

Міністерство освіти і науки України  
Західноукраїнський національний університет  
Кафедра маркетингу

## МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (агенція з креативного дизайну реклами) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-41  
Кравець Анастасії  
Науковий керівник:  
доцент, к. е. н. Процишин Ю. Т.

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Тернопіль – 2025

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНЦІЇ З КРЕАТИВНОГО ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ	
1.1. Компанія та її продукти.....	4
1.2. Дослідження та аналіз ринку.....	5
1.3. Маркетинговий план.....	8
1.4. Операційний план.....	10
1.5. Управлінська команда.....	13
1.6. Фінансовий план.....	15
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ.....	18
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27

## ВСТУП

Сучасний ринок характеризується високою конкуренцією та швидкими змінами у сфері комунікацій, що зумовлює необхідність пошуку інноваційних підходів до просування товарів і послуг. У цих умовах особливої ваги набувають креативні рішення у рекламній діяльності, адже саме вони формують імідж та впізнаванність бренду, впливають на сприйняття споживачів і визначають ефективність маркетингових стратегій. Саме тому створення агенції з креативного дизайну реклами є актуальним напрямом підприємницької діяльності, що відповідає потребам сучасного бізнес-середовища.

Актуальність теми полягає у зростаючому попиті на високоякісні дизайнерські та комунікаційні послуги, здатні забезпечити компаніям унікальність на ринку в умовах високої конкуренції, підвищити рівень упізнаваності бренду та залучити цільову аудиторію. Метою курсової роботи є розроблення проекту відкриття агенції з креативного дизайну реклами та обґрунтування її маркетингової стратегії відповідно до ринкових умов і потреб споживачів.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

1. Дослідити теоретичні засади відкриття нового виду бізнесу та особливості функціонування креативних агенцій;
2. Проаналізувати сучасний стан ринку рекламно-дизайнерських послуг;
3. Розробити концепцію діяльності та обґрунтувати маркетингову стратегію просування та позиціонування нової компанії.

Методологічною основою даного дослідження є загальнонаукові методи, такі як аналіз, синтез, порівняння, узагальнення та системний підхід, а також інші методи маркетингового аналізу, які допомагають всебічно оцінити ринкове середовище та потенціал проекту.

Емпіричну базу роботи формують аналітичні матеріали про стан ринку рекламних послуг в Україні, статистичні дані, звіти профільних агенцій, інформація з відкритих джерел, а також результати нашого власного дослідження ринкових тенденцій.

# РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНЦІЇ З КРЕАТИВНОГО ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ

## 1. Компанія та її продукти

### 1.1. КОМПАНІЯ

Майбутня компанія працюватиме у сфері маркетингу та реклами. Основний напрям - створення креативного дизайну для брендів і бізнесів. Агенція розроблятиме логотипи, фірмовий стиль, рекламні матеріали, банери та контент для соціальних мереж.

Основними клієнтами стануть малі та середні підприємства, стартапи й компанії, які хочуть покращити свій візуальний образ і комунікацію з аудиторією. Головна мета агенції - допомагати брендам виглядати сучасно та привертати увагу через якісний і водночас креативний дизайн.

Форма власності агенції - ФОП 2 групи. Вона буде зареєстрована в Україні та працюватиме як приватний бізнес у сфері креативних послуг.

### 1.2. ПОСЛУГИ

Агенція з креативного дизайну реклами надаватиме послуги у сфері створення візуальної айдентики та рекламних матеріалів. Основні напрями діяльності включатимуть:

- розробку логотипів і фірмового стилю;
- створення брендбуків;
- дизайн рекламних банерів і макетів для соцмереж та візуальне оформлення рекламних кампаній;
- оформлення поліграфічної продукції (візитки, постери, буклети тощо);
- консультації з брендингу та креативних рішень.

На відміну від багатьох дизайнерських студій, які пропонують стандартні рішення, наша агенція зосередиться на індивідуальності та унікальному стилі кожного бренду. Ми плануємо залучити команду молодих, креативних дизайнерів і маркетологів, які працюватимуть у тісній співпраці з клієнтами,

враховуючи їхнє бачення, цінності та цільову аудиторію.

Таким чином, ми пропонуватимемо не просто дизайн, а комплексне креативне рішення, яке допоможе бізнесам ефективно спілкуватися зі своїми клієнтами.

## **2. Дослідження та аналіз ринку**

### **2.1. КЛІЄНТИ**

Основними клієнтами нашої агенції з креативного дизайну реклами стануть малі та середні підприємства, стартапи, а також локальні бренди, які прагнуть покращити свій візуальний імідж і комунікацію з клієнтами. Агенція працює у сфері B2B, але створює продукти, що допомагають клієнтам ефективно взаємодіяти з їхніми B2C-аудиторіями. Зазвичай такі компанії не мають власного дизайнерського відділу, тому вони віддають перевагу співпраці з зовнішніми фахівцями. Більшість наших клієнтів будуть з України, переважно з великих міст: Київ, Львів, Харків, Дніпро та Одеса.

При виборі агенції для співпраці, клієнти звертають увагу на якість дизайну, оригінальність ідей, готові кейси, дотримання термінів та індивідуальний підхід. Хоча ціна також важлива, більшість замовників готові заплатити більше за професійний результат, який допоможе їхньому бізнесу бути конкурентоспроможним.

Отже, цільова аудиторія бізнесу - це підприємці, маркетологи та власники брендів, які шукають якісний, сучасний і ефективний дизайн для просування своїх продуктів і послуг.

### **2.2. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ**

Ринок креативних і дизайнерських послуг в Україні активно розвивається, особливо в таких великих містах, як Київ, Львів, Дніпро, Харків та Одеса. Це зумовлено зростанням малого бізнесу, активним розвитком цифрового маркетингу та підвищеним попитом на якісний бренд-дизайн. Після початку повномасштабної війни ринок поступово відновлюється, з'являються нові

компанії та стартапи, яким потрібні сучасні візуальні рішення [2].

Найбільша активність клієнтів спостерігається навесні та восени, коли бізнеси запускають нові проекти. Середнє зростання ринку оцінюється на рівні 10-15% на рік.

