

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

“Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (маркетингові послуги для малого бізнесу) і його маркетингове обґрунтування.”

Студентки 4 курсу групи МАРК-42
Братанич С.М.
напряму підготовки: 075 «Маркетинг»
Керівник: к.е.н., старший викладач
Дудар Володимир Тарасович
(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала _____
Кількість балів: ___ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії _____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Розділ 1. Ділова пропозиція	5
<i>I. Компанія та її продукти.....</i>	<i>5</i>
А. КОМПАНІЯ.....	5
Б. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ.....	5
<i>II. Дослідження та аналіз ринку.....</i>	<i>7</i>
А. КЛІЄНТИ.....	7
Б. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ.....	7
В. КОНКУРЕНЦІЯ.....	8
Г. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ.....	8
<i>III. Маркетинговий план.....</i>	<i>9</i>
А. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ.....	9
Б. ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	9
В. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ.....	10
Г. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ.....	10
<i>IV. Операційний план.....</i>	<i>12</i>
А. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ.....	12
Б. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ.....	12
В. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ.....	12
Г. РОБОЧА СИЛА.....	13
<i>V. Управлінська команда.....</i>	<i>14</i>
А. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ.....	14
Б. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ.....	14
<i>VI. Фінансовий план.....</i>	<i>15</i>
А. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ.....	15
Б. ОРІЄНТОВАНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ.....	15

В. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ.....	16		
Г. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ.....	17		
Розділ 2. Розрахункові таблиці міждисциплінарної курсової роботи.....	18		
ВИСНОВКИ ТА ПОРАДИ.....	27		
СПИСОК	ВИКОРИСТАНИХ	ДЖЕРЕЛ	28

.....

ВСТУП

Метою курсової роботи є отримання теоретичних і практичних знань про механізм підприємницької діяльності.

У даній роботі буде описано підприємницька діяльність з наданням послуг у сфері SMM. Метою підприємства буде просування товару чи послуги замовника. У цій роботі буде наведена загальна характеристика розвитку підприємства, його структура, фінанси, які передбачені на один рік.

Завданням курсової роботи буде ознайомитися зі суттю та метою ведення підприємства, ознайомитися зі специфікою ведення бізнесу у сфері маркетингу, сформулювати практичні рекомендації на основі даного дослідження.

Сьогодні соціальні мережі набирають все більшої популярності. Багато компаній та підприємств бажають знайти своїх клієнтів саме на цій платформі у просторах інтернету. Але просування свого продукту чи послуги може виявитися провальним, якщо не звернутися до спеціаліста, в цьому випадку це SMM-спеціаліст. Це людина, яка зможе ефективно просунути ваш товар чи послугу, створить комунікацію між компанією та клієнтами, збільшить пізнаваність компанії.

Тому, маркетингове агентство – це ефективний спосіб заробити гроші, оскільки ця сфера все більше набирає популярності, є потрібна на ринку, а також цей бізнес не потребує великих вкладень.

Розділ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ

І. Компанія та її продукти

А. КОМПАНІЯ

Маркетингова агенція буде займатися наданням послуг по SMM. Ці послуги орієнтовані на інші компанії, підприємства або фізичних осіб, які хочуть просунути свій товар чи послугу в інтернеті. Діяльність цього агентства буде здійснюватися по всій Україні, конкретне місце роботи буде розташоване у місці Тернопіль.

Організаційно-правова форма реєстрації маркетингового агентства – фізична особа підприємець.

Етапи входження на ринок: реєстрація бізнесу, аналіз ринку, вивчення цільової аудиторії, сегментація, вивчення конкурентів, складання послуг, вибір платформи, розроблення стратегії та цілей.

Б. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ

Послуги у напрямку SMM:

- Копірайтинг;
- Таргетинг;
- Створення рекламних креативів;
- Розробка стратегій просування;
- Сторітелінг;
- Influence-маркетинг;
- Створення чат-ботів.

Унікальною послугою у нашій агенції буде послуга сторітелінг або ж написання бренд історії – це історії, які привертають увагу та надихають читача

купити певний товар чи послугу. Сторітелінг стає все більше популярним форматом для комунікації брендів зі споживачами.

Influence-маркетинг – це підготовка до співпраці й вибір блогерів, які будуть рекламувати товар чи послугу на своїй сторінці у соціальних мережах.

