

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (агенція з маркетингу для креативних індустрій) і його маркетингове обґрунтування»

Студента групи МАРК-41

Гаврачинського Антона

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

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

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

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	5
1.1. Компанія та її продукти	5
1.2. Дослідження та аналіз ринку.....	7
1.4. Операційний план.....	11
1.6. Фінансовий план проєкту	14
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ	17
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25

ВСТУП

Сучасний розвиток креативних індустрій (дизайн, мода, архітектура, мистецтво) потребує специфічних маркетингових підходів, які поєднують творчість та аналітику. Створення спеціалізованої агенції дозволить представникам креативного сектора ефективно просувати свої продукти, використовуючи інноваційні інструменти, зокрема штучний інтелект для персоналізації комунікацій.

Метою дослідження є розробка бізнес-плану маркетингової агенції, орієнтованої на підтримку та розвиток брендів у сфері креативних індустрій..

Головні завдання проєкту:

- проаналізувати ринок креативного маркетингу та попит на AI-рішення;
- охарактеризувати діяльність студії та розробити перелік послуг із використанням AI;
- розробити стратегію просування та канали комунікації;
- сформулювати операційний план та описати технологічні процеси;
- визначити структуру управлінської команди;
- розрахувати фінансові показники та оцінити ризики;
- підготувати розрахункові таблиці маркетингового проєкту;
- сформулювати пропозиції щодо масштабування.

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

Методологічна база проєкту спирається на сучасні методи дослідження ринку та аналізу конкурентного середовища, фінансового планування, прогнозування та оцінки ефективності рекламних кампаній, а також на

застосування інструментів штучного інтелекту для створення креативного контенту та оптимізації маркетингових процесів.

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

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Компанія та її продукти

«CreativeMind Agency» – це спеціалізована маркетингова агенція повного циклу, яка працює на перетині креативних індустрій та інноваційних технологій. Основна сфера діяльності компанії – розробка та реалізація стратегій просування для представників творчого сектора, зокрема брендів нішевого одягу, архітектурних бюро, дизайн-студій, арт-галерей та індивідуальних митців. Наша агенція прагне допомогти представникам креативного класу ефективно монетизувати свій талант через персоналізований контент, створений із застосуванням штучного інтелекту.

Наша основна мета – зробити маркетинг для творчих брендів не лише естетично досконалим, а й економічно ефективним. Кожна кампанія в «CreativeMind Agency» розробляється з урахуванням специфіки візуального сприйняття аудиторії креативного сектора. Використання AI дозволяє нам глибше аналізувати нішеві ринки, прогнозувати тренди у дизайні та персоналізувати комунікацію так, щоб вона резонувала з цінностями поціновувачів мистецтва та стилю. Завдяки цьому творчі бізнеси підвищують свою впізнаваність, формують лояльну спільноту та виділяються у насиченому інформаційному просторі.

Технологічне оформлення послуг дозволяє «CreativeMind Agency» пропонувати рішення, що випереджають традиційні підходи. Використання генеративних AI-інструментів (Midjourney, Runway, Stable Diffusion) допомагає створювати візуальні концепції, сценарії та анімації на високому художньому рівні, зберігаючи при цьому автентичність бренду клієнта. Такий підхід дозволяє споживачу не просто побачити рекламу, а відчувати філософію, інноваційність та унікальний стиль творця.

«CreativeMind Agency» пропонує дві основні послуги, що охоплюють повний цикл маркетингового супроводу:

1. Розробка маркетингових стратегій та AI-брендингу для креативних індустрій – створення фундаменту бренду від ідеї до візуальної айдентики. Ми використовуємо AI для глибокого аналізу конкурентного середовища у творчих нішах та генерації унікальних візуальних кодів, які максимально залучають цільову аудиторію через інтерактивні елементи та персоналізовані сценарії.
2. Комплексне просування та запуск рекламних кампаній «під ключ» – повний цикл робіт, що включає створення контенту (SMM, PR, відеопродакшн), адаптацію під різні канали (Instagram, Pinterest, Behance), а також аналіз ефективності та оптимізацію кампанії в реальному часі за допомогою AI-аналітики.

Клієнтами агенції є суб'єкти креативного підприємництва: від успішних дизайнерських брендів до перспективних стартапів у сфері FashionTech та Art. Ми орієнтуємося на замовників, які цінують баланс між високою естетикою та аналітичним підходом до продажів.