Основними тенденціями ринку є розвиток онлайн-бізнесу, попит на унікальний бренд-дизайн і вихід українських креативних агенцій на міжнародний ринок [5].

### 2.3. КОНКУРЕНЦІЯ

На українському ринку креативних послуг уже працює кілька сильних гравців, серед яких Banda Agency та Bickerstaff. Обидві компанії мають високий рівень професіоналізму, відомі як в Україні, так і за її межами, і задають напрям розвитку галузі.

Banda Agency - одна з найвідоміших українських креативних агенцій, заснована у 2011 році. Вона має великий досвід співпраці з міжнародними брендами, зокрема Uber, Netflix, Puma, і багаторазово здобувала міжнародні нагороди за свої проекти. Сильними сторонами агенції є висока якість дизайну, стратегічний підхід до брендингу та професійна команда. Однак, як і у всіх компаній, є й слабкі сторони, такі як: висока вартість послуг, орієнтованість на великі бренди та складність доступу для малого бізнесу, який не має великих бюджетів на рекламу [16].

Bickerstaff - молода, але вже відома українська креативна агенція, що відзначається нестандартним мисленням і сміливими ідеями. Вона отримала визнання завдяки своїм сучасним кампаніям та гнучкому підходу до клієнтів. Її сильні сторони: креативність, швидкість роботи, адаптивність до нових умов і вміння створювати яскраві візуальні рішення навіть з обмеженими ресурсами. Водночас, до слабких сторін можна віднести менший масштаб діяльності, обмежену кількість спеціалістів і дещо менший досвід у реалізації великих проектів, ніж у ринкових лідерів [1].

Попри сильну конкуренцію, нова агенція має шанси зайняти свою нішу,

адже зосередиться на малому та середньому бізнесі, який потребує якісного, але доступного дизайну. Компанія поєднуватиме креативний підхід із маркетинговим розумінням, пропонуючи клієнтам персоналізовані рішення за помірну ціну. Саме така стратегія дозволить конкурувати з відомими агенціями, орієнтованими переважно на великих замовників.

#### 2.4. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Попит на послуги креативних агенцій стабільно зростає, адже все більше українських компаній, особливо малого та середнього бізнесу, усвідомлюють важливість якісного брендингу та маркетингових комунікацій. Завдяки доступнішій ціновій політиці, індивідуальному підходу до клієнтів та гнучкості в роботі, агенція зможе залучити частину аудиторії, яка не може співпрацювати з великими агентствами через високі бюджети.

Основними конкурентними перевагами стануть доступна ціна, персональний підхід та комплексність послуг (брендинг, SMM, контент, стратегія). Це дозволить зайняти приблизно 2–3% локального ринку креативних послуг протягом перших двох років діяльності. Орієнтованість компанії на клієнта, активне використання соціальних мереж та конкурентна цінова пропозиція дозволять нам зайняти міцну позицію на ринку та залучити значну кількість клієнтів.

Виходячи з попередніх розрахунків і прогнозу зростання клієнтської бази, очікувані обсяги реалізації становитимуть:

- Перший рік: близько 1 200 000 грн,
- Другий рік: близько 1 800 000 грн (приріст на ~50% завдяки збільшенню кількості клієнтів і розширенню спектра послуг).

Прогнози базуються на очікуванні залучення 3–5 нових клієнтів щомісяця у першому році роботи та зростанні середнього чека завдяки підвищенню впізнаваності агенції.

### 3. Маркетинговий план

#### 3.1. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Маркетингова стратегія агенції ґрунтуватиметься на поєднанні індивідуального підходу, сучасних digital-інструментів та чіткої орієнтації на потреби клієнтів. Наша основна філософія полягає в тому, щоб допомагати брендам виділятися завдяки автентичним комунікаціям та продуманим візуальним рішенням.

На початковому етапі ми зосередимося на малому та середньому бізнесі - компаніях, які шукають доступні, але професійні рішення в сфері брендингу, SMM і контенту. Для цієї групи ми будемо активно просуватися через соціальні мережі (Instagram, Facebook, LinkedIn), таргетовану рекламу, рекомендації та партнерства.

На наступному етапі плануємо розширити нашу цільову аудиторію, працюючи з більшими компаніями, стартапами та громадськими організаціями, які потребують комплексних стратегічних послуг. Просування відбуватиметься через кейси, PR-публікації, колаборації та участь у профільних заходах.

Загальна мета стратегії - створити впізнаваний бренд агенції, який асоціюватиметься з якістю, креативністю та надійністю, а також поступово нарощувати клієнтську базу завдяки стабільній присутності в digital-середовищі.

### 3.2. ЦІНОУТВОРЕННЯ

У нашому плані ціноутворення цінова політика агенції базується на принципі співвідношення "ціна = цінність". Основна мета - запропонувати конкурентні ціни, які водночас відображають якість і унікальність послуг.

На старті діяльності планується гнучка система ціноутворення, щоб залучити клієнтів і закріпитися на ринку. Для прикладу, на різні види послуг ціни будуть встановлені, в залежності від потреб клієнта:

- візуальне оформлення рекламних кампаній - 12 000 грн;
- дизайн рекламних банерів та макетів для соцмереж - 3000 грн;
- комплексне креативне рішення - 45 000 грн.

Порівняно з конкурентами, такими як Vanda Agency чи Bickerstaff, наші ціни будуть нижчими на 40-60%, адже орієнтуємось на малий та середній бізнес, який

потребує якісного та водночас доступного дизайну.

З часом, після формування стабільної клієнтської бази та портфоліо, передбачається поступове підвищення цін для відображення зростання досвіду та рівня послуг, зберігаючи при цьому баланс між доступністю та ринковою вартістю.

### 3.3. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

Наша агенція працюватиме переважно в онлайн-форматі, що дає змогу охоплювати клієнтів з різних регіонів України та з-за кордону. Основним каналом продажу стане власний вебсайт із портфоліо, формою для замовлення послуг та можливістю консультації онлайн.

