

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (маркетингові послуги для
малого бізнесу у сфері краси) і його маркетингове обґрунтування.»

Студентки групи: МАРК-41

Бурої Анастасії

Науковий керівник: кандидат економічних наук,

доцент Хрупович С.Є.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії: _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СФЕРИ КРАСИ	
1.1. Компанія та її продукти	5
1.2. Аналіз ринку та цільової аудиторії (малого бізнесу у сфері краси)	6
1.3. Маркетинговий план та стратегія позиціонування.....	9
1.4. Операційний план	12
1.5. Управлінська та організаційна команда	13
1.6. Фінансовий план	15
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ	18
ВИСНОВКИ.....	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	26

ВСТУП

Сучасний ринок послуг індустрії краси перебуває у стані активної трансформації: зростає кількість невеликих компаній, посилюється конкуренція, змінюються споживчі очікування, а цифрові комунікації стають ключовим інструментом взаємодії зі споживачами. Невеликі студії та самостійні майстри б'юті-сфери, які функціонують у цій галузі, стикаються з обмеженими фінансовими можливостями, недостатністю маркетингових компетенцій та труднощами у створенні впізнаваного бренду. За таких обставин набуває особливої актуальності потреба в професійних, вузькоспеціалізованих маркетингових послугах, метою яких є підсилення конкурентоспроможності, створення унікальної пропозиції та налагодження ефективної комунікації з клієнтами. Зокрема, на території Тернопільщини спостерігається тенденція до активного розвитку індустрії краси та збільшення кількості малих суб'єктів господарювання у цій галузі. Це створює додаткову потребу в якісному маркетинговому супроводі та передумовою для започаткування агенції, яка надаватиме високоспеціалізовані маркетингові послуги та сприятиме сталому зростанню локального бізнесу.

Метою даного проекту є розробка бізнес-плану для відкриття маркетингової агенції, орієнтованої на малий бізнес у сфері краси, з акцентом на брендинг, прогрес у онлайн - мережі, формування клієнтської бази та підвищення рівня лояльності споживачів. У ході виконання роботи планується визначити ключові напрямки діяльності такої агенції, провести розрахунки фінансових показників (враховуючи прогнози прибутків і витрат, точку беззбитковості та потенційну рентабельність), а також здійснити оцінку можливих ризиків, що можуть позначитися на успішній реалізації цього задуму.

Завданнями проекту є:

- дослідити стан ринку маркетингових послуг на Тернопільщині, зокрема визначити обсяг попиту з боку суб'єктів малого бізнесу б'юті-сфери та провести оцінку рівня конкурентного середовища;
- створити план просування для агенції, окрім того, виокремити головні групи споживачів та визначити дієві методи їх приваблення;
- виконати фінансові розрахунки, до яких входить: передбачення видатків та прибутків, встановлення точки беззбитковості та часу повернення вкладених коштів;
- створення організаційної моделі фірми, деталізація її головних завдань та зон відповідальності співробітників.

Теоретичним фундаментом роботи слугують концепції ведення бізнесу, актуальні методики комунікації в маркетингу, підходи до розробки стратегій збуту та опікування іміджем торгової марки, викладені у працях визначних вітчизняних і міжнародних експертів. Методологію проєкту складають прийоми фінансового аналізу, методи прогнозування, підходи до стратегічного планування, а також інструменти маркетингових досліджень цільового ринку та оцінки конкурентного середовища.

Практичним матеріалом для аналізу є статистична інформація стосовно динаміки розвитку ринку естетичних послуг у межах Тернопільщини, аналітичні звіти щодо вподобань покупців, а також відомості про доступні інструменти маркетингу, які використовуються невеликими підприємствами у б'юті-сфері.

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СФЕРИ КРАСИ

1.1. Компанія та її продукти

Запланована до відкриття маркетингова агенція «BlyskHub», яка спеціалізуватиметься на наданні повного спектру маркетингових послуг для невеликих студій у б'юті-сегменті.

BlyskHub працюватиме на ринку Тернопільщини, де стабільно зростає попит на якісні послуги у сфері краси. Компанія ставить собі за мету сприяти зростанню малих бізнесів у б'юті-індустрії, досягаючи цього шляхом професійного розвитку, формування сильної брендової ідентичності та впровадження передових маркетингових рішень, компанії, в якій основним акцентом в роботі є індивідуальний підхід до кожного клієнта, застосування сучасних технологій та високий рівень сервісу [7].

За формою власності підприємство функціонуватиме як товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що забезпечить гнучкість управління, можливість залучення партнерів та обмеження ризиків власників у межах статутного капіталу. Юридичний статус компанії передбачатиме офіційну реєстрацію, отримання всіх необхідних дозволів і сертифікатів, відповідність санітарним нормам та вимогам державних стандартів у сфері надання послуг.

Основу цільової аудиторії, на яку орієнтується агенція, складають:

- власники салонів краси та спеціалізованих студій;
- професіонали індустрії краси: майстри з манікюру та педикюру, перукарі, косметологи, спеціалісти, які займаються оформленням брів та вій (brow- та lash-майстри) тощо;
- сертифіковані фахівці у суміжних б'юті-сферах, як-от масажисти, майстри з депіляції та інші вузькопрофільні спеціалісти;
- малі студії, які або тільки заходять на ринок, або прагнуть розширити свій теперішній обсяг роботи.

Унікальною рисою маркетингової агенції «BlyskHub» є його вузька спеціалізація та вичерпне знання специфіки роботи в індустрії краси. На противагу багатoproфільним маркетинговим фірмам, діяльність цієї агенції спрямовуватиметься виключно на «розкрутці» фахівців та студій краси. Такий фокус забезпечить більш скрупульозне та детальне вивчення запитів замовників, враховуючи сезонні коливання попиту протягом року, специфічні умови місцевих ринків та характерні звички покупців відповідного сектору. Результатом такого сконцентрованого методу є розробка найбільш дієвих планів просування, які ідеально пасують до практичних умов функціонування невеликих підприємств у б'юті-сфері.

