

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (створення відеоконтенту для рекламних кампаній) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-41

Андреєвої Вікторії

Науковий керівник: кандидат економічних наук

доцент Процишин Ю.Т.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії:

Тернопіль – 2025

ПЛАН

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТУДІЇ ВИРОБНИЦТВА ВІДЕОКОНТЕНТУ	5
1.2. Дослідження та аналіз ринку	7
1.3. Маркетинговий план	11
1.4. Операційний план	14
1.5. Управлінська команда	17
1.6. Фінансовий план проєкту	18
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ	20
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	31

ВСТУП

Актуальність обґрунтування економічної проблеми. Сучасні умови ринку вимагають від компаній не лише високої якості продукції, але й ефективної візуальної комунікації зі споживачем. У світі, де цифровий контент став головним каналом взаємодії бренду з аудиторією, відеомаркетинг перетворюється на один із ключових інструментів формування іміджу та підвищення впізнаваності компанії. Особливої актуальності набуває предметна рекламна зйомка, що зосереджується на демонстрації самого продукту, його унікальних характеристик, дизайну та якості. Такі відео дозволяють брендам розкрити естетику товару, створити емоційний зв'язок зі споживачем і стимулювати купівельну поведінку. На відміну від сюжетної реклами, де акцент робиться на акторах чи сценарії, предметна відеозйомка фокусується виключно на продукті через використання макрозйомки, ефектного освітлення, ретельно підібраних реквізитів, 3D або motion-анімацій. Розвиток таких послуг є надзвичайно перспективним напрямом для українського ринку, зокрема у Тернопільській області, де спостерігається активне зростання малого та середнього бізнесу, який потребує якісного візуального контенту для просування своїх товарів. Саме створення естетичних предметних відео у власній студії з використанням сучасного обладнання та технологій може стати конкурентною перевагою для компаній, що працюють у сфері відеомаркетингу.

Метою проекту є розробка бізнес-плану відеомаркетингової агенції «FocusFrame Studio», що спеціалізується на створенні предметних рекламних відео для брендів. Проект передбачає визначення напрямів діяльності компанії, розрахунок фінансових показників та оцінку можливих ризиків.

Головні завдання проекту:

1. Провести аналіз ринку відеомаркетингових послуг і визначити основні тенденції розвитку галузі.

2. Охарактеризувати діяльність студії «FocusFrame Studio» та її основні продукти — предметні рекламні відео.
3. Розробити маркетингову стратегію просування послуг на ринку.
4. Сформувати операційний план функціонування студії.
5. Визначити управлінську структуру та розподіл обов'язків у команді.
6. Розрахувати фінансові показники діяльності, включаючи доходи, витрати та прибуток.
7. Оцінити можливі ризики та розробити заходи щодо їх мінімізації.

Наукову основу роботи формують сучасні концепції розвитку бізнесу, брендингу та відеомаркетингу, які відображають тенденції цифрової економіки та зростання ролі візуального контенту в комунікації між брендом і споживачем. У дослідженні використано підходи до формування конкурентних переваг підприємств креативної індустрії, що базуються на креативності, інноваційності та ефективності використання маркетингових інструментів.

Методологічна база проєкту спирається на методи фінансового аналізу, прогнозування, планування, а також дослідження ринку та конкурентного середовища. Такий підхід дозволяє обґрунтувати економічну доцільність створення відеомаркетингової студії, оцінити рівень попиту на її послуги та визначити перспективи розвитку.

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

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТУДІЇ ВИРОБНИЦТВА ВІДЕОКОНТЕНТУ

1.1. Компанія та її продукти

Компанія «FocusFrame Studio» – це сучасна агенція відеомаркетингу, яка працює у сфері цифрового контенту та рекламних послуг. Основна галузь діяльності компанії – створення предметних рекламних відео для брендів різних напрямків, включаючи FMCG, косметику, побутову техніку, електроніку, одяг та аксесуари. «FocusFrame Studio» прагне допомогти брендам ефективно комунікувати зі своєю цільовою аудиторією через професійно зняті та естетично продумані відеоматеріали.

Наша основна мета – робити так, щоб продукт бренду був у центрі уваги. Кожне відео розробляється з урахуванням потреб споживачів, підкреслює унікальні характеристики товару та створює позитивне емоційне враження про бренд. Якісне відео сприяє підвищенню впізнаваності, формує довіру до компанії і стимулює лояльність клієнтів. Коли люди бачать продукт у привабливому та професійно знятому відео, вони частіше обирають саме цей бренд, рекомендують його іншим та повертаються до нього повторно [1, с.180].

Естетичне оформлення відео дозволяє виділити продукт серед конкурентів. Використання макрозйомки дає можливість показати найдрібніші деталі товару, додавання реквізитів робить кадри більш живими та динамічними. 3D та motion-анімації оживляють продукт, підкреслюють його переваги та створюють сучасний, динамічний образ бренду. Такий підхід допомагає споживачам не лише побачити товар, а й відчутти його цінність, унікальність та стиль бренду.

«FocusFrame Studio» пропонує дві основні послуги, що охоплюють весь цикл виробництва відео:

1. Створення предметних рекламних відео – від розробки концепції до фінальної версії. Кожен кадр продумується для максимального ефекту: підбираються реквізити, додаються ефекти, використовується макрозйомка та анімаційні елементи.
2. Комплексне виробництво відео у власній студії – повний цикл робіт включає зйомку, монтаж, обробку, кольорокорекцію та інтеграцію анімаційних елементів. Кожне відео створюється з урахуванням індивідуального стилю бренду та потреб його цільової аудиторії.

