

**Міністерство освіти і науки України**  
**Західноукраїнський національний університет**  
**Кафедра маркетингу**

**МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА**

на тему:

Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (створення онлайн-курсів з маркетингу) і його маркетингове обґрунтування.

Студента групи МАРК-41

Зошук В.

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Процишин Ю.Т.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_

Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1 ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ІЗ ВІДКРИТТЯ НОВОГО БІЗНЕСУ (СТВОРЕННЯ ОНЛАЙН-КУРСІВ З МАРКЕТИНГУ)</b> .....	5
<b>1. КОМПАНІЯ ТА ЇЇ ПРОДУКТИ</b> .....	5
<b>2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ РИНКУ</b> .....	6
<b>3. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН</b> .....	8
<b>4. ОПЕРАЦІЙНИЙ ПЛАН</b> .....	10
<b>5. УПРАВЛІНСЬКА КОМАНДА</b> .....	13
<b>6. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН</b> .....	15
<b>РОЗДІЛ 2 РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ</b> .....	17
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	26
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	27

## ВСТУП

У сучасних умовах розвитку економіки та технологій особливої актуальності набуває розвиток освітніх технологій та впровадження інновацій у сфері навчання. Онлайн-освіта стає не лише засобом отримання нових знань, а й перспективним бізнес-напрямком, що поєднує доступність, гнучкість та ефективність навчання. Створення онлайн-курсів з маркетингу дозволяє охопити широку аудиторію, задовольнити потреби сучасного ринку та сприяти розвитку професійних компетенцій у сфері маркетингу, що є особливо важливим для молодих спеціалістів, підприємців і менеджерів компаній.

Актуальність обраної теми визначається низкою факторів. По-перше, ринок онлайн-освіти демонструє стабільне зростання як в Україні, так і на міжнародному рівні. По-друге, підвищення конкуренції серед підприємств змушує компанії шукати ефективні способи підвищення кваліфікації своїх працівників, а доступні онлайн-курси стають зручним інструментом для цього. По-третє, пандемія та розвиток цифрових технологій суттєво змінили традиційні підходи до навчання, створюючи попит на дистанційні освітні продукти, що підтверджує актуальність дослідження.

Метою даної курсової роботи є розробка проєкту рішення щодо відкриття нового виду бізнесу — створення онлайн-курсів з маркетингу, а також обґрунтування маркетингової стратегії запуску та просування освітнього продукту на ринку.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання:

1. Проаналізувати ринок онлайн-освіти та виділити перспективні сегменти для запуску курсу з маркетингу;
2. Дослідити потреби та очікування цільової аудиторії, визначити ключові характеристики продукту;
3. Розробити концепцію онлайн-курсу та його структуру, визначити формат навчання;

4. Скласти маркетинговий план, включаючи стратегію ціноутворення, просування та реалізації продукту;
5. Оцінити фінансову доцільність та прогноз прибутковості нового бізнесу;
6. Провести SWOT-аналіз та визначити ризики, що можуть виникнути під час запуску проекту.

Методологічну основу дослідження становлять принципи маркетингового аналізу, бізнес-планування та управління проектами. Емпіричну базу складають дані відкритих джерел щодо ринку онлайн-освіти, аналітичні матеріали компаній-конкурентів, статистичні дані щодо попиту на освітні послуги та дослідження поведінки цільової аудиторії.

## **РОЗДІЛ 1 ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ІЗ ВІДКРИТТЯ НОВОГО БІЗНЕСУ (СТВОРЕННЯ ОНЛАЙН-КУРСІВ З МАРКЕТИНГУ)**

### **1. КОМПАНІЯ ТА ЇЇ ПРОДУКТИ**

#### **1.1. Компанія**

Компанія “Marketing Pro Academy” є інноваційним освітнім проектом, створеним з метою надання якісних онлайн-курсів з маркетингу для різних категорій слухачів. Основною формою організації діяльності обрана товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що дозволяє ефективно управляти ресурсами, легально здійснювати комерційну діяльність та забезпечувати стабільне фінансування проекту.

Місія компанії полягає у сприянні професійному розвитку та підвищенні компетенцій у сфері маркетингу, забезпеченні доступу до сучасних знань та практичних навичок. Marketing Pro Academy прагне стати надійним партнером для студентів, підприємців та фахівців, які бажають покращити свої знання і застосовувати маркетингові інструменти на практиці.

Компанія орієнтована на сучасні цифрові технології, що дозволяє організовувати процес навчання в будь-який зручний для слухачів час і з будь-якої точки світу. Основна цінність бізнесу полягає у поєднанні теоретичних знань та практичних кейсів, інтерактивних вебінарів та персоналізованої підтримки викладачів. Такий підхід дозволяє підвищити ефективність навчання та забезпечує конкурентну перевагу на ринку освітніх послуг.

Стратегія розвитку компанії передбачає поступове розширення лінійки курсів, адаптацію навчальних програм до потреб ринку та створення спільноти слухачів, які зацікавлені у професійному зростанні. Крім того, компанія планує активно використовувати сучасні маркетингові інструменти для просування онлайн-курсів та залучення нових клієнтів.