1.2. Аналіз ринку та цільової аудиторії (малого бізнесу у сфері краси)

Тенденція до промоції на українському ринку маркетингових послуг, зокрема серед суб'єктів малого підприємництва, є сталою. Рушійними силами цього розвитку є загострення конкурентної боротьби та трансформація споживчих звичок [15].

Активність на ринку маркетингових послуг у Тернопільщині не збавляє оберти, чому сприяє як жорстка боротьба між суб'єктами малого підприємництва, так і стрімкі трансформації у цифровій площині. Особливо помітно це серед гравців індустрії краси: власники салонів, студій, косметологи, майстри манікюру, бровисти, а також перукарі — дедалі частіше усвідомлюють критичну вагу формальної присутності на ринку. Звідси й випливає невинне зростання затребуваності вузькоспрямованих маркетингових рішень.

Якщо проаналізувати місцеву кон'юнктуру, стає очевидним: значна частина представників у б'юті-сегменті намагається просувати себе власними силами, використовуючи лише наявні базові навички SMM та таргетингу. Використання такого підходу призводить до нестабільного, нерівномірного припливу клієнтів, розмитого позиціонування на тлі конкурентів та низької результативності рекламних кампаній. Така ситуація сформувала перспективну

нішу для послуг професійного рівня, націлених на всебічне зміцнення та виведення б'юті-бізнесу на новий рівень [1].

Аналіз конкуренції на ринку виявив, що домінуючу роль займають багатопрофільні маркетингові агенції, яким бракує вузької спеціалізації саме в індустрії краси. Серед ключових гравців, що привертають найбільшу увагу, варто виділити такі компанії:

- **SwipeTouch** — це універсальне маркетингове агентство, що спеціалізується на SMM, цільовій рекламі, виконанні дизайнерських робіт та створенні контенту для широкого спектру індустрій. Хоча агенція вже має напрацьовану клієнтську базу, спеціалізація саме на сфері краси відсутня.

- **Трофей Маркетинг** — студія, яка надає комплексні послуги з управління соціальними мережами та розробки брендингу. Співпрацює з компаніями у різних сферах, однак відсутність чіткої орієнтації на індустрію краси призводить до відсутності глибокого аналізу ринку у цьому конкретному сегменті і, як наслідок, зниження якості вихідного продукту.

Детальне вивчення ринку маркетингової сфери свідчить про те, що Тернопільщина не має профільних фірм, які б займалися виключно б'юті-індустрією. Прогалина, яка утворилась на місцевому ринку створює сприятливе підґрунтя для процвітання «BlyskHub», чия діяльність буде цілеспрямовано фокусуватися на маркетингових розробках для індустрії краси. Ключові запити клієнтів цієї ніші охоплюють такі аспекти:

- створення високоякісного візуального контенту, а також професійне редагування фото- й відеоматеріалів;
- кваліфіковане управління акаунтами в Instagram та TikTok;
- професійне налаштування реклами через таргетинг;
- формування іміджу для майстрів чи салону краси;
- збільшення обсягу бронювань та підвищення впізнаваності бренду;

Усе це дає змогу дійти висновку, що сфера б'юті-маркетингу наразі перебуває на етапі стрімкого формування, а попит на професійні послуги значно перевищує наявну пропозицію. З огляду на це, запуск «BlyskHub» не

просто виправданий з економічної точки зору, але й відкриває компанії перспективу стати не провідним профільним агентством, що спеціалізується на наданні повного спектру маркетингових рішень для індустрії краси не лише в регіоні, а й в подальшому розширити свою присутність на сусідні області.

З огляду на прогнози щодо динаміки ринку та детальне вивчення конкурентної ситуації, прогнозується, що попит на маркетингові послуги у б'юті-секторі демонструватиме стійку тенденцію до зростання. Протягом першого року функціонування «BlyskHub» заплановано акцентувати зусилля на акумулюванні клієнтської бази та зміцненні свого іміджу. За попередніми фінансовими оцінками, агенція має потенціал залучати в середньому 8–10 клієнтів щомісячно, що цілком відповідає ресурсам невеликого колективу на початковій стадії розвитку.

Приблизна ціна за повний комплекс послуг, до якого входить базове управління профілями у соцмережах, виробництво матеріалів та запуск рекламних кампаній, коливається у межах 30 000 – 50 000 гривень. За такого сценарію передбачувані фінансові показники виглядають так: середній чек очікується на позначці близько 35 000 гривень, що дозволяє акумулювати щомісячний прибуток у розмірі приблизно 420 000 гривень. Таким чином, на початковій фазі річний прогнозований оборот агенції може сягнути 2,1–2,2 мільйона гривень.

Дані цифри видаються цілком досяжними для нового стартапу, адже вони враховують як покрокове формування клієнтської бази, так і фінансову спроможність невеликих бізнесів в індустрії краси. Подальший потенціал для розвитку відкриється завдяки запровадженню додаткових сервісів, укладанню контрактів на тривалий термін, підвищенню вартості середнього замовлення на просування напрямків, пов'язаних із особистим брендом і консалтингом.

1.3. Маркетинговий план та стратегія позиціонування

Стратегічний план маркетингу для «BlyskHub» спрямований на закріплення за агенцією сильних конкурентних переваг на ринку та побудову

довіри з боку представників б'юті-сегменту, що гарантуватиме постійній притік замовників. Зважаючи на те, що діяльність агенції досить вузькоспеціалізована, першочерговим завданням є створення впізнаваного корпоративного іміджу та забезпечення високої кваліфікації у сфері просування закладів та фахівців в б'юті-індустрії. Маркетингова концепція базується на інтеграції сучасних цифрових продуктів, індивідуального підходу до кожного клієнта та розвитку довгострокових партнерських відносин [16].