Головними клієнтами компанії будуть бренди, які прагнуть створювати якісний та ефективний відеоконтент для реклами своїх продуктів. Це можуть бути як великі національні компанії, так і стартапи, які хочуть виділитися на ринку та підвищити впізнаваність свого бренду. «FocusFrame Studio» орієнтується на клієнтів, що цінують високий рівень продакшну, естетику та креативний підхід до створення контенту.

Юридично компанія працює як фізична особа-підприємець 2 групи з можливістю залучення найманих працівників. Така форма володіння забезпечує гнучкість у веденні бізнесу, можливість працювати з різними проектами та легко адаптуватися до потреб клієнтів [2]. До складу команди входять creative-директор, оператор/монтажер та проджект-менеджер, що дозволяє забезпечувати професійний підхід на всіх етапах роботи – від ідеї до готового продукту.

Компанія «FocusFrame Studio» спеціалізується на створенні предметних рекламних відео, де продукт є головним героєм кадру. Основна послуга – демонстрація товару у максимально естетичному та детальному вигляді з урахуванням стилю бренду та потреб цільової аудиторії.

Унікальні характеристики наших відео – поєднання макрозйомки, реквізитів, 3D та motion-анімацій. Макрозйомка дозволяє показати дрібні деталі товару, реквізити додають композиційності, а анімація оживляє продукт і підкреслює його переваги.

Друга основна послуга – комплексне виробництво відео у власній студії. Це включає розробку концепції, зйомку, монтаж, кольорокорекцію та інтеграцію анімаційних елементів. Ми пропонуємо повний цикл під ключ, що дозволяє брендам отримати готовий продукт без залучення додаткових студій.

Наша відмінність від конкурентів – індивідуальний підхід до кожного проекту. Ми створюємо унікальні відео для брендів, враховуючи їх стиль, позиціонування та маркетингові цілі. Клієнти отримують продукт, який не лише демонструє товар, а й розповідає його історію та формує емоційний зв'язок зі споживачами.

На ринку багато агентств пропонують відеозйомку, але більшість зосереджена на акторах або загальних сюжетах. «FocusFrame Studio» робить продукт героєм кадру, використовуючи професійні технології та креативний дизайн, що допомагає виділити бренд, підкреслити унікальні властивості товару та створити стильний і ефективний контент.

Наші послуги підходять для компаній різних галузей – від косметики та моди до електроніки та побутової техніки. Вони допомагають брендам залучати нових клієнтів, підвищувати довіру та стимулювати продажі, показуючи продукт як естетично привабливий і запам'ятовуваний об'єкт.

1.2. Дослідження та аналіз ринку

Споживачами послуг компанії «FocusFrame Studio» будуть бренди та компанії, які прагнуть підвищити впізнаваність свого продукту через професійні предметні рекламні відео. Основними клієнтами є середні та великі бізнеси, стартапи у сферах косметики, моди, електроніки, побутової техніки та FMCG. Географічно наша аудиторія зосереджена у Тернополі та доступна онлайн, що дозволяє працювати з клієнтами по всій Україні.

Рішення про замовлення послуг ґрунтується на поєднанні якості, сервісу та індивідуального підходу. Клієнти очікують високопрофесійного відео, яке демонструє продукт у центрі уваги, підвищує впізнаваність бренду та стимулює продажі. Важливі також особистий контакт і консультації з командою, дотримання термінів та врахування побажань замовника. Ціна відіграє роль, але вирішальним фактором залишається ефективність і естетична якість кінцевого продукту.

Основний ринок для послуг компанії «FocusFrame Studio» охоплює як географічно локальні, так і онлайн-ринкові сегменти. Локально основна концентрація клієнтів зосереджена у Тернополі та найближчих містах Західної України, де компанії зацікавлені у створенні високоякісного відеоконтенту для реклами своїх продуктів. Водночас завдяки онлайн-платформам та дистанційній співпраці «FocusFrame Studio» має можливість працювати з клієнтами по всій Україні, охоплюючи міста-мільйонники та регіональні центри, що значно розширює потенційний обсяг реалізації послуг.

Обсяг ринку для предметних рекламних відео постійно зростає через збільшення інвестицій бізнесу в маркетинг та просування брендів через цифрові канали. Онлайн-реклама та соціальні мережі стають основними каналами комунікації зі споживачами, що стимулює попит на високоякісне відео. Потенційне річне зростання ринку відеомаркетингу в Україні оцінюється у 10–15% на рік, що відображає глобальні тенденції переходу бізнесу до цифрових комунікацій та потреби у креативному та естетичному представленні продукту.

Сезонні коливання попиту на відеопослуги пов'язані з піковими періодами маркетингових кампаній. Наприклад, для брендів косметики та моди основні замовлення припадають на весняні та осінні сезони перед святами або запуском нових колекцій. Для FMCG та електроніки високий попит спостерігається перед святковими періодами, розпродажами та новорічними акціями. Таким чином,

сезонні коливання визначають ритмічність замовлень, але загальний тренд залишається стабільно зростаючим.

Розвиток соціальних мереж і платформ для відеоконтенту стимулює бренди інвестувати у якісне відео. Економічні тенденції, зокрема зростання доходів середнього бізнесу та стартапів, дозволяють більше інвестувати в маркетинг. Також важливим є урядове регулювання реклами, цифрових технологій і податкові стимули для підприємств, що підтримують розвиток креативних індустрій. Міграція населення та збільшення онлайн-аудиторії створюють додатковий попит на цифровий контент, оскільки компанії прагнуть охопити ширшу та активнішу аудиторію [3].