Додатково залучатимуться соціальні мережі (Instagram, Facebook, LinkedIn), професійні платформи (Behance, Dribbble) та особисті рекомендації клієнтів.

Для зручності клієнтів передбачено поетапну систему роботи: запит, консультація, узгодження брифу, підписання договору, виконання та передача результату. Такий підхід забезпечить прозорість співпраці й ефективну комунікацію з кожним замовником.

### 3.4. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

Для просування агентства плануємо використовувати поєднання онлайн- та офлайн-інструментів, спрямованих на підвищення впізнаваності бренду та залучення клієнтів. Основний акцент робимо на digital-маркетинг, адже цільова аудиторія активно користується соціальними мережами та онлайн-сервісами [13].

Основними каналами промоції ми обрали:

- Instagram та Facebook: таргетована реклама, пости з кейсами, відео з процесом роботи;

- LinkedIn - для залучення бізнес-клієнтів і партнерів;

- Google Ads - реклама на запити «брендинг», «створення логотипу», «дизайн реклами»;

- Співпраця з блогерами та локальними бізнесами у форматі колаборацій;
- Участь у виставках та форумах з маркетингу й дизайну для налагодження професійних контактів.

Бюджет на рекламу в перший рік складатиме близько 60 000 грн, з яких:

40% - таргетована реклама у соцмережах;

30% - контекстна реклама Google;

20% - PR і колаборації;

10% - друковані матеріали та участь у заходах.

Основні витрати на промоцію планується зробити протягом перших шести місяців, коли формується імідж агентства та клієнтська база. Далі реклама буде підтримувальною, із більшим акцентом на органічне просування та рекомендації.

## **4. Операційний план**

### **4.1. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ**

Послуги зі створення креативної реклами надаватимуться онлайн, а для працівників буде відкрито офіс в Тернополі. Це місто має зручне розташування, розвинену інфраструктуру та, порівняно з іншими містами, менш конкурентний ринок креативних і маркетингових послуг. Наявність молодих фахівців і випускників місцевих вищих навчальних закладів забезпечує доступ до кваліфікованих кадрів, що є важливою перевагою для розвитку агентства.

До недоліків можна віднести те, що основні клієнти можуть перебувати в інших регіонах або за кордоном, проте онлайн-формат роботи дозволяє ефективно співпрацювати незалежно від місця розташування. Таким чином, офіс у Тернополі стане базою для команди, а більшість проєктів реалізовуватиметься дистанційно.

Оренда приміщення для офісу у Тернополі - 25 000 грн на місяць.

### **4.2. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ**

На початковому етапі офіс потрібен лише для внутрішньої роботи команди, тому його розташування не обов'язково має бути в центрі міста - важливо, щоб було зручне транспортне сполучення та стабільне інтернет-з'єднання. В офісі працюватимуть керівництво, менеджер з маркетингу, дизайнерська команда, а також бухгалтер (можливо, на аутсорсі).

Приміщення планується орендувати площею близько 40-50 м<sup>2</sup>, що дозволить комфортно розмістити робочі місця та зону для зустрічей і відпочинку. Для повноцінної роботи потрібно буде закупити комп'ютерну техніку, меблі, освітлення та офісну техніку (принтер, сканер, проектор).

На облаштування простору та ремонт планується витратити близько 90 000 грн, а на технічне оснащення - орієнтовно 250 000 грн. Роботи з облаштування займуть 1-1,5 місяці, після чого офіс буде готовий до роботи. У перспективі, за умови зростання компанії, планується відкриття окремої навчальної або креативної студії для проведення воркшопів і тренінгів.

### 4.3. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Процес надання послуг агенції складатиметься з кількох етапів:

- 1) аналіз ринку та потреб клієнта;
- 2) створення креативної концепції;
- 3) розробка дизайну та рекламних матеріалів;
- 4) узгодження з клієнтом і передача готового продукту.

Усі етапи виконуватимуться командою фахівців: дизайнерів, маркетологів і копірайтерів.

Контроль якості здійснюватиметься через внутрішні перевірки проєктів, а також зворотний зв'язок від клієнтів. Кожен проєкт проходитиме фінальне затвердження керівником креативної команди для забезпечення високих стандартів якості.

Оскільки агентство працює у сфері послуг, інвентаризація стосуватиметься лише технічного обладнання та програмного забезпечення, що використовуються у процесі роботи. Планується регулярне оновлення техніки й ліцензій для підтримки ефективності та якості виконання замовлень.

### 4.4. РОБОЧА СИЛА

Керівництво компанією здійснюватиме власник, який також контролюватиме основні напрями діяльності. Для ефективної роботи агентства потрібна команда з таких фахівців:

1. Маркетологи - відповідатимуть за просування послуг агенції, аналітику ринку, налаштування таргетованої реклами та розробку рекламних стратегій. Вони повинні мати досвід роботи з digital-інструментами та розуміння принципів комунікації з різними сегментами аудиторії.

2. Дизайнери - створюватимуть візуальну частину рекламних кампаній: логотипи, айдентику, макети для соцмереж, друковану та зовнішню рекламу. Важливо, щоб вони володіли сучасними програмами та розуміли тренди креативного дизайну.

3. Копірайтери та контент-менеджери - писатимуть рекламні тексти,

сценарії для відео й пости для соціальних мереж, дбаючи про цілісність стилю бренду.

4. SMM-спеціалісти - займатимуться веденням сторінок клієнтів та аналітикою результатів.

5. Адміністративний персонал - бухгалтер, менеджер з клієнтської підтримки та офіс-адміністратор забезпечуватимуть стабільну роботу агенції.

Для підвищення кваліфікації персоналу планується внутрішнє та зовнішнє навчання. Внутрішнє сприятиме обміну досвідом між працівниками, зовнішнє - участі у професійних курсах, конференціях та воркшопах. Також передбачено онлайн-навчання для зручності співробітників.

Такий підхід забезпечить постійний розвиток персоналу та підвищить конкурентоспроможність агенції на ринку креативних послуг. Це дозволить команді залишатися гнучкою, адаптуватися до змін у сфері маркетингу та впроваджувати сучасні підходи у створенні креативних рекламних рішень.

