

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (агенція з просування освітніх курсів онлайн) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-41

Онишків Х.М.

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. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ АГЕНЦІЯТЗ ПРОСУВАННЯМ ОСВІТНІЇ КУРСІВ ОНЛАЙН «SMARTPUSH»	5
1.1. Компанія та її продукти (послуги)	5
1.2. Дослідження та аналіз ринку	6
1.3. Маркетинговий план	11
1.4. Операційний план	14
1.5. Управлінська команда	16
1.6. Фінансовий план	17
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ	20
ВИСНОВОК	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	32

ВСТУП

Актуальність теми зумовлена стрімким розвитком ринку онлайн-освіти, який активізувався під час пандемії COVID-19 та закріпився через воєнні події в Україні. Онлайн-формат став зручним, безпечним і гнучким способом здобуття знань. Молоде покоління, зокрема покоління Z, дедалі частіше обирає навчання вдома, цінуючи свободу вибору, комфорт і можливість поєднувати освіту з роботою. У цих умовах відкриття агенції з просування онлайн-курсів є своєчасним і перспективним рішенням, що сприятиме ефективному розвитку сфери онлайн-освіти в Україні.

Метою курсової роботи є розробка проєкту відкриття нового виду бізнесу — агенції з просування освітніх курсів онлайн — та його маркетингове обґрунтування. У межах роботи передбачається визначити цільову аудиторію, проаналізувати ринок онлайн-освіти, розробити стратегію просування освітніх продуктів і оцінити фінансові показники ефективності діяльності агенції.

Завданнями проєкту є:

1. Охарактеризувати діяльність агенції з просування освітніх курсів онлайн — визначити її місію, основні послуги, форму власності (ФОП) та цілі створення.
2. Провести дослідження та аналіз ринку освітніх послуг в Україні, зокрема оцінити попит на онлайн-курси, рівень конкуренції серед агентств із просування та перспективи розвитку цього напрямку.
3. Розробити маркетингову стратегію агенції, визначити цільові аудиторії, позиціонування бренду, ключові канали комунікації та способи залучення клієнтів.
4. Скласти операційний план діяльності підприємства, описати основні процеси роботи, ресурси, інструменти та етапи реалізації проєкту.
5. Розробити управлінську структуру агенції, визначити основні функції, ролі та обов'язки членів команди.

6. Провести фінансове планування проєкту, розрахувати початкові інвестиції, прогнозовані витрати й доходи, точку беззбитковості та термін окупності бізнесу.

7. Підготувати економічне обґрунтування ефективності відкриття агенції, зробити висновки та надати пропозиції щодо подальшого розвитку бізнесу.

Об'єктом дослідження є ринок послуг у сфері онлайн-освіти, зокрема маркетингові стратегії та методи просування освітніх продуктів у цифровому середовищі.

Предметом дослідження є діяльність агентств із просування онлайн-курсів, їх бізнес-моделі, інструменти маркетингу та способи залучення цільової аудиторії.

У процесі виконання курсової роботи буде використано комплекс наукових, методологічних та емпіричних методів дослідження.

Наукову базу становлять теоретичні підходи до розвитку підприємництва, інтернет-маркетингу та онлайн-освіти. У роботі використовуються праці відомих дослідників у сфері маркетингу, брендингу та освітніх технологій, зокрема Ф. Котлера, Е. Райса, Дж. Траута, а також сучасні дослідження з цифрового маркетингу та просування освітніх продуктів.

Методологічну основу складають методи стратегічного та маркетингового аналізу — SWOT-аналіз, конкурентний аналіз та метод бізнес-моделювання. Крім того, застосовуються методи фінансового планування, прогнозування витрат і прибутків, а також оцінювання ризиків.

Емпірична база роботи ґрунтується на аналізі сучасного ринку онлайн-освіти в Україні, статистичних даних про його розвиток, звітах міжнародних платформ дистанційного навчання та практичних прикладах просування освітніх курсів різними агентствами й компаніями.

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ АГЕНЦІЯТЗ ПРОСУВАННЯМ ОСВІТНІЙ КУРСІВ ОНЛАЙН «SMARTPUSH»

1.1. Компанія та її продукти (послуги)

«SmartPush» — маркетингова агенція, що спеціалізується на просуванні освітніх курсів, вебінарів, тренінгів та навчальних платформ. Основна концепція компанії полягає у реалізації маркетингу «під ключ», який охоплює повний цикл робіт — від аналітики та розробки бренду до запуску рекламних кампаній і оптимізації результатів.

Такий підхід дозволяє агенції швидко масштабуватися та забезпечувати довготривалу присутність на ринку серед активних конкурентів, зміцнюючи репутацію надійного партнера в галузі освітнього маркетингу.

Маркетингова агенція «SmartPush» буде створена у формі фізичної особи підприємця з групи. Така організаційно-правова форма характеризується спрощеною системою управління та обліку, мінімальними вимогами до ведення документації, відсутністю статутного капіталу. Така форма дає можливість швидко розпочати підприємницьку діяльність, мінімізувати витрати на адміністрування бізнесу й зосередитися на наданні послуг. Для маркетингової агенції це забезпечує гнучкість, оперативність та простоту ведення операцій [2].

Основні напрями послуг агенції «SmartPush»:

1. Маркетингові дослідження та аналітика:

- аналіз ринку, конкурентів і цільової аудиторії;
- визначення унікальної торгової пропозиції (УТП);
- формування позиціонування бренду.

2. Створення бренду та айдентики:

- розробка назви, логотипу, фірмового стилю, слогану;
- візуальна айдентика: кольори, шрифти, графічні елементи;
- розробка брендбуку (посібника із використання фірмового стилю);
- друк, пакування, рос-матеріали.

2. Створення та оформлення онлайн-присутності:

- ux/ui дизайн;
- розробка сайту або лендингу;
- seo-оптимізація для пошукових систем;
- налаштування аналітики (Google Analytics 4).