Під час дослідження ринку ми виявили, що у Тернопільській області майже не представлені послуги комплексного предметного відеомаркетингу. Кожна з агентств-конкурентів зосереджує свою увагу на окремих елементах відеопродукції – хтось на анімації, хтось на загальних рекламних сюжетах, але жодне не пропонує повний цикл створення естетичного відео, де продукт є головним героєм кадру [4].

Компанія ViDO.agency надає такі послуги:

- розробка фірмового стилю та елементів айдентики;
- створення анімаційних та motion-графічних відео;
- диджитал та друкована продукція.

Тар Тар — це тік-ток агенція, яка спеціалізується на створенні відеоконтенту для брендів із використанням акторів та сценаріїв. Команда Тар Тар показує гумор, життєві ситуації та створює відео, що органічно вписуються у формат ТікТок, забезпечуючи високу залученість аудиторії та віральність контенту [5].

Тар Тар спеціалізується на:

- створенні коротких тік-ток відео для брендів;
- розробці сценаріїв та залученні акторів;
- продакшні креативного та розважального контенту для соціальних мереж.

До сильних сторін конкурентів можна віднести те, що кожне агентство має вузьку спеціалізацію і добре відпрацьовує окремі елементи відеомаркетингу або диджитал-послуг. Крім того, ці компанії давно працюють на ринку Тернополя, мають сформовану репутацію та постійну базу клієнтів.

Слабкі сторони конкурентів полягають у відсутності комплексного підходу до предметного відеомаркетингу. Більшість агентств зосереджуються або на анімації, або на загальних рекламних відео, або на графічному супроводі, що обмежує можливості клієнтів отримати єдиний, узгоджений відеоконтент, де продукт є головним героєм кадру. Також існує ризик нестачі інтеграції відео з маркетинговою стратегією бренду, що зменшує ефективність комунікацій.

Компанія має потенціал стати лідером у Тернопільській області у сегменті предметного відеомаркетингу, пропонуючи комплексні послуги, які практично не представлені в регіоні. Основною конкурентною перевагою компанії є фокус на продукті як головному герої кадру, поєднання макрозйомки, інтеграції реквізитів, 3D та motion-анімацій, а також повний цикл виробництва відео у власній студії.

На основі оцінки ринку, конкурентів та попиту прогнозується, що у перший рік роботи компанія реалізуватиме приблизно 8–10 проектів на місяць із середньою вартістю пакета послуг 25 000 грн, що дає річний дохід близько 2,4 млн грн. У другий рік обсяги реалізації планується збільшити до 12–15 проектів на місяць зі середньою ціною 30 000 грн, що забезпечить річний дохід близько 3,2 млн грн.

Прогнози ґрунтуються на кількох припущеннях: попит на предметне відео зростає через недостатню представленість комплексних відеомаркетингових послуг у регіоні; конкуренти не пропонують аналогічний повний цикл виробництва та фокус на продукті; а бренди готові інвестувати у якісний відеоконтент для підвищення впізнаваності та стимулювання продажів. Таким чином, завдяки унікальним характеристикам послуг «FocusFrame Studio»,

компанія зможе залучати клієнтів і нарощувати обсяги реалізації всупереч існуючій та потенційній конкуренції.

1.3. Маркетинговий план

Загальна маркетингова філософія компанії «FocusFrame Studio» базується на принципі створення високоякісного та естетично привабливого відеоконтенту, де продукт є головним героєм кадру. Ми орієнтуємося на те, щоб кожне відео не просто демонструвало товар, а розповідало його історію, підкреслювало унікальні властивості та формувало довіру та лояльність споживачів. Такий підхід дозволяє виділити бренди серед конкурентів та забезпечити клієнтам помітну присутність на ринку.

Маркетингова стратегія компанії передбачає поетапне просування послуг із використанням як інтенсивних, так і тривалих промоційних активностей. На початковому етапі фокус робиться на активне залучення компаній малого та середнього бізнесу у Тернополі, а також на онлайн-клієнтів із різних регіонів України, які зацікавлені у створенні предметних рекламних відео для просування свого продукту. Початкові промоції включатимуть пряму комунікацію з потенційними клієнтами, рекламні кампанії у соціальних мережах та демонстрацію портфоліо готових робіт, щоб показати якість і креативність відео.

На наступному етапі стратегія буде спрямована на розширення аудиторії та залучення великих брендів і компаній, які мають потребу у комплексних проектах відеомаркетингу та управлінні брендом через відео. Підвищення впізнаваності компанії буде досягатися через партнерські програми, кейси та рекомендації від задоволених клієнтів.

Філософія та стратегія базуються на результатах маркетингового дослідження, яке показало недостатню представленість комплексного

предметного відеомаркетингу в регіоні та високий потенційний попит на інноваційний і професійний контент. Такий підхід дозволяє поступово збільшувати обсяги реалізації, забезпечувати стабільний ріст доходу та формувати сильну репутацію компанії на ринку, одночасно задовольняючи потреби різних сегментів споживачів.

Політика ціноутворення компанії «FocusFrame Studio» базується на принципі поєднання високої якості та конкурентоспроможної вартості послуг. Ціни встановлюються таким чином, щоб забезпечити привабливість для малих та середніх підприємств і стартапів, одночасно підкреслюючи професійний рівень створюваного відеоконтенту. Середня вартість пакета предметного рекламного відео становить 30 000 грн, що включає розробку концепції, зйомку, монтаж, кольорокорекцію та додавання анімаційних елементів.

