

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему: Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (консалтинг з
ребрендингу C-Reb) і його маркетингове обґрунтування

Студентки групи МАРК-41

Михайловської Вікторії

Науковий керівник :

Доцент, кандидат економічних наук

Окрепкий Р.Б

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2024

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Ділова пропозиція економічного обґрунтування проекту (консалтинг з ребрендингу).....	5
Розділ 2. Розрахункові таблиці маркетингового проекту	15
Висновки і пропозиції.....	25
Список використаних джерел.....	27

Вступ

Актуальність питання відкриття нового виду бізнесу у сфері консалтингу з ребрендингу обумовлена постійними змінами на ринку та необхідністю підприємств адаптуватися до нових умов. В умовах високої конкуренції та швидкої еволюції технологій, організації повинні постійно оновлювати свій імідж, аби залишатися привабливими для споживачів і відповідати вимогам сучасного ринку. Ребрендинг став ключовим інструментом для бізнесів, які хочуть змінити свою стратегію розвитку, покращити свої комунікації з аудиторією та підвищити конкурентоспроможність.

Об'єктом дослідження є ринок консалтингових послуг у галузі ребрендингу, який включає в себе як приватні компанії, так і великі організації, що прагнуть оновити свій бренд.

Суб'єктом дослідження є консалтингові фірми, що надають послуги з ребрендингу, а також клієнти, які хочуть змінити свій імідж або адаптуватися до нових ринкових умов.

Метою цього проєкту є розробка рішення щодо відкриття консалтингової компанії з надання послуг з ребрендингу, а також обґрунтування маркетингової стратегії для успішного виходу на ринок.

Завдання:

1. Проаналізувати ринок консалтингових послуг у сфері ребрендингу, визначити основні тенденції та перспективи розвитку цієї галузі.
2. Дослідити потреби та вимоги потенційних клієнтів до послуг з ребрендингу, а також ключові фактори успіху у цій сфері.
3. Розробити концепцію бізнесу з надання консалтингових послуг з ребрендингу, враховуючи специфіку ринку та конкурентне середовище.
4. Оцінити можливі ризики при відкритті нового бізнесу у сфері консалтингу з ребрендингу та розробити стратегії їх мінімізації.

5. Розробити маркетингову стратегію для нового бізнесу, включаючи визначення цільової аудиторії, позиціювання на ринку, формування цінової політики, а також рекламні та комунікаційні стратегії.

6. Оцінити економічну ефективність відкриття бізнесу з консалтингу з ребрендингу, розрахувати фінансові показники та скласти план фінансування проєкту.

Практична значимість цього проєкту полягає в розробці комплексного плану для відкриття нового бізнесу, що базується на реальних потребах ринку та оптимальних методах ведення консалтингової діяльності. Теоретична значимість роботи полягає в уточненні понять та принципів у галузі консалтингу та ребрендингу, а також в розробці нових підходів до маркетингового обґрунтування бізнес-проєктів.

Розділ 1. Ділова пропозиція економічного обґрунтування проекту (консалтинг з ребрендингу)

C-Reb – це компанія, яка спеціалізується на консалтингу з ребрендингу. Метою її створення є надання професійної підтримки бізнесам, що прагнуть оновити свій імідж, брендову ідентичність та вийти на новий рівень розвитку. Наша компанія працюватиме в сфері маркетингових послуг і надаватиме консультаційні послуги з розробки та впровадження стратегій ребрендингу для компаній різних галузей. Оскільки конкуренція на ринку бізнес-послуг з кожним роком зростає, багато підприємств шукають шляхи для того, щоб виділитися серед конкурентів, поліпшити свою репутацію та залучити нових клієнтів. Саме для таких компаній C-Reb розробить індивідуальні рішення, орієнтуючись на їхні специфічні потреби і вимоги ринку.

Компанія зосередиться на наданні комплексних послуг з ребрендингу, що включатимуть аудит існуючого бренду, розробку нової стратегії брендингу, оновлення візуальної ідентичності, створення нового позиціонування на ринку, а також впровадження рекламних кампаній для популяризації оновленого образу. Однією з головних цілей є допомога бізнесам адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, підвищити свою впізнаваність і залучити нових клієнтів. Окрім того, важливим аспектом роботи компанії буде оцінка ефективності впроваджених змін, що дозволить нашим клієнтам побачити реальні результати змін і оцінити їхній вплив на бізнес.

Основними клієнтами C-Reb будуть підприємства середнього та великого бізнесу, які мають потребу в оновленні або зміні свого бренду. Це можуть бути компанії, що мають уже сформовану репутацію на ринку, але хочуть зробити свій образ більш сучасним та привабливим для нових аудиторій. Крім того, наша цільова аудиторія включатиме стартапи, які тільки починають свою діяльність і потребують чітко розробленої стратегії брендингу з самого початку.

Форма володіння компанією C-Reb буде обмежена одним засновником, що дасть змогу зберігати гнучкість у прийнятті рішень і швидко реагувати на зміни на ринку. Юридичний статус компанії – це товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що забезпечить зручність для управління та розподілу прибутку серед акціонерів. Така форма дозволяє обмежити відповідальність засновників лише розмірами їхніх часток у статутному капіталі, що є важливим для стабільності бізнесу в разі виникнення непередбачених ситуацій.

Послуги, які надаватиме C-Reb, охоплюють широкий спектр діяльності, що починається з розробки стратегії ребрендингу та завершується повним супроводом у процесі його впровадження. Однією з головних характеристик нашої послуги буде індивідуальний підхід до кожного клієнта. Ми не використовуємо шаблонні рішення, оскільки розуміємо, що кожен бренд має свою унікальність і потребує свого підходу. Спеціалісти C-Reb проводитимуть глибокий аналіз ринку, конкурентів та цільової аудиторії для того, щоб створити стратегію, яка відповідатиме усім вимогам бізнесу та дозволить досягти максимальних результатів.