Створення чат-ботів – це імітація розмови з живою людиною, автоматичні відповіді на типові запитання клієнтів у повідомлення. Застосовуються чат-боти на таких платформах: Telegram, Viber, Instagram, Messenger.

II. Дослідження та аналіз ринку

A. КЛІЄНТИ

Нашою цільовою аудиторією є компанії, підприємства, фізичні особи, наприклад, блогери, які хочуть просунути свою сторінку у соціальних мережах, інтернет-магазин. Клієнти будуть знаходитися у межах країни. Щоб клієнту отримати послугу потрібно укласти договір з даним маркетинговим агентством.

Клієнт зможе отримати пакет послуг по SMM або окремо послугу з перелічених. Звісно, для клієнта буде краще та вигідніше, коли він обере пакет послуг, оскільки це ефективний спосіб для досягнення більшого результату, аніж коли клієнт обере одну з послуг.

B. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

Місце розташування маркетингової агенції буде у м. Тернопіль, нашими послугами можуть скористатися люди по всій Україні, оскільки основна робота агенції буде відбуватися в інтернеті, соціальних мережах.

На дохід маркетингової агенції впливає сезонність, в основному найменше клієнтів буває влітку, а висока активність починається з осені. Також значний вплив на активність клієнтів і взагалі на весь бізнес мало повномасштабне вторгнення в Україну. В той час багато людей покинули своє місце проживання та оселилися у західній частині України або взагалі переїхали за кордон. Багато компаній суттєво постраждали від війни та в тому числі маркетингові агенції, які призупинили свою роботу. Згодом українці адаптувалися до таких умов й почали відновлювати роботу, навчання, бізнес.

За один місяць в агенції в середньому планується отримати 11-12 замовлень зі сфери діяльності по SMM, враховуючи постійних клієнтів. Що стосується

індивідуальних завдань, то їх у середньому планується отримати 21-22 замовлень за один місяць.

В. КОНКУРЕНЦІЯ

На щастя, в Україні добре розвинута сфера діяльності SMM, гадаю, що у кожному місці можна зустріти маркетингову агенцію, яка спеціалізується не тільки по SMM, а й по SEO і т.д. Основними конкурентами нашої маркетингової агенції є:

- Inmark
- Studio Creative
- Best Marketing
- Star way

Їхніми перевагами є те, що вони займають більший спектр послуг, такі як SEO, дизайн, брендинг. У кожній компанії є свої кейси, які вони виставляють на своїх сайтах. Маркетингова агенція Inmark надає свої послуги не тільки в Україні, а й за кодоном. Конкуренти надають якісний сервіс за відповідно ціною. На мою думку, головною помилкою конкурентів є те, що на сайті присутня термінологія, якою користуються і яку розуміють маркетологи, але яка може бути не зрозуміла для клієнта.

Г. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Особливість нашого товару буде в тому, що на початок входження на ринок ціни будуть нижчі у порівнянні з конкурентами. Згодом, коли агенція набуде достатньо якісних проєктів, збільшить свою лояльність клієнтів до неї, зможе збільшити ціну на послуги. Нашою перевагою будуть послуги, які надаються у нас, але яких немає у конкурентів. На наступні 2 роки ми плануємо реалізувати близько 200 проєктів.

На мою думку, ринок у сфері маркетингу набирає все більшої популярності серед бізнесу, оскільки мало хто зараз може уявити розвиток свого підприємства

чи компанії без сайту, чи сторінки у соціальній мережі. Саме маркетологи займаються розвитком, пізнаваністю підприємства в інтернеті.

III. Маркетинговий план

A. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Спершу потрібно подбати про маркетингове дослідження, визначити хто є нашим клієнтом, яку послугу ми будемо просувати. У другому розділі ми визначили, що нашими клієнтами будуть підприємства, інтернет-магазини і т. д.

Згодом потрібно скласти стратегію розвитку агенції, знайти концепцію – це точка зору, система поглядів, слово або словосполучення з широкою кількістю значення і застосування, що є основою для ринкової діяльності. Наприклад «Креатив», яка розкриває думку: «Бути творчим у всьому».

Потрібно вибрати платформу (соціальну мережу), де буде подаватись контент та створити сайт, де буде розміщена інформація про нашу агенцію, послуги, ціни. Наша агенція буде розміщувати свій контент на таких платформах як Instagram (пости будуть лаконічні й красиві), Facebook (основна увага буде приділятися тексту, а не картинці, має бути цікавий контент), Telegram (чітке виставлення інформації).