4. Розробка рекламної стратегії:

- вибір каналів просування (соцмережі, Google Ads, email-маркетинг);
- планування бюджету і КРІ (ключових показників ефективності);
- підготовка контент-плану.

5. Запуск і ведення рекламних кампаній:

- таргетована реклама у Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn;
- контекстна реклама (Google Ads, YouTube);
- email-маркетинг та автоматизація розсилок;

6. Контент-маркетинг та smm:

- ведення сторінок у соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Threads, Telegram);
- написання текстів для постів, сайтів, блогів;
- створення фото- та відеоконтенту для реклами;
- візуальне оформлення (банери, storis, обкладинки для reels; shorts; preview).

7. Аналітика та оптимізація:

- відстеження результатів рекламних кампаній;
- оптимізація витрат і підвищення ефективності;
- звітування перед клієнтом із конкретними показниками.

1.2. Дослідження та аналіз ринку

Цільову аудиторію можна поділити на такі сегменти:

Сегмент 1. Індивідуальні автори онлайн-курсів - викладачі, експерти, коучі, блогери, фахівці, які самостійно створюють та продають свої курси чи тренінги.

Потреба в допомозі у створенні власного бренду, професійного оформлення курсу та запуску реклами для стабільного залучення учнів.

Сегмент 2. Онлайн-школи та освітні платформи - організації, що пропонують велику кількість курсів, тренінгів і навчальних програм у різних напрямках.

Потреба в комплексній маркетинговій стратегії, масштабування реклами та системного просування бренду для збільшення кількості слухачів.

Сегмент 3. Приватні навчальні центри та репетиторські школи - невеликі навчальні заклади, які переходять до онлайн-формату або поєднують офлайн і дистанційне навчання.

Потреба в сучасній онлайн-присутності, ефективної реклами та підвищення впізнаваності для залучення нових клієнтів.

Сегмент 4. Організатори вебінарів і онлайн-конференцій - фахівці або компанії, що проводять навчальні заходи, презентації та майстер-класи онлайн.

Потреба в швидкому створенню рекламних кампаній, професійного оформлення заходів і аналітики результатів для підвищення ефективності подій [1].

На національному рівні після пандемії та початку війни ринок дистанційного навчання став більш відпрацьованим: навчальні заклади і комерційні курси активніше використовують онлайн-формати, LMS-рішення, вебінари й автоматизовані воронки продажів. Це означає, що не лише великі міста Київ, Львів, Одеса генерують попит — регіональні центри починають інтенсивніше підключатися до цифрової освіти і потребують локалізованих маркетингових рішень. У контексті Тернополя ринок просування освітніх послуг формується під впливом кількох факторів: наявності шкіл, коледжів, ліцеїв, університетів, активної ІТ-спільноти, місцевих навчальних центрів і зростаючого попиту на ІТ-та професійні курси. Локальні ініціативи стимулюють попит на курси з програмування, маркетингу, дизайну та бізнес-навичок, отже зростає потреба в грамотному digital-просуванні цих продуктів.

Орієнтовний річний потенціал зростання попиту на послуги маркетингової агенції, що спеціалізується на просуванні онлайн-курсів у Тернопільській області, становить 8–12% упродовж найближчих 3–5 років. Така оцінка базується на загальнонаціональних тенденціях відновлення ринку реклами, розвитку IT-сектора та активізації регіональної освітньої й IT-екосистеми. [7]

У результаті дослідження ринку було встановлено, що в Україні, зокрема у місті Тернополі, відсутні маркетингові агенції, які спеціалізуються виключно на просуванні онлайн-освіти. Водночас на ринку функціонують маркетингові агенції, що працюють у кількох галузях одночасно та пропонують послуги комплексного маркетингового супроводу «під ключ». У ході аналізу було виявлено кілька маркетингових агенцій Тернополя, які надають широкий спектр послуг у сфері цифрового маркетингу, реклами та брендингу, однак не мають чіткої спеціалізації саме у напрямі просування освітніх онлайн-проектів. Серед яких агенція BARSKA REALISE надає наступні послуги:

- комплексне ведення інстаграму;
- налаштування таргетованої реклами;
- ведення тікток під ключ;
- створення SMM стратегії;
- контент- зйомка під ключ: фото та відео (формуємо ідеї, організуємо моделі, студію, реквізит, знімаємо та монтуємо та обробляємо матеріал) ;
- зйомка reels для контенту або таргету;
- індивідуальна консультація: (аналізуємо ваш блог та складаємо план просування, поради та рекомендації);
- графічний дизайн.

Агенція TAP TAP надає такі послуг:

- ведення Tik Tok під ключ;
- one day зйомка;
- консультації та навчання для inhouse.

Агенція GO MEDIA надає такі послуги:

- зовнішня реклама;
- вивіски;
- брендування авто та магазинів;
- дизайн та брендинг;
- smm;
- створення та просування сайтів;
- цифровий та широкоформатний друк;
- маркетинговий супровід.

Агенція GUCHKA надає такі послуги:

- tik tok пакет «база основа»;
- tik tok пакет «база основа 2.0»;
- tik tok пакет «повний жир»;
- instagram пакет «база основа»;
- instagram пакет «повний жир».

Агенція PR MEDIA COMPANY надає такі послуги:

- pr-послуги брендам та політикам;
- написання стратегій для розвитку - розробка рекламних ідей;
- написання текстів, smm-ведення;
- фото, відеозйомка, режисерський супровід;
- виготовлення аудіороликів;
- координація та супровід ділових подій.

Сильні сторони конкурентів полягають у глибокій спеціалізації. BARSKA REALISE, GUCHKA і TAP TAP мають експертизу в TikTok та Instagram, створюють контент, демонструючи швидкі результати у залученні аудиторії. GO MEDIA поєднує офлайн і онлайн-маркетинг, надаючи послуги з брендування та зовнішньої реклами, а PR MEDIA COMPANY вирізняється комунікаційною експертизою, PR-підтримкою та креативним продакшном.