Наша компанія зареєстрована як ФОП 2-ї групи, що забезпечує гнучкість управління та оптимальне податкове навантаження на старті проекту. У команді працюють: креативний директор (арт-менеджер), AI-аналітик, проєкт-менеджер, спеціаліст із digital-контенту, дизайнер-аніматор та копірайтер. Це гарантує професійний підхід на всіх етапах – від формування концепції до аналізу фінансових результатів кампанії.

Головна перевага «CreativeMind Agency» – вузька спеціалізація. На відміну від універсальних агенцій, ми розуміємо психологію споживача креативного продукту. Поєднання AI-технологій та глибокого розуміння естетики дозволяє нам створювати маркетингові рішення, які перетворюють творчий задум на успішний комерційний бренд.

1.2. Дослідження та аналіз ринку

Споживачами послуг компанії «CreativeMind Agency» будуть представники креативного сектору, які прагнуть створювати високоефективні, естетично досконалі та персоналізовані маркетингові стратегії з використанням штучного інтелекту. Основними покупцями стануть середні та великі дизайн-бюро, архітектурні студії, нішеві fashion-бренди, арт-галереї та творчі кластери, які прагнуть виділитися серед конкурентів та підвищити впізнаваність свого імені. Ці клієнти зацікавлені у комплексних рішеннях, що дозволяють не лише презентувати свій творчий доробок, а й формувати глибокий емоційний зв'язок із поціновувачами, стимулюючи довіру та лояльність [3].

Рішення про замовлення послуг агенції ґрунтується на поєднанні естетичної відповідності та технологічності. Для клієнтів креативної індустрії критично важливі якість візуального контенту, індивідуальний підхід та тонке розуміння філософії бренду. Особливу роль відіграє можливість персонального контакту з командою студії, який забезпечує швидке коригування стратегії в процесі її реалізації. Ціна послуг є значущим фактором, проте головним критерієм вибору стає ефективність кампанії, її здатність створювати унікальний, запам'ятовуваний клієнтський досвід за допомогою інноваційних AI-інструментів.

Клієнти цінують використання штучного інтелекту для генерації візуальних концепцій, аналітики трендів у дизайні та оптимізації комунікацій. AI-технології дозволяють точно сегментувати аудиторію (колекціонери, поціновувачі архітектури, fashion-ентузіасти), прогнозувати віральність контенту та адаптувати його під професійні платформи, такі як Behance, Pinterest або Instagram. Завдяки цьому «CreativeMind Agency» пропонує рішення, які підкреслюють унікальні цінності творця та стимулюють продажі.

Основний ринок компанії охоплює як локальні, так і глобальні цифрові сегменти. Наш офіс розташований у Тернополі, що дозволяє зручно обслуговувати

локальні архітектурні та дизайнерські студії Західної України. Водночас ми орієнтуємося на креативні хаби великих міст (Львів, Київ, Одеса) та міжнародний ринок через онлайн-інструменти взаємодії.

Попит на спеціалізований маркетинг для креативних індустрій постійно зростає. Це пов'язано з активною комерціалізацією творчих секторів та потребою митців у професійному просуванні. Очікується, що ринок маркетингових послуг із використанням AI для креативного сектору демонструватиме щорічне зростання приблизно на 15–20%. Сезонність у цьому сегменті пов'язана з виставковими циклами (тижні моди, міжнародні архітектурні форуми, сезонні оновлення колекцій), де AI-аналітика дозволяє прогнозувати оптимальний час для маркетингового «вибуху».

Основними конкурентами на ринку Тернополя та України є веб-студія «Catchup», компанія «Трофей Маркетинг» та агентство «swipe.touch». Проте їхні пропозиції мають суттєві обмеження порівняно з інноваційним та вузькопрофільним підходом «CreativeMind Agency»:

- Веб-студія «Catchup» фокусується на технічній розробці сайтів та базовому SMM. Їхня слабкість – відсутність глибокої інтеграції AI у візуальну складову та нерозуміння специфіки креативних ніш, де стандартні шаблони не працюють.
- Компанія «Трофей Маркетинг» спеціалізується на масовому маркетингу (SEO, таргетинг). Їхні кампанії часто не враховують індивідуальні художні потреби клієнтів, а генеративні технології AI для створення візуального мистецтва практично не застосовуються.
- Агентство «swipe.touch» пропонує якісну фотозйомку та супровід, але має обмежені можливості в автоматизації та AI-прогнозуванні, що робить їхній сервіс дорожчим за часовими ресурсами та менш гнучким.