## **5. Управлінська команда**

### **5.1. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ**

Керівну ланку агенції формує невелика команда фахівців із чітким розподілом обов'язків. На чолі компанії - директор (засновник), який відповідає за стратегічний розвиток, фінансовий контроль і загальне управління. Він має досвід у сфері маркетингу та управління проектами, що дозволяє ефективно реалізовувати бізнес-цілі та налагоджувати партнерські відносини.

Креативний директор займається створенням концепцій, розробкою візуального стилю та контролем якості креативних матеріалів. Його професійний досвід у дизайні допомагає підтримувати впізнаваний стиль і високі стандарти агентства.

Маркетинг-директор розробляє стратегії просування, аналізує ринок і контролює результати рекламних кампаній. Завдяки глибокому розумінню тенденцій ринку він забезпечує ефективність усіх маркетингових дій.

Фінансові питання веде бухгалтер або фінансовий менеджер, який відповідає за облік, звітність і контроль витрат. За потреби ці функції можуть виконуватись зовнішнім спеціалістом.

Менеджер із клієнтських відносин координує роботу з замовниками, контролює процес виконання проєктів і дбає про якість сервісу. Така структура дозволяє агентству працювати злагоджено, підтримуючи стабільність і професіоналізм у всіх напрямках діяльності.

## 5.2. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

Заробітна плата власника та команди буде прямо залежати від фінансових результатів компанії і зростатиме разом із прибутковістю від проведення тренінгів і семінарів. На початковому етапі можливе відтермінування виплат власнику, з подальшим нарахуванням відсотка від прибутку.

Основні працівники - маркетологи, тренери та організатори - отримуватимуть базову заробітну плату близько 20 000 грн на місяць. У міру розвитку компанії та збільшення обсягу замовлень планується запровадження бонусної системи, яка передбачатиме додатковий відсоток від прибутку або премії за ефективність.

## **6. Фінансовий план**

### **6.1. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ**

На початку планується використовувати два основних джерела фінансування:

1) Власний внесок засновника у розмірі 600 000 грн, який буде використано для ремонту офісного приміщення, закупівлі необхідної техніки, меблів та обладнання.

2) Не грошовий внесок власника - приміщення для офісу, яке надається без орендної плати на перший рік роботи (еквівалент оренди становив би приблизно 30 000 грн на місяць).

Разом: 600 000 грн + оренда приміщення (360 000 грн на рік).

### **6.2. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ**

Перші місяці роботи компанії будуть зосереджені на інвестиціях, адже ми плануємо вкласти кошти в ремонт, технічне забезпечення, створення бренду та рекламну кампанію.

Протягом перших двох місяців ми очікуємо негативний грошовий баланс. Власник покриє стартові витрати самостійно, без залучення кредитів. З третього місяця компанія сподівається почати отримувати стабільні доходи від надання маркетингових послуг і реалізації навчальних проєктів.

### **6.3. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ**

Перші місяці будуть збитковими через витрати на обладнання, рекламу, оплату праці та адміністративні потреби. Однак із четвертого місяця очікується поступове зростання доходів завдяки активній роботі з клієнтами та розширенню кола партнерів.

Основні витрати становитимуть:

- оренда й утримання офісу - близько 30 000 грн/міс (за ринковими цінами);
- зарплата працівників - у середньому 20 000-25 000 грн/міс на особу;
- реклама та просування - від 40 000 грн/міс;

- операційні витрати - 10 000 - 15 000 грн/міс.

Прогноз прибутків і збитків за перший рік діяльності:

Місяць 1 - -93 975 грн

Місяць 2 – 56 925 грн

Місяць 3 – 80 625 грн

Місяць 4 – 192 325 грн

Місяць 5 – 112 475 грн

Місяць 6 – 182 075 грн

Місяць 7 - -107 725 грн

Місяць 8 – 271 175 грн

Місяць 9 – 207 075 грн

Місяць 10 – 222 425 грн

Місяць 11 – 154 475 грн

Місяць 12 – 38 155 грн

Отже, до кінця першого року очікується стійке зростання прибутковості та формування фінансового резерву для подальшого розвитку компанії.

#### 6.4. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Компанія планує досягти беззбитковості приблизно на п'ятий місяць роботи. На той момент очікується достатній обсяг замовлень, щоб покрити фіксовані витрати й забезпечити стабільний грошовий потік. Подальше зростання прибутку буде зумовлене збільшенням кількості корпоративних клієнтів, оптимізацією рекламних витрат та розширенням спектра послуг.

Точку беззбитковості визначаємо в декілька етапів:

1. Визначаємо загальну вартість продажів - 4 575 000,00 грн.
2. Валова собівартість послуг за рік - 412 000,00 грн
3. Визначаємо величину валового прибутку - 4 163 000,00 грн.
4. Визначаємо відсоток валового прибутку за допомогою таблиці на рис. 10 - 90,99%
5. Всього поточних видатків - 1 316 030,00 грн.

6. Точка безбитковості:  $1\,316\,030,00 / 0,9099 = 1\,446\,345,75$  грн. Щоб отримувати постійно дохід, потрібно заробляти 250 816 грн.

Після проведення фінансового аналізу діяльності підприємства, ми змогли визначити ключові показники ефективності проєкту. Вони включають витрати, прогнози продажів та потенційну рентабельність. Розрахунки показують, що бізнес-модель може бути успішною, якщо забезпечити стабільний рівень реалізації послуг і контролювати операційні витрати. Враховуючи валовий прибуток і структуру витрат, ми встановили точку безбитковості на рівні приблизно 1 446 700 грн річного доходу. Це мінімальний обсяг продажів, необхідний для покриття всіх витрат і виходу підприємства на нульовий фінансовий результат.