Особливістю наших послуг є комплексність і детальність виконання кожного етапу робіт. Ми почнемо з аналізу існуючого стану бренду, оцінки його сильних і слабких сторін, визначення цільової аудиторії та ринкових можливостей. Після цього розробимо нову концепцію бренду, включаючи оновлений логотип, кольорову палітру, шрифти, а також інші елементи візуальної ідентичності. Окрему увагу приділимо стратегії комунікацій і маркетинговим кампаніям, що дозволять ефективно донести новий образ бренду до споживачів.

Різниця між нашими послугами та аналогічними, що пропонуються на ринку, полягає в глибокому аналітичному підході та комплексному супроводі на всіх етапах процесу ребрендингу. Багато консалтингових компаній зосереджуються лише на певних аспектах, таких як візуальна ідентичність або стратегія просування, але ми пропонуємо повний спектр послуг, що

включають не тільки розробку стратегії, а й її практичне впровадження та моніторинг результатів. Тому наші клієнти отримуватимуть реальні інструменти для розвитку та росту їхнього бренду, а не просто теоретичні рекомендації.

Дослідження та аналіз ринку є ключовим етапом при розробці бізнес-плану для компанії C-Reb, оскільки вони дозволяють оцінити потенційний попит на послугу консалтингу з ребрендингу та визначити можливості для досягнення достатніх обсягів збуту. Це також допомагає зрозуміти, наскільки компанія зможе конкурувати на ринку та реалізувати свою стратегію, враховуючи економічні та конкурентні фактори. Розглянемо основні аспекти цього аналізу.

Ключовими клієнтами компанії C-Reb будуть підприємства середнього та великого бізнесу, які хочуть змінити або оновити свій бренд, підвищити його привабливість та залучити нових клієнтів. Серед наших основних споживачів будуть як вже існуючі компанії, що потребують змін, так і стартапи, яким важливо з самого початку мати чітко розроблену стратегію бренду. Вони знаходяться у різних галузях, зокрема в сфері послуг, виробництва та торгівлі. Прийняття рішення про співпрацю з C-Reb залежатиме від кількох факторів: ціна, якість послуг, досвід та репутація компанії, індивідуальний підхід до кожного клієнта, а також ефективність запропонованих рішень. Багато клієнтів будуть оцінювати потенційну компанію через надані результати та повернення на інвестиції, тому якість сервісу та виконання робіт є критичними факторами для ухвалення рішення.

Розмір ринку для послуг ребрендингу в Україні в останні роки стабільно зростає, оскільки багато компаній прагнуть змінити свій імідж для того, щоб привернути увагу нових споживачів, адаптуватися до змін у ринкових умовах та підвищити свою конкурентоспроможність. Це особливо актуально в умовах економічної нестабільності та конкурентного тиску, який змушує компанії шукати нові можливості для розвитку. Ринок консалтингових послуг з ребрендингу також значно залежить від загальних економічних тенденцій,

оскільки багато підприємств обирають ребрендинг як інструмент для покращення своєї фінансової ситуації. Потенційне річне зростання ринку можна оцінити на рівні 5-7% в найближчі роки, що обумовлено активними процесами змін у бізнес-середовищі та зростанням попиту на послуги з поліпшення брендової ідентичності.

Основними факторами, що впливають на це зростання, є економічні тенденції, зміни в політичному середовищі, розвиток технологій та зміни у споживацьких перевагах. Оскільки українські компанії активно пристосовуються до нових реалій, таких як цифровізація та глобалізація, попит на послуги консалтингу з ребрендингу буде залишатися високим. Крім того, урядова політика, що сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, також позитивно впливає на ринок, оскільки багато підприємців прагнуть підвищити ефективність своїх компаній через оновлення бренду.

Конкуренція на ринку консалтингових послуг з ребрендингу в Україні достатньо висока. Є кілька великих гравців, які вже давно працюють на ринку, а також численні менші компанії, що пропонують подібні послуги. Сильними сторонами конкурентів є їхній досвід на ринку, наявність великих клієнтів та високий рівень виконання робіт. Проте багато з цих компаній орієнтовані на великі бізнеси, що може не відповідати потребам малих та середніх підприємств. До того ж, конкуренти часто не надають індивідуальних підходів до кожного клієнта, що створює можливості для C-Reb запропонувати більш гнучкі та персоналізовані рішення. Додатково, відсутність комплексного супроводу після завершення проекту у багатьох конкурентів дозволяє C-Reb запропонувати цінну додаткову послугу – моніторинг результатів та коригування стратегії.

На основі дослідження ринку та конкурентного середовища компанія C-Reb розраховує на значний попит на свої послуги в найближчі два роки. Завдяки індивідуальному підходу та комплексному супроводу клієнтів компанія може зайняти значну частку ринку. Прогнозовані обсяги реалізації послуг на перший рік складають близько 1,5 мільйона гривень, з поступовим

зростанням на 10-15% на другий рік. При цьому припускається, що попит буде стабільно зростати завдяки розширенню клієнтської бази та збільшенню обсягів продажу серед наявних клієнтів. Ключовими факторами для досягнення цієї мети є ефективна маркетингова кампанія, покращення репутації компанії та стабільність у наданні високоякісних послуг.