«CreativeMind Agency» виділяється завдяки синтезу AI-аналітики, генеративних мистецьких технологій та глибокого розуміння психології споживача креативного продукту. На основі аналізу ринку прогнозується, що

протягом першого року реалізація складе близько 50 проектів на суму 3,5 млн грн, а на другий рік — 75 проектів (5,5 млн грн). Цей прогноз базується на зростаючій цифровізації мистецтва та дизайну, де наш інноваційний підхід забезпечує стабільну конкурентну перевагу.

1.3. Маркетинговий план

Маркетингова філософія «CreativeMind Agency» базується на синтезі естетики креативних індустрій та інноваційних AI-технологій. Основна ідея полягає в тому, що для творчого бізнесу маркетинг не повинен бути агресивним — він має бути персоналізованим, візуально бездоганним та здатним формувати глибокий емоційний зв'язок між митцем (брендом) та його аудиторією. Використання штучного інтелекту (AI) дозволяє нам аналізувати поведінкові патерни поціновувачів мистецтва та дизайну, сегментувати ринок за рівнем естетичних переваг та оптимізувати контент під запити конкретних груп колекціонерів чи клієнтів [4].

Стратегія агенції передбачає поетапне залучення клієнтів. На початковому етапі промоційні зусилля спрямовані на середні та великі архітектурні бюро та fashion-бренди, які потребують масштабного ребрендингу або виходу на нові ринки. Для них пропонуються рішення «під ключ», що включають AI-візуалізацію концепцій та аналітику в реальному часі. Основними каналами просування тут є прямі контакти, нетворкінг на закритих професійних заходах, виставках (наприклад, тижні дизайну) та таргетована реклама в LinkedIn та Behance.

На другому етапі розвитку компанія розширить фокус на індивідуальних митців, дизайнерів-стартаперів та локальні галереї. Для цієї групи застосовуються «м'які» інструменти: публікація кейс-стаді, проведення вебінарів про використання AI у мистецтві та онлайн-консультації. Це дозволяє формувати довіру до агенції як до експерта, що розуміє цінність творчості.

Політика ціноутворення в «CreativeMind Agency» відображає високу інтелектуальну складову та інноваційність послуг:

- Для послуги «Розробка маркетингових стратегій та AI-брендингу» базова ціна встановлюється на рівні 30 000 – 60 000 грн. Вона включає створення візуальних кодів за допомогою AI, сценаріїв позиціонування та інтерактивних елементів айдентики.
- Для комплексного просування рекламних кампаній «під ключ» ціна становить 50 000 – 120 000 грн, що включає повний цикл виробництва візуального та відеоконтенту, адаптацію під нішеві платформи (Pinterest, Instagram, Behance) та AI-супровід.

При встановленні цін ми враховуємо унікальність генеративних технологій, які використовуємо, та порівнюємо їх із традиційними агенціями (як-от «Catchup» чи «Трофей Маркетинг»), чії ціни коливаються в межах 40 000 – 60 000 грн за базовий пакет без AI-аналітики та глибокої художньої персоналізації.

Модель дистрибуції та реалізації послуг:

1. Прямі продажі та консалтинг: персональні презентації для власників галерей та керівників девелоперських компаній.
2. Цифрові платформи: власний сайт-портфоліо, активні профілі в Instagram (з акцентом на візуал) та LinkedIn (з акцентом на цифри).
3. Партнерські програми: співпраця з коворкінгами для дизайнерів та профільними асоціаціями.

Стратегія реклами та промоції включає:

- Digital-реклама: таргет у Facebook та Instagram на аудиторію «Interests: Architecture, Luxury goods, Fine Arts».
- Офлайн-промоція: участь у галузевих форумах та мистецьких бієнале.
- Контент-маркетинг: розсилка портфоліо з прикладами того, як AI допоміг збільшити продажі конкретному дизайнеру.