## 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
<b>Події</b>													
Свята	0	0	1	0	2	0	0	0	2	1	0	0	6
Особливі (визначні) дні	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	3
Події місцевого значення	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
Сезонні події	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	3
<b>Методи (канали) просування</b>													
Таргетована реклама (SMA)	0,00	0,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	0,00	54 000,00
PPC	0,00	0,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	30 000,00
SEO	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	0,00	0,00	30 000,00
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	0,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	33 000,00
Поліграфічна рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00
Візитні картки	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00
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	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	50 000,00
Інші заходи з просування (екзапати 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
<b>Всього витрати</b>	<b>500,00</b>	<b>3 000,00</b>	<b>17 000,00</b>	<b>19 000,00</b>	<b>22 000,00</b>	<b>27 000,00</b>	<b>22 500,00</b>	<b>25 000,00</b>	<b>27 000,00</b>	<b>22 000,00</b>	<b>17 000,00</b>	<b>11 000,00</b>	<b>213 000,00</b>

Рис. 2.1. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

Витрати на приміщення (будівлю)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда приміщення	0,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	275 000,00
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	0,00	5 000,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00	0,00	500,00	0,00	9 500,00
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	0,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	11 000,00
Опалення	0,00	2 500,00	2 000,00	1 500,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	1 500,00	2 000,00	11 000,00
Водопостачання/каналізація	0,00	0,00	150,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	150,00	0,00	0,00	2 100,00
Телефон (базова оплата)	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	800,00
Лампочки, миючі засоби тощо	0,00	0,00	5 400,00	5 400,00	5 400,00	5 400,00	5 400,00	5 400,00	5 400,00	0,00	0,00	0,00	37 800,00
Інше: для офісу	0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	5 000,00
<b>Всього витрати</b>	<b>0,00</b>	<b>28 500,00</b>	<b>39 150,00</b>	<b>33 700,00</b>	<b>33 700,00</b>	<b>32 300,00</b>	<b>32 300,00</b>	<b>32 300,00</b>	<b>35 300,00</b>	<b>27 750,00</b>	<b>28 600,00</b>	<b>28 600,00</b>	<b>352 200,00</b>

Рис. 2.2.. Витрати на приміщення (будівлю)

Прогноз продаж													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
<b>Комплексне креативне рішення</b>													
Продано одиниць	0,00	3,00	5,00	7,00	5,00	6,00	4,00	8,00	7,00	6,00	5,00	3,00	59,00
Ціна за 1	0,00	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	45 000,00
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>135 000,00</b>	<b>225 000,00</b>	<b>315 000,00</b>	<b>225 000,00</b>	<b>270 000,00</b>	<b>180 000,00</b>	<b>360 000,00</b>	<b>315 000,00</b>	<b>270 000,00</b>	<b>225 000,00</b>	<b>135 000,00</b>	<b>2 655 000,00</b>
<b>Дизайн рекламних банерів і макетів для соцмереж</b>													
Продано одиниць	0,00	6,00	8,00	10,00	13,00	16,00	17,00	20,00	22,00	20,00	21,00	19,00	172,00
Ціна за 1	0,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>18 000,00</b>	<b>24 000,00</b>	<b>30 000,00</b>	<b>39 000,00</b>	<b>48 000,00</b>	<b>51 000,00</b>	<b>60 000,00</b>	<b>66 000,00</b>	<b>60 000,00</b>	<b>63 000,00</b>	<b>57 000,00</b>	<b>516 000,00</b>
<b>Візуальне оформлення рекламних кампаній</b>													
Продано одиниць	0,00	4,00	5,00	7,00	10,00	12,00	15,00	14,00	11,00	16,00	13,00	10,00	117,00
Ціна за 1	0,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>48 000,00</b>	<b>60 000,00</b>	<b>84 000,00</b>	<b>120 000,00</b>	<b>144 000,00</b>	<b>180 000,00</b>	<b>168 000,00</b>	<b>132 000,00</b>	<b>192 000,00</b>	<b>156 000,00</b>	<b>120 000,00</b>	<b>1 404 000,00</b>
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
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Разом усіх товарів</b>	<b>0,00</b>	<b>201 000,00</b>	<b>309 000,00</b>	<b>429 000,00</b>	<b>384 000,00</b>	<b>462 000,00</b>	<b>411 000,00</b>	<b>588 000,00</b>	<b>513 000,00</b>	<b>522 000,00</b>	<b>444 000,00</b>	<b>312 000,00</b>	<b>4 575 000,00</b>

Рис. 2.3. Прогноз продаж

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг													
Фірма з надання послуг	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Категорія 1: Продано один. товару	0,00	3,00	5,00	7,00	5,00	6,00	4,00	8,00	7,00	6,00	5,00	3,00	59,00
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
Прямі витрати на оплату праці	0,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00
Матеріали/ комплектуючі	0,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Витратні матеріали	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
Пакувальні матеріали (тару)	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
<b>Всього витрати на один. товару</b>	<b>0,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>1 700,00</b>
Категорія 1: Всього Витрати	0,00	5 100,00	8 500,00	11 900,00	8 500,00	10 200,00	6 800,00	13 600,00	11 900,00	10 200,00	8 500,00	5 100,00	100 300,00
Дизайн рекламних банерів і макетів для соцмереж	0,00	6,00	8,00	10,00	13,00	16,00	17,00	20,00	22,00	20,00	21,00	19,00	172,00
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
Прямі витрати на оплату праці	0,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00
Матеріали/ комплектуючі	0,00	200,00	700,00	1 000,00	1 300,00	900,00	15 000,00	2 000,00	1 300,00	1 700,00	1 500,00	1 800,00	200,00
Витратні матеріали	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
Пакувальні матеріали (тару)	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
<b>Всього витрати на один. товару</b>	<b>0,00</b>	<b>1 200,00</b>	<b>1 700,00</b>	<b>2 000,00</b>	<b>2 300,00</b>	<b>1 900,00</b>	<b>16 000,00</b>	<b>3 000,00</b>	<b>2 300,00</b>	<b>2 700,00</b>	<b>2 500,00</b>	<b>2 800,00</b>	<b>1 200,00</b>
Категорія 2: Всього Витрати	0,00	7 200,00	13 500,00	20 000,00	29 900,00	30 400,00	272 000,00	60 000,00	50 600,00	54 000,00	52 500,00	49 400,00	206 400,00
Візуальне оформлення рекламних кампаній	0,00	4,00	5,00	7,00	10,00	12,00	15,00	14,00	11,00	16,00	13,00	10,00	117,00
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
Прямі витрати на оплату праці	0,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Матеріали/ комплектуючі	0,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Витратні матеріали	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
Пакувальні матеріали (тару)	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
<b>Всього витрати на один. товару</b>	<b>0,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>	<b>900,00</b>
Категорія 3: Всього Витрати	0,00	3 600,00	4 500,00	6 300,00	9 000,00	10 800,00	13 500,00	12 600,00	9 300,00	14 400,00	11 700,00	9 000,00	105 300,00
Категорія 4: Продано один. товару													
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
Прямі витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали													
Пакувальні матеріали (тару)													
Інше													
<b>Всього витрати на один. товару</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
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
<b>ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ</b>	<b>0,00</b>	<b>15 900,00</b>	<b>26 500,00</b>	<b>38 200,00</b>	<b>47 400,00</b>	<b>51 400,00</b>	<b>292 300,00</b>	<b>86 200,00</b>	<b>72 400,00</b>	<b>78 600,00</b>	<b>72 700,00</b>	<b>63 500,00</b>	<b>412 000,00</b>