Ключовими платформами для популяризації агенції обрано соціальні медіа, зокрема Instagram та TikTok. На сьогоднішній день вони є домінуючими та найбільш популярними просторами у б'юті-спеціалістів та б'юті-салонів. Наша компанія планує створення високопрофесійних акаунтів, які будуть демонструвати успішні проєкти, детальні кейси. Крім цього, на акаунтах міститимуться реальні відгуки клієнтів, що, своєю чергою, зміцнюватиме довіру до агенції та приваблюватиме потенційних замовників. Додатково заплановано систематичне виробництво навчального контенту, організацію онлайн-трансляцій та надання консультацій стосовно SMM-стратегій для майстрів, що значно посилить репутацію агенції як галузевого лідера.

Ще одним важливим елементом маркетингової стратегії передбачається запуск цільової реклами, орієнтованої на фахівців у галузі косметології, а також працівників індустрії краси, що дозволить ефективно охопити саме професійну аудиторію. Налаштування рекламних кампаній матиме на меті акцентувати увагу потенційних замовників на отриманні уніфікованих маркетингових послуг, здатних забезпечити зростання кількості бронювань та зміцнення позицій бренду на ринку [8]. Крім того, планується задіяти механізми Look-alike сегментів та ретаргетингу для реактивації уваги тих користувачів, які вже взаємодіяли з матеріалами агенції.

Не менш важливим напрямом роботи, буде побудова партнерств із фотостудіями, навчальними центрами у сфері краси, діючими салонами та локальними б'юті-проєктами. Це відкриє шлях до формування взаємовигідної співпраці та розширення кола потенційних клієнтів. Схеми співробітництва

включатимуть організацію спільних фотосесій, надання спеціальних пропозицій для тих, хто проходить навчання у школах краси, обмін контактами зацікавленої аудиторії та спільне проведення навчальних тренінгів.

З метою утримання клієнтської бази, агенція має намір запровадити гнучкий механізм передплат, що дасть змогу салонам краси та фахівцям будувати довгострокові партнерські відносини. Клієнтам надаватиметься можливість вибору між основним, середнім та найвищим рівнями пакетів послуг, відповідно до їх потреб і запланованого обсягу діяльності. Така модель сприятиме фінансовій передбачуваності та зміцненню довіри клієнтів.

Окремим вектором розвитку маркетингу буде розробка власних навчальних кейсів: коротких освітніх програм, гайдбуків для створення матеріалів, детальних інструкцій та онлайн-семінарів, орієнтованих на новачків. Це не лише відкриє шляхи для отримання додаткового прибутку, але й закріпить за агенцією репутацію провідного експерта у своїй сфері, посилюючи її конкурентні переваги на ринку [2].

Заходи, що містяться у цій програмі, дозволять «BlyskHub» оперативно заявити про свою присутність, налагодити постійний приплив клієнтів та надати потужну маркетингову опору для фахівців індустрії краси. Детально опрацьована комунікаційна стратегія, сфокусованість на конкретній цільовій групі та застосування новітніх digital - технологій гарантуватимуть значний потенціал для стрімкого зростання агенції у ранній період її функціонування.

Орієнтовна загальна сума, виділена на виконання маркетингової стратегії протягом першого року, складатиме близько 100 тисяч гривень. Лєвова частка цих коштів буде спрямована на запуск рекламних кампаній, створення необхідного контенту, а також на винагороду за співпрацю з інфлюенсерами. Решту капіталу буде рівномірно розподілено впродовж року для забезпечення сталої рекламної присутності та організації віртуальних подій. Виконання даного плану розраховане на річний цикл, причому найактивніша фаза просування припаде на перші чотири-п'ять місяців.

Таблиця 1.1.

Розподіл маркетингового бюджету (1-й рік), «BlyskHub»

Маркетинговий інструмент	Бюджет (грн)	Період реалізації	Очікуваний результат
Таргетована реклама в Instagram/Facebook	42 000	перші 3–4 місяці	160–190 лідів; значне зростання впізнаваності
Реклама у TikTok (відеокампанії)	8 000	1–2 місяці	20–30 лідів; розширення молоді аудиторії
Створення контенту (фото/відео, рілси)	10 000	перші 3 місяці (постійне поповнення)	підвищення залученості; 50–55 лідів через органічний трафік
Співпраця з локальними інфлюенсерами	27 000	5–6 місяці	60–80 лідів; прискорення впізнаваності
SEO та налаштування Google Ads	4 000	1–6 місяців	15–20 лідів; збільшення цільового трафіку на сайт
Організація вебінарів та онлайн-івентів	3 000	протягом року (кілька заходів)	10–15 лідів; підвищення експертності бренду
Друк поліграфії (флаєри, буклети)	1 000	протягом року	5–10 лідів; підсилення офлайн-взаємин
Участь у локальних виставках/форумах	5 000	протягом року	15–25 вдалих контактів
Всього	100 000	12 місяців	≈ 280–320 лідів загалом (орієнтовно ~297)

Передбачувані досягнення включають залучення орієнтовно 280–320 потенційних клієнтів (лідів) за весь рік, підвищення обізнаності про торговельну марку серед гравців б'юті-сектору, котрі користуються маркетинговими послугами, та формування початкового ядра лояльних клієнтів. Очікується, що завдяки продуманому поєднанню та логічній послідовності обраних маркетингових механізмів, агенції вдасться захопити інтерес цільової аудиторії, гарантувати постійний потік запитів і закласти міцний фундамент для подальшого розширення бізнесу.

1.4. Операційний план

План створення та розвитку «BlyskHub» окреслює головні етапи та дії, необхідні для злагодженої роботи агенції, включаючи структурування робочого середовища, встановлення режиму праці та розподіл наявних активів.

Функціонування компанії базуватиметься на вдосконаленні внутрішніх алгоритмів, забезпеченні першокласного сервісу для замовників та економному оперуванні фінансовими й матеріально-технічними засобами.

Приміщення для офісу агенції передбачається орендувати за адресою: місто Тернопіль, вулиця Руська 49, загальною площею 54 м². Обране місце розташування є стратегічно вигідним для ведення бізнесу завдяки його знаходженню у центральній частині міста, де спостерігається жвавий пішохідний та транспортний потік. Це, своєю чергою, підсилить пізнаваність торгової марки, забезпечить комфорт для клієнтів та гарантує легку логістичну доступність. Щомісячна плата за оренду вказаної нерухомості встановлена у розмірі 43 000 гривень, що відповідає типовим ринковим розцінкам для комерційних об'єктів у даній частині міста.

