

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (фріланс-платформа для маркетологів) і його маркетингове обґрунтування

Студентки групи МАРК-41

Сапсай В.В.

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

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.....	5
I. Компанія та її послуги.....	5
II. Дослідження та аналіз ринку.....	7
III. Маркетинговий план.....	11
IV. Операційний план.....	14
V. Управлінська команда	18
VI. Фінансовий план.....	19
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЕКТУ.....	23
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	33

ВСТУП

В сучасному світі, в епоху перенасиченості контентом, коли усі підприємці та компанії змагаються за декілька секунд уваги споживачів, надзвичайно важливо правильно та якісно просувати свої товари. Грамотна маркетингова стратегія є невід'ємною частиною для успішного запуску нового бізнесу та підтримки, функціонування та просування вже існуючих підприємств. Кількість компаній, які потребують якісних маркетингових послуг надзвичайно велика. Також є значна кількість маркетингових спеціалістів, які спеціалізуються на певних нішах, послугах та мають успішні кейси в різноманітних галузях.

Проект зі створення фріланс-платформи для маркетологів є надзвичайно актуальним та доцільним, адже він допоможе, як маркетологам, так і бізнесам, які потребують їх послуг. Ринок перенасичений низькокваліфікованими спеціалістами, через що бізнесам важко обрати для себе підходящого кандидата, адже на одну опубліковану вакансію вони отримують безліч нецільових заявок.

Мета проекту полягає у розробці проекту рішення щодо відкриття фріланс-платформи для маркетологів, а також у комплексному аналізі та дослідженні ринку маркетингових послуг зокрема в Україні. Даний стартап має на меті забезпечити спеціалістів-маркетологів та бізнеси зручною платформою, яка розширить можливості щодо співпраць та забезпечить зручну комунікацію та пошук спеціалістів та проектів потрібної сфери.

Завданнями дослідження є:

1. Дослідити теоретичні аспекти маркетингу;
2. Дізнатись більше про структуру ринку маркетингових послуг в Україні;
3. Проаналізувати сучасні тенденції та проблеми ринку рекламних послуг в Україні;

4. Розробити стратегію для створення та просування нового виду бізнесу - фріланс-платформи для маркетологів.

Для аналізу поточної ситуації на ринку маркетингових послуг, а також актуальності проекту зі створення фріланс-платформи для маркетологів було застосовано комплекс різноманітних методів дослідження, кожен з яких допоміг краще зануритись в тему та ефективніше провести дослідження. А саме було використано наступні методи емпіричного та теоретичного досліджень: спостереження та порівняння. Також було опрацьовано та проведено детальний аналіз ринку на основі статей, наукових праць та книг. Емпіричну базу складають зібрані статистичні дані, які стосуються стану ринку маркетингових послуг в Україні, приклади співпраць та наукові праці та статті, що стосуються даної теми.

Розділ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ

I. Компанія та її послуги

A. КОМПАНІЯ

Планується, що організатор цього бізнесу буде відповідати за налагодження зв'язків між потенційними клієнтами: маркетологами та бізнесами, що зацікавлені в маркетингових послугах та знаходяться в пошуку підходящого спеціаліста.

Для вдалого функціонування даного проекту в першу чергу необхідно розробити якісний та багатофункціональний сайт, за допомогою якого і буде відбуватись основна діяльність компанії. Створений сайт буде виступати онлайн платформою, де користувачі – потенційні клієнти зможуть розміщувати свої резюме та оголошення. Якщо брати до уваги сегмент потенційних клієнтів, а саме спеціалістів маркетологів чи маркетингових агенцій, які шукають собі нових клієнтів, то для них буде розроблена можливість розміщувати свої резюме. На сайті буде створена форма з рядом обов'язкових віконць, які необхідно буде заповнити. Резюме будуть оформлені у вигляді анкет, де спеціалісти зможуть вказувати необхідну інформацію. Основними пунктами будуть:

- 1) Прізвище, ім'я, по-батькові маркетолога або назва агенції;
- 2) Стаж роботи в даній сфері;
- 3) Опис досвіду, успішні кейси та співпраці;
- 4) Портфоліо з роботами;
- 5) Галузі, які в пріоритеті;
- 6) Творчі проекти, які цікаво було б реалізувати;
- 7) Напрямок у якому працює спеціаліст маркетолог чи агенція;
- 8) Перелік послуг, які надає спеціаліст чи агенція;
- 9) Умови співпраці.

Для іншого сегмента, а саме власників бізнесів, які потребують маркетингових послуг буде розроблена можливість розміщувати свої оголошення та вакансії, де вони також заповнятимуть анкету та вказуватимуть детальну інформацію про пропозицію, а також про власний бізнес.