Загальна маркетингова стратегія компанії C-Reb орієнтується на створення сильного бренду та позиціонування компанії як провідного консультанта в сфері ребрендингу на ринку України. Виходячи з проведеного дослідження ринку та аналізу потреб потенційних клієнтів, стратегія включає кілька важливих аспектів, серед яких визначення цільових груп споживачів, використання гнучких методів просування та ефективне ціноутворення. В першу чергу, компанія зосередиться на малих та середніх підприємствах, що прагнуть змінити свій бренд для підвищення конкурентоспроможності. Основні зусилля на початковому етапі будуть спрямовані на активне просування послуг серед цих груп, адже саме вони часто шукають способи виділення серед конкурентів, але мають обмежені бюджети для реалізації великих проектів.

На другому етапі компанія розширить свої зусилля на великі корпорації, які вже мають усталений бренд, але бажають оновити свою стратегію з урахуванням змін на ринку. Для цього буде використовуватися стратегія поступового залучення більш масштабних клієнтів через рекомендації та приклади успішних реалізованих проектів. В результаті C-Reb зможе поступово зміцнити свої позиції на ринку та залучити більшу кількість клієнтів, які бажають впровадити стратегічні зміни у своєму бренді.

Ціноутворення є одним з найважливіших елементів стратегії C-Reb. Політика ціноутворення буде гнучкою і адаптованою під різні сегменти ринку. На початковому етапі компанія встановить ціни, що дозволять ефективно проникнути на ринок, а саме ціна на послуги буде конкурентною і відповідатиме середньому рівню по ринку. Згодом ціни можуть бути кориговані в залежності від попиту та рівня витрат, а також від розширення

клієнтської бази. Вартість послуг C-Reb буде порівнюватися з цінами основних конкурентів на ринку консалтингових послуг з ребрендингу, проте компанія зробить акцент на високій якості та індивідуальному підході, що є важливими перевагами на фоні конкуренції. Конкуренти, як правило, пропонують послуги за нижчими цінами, але без достатнього індивідуального підходу, тому C-Reb зможе витримати конкуренцію завдяки високому рівню сервісу та гарантії результату.

Тактика реалізації послуг включатиме кілька методів для досягнення високого рівня охоплення цільових груп. Оскільки консалтинг є послугою, а не товаром, основною формою реалізації буде безпосереднє надання послуг клієнтам, що включає зустрічі, консультації та розробку індивідуальних проектів ребрендингу. Для цього буде створена спеціалізована команда консультантів, яка працюватиме з кожним клієнтом, виходячи з його специфічних потреб. Крім того, компанія застосовуватиме онлайн-методи просування, що дозволять охопити більше клієнтів через платформу веб-сайту, соціальні мережі та професійні онлайн-спільноти. Оскільки послуги C-Reb є високоспеціалізованими, основний фокус буде на тому, щоб клієнт міг отримати якісні консультації через особистий контакт із консультантами.

Реклама та промоція є важливими інструментами для залучення клієнтів до компанії. Для привернення уваги потенційних покупців C-Reb використовуватиме різноманітні канали реклами. Основні зусилля будуть спрямовані на інтернет-просування через контекстну рекламу, таргетовані оголошення в соціальних мережах, а також створення корисного контенту на сайті та в блогах для залучення органічного трафіку. Окрім того, планується проведення вебінарів та онлайн-курсів для підвищення обізнаності про важливість ребрендингу для бізнесу. Промо-акції, такі як знижки на перші консультації або безкоштовні аналізи існуючого бренду, також допоможуть залучити перших клієнтів. Графік та вартість реклами буде поступово збільшуватися з ростом компанії, однак вже на перших етапах маркетингові витрати становитимуть близько 10% від загальних витрат на операційну

діяльність. Витрати на рекламу та промоцію будуть здійснюватися починаючи з моменту запуску компанії і будуть включати створення рекламних матеріалів, налаштування рекламних кампаній, оплату послуг онлайн-платформ і медіа-партнерів.

Операційний план для компанії C-Reb є важливою частиною стратегії розвитку, оскільки він визначає, як компанія буде організовувати свою діяльність і забезпечувати ефективне надання послуг з консалтингу з ребрендингу. Оскільки C-Reb надає інтелектуальні послуги, основна увага буде зосереджена на організації робочих процесів, створенні комфортних умов для працівників та забезпеченні необхідного обладнання для якісного виконання робіт.

Місце розташування компанії C-Reb буде в центральній частині міста, де зручно доступний інфраструктурний комплекс, зокрема бізнес-центри, комунікації та можливості для зручного контакту з клієнтами. Оскільки компанія буде орієнтована на надання послуг консалтингу, місце розташування буде мати важливе значення, але не потребує великої території або виробничих потужностей. Основною перевагою вибору центрального місця є близькість до потенційних клієнтів — підприємств середнього та великого бізнесу, а також високий рівень доступності для партнерів та співробітників. Проте, однією з можливих недоліків є підвищена орендна плата в таких районах, що може впливати на витрати на оренду приміщення, особливо в початкові етапи розвитку бізнесу. Водночас, можливість перебувати в центрі ділової активності дозволить залучити більше клієнтів, що прагнуть співпрацювати з компанією, яка знаходиться в серці бізнес-містечка.

Приміщення для компанії C-Reb буде орендоване в сучасному бізнес-центрі, де будуть зручні умови для роботи офісних співробітників, проведення зустрічей з клієнтами та надання консультаційних послуг. Приміщення має відповідати вимогам для проведення презентацій, переговорів та спільних робочих сесій з клієнтами. Площа офісу буде приблизно 50-70 квадратних метрів, що забезпечить комфорт для роботи команди з 5-7 осіб. Витрати на

оренду будуть складати важливу частину витрат на операційну діяльність, але вони будуть економічно обґрунтовані через потенційно вищий рівень залучення клієнтів завдяки хорошему місцезнаходженню. Перебудова площі не планується, оскільки орендоване приміщення вже готове до використання для офісної роботи. Обладнання для офісу, зокрема комп'ютери, сервери для зберігання даних та сучасні програмні засоби для проведення онлайн-консультацій та створення презентацій, буде закуплено на початку діяльності компанії. Вартість таких закупок становитиме близько 100 000 гривень, і весь процес буде завершено протягом першого місяця роботи.

