

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (маркетингова підтримка подій та виставок) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-41
Кривецької Юлії
Науковий керівник: кандидат
економічних наук,
доцент Процишин Ю.Т.

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 ПРОЄКТ РІШЕННЯ ЗІ ВІДКРИТТЯ НОВОГО ВИДУ БІЗНЕСУ ТА ЙОГО МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ.....	5
1.1 Компанія та її послуги.....	5
1.2 Дослідження та аналіз ринку подій та виставок.....	6
1.3 Маркетинговий план.....	9
1.4 Операційний план.....	12
1.5 Управлінська команда.....	13
1.6 Фінансовий план.....	15
РОЗДІЛ 2 РОЗРАХУНКОВІ ТА АНАЛІТИЧНІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ.....	17
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	25

ВСТУП

Актуальність дослідження проєкту відкриття бізнесу у сфері маркетингової підтримки подій та виставок зумовлюється трансформацією комунікаційного середовища і зростанням ролі подієвих форматів у структурі взаємодії між підприємствами, професійними спільнотами та цільовими аудиторіями. Подієвий простір містить багаторівневу систему організації інформаційних потоків, якою передбачено інтеграцію інструментів брендингу, цифрових технологій та управління контактними точками. За цих умов формується потреба у спеціалізованих суб'єктах, діяльність яких спрямована на побудову комплексних сервісних рішень для бізнес-учасників виставкових і подієвих платформ. Аналізом структурних характеристик такого бізнесу передбачено дослідження моделей координації процесів, каналів комунікації та механізмів залучення учасників ринку.

Розвиток ринку подієвого маркетингу супроводжується ускладненням його інфраструктури, що створює передумови для формування нових форматів організації маркетингової підтримки подій. У цьому контексті проєкт відкриття бізнесу потребує концептуального обґрунтування з позиції ресурсного забезпечення, операційної побудови та змістового наповнення сервісного пакета. Методологічний аналіз передбачає визначення параметрів ринкової місткості, структури конкурентного середовища та моделей поведінки замовників, що дозволяє окреслити простір функціонування нового підприємницького утворення. Таке дослідження формує теоретичну базу для розроблення економічної моделі діяльності та параметрів її адаптації до комунікаційного середовища подієвого ринку.

Мета дослідження - формування концептуальної моделі організації бізнесу з маркетингової підтримки подій та виставок через обґрунтування ринкових параметрів, структури сервісних рішень та економічних умов функціонування.

Для досягнення мети, сформовано наступні завдання:

- описати компанію та її послуги;
- здійснити дослідження та аналіз ринку подій та виставок;
- описати маркетинговий план;
- сформувати операційний план;
- сформувати управлінську команду;
- представити фінансовий план;
- представити розрахункові та аналітичні таблиці маркетингового проєкту.

Об'єкт дослідження - підприємницька діяльність у сфері маркетингового супроводу подій та виставок.

Предмет дослідження - система організації, планування та економічного обґрунтування бізнес-проєкту з маркетингової підтримки подій, включно зі структурою послуг, ринковими характеристиками, інструментами маркетингового планування, операційною моделлю та фінансовими параметрами.

Наукову базу роботи складають теоретичні підходи до організації бізнесу у сфері маркетингової підтримки подій та виставок, моделі планування сервісних послуг та стратегії просування, які ґрунтуються на працях провідних науковців у галузі маркетингу, управління та подієвого менеджменту. Методологічну основу проєкту складають методи аналізу ринку, прогнозування попиту, фінансового планування та оцінки ефективності маркетингових рішень.

Емпірична база роботи включає дані про стан ринку організації подій та виставок у регіоні, статистичні показники щодо кількості заходів та відвідуваності, а також аналітичні матеріали про потреби клієнтів у послугах з маркетингового супроводу та просування брендів.

РОЗДІЛ 1

ПРОЄКТ РІШЕННЯ ЗІ ВІДКРИТТЯ НОВОГО ВИДУ БІЗНЕСУ ТА ЙОГО МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ

1.1 Компанія та її послуги

Компанія ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» орієнтуватиметься на діяльність у сфері організації та маркетингового супроводу подій і виставок (корпоративні заходи, бізнес-форуми, професійні виставки, конференції, промоційні та культурно-освітні проєкти). Система послуг компанії охопить розробку маркетингових стратегій для заходів, планування та координацію всіх етапів організації, управління комунікаційними каналами, створення медіа- та візуального контенту, дизайн виставкових стендів, підготовку програм для учасників, логістичне забезпечення і контроль якості на всіх етапах реалізації проєктів. У структурі послуг передбачено аналітичний моніторинг ефективності проведених заходів, оцінку залученості аудиторії, впливу на репутацію бренду клієнтів, а також формування рекомендацій щодо підвищення ефективності майбутніх подій.

Клієнтська база буде сформована з корпоративної структури малого та середнього бізнесу, державних установ, громадських організацій, приватних підприємців, організаторів виставок і конференцій. Для кожної категорії клієнтів розроблятимуться індивідуальні маркетингові рішення, які включатимуть моделі взаємодії з цільовою аудиторією, інтеграцію цифрових платформ для комунікації, формування програм лояльності та залучення нових партнерів. В рамках взаємодії з корпоративними клієнтами передбачено комплексне позиціонування бренду, створення контентних стратегій і адаптацію презентаційного матеріалу до специфіки заходу, що дозволить оптимізувати комунікаційний простір та підвищити ефективність маркетингових кампаній.

Організаційна форма визначена як товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), щоб забезпечити юридичну самостійність та можливість

реалізації корпоративної структури управління. Юридичним статусом компанії буде передбачено дотримання законодавчих норм України щодо підприємницької діяльності, організації заходів, використання трудових ресурсів, договірних відносин і фінансового обліку. Модель власності передбачає концентрацію капіталу серед засновників із розмежуванням управлінських повноважень, що формує структуру прийняття стратегічних рішень та контроль за виконанням операційних планів. Система управління компанії включає комітети стратегічного планування, фінансового контролю та моніторингу виконання проєктів, що забезпечує комплексне регулювання процесів та взаємодії між відділами.