Діяльність компанії буде здійснюватися здебільшого онлайн, проте офіс розташовуватиметься у місті Тернопіль. Для зручної діяльності буде орендуватись простір у коворкінгу, який розрахований до 8 людей і знаходиться у бізнес-центрі у місті Тернопіль.

На платформі окрім резюме та вакансій можна буде розміщувати також оголошення і пропозиції на які буде попит на ринку. Також в подальшому по можливості функціонал сайту буде розширюватись, будуть також додаватись додаткові послуги, наприклад юридична допомога з укладанням договору між бізнесом і маркетологом.

Працівники фріланс-платформи будуть займатися пошуком маркетологів, маркетингових агенцій та бізнесів, які потребують послуг з просування.

Б. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ

Компанія буде надавати наступні послуги:

- 1) Можливість розміщення власного резюме для маркетологів та маркетингових агенцій;
- 2) Можливість розміщення вакансії для бізнесів, які потребують маркетингових послуг;
- 3) Можливість для маркетологів вести блоги;

В подальшому планується додати наступні послуги:

- 1) Юридична допомога з оформленням документів та договорів;
- 2) Окремий розділ з проектами до яких можна буде долучатись.

II. Дослідження та аналіз ринку

A. КЛІЄНТИ

Послугами компанії будуть користуватись різні спеціалісти з сфери маркетингу. Це можуть бути таргетологи, SMM-спеціалісти, контент-менеджери, дизайнери, SEO-спеціалісти, діджитал маркетологи, копірайтери, монтажери, PR-менеджери, маркетологи-початківці, студенти маркетингових спеціальностей, фрілансери та інші дотичні професії. Також свої оголошення будуть розміщувати маркетингові агенції, які можуть шукати, як цікаві проекти та клієнтів для подальшого ведення, так і знаходити необхідних спеціалістів до себе в команду.

Іншим сегментом клієнтів будуть бізнеси та власники бізнесів, яким потрібне просування їх продукції або ж окремі маркетингові послуги. Завдяки зручності онлайн платформи вони зможуть фільтрувати кандидатів за потрібними навичками, нішами чи напрямками співпраці. Вони будуть мати змогу одразу ознайомитись з резюме кандидатів, їх досвідом та пріоритетними нішами. Також платформа надасть можливість швидко, зручно та на пряму сконтактувати з підходящими кандидатами.

B. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

Дедалі більше компаній починають розуміти важливість якісного маркетингу та звертаються до спеціалістів не лише за просуванням їх продукції, а й для побудови іміджу і довгострокової лояльності. Найбільші зміни можна помітити у стратегіях малого та середнього бізнесу, адже вони почали значно активніше інвестувати в рекламні та маркетингові послуги для того, щоб підвищити свою конкурентоспроможність.

За останні декілька років ринок маркетингових послуг в Україні показував стабільне зростання. Винятком є 2022 рік, коли через трагічні події, а саме початок повномасштабного вторгнення Росії в Україну, вся країна постраждала, в тому

числі і економіка та ринок послуг. Проте зараз компаніям вдалось дещо пристосуватись до теперішніх умов і спостерігається позитивна динаміка (Рис.1.1). «Після падіння ринку реклами платного пошуку на 30% у 2022 році, ринок стрімко відновлюється. У 2023 році він продемонстрував зростання на 25% [1]».