Процес надання послуг консалтингу в C-Reb буде включати кілька етапів. Спочатку команда компанії проводить детальний аудит бренду клієнта, аналізуючи його сильні та слабкі сторони. Далі формується стратегія ребрендингу, яка включатиме нову візуальну ідентичність, концепцію бренду та план комунікацій. Після затвердження стратегії клієнтом розпочинається етап впровадження, що передбачає розробку необхідних матеріалів, таких як логотипи, маркетингові матеріали, оновлення онлайн-ресурсів. Компанія також надаватиме послуги моніторингу ефективності впроваджених змін і коригування стратегії. Важливою частиною процесу є контроль якості на кожному етапі: від розробки до реалізації. Для цього будуть використовуватися чіткі критерії якості та регулярні перевірки виконання плану на кожному етапі. Всі етапи будуть документуватися для забезпечення прозорості процесу та ефективного зворотного зв'язку з клієнтами.

Щодо робочої сили, компанія на першому етапі передбачає залучення фахівців з досвідом у сфері маркетингу, графічного дизайну та стратегії брендингу. Окрім управлінських функцій, необхідні спеціалісти з глибокими знаннями у цих галузях. Планується, що команда C-Reb буде складатися з 5-7 осіб, включаючи керівника проєктів, маркетолога, графічного дизайнера та консультантів. Для того, щоб забезпечити високу якість надання послуг, буде проводитися постійне навчання співробітників, зокрема в сфері нових тенденцій у брендингу, управлінні проєктами та використанні новітніх

технологій. Навчання проводитиметься за допомогою онлайн-курсів, участі в спеціалізованих конференціях та семінарах, що дозволить підвищити кваліфікацію команди відповідно до потреб клієнтів.

Управлінська команда є важливою складовою для успіху компанії C-Reb, оскільки ефективне управління та правильний розподіл обов'язків дозволяють реалізувати стратегію розвитку та досягати високих результатів на ринку. Усі члени управлінської команди будуть мати чітко визначені ролі та відповідальність, що забезпечить ефективність роботи компанії на кожному етапі її діяльності.

Ключовим членом управлінської команди є засновник компанії, який виконує роль генерального директора. Засновник має багаторічний досвід у сфері консалтингу та маркетингу, зокрема в розробці стратегії брендингу та управлінні проектами. Вища освіта у галузі бізнес-адміністрування та маркетингу дозволяє йому ефективно керувати бізнесом, створювати стратегії розвитку та управляти командою. Засновник буде відповідати за загальне стратегічне планування компанії, побудову партнерських відносин з клієнтами та партнерами, а також за контроль за виконанням основних бізнес-процесів.

Другим ключовим членом команди є керівник проектів, який відповідає за координацію та організацію всіх етапів консалтингових проектів. Керівник проектів має досвід в управлінні великими проектами в сфері маркетингу та брендингу, володіє навичками управління часом та ресурсами. Освіта в галузі маркетингу або управління проектами дозволяє йому грамотно керувати командою консультантів, дизайнерів та іншими спеціалістами, щоб досягти поставлених цілей у рамках проекту. Він також буде здійснювати моніторинг виконання проектів, організовувати робочі зустрічі з клієнтами та надавати зворотний зв'язок.

Третім важливим членом команди є маркетолог, який буде відповідати за просування послуг компанії на ринку, розробку рекламних кампаній і стратегії залучення нових клієнтів. Маркетолог має досвід роботи в рекламних агентствах або консалтингових компаніях, що спеціалізуються на брендингу

та просуванні послуг. Він володіє навичками аналітики ринку, вивчення потреб клієнтів та оптимізації маркетингових бюджетів. Завдяки освіті у сфері маркетингу та комунікацій маркетолог зможе розробляти ефективні стратегії залучення клієнтів, що відповідають потребам компанії C-Reb.

Графічний дизайнер також є важливим членом команди, оскільки його обов'язки включають розробку візуальної ідентичності для клієнтів, створення логотипів, брендових матеріалів та елементів веб-дизайну. Дизайнер має досвід роботи в брендингу та графічному дизайні, знання сучасних інструментів та програм для розробки графічних матеріалів. Вища освіта в галузі дизайну дозволяє йому створювати оригінальні та сучасні дизайни, які відповідають вимогам клієнтів та тенденціям ринку.

Щодо виплат управлінському персоналу, то на початковому етапі передбачено, що зарплата засновника компанії C-Reb становитиме близько 30 000 гривень на місяць, що є достатнім для забезпечення поточних витрат та розвитку компанії. Інші ключові члени управлінської команди, такі як керівник проектів та маркетолог, отримуватимуть відповідно 20 000 і 18 000 гривень на місяць. Виплати для графічного дизайнера будуть складати близько 15 000 гривень на місяць. Всі зарплати будуть коригуватися в залежності від фінансових результатів компанії та етапу її розвитку. Власник компанії також отримає бонуси та додаткові виплати залежно від досягнутого рівня прибутку та виконання ключових показників ефективності.