Структура діяльності компанії буде базуватись на інтеграції інноваційних маркетингових рішень, включно з цифровими комунікаційними платформами, аналітичними інструментами оцінки ефективності заходів та моделями управління аудиторією. Програми для клієнтів включатимуть створення сценаріїв подій, розробку тематичних концепцій, формування системи брендування на виставках і форумах, використання сучасних технічних засобів для презентації продукції та послуг, а також моделі залучення відвідувачів через інтерактивні та освітні компоненти заходів. Така організаційно-функціональна модель дозволить здійснювати системний підхід до планування і реалізації проєктів, координувати роботу команд, оптимізувати ресурсні витрати та оцінювати ефективність маркетингових стратегій у реальних умовах ринку.

1.2 Дослідження та аналіз ринку подій та виставок

Споживацькою базою ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» буде передбачено систематизацію основних категорій клієнтів, їх географічного розташування, потреб та частки у загальній структурі замовлень. Кожен сегмент характеризується специфічними потребами у сфері організації заходів, що включають координацію корпоративних подій, проведення конференцій, комплексну підтримку виставок та соціально-культурних заходів. Географічна

локалізація споживачів охопить регіональні центри, обласні міста та національний рівень, якими буде визначено масштаби та обсяги надаваних послуг (див. табл. 1)

Таблиця 1

Характеристика споживачів послуг ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» з відсотковим розподілом

№	Категорія споживачів	Географія	Основні потреби	Частка від загальної клієнтської бази (%)
1	Корпоративні клієнти малого та середнього бізнесу	Обласні центри, регіональні міста	Організація корпоративних заходів, брендovаних подій	40
2	Державні установи	Міста обласного підпорядкування	Організація конференцій, офіційних заходів	25
3	Організатори виставок і конференцій	Національний рівень	Забезпечення комплексної підтримки подій	20
4	Громадські організації	Регіональні та обласні центри	Проведення соціально-культурних заходів	15

У структурі споживачів ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» продемонстровано концентрацію основних замовлень у корпоративному сегменті та на державному рівні, що визначають пріоритети у плануванні ресурсів і маркетингових стратегій. Співвідношення часток сегментів дозволяє прогнозувати розподіл навантаження на послуги компанії, а також оптимізувати підхід до формування цінової політики, системи комунікацій та моделей взаємодії з клієнтами для забезпечення ефективної координації заходів і задоволення специфічних потреб різних категорій споживачів.

Основний ринок послуг ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» локалізований у місті Тернопіль та прилеглих регіональних центрах Тернопільської області. Географічна концентрація клієнтів забезпечує оптимізацію логістики та координації заходів у межах обласного центру. За прогнозними даними, обсяг реалізації послуг у Тернополі становить близько 120–150 заходів на рік, що еквівалентно приблизно 75% від загальної кількості потенційних замовлень у

регіоні. Середній бюджет на організацію одного заходу коливається від 50 до 200 тис. грн залежно від масштабу та категорії клієнта. Сезонні коливання характеризуються піком активності у весняно-осінній період (березень–травень та вересень–листопад), коли проводяться основні корпоративні події, виставки та конференції, та зниженням навантаження у зимові місяці (січень–лютий) на рівні 20–25 % від річного середнього показника.

Прогнозоване річне зростання ринку послуг організації подій у Тернополі оцінюється на рівні 8–10 % на рік за рахунок збільшення кількості корпоративних та соціально-культурних заходів. Основними факторами зростання є тенденції розвитку івент-індустрії, зростання інвестицій у корпоративні комунікації, а також державна політика щодо підтримки культурних і бізнес-заходів. Демографічні зміни та міграційні процеси населення Тернопільської області формують розширення клієнтської бази, а економічна стабільність регіону сприяє підвищенню середнього бюджету на організацію заходів. Такі фактори дозволяють формувати стратегії масштабування та адаптації послуг до потреб локального ринку.

Конкурентне середовище ринку послуг організації подій та виставок у місті Тернопіль характеризується наявністю кількох компаній, що пропонують комплексні івент-рішення для корпоративних клієнтів, державних установ та організаторів виставок. Оцінка сильних та слабких сторін конкурентних послуг включає аналіз цінових параметрів, рівня сервісу, термінів виконання замовлень, наявності додаткових послуг та гарантій (див. табл. 2)

Таблиця 2

Конкурентні компанії та характеристика їхніх послуг в Україні

№	Компанія-конкурент	Основні послуги	Ціна за середній захід (тис. грн)	Сервіс (експертна підтримка, години)	Гарантії (кількість змін у проекті)
1	Funkitchen	Організація корпоративних заходів, технічний супровід	60–180	8–12 годин консультацій	1–2 зміни

2	Ant@Hill	Проведення спеціальних подій. Славляться «сгазу» креативністю та знанням інсайтів.	80–200	6–10 годин консультацій	2 зміни
3	GB Event by Kwartal 95	Соціально-культурні заходи, шоу-програми	50–150	4–8 годин консультацій	1 зміна
4	Lioncom	Організація івентів будь – якої складності, корпоративні заходи і т.д.	70–190	10–14 годин консультацій	2–3 зміни

Проведений аналіз конкурентних пропозицій дозволив ідентифікувати незаповнені ніші на ринку локальних послуг з організації подій. Потенційні сегменти включають інтеграцію маркетингового супроводу з технічним забезпеченням та орендою обладнання, персоналізацію послуг під корпоративні та соціальні заходи, а також надання комплексної підтримки у форматі «під ключ». Переваги пропонованих послуг ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» базуватимуться на моделі комплексної інтеграції маркетингових, технічних та організаційних компонентів, які сформуєть більш повний цикл задоволення потреб споживачів у порівнянні з окремими конкурентними пропозиціями.

Прогнозом обсягів реалізації передбачатиметься обслуговування 120 заходів у першому році та 150 заходів у другому році, з середнім бюджетом 120 тис. грн на захід, що еквівалентно річному обсягу реалізації 14,4 млн грн та 18 млн грн відповідно. Припущення базуються на стабільності локального ринку, плановому зростанні корпоративної активності на 8–10 % на рік та консолідації клієнтської бази у Тернополі. Структурою попиту буде передбачено домінування корпоративних клієнтів малого та середнього бізнесу (40 %), державних установ (25 %), організаторів виставок (20 %) та громадських організацій (15 %), що дозволить моделювати ресурси компанії та планувати маркетингові та операційні рішення.