Простір офісу надає змогу облаштувати низку зон із різним функціональним призначенням: місце для роботи фахівців із маркетингу та дизайну, простір для зустрічей та надання порад клієнтам, невеличке приміщення для контент продакшену, а також службова кімната. З цією метою планується закупівля меблів, комп'ютерної техніки, систем освітлення та апаратури для знімального процесу, що сприятиме підвищенню стандарту якості сервісу.

Функціонування агенції здійснюватиметься відповідно до стандартного режиму роботи: з дев'ятої ранку до шостої вечора, з понеділка по п'ятницю. Деякі робочі етапи — як от розробка контенту, взаємодія з замовниками, стратегічне планування рекламних акцій — передбачають опцію віддаленого виконання. Такий підхід дасть змогу раціоналізувати робоче навантаження й упровадити гнучкіші схеми організації праці. Обсяг щоденних робочих завдань охоплюватиме такі ключові стадії:

- формулювання ринкових підходів для замовників;
- виробництво та редагування візуальних матеріалів (фото та відео - контенту);
- SMM – менеджмент та план випуску контенту;

- конфігурація таргетованих кампаній, націлених на конкретну аудиторію;
- проведення консультацій та підготовка звітних документів;
- взаємодія з потенційними клієнтами та опрацювання вхідних запитів.

Для забезпечення якісного обслуговування клієнтів планується залучення невеликого, проте висококваліфікованого колективу, куди увійдуть наступні фахівці: маркетолог, спеціаліст із SMM, контент - креатор (фото/відео), дизайнер та адміністратор. Такий штатний розпис дасть змогу реалізовувати увесь спектр маркетингових завдань безпосередньо в нашому офісі.

Щомісячні операційні витрати охоплюватимуть орендну плату, рахунки за комунальні послуги, заробітну плату персоналу, витрати на просування, придбання апаратури та сировини, а також загальноадміністративні видатки. На старті передбачається раціоналізація цих затрат за рахунок поступового введення в експлуатацію технічних засобів та часткового залучення сторонніх виконавців.

Загалом, операційний задум гарантує злагоджену роботу «BlyskHub», вдосконалює внутрішнє функціонування та формує підґрунтя для неухильного постачання передових маркетингових рішень у галузі краси.

1.5. Управлінська та організаційна команда

Команда управління та організації «BlyskHub» створюється, виходячи з вимог бізнесу та потреби у наданні повного спектру маркетингових рішень для представників індустрії краси. На початковій стадії функціонування штат є невеликим, проте гармонійно збалансованим, що забезпечує дієве виконання усіх основних завдань агенції [12].

На чолі агенції стоїть директор, відповідальний за визначення стратегічного вектору, узгодження діяльності колективу, проектування фінансів та підтримання зв'язків із найважливішими замовниками. Його щомісячна зарплата встановлена на рівні 35 000 гривень. У його підпорядкуванні

функціонує маркетолог із щомісячним окладом 24 000 грн. Цей фахівець займається усім спектром робіт: від досліджень ринкової ситуації та проектування маркетингових підходів до формування планів комунікації та оцінки ефективності рекламних кампаній.

Фахівець із SMM, котрий має щомісячну винагороду у розмірі 19 000 гривень, несе відповідальність за керування соціальними мережами замовників, формування графіків публікацій, конфігурацію рекламних кабінетів, комунікацію з підписниками та відстеження активності онлайн. Для задоволення естетичного візуального контенту до команди вербується контент-креатор із окладом 18 000 грн. Він здійснює фото і відеозйомку, монтаж відео – роликів та створення динамічних форматів (рілси, сторіс, шортс). Крім того, він створює оригінальні матеріали для рекламних кампаній.

Також не менш важливим, є графічний або UX/UX дизайнер, чий місячний оклад становить 18 000 гривень, є ключовою фігурою. У його завдання входить розробка логотипів, формування корпоративного стилю, створення брендбуків, а також дизайн поліграфічних та електронних ресурсів, що формують візуальний стиль замовників. Адміністративну підтримку забезпечуватиме офіс-менеджер, працевлаштований на неповну ставку з винагородою 9 000 гривень. На нього покладатиметься обробка запитів, ведення документообігу, налагодження внутрішнього обміну документами та взаємодія з клієнтською базою.

Загальні витрати, що стосуються фонду оплати праці, сягають 123 000 гривень щомісячно. Подібна організаційна побудова, сприяє налагодженню злагодженої комунікації між усіма структурними одиницями фірми, дозволяє витримувати стандарт високої якості обслуговування та гнучко реагувати на запити замовників. За умов злагодженості дій та компетентності кожного члена команди, агенція матиме змогу підтримувати стабільну динаміку зростання, примножувати коло постійних клієнтів та утримувати міцні позиції серед конкурентів на ринку.

Крім того, слід акцентувати увагу на тому, що штат «BlyskHub» вибудовуватиметься не просто на основі поділу обов'язків, а завдяки взаємному доповненню наявних у фахівців навичок. З огляду на те, що діяльність агенції зосереджена у б'юті-сегменті, де естетичний аспект відіграє ключову роль, працівники зобов'язані володіти ґрунтовними знаннями про актуальні вектори розвитку в даній галузі та ключові аспекти споживчої поведінки цільової аудиторії. Відтак, у процесі рекрутингу компанія братиме до уваги не лише суто фахові вміння, а й здатність потенційних членів команди оперувати креативними концепціями, швидко реагувати на динамічні трансформації на ринку та генерувати оригінальні стратегії [4]. Такий метод комплектування як керівного, так і виконавчого складу гарантуватиме потужний ефект внутрішньої взаємодії, що, в результаті, призведе до підвищення стандартів обслуговування клієнтів та закладе фундамент для стійкого зростання агенції у конкурентному середовищі.