Основна слабкість конкурентів — відсутність комплексності. Більшість із них не проводять глибоких маркетингових досліджень, не пропонують SEO,

аналітики чи системної роботи з KPI. Їхні рішення ефективні короткостроково, але не формують довгострокову маркетингову стратегію.

На цьому тлі «SmartPush» має ключову перевагу — повний цикл послуг: від маркетингових досліджень і створення бренду до запуску реклами та аналітики результатів. Серед сильних сторін — стратегічне мислення, комплексний підхід, SEO, брендинг, сайтинг і звітність.

Водночас слабкими сторонами є відсутність вузької спеціалізації — через широкий спектр напрямів агенція не має чіткого фокусу на одній конкретній ніші. Це може зумовлювати нижчий рівень експертності у деяких сферах порівняно з конкурентами, які спеціалізуються, наприклад, лише на креативному продакшні чи SMM. Однак загалом агенція «SmartPush» вирізняється системністю, аналітичністю та орієнтацією на довгостроковий результат, що дозволяє позиціонувати її як digital-агентство повного циклу.

Станом на 2025 рік обсяг ринку маркетингових сервісів в Україні, за оцінками ВРК, становить 6 246 млн грн, що демонструє прогнозоване зростання на 23 % порівняно з 2024 роком. Загальний рекламно-комунікаційний ринок також показує стійкий висхідний тренд, хоча оновлений прогноз не містить точної цифри щодо його загального обсягу.

Динамічне зростання маркетингового сегменту свідчить про активне відновлення бізнес-активності та підвищення попиту на професійні маркетингові рішення — зокрема у напрямках trade-маркетингу, digital-комунікацій, програм лояльності (email-розсилки, управління базами даних) та event-маркетингу. У прогнозах зазначається, що ринок рухається в бік інтегрованих комунікацій, де зростає роль аналітики, брендингу та роботи з даними.

У таких умовах маркетингові агенції матимуть стабільний і зростаючий попит, оскільки бізнесу потрібні комплексні та професійні рішення, які забезпечують швидку адаптацію до ринкових змін та ефективність комунікаційних стратегій [8].

1.3. Маркетинговий план

Для виходу на ринок Тернополя маркетинговій агенції «SmartPush» доцільно обрати комбіновану стратегію проникнення та диференціації. Її основна мета — оперативне залучення клієнтів, створення впізнаваного бренду та закріплення позицій на локальному ринку [6].

Агенція пропонуватиме комплекс маркетингових послуг «під ключ», що охоплює повний цикл просування — від дослідження ринку та розробки бренду до запуску рекламних кампаній і подальшого аналізу їхньої ефективності. Такий підхід забезпечує конкурентну перевагу, оскільки клієнт отримує всі необхідні послуги в межах однієї компанії — від стратегії до реалізації.

Пропонований формат співпраці є гнучким і універсальним, тому підходить:

- початківцям бізнесу, які лише виходять на ринок і потребують створення бренду з нуля;
- малому та середньому бізнесу, що прагне системно розвивати маркетинг і посилити свою присутність онлайн;
- діючим компаніям, які планують ребрендинг, оновлення позиціонування чи зміну комунікаційної стратегії відповідно до сучасних тенденцій [4].

Тактикою реалізації проекту «SmartPush» є:

1. Активність у соціальних мережах:
 - створення та регулярне ведення сторінок у Instagram, Threads, TikTok;
 - запуск рекламних кампаній таких як: таргетована, google реклами та ugs для підвищення впізнаваності бренду та просування послуг; агенції;
 - публікація контенту, що демонструє цінності, результати роботи та експертність команди.
2. PR-активності та медійна присутність:
 - співпраця зі ЗМІ та публікація статей про діяльність агенції та її успішні кейси;

- участь у професійних подкастах, інтерв'ю та тематичних онлайн/офлайн заходах;

- розміщення пресрелізів і новин про досягнення компанії.

3. Створення освітнього контенту:

- розробка навчальних матеріалів, гайдів і чек-листів для бізнесу;

- проведення вебінарів, майстер-класів і тренінгів з маркетингу та реклами;

- формування іміджу агенції як експертного центру у сфері digital-маркетингу.

4. Колаборації з місцевим бізнесом і блогерами :

- спільні рекламні кампанії та колабораційні проєкти з локальними брендами;

- підтримка соціальних ініціатив та участь у бізнес-спільнотах регіону;

- взаємний PR через партнерські публікації й обмін аудиторією.

5. Робота з клієнтськими відгуками та рекомендаціями:

- збір і публікація відгуків задоволених клієнтів на сайті та в соцмережах;

- використання кейсів і історій успіху для демонстрації результатів роботи;

- мотивація клієнтів до залишення відео- або текстових відгуків.

6. Участь у професійних подіях:

- виступи представників агенції на конференціях, форумах і виставках;

- участь у конкурсах, преміях і рейтингах галузі маркетингу;

- нетворкінг і формування партнерських зв'язків із лідерами ринку.

На початковому етапі діяльності раціонально реалізувати курс дій швидкого виходу на ринок, зосередившись на пошуку клієнтів із конкретними маркетинговими запитами. Успішне виконання таких проєктів дозволить здобути практичний досвід, сформувати портфоліо результативних кейсів та створити репутаційну базу для подальшого зростання.

На наступному етапі розвитку агенція планує розширити клієнтську базу, зосередившись на компаніях, зацікавлених у довгостроковій співпраці та комплексному маркетинговому супроводі. Це сприятиме зміцненню позицій «SmartPush» на регіональному ринку, підвищенню впізнаваності бренду та забезпеченню стійкого розвитку компанії в конкурентному середовищі.

Ціноутворення є ключовим елементом стратегічного управління діяльністю маркетингової агенції «SmartPush», оскільки воно визначає конкурентоспроможність компанії та рівень її прибутковості. Основний підхід до формування цінової політики полягає у встановленні оптимального співвідношення між вартістю послуг, їхньою якістю та цінністю для клієнта.

Ціни визначатимуться з урахуванням ринкових умов, попиту на маркетингові послуги, обсягу робіт та індивідуальних потреб клієнтів. Такий підхід дозволить одночасно забезпечити доступність пропозицій для різних сегментів ринку та підтримувати стабільний рівень прибутковості компанії.