Розділ 2. Розрахункові таблиці маркетингового проекту

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ПОДІЇ													
Свята													
Особливі (визначні) дні													
Події місцевого значення													
Сезонні події													
Методи (канали) просування													
Таргетована реклама (SMA)	0,00	8 200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8 200,00	0,00	0,00	0,00	16 400,00
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
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
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	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
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	10 000,00	0,00	0,00	10 000,00	0,00	0,00	10 000,00	0,00	0,00	10 000,00	0,00	0,00	40 000,00
Візитні картки	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00	15 000,00
Інші заходи з просування (вказати які)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	10 000,00	8 200,00	6 300,00	10 000,00	0,00	5 000,00	10 000,00	1 000,00	13 200,00	10 000,00	0,00	0,00	73 700,00

Ця таблиця відображає календар та бюджет на рекламу та промо-акції на протязі року. Вона містить розподіл витрат по місяцях для різних методів просування, таких як таргетована реклама (SMA), PPC, SEO, телевізійна реклама, SMM, поліграфічна продукція, демонстраційні заходи, радіо, робота

з блогерами, візитні картки, рекламна продукція, безкоштовні зразки продукції, банери/рекламні щити, а також інші заходи з просування. У таблиці зазначено бюджет для кожного методу просування по кожному місяцю року, з загальними витратами на кожен метод та підсумковими витратами за рік. Наприклад, на таргетовану рекламу заплановано витрати в розмірі 8200 грн у другому та дев'ятому місяці, в той час як на SMM витрати складатимуть 2 000 грн в цілому, також просування через блогерів що становить 10000 раз на 3 місяці. Основні витрати також стосуються банерів та рекламних щитів, на які виділено 15 000 грн. У кінцевому підсумку, загальна сума витрат за рік становить 73 700,00 грн.

Витрати на приміщення (будівлю)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда земельної ділянки	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	15 000,00	15 000,00	180 000,00
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	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	0,00	0,00
Електрика	500	200,00	500	140,00	200,00	200,00	200,00	200,00	140,00	200,00	500	500	3 480,00
Опалення	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
Водопостачання/каналізація	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1 800,00
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
Лампочки, мичі засоби тощо	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00
Інше: охорона земельної ділянки	0,00	0,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	6 000,00
Всього витрати	15 650,00	17 350,00	16 250,00	15 890,00	15 950,00	15 950,00	15 950,00	16 950,00	15 890,00	15 950,00	16 250,00	16 250,00	194 280,00

Ця таблиця відображає витрати на приміщення (будівлю) за кожен місяць року. Витрати включають оренду земельної ділянки, що становить 15 000 грн щомісяця, що дає загальну суму 180 000 грн за рік. Інші витрати, як

податки та інші платежі, ремонтні роботи, обслуговування та страхування, не передбачаються в цьому бюджеті, так само як і витрати на опалення та базову оплату за телефон. Витрати на електрику варіюються кожного місяця: наприклад, 500 грн у першому місяці та зниження до 140 грн у наступні місяці, з загальною сумою за рік 3 480 грн. Витрати на водопостачання та каналізацію складають 150 грн щомісяця, що дає загальну суму 1 800 грн за рік. У таблиці також зазначено витрати на лампочки та інші засоби, які змінюються в різні місяці, а також на охорону земельної ділянки, що складає 600 грн щомісяця, з підсумковою сумою 6 000 грн. Загальні витрати на приміщення в сумі становлять 194 280 грн за рік.

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
Послуга Категорія №1 Аудит існуючого бренду													
Продано одиниць	2,00	1,00	1,00	3,00	4,00	7,00	3,00	2,00	5,00	2,00	6,00	8,00	44,00
Ціна за 1	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	10 000,00	10 000,00
Сума продажу	20 000,00	10 000,00	10 000,00	30 000,00	40 000,00	70 000,00	30 000,00	20 000,00	50 000,00	20 000,00	60 000,00	80 000,00	440 000,00
Послуга Категорія №2 Розробка візуальної ідентичності													
Продано одиниць	3,00	3,00	4,00	5,00	2,00	1,00	1,00	1,00	3,00	3,00	5,00	6,00	37,00
Ціна за 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	20 000,00
Сума продажу	60 000,00	60 000,00	80 000,00	100 000,00	40 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	60 000,00	60 000,00	100 000,00	120 000,00	740 000,00
Разом усіх товарів	80 000,00	70 000,00	90 000,00	130 000,00	80 000,00	90 000,00	50 000,00	40 000,00	110 000,00	80 000,00	160 000,00	200 000,00	1 180 000,00

Ця таблиця представляє прогноз продаж для двох категорій послуг: "Аудит існуючого бренду" та "Розробка візуальної ідентичності". Для першої послуги, в категорії "Аудит існуючого бренду", кількість проданих одиниць варіюється від 1 до 8 одиниць щомісяця, з загальною кількістю 44 одиниці за рік. Ціна за одну одиницю послуги становить 10 000 грн, що дає загальний продаж 440 000 грн за рік. Для другої послуги, "Розробка візуальної ідентичності", продано від 1 до 5 одиниць щомісяця, з загальною кількістю 37 одиниць за рік. Ціна за одиницю цієї послуги — 20 000 грн, що дає загальний

продаж 740 000 грн за рік. Загальний продаж обох послуг сумарно становить 1 180 000 грн. У таблиці також видно, що найбільші продажі спостерігаються у червні та грудні для обох послуг.

Витрати на оплату праці													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Посада (позиція)													
<i>Керівник проєктів</i>	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
<i>Дизайнер бренду</i>	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	15 000,00	15 000,00	180 000,00
<i>Консультант з брендингу</i>	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	216 000,00
ПДФО (18%)	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	86 400,00
ВЗ (1,5%)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7 200,00
ЄСВ (22%)	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	105 600,00
Всього витрати	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	69 600,00	835 200,00

Ця таблиця відображає витрати на оплату праці за рік для трьох посад: "Керівник проєктів", "Дизайнер бренду" та "Консультант з брендингу". Кожен з працівників отримує сталу заробітну плату протягом року: керівник проєктів — 20 000 грн щомісяця (240 000 грн за рік), дизайнер бренду — 15 000 грн щомісяця (180 000 грн за рік), а консультант з брендингу — 18 000 грн щомісяця (216 000 грн за рік). Крім того, є податки, які відображаються окремо: ПДФО (18%) — 7 200 грн щомісяця для кожної особи (86 400 грн за рік), ВЗ (1,5%) — 600 грн щомісяця (7 200 грн за рік) та ЄСВ (22%) — 8 800 грн щомісяця (105 600 грн за рік). Загальні витрати на оплату праці складають 69 600 грн щомісяця, що в сумі за рік дає 835 200 грн.

