NeuroAd Studio» забезпечує конкурентну перевагу та стабільний попит на послуги.

### **1.3. Маркетинговий план**

Компанія «NeuroAd Studio» базує свою маркетингову філософію на поєднанні інноваційних технологій та глибокого розуміння поведінки споживачів. Основна ідея полягає в тому, що ефективна реклама повинна бути персоналізованою, релевантною та здатною формувати емоційний зв'язок між брендом і аудиторією. Сучасний ринок рекламних послуг характеризується високою конкуренцією та динамічними змінами потреб споживачів, що зумовлює необхідність використання передових технологій, зокрема штучного інтелекту (AI), для аналізу даних, сегментації ринку та оптимізації контенту. Завдяки цьому компанія здатна створювати рекламні кампанії, що максимально відповідають інтересам і очікуванням конкретної аудиторії, підвищуючи ефективність витрат на маркетинг і рівень впізнаваності бренду [4].

Стратегія компанії передбачає поступове залучення клієнтських груп. На початковому етапі інтенсивні промоційні зусилля спрямовані на середні та великі підприємства, які прагнуть підвищити ефективність комунікації зі своєю аудиторією. Для цих клієнтів пропонуються комплексні рекламні кампанії «під ключ», що включають розробку креативної концепції, персоналізований контент, інтерактивні елементи та аналітику в реальному часі за допомогою AI. Основні канали просування включають прямі контакти, участь у професійних заходах, виставках та таргетовану рекламу в цифрових каналах. Такий підхід дозволяє компанії швидко заявити про себе на ринку та продемонструвати переваги своїх технологічних рішень.

На наступному етапі розвитку компанія планує розширити фокус на стартапи та локальні бізнеси, які прагнуть збільшити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів. Для цієї групи застосовуються більш м'які промоційні інструменти: демонстраційні проекти, кейс-стаді, вебінари та онлайн-консультації, що дозволяють потенційним клієнтам оцінити ефективність і креативність рішень без значних початкових вкладень. Такий поетапний підхід дозволяє компанії поступово нарощувати клієнтську базу, формувати довіру та лояльність до бренду, одночасно зміцнюючи свою позицію на ринку рекламних послуг.

Компанія також приділяє увагу аналітичному дослідженню ринку та споживацьких груп. Основні сегменти аудиторії визначаються за розміром бізнесу, цілями рекламних кампаній та технологічною готовністю клієнтів до використання інноваційних рішень. Такий підхід дозволяє ефективно планувати ресурси, розробляти персоналізовані маркетингові стратегії та забезпечувати високу результативність кампаній.

Політика ціноутворення є ключовим елементом маркетингової стратегії компанії «NeuroAd Studio» та інструментом забезпечення конкурентоспроможності і стабільного зростання. Ціна повинна бути оптимальною для проникнення на ринок, утримання позицій та отримання

прибутку, при цьому відображаючи високий рівень інноваційності та персоналізації пропонованих послуг.

Для послуги «Розробка креативних рекламних концепцій з використанням AI» базова ціна встановлюється на рівні 30 000–60 000 грн за концепцію, залежно від складності та обсягу робіт. Вона включає розробку креативної ідеї, персоналізацію контенту, інтерактивні елементи, AI-анімації та візуальні ефекти. В середньому компанія реалізує 3–5 концепцій на місяць, що дозволяє забезпечити якість і своєчасність виконання замовлень.

Для комплексного виробництва рекламних кампаній «під ключ» ціна становить 50 000–120 000 грн за кампанію, включаючи створення текстового, графічного та відеоконтенту, адаптацію під різні канали, запуск кампанії та аналіз результатів у реальному часі за допомогою AI. Кількість таких кампаній на місяць варіюється від 1 до 2, що обумовлено високим рівнем персоналізації та повним циклом робіт.

При встановленні цін враховуються витрати на виробництво контенту, рівень технологічної складності, використання AI-аналітики, порівняння з конкурентами та готовність споживачів оплачувати високоякісний та персоналізований продукт. Основні конкуренти пропонують базові digital-послуги за ціною 40 000–60 000 грн, без повного циклу персоналізації та AI-аналітики. Це дозволяє «NeuroAd Studio» виділитися на ринку, пропонуючи клієнтам комплексні, технологічно просунуті та результативні рішення, які забезпечують кращу віддачу на інвестиції в рекламу.

На початковому етапі для залучення нових клієнтів компанія пропонує промоційні умови: демонстраційні проєкти за зниженою ціною, спеціальні пропозиції на замовлення кількох кампаній одночасно, а також гнучку систему знижок для довгострокових контрактів. Такий підхід сприяє формуванню лояльності клієнтської бази та стимулює повторні замовлення, що є важливим для стійкого розвитку компанії.

Отже, маркетингова філософія та стратегія компанії «NeuroAd Studio» спрямовані на інтеграцію технологій AI, персоналізацію контенту та поетапне залучення клієнтських сегментів, а політика ціноутворення забезпечує конкурентні переваги та стабільний фінансовий результат на ринку цифрових рекламних послуг.