1.3 Маркетинговий план

Маркетингова філософія новоствореного підприємства буде формуватися як система ринкової орієнтації, що базуватиметься на результатах первинного

дослідження локального попиту та визначенні параметрів їх потреб. Концепція взаємодії зі споживачами буде ґрунтуватися на моделі багатоканального охоплення, у межах якої відбудеться пріоритизація ціннісних характеристик продукту відповідно до поведінкових патернів різних груп. Стратегія виходу на ринок орієнтуватиметься на створення системи позиціонування, яке включатиме параметри асортиментної політики, моделі комунікацій та формати сервісної підтримки. Початковим етапом буде етап інтенсивної промоції, спрямований на сегменти з найбільш вираженою готовністю до придбання та високою часткою повторних купівель. До таких сегментів належатимуть домогосподарства віком 20–45 років, клієнти з середнім рівнем доходу та споживачі, орієнтовані на співвідношення ціни та якості.

Подальша стратегія розширення ринку збуту буде ґрунтуватися на поступовому переорієнтуванні на сегменти із значним потенціалом нарощування обсягів придбання. На другому етапі пріоритет отримає група корпоративних клієнтів, що характеризуватиметься високою регулярністю споживання та стабільними обсягами закупівель. План розгортання комунікаційного комплексу буде включати систему довгострокової присутності у цифровому середовищі, модель участі у локальних подіях та формування партнерських пропозицій для закладів громадського харчування, офісних центрів і сервісних установ. Стратегія стимулювання збуту буде формувати основу для масштабованого розширення клієнтської бази, у межах якого передбачатиметься поетапне збільшення частки охоплення ринку та формування стійкої структури повторного попиту.

Політика ціноутворення ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» буде формуватися як частина загальної моделі позиціонування у сфері організації подій, маркетингового супроводу та виставкових проєктів. Тактика реалізації послуг буде ґрунтуватися на структурі попиту міста Тернополя та параметрах взаємодії зі споживачькими сегментами корпоративного, освітнього та професійного середовищ (див. табл. 3)

Таблиця 3

Параметри ціноутворення та системи реалізації послуг ТОВ «ЕвентПро
Маркетинг»

Показник	Характеристика
Середня вартість організації корпоративного заходу	35 000–60 000 грн
Вартість маркетингового супроводу виставки	25 000–48 000 грн
Середня вартість дизайну стенду	8 000–20 000 грн
Середній рівень цін конкурентів Тернополя	10–15% вище у сегменті комплексних послуг
Тип ціноутворення	Комбінована модель (пакетна система + погодинний розрахунок окремих робіт)
Географія реалізації	Місто Тернопіль та приміська зона (радіус 15–20 км)
Канали отримання замовлень	Онлайн-заявки, B2B-перемовини, партнерські мережі
Методи реалізації	Проектний менеджмент, координаційні комунікаційні платформи, логістичні схеми для учасників

Подана система ціноутворення та тактика реалізації ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» формуватимуть структуру комерційної діяльності підприємства через узгодження вартості комплексних івент- та маркетингових послуг із параметрами локального попиту міста Тернополя та через впровадження багатоканальної моделі дистрибуції, що ґрунтуватиметься на онлайн-комунікаціях, партнерських мережах і прямих B2B-контактах, унаслідок чого створюватиметься стабільний простір для розширення клієнтської бази та нарощення обсягів реалізації.

Маркетингова комунікаційна стратегія ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» формуватиметься як система інструментів залучення цільових груп через поєднання цифрових каналів, прямих бізнес-контактів та участі у професійному івент-середовищі. Модель промоції ґрунтуватиметься на багаторівневій структурі впливу на потенційних замовників із диференціацією за етапами впізнаваності, зацікавленості та формування попиту. Рекламна активність передбачатиме планове фінансування у межах річного бюджету та поетапний розподіл витрат відповідно до сезонності ділових подій у Тернопільському регіоні (див. табл. 4)

Таблиця 4

План рекламних заходів і витрат ТОВ «ЕвентПро Маркетинг»

№	Канал комунікації	Графік розміщення	Орієнтовні витрати, грн/рік
1	Таргетована реклама в соціальних мережах (Facebook, Instagram)	Постійно, з піковими кампаніями у квітні–травні та жовтні–листопаді	120000
2	Контекстна реклама Google Ads	Щомісячна підтримка	60000
3	Партнерські медіаматеріали у локальних онлайн-виданнях	4 квартальні розміщення	36000
4	Участь у локальних бізнес-заходах (стенди, презентації)	3–4 рази на рік	80000
5	Розробка та підтримка брендкових матеріалів (відео, дизайн, поліграфія)	Разове оновлення раз на пів року	50000

Запропонована система промоції ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» формуватиме цілісний комунікаційний простір, у межах якого забезпечуватиметься послідовний перехід потенційних клієнтів від первинного ознайомлення до формування інтересу та подальшої взаємодії. Структура витрат на рекламу створюватиме передумови для стабільної присутності бренду у цифровому середовищі, професійних бізнес-мережах і локальному медіапросторі, що формуватиме платформу для нарощення клієнтської бази та підсилення конкурентних позицій підприємства.

1.4 Операційний план

Функціональною моделлю ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» буде передбачено розміщення офісного простору в центральній частині м. Тернополя, що створюватиме умови для взаємодії з основними сегментами замовників та забезпечуватиме доступ до бізнес-інфраструктури міста. Офіс плануватиметься як адміністративно-операційний центр, у межах якого формуватиметься система підготовки подій, координації персоналу, розроблення маркетингових матеріалів та управління проєктами (див. табл. 5)

Таблиця 5

Операційні характеристики ТОВ «ЕвентПро Маркетинг»

Розділ	Ключові параметри	Орієнтовні показники
Місце розташування	Центральна частина м. Тернополя; офісна площа з доступом до транспортних вузлів	вул. Руська / просп. Злуки (орендована площа 55–70 м ²)
Переваги	Близькість до основних корпоративних клієнтів; доступ до коворкінг-інфраструктури; швидкий доступ до партнерських організацій	Радіус ділової активності 1–2 км
Недоліки	Вища орендна ставка; обмежені місця на стоянці	450–520 грн/м ²
Приміщення та обладнання	Оренда офісу, базове технічне забезпечення, студійне обладнання для створення контенту	Стартові витрати: 210–260 тис. грн
Часові рамки запуску	Підготовка приміщення, дизайн-адаптація, облаштування	30–45 днів
Процес надання послуг	Планування подій, дизайн-розробка, контент-виробництво, координація виконавців, логістичний супровід	Регламентований операційний цикл 10–90 днів залежно від проєкту
Контроль якості	Внутрішні стандарти чек-листів, моделі оцінювання проєктів, моніторинг відповідності технічних завдань	Оновлення стандартів раз на 6 місяців
Робоча сила	Команда: директор (власник), операційний менеджер, маркетолог-аналітик, дизайнер візуальних матеріалів, технічний координатор подій, адміністратор офісу	6 осіб; витрати на навчання 20–30 тис. грн/рік

Структурою операційної інфраструктури ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» буде сформовано основу для стабільного функціонування підприємства у галузі організації подій та маркетингової підтримки. Просторова конфігурація офісу, технічне забезпечення та підготовка персоналу створюватимуть умови для реалізації комплексних проєктів і підтримання стандартів якості, які відповідатимуть вимогам корпоративних замовників, державних установ та організаторів виставкових заходів.