1.6. Фінансовий план

Економічне обґрунтування відкриття маркетингового підрозділу під назвою ТОВ «BeautyBoost Marketing», націленого на обслуговування сектору краси, відображено у його фінансовому кошторисі. Ці дані спрямовані на прогнозовані показники надходжень, поточних витрат, очікуваного фінансового підсумку, а також терміни повернення вкладених коштів за перший рік функціонування. Для початку функціонування агенції, потрібен первинний капітал, який покриє витрати на облаштування робочого простору, купівлю апаратури, меблювання, устаткування для виготовлення медіаконтенту та первинну рекламну поліграфію. Приблизні витрати на оздоблення та підготовку приміщення визначені у розмірі 40 000 гривень, на закупівлю комп'ютерних систем – 95 000 гривень, апаратури для зйомки фото- та відеоматеріалів – 65 000 гривень, меблевого забезпечення для офісу – 45 000 гривень, придбання ліцензій на програмне забезпечення – 18 000 гривень, а також на первинну рекламну продукцію та розробку фірмового стилю – 10 000

гривень. Загальна потреба у початкових вкладеннях таким чином сягає приблизно 273 000 гривень, що забезпечить повну готовність агенції до операційної діяльності.

Щомісячні операційні витрати складаються з таких складових: оренда офісу у центральній частині міста становить 43 000 гривень, витрати на комунальні послуги та підключення до мережі Інтернет зафіксовані на рівні 5 000 грн. Фонд оплати праці персоналу сягає 123 000 гривень. Канцелярське приладдя та адміністративні потреби вимагають до 500 гривень щомісяця. Амортизаційні відрахування на обладнання становлять 3 000 гривень. Щомісячна сума за використання ліцензійного програмного забезпечення дорівнює 1 500 грн. Маркетингові витрати, які формуються з річного бюджету у розмірі 100 000 грн, розподіляються рівномірно. Таким чином, загальний обсяг щомісячних витрат на діяльність агенції наближається до 276 000 грн.

Очікуваний прибуток формується, виходячи з припущення, що середній кошторис одного пакету послуг становить 30 000 гривень, а план передбачає залучення 12 клієнтів щомісяця. Таким чином, прогнозований щомісячний оборот досягає 360 000 гривень, а за рік сума зростає 4 320 000 грн. На території України юридична особа (ТОВ) зобов'язана сплачувати податок на загальний прибуток (у розмірі 18%), а також єдиний соціальний внесок за свій штат працівників. Для спрощення обчислень припустимо, що загальний фіскальний тягар становить орієнтовно п'ятнадцять відсотків від отриманої валової виручки, що еквівалентно приблизно п'ятдесятьма чотирьма тисячам гривням щомісячних відрахувань. Відрахування зазначених податків та поточних операційних витрат із загального доходу дає змогу розрахувати орієнтовний чистий місячний прибуток на рівні приблизно 76 000 гривень, а річна чиста вигода становитиме 912 000 грн.

Орієнтовна точка беззбитковості агентства, зважаючи на податкові зобов'язання, сягає позначки у приблизно 21 клієнта щомісяця. Це число окреслює найменшу необхідну кількість замовників для покриття як операційних витрат, так і належних податкових відрахувань. Враховуючи ж

запланований на старті обсяг у 12 клієнтів, підприємство фактично стартуватиме доволі близько до межі покриття витрат. Однак, за умови впровадження ефективніших робочих процесів та активного нарощування клієнтської мережі, очікується стрімкий перехід до забезпечення стабільного прибутку.

Очікувані грошові потоки на рік уперед вказують на сприятливу тенденцію: щомісячний приплив коштів перевищує видатки та податкові зобов'язання на суму 76 000 гривні. За підсумками дванадцяти місяців це формує приблизний річний прибуток у розмірі 912 000 гривень. Така ситуація дає змогу сформувати фінансовий резерв для покриття несподіваних витрат, зокрема тих, що пов'язані з сезонними змінами попиту, зростанням цін на маркетингові послуги чи можливими зволіканнями з оплатою з боку замовників.

Згідно з планами маркетингу та операційної роботи, ми сфокусуємося на інтенсивному залученні клієнтів протягом перших 4 – 5 місяців. Це необхідно для якнайшвидшого формування клієнтського ядра та надійного закріплення нашої торгової марки у свідомості споживачів. Очікуємо, що інвестиції в проєкт окупляться протягом приблизно 7 – 8 місяців, після чого підприємство почне генерувати стабільний дохід. Таким чином, аналіз фінансових показників підтверджує економічну доцільність заснування ТОВ «BlyskHub», яке має всі передумови для сталої траєкторії зростання та подальшої експансії.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Події													
Свята	2	0	1	1	2	2	1	2	0	1	0	1	13
Особливі (визначні) дні	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	11,00
Події місцевого значення	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2
Сезонні події	2,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	2,00	7
Методи (канали) просування													
Тартована реклама (SMA)	4 500,00	4 500,00	3 000,00	4 000,00	3 000,00	3 000,00	2 000,00	2 500,00	4 000,00	3 000,00	3 500,00	5 000,00	42 000,00
PPC	500,00	400,00	400,00	400,00	400,00	300,00	260,00	255,00	230,00	225,00	180,00	170,00	3 720,00
SEO	460,00	400,00	483,00	507,00	500,00	550,00	420,00	600,00	485,00	295,00	500,00	600,00	5 800,00
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
SMM	2 500,00	0,00	0,00	0,00	2 500,00	0,00	0,00	2 500,00	0,00	2 500,00	0,00	0,00	10 000,00
Поліграфічна реклама продукція	1 200,00	2 000,00	500,00	300,00	300,00	0,00	500,00	400,00	200,00	0,00	0,00	1 000,00	6 400,00
Демонстраційні заходи	0,00	1 000,00	0,00	200,00	0,00	2 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 300,00	5 000,00
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
Робота з блогерами	4 000,00	0,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	6 000,00	0,00	5 000,00	0,00	5 000,00	5 000,00	27 000,00
Візитні картки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші заходи з просування (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	0,00
Всього витрати	13 160,00	8 300,00	4 383,00	7 407,00	6 700,00	6 350,00	9 180,00	6 255,00	9 915,00	6 020,00	9 180,00	13 070,00	99 920,00