Компанія «FocusFrame Studio» реалізує послуги через прямий контакт із клієнтами та онлайн-дистрибуцію. Основні методи:

- Прямий продаж – консультації, презентації портфоліо та індивідуальні зустрічі.
- Онлайн-маркетинг – просування через TikTok, Instagram, Facebook, LinkedIn та власний сайт. TikTok використовується для коротких демонстраційних відео з макрозйомкою, 3D та motion-анімацією, що привертають молоду аудиторію.
- Партнерські програми – співпраця з рекламними агентствами та культурними проєктами для розширення клієнтської бази.
- Комплексне виробництво “під ключ” – концепція, зйомка, монтаж, кольорокорекція та анімація.
- Онлайн-консультації – відеозустрічі та демонстрації для погодження концепцій і готових матеріалів.

Ключовими елементами маркетингового плану «FocusFrame Studio» є привернення уваги до продукту клієнта, підвищення впізнаваності бренду та

залучення перших замовлень на створення рекламних відео. Для досягнення цих цілей компанія використовуватиме комплексний підхід до промоції, включно з рекламою у соціальних мережах (TikTok, Instagram, Facebook), публікаціями кейсів на власному сайті, участю у професійних онлайн- та офлайн-платформах, а також організацією вебінарів та демонстраційних відео.

Загальний бюджет на реалізацію маркетингового плану складає 113 000 грн. Основна частина витрат припадає на перші три місяці діяльності – запуск рекламних кампаній у соціальних мережах та створення демонстраційного відеоконтенту для TikTok, що дозволить швидко залучити увагу потенційних клієнтів. Решта коштів буде використана протягом року на підтримку активності у соцмережах, оновлення портфоліо та організацію вебінарів.

Очікувані результати включають залучення приблизно 150 потенційних клієнтів протягом першого року. Для контролю ефективності буде складено графік рекламних кампаній:

- Місяці 1–3: активне просування у TikTok та Instagram, створення відео-прикладів продуктів, таргетована реклама – 42 000 грн;
- Місяці 4–6: підтримка активності у соцмережах, публікації кейсів та відгуків клієнтів – 29 000 грн;
- Місяці 7–12: організація вебінарів, онлайн-презентацій та участь у виставках/онлайн-форумах – 42 000 грн.

Отже, реалізація цього маркетингового плану дозволить «FocusFrame Studio» ефективно привертати увагу потенційних покупців, формувати довіру до бренду та забезпечити стабільний потік замовлень на предметні рекламні відео.

1.4. Операційний план

Підприємство «FocusFrame Studio» планує розташуватися у комерційному приміщенні на проспекті Степана Бандери, м. Тернопіль, яке пропонується в оренду на довгий термін.

Характеристики приміщення:

Поверх: 1 з 2.

Площа: 67 м².

Опалення: індивідуальне газове.

Тип стін: монолітно-каркасний.

Стан ремонту: євроремонт.

Вікна: панорамні.

Приміщення новозбудоване та має практичне планування, що дозволяє ефективно організувати робочий простір для студії. Сучасний ремонт створює приємну та професійну атмосферу для роботи та зустрічей із клієнтами.

Переваги розташування:

1. Неподалік від центру міста, що забезпечує зручну транспортну доступність для клієнтів і співробітників.
2. Високий трафік підвищує видимість компанії та допомагає у просуванні бренду.
3. Простір із великою площею дозволяє організувати робочу зону для зйомок, монтажу та творчих процесів.
4. Офіс у центральній локації підвищує престиж компанії та створює позитивне враження у клієнтів.

Недоліки:

1. Вища орендна плата порівняно з віддаленими районами міста, що збільшує витрати на утримання офісу.
2. Можливі труднощі з паркуванням у пікові години.
3. Міський шум та активність можуть створювати додаткові фонові перешкоди під час зйомок, що потребує шумоізоляції.

Початок діяльності студії планується одразу після укладення договору оренди приміщення. Приміщення має площу 67 м² та сучасний євроремонт, що дозволяє відразу організувати робочі зони для зйомок, монтажу та адміністративної роботи без додаткових добудов чи перебудов. Планується лише часткове зонування приміщення для створення студійної зони, монтажного цеху та зон для переговорів з клієнтами.

Для початку роботи необхідне професійне обладнання: камери для предметної зйомки, освітлювальні прилади, фонові техніки, комп'ютери з монтажними станціями та програмним забезпеченням для обробки відео і 3D-анімації. Загальна вартість обладнання оцінюється приблизно у 152 000 грн.

Закупівля обладнання планується за два місяці до офіційного запуску студії, щоб забезпечити налаштування техніки та тестові зйомки. Паралельно з цим буде проводитися навчання персоналу роботі з новими системами, щоб до моменту початку роботи студія могла повноцінно надавати послуг [6].

Процес виробництва відео в «FocusFrame Studio» передбачає чітку та послідовну роботу на всіх стадіях створення контенту. Він включає такі етапи:

1. Розробка концепції та ідеї відео – на цьому етапі команда визначає основну мету відео, ключове повідомлення та образ продукту. Враховується стиль бренду, позиціонування на ринку та очікування цільової аудиторії.
2. Підготовка сценарію та планування зйомок – створюється детальний сценарій, підбираються локації, реквізит, актори або моделі (якщо необхідно), а також визначаються режисерські рішення для кожного кадру.

3. Організація та проведення зйомок – команда операторів забезпечує технічну якість відео, правильне освітлення та композицію кадрів. На цьому етапі особлива увага приділяється макрозйомці, демонстрації деталей продукту та інтеграції реквізитів.
4. Монтаж та постобробка – оператор/монтажер виконує склеювання кадрів, кольорокорекцію, обробку звуку та інтеграцію анімаційних елементів. Відео підготовлюється у кількох версіях для погодження з клієнтом, щоб врахувати всі побажання та зауваження.
5. Контроль якості – на всіх етапах здійснюється перевірка: чіткість та деталізація кадру, відповідність стилю бренду, композиційні рішення та якість освітлення. Це гарантує, що кінцевий продукт відповідає високим стандартам та очікуванням клієнта.
6. Інвентаризація та облік обладнання – щомісяця проводиться перевірка техніки та приладів, що дозволяє підтримувати їх у справному стані та уникати збоїв під час зйомок.