1.5 Управлінська команда

Організаційна структура ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» базуватиметься на розподілі управлінських функцій між фахівцями, відповідальними за стратегічне

планування, операційну координацію, фінансове управління, маркетингову діяльність та технічний супровід подій. Компетенційний профіль команди формуватиметься з урахуванням професійного досвіду, спеціалізованої освіти та здатності здійснювати управління проєктами у сфері івент-маркетингу, що забезпечуватиме ефективність прийняття рішень і стабільність організаційних процесів (див. табл. 6)

Таблиця 6

Управлінська команда та система виплат ТОВ «ЕвентПро Маркетинг»

Посада	Основні обов'язки	Освіта та досвід	Місячна заробітна плата, грн
Директор (власник)	Стратегічне управління; формування партнерської мережі; ухвалення ключових рішень; контроль фінансових потоків	Вища освіта у сфері менеджменту або маркетингу; досвід у проєктному управлінні від 5 років	20000
Операційний менеджер	Координація ходу підготовки подій; організація роботи підрядників; планування календарних графіків	Освіта у сфері менеджменту організацій; досвід координації заходів 3+ роки	10000
Маркетолог-аналітик	Розробка маркетингових стратегій; аналіз ринку; підготовка рекламних кампаній; аудит ефективності	Маркетингова або економічна освіта; досвід аналітичної роботи 2–3 роки	9000
Дизайнер візуальних матеріалів	Створення брендových матеріалів; розробка презентацій; дизайн виставкових стендів; підготовка медіаконтенту	Профільна освіта; портфоліо комерційних проєктів; досвід 2+ роки	7000
Технічний координатор подій	Монтаж обладнання; робота зі сценічними конструкціями; технічний супровід під час заходів	Технічна освіта; досвід роботи з івент-обладнанням 3+ роки	8000
Адміністратор офісу	Документообіг; комунікації з клієнтами; організаційна підтримка команди	Середня спеціальна або базова вища освіта; досвід адміністративної діяльності	6000

Управлінська модель ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» формуватиметься на основі функціонального розподілу відповідальності, що забезпечуватиме централізацію стратегічних рішень та одночасно підтримуватиме гнучкість

операційних процесів. Досвід і кваліфікація команди створюватимуть передумови для стабільного виконання проєктів різної складності (виставкові формати, бізнес-форуми, культурні заходи та корпоративні події). Система винагороди побудується відповідно до рівня відповідальності кожної посади та структури робочих функцій. Розмір виплат дозволить підтримувати мотиваційний баланс команди, утримувати кваліфікованих спеціалістів і забезпечувати виконання обов'язків у межах встановлених операційних вимог.

1.6 Фінансовий план

Фінансовий план ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» базується виключно на власному капіталі, що дозволяє підприємству працювати без залучення кредитних ресурсів та зовнішніх фінансових зобов'язань. Така структура фінансування забезпечує високий рівень автономності, фінансову стійкість і можливість оперативно перерозподіляти інвестиції відповідно до кон'юнктури ринку. Додатковим джерелом забезпечення виступає негрошовий внесок засновника, який включає професійне обладнання для організації заходів, маркетингові матеріали, а також напрацьовану партнерську мережу та репутаційні активи, що значно скорочують стартові витрати компанії.

Основну частину витрат формують виплати персоналу, залученого до організації подій, рекламних кампаній та просування брендів замовників. Значна частина коштів спрямовується на маркетингові активності самої компанії, що дає змогу формувати стійкий потік клієнтів та збільшувати частку ринку. Суттєвими статтями витрат також виступають оренда офісного приміщення у діловому районі міста, технічне забезпечення заходів, виробництво рекламного контенту, амортизація обладнання, транспортні витрати, страхові платежі та адміністративні витрати. Частина коштів інвестується в цифровізацію бізнес-процесів, CRM-системи, аналітичні інструменти та сучасні технології event-менеджменту, що зміцнює конкурентні переваги компанії.

За результатами фінансового року ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» сформувало позитивний фінансовий результат, який підтверджує ефективність бізнес-моделі та правильність управлінських рішень. Чистий прибуток склав 12 427 072,00 грн, що забезпечило подальше розширення клієнтського портфеля, збільшення обсягу виконаних проєктів та зміцнення позицій на ринку маркетингових та івент-послуг. Постійні витрати підприємства становили 177 352,00 грн, включаючи орендні платежі, адміністративні витрати, оплату праці внутрішнього персоналу, просування бренду, технічне забезпечення заходів, комунальні платежі та інші операційні витрати, які не залежать від обсягу реалізованих послуг.

Аналіз руху грошових коштів ТОВ «ЕвентПро Маркетинг» за рік показує стабільне збільшення фінансових ресурсів підприємства. Надходження коштів від продажів послуг забезпечили своєчасне покриття операційних витрат і формування резерву для поточних та інвестиційних потреб (див. табл. 7)

Таблиця 7

Розрахунок фінансових показників і точки беззбитковості ТОВ «ЕвентПро
Маркетинг»

Показник	Значення, грн
Баланс коштів на початок року	114 800,00
Сумарне надходження коштів від покупців (продажі)	1 666 386 000,00
Всього виплати (операційні витрати, оплата праці, реклама тощо)	1 438 043 410,00
Оборот грош. коштів до оподаткування (різниця)	228 457 390,00
Баланс коштів на кінець року	228 457 390,00
Середні місячні надходження	138 865 500,00
Середні місячні витрати	119 837 000,83
Середній місячний прибуток (надходження – витрати)	19 028 499,17
Маржа (середній прибуток / середні надходження)	0,137
Точка беззбитковості (постійні витрати / маржа)	64 685 800 / 0,137 \approx 472 000 000 грн

Розрахована точка беззбитковості близько 472 млн грн показує мінімальний обсяг надходжень, необхідний для покриття всіх постійних витрат. Фактичні надходження значно перевищили цей показник, підтверджуючи фінансову стабільність та ефективність діяльності ТОВ «ЕвентПро Маркетинг».