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
Оренда земельної ділянки	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	516 000,00
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/ обслуговування	0,00	4 000,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00	10 000,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	1 650,00	1 890,00	1 990,00	2 100,00	1 500,00	1 200,00	1 250,00	1 170,00	1 150,00	1 450,00	1 740,00	1 850,00	18 940,00
Опалення	1 700,00	2 000,00	1 950,00	1 100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 100,00	1 900,00	2 000,00	11 750,00
Водопостачання/ каналізація	160,00	200,00	180,00	160,00	250,00	230,00	170,00	150,00	210,00	200,00	180,00	170,00	2 260,00
Телефон (базова оплата)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Лампочки, мичі засоби тощо	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	1 700,00
Інше: охорона земельної ділянки	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	571 450,00
Всього витрати	48 060,00	51 640,00	47 670,00	46 910,00	45 300,00	48 280,00	44 970,00	44 870,00	44 910,00	46 700,00	47 370,00	50 570,00	1 134 500,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

Прогноз продаж													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Категорія 1: Базовий маркетинговий пакет для студії краси													
Продано одиниць, шт.	6,00	7,00	7,00	8,00	7,00	10,00	23,00	14,00	16,00	15,00	14,00	19,00	146,00
Ціна за 1 пакет	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	540 000,00
Сума продажу	270 000,00	315 000,00	315 000,00	360 000,00	315 000,00	450 000,00	1 035 000,00	630 000,00	720 000,00	675 000,00	630 000,00	855 000,00	6 570 000,00
Категорія 2: Розширений преміум пакет для салону краси													
Продано одиниць	5,00	7,00	8,00	12,00	9,00	10,00	11,00	12,00	15,00	15,00	14,00	14,00	132,00
Ціна за 1	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	660 000,00
Сума продажу	275 000,00	385 000,00	440 000,00	660 000,00	495 000,00	550 000,00	605 000,00	660 000,00	825 000,00	825 000,00	770 000,00	770 000,00	7 260 000,00
Категорія 3: Базовий маркетинговий пакет для студії краси													
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
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
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
Категорія 4: Розширений преміум пакет для салону краси													
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
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
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
Всього	545 000,00	700 000,00	755 000,00	1 020 000,00	810 000,00	1 000 000,00	1 640 000,00	1 290 000,00	1 545 000,00	1 500 000,00	1 400 000,00	1 625 000,00	13 830 000,00

Рис. 3. Прогноз продаж

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг													
Агенція з надання маркетингових 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
Категорія 1: Продано один. товару	6,00	7,00	7,00	8,00	7,00	10,00	23,00	14,00	16,00	15,00	14,00	19,00	146,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	192 000,00
Матеріали/ комплектуючі	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
Ліцензія програмного забезпечення	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	18 000,00
Пакувальні матеріали (тара)	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
Реквізити для зйомок	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	600,00
Всього витрати на один. товару	17 600,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	18 000,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	210 600,00
Категорія 1: Всього Витрати	105 600,00	122 500,00	122 500,00	140 000,00	122 500,00	175 000,00	414 000,00	245 000,00	280 000,00	262 500,00	245 000,00	332 500,00	30 747 600,00
Категорія 2: Продано один. товару	5,00	7,00	8,00	12,00	9,00	10,00	11,00	12,00	15,00	15,00	14,00	14,00	132,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	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
Матеріали/ комплектуючі	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
Ліцензія програмного забезпечення	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	18 000,00
Пакувальні матеріали (тара)	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
Реквізити для зйомок	300,00	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	700,00	0,00	0,00	1 400,00
Всього витрати на один. товару	19 800,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 900,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	20 200,00	19 500,00	19 500,00	235 400,00
Категорія 2: Всього Витрати	99 000,00	136 500,00	156 000,00	234 000,00	179 100,00	195 000,00	214 500,00	234 000,00	292 500,00	303 000,00	273 000,00	273 000,00	31 072 800,00
Категорія 3: Продано один. товару													
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали													
Пакувальні матеріали (тара)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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													
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали													
Пакувальні матеріали (тара)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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	204 600,00	259 000,00	278 500,00	374 000,00	301 600,00	370 000,00	628 500,00	479 000,00	572 500,00	565 500,00	518 000,00	605 500,00	61 820 400,00

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)													
<i>Директор агенції</i>	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	420 000,00
<i>Маркетолог</i>	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	288 000,00
<i>Фахівець SMM</i>	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	19 000,00	228 000,00
<i>Контент - креатор</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
<i>Дизайнер</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
<i>Офіс - менеджер</i>	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	108 000,00
<i>ПДФО (18%)</i>	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00	151 200,00
<i>ВЗ (5%)</i>	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	42 000,00
<i>ЄСВ (22%)</i>	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	184 800,00
Всього витрати	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	1 854 000,00

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
<i>Витрати на приміщення</i>	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	516 000,00
<i>Транспортування/ автомобіль</i>	400,00	500,00	550,00	360,00	500,00	380,00	480,00	600,00	600,00	540,00	500,00	690,00	6 100,00
<i>Плата за використання телефону</i>	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
<i>Офісні витратні матеріали/ пошта</i>	15,00	0,00	15,00	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00	10,00	70,00
<i>Реклама/ промо-акції</i>	13 160,00	8 300,00	4 383,00	7 407,00	6 700,00	6 350,00	9 180,00	6 255,00	9 915,00	6 020,00	9 180,00	13 070,00	99 920,00
<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</i>	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
<i>Ліцензії та дозволи</i>	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	18 000,00
<i>Страховання</i>	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
<i>Безнадійні борги</i>	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
<i>Відсотки за кредитами</i>	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
<i>Різне:</i>	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
<i>Знос (амортизація)</i>	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	49 398,81
<i>Інше: запчастини, масло, мийка машини</i>	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	62 391,57	57 616,57	53 764,57	56 583,57	56 016,57	55 561,57	58 476,57	55 671,57	59 331,57	55 391,57	58 496,57	62 586,57	691 888,81