#### **1.2. Товари або послуги**

Основним продуктом компанії є серія онлайн-курсів з маркетингу, що розроблені з урахуванням потреб різних категорій слухачів. Курси мають практичну спрямованість та включають відеолекції, інтерактивні вебінари, практичні завдання і кейси з реальних бізнес-ситуацій. Після завершення навчання слухачі отримують сертифікат, який підтверджує набуті знання та навички.

Програми курсів поділяються на кілька рівнів складності: базовий рівень призначений для початківців, які лише знайомляться з основами маркетингу; середній рівень орієнтований на фахівців з невеликим досвідом, які прагнуть систематизувати знання та розширити компетенції; просунутий рівень розрахований на професіоналів, які бажають вдосконалити свої навички у стратегічному маркетингу та аналітиці.

Курси охоплюють такі напрямки, як цифровий маркетинг, SMM, контент-маркетинг, аналітика ринку, побудова маркетингових стратегій та інші актуальні теми. Формат навчання передбачає гнучкий графік, що дозволяє слухачам освоювати матеріал у зручний час і поєднувати навчання з професійною діяльністю.

Унікальність продуктів компанії полягає у поєднанні теорії та практики, доступі до реальних бізнес-кейсів та можливості отримати персональні рекомендації від викладачів. Крім того, курси спрямовані на розвиток практичних навичок, необхідних для вирішення конкретних маркетингових завдань, що робить їх цінними як для студентів, так і для фахівців та підприємців.

## **2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ РИНКУ**

### **2.1. Клієнти**

Цільова аудиторія передусім охоплює мешканців Тернополя та інших міст Західної України — студентів, молодих спеціалістів, які прагнуть отримати практичні знання з маркетингу. Додатково курсами можуть зацікавитися

підприємці та менеджери малих і середніх компаній з регіону, які хочуть впроваджувати ефективні маркетингові стратегії у своїй діяльності. Також серед потенційних слухачів — маркетологи з досвідом, які бажають оновити знання або опанувати сучасні цифрові інструменти.

## 2.2 Розмір та тенденції ринку

Загальнонаціональний ринок онлайн-освіти в Україні демонструє зростання, особливо у сферах бізнес-освіти, цифрового маркетингу та розвитку навичок, що відповідають вимогам сучасного ринку праці. У контексті Західної України та Тернополя, зважаючи на кількість університетів та активність молоді, спостерігається потенційний попит на якісні, доступні та практично орієнтовані онлайн-курси. Тенденції розвитку ринку включають перехід до дистанційного навчання, підвищення інтересу до саморозвитку, а також популяризацію навичок, які можна застосовувати у бізнес-середовищі регіону.

## 2.3 Конкуренція

На ринку присутні як великі загальноукраїнські та міжнародні онлайн-платформи, так і локальні освітні ініціативи, що пропонують курси з маркетингу, SMM, цифрового маркетингу, бізнес-аналітики тощо. Для проєкту з Тернополя важливо враховувати як переваги (наприклад, локальна орієнтація, розуміння ринку Західної України, гнучкість формату), так і виклики — конкуренцію з відомими платформами, які можуть мати ширшу аудиторію та більші ресурси.

## 2.4 Частка ринку та обсяги реалізації

На перші етапи запуску передбачається захопити невелику локальну частку ринку, орієнтуючись на мешканців Тернополя та ближніх регіонів Західної України — студентів, молодих фахівців, підприємців. Прогноз обсягу реалізації базується на оцінці потенційної аудиторії, вартості курсів, частоти наборів груп та маркетингових зусиль. З часом, за умови успішного просування та розширення асортименту курсів, заплановано охопити ширшу аудиторію по всій Україні та суттєво збільшити частку ринку.

### 3. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

#### 3.1. Загальна маркетингова стратегія

Загальна маркетингова стратегія компанії передбачає позиціонування онлайн-курсів як практично орієнтованого, доступного та сучасного освітнього продукту, що допомагає слухачам підвищити професійні компетенції та застосовувати знання на практиці. Стратегія включає такі ключові напрямки:

- орієнтація на локальний ринок Тернополя та Західної України з поступовим розширенням на національний рівень;
- формування унікальної торговельної пропозиції (USP), яка полягає у поєднанні теоретичних знань та практичних кейсів, персоналізованої підтримки викладачів та інтерактивного навчання;
- використання цифрових каналів комунікації для просування курсу, включаючи соціальні мережі, електронні розсилки, тематичні вебінари та партнерські програми з університетами;
- створення позитивного іміджу бренду через публікації успішних кейсів слухачів, відгуки та сертифікати про завершення навчання;
- застосування гнучкої цінової політики, яка враховує рівень курсу, категорію слухачів та можливості локального ринку;
- формування спільноти учасників курсів для підвищення лояльності та створення ефекту «сарафанного радіо», що сприяє залученню нових клієнтів.

Завдяки цим заходам маркетингова стратегія спрямована на забезпечення стабільного попиту, підвищення впізнаваності компанії та формування довгострокових відносин зі слухачами. Вона поєднує як активні методи просування, так і інструменти побудови бренду, що дозволяє ефективно реалізовувати освітній продукт у регіональному та національному масштабі.