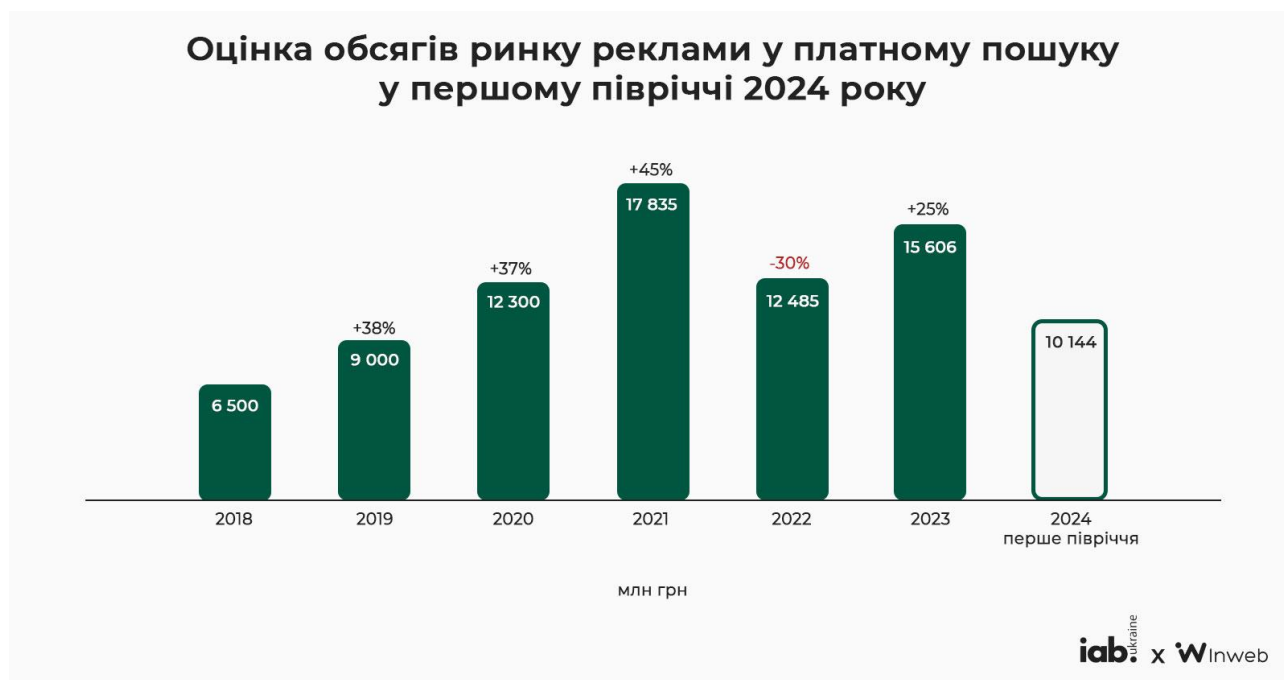


Рис.1.1 Оцінка обсягів ринку реклами у платному пошуку у першому півріччі 2024 року Джерело: [1]

«Реклама в Україні залишається важливим фактором при просуванні товарів та компаній в різних ринкових нішах. Проте, під впливом зовнішніх факторів, та змін на світовому ринку, з'являються все нові виклики для маркетингової сфери [2]». Різноманітні макроекономічні та політичні чинники значно впливають на ринок та змінюють його. Наразі можна спостерігати стрімке зростання сфери діджитал-маркетингу, тоді як телебачення, радіо та друковані видання поступово відходять на другий план [2]. Враховуючи нестабільну ситуацію в країні інтернет маркетинг є надзвичайно актуальним, адже він дозволяє бізнесам і маркетологам

працювати дистанційно, а також показувати рекламу та вести комунікацію онлайн, де можна за меншою ціною розповісти про свій бренд більшій кількості людей.

Найбільш стрімкий ріст зараз демонструє напрямок SEO-оптимізації. Тобто такі послуги та спеціалісти будуть більш затребувані в подальші роки (Рис.1.2).