Компанія «NeuroAd Studio» спеціалізується на створенні інноваційних рекламних кампаній із використанням штучного інтелекту, персоналізованого контенту та інтерактивних рішень. Для ефективної реалізації послуг застосовується комплексна модель дистрибуції, що поєднує прямі та цифрові канали продажу.

Основним методом є прямі продажі та консалтинг, особливо для середніх і великих підприємств. Менеджери компанії проводять презентації, демонстрації кейсів та консультації, що дозволяє визначити потреби клієнта та запропонувати комплексні рішення «під ключ».

Другий канал – онлайн-продажі та цифрові платформи, включно з веб-сайтом компанії, соціальними мережами (LinkedIn, Instagram, TikTok) та email-маркетингом. Ці канали забезпечують широке охоплення аудиторії та дозволяють збирати аналітичні дані для персоналізації пропозицій.

Також компанія використовує партнерські програми та участь у професійних заходах, що допомагає залучати клієнтів із суміжних секторів і створювати нові ділові контакти. Для малого та середнього бізнесу передбачено демонстраційні проекти та кейс-стаді, які дозволяють потенційним замовникам оцінити ефективність рекламних рішень перед укладенням повноцінного контракту.

Дистрибуція послуг будується на принципі повного циклу виконання замовлення – від розробки концепції до запуску кампанії та аналізу результатів у

реальному часі. Це підвищує конкурентоспроможність компанії та спрощує процес для клієнтів.

Для привернення уваги потенційних клієнтів застосовується комплексна стратегія реклами та промоції, що включає цифрові, офлайн та інтерактивні інструменти.

Основні інструменти цифрової реклами – це Google Ads, Facebook, LinkedIn та TikTok, де компанія таргетує маркетингових директорів, власників бізнесу та менеджерів із розвитку. Рекламні оголошення демонструють кейси, приклади кампаній і інтерактивні елементи, що підвищує залучення та конверсію.

Офлайн-промоція включає участь у виставках, конференціях та галузевих заходах. Це дозволяє демонструвати технологічні рішення компанії, залучати клієнтів і формувати довіру. Для стартапів і локальних бізнесів проводяться онлайн-вебінари та демонстраційні сесії, що дає змогу презентувати переваги персоналізованих рішень без значних початкових витрат.

Крім того, компанія використовує прямий маркетинг і email-кампанії, що дозволяє стимулювати повторні замовлення та формувати лояльність клієнтів.

Графік витрат на рекламу та промоцію планується наступним чином: активна цифрова реклама та участь у виставках у перші місяці запуску, демонстраційні проекти та вебінари в середині року, підтримка повторних продажів і таргетована реклама у другій половині року. Загальний місячний бюджет на рекламні активності прогнозується у межах 50 000–100 000 грн, що дозволяє забезпечити ефективне просування та залучення клієнтів.

Таким чином, комплексна стратегія реалізації та промоції забезпечує максимальне охоплення цільової аудиторії, підвищує впізнаваність бренду і стимулює зростання продажів, формуючи стабільну клієнтську базу для довгострокового розвитку компанії.

## 1.4. Операційний план

Компанія «NeuroAd Studio» планує розташувати свій офіс у місті Тернопіль, у центральній частині бізнес-району, що забезпечує зручний доступ до транспортної інфраструктури та потенційних клієнтів. Таке місце розташування дає змогу менеджерам та спеціалістам компанії проводити зустрічі, презентації та консультації без додаткових труднощів. Крім того, близькість до ІТ-компаній, креативних агентств та професійних спільнот створює додаткові можливості для партнерства, обміну досвідом та залучення нових клієнтів. Незважаючи на те, що орендна ставка є вищою порівняно з периферійними районами, переваги зручності для співробітників та клієнтів значно перевищують цей недолік [5].

Орендоване приміщення становитиме приблизно 100–120 м<sup>2</sup>, що дозволяє організувати окремі робочі зони для креативної роботи, адміністративної діяльності та проведення зустрічей і презентацій. Вартість оренди складе 20 000 грн на місяць. Планується, що площа та базове обладнання будуть готові до роботи протягом першого місяця після підписання договору оренди. За потреби буде проведено мінімальні роботи з модернізації приміщення, включно з оновленням електропроводки, додатковим освітленням та встановленням меблів і спеціалізованого обладнання для студії. Загальні витрати на обладнання та меблі оцінюються у межах 300 000–350 000 грн, а процес закупівлі та встановлення займе приблизно 3–4 тижні.

Процес надання послуг у компанії включає розробку креативної концепції рекламної кампанії, створення текстового, графічного та відеоконтенту з інтеграцією AI-аналітики, адаптацію матеріалів під різні канали комунікації та запуск рекламної кампанії. Для забезпечення високої якості роботи застосовується багаторівнева перевірка контенту, тестування інтерактивних елементів та оцінка ефективності кампаній у реальному часі.