РОЗДІЛ 2

РОЗРАХУНКОВІ ТА АНАЛІТИЧНІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції														
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК	
1														
2														
3														
4	Події													
5	Свята													
6	Особливі (визначні) дні													
7	Події місцевого значення													
8	Сезонні події													
9	Методи (канали) просування													
10	Таргетована реклама (SMA)	20 000,00	10 000,00	15 000,00	9 000,00	18 000,00	45 000,00	1 500,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00	0,00	120 000,00
11	PPC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	SEO	20 000,00	0,00	0,00	0,00	15 000,00	0,00	0,00	0,00	15 000,00	0,00	0,00	10 000,00	60 000,00
13	Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	SMM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Поліграфічна реклама/продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16	Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	Радіо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18	Робота з блогерами	0,00	12 000,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	7 000,00	0,00	0,00	9 000,00	0,00	3 000,00	36 000,00
19	Візитні картки	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00
20	Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21	Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
22	Банери/ Рекламні шити (зовнішня реклама)	0,00	40 000,00	15 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00	15 000,00	0,00	80 000,00
23	Інші заходи з просування (екзами тв)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
24	Всього витрати	40 000,00	62 000,00	30 300,00	9 000,00	38 000,00	45 000,00	8 500,00	0,00	15 000,00	9 000,00	11 500,00	28 000,00	296 300,00
25														

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

Витрати на приміщення (будівлю)														
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК	
1														
2														
3														
4	Оренда земельної ділянки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5	Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6	Ремонтні роботи/ обслуговування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7	Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	Електрика	0,00	0,00	800,00	500,00	200,00	300,00	400,00	400,00	350,00	280,00	490,00	0,00	3.720,00
9	Опалення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	Водопостачання/ каналізація	0,00	0,00	150,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	150,00	0,00	0,00	2.100,00
11	Телефон (базова оплата)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Лампочки, мичі засоби тощр	0,00	0,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	0,00	0,00	0,00	33.600,00
13	Інше: охорона земельної ділянки	0,00	0,00	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	6.900,00
14	Всього витрати	0,00	0,00	6.440,00	6.290,00	5.990,00	6.090,00	6.190,00	6.190,00	6.140,00	1.120,00	1.180,00	690,00	46.320,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

Прогноз продаж													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Товар/ Послуга Категорія №1 Організації корпоративних та бізнес-заходів													
Продано одиниць	900,00	900,00	1 500,00	1 600,00	1 000,00	900,00	1 200,00	1 800,00	1 850,00	0,00	8 000,00	0,00	19 150,00
Ціна за 1	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00
Сума продажу	67 500 000,00	60 000 000,00	112 500 000,00	120 000 000,00	75 000 000,00	67 500 000,00	90 000 000,00	120 000 000,00	123 750 000,00	0,00	600 000 000,00	0,00	1 436 250 000,00
Товар/ Послуга Категорія №2 Маркетинговий супровід поїї та брендів													
Продано одиниць	90,00	80,00	200,00	300,00	100,00	0,00	0,00	150,00	80,00	120,00	0,00	110,00	1 230,00
Ціна за 1	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00	65 000,00
Сума продажу	5 850 000,00	5 200 000,00	13 000 000,00	19 500 000,00	6 500 000,00	0,00	0,00	9 750 000,00	5 200 000,00	7 800 000,00	0,00	7 150 000,00	79 950 000,00
Товар/ Послуга Категорія №3 Креативний та медіа-контент для івентів													
Продано одиниць	111,00	120,00	140,00	160,00	160,00	90,00	120,00	210,00	190,00	80,00	0,00	0,00	1 401,00
Ціна за 1	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00	58 000,00
Сума продажу	6 438 000,00	6 960 000,00	8 120 000,00	9 280 000,00	10 440 000,00	5 220 000,00	6 960 000,00	12 180 000,00	11 020 000,00	4 640 000,00	0,00	0,00	81 258 000,00
Товар/ Послуга Категорія №4 Виставкові рішення та логістична підтримка													
Продано одиниць	80,00	75,00	90,00	140,00	230,00	250,00	310,00	316,00	200,00	211,00	250,00	0,00	2 154,00
Ціна за 1 кг. середня	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00
Сума продажу	2 560 000,00	2 400 000,00	2 880 000,00	4 480 000,00	7 360 000,00	8 000 000,00	9 920 000,00	10 176 000,00	6 400 000,00	6 752 000,00	8 000 000,00	0,00	68 928 000,00
Разом усіх товарів	82 348 000,00	74 560 000,00	136 500 000,00	153 280 000,00	93 300 000,00	80 720 000,00	106 880 000,00	152 106 000,00	146 370 000,00	19 152 000,00	608 000 000,00	7 150 000,00	1 666 386 000,00
	152 138 000,00	148 720 000,00	270 120 000,00	302 040 000,00	216 600 000,00	153 440 000,00	203 840 000,00	294 036 000,00	288 340 000,00	31 632 000,00	14 300 000,00		3 283 844 000,00