Відповідно до цього підходу, агенція впроваджуватиме систему пакетів послуг, що враховує різні рівні потреб клієнтів:

1. Стартовий пакет (від 35 000 грн) - призначений для малого бізнесу або нових брендів:

- маркетингові дослідження.
- айдентика (логотип + кольори + шрифти)
- слоган Контент-план на місяць
- стратегія просування

Результат - готовий бренд із чіткою стратегією позиціонування та стилем для старту.

2. Середній пакет (від 75 000 грн) - націлений на компанії, які вже працюють і хочуть рости:

- маркетингові дослідження
- повна айдентика + брендбук UX/UI дизайн лендингу SEO + аналітика
- рекламна стратегія

- підготовка контенту для соцмереж

Результат - системний бренд + готовий сайт + стратегія просування.

3. Преміум пакет (від 120 000 грн) - розрахований на компанії, які хочуть отримати все «під ключ»:

- цілісний комплекс для потужного запуску бренду
- комплексне рішення маркетингових досліджень
- розробка бренду та айдентики (логотип, фірмовий стиль, слоган, брендбук, пакування)
- розробка сайту з UX/UI дизайном SEO + аналітика
- повна рекламна стратегія + запуск реклами (1 місяць)
- контент-маркетинг (1 місяць ведення соцмереж)
- аналітика, оптимізація, звіт

Результат - бренд, сайт, реклама, контент — усе під ключ.

1.4. Операційний план

Офіс маркетингової агенції «SmartPush» розміщуватиметься у центрі міста Тернополя, на вулиці Руській, з вікнами, що виходять на вулицю Паращука. Таке розташування має значну перевагу, а саме є престижним і стратегічно вигідним, адже забезпечує зручний доступ для клієнтів, високу видимість офісу формує довіру з боку клієнтів та позитивно впливає на імідж компанії. Водночас недоліком є порівняно висока вартість оренди, притаманна офісам у діловій частині міста.

Офісна площа становить 45 м², а щомісячна орендна плата — 400 доларів. Приміщення обладнане центральним опаленням, має санвузол із душем, колонку для нагріву води та теплу підлогу, доступ до Інтернету, що забезпечує комфортні умови для роботи протягом року. Простір виконано у форматі open space, що дозволяє ефективно організувати робочі місця та зону відпочинку [9].

Приміщення перебуває у чудовому стані та повністю готове до використання — достатньо лише встановити власні меблі. Загалом, офіс

відповідає потребам агенції та сприятиме ефективній роботі команди і зручній взаємодії з клієнтами.

Щоб зробити офіс більш зручним і функціональним для роботи співробітників та проведення зустрічей із клієнтами, необхідно додатково придбати меблі, комп'ютерну та офісну техніку: 10 столів та крісел та шафу для документів (ціна 2 211 гривень за стіл та 2 900 гривень за стілець, шафа – 2 686 гривень). Десять комп'ютерних набори туди входить: системний блок, монітор, клавіатура, миша ціна - 40 000 гривень. Принтер (8 999 гривень).

Початковий етап уже виконано — проведено аналіз ринку, конкурентного середовища, цільової аудиторії, а також визначено тон комунікації, позиціонування, місію та цінності бренду.

Наступним кроком є реалізація розроблених стратегій і планів агенції. Перш за все слід перейти до формування візуальної ідентичності бренду — розроблення елементів брендингу, зокрема: логотипа, фірмової кольорової палітри, шрифтів, іконок, патернів, графічних елементів та брендovаних матеріалів.

Також важливо створити вебсайт агенції, на якому будуть представлені основні розділи: «Послуги», «Кейси», «Про нас», «Блог» та «Відгуки». Це дозволить клієнтам детально ознайомитися з діяльністю компанії, її досвідом і результатами роботи [3].

Окрім цього, агенція матиме активний Instagram-профіль, де регулярно публікуватимуться успішні приклади робіт клієнтів, корисні поради, процеси створення проєктів та відгуки клієнтів. Наявність Instagram допоможе сформувати довіру та сильний особистий бренд, показати стиль та підхід агенції, а також залучати нових потенційних клієнтів через візуальний контент та корисний контент.

Після розробки повної візуальної концепції бренду можна переходити до запуску рекламної кампанії та активного залучення клієнтів.

Агенція надає клієнтам повний комплекс послуг — від первинної консультації та заповнення брифу до реалізації проєкту та подальшого аналізу й оптимізації результатів.

Важливим аспектом діяльності компанії є підтримання позитивної репутації, тому збір відгуків клієнтів має вагоме значення. Зворотний зв'язок допомагає вдосконалювати роботу агенції та підвищувати якість наданих послуг.

1.5. Управлінська команда

Штат працівників агенції «SmartPush» є її головним активом і запорукою стабільного розвитку. Команда складається з фахівців, які поєднують креативність, аналітичне мислення та технічну експертизу. Компанія орієнтується на професіоналів, що прагнуть постійного вдосконалення, розвитку власних навичок і досягнення спільних результатів.

Структура команди охоплює такі ключові напрями:

1. Маркетолог-аналітик – проводить дослідження ринку, формує маркетингові стратегії та визначає ефективні напрями розвитку;
2. SMM-спеціаліст – відповідає за розвиток бренду у соціальних мережах і створення контенту, що залучає аудиторію;
3. Web та UI/UX-дизайнер – розробляє зручні та естетичні інтерфейси для цифрових продуктів;
4. Full Stack Developer – забезпечує технічну реалізацію веб та мобільних проєктів та підтримку онлайн-платформ;
5. SEO-спеціаліст – оптимізує сайти для покращення їхньої видимості у пошукових системах;
6. Таргетолог – налаштовує ефективні рекламні кампанії у соціальних мережах;
7. Email-маркетолог – створює автоматизовані воронки комунікації з клієнтами [5];

8. Графічний дизайнер – формує візуальний стиль бренду та створює креативні матеріали;

9. Фотограф/відеограф – наповнює контент-стратегію якісними фото- та відеоматеріалами та займається покращенням фото, монтуванням відео.