Команда «FocusFrame Studio» складається з creative-директора, оператора/монтажера та проджект-менеджера. Creative-директор відповідає за концепцію, креатив та стиль відео; оператор/монтажер – за технічну якість зйомки, монтаж та анімацію; проджект-менеджер – за організацію робочого процесу, взаємодію з клієнтами та дотримання строків.

Для забезпечення високого рівня професійності команда регулярно підвищує кваліфікацію через онлайн-курси, майстер-класи, тренінги з управління проектами та внутрішні воркшопи. Поєднання наявних навичок та постійного навчання дозволяє «FocusFrame Studio» створювати сучасне, ефектне та якісне відео, яке задовольняє потреби клієнтів та забезпечує конкурентоспроможність на ринку.

1.5. Управлінська команда

Управлінська команда «FocusFrame Studio» сформована з висококваліфікованих фахівців, які забезпечують ефективне створення відеоконтенту та координацію всіх процесів у студії.

Creative-директор відповідає за загальну концепцію проектів, креативне бачення та відповідність відео стилю бренду. Його обов'язки включають розробку креативних ідей, погодження сценаріїв із клієнтами, контроль композиції кадрів та впровадження інноваційних рішень у відео. Creative-директор має вищу освіту у сфері дизайну та медіакомунікацій і понад 7 років досвіду у виробництві рекламних та промоційних матеріалів. Його попередній досвід роботи в агентствах відеомаркетингу дозволяє впроваджувати сучасні технології та креативні підходи, що підвищують ефективність кожного проекту.

Оператор/монтажер відповідає за технічну реалізацію відео. Він здійснює зйомку, монтаж, кольорокорекцію та інтеграцію анімаційних елементів. Оператор контролює якість зображення, освітлення та звуку, забезпечуючи високу технічну якість кінцевого продукту. Освіта – спеціальність «Відео та медіа продукція», понад 5 років досвіду роботи в рекламних і комерційних проектах. Володіє сучасними монтажними програмами, технікою зйомки та 3D-анімацією, що дозволяє створювати професійне відео відповідно до потреб клієнтів.

Проджект-менеджер координує всі етапи виробництва відео та відповідає за взаємодію з клієнтами. Його завдання включають планування робочого процесу, контроль дотримання термінів, організацію командної роботи та підтримку комунікацій з замовниками. Освіта – управління проектами, понад 4 роки досвіду в сфері креативних агентств та медіа-проектів. Проджект-менеджер забезпечує

чітку організацію процесів і своєчасну реалізацію всіх завдань, що гарантує задоволення клієнтів і високий рівень обслуговування.

Заробітна плата власника компанії «FocusFrame Studio», який також виконує обов'язки creative-директор, на початкових етапах діяльності встановлена на рівні 35 000 гривень на місяць. Це забезпечує стимулювання розвитку бізнесу та покриття особистих потреб власника без надмірного навантаження на бюджет компанії [7].

Інші ключові члени управлінської команди отримують зарплату з урахуванням ринкових стандартів та обсягу виконуваних завдань:

- Оператор/монтажер – 28 000 грн на місяць за технічну реалізацію проектів, монтаж і кольорокорекцію;
- Проджект-менеджер – 25 000 грн на місяць за координацію проектів і комунікацію з клієнтами.

На початковому етапі всі співробітники отримують фіксовану зарплату. У майбутньому планується впровадити систему преміювання, яка залежатиме від досягнення ключових показників ефективності (KPI) для кожного члена команди, що дозволить мотивувати персонал і підвищувати продуктивність [8].

1.6. Фінансовий план проєкту

Фінансовий план «FocusFrame Studio» повністю заснований на власному капіталі засновників. Завдяки цьому компанія зможе уникнути зовнішніх зобов'язань, забезпечити фінансову незалежність, автономію коштів і гнучкість у розподілі ресурсів. Окрім того, компанія отримає від власника негрошовий внесок у вигляді професійного обладнання, комп'ютерної техніки, програмного забезпечення та клієнтської бази, що стане важливим стартовим активом [10].

Основні витрати планується спрямувати на оплату праці кваліфікованих фахівців, оренду та облаштування офісного приміщення, оплату комунальних

послуг і маркетингові кампанії для залучення клієнтів. Значна частина коштів інвестуватиметься у розвиток рекламної стратегії, просування бренду в соціальних мережах і створення якісного контенту. Решта ресурсів буде використана для впровадження нових технологій у сфері відеопродакшену, вдосконалення внутрішніх процесів і підвищення ефективності роботи студії [11].

Планується, що у 2026 році «FocusFrame Studio» досягне стабільного фінансового зростання. Прогнозований чистий прибуток компанії становитиме 300 000 грн, що свідчить про ефективність бізнес-моделі та перспективність розвитку. Постійні витрати очікуються на рівні 170 000 грн, до яких входить оренда приміщення, заробітна плата працівників, витрати на маркетинг, рекламу та операційні витрати.

Січень, лютий, березень, квітень, травень — період активного залучення перших клієнтів, найбільших витрат на закупівлю необхідного обладнання, просування студії, створення іміджу бренду та реалізації стартових проєктів. Тому перші 5 місяців будуть збитковими, так як це лише початок входження та адаптації компанії на ринку.