#### 3.2. Ціноутворення

Базові курси (для початківців, 4–6 тижнів навчання) пропонуються за 800–1200 грн за курс. Вони включають відеолекції, практичні завдання та сертифікат про завершення.

Курси середнього рівня (для слухачів з початковим досвідом у маркетингу, 6–8 тижнів) пропонуються за 1500–2000 грн. Вони містять більш глибокий матеріал, інтерактивні вебінари та кейси з реальних компаній.

Просунуті курси (для професіоналів, 8–10 тижнів) коштують 2500–3500 грн. До них додаються експертні консультації, розширені практичні завдання та персональні рекомендації від викладачів.

Додатково передбачаються пакетні пропозиції: наприклад, купівля трьох курсів одночасно зі знижкою 10–15% або спеціальні знижки для студентів і постійних слухачів. Такі заходи спрямовані на стимулювання продажів та залучення більшої кількості учнів.

### 3.3. Тактика реалізації

Тактика реалізації означає, як саме компанія буде надавати свої онлайн-курси. Алгоритм роботи Marketing Pro Academy буде виглядати так:

1. Перший контакт із клієнтом — консультація онлайн або через форму на сайті.
2. Вибір курсу — клієнт обирає рівень та тематику курсу (базовий, середній або просунутий).
3. Реєстрація та оплата — через платформу або банківський переказ.
4. Доступ до навчальних матеріалів — відео, презентації, тести.
5. Виконання практичних завдань — клієнт виконує завдання та отримує зворотний зв'язок від викладачів.
6. Онлайн-консультації та вебінари — для уточнення матеріалу та розбору кейсів.
7. Підсумкове тестування та оцінка результатів — перевірка засвоєння матеріалу.
8. Видача сертифіката про завершення курсу.

Тактика передбачає чіткий та зрозумілий процес для слухача, щоб кожен етап був прозорим і не займав зайвого часу.

### 3.4. Реклама та промоція

Для швидкого просування компанії та залучення слухачів буде використовуватися комплекс заходів у соцмережах та локальних каналах. Основний акцент на Instagram і TikTok, оскільки ці платформи найкраще підходять для демонстрації процесу навчання та прикладів завдань.

Основні рекламні дії:

1. Публікація коротких відео з прикладами виконаних завдань студентів та процесу навчання.
2. Створення рубрик “до/після проходження курсу” для демонстрації результатів.
3. Публікація відгуків слухачів та кейсів успішного застосування знань.
4. Запуск таргетованої реклами на локальну аудиторію (Тернопіль і область).
5. Співпраця з місцевими блогерами та освітніми закладами для партнерських промоцій.
6. Участь у локальних подіях, лекціях та освітніх форумах з презентацією курсів.
7. Проведення акцій для нових слухачів: знижки на перший курс або пакет курсів за спеціальною ціною.

Мета реклами та промоції — зробити так, щоб якомога більше мешканців Тернополя дізналися про існування компанії і могли скористатися онлайн-курсами.

## **4. ОПЕРАЦІЙНИЙ ПЛАН**

### **4.1. Місце розташування**

Для організації навчальної студії Marketing Pro Academy необхідно облаштувати приміщення для комфортного проведення онлайн-курсів. Великий ремонт не потрібен, але потрібне оснащення та організація зон.

Основні заходи з облаштування:

1. Зона запису лекцій
  - Робочі місця для викладачів з комп’ютером та мікрофоном.

- Використання акустичних панелей, килимів або поролону для покращення якості звуку.

## 2. Зона для студентів та взаємодії

- Місця для підключення учнів під час вебінарів або живих сесій.
- Освітлення для онлайн-зйомок та демонстрацій матеріалів.

## 3. Зона монтажу та обробки матеріалів

- Робоче місце з комп'ютером, аудіо- та відеообладнанням.
- Програмне забезпечення для монтажу відео та тестів.

Таке розділення дозволяє одночасно проводити лекції, вебінари та обробку матеріалів. Перебудова не займе багато часу і коштів, але значно покращить якість онлайн-курсів і роботу команди.

## 4.2. Приміщення та перебудова площі

Для створення онлайн-школи з маркетингу необхідно обладнати приміщення, яке буде одночасно класом для занять, зоною запису відео- та аудіоконтенту та робочим місцем адміністратора. Основні аспекти:

### • Облаштування зон:

- Навчальна зона — столи, крісла, дошка або екран для презентацій.
- Зона запису — камери, мікрофони, освітлення для відеоуроків.
- Робоче місце адміністратора — комп'ютер, принтер, документообіг.

### • Акустика та освітлення:

- Встановлення акустичних панелей для зменшення відлуння при записі відео та аудіо.

- Регульоване освітлення, що забезпечує якісний відеозапис.

### • Меблі та обладнання:

- Ергономічні столи та крісла для студентів.
- Стелажі та полиці для друкованих матеріалів і техніки.
- Комп'ютери з необхідним програмним забезпеченням для монтажу та онлайн-занять.

та онлайн-занять.

### • Перебудова та ремонт:

- Легкий косметичний ремонт для комфортного навчання.
- Розмітка зон і підведення кабелів для обладнання.
- Мінімальні витрати часу та коштів, оскільки приміщення не потребує глобальних змін.