Рис. 3. Прогноз продаж

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
Категорія 1: Продано один. товару	900,00	900,00	1 500,00	1 600,00	1 000,00	900,00	1 200,00	1 800,00	1 850,00	0,00	8 000,00	0,00	19 150,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Матеріали (сировина) воєнна													
Пакування (фасування)													
Пакувальні матеріали (тара)													
Транспортування (за механіч. підприємства)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Категорія 1: Всього Витрати	54 000 000,00	48 000 000,00	90 000 000,00	96 000 000,00	60 000 000,00	54 000 000,00	72 000 000,00	96 000 000,00	96 000 000,00	99 000 000,00	0,00	480 000 000,00	6,00
Категорія 2: Продано один. товару	90,00	80,00	200,00	300,00	100,00	0,00	0,00	150,00	80,00	120,00	0,00	110,00	1 230,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Матеріали (сировина)													
Пакування (фасування)													
Пакувальні матеріали (тара)													
Транспортування (за механіч. підприємства)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Категорія 2: Всього Витрати	5 400 000,00	4 800 000,00	12 000 000,00	18 000 000,00	6 000 000,00	0,00	0,00	9 000 000,00	4 800 000,00	7 200 000,00	0,00	6 600 000,00	0,00
Категорія 3: Продано один. товару	111,00	120,00	140,00	160,00	160,00	90,00	120,00	210,00	190,00	80,00	0,00	0,00	1 401,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Матеріали (сировина)													
Пакування (фасування)													
Пакувальні матеріали (тара)													
Транспортування (за механіч. підприємства)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Категорія 3: Всього Витрати	6 660 000,00	7 200 000,00	8 400 000,00	9 600 000,00	10 800 000,00	5 400 000,00	7 200 000,00	12 600 000,00	11 400 000,00	4 800 000,00	0,00	0,00	0,00
Категорія 4: Продано один. товару	80,00	75,00	90,00	140,00	230,00	250,00	310,00	316,00	200,00	211,00	250,00	0,00	2 154,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Матеріали (сировина)													
Пакування (фасування)													
Пакувальні матеріали (тара)													
Транспортування (за механіч. підприємства)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00
Категорія 4: Всього Витрати	4 800 000,00	4 500 000,00	5 400 000,00	8 400 000,00	13 800 000,00	15 000 000,00	18 600 000,00	19 080 000,00	12 600 000,00	12 660 000,00	15 000 000,00	0,00	0,00
ВСЬОГО СОБІВАРІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	70 860 000,00	64 500 000,00	115 800 000,00	132 600 000,00	90 600 000,00	74 400 000,00	97 800 000,00	136 680 000,00	127 200 000,00	24 660 000,00	455 000 000,00	6 600 000,00	6,00

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

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)													
Директор (власник)	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	240,000.00
Операційний менеджер	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	120,000.00
Маркетолог-аналітик	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	108,000.00
Дизайнер візуальних матеріалів	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	84,000.00
Технічний координатор подій	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	96,000.00
Адміністратор офісу	6,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	226,000.00
ПДФО (18%)	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	7,200.00	7,200.00	216,000.00
ВЗ (5%)	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	600.00	600.00	55,800.00
ЕСВ (22%)	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	8,800.00	8,800.00	264,000.00
Всього витрати	114,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	80,800.00	80,800.00	1,408,800.00

Рис. 5. Витрати на оплату праці

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Витрати на приміщення	0.00	0.00	21 440.00	21 290.00	20 990.00	21 090.00	21 190.00	21 190.00	21 140.00	16 120.00	16 180.00	15 690.00	196 320.00
Транспортування/ автомобіль	0.00	0.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	0.00	0.00	72 000.00
Плата за використання телефону	0.00	0.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	2 500.00
Офісні витратні матеріали/ пошта	0.00	0.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	300.00
Реклама/ промо-акції	40 000.00	62 000.00	30 300.00	9 000.00	38 000.00	45 000.00	8 500.00	0.00	15 000.00	9 000.00	11 500.00	28 000.00	296 300.00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ліцензії та дозволи	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Страховання	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Безнадійні борги	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Відсотки за кредитами	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Різне:	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Знос (амортизація)	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	3 855.95	46 271.40
Інше: запчастини, масло, мийка машини	0.00	0.00	500.00	500.00	500.00	400.00	400.00	400.00	500.00	500.00	0.00	0.00	3 700.00
Всього витрати	43 855,95	65 855,95	65 375,95	43 925,95	72 625,95	79 625,95	43 225,95	34 725,95	49 775,95	38 755,95	31 815,95	47 825,95	617 391,40

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

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Професійна відеокамера для зйомки заходів	48 000,00	1 лютого 2025 року	60,00	800,00
Потужний ноутбук для графічного дизайну та SMM	42 000,00	1 березня 2025 року	36,00	1 166,67
Комплект освітлювального обладнання (LED-панелі)	28 000,00	1 березня 2025 року	48,00	583,33
Мобільний виставковий стенд (конструкція + банерна система)	32 000,00	1 квітня 2025 року	84,00	380,95
Професійний звукопідсилювальний мікрокомплект	19 500,00	1 квітня 2025 року	60,00	325,00
Фотоапарат з додатковими об'єктивами	36 000,00	1 травня 2025 року	60,00	600,00
Загальна вартість капітального обладнання	205 500,00		Всього місячна амортизація	3 855,95

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

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	208 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0
Регістрація, ліцензії, дозволи	500
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	30000
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	0
Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача	75000
Резерв обігових коштів	20000
Земельна ділянка:	0,00
Інше: автомобіль	450 000,00
Всього початкові витрати	783 500,00

Рис. 8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
3	Джерела фінансування
4	Власні кошти засновників
5	Інвестиції партнерів (грошовий внесок)
6	Негрошовий внесок партнерів (обладнання для зйомки та сайту)
7	Грант на розвиток креативних індустрій
8	Позика від родичів
9	Інші позикові кошти (короткострокові)
10	Довгострокові зобов'язання відсутні
11	Банківська позика власника
12	З усіх джерел фінансування
14	Статті витрат
15	Оренда офісного приміщення (перші 2 місяці)
16	Обладнання (камера, освітлення, ноутбук, стелі, звук)
17	Медіа та офісні робочі місця
18	Юридичні послуги та реєстрація
19	Вухгалтерський супровід на старті
20	Ліцензії та дозволи (якщо будуть потрібні)
21	Первинні маркетингові матеріали (брендинг, сайт)
22	Реклама та промо-активності запуску
23	Депозит за оренду
24	Облогові кошти на операційні витрати
25	Інше: придбання додаткових аксесуарів / техніки
26	Інше: автомобіль
27	Усі статті витрат
28	Початковий баланс грошових коштів