Загальний місячний бюджет на промоцію прогнозується в межах 50 000 – 100 000 грн. Це забезпечить стабільний потік замовлень (3–5 концепцій та 1–2 комплексні кампанії на місяць), що дозволить агенції стати лідером у ніші маркетингу для креативних індустрій Тернополя та України.

1.4. Операційний план

Агенція «CreativeMind Agency» планує розташувати свій офіс у місті Тернопіль, у центральній частині бізнес-району. Це стратегічне рішення забезпечує зручний доступ до транспортної інфраструктури для клієнтів — власників локальних брендів, архітекторів та дизайнерів. Таке розташування дозволяє команді проводити особисті презентації візуальних концепцій та консультації в комфортних умовах. Крім того, близькість до арт-просторів, дизайн-студій та IT-хабів Тернополя створює додаткові можливості для нетворкінгу, партнерства та залучення нових замовників із креативного сектору. Хоча орендна ставка в центрі вища, престиж локації та зручність для представників творчих професій значно перевищують ці витрати [5].

Орендоване приміщення площею приблизно 100–120 м² дозволяє організувати ефективне зонування:

- Creative Zone: відкритий простір для дизайнерів та AI-аналітиків, обладнаний потужними графічними станціями.
- Meeting Room: зона для презентації проєктів клієнтам із використанням сучасних екранів для демонстрації AI-візуалізацій.
- Admin Zone: робочі місця для проджект-менеджера та адміністративного персоналу.

Вартість оренди складе 20 000 грн на місяць. Підготовка офісу до роботи (мінімальна модернізація освітлення для правильної передачі кольорів, встановлення ергономічних меблів та спеціалізованого обладнання) триватиме

протягом першого місяця. Загальні витрати на облаштування та технічне оснащення (комп'ютери з підтримкою нейромереж, ліцензійне ПЗ) оцінюються у межах 300 000–350 000 грн.

Технологічний процес надання послуг в агенції включає наступні етапи:

1. Брифінг та аналіз: дослідження філософії бренду клієнта та аналіз ринку креативних індустрій.
2. AI-концептуалізація: розробка візуальних стратегій та брендингу за допомогою генеративних моделей.
3. Production: створення фінального контенту (відео, графіка, тексти), адаптація для платформ Behance, Instagram, Pinterest.
4. Launch & Optimization: запуск кампанії та моніторинг її ефективності в реальному часі за допомогою AI-аналітики.

Для забезпечення високої якості кожен проєкт проходить внутрішній арт-контроль на відповідність естетичним стандартам галузі.

На початковому етапі команда налічуватиме 4 співробітників:

- Креативний директор (відповідає за художню цінність та стратегію);
- AI-аналітик (керує роботою нейромереж та обробкою даних);
- Проджект-менеджер (координує комунікацію з клієнтами та терміни);
- Спеціаліст із digital-контенту (реалізує технічну частину рекламних кампаній).

Для підтримки конкурентної переваги персонал регулярно проходитиме навчання у сфері Prompt Engineering та актуальних трендів світового дизайну. Таким чином, поєднання престижної локації, сучасного технічного оснащення та вузькоспеціалізованої команди створює ідеальні умови для надання інноваційних маркетингових рішень у сфері креативних індустрій.

1.5. Управлінська команда

Ефективне функціонування агенції «CreativeMind Agency» базується на роботі чотирьох ключових спеціалістів, кожен з яких відіграє критичну роль у створенні технологічно просунутих маркетингових рішень для креативного сектору.

Креативний директор (Art Director) відповідає за художню цінність проєктів, розробку глобальних стратегій брендингу та контроль за відповідністю контенту естетиці клієнта. Він має вищу освіту у сфері маркетингу та досвід роботи у digital-рекламі понад сім років, зокрема в управлінні проєктами для відомих дизайнерів та архітектурних бюро. Його експертиза дозволяє забезпечувати унікальність візуальної мови брендів та організовувати роботу команди на високому професійному рівні.

AI-аналітик (Data & AI Specialist) фокусується на зборі даних про вподобання цільової аудиторії (колекціонерів, fashion-байерів), сегментації ринку та прогнозуванні трендів за допомогою нейромереж. Маючи освіту в галузі комп'ютерних наук, він налаштовує AI-інструменти для генерації персоналізованого контенту, що дозволяє значно підвищити рентабельність рекламних інвестицій клієнтів.