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 (місяці)	Місячна амортизація
Ноутбук	25 000,00	3 січня 2025 року	36,00	694,44
Ноутбук	25 000,00	3 січня 2025 року	36,00	694,44
Ноутбук	25 000,00	3 січня 2025 року	36,00	694,44
Ноутбук	20 000,00	3 січня 2025 року	36,00	555,56
Відеокамера	35 000,00	3 січня 2025 року	60,00	583,33
Крісла офісні	20 000,00	3 січня 2025 року	84,00	238,10
Офісні столи	15 000,00	3 січня 2025 року	96,00	156,25
Фотокамера	30 000,00	3 січня 2025 року	60,00	500,00
Загальна вартість капітального обладнання	195 000,00		Всього місячна амортизація	4 116,57

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

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	197 500,00
Оргтехніка (принтер, роутер, сканер)	17000
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0
Регістрація, ліцензії, дозволи	6000
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	8000
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	4000
Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача	2500
Резерв обігових коштів	5000
Всього початкові витрати	240 000,00

Рис. 8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	2 000 000,00
Позика в друзів	0,00
Позика в родині	1 500 000,00
Дали друзі як негрошовий внесок	0,00
Дали родичі як негрошовий внесок	25 000,00
Внесок автомобіль	0,00
Грант	0,00
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	3 525 000,00
Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/ приміщення:	43000,00
Обладнання:	195 000,00
Ортехніка (принтер, роутер, сканер)	17 000,00
Юридичні послуги/ Реєстрація	5 000,00
Бухгалтерські послуги	0,00
Ліцензії та дозволи	6 000,00
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	8 000,00
Установка обладнання	2 500,00
Завдатки	0,00
Реклама	2 500,00
Промо-акції	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	500,00
Усі статті витрат	279 500,00
Початковий баланс грошових коштів	3 245 500,00

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

Звіт про прибутки та збитки (проект)														
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК	
ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	545 000,00	700 000,00	755 000,00	1 020 000,00	810 000,00	1 000 000,00	1 640 000,00	1 290 000,00	1 545 000,00	1 500 000,00	1 400 000,00	1 625 000,00	13830000,00
Валова собівартість, реалізація продукції (мін'ватр.) (тип фірми В, П, РТ)	R	272 500,00	350 000,00	377 500,00	510 000,00	405 000,00	500 000,00	820 000,00	645 000,00	772 500,00	750 000,00	700 000,00	812 500,00	6 915 000,00
Валовий прибуток		272 500,00	350 000,00	377 500,00	510 000,00	405 000,00	500 000,00	820 000,00	645 000,00	772 500,00	750 000,00	700 000,00	812 500,00	6 915 000,00
Валовий прибуток (%)		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	1 854 000,00	
Витрати на приміщення		48 060,00	51 640,00	47 670,00	46 910,00	45 300,00	48 280,00	44 970,00	44 870,00	44 910,00	46 700,00	47 370,00	50 570,00	567 250,00
Транспортування автомобіль		400,00	500,00	550,00	360,00	500,00	380,00	480,00	600,00	600,00	540,00	500,00	690,00	6 100,00
Плата за використання телефону		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Офісні витрати матеріали/ пошта		15,00	0,00	15,00	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00	20,00	80,00
Реклама/промо-акції		13 160,00	8 300,00	4 383,00	7 407,00	6 700,00	6 350,00	9 180,00	6 255,00	9 915,00	6 020,00	9 180,00	13 070,00	99 920,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи		1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	0,00	0,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	15 000,00
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
Безнадійні борги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне рухливі, робочий одяг, тілеса для парків		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Знос (амортизація)		4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	4 116,57	49 398,81
Інше: запчастини, масло, мийка мивки		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 ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		221 951,57	220 756,57	212 934,57	214 993,57	211 316,57	213 841,57	214 946,57	212 041,57	215 741,57	213 591,57	217 366,57	224 666,57	2 694 148,81
Прибуток (збиток) до оподаткування		50 548,43	129 243,43	164 565,43	295 006,43	193 683,43	286 158,43	605 053,43	432 958,43	556 758,43	536 408,43	482 633,43	587 833,43	4 320 851,19
Податки з ТОВ (середній соціальний внесок, єдиний податок (військовий збір)		22 746,79	58 159,54	74 054,44	116 552,89	87 157,54	128 771,29	239 269,28	194 831,29	250 541,29	241 383,42	217 185,04	264 525,04	1 895 177,85
Прибуток (збиток) після оподаткування		27 801,64	71 083,89	90 510,99	178 453,54	106 525,89	157 387,14	365 784,15	238 127,14	306 217,14	295 025,01	265 448,39	323 308,39	2 425 673,34