#### 4.3. Стратегія та плани

Операційна стратегія Marketing Pro Academy полягає в організованому запуску онлайн-курсів та поступовому розвитку компанії в Тернополі і Західній Україні. Основна мета — забезпечити стабільний потік слухачів і формування позитивного іміджу бренду.

План розвитку:

1. 1–3 місяці
  - Налаштування платформи для курсів.
  - Створення сторінок у соцмережах та рекламних матеріалів.
  - Розробка перших навчальних модулів та тестів.
2. 3–6 місяців
  - Активне просування курсів через соцмережі та партнерства з локальними навчальними закладами.
    - Проведення акцій для нових слухачів (знижка на перший курс, пакетні пропозиції).
    - Збір перших відгуків та коригування контенту.
3. 6–12 місяців
  - Регулярна робота з постійними слухачами.
  - Розширення тематики курсів та додавання нових рівнів складності.
  - Оптимізація процесу навчання та технічної підтримки.
4. 1–2 роки
  - Збільшення аудиторії по всій Україні.
  - Можливе розширення команди та платформи.
  - Запуск додаткових форматів навчання (майстер-класи, інтенсиви).

Такий підхід дозволяє компанії поступово збільшувати масштаби діяльності, контролювати якість навчання і адаптувати пропозиції під потреби клієнтів.

#### 4.4. Робоча сила

На перших етапах компанія працюватиме як малий бізнес, де більшість функцій виконує власник. Він буде відповідальним за:

- проведення онлайн-лекцій та вебінарів;
- підготовку та публікацію навчальних матеріалів;
- спілкування з клієнтами та адміністрування платформи;
- ведення соцмереж і маркетингових активностей.

За потреби деякі завдання (монтаж відео та аудіо, створення графічних матеріалів, ведення реклами) можна передавати на аутсорс — фрілансерам. Це дозволяє економити витрати на старті та швидко запускати курси.

У майбутньому, якщо кількість слухачів значно зросте, можна найняти:

- додаткових викладачів для нових курсів;
- монтажера для обробки матеріалів;
- адміністратора для підтримки клієнтів і платформи.

Працюючи на початку у мінімальному складі, компанія зможе оперативно реагувати на замовлення та контролювати якість навчання.

## 5. УПРАВЛІНСЬКА КОМАНДА

### А. Ключовий персонал

На початковому етапі компанія Marketing Pro Academy працюватиме як малий бізнес, де більшість функцій виконує власник. Це типова практика для малого підприємництва в сфері онлайн-освіти, де більшість процесів можна здійснювати самостійно.

Власник компанії буде відповідальним за:

- Проведення онлайн-лекцій та вебінарів.
- Підготовку та публікацію навчальних матеріалів на платформі.

- Спілкування з клієнтами: консультації, прийом замовлень, узгодження деталей курсів.

- Монтаж відео та аудіо матеріалів, обробка контенту та підготовка тестів.
- Ведення соцмереж та маркетингових кампаній.
- Публікацію курсів на платформі та оформлення описів.

За потреби окремі завдання можна передавати на аутсорс:

- Дизайнер для графічних матеріалів (банери, презентації).
- Монтажер для обробки відео та аудіо.
- Спеціаліст з реклами та таргетингу.

Ця модель дозволяє приймати рішення швидко, зберігати гнучкість і не збільшувати штат на старті.

Б. Виплати управлінському персоналу та власникам

Компанія належить одному власнику, який працює як ФОП. Заробітна плата у класичному розумінні не встановлюється — прибуток компанії є доходом власника.

Фінансова модель:

- Всі доходи надходять на рахунок ФОП.
- Власник самостійно розподіляє кошти на витрати та прибуток.
- Обов'язкові платежі: єдиний податок та ЄСВ.

На старті дохід може бути нестабільним, тому важливо мати резервний фонд для покриття витрат перших місяців.

У майбутньому, якщо кількість слухачів зросте, можна запровадити систему виплат співробітникам:

- Погодинна оплата для монтажерів.
- Фіксована ставка для дизайнера.
- Бонуси за залучення нових слухачів.

На початку всі кошти розподіляються просто і прозоро, що відповідає моделі малого бізнесу.

## 6. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

### 6.1. Джерела та використання коштів

Для запуску Marketing Pro Academy потрібні початкові інвестиції. Бюджет не є великим, основні витрати пов'язані з технічним оснащенням та рекламою.

#### Джерела фінансування:

- Власні кошти підприємця.
- Накопичення або невелика фінансова допомога від родини (за потреби).

#### Основні витрати:

- Мікрофони (2 шт.) – 6 000–8 000 грн.
- Навушники студійні (2 шт.) – 2 000–3 000 грн.
- Комп'ютер або ноутбук – за наявності, купівля не обов'язкова.
- Камери та освітлення для запису відео – 6 000–8 000 грн.
- Програмне забезпечення для онлайн-платформи – 2 000–3 000 грн.
- Акустичні панелі та облаштування приміщення – 3 000–5 000 грн.
- Реклама на старт – 2 000–3 000 грн.