Рис. 2.4. 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
<b>Посада (позиція)</b>													
Маркетолог 1	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	240 000,00
Маркетолог 2	0,00	0,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	150 000,00
SMM-спеціаліст 1	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
SMM-спеціаліст 2	0,00	0,00	0,00	0,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	144 000,00
Веб-дизайнер	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	240 000,00
Графічний дизайнер	0,00	0,00	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	180 000,00
ПДФО (18%)	10 440,00	10 440,00	16 380,00	16 380,00	19 620,00	19 620,00	19 620,00	19 620,00	19 620,00	19 620,00	19 620,00	19 620,00	210 600,00
ВЗ (5%)	2 900,00	2 900,00	4 550,00	4 550,00	5 450,00	5 450,00	5 450,00	5 450,00	5 450,00	5 450,00	5 450,00	5 450,00	58 500,00
ЄСВ (22%)	12 760,00	12 760,00	20 020,00	20 020,00	23 980,00	23 980,00	23 980,00	23 980,00	23 980,00	23 980,00	23 980,00	23 980,00	257 400,00
<b>Всього витрати</b>	<b>84 100,00</b>	<b>84 100,00</b>	<b>131 950,00</b>	<b>131 950,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>158 050,00</b>	<b>1 696 500,00</b>

Рис. 2.5. Витрати на оплату праці

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Витрати на приміщення	0,00	28 500,00	39 150,00	33 700,00	33 700,00	32 300,00	32 300,00	32 300,00	35 300,00	27 750,00	28 600,00	28 600,00	352 200,00
Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за використання телефону	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	800,00
Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	500,00	250,00	0,00	300,00	500,00	200,00	0,00	0,00	500,00	200,00	2 450,00
Реклама/ промо-акції	500,00	3 000,00	17 000,00	19 000,00	22 000,00	27 000,00	22 500,00	25 000,00	27 000,00	22 000,00	17 000,00	11 000,00	213 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00
Ліцензії / ПЗ (Adobe 1 корист., Figma Pro, Capva Pro)	0,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	35 200,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Знос (амортизація)	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	52 500,00
Інше: запчастини, масло, мийка машини	0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	0,00	0,00	3 700,00
<b>Всього витрати</b>	<b>9 875,00</b>	<b>44 075,00</b>	<b>69 825,00</b>	<b>66 025,00</b>	<b>68 775,00</b>	<b>72 675,00</b>	<b>68 375,00</b>	<b>70 575,00</b>	<b>75 475,00</b>	<b>62 925,00</b>	<b>58 775,00</b>	<b>52 475,00</b>	<b>719 850,00</b>

Рис. 2.6. Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Техніка для персоналу	250 000,00	1 лютого 2025 року	60,00	4 166,67
Меблі	50 000,00	20 січня 2025 року	240,00	208,33
<b>Загальна вартість капітального обладнання</b>	<b>300 000,00</b>		<b>Всього місячна амортизація</b>	<b>4 375,00</b>

Рис. 2.7. Капітальні витрати

<b>Початкові витрати</b>	
<b>Категорії витрат</b>	<b>Вартість</b>
<i>Придбання та установка капітального обладнання</i>	<i>302 500,00</i>
<i>Початковий запас обладнання та офісних меблів</i>	<i>30000</i>
<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</i>	<i>5000</i>
<i>Ресстрація, ліцензії, дозволи</i>	<i>5500</i>
<i>Ремонтні роботи: встановлення сигналізації</i>	<i>3000</i>
<i>Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)</i>	<i>0</i>
<i>Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача</i>	<i>2000</i>
<i>Резерв обігових коштів</i>	<i>3000</i>
<i>Інше:</i>	<i>8 000,00</i>
<i>Оренда</i>	<i>25 000,00</i>
<i>Інше: автомобіль</i>	<i>0,00</i>
<b>Всього початкові витрати</b>	<b><i>384 000,00</i></b>

Рис. 2.8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	Сума
Грошовий внесок 1го власника	300 000,00
Грошовий внесок 2го власника	100 000,00
Грошовий внесок 3го власника	0,00
Негрошовий внесок 1го власника:	0,00
Негрошовий внесок 2го власника:	25 000,00
Негрошовий внесок 3го власника: 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
<b>З усіх джерел фінансування</b>	<b>425 000,00</b>
Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/приміщення:	25 000,00
Обладнання:	300 000,00
Початковий запас обладнання та офісних меблів	30 000,00
Юридичні послуги/Реєстрація	10 500,00
Бухгалтерські послуги	0,00
Ліцензії та дозволи	3 200,00
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	3 000,00
Установка обладнання	2 500,00
Завдатки	0,00
Реклама	2 000,00
Промо-акції	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	500,00
Інше:	8 000,00
Інше: автомобіль	0,00
<b>Усі статті витрат</b>	<b>384 700,00</b>
<b>Початковий баланс грошових коштів</b>	<b>40 300,00</b>