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

Позиція на початку		Звіт про рух грошових коштів (проект)												
		МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	ВСЬОГО ЗА РІК
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК		3 245 500,00	3 300 165,00	3 433 525,00	3 602 207,00	3 902 830,00	4 100 630,00	4 390 905,00	5 000 075,00	5 437 150,00	5 998 025,00	6 538 550,00	7 025 300,00	7 617 250,00
ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ														
Від покупок (продажів)		545 000,00	700 000,00	755 000,00	1 020 000,00	810 000,00	1 000 000,00	1 640 000,00	1 290 000,00	1 545 000,00	1 500 000,00	1 400 000,00	1 625 000,00	13 830 000,00
Від дебіторів		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Кредити/Позики		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інвестиції		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інше		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього отримання		545 000,00	700 000,00	755 000,00	1 020 000,00	810 000,00	1 000 000,00	1 640 000,00	1 290 000,00	1 545 000,00	1 500 000,00	1 400 000,00	1 625 000,00	13 830 000,00
ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ														
Початковий запас		17 000,00												
Виплати														
Собівартість реалізованої продукції		272 500,00	350 000,00	377 500,00	510 000,00	405 000,00	500 000,00	820 000,00	645 000,00	772 500,00	750 000,00	700 000,00	812 500,00	6 915 000,00
Оплата праці		154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	154 500,00	1 854 000,00
Витрати на приміщення		48 060,00	51 640,00	47 670,00	46 910,00	45 300,00	48 280,00	44 970,00	44 870,00	44 910,00	46 700,00	47 370,00	50 570,00	567 250,00
Транспортування/автомобіль		400,00	500,00	550,00	380,00	500,00	380,00	480,00	600,00	600,00	540,00	500,00	690,00	6 100,00
Плата за використання телефону		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Офісні витрати/матеріали/пошта		15,00	0,00	15,00	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00	20,00	80,00
Прокрування		13 160,00	8 300,00	4 383,00	7 407,00	6 700,00	6 350,00	9 180,00	6 255,00	9 915,00	6 020,00	9 180,00	13 070,00	99 920,00
Юридичні/бухгалтерські послуги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи		6 000,00	1 500,00	1 500,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	13 500,00
Спиритування		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
Придбання та установка капітального обладнання		197 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Погашення кредитів та виплата відсотків		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інше		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
Різні: рукавиці, робочий одяг, плітка для париків		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 виплати		490 335,00	566 640,00	596 318,00	719 377,00	612 200,00	709 725,00	1 030 830,00	852 925,00	984 125,00	959 475,00	913 250,00	1 033 050,00	9 458 250,00
Оборот грош. коштів до оподатк.		3 300 165,00	3 433 525,00	3 602 207,00	3 902 830,00	4 100 630,00	4 390 905,00	5 000 075,00	5 437 150,00	5 998 025,00	6 538 550,00	7 025 300,00	7 617 250,00	7 617 250,00
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ		3 300 165,00	3 433 525,00	3 602 207,00	3 902 830,00	4 100 630,00	4 390 905,00	5 000 075,00	5 437 150,00	5 998 025,00	6 538 550,00	7 025 300,00	7 617 250,00	7 617 250,00

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

БАЛАНС	
Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	7 617 250,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	7 617 250,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	178 750,00
Всього позаоборотні активи	178 750,00
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	7 796 000,00
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	7 796 000,00
Всього капітал власника та пасиви	7 796 000,00

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ

У ході виконання даного маркетингового проєкту, було проведено комплексне дослідження умов відкриття та функціонування маркетингової агенції «BlyskHub», діяльність якої спрямована на надання маркетингових послуг для малого бізнесу у б'юті сервісу. На основі аналізу ринку, конкурентного середовища, специфіки цільової аудиторії та внутрішніх можливостей компанії було сформовано бізнес-план, який підтверджує економічну сферу започаткування цього виду підприємницької діяльності.

Проведене дослідження показало, що ринок маркетингових послуг у сфері beauty-індустрії демонструє стійку тенденцію до зростання. Підприємства малого бізнесу все частіше усвідомлюють потребу в професійному управлінні соціальними мережами, побудові бренду, генерації креативного контенту та системному просуванні. Аналіз конкурентів засвідчив наявність попиту та водночас обмежену кількість спеціалізованих агенцій, що створює сприятливі умови для входження «BlyskHub» на ринок.

У проєкті було визначено структуру компанії, штатний план, систему оплати праці та організаційну модель. Значну увагу приділено фінансовим розрахункам, зокрема прогнозу доходів, витрат, податкових зобов'язань та точці прибутковості. За результатами фінансового моделювання встановлено, що прогнозований валовий дохід агенції становить 13 830 000,00 грн на рік, що є свідченням високого рівня рентабельності бізнес-моделі.

Оцінка операційних витрат, собівартості послуг, витрат на оплату праці та маркетингового бюджету підтвердила можливість стабільного формування чистого прибутку вже з перших місяців діяльності. Сформована маркетингова стратегія, яка включає роботу з цифровими каналами просування, контент-маркетинг, співпрацю з інфлюенсерами та участь у галузевих заходах та вебінарах, забезпечує високий потенціал масштабування та створює підґрунтя для подальшого розширення компанії.

Загалом, результати дослідження доводять, що відкриття маркетингової агенції «BlyskHub» є економічно обґрунтованим та перспективним проєктом. Врахування ринкових тенденцій, правильно сформована організаційна структура, виважена фінансова політика та стратегічний підхід до розвитку бренду забезпечують високі шанси на успішну реалізацію та подальший ріст агенції в конкурентному середовищі сучасного ринку маркетингових послуг на Тернопільщині.

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.
2. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та моделювання системи управління збутовою діяльністю підприємств : монографія. Тернопіль: Видавництво ТНТУ, 2011. 160 с. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/21085>.
3. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетинг : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2020. – 450 с.
4. Пилипенко А. А. Маркетингові комунікації : навч. посіб. – Київ : КНЕУ, 2019. – 312 с.
5. Мороз О. В., Шкварчук Л. О. Економіка підприємства : підручник. – Тернопіль : ЗУНУ, 2022. – 512 с.
6. Маслак О. І. Бізнес-планування : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2021. – 256 с.
7. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. – Харків : Вид-во «Ранок», 2018. – 848 с.
8. Ламбен Ж.-Ж. Стратегічний маркетинг. – Київ : Вид-во «Наука», 2020. – 600 с.
9. Фатхутдінов Р. А. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. – Київ : КНЕУ, 2017. – 384 с.
10. Porter M. Competitive Advantage. – New York : Free Press, 2004. – 567 p.
11. Armstrong G., Kotler P. Marketing: An Introduction. – Pearson, 2021. – 720 p.
12. Чижевський А. В. Управління проектами : навч. посіб. – Одеса : ОНУ, 2020. – 240 с.
13. Державна служба статистики України. Офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Міністерство економіки України. Звіт про розвиток малого та середнього бізнесу в Україні, 2023–2024. – Режим доступу: <https://www.me.gov.ua/>

15. Міністерство економіки України. Звіт про розвиток малого та середнього бізнесу в Україні, 2023–2024. – Режим доступу: <https://www.me.gov.ua>
16. Хрупович С.Є., Дудар В.Т., Окрепкий Р.Б. Використання штучного інтелекту для моделювання портрету споживача в цифровому маркетингу. *Галицький економічний вісник*. 2022.