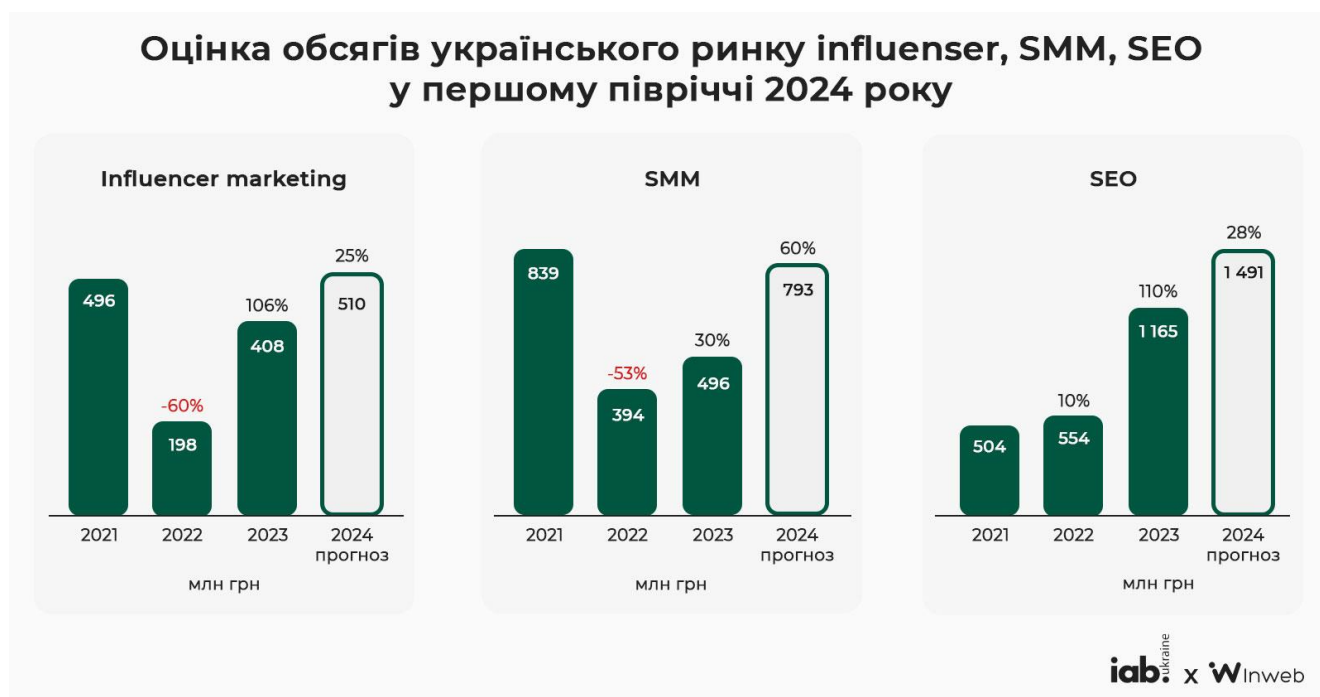


Рис.1.2 Оцінка обсягів ринку influencer, SMM, SEO у першому півріччі 2024 року Джерело: [1]

В свою чергу ринок SMM та Influencer маркетингу відновлюються до попередніх показників. Український ринок маркетингових послуг розвивається разом з світовими та глобальними тенденціями. Одними з головних тенденцій є персоналізація в маркетингу, а також інтеграція штучного інтелекту та автоматизація багатьох процесів, тож на ринку зростає потреба в спеціалістах з цих напрямків.

Попит на досвідчених маркетологів перевищує їхню пропозицію, особливо у сфері цифрових технологій. Є велика кількість запитів на спеціалістів з SEO, SMM, контент-маркетингу, аналітики даних, проте висококваліфікованих кандидатів не вистачає. Дефіцит кадрів особливо помітний серед середнього та малого бізнесу, які не завжди можуть конкурувати із заробітними платами великих компаній [3].

Зважаючи на ситуацію на ринку, багато компаній переходять на гібридні моделі співпраці. Вони комбінують роботу штатних маркетологів із залученням зовнішніх агентств чи фрілансерів. Це дозволяє бізнесам зберігати контроль над стратегією і отримувати високоякісні послуги без потреби у великому штаті маркетологів. «Робота в маркетингу дає можливість працювати дистанційно. Зокрема, у 27% вакансій шукачам пропонують віддалену співпрацю [4]».

В. КОНКУРЕНЦІЯ

Конкуренція на ринку є доволі високою. Ринок перенасичений дрібними маркетинговими агенціями та спеціалістами, що ускладнює пошук клієнтів. Через значну конкуренцію агентства змушені постійно використовувати нові підходи. Незважаючи на високий попит, на ринку маркетингу все ще відчувається брак саме кваліфікованих спеціалістів. Особливо це помітно у вузьких сферах, таких як data-аналітика чи performance-маркетинг [3].

Серед величезної кількості не завжди кваліфікованих кандидатів бізнесам важко знайти підходящого кандидата, а маркетологам важко виділитись серед безлічі резюме та знайти цікавий та високооплачуваний проект [4].

Основними конкурентами компанії фріланс-платформи для маркетологів є популярні сервіси з пошуку роботи такі як Work.ua, robota.ua, а також LinkedIn. На цих платформах на одну вакансію у сфері маркетингу подається величезна кількість заявок, проте більшість з них є нецільовими і не відповідають потребі.

Також розміщені вакансії губляться серед великої кількості оголошень ззовсім інших сфер.

Г. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Загалом, оскільки ринок є доволі насиченим, для початку частка ринку, яку ми плануємо обіймати знаходиться в межах 2-5%. Це розраховується, виходячи із частки успішних співпраць між маркетологами та бізнесами.

III. Маркетинговий план

А. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Ключовими моментами в побудові маркетингової стратегії буде демонстрація переваг, зручний інтерфейс, можливість долучитись до цікавих проектів. Оскільки тенденції ринку демонструють значне збільшення діджиталізації, то і основним напрямком просування фріланс-платформи буде теж саме онлайн напрямом [1].

Важливо подбати про репутацію платформи, побудувати потужний бренд та акцентувати на надійності платформи. Також необхідно побудувати лояльну спільноту для компанії.

Початкові промоційні зусилля будуть спрямовані на пошук платоспроможних бізнесів, які потребують якісних рекламних послуг та готові платно розміщувати свої оголошення. А також на спеціалістів маркетологів, які щойно завершили професійне навчання або зараз знаходяться в пошуку нових проектів.