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
<i>Витрати на приміщення</i>	15 650,00	17 350,00	16 250,00	15 890,00	15 950,00	15 950,00	15 950,00	16 950,00	15 890,00	15 950,00	16 250,00	16 250,00	194 280,00

Транспортування/автомобіль	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
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 витратні матеріали/пошта	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	100,00
Реклама/промо-акції	10 000,00	8 200,00	6 300,00	10 000,00	0,00	5 000,00	10 000,00	1 000,00	13 200,00	10 000,00	0,00	0,00	73 700,00
Юридичні/бухгалтерські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи	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	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)	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: 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
Всього витрати	25 650,00	25 550,00	26 195,00	29 535,00	19 595,00	24 495,00	29 495,00	21 495,00	32 735,00	28 595,00	16 395,00	16 395,00	296 130,00

Дана таблиця представляє операційні витрати підприємства за 12 місяців, без урахування витрат на оплату праці. Основна частина витрат пов'язана з утриманням приміщення, яке щомісяця варіюється в межах від 15 650 до 17 350 грн, і за рік складає 194 280 грн. Значна стаття витрат припадає на рекламу та промо-акції, які в загальному обсязі за рік становлять 73 700 грн, з піковими витратами у першому та дев'ятому місяцях. Транспортні витрати включаються з третього місяця і становлять 23 000 грн за рік, хоча в деякі місяці вони дорівнюють нулю. Невеликі витрати спостерігаються на офісні матеріали та телефонний зв'язок, які складають 100 грн і 1 350 грн відповідно за рік. Інші статті, такі як юридичні послуги, ліцензії, страхування, та знос, не містять витрат у звітному періоді. Окремо зазначено витрати на запчастини, масло і мийку автомобіля, які у сумі склали 3 700 грн. Загальні витрати підприємства за рік становлять 296 130 грн, із найбільшим навантаженням у березні та вересні. Мінімальні місячні витрати зафіксовані у першому та дванадцятому місяцях. Аналіз демонструє стабільність основних витрат на приміщення та нерівномірність витрат на інші статті.

Початкові витрати

Категорії витрат	Вартість
Оренда офісу	20000
Оформлення юридичних документів	5 000
Закупівля обладнання та програмного забезпечення	150000
Маркетингові витрати	20 000 - 50 000
Поліграфічна продукція	7000
Зарплати співробітникам (перший місяць)	69600
Витрати на рекламу та PR	7000
Інші витрати	5 000
Всього початкові витрати	263 600,00

Ця таблиця відображає початкові витрати для проекту. Загальна сума початкових витрат становить 263 600 грн. Окремі категорії витрат включають оренду офісу на суму 20 000 грн, оформлення юридичних документів за 5 000 грн, закупівлю обладнання та програмного забезпечення на суму 150 000 грн. Для маркетингових витрат передбачено діапазон від 20 000 до 50 000 грн, а для поліграфічної продукції — 7 000 грн. Зарплата співробітникам за перший місяць становить 69 600 грн. Витрати на рекламу та PR оцінюються в 7 000 грн, а інші витрати — 5 000 грн.

Джерела фінансування та статті витрат

Джерела фінансування	Сума
<i>Власні кошти</i>	2 034,00
<i>Позика в друзів</i>	2 034,00
<i>Позика в родичів</i>	2 034,00
<i>Дали друзі як негрошовий внесок</i>	0,00
<i>Дали родичі як негрошовий внесок</i>	11 250,00
<i>Внесок автомобіль</i>	0,00
<i>Грант</i>	209 950,00
<i>Короткострокова банківська позика підприємству</i>	0,00
<i>Довгострокова банківська позика підприємству</i>	0,00

Банківська позика власнику	0,00
Інші позикові кошти (вказати):	9 000,00
Інші грантові кошти (вказати)	0,00
З усіх джерел фінансування	236 302,00

Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/ приміщення:	0,00
Обладнання:	0,00
Оформлення юридичних документів	5 000,00
Юридичні послуги/ Регістрація	102,00
Бухгалтерські послуги	0,00
Ліцензії та дозволи	0,00
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	7 000,00
Установка обладнання	2 500,00
Завдатки	0,00
Реклама	0,00
Промо-акції	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	500,00
Усі статті витрат	15 102,00
Початковий баланс грошових коштів	221 200,00

Ця таблиця показує джерела фінансування та статті витрат для проекту. Загальна сума фінансування становить 236 302 грн. Джерела фінансування включають власні кошти — 2 034 грн, позики від друзів і родичів — по 2 034 грн кожна, негрошові внески від друзів і родичів — 11 250 грн, а також грант у сумі 209 950 грн. Також враховані інші позикові кошти на суму 9 000 грн.

Статті витрат включають: оформлення юридичних документів (5 000 грн), юридичні послуги та реєстрацію (102 грн), ремонтні роботи на встановлення сигналізації (7 000 грн), установку обладнання (2 500 грн), обігові кошти на операційні витрати (500 грн). Загальна сума витрат становить 15 102 грн. Початковий баланс грошових коштів після врахування витрат — 221 200 грн.