Червень, липень, серпень — період першого прибутку, завдяки збільшенню продажів послуг та активного просування компанії в соціальних мережах та налаштуванню таргетованої реклами. Прибуток за цей період становить близько 100 000 грн.

Вересень, жовтень, листопад, грудень — завершальний етап року, коли компанія стане впізнаваною серед клієнтів та партнерів. Прогнозований прибуток на цей період становитиме 418 816 грн, що забезпечить високий фінансовий результат за підсумками року.

Загальний чистий прибуток за рік становитиме близько 300 000 грн, що підтверджує подальшу успішність фінансової стратегії. Прогнозовані витрати — 170 000 грн — включають оренду офісу, оплату праці, рекламу, комунальні платежі та амортизацію техніки.

Планується, що до кінця 2026 року «FocusFrame Studio» матиме сталий грошовий потік і зможе акумулювати оборотні кошти на суму 1 463 242 грн, які буде використано для розширення діяльності, відкриття додаткового офісу та впровадження інновацій у сфері брендингу та відеовиробництва.

Визначаємо точку безбитковості.

Загальна вартість продажів — 3 973 000 грн,

валова собівартість — 1 572 500 грн,

валовий прибуток — 2 400 500 грн.

Відсоток валового прибутку становить 60,4%.

Поточні витрати — 170 000 грн.

Розрахунок точки безбитковості:

$170\,000 / 0,604 = 281\,456$ грн.

Таким чином, для покриття всіх операційних витрат і досягнення рівня безбитковості компанія «FocusFrame Studio» повинна мати мінімальну виручку не менше 281 456 грн. Перевищення цього показника забезпечить прибутковість діяльності, формування фінансової стабільності та створить можливості для подальшого розвитку компанії.

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	
4	Події													
5	Свята	2	1	1	1	3	1	2	1			3	15	
6	Особливі (визначні) дні	4,00	3,00	2,00	1,00	1,00		2,00	1,00	3,00		5,00	22,00	
7	Події місцевого значення													
8	Сезонні події	2,00			2,00			1,00				3,00	8,00	
9	Методи (канали) просування													
10	Таргетована реклама (SMA)	10 000,00	8 000,00	7 000,00	5 000,00	6 000,00	5 000,00	5 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	66 000,00	
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	
12	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	
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	
14	SMM	6 000,00	6 000,00	5 000,00	4 000,00	4 000,00	5 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	2 000,00	47 000,00	
15	Поліграфічна рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
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	
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	
18	Робота з блогерами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
19	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	
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	
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	
22	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	
23	Інші заходи з просування (вказати які)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
24	Всього витрати	16 000,00	14 000,00	12 000,00	9 000,00	10 000,00	10 000,00	8 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	6 000,00	113 000,00

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	
4	Оренда земельної ділянки	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	
5	Податки та інші платежі	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	12 000,00	
6	Ремонтні роботи/ обслуговування	10 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15 000,00	
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	
8	Електрика	2 000,00	2 000,00	2 000,00	1 500,00	1 500,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	1 500,00	2 000,00	1 500,00	22 000,00	
9	Опалення	2 000,00	2 000,00	1 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	2 000,00	9 500,00	
10	Водопостачання/ каналізація	300,00	300,00	300,00	300,00	200,00	300,00	200,00	200,00	300,00	200,00	200,00	3 000,00	
11	Телефон (базова оплата)	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3 600,00	
12	Лампочки, мичі засоби тощо	400,00	400,00	400,00	200,00	400,00	400,00	100,00	400,00	300,00	400,00	400,00	4 200,00	
13	Інше: охорона земельної ділянки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
14	Всього витрати	41 000,00	31 000,00	30 500,00	28 300,00	28 400,00	29 000,00	33 600,00	28 900,00	28 400,00	28 900,00	30 900,00	30 400,00	369 300,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

1	Прогноз продаж													
2														
3		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	Товар/ Послуга Категорія №1 Створення предметного рекламного відео													
5	Продано одиниць	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	6,00	7,00	8,00	8,00	8,00	9,00	10,00	76,00
6	Ціна за 1	20 000,00	20 000,00	20 000,00	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	20 000,00
7	Сума продажу	40 000,00	60 000,00	80 000,00	125 000,00	150 000,00	150 000,00	175 000,00	200 000,00	200 000,00	200 000,00	225 000,00	250 000,00	1 520 000,00
8	Товар/ Послуга Категорія №2 Комплексне виробництво відео у власній студії													
9	Продано одиниць	2,00	2,00	4,00	5,00	5,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	9,00	10,00	73,00
10	Ціна за 1	25 000,00	25 000,00	25 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	25 000,00
11	Сума продажу	50 000,00	50 000,00	100 000,00	140 000,00	140 000,00	168 000,00	180 000,00	210 000,00	240 000,00	270 000,00	270 000,00	300 000,00	1 825 000,00
12														
13	Продано одиниць	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	Ціна за 1	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	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
16														
17	Продано одиниць	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	Ціна за 1 кг, середня	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	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
20	Разом усіх товарів	90 000,00	110 000,00	180 000,00	265 000,00	290 000,00	318 000,00	355 000,00	410 000,00	440 000,00	470 000,00	495 000,00	550 000,00	3 973 000,00