Основними елементами просування будуть таргетована та контекстна реклами, які будуть вузько налаштовані саме на необхідну нам аудиторію та буде відповідати її запитам. На відміну від інших видів реклами, контекстна реклама характеризується швидким залученням нових унікальних відвідувачів на ваш сайт, широким охопленням і можливістю показу реклами обраній аудиторії [5].

Б. ЦІНОУТВОРЕННЯ

Процес ціноутворення є надзвичайно важливим для формування успішної бізнес-стратегії. На початковому етапі важливо створити конкурентоспроможну цінову пропозицію, щоб залучити якомога більшу кількість користувачів. На старті своєї діяльності на послуги будуть встановлені ціни, що дещо нижчі за ринкові ціни на схожі послуги. В перші два місяці своєї діяльності ціни на послуги будуть нижчими, ніж у подальші місяці. Також буде надаватись безкоштовний пробний період для бізнесів.

Ціни на основні послуги будуть наступними:

- 1) Можливість розміщення власного резюме для маркетологів - 500 грн/міс.
- 2) Можливість розміщення власної пропозиції маркетингових агенцій – 1200 грн/міс.
- 3) Можливість розміщення 1-10 вакансій для бізнесів, які потребують маркетингових послуг 2000 грн/міс.
- 4) Можливість для бізнесу розмістити пропозицію щодо одиначної послуги чи специфічної співпраці - 800 грн/міс.

В. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

На початку витрати будуть перевищувати заробітки компанії, адже необхідно підвищити впізнаваність та побудувати потужний бренд. Для функціонування онлайн-платформи немає потреби у великих обсягах певних ресурсів, тож необхідно зосередитися на швидкому виведенні продукту на ринок і залученні перших клієнтів. Необхідно розробити мінімально життєздатний продукт (MVP), при розробці якого сконцентруватися на основних функціональних можливостях платформи: реєстрація фрілансерів і клієнтів, розміщення проектів, система оплати.

Важливим етапом буде створення та грамотне ведення та комунікація в соціальних мережах, що допоможе побудувати міцне ком'юніті та закріпитись, як надійна платформа для пошуку цікавих проектів.

Після залучення перших клієнтів і отримання відгуків задля розширення компанії можна приступати до розширення функціоналу платформи, залучення нових категорій користувачів, додавання нових функцій та фішок, виходити на нові ринки.

Надзвичайно важливо на кожному етапі проводити моніторингову діяльність та досліджувати, які результати приносять ті чи інші дії та нововведення. Необхідно спостерігати за тим, які послуги приносять найбільший дохід, а які з часом стають неактуальними та модифікувати їх чи замінити на щось інше.

Г. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

На початку функціонування фріланс-платформи потрібно проінформувати як можна більшу кількість потенційних клієнтів. Для успішного виходу на ринок необхідно акцентувати на унікальній торговій пропозиції (УТП) та перевагах платформи. До них відноситься зручний підбір фахівців, зручний функціонал для віддаленого управління проектами, можливість розміщувати та читати відгуки, зрозумілий інтерфейс та можливість швидко відповідати на розміщені оголошення. Платформу варто позиціонувати, як інноваційний та зручний майданчик з зручними інструментами для клієнтів.

Одним із основних рекламних інструментів для початку буде запуск рекламних кампаній у соціальних мережах. Через платформу Meta Ads необхідно запуснути таргетовану рекламу за інтересами та ключовими словами такими, як: маркетинг, бізнес, просування бізнесу, фріланс, реклама, просування. Дана реклама буде показуватись у Facebook та Instagram. Ціллю цих кампаній буде інформування про компанію та залучення перших користувачів нашого сайту. Також варто було

б запуснути рекламу у LinkedIn Ads з акцентом на переваги використання саме нашої платформи.

Для підвищення лояльності та залучення вже «теплої» аудиторії буде також використовуватись інфлюенсер-маркетинг. Він буде здійснюватись через співпрацю з блогерами у сфері бізнесу, маркетингу, стартапів, які можуть розповісти підписникам про можливості платформи.

Щоб підвищити позиції сайту-платформи в результатах пошукових систем та забезпечити видимість платформи для тих, хто шукає вакансії чи цікаві проекти буде також запускатись реклама Google Ads, а саме банерна реклама в Google та реклама в результатах пошуку за необхідними ключовими словами [6].

Для кращого залучення, буде розроблена програма, яка заохочує маркетологів і бізнеси запрошувати нових користувачів на платформу, за що будуть пропонуватись бонуси або знижки за успішне залучення клієнтів або виконавців.