**Загальна стартова сума:** 20 000–30 000 грн.

### 6.2. Орієнтовний аналіз руху грошових коштів

#### Щомісячні витрати:

- Оренда приміщення – 8 000–9 000 грн.
- Інтернет та комунальні послуги – 500–700 грн.
- Податки ФОП – 1 500–1 600 грн.
- Реклама – від 1 000 грн.
- Інші дрібні витрати – 500 грн.

**Разом:** 7 500–10 000 грн на місяць.

#### Можливі доходи:

- 5 слухачів × 1 500 грн за курс = 7 500 грн.
- 2–3 комплексні замовлення × 2 500–3 000 грн = 6 000–9 000 грн.
- При активному просуванні потенційно 15 000–20 000 грн на місяць і більше.

### 6.3. Прогноз прибутків та збитків

- Перші 1–2 місяці: мінімальний прибуток або нуль через запуск та рекламу.
- 3–4 місяць: очікуються перші стабільні прибутки.

#### **Орієнтовний прогноз на старт:**

- Доходи – 15 000 грн/місяць.
- Витрати – 9 000 грн/місяць.
- Прибуток – близько 6 000 грн/місяць.

У майбутньому, при збільшенні слухачів та розширенні послуг, прибуток може зрости до 15 000–25 000 грн/місяць.

### 6.4. Аналіз беззбитковості

Щоб покрити всі витрати, необхідно продати достатньо курсів:

- Витрати: 9 000 грн/місяць.
- Середня ціна курсу: 1 500 грн.

**Розрахунок:**  $9\,000 \div 1\,500 = 6$  курсів на місяць для виходу на нуль.

Це реалістично: навіть невелика команда може обслуговувати 1–2 клієнтів на тиждень. Після шести курсів на місяць бізнес починає приносити прибуток.

## РОЗДІЛ 2 РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ

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

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	<b>Календар та бюджет на рекламу та промо-акції</b>													
2														
3		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
4	<b>Події</b>													
5	Свята	5												
6	Особливі (визначні) дні													
7	Події місцевого значення													
8	Сезонні події													
9	<b>Методи (канали) просування</b>													
10	Гартована реклама (SMA)	3 000,00	3 000,00	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	56 000,00
11	PPC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	SEO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	SMM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	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
16	Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	Radio	200,00	200,00	300,00	200,00	300,00	200,00	200,00	200,00	200,00	300,00	300,00	300,00	2 900,00
18	Робота з блогерами	1 000,00	1 000,00	500,00	500,00	700,00	500,00	700,00	500,00	500,00	700,00	1 000,00	1 000,00	8 600,00
19	Візитні картки	500,00	0,00	300,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 300,00
20	Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21	Векторні зразки продукції/ Банери/ Рекламні щити (розміщення реклами)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
22	Інші заходи з просування (екзати як)	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
23		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
24	<b>Всього витрати</b>	<b>4 700,00</b>	<b>4 200,00</b>	<b>11 100,00</b>	<b>10 700,00</b>	<b>11 000,00</b>	<b>11 200,00</b>	<b>10 900,00</b>	<b>10 700,00</b>	<b>10 700,00</b>	<b>11 000,00</b>	<b>11 300,00</b>	<b>11 300,00</b>	<b>118 800,00</b>

## 2. Витрати на приміщення (будівлю).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	<b>Витрати на приміщення (будівлю)</b>													
2														
3		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
4	Оренда земельної ділянки	0,00	0,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	70 000,00
5	Податки та інші платежі	0,00	0,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	2 200,00	22 000,00
6	Ремонтні роботи/ обслуговування	4 000,00	5 000,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	14 000,00
7	Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	Електрика	0,00	0,00	200,00	140,00	100,00	100,00	100,00	100,00	140,00	200,00	400,00	0,00	1 480,00
9	Опалення	0,00	0,00	700,00	800,00	500,00	700,00	800,00	500,00	500,00	800,00	800,00	800,00	6 900,00
10	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
11	Телефон (базова оплата)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Лампочки, мичі засоби тощо	0,00	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	0,00	0,00	0,00	5 600,00
13	Інше: охорона земельної ділянки	0,00	0,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3 000,00
14	<b>Всього витрати</b>	<b>4 000,00</b>	<b>5 000,00</b>	<b>11 350,00</b>	<b>11 540,00</b>	<b>16 200,00</b>	<b>11 400,00</b>	<b>11 500,00</b>	<b>11 200,00</b>	<b>11 240,00</b>	<b>10 650,00</b>	<b>10 700,00</b>	<b>10 300,00</b>	<b>125 080,00</b>