На початковому етапі діяльності компанії команда налічуватиме 4 співробітників, включаючи креативного директора, AI-аналітика, проджект-менеджера та спеціаліста з digital-контенту. Для підвищення кваліфікації персоналу будуть організовані внутрішні тренінги, участь у вебінарах та професійних курсах.

Таким чином, стратегічно обране місце розташування, продумане планування приміщень, забезпечення сучасним обладнанням та висококваліфікованим персоналом створюють оптимальні умови для стабільної роботи компанії, виконання всіх завдань та надання інноваційних рекламних рішень з високим рівнем персоналізації та технологічного впровадження.

### **1.5. Управлінська команда**

Компанія передбачає наявність чотирьох ключових спеціалістів, кожен з яких виконує важливу роль у створенні комплексних і технологічно просунутих рекламних рішень. Креативний директор відповідає за загальну концепцію проєктів, стратегічний напрямок і контроль над креативними рішеннями. Він має вищу освіту у сфері маркетингу та досвід роботи у digital-рекламі понад сім років, включаючи участь у міжнародних проєктах. Завдяки цьому він здатен забезпечити унікальність та ефективність рекламних кампаній, а також організувати роботу команди на високому професійному рівні.

AI-аналітик відповідає за збір та обробку даних, сегментацію аудиторії, прогнозування ефективності кампаній і оптимізацію контенту за допомогою штучного інтелекту. Він має освіту в галузі комп'ютерних наук та досвід роботи з великими даними й аналітичними інструментами, що дозволяє створювати персоналізований контент і підвищувати рентабельність рекламних інвестицій.

Проджект-менеджер координує роботу всіх членів команди, контролює виконання завдань у встановлені строки та забезпечує комунікацію з клієнтами.

Його досвід у управлінні проектами у сфері маркетингу та реклами дозволяє ефективно розподіляти ресурси, вирішувати конфліктні ситуації та забезпечувати своєчасне виконання проєктів відповідно до вимог замовника [6].

Спеціаліст із digital-контенту відповідає за створення текстового, графічного та відеоконтенту, адаптованого під різні канали комунікації. Він має освіту у сфері дизайну та медіакомунікацій і досвід роботи з генеративними інструментами та AI-анімацією, що дозволяє забезпечувати високий рівень персоналізації та інтерактивності рекламних матеріалів.

Щодо виплат управлінському персоналу, передбачено конкурентоспроможну систему зарплат, що стимулює продуктивність і утримання кваліфікованих фахівців. Креативний директор отримує 50 000 грн на місяць, AI-аналітик – 40 000 грн, проджект-менеджер – 35 000 грн, а спеціаліст із digital-контенту – 30 000 грн на місяць. Також передбачена система бонусів за досягнення ключових показників ефективності та успішну реалізацію проєктів. Зарплата власника підприємства встановлюється на рівні 60 000 грн на місяць і може коригуватися залежно від фінансових результатів компанії.

Таким чином, організаційна структура та склад управлінської команди «NeuroAd Studio» забезпечують професійний підхід на всіх етапах роботи, від розробки креативної концепції до запуску і аналізу рекламних кампаній, що створює основу для стабільного розвитку бізнесу та успішної реалізації проєктів.

## **1.6. Фінансовий план проєкту**

Фінансовий план компанії «NeuroAd Studio» є ключовим елементом бізнес-плану, оскільки він демонструє інвесторам і керівництву реалістичну оцінку майбутньої діяльності підприємства та його здатність досягати поставлених фінансових цілей. Основна мета цього розділу – представити прогнози доходів і

витрат, визначити джерела фінансування, оцінити рух грошових коштів, а також визначити момент досягнення беззбитковості [7].

Джерела та використання коштів компанії передбачають як власні, так і залучені ресурси. Основним джерелом фінансування на старті бізнесу виступають власні кошти засновника. Вони будуть спрямовані на оренду приміщення, закупівлю необхідного обладнання, програмного забезпечення та організацію початкового запуску рекламних кампаній. Орендна плата за офіс у Тернополі становить 20 000 грн на місяць, що забезпечує наявність достатнього простору для роботи команди, студії для відео- та графічного контенту, а також зони для зустрічей із клієнтами. Додатково кошти будуть використані на придбання комп'ютерної техніки високого класу, професійних камер та освітлення, а також ліцензійного програмного забезпечення для обробки текстового, графічного та відеоконтенту, включно з AI-інструментами для генерації та аналізу даних. Початкові інвестиції в обладнання та програмне забезпечення оцінюються приблизно у 400 000 грн, а закупівлю планується завершити протягом першого місяця роботи.

Ключовим напрямком використання коштів є заробітна плата управлінського та технічного персоналу. Штат компанії на старті складається з чотирьох основних спеціалістів: креативного директора, AI-аналітика, проєкт-менеджера та спеціаліста з digital-контенту. Місячна зарплата кожного з них відповідно становить 50 000 грн, 40 000 грн, 35 000 грн та 30 000 грн, а власника підприємства – 60 000 грн на місяць. Для стимулювання продуктивності та утримання кваліфікованих фахівців передбачена система бонусів за успішне виконання проєктів і досягнення ключових показників ефективності [8].