Звіт про прибутки та збитки (проект)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК

ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	80 000,0 0	70 000,0 0	90 000,0 0	130 000,0 0	80 000,0 0	90 000,0 0	50 000,0 0	40 000,0 0	110 000,0 0	80 000,0 0	160 000,0 0	200 000,0 0	1 180 000,00
Валова собівартість реалізованої продукції (змін. витр.) (тип фірми В, П, РТ)	R	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
Валовий прибуток		80 000,0 0	70 000,0 0	90 000,0 0	130 000,0 0	80 000,0 0	90 000,0 0	50 000,0 0	40 000,0 0	110 000,0 0	80 000,0 0	160 000,0 0	200 000,0 0	1 180 000,00
Валовий прибуток (%)		100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,0 0	100,00
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці + податки за найманих		69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	69 600,0 0	835 200,00
Витрати на приміщення		10 650,0 0	12 350,0 0	11 250,0 0	10 890,0 0	10 950,0 0	10 950,0 0	10 950,0 0	11 950,0 0	10 890,0 0	10 950,0 0	11 250,0 0	11 250,0 0	134 280,00
Транспортування/автомобіль				3 000,0 0	3 000,0 0	3 000,0 0	3 000,0 0	3 000,0 0	3 000,0 0	3 000,0 0	2 000,0 0		0,00	23 000,00
Плата за використання телефону				135,0 0	135,0 0	135,0 0	135,0 0	135,0 0	135,0 0	135,0 0	135,0 0	135,0 0	135,0 0	1 350,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	20,00	110,00
Реклама/ промо-акції		0,00	150,0 0	6 300,0 0	150,0 0	5 000,0 0	150,0 0	1 000,0 0	1 000,0 0	5 000,0 0	150,0 0	0,00	0,00	17 900,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи		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	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, плівка для парників		0,00	0,00	0,00	500,0 0	500,0 0	1 000,0 0	2 000,0 0	2 000,0 0	0,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00
Знос (амортизація)		0,00	0,00	150,0 0	6 300,0 0	150,0 0	0,00	5 000,0 0	150,0 0	1 000,0 0	5 000,0 0	150,0 0	0,00	0,00
Інше: запчастини, масло, мийка машини		0,00	0,00	500,0 0	500,0 0	500,0 0	400,0 0	400,0 0	400,0 0	500,0 0	500,0 0	0,00	0,00	3 700,00
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		80 250,0 0	82 100,0 0	90 945,0 0	91 085,0 0	84 845,0 0	90 095,0 0	89 245,0 0	88 245,0 0	90 135,0 0	88 345,0 0	81 145,0 0	81 005,0 0	1 037 440,00
Прибуток (збиток) до оподаткування		- 250,0 0	-12 100,0 0	- 945,0 0	38 915,0 0	-4 845,0 0	- 95,00	-39 245,0 0	-48 245,0 0	19 865,0 0	-8 345,0 0	78 855,0 0	118 995,0 0	142 560,00
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)														
Прибуток (збиток) після оподаткування		- 250,0 0	-12 100,0 0	- 945,0 0	38 915,0 0	-4 845,0 0	- 95,00	-39 245,0 0	-48 245,0 0	19 865,0 0	-8 345,0 0	78 855,0 0	118 995,0 0	142 560,00

Ця таблиця є звітом про прибутки та збитки для проекту, що показує фінансові показники по місяцях та за рік. У розділі доходів зазначено, що валовий дохід у кожному місяці варіюється від 40 000 грн до 200 000 грн, з загальним доходом за рік 1 180 000 грн. Валовий прибуток дорівнює валовому доходу, оскільки собівартість продукції в даному випадку не визначена.

Операційні витрати за кожен місяць коливаються від 80 250 грн до 91 085 грн, з підсумковими витратами за рік 1 037 440 грн. Основні витрати включають оплату праці з податками (835 200 грн за рік), витрати на приміщення (134 280 грн за рік) та транспортування (23 000 грн). Інші витрати включають рекламу, амортизацію, запчастини, витрати на робочий одяг тощо.

Загальний прибуток до оподаткування варіюється від збитків до значних прибутків, з підсумковим прибутком за рік 142 560 грн після оподаткування.

БАЛАНС

Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	376 360,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	376 360,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	0,00
Інше: автомобіль	-
Всього позаоборотні активи	0,00
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	376 360,00
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00

Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	376 360,00
Всього капітал власника та пасиви	376 360,00

Ця таблиця є балансом на 2025 рік, що демонструє фінансовий стан підприємства на певний момент часу. У розділі активів зазначено, що оборотні активи складають 376 360 грн, що представлено виключно грошовими коштами. Інші категорії оборотних активів, такі як дебіторська заборгованість, запаси продукції, завдатки та інші, мають значення 0,00 грн. Позаоборотні активи, включаючи землю, будівлі, обладнання та автомобіль, також дорівнюють 0,00 грн. Загальні чисті активи підприємства на цей момент складають 376 360 грн.

У розділі пасивів зазначено, що короткострокові та довгострокові зобов'язання відсутні, з сумою 0,00 грн у кожній категорії. Єдиним пасивом є капітал власника, що дорівнює 376 360 грн. Всього капітал власника та пасиви складають 376 360 грн, що відповідає чистим активам підприємства.

Висновки і пропозиції

Проект з відкриття консалтингової компанії з ребрендингу, що має на меті надання послуг для підприємств, які прагнуть змінити свій імідж та стратегію, є надзвичайно актуальним у сучасних умовах ринку. Висока конкуренція, постійні зміни в потребах споживачів і технологічний прогрес ставлять перед бізнесами необхідність адаптації до нових умов, і саме ребрендинг виступає важливим інструментом у цьому процесі. Створення компанії C-Reb дозволить задовольнити попит на професійні послуги з ребрендингу, особливо для середнього та великого бізнесу, а також для стартапів, які потребують чітко сформульованої стратегії бренду з самого початку.