В подальшому планується заключити контракти про співпрацю з школами, які навчають професіям у сферах маркетингу та запропонувати випускниками курсів особливі умови. До прикладу знижки чи особливу ціну на розміщення свого резюме на платформі. Учні таких шкіл є цільовою аудиторією платформи, вони зацікавлені спробувати себе в сфері маркетингу та їм важко конкурувати з вже досвідченими спеціалістами на звичайних сайтах з пошуку роботи.

IV. Операційний план

A. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ

Компанія буде здійснювати свою діяльність по всій території України, адже сама платформа представлена у вигляді сайту та акцент саме на онлайн співпраці та дистанційну роботу. Заплановане місце розташування офісу – коворкінг у бізнес-центрі, що знаходиться в місті Тернопіль.

Б. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ.

У орендованому просторі в коворкінгу не потрібно проводити жодних перебудов чи добудов приміщення, адже вибраний бізнес-центр уже надає усі необхідні для праці умови.

Для успішної роботи необхідно забезпечити персонал технікою, а саме потужними комп'ютерами та ноутбуками. Також потрібно врахувати витрати на підписки на ліцензійне програмне забезпечення, необхідне для проведення діяльності.

В. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Підготовка до початку успішної діяльності потребує ретельного аналізу та ряд підготовчих операцій. Конкуренція на ринку маркетингових послуг є доволі високою, тож для успіху нової платформи критично важливо розуміти, що потрібно користувачам і як виділитися серед конкурентів. Глибокий аналіз дозволить розробити унікальну ціннісну пропозицію (УЦП) та визначити рентабельну нішу. Для формування послуг, якими можна скористатись на платформі необхідно провести огляд успішних фріланс-платформ, таких як Upwork чи Freelance.ua, щоб визначити сильні та слабкі сторони, розробити цінову політику та узгодити необхідні особливості функціоналу.

Унікальною торговою пропозицією платформи буде зручність використання, якісний підбір підходящих спеціалістів, вбудована система комунікації та функціонал для управління проектами.

Ключовими функціями для бізнесів будуть:

- 1) Публікація проектів і вакансій, зрозумілий інтерфейс для створення оголошень, можливість додавати детальні описи, вимоги, додаткові коментарі.

- 2) Система фільтрів і пошуку за спеціалізацією, до прикладу щоб відображало лише необхідних SEO, SMM, PPC, контент-маркетологів чи інших необхідних, фільтр за рівнем досвіду, бюджету тощо.
- 3) Перегляд профілів і рейтингів, можливість залишати та читати відгуки про фрілансерів, можливість переглядати детальне портфоліо.

Ключовими функціями для маркетологів та агенцій будуть:

- 1) Створення профілю та резюме, можливість додати портфоліо, пріоритетні навички, сертифікати, посилання на кейси.
- 2) Оповіщення про нові вакансії, повідомлення про проекти, які відповідають їхньому досвіду і сфері інтересів.
- 3) Відгуки і рейтингова система, можливість отримувати відгуки після виконаних завдань.

Важливо інтегрувати в платформу зручні способи оплати, такі як використання електронних гаманців, оплата картою чи оплата через банківські додатки та убезпечити кошти клієнтів.

Для забезпечення якості співпраці та покращення досвіду користувача платформи необхідно впровадити наступні функції:

- 1) Система комунікації в реальному часі, яка реалізована, як чат для переговорів між замовником і виконавцем, вбудовані форми для погодження обсягів роботи, бюджету і термінів.
- 2) Інструменти для управління проєктами, такі, як розподіл проєктів на етапи, встановлення дедлайнів і можливість контролювати прогрес.
- 3) Інтеграція календаря для відстеження задач.

В подальшому для зростання платформи та відповідно збільшення прибутку потрібно буде впроваджувати нові функції на сайт та постійно розширювати перелік послуг, якими зможуть користуватись клієнти. Постійний розвиток допоможе платформі краще адаптуватися до нових викликів ринку, залишатися

актуальною, задовольняти потреби користувачів, на які існує найбільший попит і підвищувати її конкурентоспроможність. Такі функції, як до прикладу інструменти аналітики чи сертифікації допоможуть залучити нові бізнеси та кваліфікованих маркетологів.

Також в подальшому планується інтеграція платформи для мобільних пристроїв, адже в теперішніх реаліях більшість трафіку на сайти приходить саме з мобільних пристроїв, адже це зручно, вони завжди при собі та дозволяють знайти та перевірити інформацію знаходячись у будь-якій точці. Мобільний додаток дозволить охопити більшу кількість активних користувачів, які можуть працювати на ходу, підвищуючи конверсію та залучення.