На початковій фазі розвитку агенції наявного складу спеціалістів є достатньо для забезпечення ефективної роботи та реалізації основних завдань.

Також особливе значення має керівник агенції, який одночасно є лідером і засновником компанії. Він відповідає за стратегічний розвиток компанії, управління персоналом та прийняття ключових рішень. Керівник також сприяє формуванню корпоративної культури, підтримує дружні та продуктивних відносин у колективі і забезпечує успішну роботу команди в цілому.

Директор має досвід управління командою та володіє знаннями з менеджменту, що дозволяє ефективно організовувати робочі процеси та координувати діяльність спеціалістів. Завдяки економічній освіті, він розуміє специфіку роботи команди і може взаємодіяти з нею на професійному рівні. Крім того, керівник пройшов навчання і розвивався в інших напрямках, таких як дизайн та частково програмування, що забезпечує йому базові технічні знання та можливість брати участь у проєктах, розуміючи завдання і виклики кожного члена команди [12].

Таким чином, управлінська команда агенції поєднує професіоналізм ключових спеціалістів та стратегічне управління керівника, що забезпечує ефективну реалізацію проєктів та стабільний розвиток компанії.

1.6. Фінансовий план

Для запуску діяльності агенції «SmartPush» передбачено використання кількох джерел фінансування. Основним джерелом виступають власні кошти засновника, які формують стартовий капітал у розмірі 600 000 тисяч гривень. Позика в друзів та родичів, яка буде потрібна для подальшого масштабування бізнесу 500 000 гривень. Кредит, як джерело фінансування не розглядається.

Разом сума складає 1 100 000 гривень. Ці кошти планується розподілити таким чином:

1. Стартові витрати

- оренда офісного приміщення – близько 16 767 гривень;
- ремонтні роботи – 3000 гривень;
- закупівля необхідної техніки та обладнання для повноцінної роботи команди – 462 797 гривень;

2. Рекламні витрати та вебсайт

- витрати на маркетинг і рекламне просування агенції почнуться у другому кварталі – близько 3000 гривень;
- односторінковий лендинг – 7000 гривень;

На початковому етапі діяльності агентства баланс грошових коштів не мав від'ємного значення. Це стало можливим завдяки правильно спланованим витратам ще на етапі зародження компанії, що забезпечило фінансову стабільність бізнесу в перший рік його функціонування. Розрахунок балансу грошових коштів здійснювався на основі даних таблиці руху коштів за кварталами:

Перший квартал:

Січень — 185 000 тис. грн

Лютий — 230 000 тис. грн

Березень — 340 000 тис. грн

Другий квартал:

Квітень — 535 000 тис. грн

Травень — 645 000 тис. грн

Червень — 530 000 тис. грн

Третій квартал:

Липень — 645 000 тис. грн

Серпень — 685 000 тис. грн

Вересень — 880 000 тис. грн

Кінець року:

Жовтень — 655 000 тис. грн

Листопад — 490 000 тис. грн

Грудень — 380 000 тис. грн

За 2026 рік агенції «SmartPush» отримала чистий прибуток у розмірі 1 718 023, 74 гривень, що підтверджує успішність функціонування компанії та продуману бізнес-стратегію.

З таблиці «Прогноз продаж» можна помітити, що найбільший прибуток агенція отримувала у третьому кварталі. Це зумовлено тим, що попит на послуги агенції був найвищим у серпні–вересні–жовтні. У цей період традиційно зростає потреба в просуванні освітніх продуктів — курсів, шкіл та інших навчальних програм, що й спричинило збільшення обсягу продажів.

Точку беззбитковості визначаємо у кілька етапів

1. Шукаємо загальну вартість продаж, згідно розрахунків вона становитиме 6 200 000 грн.
2. Валова собівартість послуг за рік становитиме 430 720 грн.
3. Величина валового прибутку становитиме 5 769 280 грн.
4. Щоб вирахувати відсоток валового прибутку: $5\,769\,280 / 6\,200\,000 \times 100 = 93\% = (0,93)$
5. Всього поточних видатків 1 718 023, 74 грн.
6. Точка беззбитковості: $1\,718\,023,74 / 0,93 = 1\,847\,337,35$ грн

Таким чином, для забезпечення стабільної діяльності підприємству необхідно досягти виручки на рівні 1 847 337,35 грн. Водночас ефективне виконання послуг та активне залучення нових клієнтів дасть змогу перевищити цей показник значно швидше.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ 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
ПОДІЇ													
Свята	2	2				1						1	6
Особливі (визначні) дні				1,00			1,00		1,00			1,00	4,00
Події місцевого значення									1,00				1,00
Сезонні події													
Методи (канали) просування													
Таргетована реклама (SMA)	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	168 000,00
PPC	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	144 000,00
SEO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Телебачення ЗМІ/PR	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	6 000,00	6 000,00	72 000,00
SMM	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	144 000,00
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
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
Radio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Робота з блогерами та UGS	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	6 000,00	6 000,00	72 000,00
Візитні картки	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
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші заходи з просування (екзазми рік)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	600 000,00

Рис. 2.1. 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
Оренда приміщення	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	16 767,00	201 204,00
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/ обслуговування	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	1 000,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	1 300,00	1 200,00	1 200,00	900,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	12 600,00
Опалення	3 200,00	3 200,00	2 900,00	1 800,00	1 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 900,00	2 900,00	18 400,00
Водопостачання/ каналізація	700,00	700,00	700,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	600,00	700,00	700,00	7 100,00
Інтернет (базова оплата)	600,00	600,00	600,00	230,00	230,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	6 460,00
Лампочки, миючі засоби тощо	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Інше: охорона	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	22 767,00	22 667,00	22 367,00	20 897,00	20 197,00	19 067,00	19 067,00	19 067,00	19 067,00	19 167,00	22 167,00	22 667,00	249 164,00