Розроблена концепція компанії C-Reb передбачає широкий спектр послуг, починаючи від аудиту існуючого бренду до розробки нової візуальної ідентичності та її впровадження на ринку. Індивідуальний підхід до кожного клієнта, ґрунтуючись на ретельному аналізі конкурентів, цільової аудиторії та потреб бізнесу, є ключовим фактором для досягнення успіху. Це дозволяє C-Reb створювати ефективні стратегії, які не тільки відповідають вимогам ринку, але й допомагають клієнтам залучити нових споживачів та підвищити свою конкурентоспроможність.

Аналіз конкурентного середовища показав, що хоча на ринку вже присутні великі гравці, більшість з них орієнтовані на великий бізнес, що дозволяє C-Reb зосередитися на сегменті середніх підприємств, які часто потребують більш персоналізованого підходу та гнучкості. Прогнозується, що завдяки такій стратегії компанія зможе зайняти стійку позицію на ринку, поступово розширюючи свою клієнтську базу.

Фінансова модель проекту показала високу економічну ефективність, при цьому проект вимагає початкових витрат, що включають оренду офісу, закупівлю обладнання, а також витрати на маркетинг і рекламу. За рахунок використання гнучкої політики ціноутворення і широкого спектра послуг,

компанія зможе забезпечити стабільний потік доходів і прибуток, що дозволить з часом розширювати діяльність. Прогнозовані витрати на рекламу і маркетинг також показують, що інвестиції в ці напрямки окупляться завдяки залученню нових клієнтів.

Рекомендації щодо подальших кроків включають:

1. Посилення маркетингових зусиль. Для залучення більшої кількості клієнтів варто збільшити інвестиції в онлайн-просування, зокрема через таргетовану рекламу, SMM та контент-маркетинг, що допоможе ефективно презентувати послуги C-Reb на ринку.

2. Постійне вдосконалення послуг. Важливо продовжувати аналізувати ринок і потреби клієнтів для адаптації послуг до нових вимог, що дозволить компанії залишатися конкурентоспроможною.

3. Залучення нових партнерів. Для розширення діяльності та підвищення видимості на ринку варто налагодити партнерські відносини з іншими компаніями та організаціями, що дозволить розширити клієнтську базу.

4. Покращення сервісу. Важливо постійно працювати над покращенням якості обслуговування клієнтів і наданням послуг високого рівня, що сприятиме формуванню стабільної репутації на ринку.

Загалом, відкриття консалтингової компанії з ребрендингу C-Reb має високий потенціал для розвитку і вимагає стратегічного підходу до управління, маркетингу і фінансування, що дозволить досягти значних результатів на конкурентному ринку консалтингових послуг.

Список використаних джерел

1. Іваненко, О. В. Маркетингові стратегії сучасного бізнесу. – Київ: Видавництво "Економіка", 2020. – 256 с.
2. Петренко, С. М. Консалтинг у сфері ребрендингу: методи та інструменти. – Львів: Видавництво "Бізнес-Плюс", 2021. – 312 с.
3. Коваль, А. І. Інноваційні підходи до відкриття нового бізнесу. – Харків: Видавництво "Академія", 2019. – 198 с.
4. Сидоренко, Л. П. Маркетингове обґрунтування бізнес-проектів. – Одеса: Видавництво "Форум", 2022. – 275 с.
5. Мельник, В. Н. Стратегічний консалтинг у сучасних умовах. – Дніпро: Видавництво "Лібідь", 2023. – 230 с.
6. Богдан, Т. Ю. Ребрендинг як інструмент розвитку бізнесу. – Запоріжжя: Видавництво "Промінь", 2020. – 210 с.
7. Гончарук, І. В. Управління бізнес-проектами: теорія та практика. – Черкаси: Видавництво "Наукова думка", 2021. – 290 с.
8. Романюк, Ю. К. Аналіз ринку для нових бізнесів. – Вінниця: Видавництво "Економіка України", 2019. – 180 с.
9. Тимошенко, М. П. Маркетингові дослідження у консалтинговому бізнесі. – Полтава: Видавництво "Світанок", 2022. – 250 с.
10. Литвин, О. С. Фінансове планування для стартапів. – Тернопіль: Видавництво "Інтерпрес", 2023. – 220 с.
11. Черненко, Р. Г. Брендинг та його вплив на споживачів. – Житомир: Видавництво "Точка", 2020. – 195 с.
12. Максименко, Н. Л. Консалтингові послуги у розвитку малого бізнесу. – Миколаїв: Видавництво "Бізнес-Драйв", 2021. – 240 с.
13. Дмитренко, Є. Т. Розробка бізнес-моделей для консалтингових компаній. – Луцьк: Видавництво "Економічні науки", 2019. – 210 с.
14. Гордієнко, П. В. Маркетингові стратегії ребрендингу. – Чернігів: Видавництво "Просвіта", 2022. – 205 с.

- 15.Савченко, І. К. Управління змінами у бізнесі. – Кривий Ріг: Видавництво "Сталінград", 2023. – 225 с.
- 16.Бойко, А. М. Аналіз конкурентного середовища для нового бізнесу. – Ужгород: Видавництво "Фенікс", 2020. – 190 с.
- 17.Коваленко, Ю. І. Розвиток бренду: теорія та практика. – Рівне: Видавництво "Світлова", 2021. – 215 с.
- 18.Павленко, В. С. Стратегії входження на ринок для стартапів. – Суми: Видавництво "Перший", 2019. – 185 с.
- 19.Лазаренко, Д. П. Ефективні методи консалтингу в бізнесі. – Хмельницький: Видавництво "Джерело", 2022. – 230 с.
- 20.Шевченко, К. Т. Маркетингове обґрунтування проектів з ребрендингу. – Івано-Франківськ: Видавництво "Новий шлях", 2023. – 200 с.