Рис. 2.9. Джерела фінансування та статті витрат

Звіт про прибутки та збитки (проект)														
		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
<b>ДОХІД</b>														
Валовий дохід	Тип фірми	0,00	201 000,00	309 000,00	429 000,00	384 000,00	462 000,00	411 000,00	588 000,00	513 000,00	522 000,00	444 000,00	312 000,00	4 575 000,00
Валова собівартість реалізації продукції (змін. витр.) (тип фірми В, П, РТ)	R	0,00	15 900,00	26 800,00	38 200,00	47 400,00	51 400,00	292 300,00	86 200,00	72 400,00	78 800,00	72 700,00	63 500,00	412 000,00
Валовий прибуток		0,00	185 100,00	282 400,00	390 800,00	336 600,00	410 600,00	118 700,00	501 800,00	440 600,00	443 400,00	371 300,00	248 500,00	4 163 000,00
Валовий прибуток (%)		0,00	92,09	91,39	91,10	87,66	88,87	28,88	85,34	0,00	0,00	0,00	0,00	90,99
<b>ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ</b>														
Оплата праці+подати за найманих		84 100,00	84 100,00	131 950,00	131 950,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	1 698 500,00
Витрати на приміщення		0,00	28 500,00	39 150,00	33 700,00	33 700,00	32 300,00	32 300,00	32 300,00	35 300,00	27 750,00	28 800,00	28 800,00	352 200,00
Транспортування/ автомобіль		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за використання телефону		0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	800,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		0,00	0,00	500,00	250,00	0,00	300,00	500,00	200,00	0,00	0,00	500,00	20,00	2 270,00
Реклама/ промо-акції		500,00	3 000,00	17 000,00	19 000,00	22 000,00	27 000,00	22 500,00	25 000,00	27 000,00	22 000,00	17 000,00	11 000,00	213 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00
Ліцензії та дозволи		0,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	0,00	0,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	28 800,00
Страховання		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне: рукавиці, робочий одяг, пилка для парників		0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	1 000,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00
Знос (амортизація)		4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	4 375,00	52 500,00
Інше: запчастини, масло, мийка машини		0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	0,00	0,00	3 700,00
<b>ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ</b>		<b>93 975,00</b>	<b>128 175,00</b>	<b>201 775,00</b>	<b>198 475,00</b>	<b>224 125,00</b>	<b>228 525,00</b>	<b>226 425,00</b>	<b>230 625,00</b>	<b>233 525,00</b>	<b>220 975,00</b>	<b>216 825,00</b>	<b>210 345,00</b>	<b>2 413 770,00</b>
Прибуток (збиток) до оподаткування		-93 975,00	56 925,00	80 625,00	192 325,00	112 475,00	182 075,00	-107 725,00	271 175,00	207 075,00	222 425,00	154 475,00	38 155,00	1 316 030,00
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)														
Прибуток (збиток) після оподаткування		-93 975,00	56 925,00	80 625,00	192 325,00	112 475,00	182 075,00	-107 725,00	271 175,00	207 075,00	222 425,00	154 475,00	38 155,00	1 316 030,00

Рис. 2.10. 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	МІСЯЦЬ	ВСЬОГО ЗА РІК
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК</b>		<b>40 300,00</b>	<b>-49 300,00</b>	<b>12 000,00</b>	<b>97 500,00</b>	<b>297 900,00</b>	<b>415 250,00</b>	<b>602 100,00</b>	<b>499 150,00</b>	<b>775 100,00</b>	<b>987 050,00</b>	<b>1 214 350,00</b>	<b>1 373 200,00</b>	<b>1 415 730,00</b>	
<b>ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ</b>															
Від покупок (продаж)		0,00	201 000,00	309 000,00	429 000,00	384 000,00	462 000,00	411 000,00	588 000,00	513 000,00	522 000,00	444 000,00	312 000,00	4 575 000,00	
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	
<b>Всього отримання</b>		<b>0,00</b>	<b>201 000,00</b>	<b>309 000,00</b>	<b>429 000,00</b>	<b>384 000,00</b>	<b>462 000,00</b>	<b>411 000,00</b>	<b>588 000,00</b>	<b>513 000,00</b>	<b>522 000,00</b>	<b>444 000,00</b>	<b>312 000,00</b>	<b>4 575 000,00</b>	
<b>ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ</b>															
<b>ВИПЛАТИ</b>															
Початковий запас	30 000,00	Собівартість реалізованої продукції	0,00	15 900,00	26 800,00	38 200,00	47 400,00	51 400,00	292 300,00	86 200,00	72 400,00	78 800,00	72 700,00	63 500,00	412 000,00
		Оплата праці	84 100,00	84 100,00	131 950,00	131 950,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	158 050,00	1 698 500,00	
		Витрати на приміщення	0,00	28 500,00	39 150,00	33 700,00	33 700,00	32 300,00	32 300,00	35 300,00	27 750,00	28 800,00	28 800,00	352 200,00	
		Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		Плата за використання телефону	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	800,00	
		Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	500,00	250,00	0,00	300,00	500,00	200,00	0,00	0,00	500,00	20,00	
Реклама/ промо-акції	2 000,00	Прогування	500,00	3 000,00	17 000,00	19 000,00	22 000,00	27 000,00	22 500,00	25 000,00	27 000,00	22 000,00	17 000,00	213 000,00	
Юридичні/ бухгалтерські послуги	5 000,00	Юридичні/ бухгалтерські послуги	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00	
Регістрація, ліцензії, дозволи	5 500,00	Ліцензії та дозволи	0,00	3 200,00	3 200,00	0,00	0,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	3 200,00	25 800,00	
		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	
Придбання та установка капітального обладнання	302 500,00	Придбання та установка капітального обладнання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		Погодження 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	
Інше:	#REF!	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	
Інше:	8 000,00	Різне: рукавиці, робочий одяг, пилка для	0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	1 000,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00	
<b>Всього виплати</b>		<b>89 600,00</b>	<b>139 700,00</b>	<b>223 500,00</b>	<b>228 600,00</b>	<b>266 650,00</b>	<b>275 150,00</b>	<b>513 850,00</b>	<b>312 050,00</b>	<b>301 050,00</b>	<b>294 700,00</b>	<b>285 150,00</b>	<b>269 470,00</b>	<b>3 199 570,00</b>	
<b>Оборот грош. коштів до оподат.</b>		<b>-49 300,00</b>	<b>12 000,00</b>	<b>97 500,00</b>	<b>297 900,00</b>	<b>415 250,00</b>	<b>602 100,00</b>	<b>499 150,00</b>	<b>775 100,00</b>	<b>987 050,00</b>	<b>1 214 350,00</b>	<b>1 373 200,00</b>	<b>1 415 730,00</b>	<b>1 415 730,00</b>	
<b>БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ</b>		<b>-49 300,00</b>	<b>12 000,00</b>	<b>97 500,00</b>	<b>297 900,00</b>	<b>415 250,00</b>	<b>602 100,00</b>	<b>499 150,00</b>	<b>775 100,00</b>	<b>987 050,00</b>	<b>1 214 350,00</b>	<b>1 373 200,00</b>	<b>1 415 730,00</b>	<b>1 415 730,00</b>	