Рис. 3. Прогноз продаж

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - роздрібна торгівля														
Роздрібна точка	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	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	6,00	7,00	8,00	8,00	8,00	9,00	10,00	76,00	
Витрати на одиницю товару:														
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	
Категорія 1: Всього Витрати	0,00	0,00	40 000,00	50 000,00	60 000,00	60 000,00	70 000,00	80 000,00	80 000,00	80 000,00	90 000,00	100 000,00	760 000,00	
Категорія 2: Продано один. товару	2,00	2,00	4,00	5,00	5,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	9,00	10,00	73,00	
Витрати на одиницю товару:														
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	
Категорія 2: Всього Витрати	0,00	0,00	50 000,00	62 500,00	62 500,00	75 000,00	75 000,00	87 500,00	100 000,00	112 500,00	112 500,00	125 000,00	912 500,00	
Категорія 3: Продано 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	
Витрати на одиницю товару:														
Товар (на реалізацію)	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 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	
Категорія 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	
Категорія 4: Продано 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	
Витрати на одиницю товару:														
Товар (на реалізацію)	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 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	
Категорія 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	0,00	0,00	90 000,00	112 500,00	122 500,00	135 000,00	145 000,00	167 500,00	180 000,00	192 500,00	202 500,00	225 000,00	1 672 500,00	

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)														
Кретив-директор	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	35000,00	420000,00	
Оператор/монтажер	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	28 000,00	336 000,00	
Проджект-менеджер	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	
ПДФО (18%)	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	190 080,00	
ВЗ (5%)	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	4 400,00	52 800,00	
ЄСВ (22%)	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	19 360,00	232 320,00	
Всього витрати	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	127 600,00	1 531 200,00	

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	
4	Витрати на приміщення	41 000,00	31 000,00	30 500,00	28 300,00	28 400,00	29 000,00	33 600,00	28 900,00	28 400,00	28 900,00	30 900,00	30 400,00	369 300,00
5	Транспортування/ автомобіль	1 000,00	1 000,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	6 000,00
6	Плата за використання телефону	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3 600,00
7	Офісні витратні матеріали/ пошта	1 000,00	0,00	10,00	10,00	15,00	10,00	10,00	50,00	100,00	10,00	10,00	10,00	1 235,00
8	Реклама/ промо-акції	16 000,00	14 000,00	12 000,00	9 000,00	10 000,00	10 000,00	8 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	6 000,00	113 000,00
9	Юридичні/ бухгалтерські послуги	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	14 400,00
10	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
11	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
12	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
13	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
14	Різне:	0,00	0,00	300,00	0,00	100,00	100,00	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00	0,00	700,00
15	Знос (амортизація)	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	2 516,67	30 200,04
16	Інше: запчастини, масло, мийка машини	0,00	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	200,00	400,00	0,00	100,00	0,00	0,00	1 000,00
17	Всього витрати	63 016,67	50 016,67	46 826,67	42 626,67	42 531,67	43 126,67	45 826,67	41 366,67	40 716,67	40 026,67	41 926,67	41 426,67	539 435,04

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	
4	Робочий комп'ютер	60 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	1 000,00
5	Професійна камера	40 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	666,67
6	Монітор	4 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	66,70
7	Офісні столи	10 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	166,70
8	Крісла	5 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	83,30
9	Освітлення для зйомки	6 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	83,30
10	Мікрохвильовка	2 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	33,30
11	Ноутбук	25 000,00	1 січня 2026 рік	60,00	416,70
12	Загальна вартість капітального обладнання	152 000,00		Всього місячна амортизація	2 516,67

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

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	154 500,00
Початковий запас матеріалів	10000
Юридичні/ бухгалтерські послуги	1200
Регістрація, ліцензії, дозволи	100
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	15000
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	0
Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача	3000
Резерв обігових коштів	500
Інше	0
Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	0,00
Земельна ділянка:	0,00
Інше: автомобіль	0,00
Всього початкові витрати	184 300,00

Рис. 8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	200 000,00
Позика в друзів	10 000,00
Позика в родичів	40 000,00
Дали друзі як негрошовий внесок	0,00
Дали родичі як негрошовий внесок	80 000,00
Внесок автомобіль	0,00
Грант	200 000,00
Короткострокова банківська позика підприємству	0,00
Довгострокова банківська позика підприємству	0,00
Банківська позика власнику	0,00
Інші позикові кошти (вказати):	0,00
Інші грантові кошти (вказати)	0,00
3 усіх джерел фінансування	530 000,00
Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/ приміщення:	0,00
Обладнання:	152 000,00
Початковий запас матеріалів	10 000,00
Юридичні послуги/ Реєстрація	102,00
Бухгалтерські послуги	1 200,00
Ліцензії та дозволи	100,00
Ремонтні роботи	15 000,00
Установка обладнання	1 000,00
Завдатки	0,00
Реклама	0,00
Промо-акції	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	500,00
Інше	0
Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	0,00
Інше: автомобіль	0,00
Усі статті витрат	179 902,00
Початковий баланс грошових коштів	350 098,00

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

2		
3	Баланс за період:	2025 рік
4		
5	АКТИВИ	
6	<i>Оборотні активи</i>	
7	Грошові кошти	1 463 242,06
8	Дебіторська заборгованість	0,00
9	Запаси готової продукції (сировини)	0,00
10	Завдатки (виплати наперед)	85 435,62
11	Інше	0,00
12	Всього оборотні активи	1 548 677,68
13	<i>Позаоборотні активи</i>	
14	Земля	0,00
15	Будівлі (враховуючи знос)	0,00
16	Обладнання (враховуючи знос)	139 333,33
17	Інше: автомобіль	0,00
18	Всього позаоборотні активи	139 333,33
19	ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	1 688 011,02
20		
21	ПАСИВИ	
22	<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
23	Кредиторські зобов'язання	0,00
24	Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
25	Інше	0,00
26	Всього короткострокові зобов'язання	0,00
27	<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
28	Довгострокові позики	0,00
29	Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
30	Інше	0,00
31	Всього довгострокові зобов'язання	0,00
32	ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
33	Капітал власника	1 688 011,02
34	Всього капітал власника та пасиви	1 688 011,02

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, проведений аналіз діяльності та перспектив розвитку компанії «FocusFrame Studio» свідчить про значний потенціал цього підприємства на ринку креативних послуг, зокрема у сфері предметного відеомаркетингу. Сьогодні попит на високоякісний відеоконтент зосереджений на демонстрації продукту, що робить візуальні матеріали ключовим інструментом взаємодії між брендом і споживачем. У таких умовах діяльність студії, яка спеціалізується на створенні естетичних, технологічно досконалих відеопродуктів, є особливо актуальною та перспективною.