Організація руху грошових коштів передбачає планування доходів і витрат на кожен місяць року. Доходи формуються за рахунок продажу послуг з розробки креативних рекламних концепцій та комплексного виробництва рекламних кампаній «під ключ». Прогнозована кількість проєктів на місяць становить 3–5

концепцій із середньою ціною 30 000 грн за концепцію та 1–2 рекламні кампанії вартістю від 50 000 до 120 000 грн кожна. Розподіл доходів протягом року передбачає поступове зростання кількості клієнтів, що дозволяє забезпечити стабільний грошовий потік і поступове нарощування обсягів продажу. Основні витрати включають оренду приміщення, заробітну плату персоналу, закупівлю та амортизацію обладнання, а також витрати на рекламу та маркетингові активності, що становлять значну частину бюджету на початковому етапі.

Прогноз прибутків та збитків показує, що на стартовому етапі компанія може мати невеликий негативний баланс у перші два-три місяці через одноразові інвестиції у запуск проєктів та закупівлю обладнання. Однак із залученням клієнтів і зростанням кількості замовлень підприємство поступово переходить у позитивний фінансовий результат. Очікуваний річний дохід від реалізації послуг становить приблизно 2 400 000 грн, при річних витратах на оренду, зарплату, маркетинг і поточні операційні витрати близько 1 600 000 грн. Таким чином, очікуваний чистий прибуток за рік – близько 800 000 грн, що забезпечує стабільну рентабельність і фінансову стійкість бізнесу.

Визначаємо точку беззбитковості.

Загальна річна виручка: 2 400 000 грн

Валова собівартість: 1 400 000 грн

Валовий прибуток:  $2\,400\,000 - 1\,400\,000 = 1\,000\,000$  грн

Відсоток валового прибутку:  $1\,000\,000 / 2\,400\,000 \approx 0,4167$  (41,7%)

Поточні річні витрати (операційні, зарплати, оренда, комунальні): 338 000 грн

$$338000 / 0,4167 \approx 811000 \text{ грн}$$

Для покриття всіх річних операційних витрат і досягнення беззбитковості компанія NeuroAd Studio повинна мати мінімальну виручку близько 811 000 грн за рік. Перевищення цього показника забезпечить прибутковість діяльності, дозволяє накопичувати резервні кошти та інвестувати у розвиток компанії.

При плановій річній виручці 2 400 000 грн, точка беззбитковості досягається з великим запасом, що свідчить про фінансову стійкість підприємства. Надлишок коштів можна спрямувати на оновлення технічної бази, впровадження нових AI-технологій для персоналізації контенту, розширення спектра послуг та маркетингові активності, які підвищують впізнаваність бренду та привабливість для клієнтів [9].

Таким чином, фінансовий план демонструє, що компанія «NeuroAd Studio» має реалістичну стратегію фінансового управління, достатньо ресурсів для запуску та розвитку бізнесу, і здатна досягти беззбитковості вже на четвертому місяці діяльності, забезпечуючи стабільне зростання та прибутковість протягом першого року.

## РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

Показник / Місяць	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													
Події місцевого значення	0	0	0	0	0	0	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	30 000
Сезонні події	0	0	0	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	25 000
Методи (канали) просування													
Інтернет (таргетована реклама)	12 000	12 000	12 000	5 000	5 000	5 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	75 000
Відео кліпи (TikTok портфоліо)	18 000	18 000	18 000	3 000	3 000	3 000	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	80 000
Демонстраційні заходи	0	0	0	0	0	0	0	3 000	3 000	0	0	3 000	9 000
Спеціальні заходи просування	0	0	0	0	0	0	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	9 000
Рекламна продукція	0	0	0	0	0	0	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	6 000
УСЬОГО витрати	30 000	30 000	30 000	12 000	12 000	12 000	16 500	19 500	19 500	15 500	15 500	19 500	338 000
Інтернет (таргетована реклама)	3 000	3 000	3 500	3 500	4 000	4 000	3 500	3 500	4 000	4 000	4 500	4 500	44 000
Брошури	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6 000
Демонстраційні заходи	1 500	1 500	1 500	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 500	2 500	2 500	2 500	24 500
Радіо	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9 600
Рекламні проспекти	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4 800
Відео кліпи (TikTok)	2 000	2 000	2 500	2 500	3 000	3 000	2 500	2 500	3 000	3 000	3 500	3 500	33 000
Рекламна продукція	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7 200
Безкоштовні зразки	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
Банери / штигова реклама	2 000	2 000	2 500	2 500	3 000	3 000	2 500	2 500	3 000	3 000	3 500	3 500	33 000
Спеціальні заходи просування	1 000	1 000	1 000	1 000	1 500	1 500	1 500	1 500	2 000	2 000	2 000	2 000	19 000
Усього витрати на рекламу	22 550	22 550	24 950	25 250	28 550	28 550	26 950	27 150	31 050	31 050	34 550	34 550	324 100