Проджект-менеджер виконує роль сполучної ланки між командою та замовником (митцем чи керівником студії). Він контролює виконання дедлайнів, координує ресурси та забезпечує прозору комунікацію. Його досвід у сфері маркетингового менеджменту дозволяє ефективно вирішувати операційні завдання та гарантувати, що кожен проєкт відповідає високим вимогам представників креативних індустрій [6].

Спеціаліст із digital-контенту (Visual Content Creator) безпосередньо працює з генеративними інструментами (Midjourney, Stable Diffusion, Runway) для створення графіки, відео та анімацій. Маючи освіту у сфері дизайну та

медіакомунікацій, він адаптує складні креативні ідеї під формати соціальних мереж та професійних портфоліо-майданчиків, забезпечуючи високий рівень інтерактивності матеріалів.

Система мотивації та оплати праці: Для залучення та утримання висококваліфікованих фахівців у «CreativeMind Agency» передбачено конкурентоспроможну систему винагород:

- Креативний директор – 50 000 грн/міс;
- AI-аналітик – 40 000 грн/міс;
- Проджект-менеджер – 35 000 грн/міс;
- Спеціаліст із digital-контенту – 30 000 грн/міс.

Додатково передбачена система бонусів за успішну реалізацію складних проєктів та досягнення KPI (рівень залученості аудиторії клієнта, зростання продажів). Зарплата власника підприємства встановлена на рівні 60 000 грн на місяць.

Таким чином, сформована організаційна структура та склад управлінської команди дозволяють агенції забезпечувати професійний супровід клієнтів на всіх етапах — від зародження творчої ідеї до її успішної монетизації на ринку, що створює міцний фундамент для стабільного розвитку бізнесу.

1.6. Фінансовий план проєкту

Фінансовий план агенції «CreativeMind Agency» є ключовим елементом бізнес-проєкту, оскільки він демонструє реалістичну оцінку майбутньої діяльності у сфері маркетингу для креативних індустрій та здатність компанії досягати поставлених цілей. Основна мета цього розділу – представити прогнози доходів і витрат, оцінити рух грошових коштів та визначити момент досягнення точки беззбитковості [7].

Джерела фінансування на старті бізнесу включають власні кошти засновника, які будуть спрямовані на оренду офісу в центрі Тернополя (20 000 грн/міс), закупівлю потужних графічних станцій для роботи з нейромережами та професійного обладнання для створення візуального контенту (камери, освітлення). Початкові інвестиції в обладнання та ліцензійне програмне забезпечення (Adobe Creative Cloud, доступ до платформ Midjourney, Runway тощо) оцінюються приблизно у 400 000 грн.

Ключовим напрямком витрат є заробітна плата команди фахівців, що складається з креативного директора (50 000 грн), AI-аналітика (40 000 грн), проджект-менеджера (35 000 грн) та спеціаліста з digital-контенту (30 000 грн). Також враховано зарплату власника — 60 000 грн на місяць [8].

Доходи формуються за рахунок реалізації двох основних типів послуг:

1. Розробка креативних концепцій (3–5 проектів на місяць із середньою ціною 30 000 грн).
2. Комплексні рекламні кампанії «під ключ» (1–2 кампанії на місяць вартістю від 50 000 до 120 000 грн).

Прогноз прибутків та збитків показує, що через початкові інвестиції в техніку та ПЗ компанія може мати негативний баланс у перші два місяці. Проте з нарощуванням клієнтської бази (дизайн-студії, галереї, fashion-бренди) агенція виходить на позитивний результат. Очікуваний річний дохід становить приблизно 2 400 000 грн, при річних витратах близько 1 600 000 грн. Таким чином, очікуваний чистий прибуток за рік — близько 800 000 грн.

Розрахунок точки беззбитковості:

- Загальна річна виручка: 2 400 000 грн.
- Валова собівартість (витрати на виробництво контенту): 1 400 000 грн.
- Валовий прибуток: 1 000 000 грн.
- Відсоток валового прибутку: $\approx 41,7\%$.