## 3. Прогноз продаж.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
	<b>Прогноз продаж</b>													
		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>Товар/ Послуга Категорія №1 Запис одного епізоду</b>														
Продано одиниць	0,00	0,00	10,00	15,00	20,00	20,00	20,00	25,00	26,00	26,00	20,00	20,00	20,00	202,00
Ціна за 1	0,00	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
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>10 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>25 000,00</b>	<b>26 000,00</b>	<b>26 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>202 000,00</b>
<b>Товар/ Послуга Категорія №2 Монтаж епізоду</b>														
Продано одиниць	0,00	0,00	15,00	20,00	25,00	15,00	15,00	18,00	20,00	16,00	16,00	20,00	20,00	180,00
Ціна за 1	0,00	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
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>25 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>18 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>16 000,00</b>	<b>16 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>180 000,00</b>
<b>Товар/ Послуга Категорія №3 Урок (загальне)</b>														
Продано одиниць	0,00	0,00	5,00	15,00	10,00	10,00	10,00	22,00	20,00	40,00	15,00	15,00	15,00	162,00
Ціна за 1	0,00	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4 000,00</b>	<b>12 000,00</b>	<b>8 000,00</b>	<b>8 000,00</b>	<b>8 000,00</b>	<b>17 600,00</b>	<b>16 000,00</b>	<b>32 000,00</b>	<b>12 000,00</b>	<b>12 000,00</b>	<b>12 000,00</b>	<b>129 600,00</b>
<b>Товар/ Послуга Категорія №4 Щомісячне обслуговування</b>														
Продано одиниць	0,00	0,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	30,00
Ціна за 1	0,00	0,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
<b>Сума продажу</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>240,00</b>	<b>2 400,00</b>
<b>Разом усіх товарів</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>29 240,00</b>	<b>47 240,00</b>	<b>53 240,00</b>	<b>43 240,00</b>	<b>43 240,00</b>	<b>60 840,00</b>	<b>62 240,00</b>	<b>74 240,00</b>	<b>48 240,00</b>	<b>52 240,00</b>	<b>52 240,00</b>	<b>514 000,00</b>



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

B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
<b>Операційні витрати (без витрат на оплату праці)</b>												
Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
4 000,00	5 000,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	125 080,00
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	2 000,00	0,00	0,00	23 000,00
0,00	0,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00
0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	100,00
3 000,00	4 000,00	2 500,00	3 000,00	10 000,00	11 200,00	10 900,00	5 000,00	6 000,00	7 000,00	10 000,00	5 000,00	118 800,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	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	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	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	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	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	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	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	0,00
440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	440.40	5284.8
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
7 000,00	9 000,00	12 645,00	13 145,00	20 145,00	21 245,00	20 945,00	15 045,00	16 145,00	16 145,00	16 645,00	11 645,00	272 030,00

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

A	B	C	D	E
<b>Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації</b>				
<b>Активи, що підлягають амортизації</b>	<b>Вартість</b>	<b>Дата придбання</b>	<b>Корисна праця (місяців)</b>	<b>Місячна амортизація</b>
<i>камера</i>	40 000,00	1 квітня 2025 року	60,00	400,00
<i>мікрофон</i>	25 000,00	1 квітня 2025 року	240,00	104,17
<i>пк</i>	40 000,00	1 квітня 2025 року	300,00	100,00
<b>Загальна вартість капітального обладнання</b>	<b>105 000,00</b>		<b>Всього місячна амортизація</b>	<b>604,17</b>

## 8. Початкові витрати.

А	В
<b>Початкові витрати</b>	
<b>Категорії витрат</b>	<b>Вартість</b>
<i>Придбання та установка капітального обладнання</i>	<i>105 000,00</i>
<i>Початковий запас</i>	<i>100000</i>
<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</i>	<i>4000</i>
<i>Регістрація, ліцензії, дозволи</i>	<i>102</i>
<i>Ремонтні роботи: встановлення сигналізації</i>	<i>15000</i>
<i>Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)</i>	<i>8000</i>
<i>Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача</i>	<i>1750</i>
<i>Резерв обігових коштів</i>	<i>500</i>
<i>Інше:</i>	<i>23000</i>
<i>Інше:</i>	<i>8 000,00</i>
<i>Земельна ділянка:</i>	<i>0,00</i>
<i>Інше: автомобіль</i>	<i>0,00</i>
<b>Всього початкові витрати</b>	<b><i>265 352,00</i></b>

## 9. Джерела фінансування та статті витрат.

А	В
<b>Джерела фінансування та статті витрат</b>	
<b>Джерела фінансування</b>	<b>Сума</b>
Власні кошти	110 000,00
Позички в банках	2 004,00
Позички в родині	0,00
Далі друзі/інтернетовий внесок	0,00
Далі родичі/інтернетовий внесок	50 000,00
Внесок автомобіля	0,00
Гроші	309 950,00
Кредитні строки банківських позичок підприємству	0,00
Довгострокові банківські позички підприємству	0,00
Банківські позички власнику	0,00
Далі/позички/кошти (інші кошти):	9 000,00
Далі/родинні/кошти (інші кошти)	0,00
<b>За усіх джерел фінансування</b>	<b>380 954,00</b>
<b>Статті витрат</b>	<b>Сума</b>
Діяльність бізнесу	0,00
Сторуба/привітання:	0,00
Обладнання:	80 000,00
Початковий капітал	100 000,00
Коридорні послуги/Рейс/трафік	100,00
Бухгалтерські послуги	4 000,00
Ціна/ува доплата	4 000,00
Результат роботи/встановлення/смайл/аудіо	5 000,00
Купівельне обладнання	2 500,00
Завдання	0,00
Результат	40 000,00
Послуги-аудіо	0,00
Облікові кошти на операційні витрати	500,00
Важ:	0
Важ:	0,00
Важ: автомобіль	0,00
<b>Усі статті витрат</b>	<b>321 100,00</b>
<b>Початковий баланс грошових коштів</b>	<b>129 854,00</b>