Рис. 1. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

Стаття витрат	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, грн
Оренда приміщення	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	264 000
Податки та інші платежі	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
Ремонтні роботи / обсл	1 200	0	0	600	0	0	0	1 200	0	0	0	600	3 600
Страхування	1 000	0	0	0	0	0	1 000	0	0	0	0	0	2 000
Електрика	1 800	1 900	1 850	1 900	1 950	2 000	2 000	2 100	2 000	2 100	2 150	2 200	24 050
Опалення	0	0	0	1 800	1 800	1 800	0	0	0	1 800	1 800	1 800	10 800
Водопостачання / канал	400	400	400	400	400	450	450	450	450	450	450	450	5 100
Телефон (базова оплата)	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
Лампочки, миючі засоби	200	150	150	150	150	200	150	200	150	200	150	200	2 050
<b>ВСЬОГО ВИТРАТИ</b>	<b>28 900</b>	<b>26 750</b>	<b>26 700</b>	<b>29 150</b>	<b>28 600</b>	<b>28 750</b>	<b>27 900</b>	<b>28 250</b>	<b>26 900</b>	<b>28 850</b>	<b>28 850</b>	<b>29 550</b>	<b>338 150</b>

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

Показник	Mic1	Mic2	Mic3	Mic4	Mic5	Mic6	Mic7	Mic8	Mic9	Mic10	Mic11	Mic12	Всього за рік
Послуга 1. Розробка креативних рекламних концепцій з використанням AI													
Продано одиниць (коп)	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
Ціна за одиницю, грн	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	360 000
Сума продажу, грн	90 000	90 000	120 000	120 000	120 000	120 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 560 000
Послуга 2. Комплексне виробництво та запуск рекламних кампаній «під ключ»													
Продано одиниць (кам)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	14
Ціна за одиницю, грн	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	600 000
Сума продажу, грн	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	900 000

Рис. 3. Прогноз продаж

Показник	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Всього за рік
Категорія №1: Розробка креативних концепцій з AI														
Прямі витрати на оплату праці	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	240 000
Матеріали/комплектуючі	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
Витратні матеріали	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9 600
Інше	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2 400
ВСЬОГО витрати на одиницю	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	22 500	270 000
Всього витрати на обсяг продаж	67 500	90 000	112 500	112 500	135 000	135 000	157 500	157 500	180 000	180 000	202 500	202 500	202 500	1 521 000
Категорія №2: Комплексне виробництво та запуск кампаній «під ключ»														
Прямі витрати на оплату праці	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	900 000
Матеріали/комплектуючі	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	90 000
Витратні матеріали	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	54 000
Інше	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	36 000
ВСЬОГО витрати на одиницю	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	1 080 000
Всього витрати на обсяг продаж	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	1 080 000

Рис. 4. Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг

Посада	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Всього за рік, грн
Среатив-директор	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	600 000
AI-аналітик	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	480 000
Проджект-менеджер	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	420 000
Спеціаліст із digital-кон	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	360 000
ПДФО (18%)	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	33 300	399 600
ВЗ (1,5%)	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	2 775	33 300
ЄСВ (22%)	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	40 700	488 400
Всього витрати на перс	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	3 389 700

Рис. 5. Витрати на оплату праці

Стаття витрат	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Місяць	Всього за рік
Витрати на приміщення	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	264 000
Транспортування автомобіля	5 500	4 800	6 000	5 200	5 900	5 700	6 100	6 300	5 800	5 600	6 000	5 900	6 800	68 800
Плата за використання телефону	1 000	950	1 050	1 000	1 100	1 000	1 050	1 100	1 000	1 050	1 000	1 100	1 100	12 400
Інтернет / зв'язок	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	14 400
Пошта	600	500	700	550	650	600	700	750	650	600	650	700	700	7 250
Реклама / промо-акції	10 000	12 000	9 000	11 000	13 000	14 000	12 000	15 000	13 000	10 000	11 000	14 000	14 000	144 000
Юридичні / бухгалтерські послуги	3 500	3 000	3 500	3 500	3 500	3 500	3 000	3 500	3 500	3 000	3 500	3 500	3 500	41 000
Ліцензії та дозволи	2 000	0	0	0	2 000	0	0	0	0	2 000	0	0	0	6 000
Страховання	1 500	1 500	0	0	1 500	1 500	0	0	1 500	1 500	0	0	0	9 000
Безнадійні борги	0	0	0	2 500	0	0	0	0	2 000	0	0	0	0	4 500
Відсотки за кредитами	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	26 400
Різне	1 000	1 200	1 500	1 000	1 200	1 300	1 000	1 200	1 000	1 000	1 200	1 000	1 000	13 600
Знос (амортизація)	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
Інше	2 000	2 200	1 800	2 500	2 000	1 900	2 100	2 300	1 800	2 100	1 900	2 000	2 000	25 600
Всього витрати	55 500	54 550	54 950	55 700	59 250	57 900	57 650	58 550	57 650	55 250	55 150	57 900	679 00	