Визначити tone of voice - манера спілкування з аудиторією в постах чи коментарях. Наприклад, наша агенція буде писати пости у діловому стилі, постити лаконічний контент, оскільки нашими клієнтами будуть серйозні люди, які працюють у компаніях.

B. ЦІНОУТВОРЕННЯ

- SMM індивідуальна послуга – від 1 880 грн;
- SMM пакет послуг – 15 500 грн.

Ціноутворення побудоване на оптимальних цінах, а точніше таких, які будуть нижче цін конкурентів, щоб можна було легше проникнути на ринок. Ціна залежить від послуги, обсягу роботи, складності поставлених завдань. Агенція не повинна низько оцінювати вартість своєї роботи та брати на себе зайві обов'язки. За певний період в агенції повинен сформуватися авторитет бренду та велика база лояльних клієнтів.

Ціна на індивідуальні послуги по SMM встановлена за одиницю послуги, вона передбачена для тих клієнтів, які не потребують пакет послуг, а лише одну послугу. Пакет послуг по SMM – це проєкт, до кого входять усі послуги нашої агенції: копірайтинг, таргетинг, сторітелінг, створення креативів і т. д. Пакет послуг підходить багатьом бізнесам, наприклад, якщо це компанію B2B, інтернет-магазин, сферою послуг, медіа. Цю послугу обирають компанії для того, щоб досягнути більшого результату, наприклад, формування лояльності клієнтів до бізнесу, підвищення пізнаваності, робота над іміджем компанії.

В. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

У нашій маркетинговій агенції 3 рази в рік будуть проводитися знижки на всі послуги.

- SMM індивідуальна послуга – від 1 880 грн, зі знижкою -10% становить від 1 692 грн;
- SMM пакет послуг – 15 500 грн, зі знижкою -10% становить 13 950 грн.

Клієнти будуть укладати договір з агенцією на певний час, у якому буде вказано, що ця ціна буде діяти один місяць, а в інші місяці ціна буде звичайна. Ця знижка буде стимулювати клієнтів звертатися до послуг саме нашої агенції.

Г. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

Просувати маркетингову агенцію будемо в інтернеті, соціальних мережах. У агенції ведуться сторінки у соціальних мережах, такі як Instagram та Facebook. У

кожній соціальній мережі буде проводитися рекламна компанія, завдяки якій ми будемо просувати свої послуги, підвищувати лояльність, пізнаваність бренду. На кожен рекламну компанію будемо виділять 10 дол, тобто 12 000 грн в місяць. В перші 2 місяці витрат на рекламу не буде, оскільки це буде адаптаційний період. У місяці листопаді ми збільшимо суму вкладень у рекламну компанію до 13,3 дол.

Також ми будемо залучати блогерів, які ведуть блог про SMM, SEO і про те, що стосуватися маркетингу, рекламувати нашу маркетингову агенцію у себе на сторінці у постах чи історіях. На цей вид просування ми виділимо 10 000 грн, але у перші 2 місяці витрат не буде. У місяці листопаді ми збільшимо суму вкладень в Influence-маркетинг (реклама у блогерів) до 14 000 грн.

IV. Операційний план

A. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ

Наша маркетингова агенція буде орендувати приміщення поблизу центра у м. Тернопіль. На оренду приміщення буде виділятися 13 000 грн кожного місяця.

Основними перевагами цього місця розташування є те, що клієнти зможуть легко знайти наш офіс, оскільки він знаходиться поблизу центру міста туди можна зручно добратися. Також це людяне місце, біля якого будуть часто проходити люди, які запам'ятають нашу агенцію та при можливості скористаються нашими послугами.

Недоліками те, що потрібно платити певну суму за оренду приміщення. Працівнику агенції потрібно витратити певну кількість часу для того, щоб добратися до офісу.

B. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ

Щоб приміщення відповідало стилю агенції потрібно зробити невеликий ремонт, купити меблі та декорації. Зовнішній вигляд офісу має велике значення, оскільки клієнт може скласти своє перше враження про нашу агенцію. Вона має відповідати, а навіть перевершувати його очікування.

На потреби ремонту агенція може виділити 80 000 грн. Ця сума буде розділена на 8 місяців.

B. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Стратегія просування власної послуги буде полягати у тому, що маркетингова агенція буде мати власні сторінки у соціальних мережах, де буде проводити рекламні компанії для просування своєї послуги, будувати комунікацію між клієнтом та брендом, формувати правильне розуміння про послугу, підвищувати пізнаваність бренду чи послуги, генерувати органічний трафік на власний сайт.

Власний сайт агенції буде розміщувати в собі інформацію про послугу, яку надає компанія, ціну. Згодом, будемо додавати відгуки наших клієнтів та кейси (проєкти, які виконала агенція).

Агенція буде відповідально ставитися до контролю за якістю послуг. Ми будемо використовувати надійні та ефективні інструменти для реклами, наприклад:

- Ads Manager – створення та відстеження ефективності рекламної компанії та оптимізація.
- Google Ads – рекламний сервіс, що дозволяє рекламодавцям розміщувати контекстну рекламу в пошукових результатах Гугл.
- Media Library – база креативів для запуску компаній з різних рекламних акаунтів.
- Ads reporting – створення та отримання результатів по рекламі.
- Canva – платформа графічного дизайну.

Г. РОБОЧА СИЛА

У маркетинговій агенції буде працювати 4 SMM спеціаліста враховуючи засновника. Кожна людина у команді буде спеціалізуватися у своєму напрямку. Наприклад, одна людина займається виключно таргетингом та створенням рекламних креативів, а інша працює копірайтером та створює бренд-історії, ще інша створює чат-боти.

У цій професії потрібно постійно удосконалюватися, тому наші працівники повинні кожного року проходити курси по підвищенні своєї кваліфікації.

З початку створення агенції бухгалтерією буде займатися власник. Згодом, коли компанія тривалий час буде мати стабільний дохід, звернеться до послуг консалтингової фірми щодо надання послуг бухгалтера.

V. Управлінська команда

A. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ

Членом управлінської команди є засновник агенції. Він має вищу освіту зі спеціальності «Маркетинг», досвід роботи у сфері SMM, а також пройшов курси по комплексному інтернет-маркетингу. Важливо аби засновник мав лідерські навички.

B. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

Зарплата, яка виплачуватиметься власникові, буде залежати від надходження коштів від реалізації послуг. Потрібно розуміти, що на перший час агенція буде мати збитки, що пов'язано з ремонтом, купівлею обладнання, входженням на ринок.

У перший місяць агенція зазнає збитку у розмірі -6 528,80 грн, що означає цього місяці власнику заробітна плата не буде оплачена. З наступного місяця ми бачимо (див. рис. 12), що агенція починає отримувати прибуток у сумі 13 167,20 грн.

VI. Фінансовий план

А. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ

Для того, щоб маркетингова агенція втілилася в реальність потрібен початковий капітал. Розглянемо джерела фінансування:

1. Грошовий внесок власника у сумі 250 000 грн.
2. Позикові кошти у родичів (без відсотків) 200 000 грн.

Разом ця сума складає 450 000 грн (див. рис. 11).

Б. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

У перші 3 місяці ми будемо споглядати невеликий виторг. Згодом, коли агенція зможе виконати усі виплати по ремонту, купівлі обладнання, то зможе отримати більші прибутки.

Розглянемо звіт про рух грошових коштів, а точніше баланс:

На кінець січня – 57 289,00 грн.

На кінець лютого – 75 498,00 грн.

На кінець березня – 69 080,00 грн.

На кінець квітня – 84 102,00 грн.

На кінець травня – 112 002,00 грн.

На кінець червня – 126 844,00 грн.

На кінець липня – 141 186,00 грн.

На кінець серпня – 167 968,00 грн.

На кінець вересня – 190 368,00 грн.

На кінець жовтня – 267 090,00 грн.

На кінець листопада – 353 052,00 грн

На кінець грудня – 417 199,00 грн

Отже, ми отримали баланс грошових коштів на кінець, що складає 417 199,00 грн. Ці кошти можна вкласти у розвиток агенції, наприклад, відкрити новий відділ по SEO та найняти нових працівників.

В. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ

Прогнозуємо, що прибуток ми отримаємо вже з другого місяця, завдяки правильному розподіленню витрат. Відшкодування стартового капіталу за графіком відбудеться за 8 місяців від початку бізнесу, точніше від третього місяця. На щастя, щоб надавати послуги нашим клієнтам не потрібно робити багато затрат, у випадку, коли є початковий капітал.