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

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
<b>Звіт про прибутки та збитки (проект)</b>														
		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>ДОХОД</b>														
Валовий дохід	Тип фірми	0,00	0,00	57 000,00	60 000,00	73 400,00	65 800,00	70 000,00	54 000,00	77 200,00	80 000,00	69 000,00	90 600,00	697 000,00
Валова собівартість реаліз. продукції (змін. витр.) (тип фірми В. П. РТ)	R	0,00	0,00	25 000,00	42 400,00	24 000,00	32 000,00	25 000,00	25 000,00	28 000,00	28 000,00	27 000,00	22 700,00	275 100,00
<b>Валовий прибуток</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>40 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>44 000,00</b>	<b>44 000,00</b>	<b>40 000,00</b>	<b>51 000,00</b>	<b>46 000,00</b>	<b>35 000,00</b>	<b>61 400,00</b>	<b>65 800,00</b>	<b>421 900,00</b>
Валовий прибуток (%)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	60,00	0,00	0,00	0,00	0,00	60,00
<b>ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ</b>														
Оплата праці/податки за найманих		14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	14 840,00	175 680,00
Витрати на приміщення		4 000,00	5 000,00	11 350,00	11 540,00	28 800,00	11 400,00	18 000,00	20 000,00	20 000,00	31 000,00	32 000,00	32 000,00	220 890,00
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	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00
Офісні витрати матеріали/ пошта		0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	20,00	110,00
Реклама/ промо-акції		15 000,00	15 000,00	20 000,00	20 000,00	25 000,00	25 000,00	41 000,00	28 000,00	15 000,00	18 000,00	23 000,00	32 000,00	277 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	16 000,00
Ліцензії та дозволи		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00	10 000,00
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
Різке		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)		440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	440,40	0,00
Інше: залчастини, масло, мийка машини		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 ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ</b>		<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>17 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>183 000,00</b>
<b>Прибуток (збиток) до оподаткування</b>		<b>-15 000,00</b>	<b>-15 000,00</b>	<b>25 000,00</b>	<b>30 000,00</b>	<b>28 000,00</b>	<b>29 000,00</b>	<b>23 000,00</b>	<b>36 000,00</b>	<b>31 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>46 400,00</b>	<b>50 800,00</b>	<b>289 200,00</b>
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)														
<b>Прибуток (збиток) після оподаткування</b>		<b>-15 000,00</b>	<b>-15 000,00</b>	<b>25 000,00</b>	<b>30 000,00</b>	<b>28 000,00</b>	<b>29 000,00</b>	<b>23 000,00</b>	<b>36 000,00</b>	<b>31 000,00</b>	<b>20 000,00</b>	<b>46 400,00</b>	<b>50 800,00</b>	<b>289 200,00</b>

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

C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
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>	130 000,00	123 864,00	132 664,00	116 877,00	109 232,00	128 800,00	86 000,00	80 000,00	41 000,00	114 000,00	121 000,00	143 222,00	129 427,00	
<b>ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ</b>														
Від покупок (продажів)	0,00	0,00	55 000,00	41 000,00	65 000,00	62 000,00	72 000,00	81 100,00	75 000,00	68 000,00	74 000,00	82 000,00	675 000,00	
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>0,00</b>	<b>55 000,00</b>	<b>41 000,00</b>	<b>65 000,00</b>	<b>62 000,00</b>	<b>72 000,00</b>	<b>81 100,00</b>	<b>75 000,00</b>	<b>68 000,00</b>	<b>74 000,00</b>	<b>82 000,00</b>	<b>675 000,00</b>	
<b>ВИПЛАТИ</b>														
Собівартість реалізованої продукції/	0,00	0,00	41 700,00	38 000,00	44 000,00	35 000,00	42 000,00	34 000,00	38 000,00	51 000,00	25 000,00	31 000,00	275 100,00	
Оплата праці	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	14 640,00	175 680,00	
Витрати на приміщення	5 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	115 000,00	
Транспортування/ автомобілі	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	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00	
Офісні витрати/ матеріали/ пошта	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	20,00	110,00	
Продукція	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	25 000,00	30 000,00	25 000,00	30 000,00	23 000,00	25 000,00	30 000,00	30 000,00	298 000,00	
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	16 000,00	
Ліцензії та фоволи	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	
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00	10 000,00	
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	0,00	
Погашення кредитів та виплата відсотків	0,00	0,00	9 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9 000,00	
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	
Різне: рукавички, робочий одяг, платки 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	0,00	4 000,00	
<b>Всього виплати</b>	<b>39 640,00</b>	<b>48 640,00</b>	<b>86 486,00</b>	<b>83 286,00</b>	<b>88 286,00</b>	<b>90 786,00</b>	<b>81 786,00</b>	<b>84 786,00</b>	<b>86 786,00</b>	<b>100 786,00</b>	<b>83 786,00</b>	<b>86 786,00</b>	<b>1 008 840,00</b>	
<b>Оборот грош. коштів до оплати.</b>	<b>90 360,00</b>	<b>76 014,00</b>	<b>92 068,00</b>	<b>73 692,00</b>	<b>76 947,00</b>	<b>88 015,00</b>	<b>46 216,00</b>	<b>48 316,00</b>	<b>30 216,00</b>	<b>81 216,00</b>	<b>111 216,00</b>	<b>129 427,00</b>	<b>129 427,00</b>	