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

Звіт про прибутки та збитки (проект)														
		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
4	ДОХОД													
5	Валовий дохід	162 136 000,00	146 720 000,00	270 120 000,00	302 040 000,00	191 240 000,00	153 440 000,00	203 840 000,00	234 036 000,00	286 340 000,00	31 632 000,00	1 208 000 000,00	14 300 000,00	3 263 844 000,00
6	Валова собівартість реалізованої продукції (змінна вартість) (стандартна вартість)	70 880 000,00	64 800 000,00	115 800 000,00	132 000 000,00	90 600 000,00	74 400 000,00	97 600 000,00	136 690 000,00	127 200 000,00	24 880 000,00	486 000 000,00	6 600 000,00	0,00
7	Валовий прибуток	91 275 000,00	82 220 000,00	154 320 000,00	170 040 000,00	100 640 000,00	79 040 000,00	106 240 000,00	157 356 000,00	159 140 000,00	6 372 000,00	713 000 000,00	7 700 000,00	3 263 844 000,00
8	Валовий прибуток (%)	0,00	0,00	0,00	0,00	52,62	51,51	52,02	63,52	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
9	ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ													
10	Оплата праці/чоловіки за наймом	109 800,00	123 800,00	123 800,00	123 800,00	123 800,00	123 800,00	123 800,00	123 800,00	123 800,00	90 600,00	90 600,00	90 600,00	1 372 000,00
11	Витрати на приміщення	0,00	0,00	21 440,00	21 290,00	20 990,00	21 090,00	21 190,00	21 190,00	21 140,00	16 120,00	16 180,00	15 890,00	196 320,00
12	Транспортування/автомобіль	0,00	0,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	0,00	0,00	72 000,00
13	Плата за використання телефону	0,00	0,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	2 500,00
14	Офісні витрати/матеріали/документи	0,00	0,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	290,00
15	Реклама/промо-акції	40 000,00	62 000,00	30 300,00	6 000,00	36 000,00	45 000,00	8 500,00	0,00	15 000,00	9 000,00	11 500,00	26 000,00	296 300,00
16	Юридичні/бухгалтерські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	Ліцензії та дозволи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18	Стратегія	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
19	Банківські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
20	Відсотки за кредитом	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21	Резервування/робочі обліки/платіжні картки	0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	1 000,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00
22	Знос (амортизація)	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	3 855,95	46 271,40
23	Інше: запчастини, масло, мийна машина	0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	0,00	0,00	3 700,00
24	ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ	153 855,95	169 655,95	169 175,95	169 225,95	159 225,95	204 425,95	167 025,95	180 525,95	173 575,95	128 355,95	122 415,95	138 415,95	1 963 381,40
25	Прибуток (збиток) до оподаткування	91 122 344,05	82 030 344,05	154 130 824,05	169 871 774,05	100 443 974,05	78 835 574,05	105 872 974,05	157 135 474,05	156 966 424,05	6 842 644,05	712 877 584,05	7 561 584,05	1 825 730 618,60
26	Податки з ФОП (судинні соціальні внески, судинні податки з військової служби)													
27	Прибуток (збиток) після оподаткування	91 122 344,05	82 030 344,05	154 130 824,05	169 871 774,05	100 443 974,05	78 835 574,05	105 872 974,05	157 135 474,05	156 966 424,05	6 842 644,05	712 877 584,05	7 561 584,05	1 825 730 618,60

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

А		В		С		D		E		F		G		H		I		J		K		L		M		N		O		P			
Позиція на початку		Звіт про рух грошових коштів (проект)																															
		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ		МСФЗ	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ВСЬОГО ЗА РІК																			
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК		114 899.00	11 453 989.00	21 327 289.00	41 842 280.00	62 538 519.00	71 445 346.00	77 365 779.00	86 483 009.00	101 732 736.00	120 733 519.00	115 169 519.00	228 841 950.00	228 457 290.00																			
ОРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ																																	
Від продажу грошових		62 248 200.00	74 980 000.00	136 800 000.00	153 280 000.00	160 200 000.00	160 720 000.00	168 880 000.00	182 136 000.00	198 270 000.00	19 152 000.00	608 300 000.00	7 150 000.00																				
Від дивидендів		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Відсотки та пенія		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Інвестиції		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Інше		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Всього отримання		62 248 200.00	74 980 000.00	136 800 000.00	153 280 000.00	160 200 000.00	160 720 000.00	168 880 000.00	182 136 000.00	198 270 000.00	19 152 000.00	608 300 000.00	7 150 000.00																				
ПОЧАТКОВІ ВИПАТКИ																																	
Платіжний курс		70 800 000.00	64 930 000.00	115 800 000.00	132 000 000.00	140 800 000.00	140 400 000.00	138 800 000.00	136 800 000.00	127 200 000.00	24 900 000.00	495 000 000.00	6 800 000.00	0.00																			
Сплата податку		109 800.00	123 800.00	123 800.00	123 800.00	123 800.00	123 800.00	123 800.00	123 800.00	123 800.00	90 000.00	90 000.00	90 000.00	1 372 000.00																			
Виплати на придбання		0.00	0.00	21 440.00	21 260.00	20 960.00	21 960.00	21 960.00	21 960.00	21 960.00	16 120.00	16 120.00	16 120.00	196 320.00																			
Транспортні витрати		0.00	0.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	9 000.00	73 000.00																			
Плати за використання ліцензій		0.00	0.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	2 300.00																				
Офисні витрати матеріали тощо		0.00	0.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	290.00																				
Рекламні витрати		75 000.00	62 000.00	20 300.00	9 000.00	36 000.00	45 000.00	45 000.00	45 000.00	45 000.00	9 000.00	11 900.00	28 000.00	286 300.00																			
Юридичні бухгалтерські послуги		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Регістрація платіжної картки		500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Інше		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Повідомлення та установка капітального обладнання		208 000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Позачасові витрати та витрати власників		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Інше		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00																				
Інше		0.00	0.00	0.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	1 000.00	2 000.00	0.00	0.00	4 000.00																			
Всього виплати		71 059 800.00	64 483 989.00	115 944 820.00	132 163 870.00	140 792 370.00	140 400 000.00	138 800 000.00	136 800 000.00	127 200 000.00	24 755 000.00	495 118 560.00	6 734 560.00																				
Оборот грош. коштів до сплати		11 453 000.00	21 327 289.00	41 842 280.00	62 538 519.00	71 445 346.00	77 365 779.00	86 483 009.00	101 732 736.00	120 733 519.00	115 169 519.00	228 841 950.00	228 457 290.00																				
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ		11 453 000.00	21 327 289.00	41 842 280.00	62 538 519.00	71 445 346.00	77 365 779.00	86 483 009.00	101 732 736.00	120 733 519.00	115 169 519.00	228 841 950.00	228 457 290.00																				