Детально розглянемо чистий прибуток, який ми отримаємо після одного року роботи:

Січень – -6 528,80 грн.

Лютий – 13 167,20 грн.

Березень – 13 465,60 грн.

Квітень – 30 617,60 грн.

Травень – 40 920,00 грн.

Червень – 30 473,60 грн.

Липень – 30 073,60 грн.

Серпень – 40 025,60 грн.

Вересень – 36 520,00 грн.

Жовтень – 79 977,60 грн.

Листопад – 67 369,60 грн.

Грудень – 49 917,60 грн.

За один рік чистий прибуток складе 425 999,20 грн. На прибуток/збиток вплинуть:

1. Витрати на приміщення – 253 603 грн.

2. Реклама/промо-акції – 228 300 грн.
3. Юридичні послуги – 13 000 грн.
4. Знос (амортизація) – 21 000 грн та інше.

Загальна сума витрат за один рік складає 519 443 грн (див. рис. 8).

Г. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Визначимо точку беззбитковості з даних, які наведені у таблиці «Звіт про прибутки та збитки (проект)» (див. рис. 12):

1. Загальну вартість продаж складає: 2 572 222 грн.
2. Валова собівартість: 1 125 000 грн.
3. Валовий прибуток: 1 447 222 грн.
4. Валовий прибуток (%): 56,26%.
5. Всього поточних видатків: 532 499 грн.
6. Точка беззбитковості: $532\,499 / 0,56 = 950\,891,07$ грн.

Для того, щоб не мати збитків, агенція повинна отримувати дохід у розмірі 950 891,07 грн.

Розділ 2. Розрахункові таблиці міждисциплінарної курсової роботи

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
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	події													
5	Свята	6		2	2	3	3		2		3		2	23,00
6	Особливі (визначні) дні	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	53,00
7	Події місцевого значення						1,00		1,00					2,00
8	Сезонні події												1,00	1,00
9														
10	Газети	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	Жовті сторінки (Довідники організацій)	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	Журнали	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	Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Інтернет	0,00	0,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	16 000,00	12 000,00	124 000,00
15	Брошури	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16	Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	Радіо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18	Рекламні проспекти	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	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
20	Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21	Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
22	Банери/ Рекламні щити	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
23	Імплісе-маркетинг (реклама у блогерів)	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	14 000,00	10 000,00	104 000,00
24	Всього витрати	0,00	0,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	30 000,00	22 000,00	228 000,00

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

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Витрати на приміщення (будівлю)													
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	Оренда приміщення офісу	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	13 000,00	156 000,00
5	Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6	Ремонтні роботи/ обслуговування	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80 000,00
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	0,00
8	Електрика	250,00	250,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	500,00	400,00	4 900,00
9	Опалення	1 521,00	1 521,00	1 000,00	800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	1 521,00	7 363,00
10	Водопостачання/ каналізація	180,00	180,00	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	3 240,00
11	Телефон (базова оплата)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Провідний інтернет	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	2 100,00
13	Інше: охорона офісу	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	Всього витрати	25 126,00	25 126,00	24 863,00	24 663,00	23 863,00	23 963,00	23 963,00	23 963,00	13 863,00	13 863,00	14 963,00	15 384,00	253 603,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
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	Послуга Категорія №1 SMM-пакет послуг													
5	Продано одиниць	5,00	7,00	9,00	11,00	15,00	11,00	11,00	12,00	13,00	16,00	15,00	15,00	140,00
6	Ціна за 1	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	13 950,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	13 950,00	15 500,00	15 500,00	13 950,00	15 500,00
7	Сума продажу	77 500,00	108 500,00	139 500,00	170 500,00	209 250,00	170 500,00	170 500,00	186 000,00	181 350,00	248 000,00	232 500,00	209 250,00	2 170 000,00
8	Послуга Категорія №2 SMM індивідуальна послуга													
9	Продано одиниць	10,00	14,00	18,00	21,00	24,00	20,00	20,00	23,00	24,00	26,00	29,00	28,00	257,00
10	Ціна за 1	1 880,00	1 880,00	1 880,00	1 880,00	1 692,00	1 880,00	1 880,00	1 880,00	1 692,00	1 880,00	1 880,00	1 692,00	1 880,00
11	Сума продажу	18 800,00	26 320,00	33 840,00	39 480,00	40 608,00	37 600,00	37 600,00	43 240,00	40 608,00	48 880,00	54 520,00	47 376,00	483 160,00
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
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	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	96 300,00	134 820,00	173 340,00	209 980,00	249 858,00	208 100,00	208 100,00	229 240,00	221 958,00	296 880,00	287 020,00	256 626,00	2 572 222,00