## 12. Баланс.

А	В
<b>БАЛАНС</b>	
<b>Баланс за період:</b>	2025 рік
<b>АКТИВИ</b>	
<b>Оборотні активи</b>	
Грошові кошти	129 427,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Заласи готової продукції (сировини)	0,00
Задатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
<b>Всього оборотні активи</b>	<b>129 427,00</b>
<b>Позаоборотні активи</b>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	96 250,00
Інше: автомобіль	0,00
<b>Всього позаоборотні активи</b>	<b>96 250,00</b>
<b>ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ</b>	<b>225 677,00</b>
<b>ПАСИВИ</b>	
<b>Короткострокові зобов'язання</b>	
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>
<b>Довгострокові зобов'язання</b>	
Довгострокова позика	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	225 677,00
<b>Всього капітал власника та позик</b>	<b>225 677,00</b>

## ВИСНОВКИ

У результаті виконання курсової роботи було розроблено проєкт створення онлайн-школи Marketing Pro Academy, яка спеціалізуватиметься на проведенні курсів з маркетингу для студентів, підприємців і фахівців. Аналіз ринку показав, що у Тернополі та Західній Україні попит на якісну онлайн-освіту з маркетингу зростає, а конкуренція у вузьких нішах поки що обмежена.

Опис бізнес-ідеї довів, що створення онлайн-школи не потребує великих стартових інвестицій і може бути реалізоване невеликою командою або однією особою. Компанія надає повний спектр послуг — від розробки навчальної програми та проведення лекцій до монтажу матеріалів, публікації на платформі та базового просування курсів. Такий підхід робить послугу зрозумілою і зручною для клієнтів, які прагнуть отримати готовий навчальний продукт без додаткових технічних труднощів.

Маркетинговий аналіз підтвердив, що локальні підприємці, студенти та фахівці активно шукають можливості підвищення кваліфікації, тому онлайн-курси з маркетингу можуть стати ефективним інструментом розвитку знань. Використання соцмереж, таргетованої реклами та партнерських програм дозволить швидко залучити перших слухачів і сформувати стабільну аудиторію.

Фінансові розрахунки показали, що проєкт здатен вийти на беззбитковість після залучення приблизно шести клієнтів на місяць. З огляду на попит і порівняно низькі операційні витрати, бізнес може стати прибутковим вже у перший рік роботи. У перспективі Marketing Pro Academy має можливість розширювати тематику курсів, додавати майстер-класи, інтенсиви, а також залучати нових викладачів і розширювати платформу.

Отже, відкриття онлайн-школи Marketing Pro Academy є реалістичним, економічно обґрунтованим та перспективним напрямком малого бізнесу, що має всі шанси на успіх за умови якісної роботи, активного просування та постійного вдосконалення навчальних послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атаманчук, О. М. Маркетингова діяльність підприємства: навч. посіб. — Київ: Центр учбової літератури, 2021. — 312 с.
2. Багорка, М. В. Маркетинг у цифровому середовищі: концепції, інструменти, технології. — Київ: КНЕУ, 2021. — 268 с.
3. Гнатюк, І. П. Онлайн-освіта та дистанційні курси: організаційні та маркетингові аспекти. — Львів: Видавництво «Аспект», 2022. — 214 с.
4. Діденко, Т. П. Digital-маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. — Київ: Маркетинг і менеджмент інновацій, 2021. — 97–106 с.
5. Єрмоленко, К. В. Маркетингові дослідження ринку освітніх послуг в умовах цифровізації економіки. — Київ: Вісник економічної науки України, 2022. — 51–57 с.
6. Котлер, Ф., Картаджая, Г., Сетіаван, І. Маркетинг 5.0. Технології для гуманності. — Київ: BookChef, 2022. — 320 с.
7. Марченко, П. В. Підприємництво у сфері освітніх технологій: стратегія та практики. — Київ: Видавничий дім «Слово», 2022. — 205 с.
8. Савчук, О. М. Розвиток малого бізнесу в Україні: практичні аспекти та кейси. — Львів: Видавництво «Аспект», 2021. — 234 с.
9. Шевчук, І. О. Цифрові платформи для навчання та просування онлайн-курсів. — Київ: Видавництво «Наука», 2022. — 187 с.
10. Федоренко, В. Л. Бізнес-планування для стартапів у сфері освіти. — Харків: ХНУ, 2021. — 198 с.
11. Челпанов, О. М. Основи маркетингу: підручник. — Харків: ХНУ, 2020. — 416 с.
12. Ларіонова, К. О. Управління розвитком підприємств у сфері цифрової економіки. — Одеса: ОНЕУ, 2021. — 198 с.