Рис. 2.2. 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
Послуга Категорія №1. Стартовий пакет													
Продано одиниць	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	22,00
Ціна за 1	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00
Сума продажу	35 000,00	35 000,00	70 000,00	70 000,00	105 000,00	35 000,00	105 000,00	70 000,00	70 000,00	70 000,00	70 000,00	35 000,00	770 000,00
Послуга Категорія №2. Середній пакет													
Продано одиниць	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	6,00	3,00	4,00	3,00	42,00
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	150 000,00	75 000,00	150 000,00	225 000,00	300 000,00	375 000,00	300 000,00	375 000,00	450 000,00	225 000,00	300 000,00	225 000,00	3 150 000,00
Послуга №3. Преміум пакет													
Продано одиниць	0,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	1,00	1,00	19,00
Ціна за 1	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00	120 000,00
Сума продажу	0,00	120 000,00	120 000,00	240 000,00	240 000,00	120 000,00	240 000,00	240 000,00	360 000,00	360 000,00	120 000,00	120 000,00	2 280 000,00
Сума продажу	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
Разом усіх товарів	185 000,00	230 000,00	340 000,00	535 000,00	645 000,00	530 000,00	645 000,00	685 000,00	880 000,00	655 000,00	490 000,00	380 000,00	6 200 000,00

Рис. 2.3. Прогноз продаж

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг

Фірма з надання послуг	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Послуга 1: Продано один. товару	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	22,00
Витрати на одиницю товару:													
Премії витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі	300,00	500,00	400,00	350,00	450,00	500,00	380,00	400,00	500,00	380,00	440,00	500,00	5 100,00
Витратні матеріали	100,00	140,00	180,00	150,00	100,00	120,00	110,00	100,00	140,00	200,00	180,00	130,00	1 630,00
Пакувальні матеріали (газо)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	400,00	640,00	580,00	500,00	550,00	620,00	490,00	500,00	640,00	580,00	600,00	630,00	€ 730,00
Послуга 1: Всього Витрати	400,00	640,00	1 160,00	1 000,00	1 650,00	620,00	1 470,00	1 000,00	1 280,00	1 160,00	1 200,00	630,00	148 060,00
Категорія 2: Продано один. товару	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	6,00	3,00	4,00	3,00	42,00
Витрати на одиницю товару:													
Премії витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі	300,00	500,00	400,00	350,00	450,00	500,00	380,00	400,00	500,00	380,00	440,00	500,00	5 100,00
Витратні матеріали	100,00	140,00	180,00	150,00	100,00	120,00	110,00	100,00	140,00	200,00	180,00	130,00	1 630,00
Пакувальні матеріали (газо)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	400,00	640,00	580,00	500,00	550,00	620,00	490,00	500,00	640,00	580,00	600,00	630,00	€ 730,00
Послуга 2: Всього Витрати	800,00	640,00	1 160,00	1 500,00	2 200,00	3 100,00	1 960,00	2 500,00	3 840,00	1 740,00	2 400,00	1 890,00	282 660,00
Послуга 3: Продано один. товару													
Витрати на одиницю товару:													
Премії витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали													
Пакувальні матеріали (газо)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	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
Послуга 3: Всього Витрати	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
Послуга 4: Продано один. товару	0,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	1,00	1,00	19,00
Витрати на одиницю товару:													
Премії витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі	300,00	500,00	400,00	350,00	450,00	500,00	380,00	400,00	500,00	380,00	440,00	500,00	5 100,00
Витратні матеріали	100,00	140,00	180,00	150,00	100,00	120,00	110,00	100,00	140,00	200,00	180,00	130,00	1 630,00
Пакувальні матеріали (газо)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	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
Послуга 4: Всього Витрати	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	1 200,00	1 280,00	2 320,00	2 500,00	3 850,00	3 720,00	3 430,00	3 500,00	5 120,00	2 900,00	3 600,00	2 520,00	430 720,00

Рис. 2.4. Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг

Витрати на оплату праці													
Посада (позиція)	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
Маркетолог-аналітик	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	300 000,00
SMM-спеціаліст	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
Таргетолог	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
Фотограф/відеограф	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
Email-маркетолог	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
SEO-спеціаліст	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	264 000,00
Full Stack Девелопер	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	360 000,00
Графічний дизайнер	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
Веб та UI/UX-дизайнер	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	324 000,00
ЄСВ (18%)	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	36 720,00	440 640,00
ПДФО (20%)	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	40 800,00	489 600,00
ВЗ (5%)	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	10 200,00	122 400,00
Всього витрати	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	3 500 640,00

Рис.2.5. 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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Транспортування/ автомобіль	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
Плата за використання телефону	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
Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	100,00
Реклама/ промо-акції	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	600 000,00
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)	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	88 422,26
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	57 368,52	57 368,52	57 878,52	57 878,52	57 878,52	57 778,52	57 778,52	57 778,52	57 878,52	57 878,52	57 378,52	57 378,52	692 222,26

Рис. 2.6. 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
Комп'ютер	400 000,00	27 грудня 2025 року	60,00	6 666,67
Крісла 10 шт	29 000,00	27 грудня 2025 року	84,00	345,24
Столи 10 шт	22 110,00	27 грудня 2025 року	120,00	184,25
Принтер 1 шт	8 999,00	27 грудня 2025 року	60,00	149,98
Шафа для документів 1 шт	2 686,00	27 грудня 2025 року	120,00	22,38
Загальна вартість капітального обладнання	462 795,00		Всього місячна амортизація	7 368,52

Рис. 2.7. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Початкові витрати

Категорії витрат	Вартість
<i>Придбання та установка капітального обладнання</i>	462 797,00
<i>Початковий запас на інструменти та софт</i>	0
<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</i>	0
<i>Регістрація, ліцензії, дозволи</i>	102
<i>Ремонтні роботи: встановлення сигналізації</i>	3000
<i>Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)</i>	0
<i>Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача</i>	3000
<i>Резерв обігових коштів</i>	
<i>Сайт</i>	7 000
<i>Інше:</i>	0,00
<i>Земельна ділянка:</i>	0,00
<i>Інше: автомобіль</i>	0,00
Всього початкові витрати	475 899,00