Рис. 3. Прогноз продаж

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг													
2														
3	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
4	Категорія 1: Продано один. товару	5,00	7,00	9,00	11,00	15,00	11,00	11,00	12,00	13,00	16,00	15,00	15,00	140,00
5	Витрати на одиницю товару:													
6	Прямі витрати на оплату праці	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	74 400,00
7	Матеріали/ комплектуючі													
8	Витратні матеріали													
9	Пакувальні матеріали (тара)													
10	Інше													
11	Всього витрати на один. товару	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00	74 400,00
12	Категорія 1: Всього Витрати	31 000,00	43 400,00	55 800,00	68 200,00	93 000,00	68 200,00	68 200,00	74 400,00	80 600,00	99 200,00	93 000,00	93 000,00	868 000,00
13	Категорія 2: Продано один. товару	10,00	14,00	18,00	21,00	24,00	20,00	20,00	23,00	24,00	26,00	29,00	28,00	257,00
14	Витрати на одиницю товару:													
15	Прямі витрати на оплату праці	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	1 000,00	12 000,00
16	Матеріали/ комплектуючі													
17	Витратні матеріали													
18	Пакувальні матеріали (тара)													
19	Інше													
20	Всього витрати на один. товару	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	1 000,00	12 000,00
21	Категорія 2: Всього Витрати	10 000,00	14 000,00	18 000,00	21 000,00	24 000,00	20 000,00	20 000,00	23 000,00	24 000,00	26 000,00	29 000,00	28 000,00	257 000,00
22	Категорія 3: Продано один. товару													
23	Витрати на одиницю товару:													
24	Прямі витрати на оплату праці													
25	Матеріали/ комплектуючі													
26	Витратні матеріали													
27	Пакувальні матеріали (тара)													
28	Інше													
29	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
30	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
31	Категорія 4: Продано один. товару													
32	Витрати на одиницю товару:													
33	Прямі витрати на оплату праці													
34	Матеріали/ комплектуючі													
35	Витратні матеріали													
36	Пакувальні матеріали (тара)													
37	Інше													
38	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
39	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
40	ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	41 000,00	57 400,00	73 800,00	89 200,00	117 000,00	88 200,00	88 200,00	97 400,00	104 600,00	125 200,00	122 000,00	121 000,00	1 125 000,00

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

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Витрати на оплату праці													
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	Посада (позиція)													
5	<i>SMM-спеціаліст</i>	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	216 000,00
6	<i>ПДФО (18%)</i>	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	6 480,00	77 760,00
7	<i>ВЗ (1,5%)</i>	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	6 480,00
8	<i>ЄСВ (22%)</i>	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	7 920,00	95 040,00
9	Всього витрати	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	395 280,00

Рис. 5. Витрати на оплату праці

	A	B	C	D	E
1	Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
2					
3	Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
4	Комп'ютерне обладнання	100 000,00	1 січня 2023 року	60,00	1 666,67
5	Кондиціонер	20 000,00	1 травня 2023 року	240,00	83,33
6					
7					
8	Загальна вартість капітального обладнання	120 000,00		Всього місячна амортизація	1 750,00

Рис. 6. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
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	Витрати на приміщення	25 126,00	25 126,00	24 863,00	24 663,00	23 863,00	23 963,00	23 963,00	23 963,00	13 863,00	13 863,00	14 963,00	15 384,00	253 603,00
5	Транспортування/ автомобіль	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
6	Плата за використання телефону	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1 500,00
7	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
8	Реклама/ промо-акції	0,00	0,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	30 000,00	22 000,00	228 000,00
9	Юридичні/ бухгалтерські послуги	1 500,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 500,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	13 000,00
10	Ліцензії та дозволи	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Знос (амортизація)	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	21 000,00
16	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
17	Всього витрати	30 521,00	28 021,00	49 768,00	49 568,00	48 768,00	48 868,00	49 368,00	48 868,00	38 768,00	38 768,00	47 868,00	40 289,00	519 443,00