Г. РОБОЧА СИЛА

На початку функціонування фріланс-платформи компанія буде мати змогу утримувати невелику команду. Для ефективного запуску та подальшої діяльності платформи з невеликою командою, важливо мати спеціалістів, здатних виконувати багатофункціональні ролі. Усі спеціалісти повинні бути кваліфікованими та вмотивованими, мати ґрунтовні знання у своїй сфері та загальне поняття про те, як повинен функціонувати бізнес загалом.

В першу чергу в команду потрібен штатний Full-End розробник, який має певний досвід у схожих проектах, а також необхідні навички для реалізації та подальшої підтримки функціонування сайту, який і буде основою всієї роботи компанії. Також необхідний менеджер по роботі з клієнтами, який буде відповідати за залучення нових користувачів, підтримку та комунікацію з клієнтами, допомагати з реєстрацією на платформі, збирати зворотній зв'язок та вирішувати проблемні ситуації з клієнтами. Для вдалої роботи буде залучатись позаштатний веб-дизайнер, який також має навички UX та UI дизайну. Хороший користувацький досвід є важливою частиною успіху платформи, тому професіонал у UI/UX

гарантує зручність, привабливий дизайн та зниження показників відмов користувачів [7]. Також в команді потрібен позаштатний спеціаліст-маркетолог, який буде займатись SMM, створенням контенту та відповідати за Influencer маркетинг.

V. Управлінська команда

A. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ

Засновник та CEO підприємства відповідає за загальне управління стартапом, тому повинен концентруватися на стратегії та забезпеченні стабільності, а також комунікації з потенційними інвесторами. Власник бере на себе обов'язки проектного менеджера, тобто координує роботу команди та контролює всі етапи. А також обов'язки операційного менеджера, ведення всієї документації та управління адміністративними процесами.

Важливим співробітником також буде технічний директор. Його обов'язками будуть: вибір технологій для розробки платформи, керування процесом розробки, управління технічною підтримкою, забезпечення безпеки платформи, оптимізація продукту та його функцій. Також на його відповідальності буде впровадження нового функціоналу для сайту та впровадження технологічних рішень.

В компанії також буде працювати маркетолог, який буде займатись розробкою та реалізацією стратегії просування платформи. Він також буде займатись запуском рекламних кампаній, виконувати SEO-оптимізацію, відповідати за PR та залучати клієнтів.

B. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

Заробітна плата засновника підприємства буде збільшуватись по мірі надходження коштів від продажу послуг, а також від складності та об'єму роботи,

яка є в його обов'язках. На початкових етапах заробітна плата буде доволі середньою, проте конкурентною в межах Тернопільської області. Для початку увесь персонал буде мати фіксовану ставку, проте в подальшому, коли підприємство вийде на певний стабільний рівень доходу та буде збільшувати обсяг продажів своїх послуг, у компанії з'явиться можливість збільшити розмір ставки та нараховувати відсотки за певні результати, які будуть залежати від сфери в якій працює працівник. Заробітна плата технічного директора та Full-End розробника буде становити 35000 грн на місяць. Заробітна плата маркетолога буде становити 25000 грн. З SMM-менеджером буде укладено окремий договір, тобто він буде позаштатним працівником та буде отримувати 15000 гривень. Менеджер по роботі з клієнтами буде отримувати 15000 гривень на місяць. Оплата дизайнеру за розробку дизайну сайту – 9500 гривень.

VI. Фінансовий план

A. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ

Для початку функціонування бізнесу буде використано декілька напрямів фінансування.

- 1) Грошовий внесок власника у розмірі 80000 гривень;
- 2) Позики: у родичів – 3000 грн, а також інші позикові кошти – 9000 грн;
- 3) Грантові кошти у розмірі 50000 гривень.

Дані кошти розподілені на оплату наступних потреб:

- Початкові витрати на розробку сайту – 25000 грн;
- Придбання необхідного обладнання. Придбано стаціонарний комп'ютер, ноутбук ASUS, ноутбук Lenovo, навушники, комп'ютерна мишка, гарнітура – усе це разом вартістю 98000 гривень;
- Витрати на дизайн сайту – 9000 грн;
- Установка обладнання – 2000 грн;

- Витрати на розміщення сайту, покупка необхідного домену – 3000 грн;
- Обігові кошти на операційні витрати – 500 грн;
- Реєстрація, ліцензії дозволи – 102 гривні.

З усіх джерел фінансування сума складає 182000 гривні. Разом сума витрат складає 139 852 гривень. Початковий баланс грошових коштів – 44398 гривні.