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

Для покриття всіх операційних витрат агенція «CreativeMind Agency» повинна забезпечити мінімальну виручку близько 811 000 грн за рік. При плановій виручці 2,4 млн грн точка беззбитковості досягається з великим запасом, що свідчить про високу фінансову стійкість бізнесу. Надлишок коштів планується спрямувати на оновлення технічної бази для впровадження нових AI-технологій та масштабування на міжнародний ринок креативних послуг [9].

Таким чином, фінансовий план демонструє, що обрана модель бізнесу є прибутковою, а запуск агенції дозволяє досягти самоокупності вже на четвертому місяці діяльності.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

Показник / Місяць	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Всього за рік
Події													
Події місцевого значення	0	0	0	0	0	0	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	30 000
Сезонні події	0	0	0	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	25 000
Методи (канали) просування													
Інтернет (таргетована реклама)	12 000	12 000	12 000	5 000	5 000	5 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	75 000
Відео кліпи (TikTok портфоліо)	18 000	18 000	18 000	3 000	3 000	3 000	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	80 000
Демонстраційні заходи	0	0	0	0	0	0	0	3 000	3 000	0	0	3 000	9 000
Спеціальні заходи просування	0	0	0	0	0	0	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	9 000
Рекламна продукція	0	0	0	0	0	0	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	6 000
УСЬОГО ВИТРАТИ	30 000	30 000	30 000	12 000	12 000	12 000	16 500	19 500	19 500	15 500	15 500	19 500	338 000
Інтернет (таргетована реклама)	3 000	3 000	3 500	3 500	4 000	4 000	3 500	3 500	4 000	4 000	4 500	4 500	44 000
Брошури	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6 000
Демонстраційні заходи	1 500	1 500	1 500	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 500	2 500	2 500	2 500	24 500
Радіо	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9 600
Рекламні проспекти	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4 800
Відео кліпи (TikTok)	2 000	2 000	2 500	2 500	3 000	3 000	2 500	2 500	3 000	3 000	3 500	3 500	33 000
Рекламна продукція	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7 200
Безкоштовні зразки	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
Банери / штигова реклама	2 000	2 000	2 500	2 500	3 000	3 000	2 500	2 500	3 000	3 000	3 500	3 500	33 000
Спеціальні заходи просування	1 000	1 000	1 000	1 000	1 500	1 500	1 500	1 500	2 000	2 000	2 000	2 000	19 000
Усього витрати на рекламу	22 550	22 550	24 950	25 250	28 550	28 550	26 950	27 150	31 050	31 050	34 550	34 550	324 100

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

Стаття витрат	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Всього за рік, грн
Оренда приміщення	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	264 000
Податки та інші платежі	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
Ремонтні роботи / обсл	1 200	0	0	600	0	0	0	1 200	0	0	0	0	3 600
Страховання	1 000	0	0	0	0	0	1 000	0	0	0	0	0	2 000
Електрика	1 800	1 900	1 850	1 900	1 950	2 000	2 000	2 100	2 000	2 100	2 150	2 200	24 050
Опалення	0	0	0	1 800	1 800	1 800	0	0	0	1 800	1 800	1 800	10 800
Водопостачання / кана	400	400	400	400	400	450	450	450	450	450	450	450	5 100
Телефон (базова оплата	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
Лампочки, миючі засоб	200	150	150	150	150	200	150	200	150	200	150	200	2 050
ВСЬОГО ВИТРАТИ	28 900	26 750	26 700	29 150	28 600	28 750	27 900	28 250	26 900	28 850	28 850	29 550	338 150

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

Показник	Mic1	Mic2	Mic3	Mic4	Mic5	Mic6	Mic7	Mic8	Mic9	Mic10	Mic11	Mic12	Всього за рік
Послуга 1. Розробка креативних рекламних концепцій з використанням AI													
Продано одиниць (коє	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
Ціна за одиницю, грн	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	360000
Сума продажу, грн	90 000	90 000	120 000	120 000	120 000	120 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 560 000
Послуга 2. Комплексне виробництво та запуск рекламних кампаній «під ключ»													
Продано одиниць (кам	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	14
Ціна за одиницю, грн	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	600000
Сума продажу, грн	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	900 000

Рис. 3. Прогноз продаж

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

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

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

Рис. 5. Витрати на оплату праці

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

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

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

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

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

Рис. 8. Початкові витрати

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

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

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

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

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

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

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

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

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Під час написання курсової роботи на тему «Проект рішення із відкриття агенції з маркетингу для креативних індустрій та його маркетингове обґрунтування» було проведено комплексне дослідження, спрямоване на формування спеціалізованої бізнес-моделі, що поєднує потреби творчого сектору з інноваційними можливостями штучного інтелекту.