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

БАЛАНС	
Баланс за період:	2025 рік
<b>АКТИВИ</b>	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	1 415 730,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Заласи готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
<b>Всього оборотні активи</b>	<b>1 415 730,00</b>
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	275 000,00
Інше: автомобіль	0,00
<b>Всього позаоборотні активи</b>	<b>275 000,00</b>
<b>ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ</b>	<b>1 690 730,00</b>
<b>ПАСИВИ</b>	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
<b>Всього короткострокові зобов'язання</b>	<b>0,00</b>
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
<b>Всього довгострокові зобов'язання</b>	<b>0,00</b>
<b>ВСЬОГО ПАСИВИ</b>	<b>0,00</b>
Капітал власника	1 690 730,00
<b>Всього капітал власника та пасиви</b>	<b>1 690 730,00</b>

Рис.2.12. Баланс

## ВИСНОВКИ

Під час розроблення бізнес-плану встановлено основні передумови, які підтверджують доцільність відкриття підприємства у сфері креативних та дизайнерських послуг.

У першому розділі роботи було проведено аналіз ринку, описано специфіку діяльності майбутнього бізнесу, визначено і визначено його місію і цільову аудиторію. Попит на професійні креативні рішення, дизайн рекламних матеріалів та візуальний супровід комунікацій постійно зростає, що створює сприятливі умови для реалізації проекту. Окремо підкреслено конкурентні переваги - комплексний підхід, системність, гнучкість та здатність адаптуватися до потреб клієнтів.

У подальших розділах було здійснено узагальнення витрат, необхідних для запуску та функціонування підприємства, а також розглянуто структуру потенційних доходів. На основі цього було сформовано фінансові розрахунки, що дозволяють оцінити майбутню ефективність діяльності. Окремо було визначено потребу в аналізі точки беззбитковості - показника, який дозволить встановити мінімальний обсяг реалізації послуг, необхідний для покриття всіх витрат та початку формування прибутку. Після завершення відповідних обчислень цей показник стане ключовим для ухвалення подальших управлінських рішень, планування продажів та визначення цінової політики.

Загалом проведена робота демонструє логічну структурованість проекту, обґрунтованість вибору ринкової ніші та реалістичність подальшої діяльності. Бізнес має чітко визначені напрямки розвитку, сформовану систему послуг і потенціал для успішного функціонування за умови дотримання фінансової дисципліни та ефективного управління.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bicker Staff. URL: <https://www.bickerstaff.ooo/>
2. Барашкова Наталія. Рекламний ринок України у 2025: +16% зростання за новим прогнозом. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/reklamniy-rinok-ukraini-u-2025-16-zrostannya-za-novim-prognozom/>
3. Бергер Дж. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу / пер. з англ. О. Замойська. – 5-те вид., випр. – Київ.: Наш Формат, 2023. – 208 с.
4. Борисова Т.М., Процишин Ю.Т., Галько Л.Р. Управління маркетингом та заходи для зменшення сприйманого ризику в бізнесі: аналіз взаємозв'язку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №5 (322). С. 100-103.
5. БУЧИНСЬКА, Олена. Тенденції та перспективи розвитку рекламного ринку. Маркетинг в Україні, 2018, 3: 5-12
6. Галько Л.Р. Бізнес-планування розвитку компанії: базові технології та методологічні проблеми. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/42>.
7. Галько Л.Р. Бізнес-планування розвитку компанії: базові технології та методологічні проблеми. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/42>.
8. Економічні та безпекові виклики сучасного бізнес-середовища: колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Т.В. Полозової. Харків: ХНУРЕ, 2020. 448 с.
9. Завідна Л., Миколайчук І. Концепція формування та розвитку бренду роботодавця в Україні під час війни. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. №6.
10. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 88 с.
11. Іванечко Н.Р., Оконський М.В. Рекламно-комунікаційна індустрія України: вплив факторів макросередовища. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №6 (324). С. 215-219. URL:

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-36>.

12. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу; пер. з англ. К.: «Науковий світ», 2022. 880 с.
13. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. -Тернопіль : ЗУНУ, 2021. -180 с.
14. Меленчук Ю.Т. Формування ефективної системи маркетингового планування на підприємстві: автореф. дис. ... канд.екон.наук: 08.00.04. Тернопіль, 2015. 23 с.
15. Мокіна С.М. Методика оцінювання сили бренду роботодавця за точками контакту. Інноваційна економіка. 2014. № 1. С. 132–145.
16. Про нас. Banda Agency. URL: <https://banda.agency/about/>
17. Процишин Ю.Т. Креативність у маркетингу – найбільш затребуваний soft skill сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. 2022, № 2, Том 2. С. 66-72. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/09/vknu-es-2022-n2t2304\\_11.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/09/vknu-es-2022-n2t2304_11.pdf).
18. 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>.