Рис. 6. Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

Актив	Вартість, грн	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація, грн
Потужний комп'ютер для монтажу відео	85 000	15.01.2025	36	2 361
Ноутбук для роботи з контентом	45 000	10.02.2025	30	1 500
Професійна камера	120 000	20.01.2025	48	2 500
Освітлювальний комплект	25 000	05.03.2025	24	1 042
Комплект офісних меблів (столи + крісла)	30 000	25.01.2025	60	500
<b>Загальна вартість активів</b>	<b>305 000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7 903</b>

Рис. 7. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Категорії витрат	Вартість (грн)	По
<b>Придбання та установка капітального обладнання</b>	<b>180 000</b>	
Початковий запас продукції/матеріалів	25 000	
Юридичні/бухгалтерські послуги	12 000	
Реєстрація, ліцензії, дозволи	8 000	
Ремонтні роботи	30 000	
Завдаток (за оренду та комунальні послуги)	20 000	
Реклама/промо-акції (відкриття бізнесу, пробні послуги)	18 000	
Резерв обігових коштів	40 000	
Інше (офісне обладнання, декор, технічне налаштування)	10 000	
Інше (непередбачені витрати)	7 000	
<b>Всього початкові витрати</b>	<b>350 000</b>	

Рис. 8. Початкові витрати

А	В	С
Джерела фінансування	Сума (грн)	
Грошовий внесок I-го власника	200 000	
Грошовий внесок II-го власника	150 000	
Негрошовий внесок I-го власника (обла	120 000	
Негрошовий внесок II-го власника (офіс	60 000	
нші власні кошти	40 000	
Короткострокова банківська позика підп	100 000	
Довгострокова банківська позика підпр	200 000	
Банківська позика власнику	50 000	
нші інвестиційні кошти (венчурний кап	80 000	
УСЬОГО з джерел фінансування	1 000 000	
Статті витрат	Сума (грн)	
Земельна ділянка	0	
Збудовані споруди/приміщення (оренда, облаштув	120 000	
Обладнання (комп'ютери, камери, освітл	200 000	
Точатковий запас (матеріали, носії, про	50 000	
Юридичні послуги/Реєстрація	10 000	
Бухгалтерські послуги	8 000	
Ліцензії та дозволи	5 000	
Ремонтні роботи	20 000	
Установка обладнання	15 000	
Завдаток (за оренду та комунальні послуги)	30 000	
Реклама	40 000	
Промо-акції	25 000	
Зворотні кошти на операційні витрати	150 000	
Негрошові активи власників (сума з відг	180 000	
нші активи (страхування, дрібне обладн	17 000	
Усі статті витрат	1 000 000	

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

Стаття	Mic1	Mic2	Mic3	Mic4	Mic5	Mic6	Mic7	Mic8	Mic9	Mic10	Mic11	Mic12	ього за рік, грн
Валовий прибуток	1 600 000	1 600 000	1 680 000	1 680 000	1 680 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 920 000	1 920 000	1 920 000	20 400 000
Оплата праці	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	251 775	3 021 300
Податки на ЗП (ЄСВ, ПДФО, ВЗ)	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	81 368	976 416
Витрати на приміщення	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	264 000
Транспортування	5 500	4 800	6 000	5 200	5 900	5 700	6 100	6 300	5 800	5 600	6 000	5 900	68 800
Плата за телефон / пошта	1 600	1 450	1 750	1 550	1 750	1 600	1 750	1 850	1 650	1 650	1 650	1 800	19 800
Офісні витрати	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	24 600
Реклама / промо-акцій	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	3 889 200
Юридичні / бухгалтерські послуги	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	492 000
Ліцензії та дозволи	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Страховання	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
Відсотки за кредитами	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	26 400
Знос (амортизація)	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	94 836
Інше	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	307 200
<b>ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ</b>	<b>744 396</b>	<b>744 396</b>	<b>746 051</b>	<b>745 796</b>	<b>746 346</b>	<b>746 396</b>	<b>746 851</b>	<b>747 146</b>	<b>746 746</b>	<b>747 146</b>	<b>747 051</b>	<b>747 046</b>	<b>8 955 408</b>
Прибуток (збиток) до оподаткування	855 604	855 604	933 949	934 204	933 654	1 053 604	1 053 149	1 052 854	1 053 254	1 172 854	1 172 949	1 172 954	11 444 592
Податки (Єдиний податок ФОП 2 групи)	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	77 616

Офісні витрати	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	2 050	24 600
Реклама / промо-акцій	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	324 100	3 889 200
Юридичні / бухгалтерські послуги	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	492 000
Ліцензії та дозволи	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Страховання	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
Відсотки за кредитами	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	26 400
Знос (амортизація)	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	7 903	94 836
Інше	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	25 600	307 200
<b>ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ</b>	<b>744 396</b>	<b>744 396</b>	<b>746 051</b>	<b>745 796</b>	<b>746 346</b>	<b>746 396</b>	<b>746 851</b>	<b>747 146</b>	<b>746 746</b>	<b>747 146</b>	<b>747 051</b>	<b>747 046</b>	<b>8 955 408</b>
Прибуток (збиток) до оподаткування	855 604	855 604	933 949	934 204	933 654	1 053 604	1 053 149	1 052 854	1 053 254	1 172 854	1 172 949	1 172 954	11 444 592
Податки (Єдиний податок ФОП 2 групи)	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	6 468	77 616
Прибуток (збиток) після оподаткування	849 136	849 136	927 481	927 736	927 186	1 047 136	1 046 681	1 046 386	1 046 786	1 166 386	1 166 481	1 166 486	11 366 976