У процесі роботи було проаналізовано сучасний стан ринку креативних індустрій в Україні та виявлено гостру потребу архітекторів, дизайнерів та митців у професійному маркетинговому супроводі. Результати дослідження підтвердили, що використання AI у процесах брендингу та візуалізації стає вирішальним фактором підвищення впізнаваності творчих брендів, дозволяючи створювати естетично досконалий та глибоко персоналізований контент для вибагливої аудиторії.

На основі проведеного аналізу розроблено концепцію діяльності агенції «CreativeMind Agency», яка спеціалізуватиметься на маркетингу для представників дизайну, моди та мистецтва. Сформовано перелік основних послуг, серед яких: розробка маркетингових стратегій та AI-брендингу, комплексне просування проєктів «під ключ» на профільних платформах (Behance, Pinterest, Instagram), а також генерація унікального візуального контенту за допомогою нейромереж. Визначено, що поєднання глибокого розуміння естетики та AI-аналітики дає змогу суттєво підвищити монетизацію творчих проєктів.

У ході дослідження розроблено маркетингову стратегію просування самої агенції, яка базується на експертності та нішевому позиціонуванні. Стратегія включає використання цифрових каналів, нетворкінг у професійних спільнотах та демонстрацію кейсів, створених за допомогою генеративного мистецтва. Передбачено поетапне залучення клієнтів: від великих архітектурних бюро до індивідуальних локальних митців.

Важливим елементом роботи стало формування операційного плану та структури управління «CreativeMind Agency». Офіс, розташований у центрі Тернополя, спроектований як креативний хаб для зустрічей із представниками творчих професій. Команда фахівців (креативний директор, AI-аналітик, проджект-менеджер та digital-мейкер) забезпечує повний цикл реалізації замовлень — від аналізу філософії бренду до фінальної візуалізації.

У фінансовому розділі здійснено розрахунки, які підтвердили економічну доцільність проєкту. Завдяки високій доданій вартості інтелектуальних послуг та оптимізації процесів за допомогою AI, проєкт демонструє швидку окупність. Очікуваний річний чистий прибуток становить близько 800 тис. грн, а точка беззбитковості досягається вже на четвертому місяці діяльності.

Підсумовуючи, можна зазначити, що проєкт агенції «CreativeMind Agency» має високі перспективи реалізації, оскільки відповідає глобальному тренду діджиталізації мистецтва та дизайну. Використання штучного інтелекту забезпечує агенції інноваційну перевагу, дозволяючи формувати унікальні рішення для клієнтів та досягати високих фінансових результатів. Таким чином, відкриття маркетингової агенції для креативних індустрій є обґрунтованим і перспективним бізнес-рішенням, здатним задовольнити запити сучасного ринку та стимулювати розвиток креативної економіки в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. – Тернопіль : ЗУНУ, 2021. – 180 с.
2. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI : станом на 5 жовт. 2025 р. [Електронний ресурс].URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 12.11.2025).
3. Як дослідити ринок: приклади, методологія, інструменти – Serpstat Blog. *Serpstat – Marketing Tool for SEO and Content Tasks*. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/yak-dosliditi-rinok-prikladi/> (дата звернення: 12.11.2025).
4. Діденко Є. Сучасний зміст маркетингового управління підприємством. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. № 3(21). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-3\(21\)-77-85](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-3(21)-77-85) (дата звернення: 12.11.2025).
5. Маркетингова аналітика: сутність, цифрові інструменти, роль у плануванні та комунікації брендів / Т. В. Сак та ін. *Herald of lviv university of trade and economics economic sciences*. 2024. № 79. С. 65–71. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2024-79-08> (дата звернення: 12.11.2025).
6. Сичова О., Осипенко Н., Петрішина Т. Цифровий маркетинг як інструмент сталого розвитку бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-32> (дата звернення: 12.11.2025).
7. Чупир О. М., Сичова О. Є. Аналіз інструментів маркетингової комунікаційної політики підприємства в системі менеджменту

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