Рис. 2.8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат

Джерела фінансування	Сума
<i>Власні кошти</i>	600 000,00
<i>Позика в друзів</i>	250 000,00
<i>Позика в родичів</i>	250 000,00
<i>Дали друзі як незрошований внесок</i>	0,00
<i>Дали родичі як незрошований внесок</i>	0,00
<i>Внесок автомобіль</i>	0,00
<i>Грант</i>	0,00
<i>Короткострокова банківська позика підприємству</i>	0,00
<i>Довгострокова банківська позика підприємству</i>	0,00
<i>Банківська позика власнику</i>	0,00
<i>Інші позикові кошти (вказати):</i>	0,00
<i>Інші грантові кошти (вказати)</i>	0,00
З усіх джерел фінансування	1 100 000,00
Статті витрат	Сума
<i>Земельна ділянка</i>	0,00
<i>Споруди/ приміщення:</i>	0,00
<i>Прибавання та установка капітального обладнання</i>	482 795,00
<i>Початковий запас на інструменти та софт</i>	0,00
<i>Юридичні послуги/ Реєстрація</i>	102,00
<i>Бухгалтерські послуги</i>	0,00
<i>Ліцензії та дозволи</i>	0,00
<i>Ремонтні роботи/ встановлення сигналізації</i>	3 000,00
<i>Установка обладнання</i>	0,00
<i>Завдатки</i>	0,00
<i>Реклама/ промо-акції/ емейлска, кутюк споживача</i>	3 000,00
<i>Сайт</i>	7 000,00
<i>Обігові кошти на операційні витрати</i>	0,00
<i>Інше:</i>	0
<i>Інше:</i>	0,00
<i>Інше: автомобіль</i>	0,00
Усі статті витрат	475 897,00
Початковий баланс грошових коштів	624 103,00

Рис. 2.9. 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
ДОХОД													
Валовий дохід	185 000,00	230 000,00	340 000,00	535 000,00	645 000,00	530 000,00	645 000,00	685 000,00	880 000,00	655 000,00	490 000,00	380 000,00	6 200 000,00
Валова собівартість реаліз. продукції (зали вилр.) (тип фірми В. П. ПТ)	1 200,00	1 280,00	2 320,00	2 500,00	3 850,00	3 720,00	3 430,00	3 500,00	5 120,00	2 900,00	3 600,00	2 520,00	430 720,00
Валовий прибуток	183 800,00	228 720,00	337 680,00	532 500,00	641 150,00	526 280,00	641 570,00	681 500,00	874 880,00	652 100,00	486 400,00	377 480,00	5 769 280,00
Валовий прибуток (%)	0,00	0,00	0,00	0,00	99,40	99,30	99,47	99,49	0,00	0,00	0,00	0,00	93,05
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ													
Податки на ЗП/лінійні витрати	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	3 500 640,00
Витрати на промишленість	22 787,00	22 867,00	22 397,00	20 897,00	20 197,00	19 067,00	19 067,00	19 067,00	19 067,00	19 167,00	22 167,00	22 867,00	249 164,00
Транспортування/автомобіль	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
Плата за використання мережі	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
Офісні витрати (матеріали/пошта)	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	20,00	110,00
Реклама/промо-акції	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	600 000,00
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 на програмне забезпечення	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
Справування	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
Базовий фонд	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 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
Різке зривання робочий одяг, пилека для ларилик	0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	1 000,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00
Знос (амортизація)	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	7 368,52	88 422,28
Інше: записники, масло, мийка машини	0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	0,00	0,00	3 700,00
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ													
Прибуток (збиток) до оподаткування	371 835,52	371 735,52	371 965,52	370 995,52	370 295,52	389 565,52	388 595,52	370 595,52	388 095,52	388 785,52	371 295,52	371 775,52	4 448 039,28
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок, військовий збір)	-188 035,52	-143 035,52	-34 285,52	161 504,48	270 854,48	156 714,48	273 004,48	310 934,48	506 214,48	283 334,48	115 134,48	5 704,48	1 718 023,74
Прибуток (збиток) після оподаткування	-188 035,52	-143 035,52	-34 285,52	161 504,48	270 854,48	156 714,48	273 004,48	310 934,48	506 214,48	283 334,48	115 134,48	5 704,48	1 718 023,74

Рис. 2.10. Звіт про прибутки та збитки (проект)

Позиція на початку	Звіт про рух грошових коштів (проект)												Всього за рік
	МІСЯЦЬ 1	МІСЯЦЬ 2	МІСЯЦЬ 3	МІСЯЦЬ 4	МІСЯЦЬ 5	МІСЯЦЬ 6	МІСЯЦЬ 7	МІСЯЦЬ 8	МІСЯЦЬ 9	МІСЯЦЬ 10	МІСЯЦЬ 11	МІСЯЦЬ 12	
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК	524 103,00	443 416,00	307 749,00	281 332,00	450 705,00	729 428,00	893 911,00	1 174 684,00	1 493 387,00	2 007 470,00	2 298 673,00	2 421 176,00	2 434 249,00
ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ													
Від покупців (продаж)	183 000,00	230 000,00	340 000,00	535 000,00	646 000,00	530 000,00	646 000,00	685 000,00	880 000,00	665 000,00	490 000,00	380 000,00	8 200 000,00
Від дебіторів	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
Кредити/ Позики	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
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	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	0,00
Всього отримання	183 000,00	230 000,00	340 000,00	535 000,00	646 000,00	530 000,00	646 000,00	685 000,00	880 000,00	665 000,00	490 000,00	380 000,00	8 200 000,00
ВИПАТИ													
Спеціальні платежі	1 200,00	1 280,00	2 320,00	2 500,00	3 850,00	3 720,00	3 430,00	3 500,00	5 120,00	2 900,00	3 600,00	2 520,00	430 720,00
Сплата податків	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	291 720,00	3 500 640,00
Виплати на приміщення	22 767,00	22 667,00	22 967,00	20 897,00	20 197,00	19 067,00	19 067,00	19 067,00	19 067,00	19 167,00	22 167,00	22 667,00	249 164,00
Грантоотримання/ автомобіль	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
Плати за використання мережі	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
Офісні виплати/ матеріали/ пошта	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	20,00	110,00
Грошова допомога	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	600 000,00
Коридори/ 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
Регістрація, ліцензії, дозволи	102,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Сплачування	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
Продавання та уступована капітального обладнання	482 797,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Поворотні кредити та виплати відсотків	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
Інше	7 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інше	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
Всього виплати	365 687,00	365 667,00	366 417,00	365 627,00	366 277,00	365 517,00	364 227,00	366 297,00	365 917,00	363 797,00	367 497,00	366 927,00	4 389 854,00
Оборот грош. коштів до оподатк.	443 416,00	307 749,00	281 332,00	450 705,00	729 428,00	893 911,00	1 174 684,00	1 493 387,00	2 007 470,00	2 298 673,00	2 421 176,00	2 434 249,00	2 434 249,00
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	443 416,00	307 749,00	281 332,00	450 705,00	729 428,00	893 911,00	1 174 684,00	1 493 387,00	2 007 470,00	2 298 673,00	2 421 176,00	2 434 249,00	2 434 249,00