Рис. 7. Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

	A	B
1	Початкові витрати	
2		
3	Категорії витрат	Вартість
4	<i>Придбання та установка капітального обладнання</i>	122 500,00
5	<i>Початковий запас рослин, хімії, сумішей, ґрунтів, горщиків, супутніх товарів</i>	0,00
6	<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</i>	6500
7	<i>Регістрація, ліцензії, дозволи</i>	1800
8	<i>Ремонтні роботи: встановлення сигналізації</i>	12000
9	<i>Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)</i>	0
10	<i>Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача</i>	10000
11	<i>Резерв обігових коштів</i>	500
12	<i>Інше: агроволокно</i>	0,00
13	<i>Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці</i>	0,00
14	<i>Земельна ділянка:</i>	0,00
15	<i>Інше: автомобіль</i>	0,00
16	Всього початкові витрати	153 300,00

Рис. 8. Початкові витрати

	А	В
1	Джерела фінансування та статті витрат	
2		
3	Джерела фінансування	Сума
4	Грошовий внесок 1го власника	250 000,00
5	Грошовий внесок 2го власника	0,00
6	Грошовий внесок 3го власника	0,00
7	Негрошовий внесок 1го власника:	0,00
8	Негрошовий внесок 2го власника:	0,00
9	Негрошовий внесок 3го власника: автомобіль	0,00
10	Грант МОМ	0,00
11	Короткострокова банківська позика підприємству	0,00
12	Довгострокова банківська позика підприємству	0,00
13	Банківська позика власнику	0,00
14	Інші позикові кошти (екзасти): в родичів без відсотків	200 000,00
15	Інші грантові кошти (екзасти)	0,00
16	З усіх джерел фінансування	450 000,00
17		
18	Статті витрат	Сума
19	Земельна ділянка	0,00
20	Споруди/ приміщення:	0,00
21	Обладнання:	120 000,00
22	Початковий запас рослин, хімії, сумішей, ґрунтів, горщиків, супутніх товарів	0,00
23	Юридичні послуги/ Реєстрація	21 000,00
24	Бухгалтерські послуги	0,00
25	Ліцензії та дозволи	2 000,00
26	Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	12 000,00
27	Установка обладнання	2 500,00
28	Завдатки	0,00
29	Реклама	228 300,00
30	Промо-акції	0,00
31	Обігові кошти на операційні витрати	500,00
32	Інше: агроволокно	0
33	Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	0,00
34	Інше: автомобіль	0,00
35	Усі статті витрат	386 300,00
36	Початковий баланс грошових коштів	63 700,00

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Звіт про прибутки та збитки (проект)														
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	ДОХОД														
5	Валовий дохід	Тип фірми	96 300,00	134 820,00	173 340,00	209 980,00	249 858,00	208 100,00	208 100,00	229 240,00	221 958,00	296 880,00	287 020,00	256 626,00	2 572 222,00
6	реалізі продукції (мін витр.) (тип фірми В, П, РТ)	S	41 000,00	57 400,00	73 800,00	89 200,00	117 000,00	88 200,00	88 200,00	97 400,00	104 600,00	125 200,00	122 000,00	121 000,00	1 125 000,00
7	Валовий прибуток		55 300,00	77 420,00	99 540,00	120 780,00	132 858,00	119 900,00	119 900,00	131 840,00	117 358,00	171 680,00	165 020,00	135 626,00	1 447 222,00
8	Валовий прибуток (%)		57,42	57,42	57,42	57,52	53,17	57,62	57,62	57,51	52,87	57,83	57,49	52,85	56,26
9	ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
10	Оплата праці		32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	32 940,00	395 280,00
11	Податки на ЗП/ Пільгові виплати		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	Витрати на приміщення		25 126,00	25 126,00	24 863,00	24 663,00	23 863,00	23 963,00	23 963,00	23 963,00	13 863,00	13 863,00	14 963,00	15 384,00	253 603,00
13	Транспортування/ автомобіль		20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
14	Плата за використання телефону		125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1 500,00
15	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	10,00	100,00
16	Реклама/ промо-акції		0,00	0,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	30 000,00	22 000,00	228 000,00
17	Юридичні/ бухгалтерські послуги		1 500,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 500,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	13 000,00
18	Ліцензії та дозволи		2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
19	Страхування		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	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
21	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
22	Різне рукавиці, робочий одяг, плітка для парників		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
23	Знос (амортизація)		1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	21 000,00
24	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
25	ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		63 461,00	60 961,00	62 708,00	62 508,00	61 708,00	61 808,00	62 308,00	61 808,00	71 708,00	71 708,00	80 808,00	73 229,00	914 723,00
26	Прибуток (збиток) до оподаткування		-8 161,00	16 459,00	16 832,00	38 272,00	51 150,00	38 092,00	37 592,00	50 032,00	45 650,00	99 972,00	84 212,00	62 397,00	532 499,00
27	Податки (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)		-1 832,20	3 291,80	3 366,40	7 654,40	10 230,00	7 618,40	7 518,40	10 006,40	9 130,00	19 994,40	18 842,40	12 479,40	106 499,80
28	Прибуток (збиток) після оподаткування		-6 528,80	13 167,20	13 465,60	30 617,60	40 920,00	30 473,60	30 073,60	40 025,60	36 520,00	79 977,60	67 369,60	49 917,60	425 999,20