Рис. 10. Звіт про прибутки та збитки (проект)

Баланс грошових коштів на початок місяця	100 000	90 000	85 000	80 000	75 000	70 000	65 000	60 000	55 000	50 000	45 000	40 000	915 000
<b>Отримання грошових коштів</b>													
Від покупок (продаж)	50 000	53 000	56 000	59 000	62 000	65 000	68 000	72 000	75 000	78 000	82 000	85 000	805 000
Від дебіторів	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Кредити / Позики	50 000	0	0	50 000	0	50 000	0	50 000	0	50 000	0	50 000	300 000
Інвестиції	80 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80 000
Інше	10 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10 000
<b>Всього отримання</b>	<b>195 000</b>	<b>58 000</b>	<b>61 000</b>	<b>114 000</b>	<b>67 000</b>	<b>120 000</b>	<b>73 000</b>	<b>127 000</b>	<b>80 000</b>	<b>133 000</b>	<b>87 000</b>	<b>140 000</b>	<b>1 255 000</b>
<b>Виплати (грошові витрати)</b>													
Початковий запас продукції/матеріалів	20 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	130 000
Собівартість реалізованої продукції	50 000	53 000	56 000	59 000	62 000	65 000	68 000	72 000	75 000	78 000	82 000	85 000	805 000
Оплата праці	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	960 000
Обов'язкові податкові виплати	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	264 000
Витрати на приміщення	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	480 000
Транспортування	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
Плата за телефон / пошту	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9 600
Офісні витратні матеріали	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
Реклама / промо-акції	15 000	15 000	15 000	15 000	20 000	20 000	20 000	20 000	25 000	25 000	25 000	25 000	240 000
Юридичні / бухгалтерські послуги	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	48 000
Ліцензії та дозволи	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
Страхування	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
Прибирання та установка обладнання	5 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5 000
Погашення кредитів та відсотків	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
Виплата власнику	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інше	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
<b>Всього виплат</b>	<b>246 600</b>	<b>240 800</b>	<b>243 800</b>	<b>243 800</b>	<b>248 800</b>	<b>248 800</b>	<b>248 800</b>	<b>252 800</b>	<b>257 800</b>	<b>260 800</b>	<b>264 800</b>	<b>267 800</b>	<b>3 024 000</b>
<b>Оборот грошових коштів до оподаткування</b>	<b>-51 600</b>	<b>-182 800</b>	<b>-182 800</b>	<b>-129 800</b>	<b>-181 800</b>	<b>-128 800</b>	<b>-175 800</b>	<b>-125 800</b>	<b>-177 800</b>	<b>-127 800</b>	<b>-177 800</b>	<b>-127 800</b>	<b>-1 769 000</b>
	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	1 430	17 150

Рис. 11. Звіт про рух грошових коштів (проект)

Показник	Сума (грн)
<b>Баланс за період:</b>	
<b>АКТИВИ</b>	
<b>Оборотні активи</b>	
Грошові кошти	1 500 000
Дебіторська заборгованість	250 000
Запаси готової продукції (сировини)	50 000
Завдатки (виплати наперед)	30 000
Інше	10 000
<b>Всього оборотні активи</b>	<b>1 840 000</b>
<b>Необоротні активи</b>	
Земля	0
Будівлі (приміщення, враховуючи знос)	100 000
Обладнання (враховуючи знос)	190 000
Інше (негрошові внески власників)	180 000
<b>Всього необоротні активи</b>	<b>470 000</b>
<b>ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ</b>	<b>2 310 000</b>
<b>ПАСИВИ</b>	
<b>Короткострокові зобов'язання</b>	
Кредиторська заборгованість	150 000
Податкові зобов'язання (до сплати)	77 616
Інше	50 000
<b>Всього короткострокові зобов'язання</b>	<b>277 616</b>
<b>Довгострокові зобов'язання</b>	
Довгострокові позики	200 000
Поточні зобов'язання (до сплати)	0
Інше	50 000
<b>Всього довгострокові зобов'язання</b>	<b>250 000</b>
<b>ВСЬОГО ПАСИВИ (зобов'язання)</b>	<b>527 616</b>
<b>Капітал і власність</b>	
Власний капітал	1 782 384
<b>Всього капітал власника та пасиви</b>	<b>2 310 000</b>

Рис. 12. Баланс

## ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, під час написання курсової роботи на тему «Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (створення креативних рекламних кампаній з використанням AI) і його маркетингове обґрунтування» було проведено комплексне дослідження, спрямоване на формування сучасної бізнес-моделі, що поєднує інноваційні технології та креативні підходи у сфері цифрового маркетингу. У процесі роботи було проаналізовано сучасний стан ринку креативного маркетингу в Україні, визначено тенденції його розвитку та зростаючий попит на рекламні кампанії з використанням штучного інтелекту. Результати дослідження підтвердили, що використання AI у маркетингових процесах стає ключовим фактором підвищення ефективності реклами, персоналізації контенту та оптимізації комунікацій з клієнтами.