Рис. 2.11. Звіт про рух грошових коштів (проект)

БАЛАНС

Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	2 434 249,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	2 434 249,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	424 228,75
Інше: автомобіль	0,00
Всього позаоборотні активи	424 228,75
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	2 858 477,75
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	2 858 477,75
Всього капітал власника та пасиви	2 858 477,75

Рис. 2.12. Баланс

ВИСНОВОК

Започаткування та розвиток маркетингової агенції «SmartPush» вимагає комплексного планування та чітко визначеної стратегії. У сучасних умовах високої конкуренції детальний бізнес-план є основою для оцінки можливостей компанії, визначення перспектив розвитку та формування ефективної моделі роботи.

Компанія «SmartPush» орієнтується на надання комплексних маркетингових послуг: від аналітики та брендингу до контент-маркетингу, реклами та SMM-супроводу. Такий підхід дозволяє формувати стабільний попит і забезпечувати конкурентні переваги на ринку.

Фінансові розрахунки підтверджують життєздатність бізнесу: уже в перший рік діяльності агенція здатна досягти позитивного результату та зберегти ліквідність. Точка беззбитковості становить 1 847 337,35 грн, що є реалістичним показником з огляду на потреби ринку та попит на комплексні маркетингові рішення. Це свідчить про ефективність обраної стратегії та потенціал для подальшого зростання.

Ключовим чинником розвитку «SmartPush» є професійність команди та якість надання послуг, адже саме кваліфіковані фахівці формують основну цінність компанії. Інвестиції в розвиток персоналу, впровадження сучасних інструментів і постійне вдосконалення сервісів забезпечать конкурентоспроможність агенції.

Попри позитивні перспективи, компанії необхідно враховувати ризики — динаміку ринку, активізацію конкурентів і швидкі зміни цифрових технологій. Системний моніторинг тенденцій і впровадження інновацій посилюватимуть позиції агенції на ринку.

Таким чином, бізнес «SmartPush» має вагомий потенціал для подальшого зростання і може впевнено розширювати діяльність, опираючись на професійну команду, продуману стратегію та високий попит на маркетингові послуги.

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. -49 с. <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/bcd8aa5e-3825-47e4-90a3-2ed0ce505440/content>
2. Дія освіта. 2 група ФОП: ставки, обмеження, умови [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://diia.gov.ua/tax-systems/2-grupa> – Дата звернення: 21.11.2025.
3. Процишин Ю.Т. Сайт як інструмент впізнаваності бренду та комунікації з клієнтом. *Матеріали X Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. "Маркетингові технології підприємств в сучасному науковотехнічному середовищі"*. Тернопіль, ТНТУ, 2019. С. 147-148. http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29382/2/RSPIC_2019_Protsyshyn_Y-Site_as_a_brand_aid_147-148.pdf
4. Хрупович С.Є. Борисова Т.М. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві. *Галицький економічний вісник*. 2006. № 3. С. 34–38.
5. Процишин Ю.Т., Іванечко Н.Р., Крулевський А.В.. Інтернет-маркетинг: email-розсилка в освітній сфері. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. Випуск 3(77), Ч.2, С. 134-142. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-39>
6. Борисова Т.М., Процишин Ю.Т., Галько Л.Р. Управління маркетингом та заходи для зменшення сприйманого ризику в бізнесі: аналіз взаємозв'язку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. №5 (322). С. 100-103.
7. Процишин Ю. Д. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. С. 31

<https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/666b3345-ac58-40a9-acaf-e3560f7401ec/content>

8. Всеукраїнська рекламна коаліція. Оновлений прогноз рекламно-комунікаційного ринку України 2025. – Режим доступу: https://vrk.org.ua/news-events/2025/updated-forecasts-2025/?utm_source=chatgpt.com

9. «Відео про оренду приміщення». *TikTok*, 2025, – Режим доступу: <https://vm.tiktok.com/ZMATMwXEy/>

10. Панчишин, С. М., & Павлик, П. М. *Маркетинг: навчальний посібник*. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2023. С.81-87
<https://dspace.wunu.edu.ua/bitstreams/11e12f7a-ca1e-465e-a71f-35bde8c71323/download>

11. BusinessResearchInsights. Marketing Strategy Agency Services Market Size, Share, Growth and Industry Application. *BusinessResearchInsights*, 27 жовтня 2025. https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/marketing-strategy-agency-services-market-105031?utm_source=chatgpt.com

12. Міністерство освіти і науки України, Луцький національний технічний університет. Шубалий О. М., Рудь Н. Т., Гордійчук А. І. та ін. *Управління персоналом: підручник*. Луцьк, 2023. с.80-83.