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

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
2	Позиція на початку		Звіт про рух грошових коштів (проект)													
3			МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	ВСЬОГО ЗА РІК
4			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
5			БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК	63 700,00	57 289,00	75 498,00	69 080,00	84 102,00	112 002,00	126 844,00	141 186,00	167 968,00	190 368,00	267 090,00	353 052,00	417 199,00
6																
7			ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ													
8			Від покупок (продажів)	96 300,00	134 820,00	173 340,00	209 980,00	249 858,00	208 100,00	208 100,00	229 240,00	221 958,00	296 880,00	287 020,00	256 626,00	2 572 222,00
9			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
10			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
11			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
12			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
13			Всього отримання	96 300,00	134 820,00	173 340,00	209 980,00	249 858,00	208 100,00	208 100,00	229 240,00	221 958,00	296 880,00	287 020,00	256 626,00	2 572 222,00
14																
15			ПОЧАТКОВІ ВИРАТИ													
16			Початковий запас цукру	0,00												
17																
18																
19																
20																
21																
22																
23																
24																
25																
26																
27																
28																
29																
30																
31																
32																
33																
34																
35																
36			БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	57 289,00	75 498,00	69 080,00	84 102,00	112 002,00	126 844,00	141 186,00	167 968,00	190 368,00	267 090,00	353 052,00	417 199,00	417 199,00

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

	A	B
1	БАЛАНС	
2		
3	Баланс за період:	2023 рік
4		
5	АКТИВИ	
6	<i>Оборотні активи</i>	
7	Грошові кошти	417 199,00
8	Дебіторська заборгованість	0,00
9	Запаси готової продукції (сировини)	0,00
10	Завдатки (виплати наперед)	0,00
11	Інше	0,00
12	Всього оборотні активи	417 199,00
13	<i>Позаоборотні активи</i>	
14	Земля	0,00
15	Будівлі (враховуючи знос)	0,00
16	Обладнання (враховуючи знос)	110 000,00
17	Інше: автомобіль	0,00
18	Всього позаоборотні активи	110 000,00
19	ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	527 199,00
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	527 199,00
34	Всього капітал власника та пасиви	527 199,00

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, можемо дійти висновку, що надання послуг з SMM є досить прибутковим заняттям і майже беззбитковим внаслідок гарного стартового капіталовкладення. За даними ми побачили, що агенція отримала значні прибутки в кінці року і може далі розвиватися у своїй сфері. Зрештою, якщо ви не маєте такого стартового капіталу, можливості орендувати офіс, наймати працівників, вихід завжди є. У такому випадку вам потрібно мати хороший ноутбук, інтернет і навички роботи у соціальних мережах, і хоча б пройдені курси по SMM.

Важливо пам'ятати, що у маркетинговому бізнесі також існують ризики з якими може зіткнутися будь-яка агенція. Повномасштабне вторгнення в Україну, яке відбулося 24 лютого, сколихнуло усю країну. Багато підприємств, компаній, агенцій зазнало збитків або ще гірше втратили свій бізнес. З кожним днем все більше підприємств, компаній відновлюють свою роботу для підтримки нашої економіки.

SMM – це сфера у якій має бути присутній постійний розвиток, аби бути максимально жаданим спеціалістом. Також треба бути готовим до того, що в дійсно хороших вакансіях виникає чимала конкуренція [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Як стати експертом із SMM? [Електронний ресурс] / Marta Pasternak / Creative SMM поради 2025. Режим доступу до ресурсу: <https://creativesmm.com.ua/iak-staty-ekspertom-iz-smm/>