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

БАЛАНС	
1	
2	
3	Баланс за період: 2025 рік
4	
5	АКТИВИ
6	Оборотні активи
7	Грошові кошти 228 457 390.00
8	Дебіторська заборгованість 0.00
9	Запаси готової продукції (сировини) 0.00
10	Завдання (виплати наперед) 0.00
11	Інше 0.00
12	Всього оборотні активи 228 457 390.00
13	Позаоборотні активи
14	Земля 0.00
15	Будівлі (нерухомі активи) 0.00
16	Обладнання (виробничі засоби) 186 375.00
17	Інше: автомобіль 450 000.00
18	Всього позаоборотні активи 638 375.00
19	ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ 229 095 765.00
20	
21	ПАСИВИ
22	Короткострокові зобов'язання
23	Кредиторська заборгованість 0.00
24	Податкові зобов'язання (до сплати) 0.00
25	Інше 0.00
26	Всього короткострокові зобов'язання 0.00
27	Довгострокові зобов'язання
28	Довгострокові позики 0.00
29	Потенційні зобов'язання (до сплати) 0.00
30	Інше 0.00
31	Всього довгострокові зобов'язання 0.00
32	ВСЬОГО ПАСИВИ 0.00
33	Капітал власників 229 095 765.00
34	Всього капітал власників та пасиви 229 095 765.00
35	
36	
37	

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

У результаті проведеного дослідження визначено стратегічний потенціал та маркетингову обґрунтованість відкриття нового виду бізнесу в сфері організації та маркетингового супроводу подій і виставок. Вивчено сучасний стан ринку івент-індустрії в місті Тернопіль і регіоні, проаналізовано конкурентне середовище та визначені ключові сегменти цільової аудиторії, серед яких корпоративні клієнти малого та середнього бізнесу (40%), державні установи (25%), організатори виставок і конференцій (20%) та громадські організації (15%). На основі аналізу ринкової кон'юнктури, прогнозів зростання галузі на рівні 8–10% на рік і демографічних тенденцій сформовано обґрунтовану концепцію маркетингової політики, цінової стратегії та системи промоційних заходів щодо залучення та утримання клієнтів. Визначено систему цінових параметрів і каналів реалізації послуг, що базуються на багатоканальній моделі, з акцентом на онлайн-заявки, партнерські мережі та B2B-перемовини. Встановлено фінансові показники діяльності: плановий обсяг реалізації послуг у перший рік становитиме близько 14,4 млн грн, а у другий - 18 млн грн, що забезпечить стабільний розвиток і розширення клієнтської бази.

Досліджено операційний та фінансовий аспекти запуску бізнесу, розроблено детальний маркетинговий план, включно з рекламними активностями, бюджетним розподілом та системою промоційних заходів, а також сформовано операційний і управлінський план для забезпечення ефективної реалізації проєкту. Визначено місце розташування офісу у центрі міста Тернополя з орендною платою 450–520 грн/м², підготовку приміщення та технічне обладнання, а також систему контролю якості роботи. Управлінська команда сформована з висококваліфікованих фахівців, кожен із яких має відповідний досвід і компетенції у сфері маркетингу, організації заходів, дизайну та технічного супроводу. В рамках фінансового плану заплановані капітальні витрати - понад 210 тис. грн на стартові заходи і майже 177 тис. грн щомісячних операційних витрат, а також прогнозований чистий прибуток

у сумі понад 12,4 млн грн за перший фінансовий рік, що підтверджує високу рентабельність проекту.

Проведене дослідження підтвердило життєздатність і перспективність відкриття нового виду бізнесу у сфері івент-маркетингу в регіоні. Розроблений фінансово-економічний і маркетинговий план дозволяє спрогнозувати стабільне зростання доходів, розвиток клієнтської бази та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Враховуючи прогнозовану точку беззбитковості - близько 472 млн грн річних надходжень, - підприємство має достатній запас для подальшого масштабування та диверсифікації послуг. Водночас, для підвищення ефективності бізнес-моделі рекомендується зосередитись на активній роботі з цифровими платформами, розширенні партнерських мереж і впровадженні інноваційних маркетингових інструментів для залучення нових сегментів клієнтів та підвищення лояльності існуючих.

Рекомендується також зосередити увагу на розвитку системи CRM та аналітичних інструментів для більш точного сегментування цільової аудиторії, диференційованого ціноутворення та удосконалення системи лояльності клієнтів. Важливо налагодити тісну співпрацю з місцевими органами влади, бізнес-асоціаціями і професійними об'єднаннями для розширення портфелю послуг і підвищення репутаційних позицій підприємства. У перспективі це сприятиме формуванню сталого і конкурентоспроможного бізнесу, здатного швидко адаптуватися до змін ринкової ситуації та технологічних трендів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варналій З.С., Васильців Т.Г., Лупак Р.Л. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навч. посіб. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
2. Гавриш О., Бояринова К., Копішинська К. Розробка стартап-проектів: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
3. Грицюк Н.О. Бізнес-модель стартапу: сутність, види та можливості для застосування. *Науковий вісник Полісся*. 2022. Вип. 1 (24). С. 93-107.
4. Грицюк Н.О., Івашко О.А., Сак Т.В. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 172 с.
5. Данченко О. Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проектах: навч. посіб. Київ: Університет економіки та права “КРОК”. 2021. 224 с.
6. Подальчак Н. Ю., Шаповалова Т. В. Технології розробки стартапів: навч. посіб. Київ: МФСА, 2021. 128 с.
7. Рибіна О. І., Шепілов Д. О., Писаренко К. О. Сила «лайку». Вплив маркетингу в соціальних мережах на залучення клієнтів. *Вісник СумДУ*. 2020. № 1. С. 118–123.
8. Сак Т. В., Черчик Л.В. Особливості управління розвитком стартапів в Україні. *Теорія та практика менеджменту: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф. (12 травня 2021 р.)*. Луцьк, 2021. С. 97–98.
9. Солнцева С.О., Солнцев С.О., Зозульов О.В., Юдіна Н. В., Царьова Т. О., Язвінська Н. В. Маркетинг стартап-проектів: навч. посіб. для усіх 33 спеціальностей другого освітнього ступеню “магістр”. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с.
10. Фукс К. В. Особливості маркетингу стартапу крізь його життєвий цикл. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*, 2023. № 39. С. 47-52.
11. Хрупович С., Борисова Т. Методичні вказівки до написання міждисциплінарної курсової за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075

Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування. Тернопіль: ЗУНУ 2025.

54 с.