FocusFrame Studio пропонує комплексний підхід до виробництва відеоконтенту, де головним об'єктом уваги є продукт. На відміну від конкурентів, студія фокусується на деталізації товару, використанні макрозйомки, художнього освітлення, ретельно підібраних реквізитів та сучасних анімаційних технологій. Це дозволяє не лише продемонструвати унікальні характеристики продукту, але й створити емоційний зв'язок із аудиторією. Завдяки повному циклу виробництва — від розробки концепції до монтажу, кольорокорекції, інтеграції 3D та motion-анімацій — компанія здатна створювати цілісні, ефектні та впізнавані відеопродукти.

Дослідження ринку показало, що у регіоні Тернопільської області практично відсутні компанії, які пропонують комплексний підхід до створення предметного відеоконтенту. Більшість конкурентів надають вузькі послуги, такі як анімація, постпродакшн або промо-зйомка. Це створює вільну нішу для FocusFrame Studio, яка може швидко зайняти лідерські позиції завдяки інноваційному підходу та сучасному технічному оснащенню. Гнучка бізнес-модель дозволяє оперативно адаптуватися до ринкових тенденцій і формувати стійку клієнтську базу.

Фінансовий прогноз свідчить про високу перспективність компанії. У перший рік діяльності FocusFrame Studio очікує чистий прибуток на рівні 300 000 грн при постійних витратах 170 000 грн. Точка беззбитковості визначена на рівні 281 456 грн, що є досяжним показником вже на початковому етапі функціонування. Це підтверджує ефективність бізнес-моделі та високий потенціал повернення інвестицій.

Стратегічною метою компанії є створення сильного бренду на ринку відеомаркетингу, що асоціюватиметься з професіоналізмом, якістю та творчим підходом. Для досягнення цієї мети реалізується комплексна маркетингова стратегія: активне просування у соціальних мережах (TikTok, Instagram, Facebook), формування портфоліо кейсів, участь у галузевих заходах і розвиток партнерських відносин із рекламними агентствами.

Важливу роль у конкурентоспроможності компанії відіграє команда студії, що складається з висококваліфікованих фахівців у сфері відеопродакшену, дизайну та менеджменту. Поєднання творчого потенціалу та технічної компетентності забезпечує високу якість кінцевого продукту. Інвестиції у професійний розвиток співробітників сприяють довгостроковій стійкості бізнесу та збереженню конкурентних переваг.

Отже, FocusFrame Studio має всі передумови для стійкого фінансового зростання, підвищення ринкової впізнаваності та формування репутації лідера у сфері предметного відеомаркетингу. Використання комплексного підходу, впровадження сучасних технологій і збереження високих стандартів якості стануть основою довгострокового успіху компанії, сприятимуть розвитку креативної економіки регіону та створенню доданої вартості для українського бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
2. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI : станом на 5 жовт. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 25.10.2025).
3. Market K. Y. Аналіз ринку: сучасні інструменти та методи для оцінки інформації | блог ус.market. *Блог УС.Market | Дослідження ринку та конкурентний аналіз.* URL: <https://blog.youcontrol.market/analiz-rinku-suchasni-instrumenti-ta-mietodi-dlia-otsinki-informatsiyi/> (дата звернення: 25.10.2025).
4. ViDO.agency. List.in.ua – бізнес-довідка , карта, події, телефонний довідник. URL: <https://list.in.ua/Контент-агенції/167933/ViDO%2Eagency-Тернопіль> (дата звернення: 25.10.2025).
5. ТАПТАП | ТікТок для бізнесу (@taptap_agency) • Instagram photos and videos. *Instagram.* URL: https://www.instagram.com/taptap_agency?igsh=MWUweWprdnhrYW10e (дата звернення: 25.10.2025).
6. Колтун В. С., Рачинський А. П. Цінність соціального проєкту: концептуалізація визначення. *Derzhavne upravlinnya udoskonalennya ta rozvytok.* 2023. № 3. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.3.2> (дата звернення: 25.10.2025).
7. Гаврилюк І. Таргетована реклама у соціальних мережах. *Економіка та суспільство.* 2024. № 63. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-102> (дата звернення: 25.10.2025).

8. Hrynkevych S. S., Sorokina Z. D., Sitarchuk M. A. Таргетована реклама у соціальних мережах: її популярність та ефективність. The actual problems of regional economy development. 2021. Т. 2, № 17. С. 115–123. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.17.115-123> (дата звернення: 25.10.2025).
9. Журило В. В. Маркетинг впливу як комунікаційний інструмент просування товарів у соціальних інтернет-мережах. Підприємництво та інновації. 2020. № 11-2. С. 29–36. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.23> (дата звернення: 25.10.2025).
10. Як скласти фінансовий план підприємства. Нова Пошта. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/yak-sklasti-finansovij-plan-pidpriyemstva> (дата звернення: 25.10.2025)
11. Як скласти фінансовий план: поради фінансової експертки. Happy Monday. URL: <https://happymonday.ua/finansovyj-plan-yak-sklasty-ta-dotrymuvatys> (дата звернення: 25.10.2025)