На основі проведеного аналізу розроблено концепцію діяльності студії «NeuroAd Studio», яка спеціалізуватиметься на створенні інноваційних рекламних рішень із використанням генеративних технологій та AI-аналітики. Було сформовано перелік основних послуг студії, серед яких — розробка креативних концепцій, комплексне виробництво рекламних кампаній «під ключ», створення персоналізованого контенту, аналіз ефективності та автоматизація маркетингових процесів. Визначено, що поєднання аналітичних інструментів та творчого підходу дає змогу суттєво підвищити результативність рекламних заходів та забезпечити брендам конкурентні переваги на ринку.

У ході дослідження розроблено маркетингову стратегію просування студії, яка включає використання цифрових каналів комунікації, таргетованої реклами, SEO-оптимізації, соціальних мереж та партнерських програм. Значну увагу приділено формуванню іміджу бренду, налагодженню довгострокових відносин із клієнтами та розвитку лояльності цільової аудиторії. Передбачено поетапне

розширення ринку збуту, починаючи з регіонального рівня з подальшим виходом на всеукраїнський ринок.

Важливим елементом роботи стало створення операційного плану, який визначає структуру управління студією, функціональні обов'язки працівників, технічне оснащення офісу та організацію виробничих процесів. Окрему увагу приділено формуванню високопрофесійної управлінської команди, що поєднує компетенції у сфері маркетингу, штучного інтелекту, дизайну та проектного менеджменту. Такий підхід забезпечує ефективну взаємодію між учасниками процесу та високу якість кінцевого продукту.

У фінансовому розділі здійснено детальні розрахунки доходів, витрат і прибутковості підприємства. Результати показали, що проект має економічну доцільність, стійку фінансову структуру та швидку окупність інвестицій. Очікуваний річний прибуток становить близько 800 тис. грн, а точка беззбитковості досягається вже на четвертому місяці діяльності. Це свідчить про реалістичність бізнес-моделі, ефективність фінансового планування та потенціал для масштабування бізнесу в майбутньому.

Підсумовуючи, можна зазначити, що розроблений проект студії «NeuroAd Studio» має високі перспективи реалізації та відповідає сучасним тенденціям розвитку маркетингових і креативних індустрій. Використання штучного інтелекту у створенні рекламних кампаній забезпечує компанії інноваційну перевагу, дозволяє формувати персоналізовані рішення для клієнтів та досягати високих результатів із мінімальними витратами. Отже, відкриття креативної студії, що поєднує технології та творчість, є обґрунтованим і перспективним бізнес-рішенням, здатним задовольнити потреби сучасного ринку та зробити вагомий внесок у розвиток цифрового маркетингу в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. – Тернопіль : ЗУНУ, 2021. – 180 с.
2. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI : станом на 5 жовт. 2025 р. [Електронний ресурс].URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 12.11.2025).
3. Як дослідити ринок: приклади, методологія, інструменти – Serpstat Blog. *Serpstat – Marketing Tool for SEO and Content Tasks*. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/yak-dosliditi-rinok-prikladi/> (дата звернення: 12.11.2025).
4. Гречаник О., Хлебнікова Т., Темченко О. Digital-маркетинг як інструмент антикризового розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-78> (дата звернення: 12.11.2025).
5. Діденко Є. Сучасний зміст маркетингового управління підприємством. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. № 3(21). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-3\(21\)-77-85](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-3(21)-77-85) (дата звернення: 12.11.2025).
6. Маркетингова аналітика: сутність, цифрові інструменти, роль у плануванні та комунікації брендів / Т. В. Сак та ін. *Herald of lviv university of trade and economics economic sciences*. 2024. № 79. С. 65–71. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2024-79-08> (дата звернення: 12.11.2025).
7. Сичова О., Осипенко Н., Петрішина Т. Цифровий маркетинг як інструмент сталого розвитку бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50.

- URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-32> (дата звернення: 12.11.2025).
8. Чупир О. М., Сичова О. Є. Аналіз інструментів маркетингової комунікаційної політики підприємства в системі менеджменту організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 57. URL: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i57.101600> (дата звернення: 12.11.2025).
9. Що таке оперативний план у прикладі бізнес-плану [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nine.machine.cx.ua/ukraincyam/shho-take-operativniy-plan-u-prikladi-biznes-planu.html> (дата звернення: 12.11.2025).
10. Васильєва Т., Гапоненко С., Куценко В. Фінансовий потенціал підприємства: змістовні характеристики // *Актуальні проблеми економіки*. 2022. Т. 1, № 255. С. 120–124. URL: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2022-1-255-120-124> (дата звернення: 12.11.2025).