Б. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Оскільки підприємство здебільшого функціонує онлайн та має змогу одразу надавати послуги для широкої аудиторії, а собівартість кожної послуги є доволі низькою, підприємство одразу з початку свого функціонування може отримувати прибуток. Перший місяць буде найменш прибутковим, адже про платформу знає невелика кількість потенційних користувачів, витрати зокрема на рекламу є високими, інші статті витрат першого місяця роботи також є вищими ніж в наступні місяці. Вже за перший місяць роботи підприємство може отримати 24 786,67 гривень прибутку до оподаткування. Оборот коштів за рік становить 5 104 783 гривень.

При вмілому використанні вільних грошових коштів, прибуток наступного року можна збільшити, якщо інвестувати в покращення онлайн-платформи, залучати інфлюенсерів, укласти договір з школою маркетингу.

В. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ

Завдяки сучасним тенденціям ринку, його глобалізації, високому попиту на маркетингові послуги, а також можливості надавати послуги онлайн в будь-якій точці України підприємство може одразу працювати, отримуючи прибуток. Найбільш витратними будуть перший та другий місяці роботи, адже вони потребують більших інвестицій, зокрема на рекламу. Також для того, щоб

заохотити більшу кількість людей користуватись платформою ціни на послуги в січні та лютому є нижчими ніж в усі подальші місяці.

На прибуток компанії впливає велика конкуренція в онлайн просторі, через що потрібні доволі великі витрати на рекламу та просування щомісяця.

З урахуванням податків підприємство буде отримувати наступні прибутки по місяцях:

Січень – 19 829,33 грн;

Лютий – 170 513,33 грн;

Березень – 356 737,33 грн;

Квітень – 257 521,33 грн;

Травень – 357 601,33 грн;

Червень – 363 497,33 грн;

Липень – 402 297,33 грн;

Серпень – 365 617,33 грн;

Вересень – 372 953,33 грн;

Жовтень – 460 497,33 грн;

Листопад – 441 185,33 грн;

Грудень - 471 577,33 грн.

За рік прибуток після оподаткування становитиме 4 039 828 гривень.

На кінець року оборотні активи у вигляді грошових коштів становитимуть 5104783 грн, позаоборотні активи - 114833,33 грн, з них обладнання, врахуючи знос - 89833,33 гривень. Всього капітал власника і пасиви складуть 5 219616,33 гривень.

Г. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Точку беззбитковості визначаємо поетапно:

- 1) Визначаємо загальну вартість продаж: 7 448 650 грн;
- 2) Валова собівартість надання послуг становить 88 815 гривень;
- 3) Величина валового прибутку становить 7 359 835 гривень;
- 4) Відсоток валового прибутку 98,81%
- 5) Всього поточних видатків 5 049 785 гривень;
- 6) Точка беззбитковості: $5049785/0,98 = 5152841$.

$$\text{Точка беззбитковості} = \frac{\text{Всього поточних видатків}}{\text{Відсоток валового прибутку}}$$

Для того щоб отримувати постійно дохід, потрібно заробляти 5152841 грн на рік.

Розділ 2. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЕКТУ

1	Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
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	Події													
5	Свята													
6	Особливі (визначні) дні													
7	Події місцевого значення													
8	Сезонні події													
9	Методи (канали) просування													
10	Таргетована реклама (SMA)	12 000,00	8 000,00	5 000,00	5 000,00	4 000,00	10 000,00	5 000,00	5 000,00	3 000,00	5 000,00	4 000,00	3 000,00	69 000,00
11	PPC	7 000,00	5 000,00	4 000,00	2 000,00	4 000,00	0,00	5 000,00	2 000,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	31 000,00
12	SEO	4 000,00	6 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	2 000,00	1 700,00	4 000,00	1 000,00	5 000,00	4 000,00	2 000,00	41 700,00
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	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	192 000,00
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	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
18	Робота з блогерами	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
19	Візитні картки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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	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
22	Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
23	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
24	Всього витрати	39 000,00	35 000,00	29 000,00	27 000,00	28 000,00	28 000,00	27 700,00	27 000,00	22 000,00	26 000,00	24 000,00	21 000,00	333 700,00
25														
26														

Рис. 2.1. Календар та бюджет на рекламу

1	Витрати на приміщення (будівлю)													
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 офісу	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	108 000,00
5	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
6	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
7	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
8	Електрика	140,00	200,00	200,00	140,00	100,00	100,00	100,00	100,00	140,00	200,00	300,00	300,00	2 020,00
9	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
10	Водопостачання/ каналізація	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
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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Інше: охорона офісного приміщення	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5 400,00
14	Всього витрати	9 590,00	9 650,00	9 650,00	9 590,00	9 550,00	9 550,00	9 550,00	9 550,00	9 590,00	9 650,00	9 750,00	9 750,00	115 420,00
15														
16														

Рис. 2.2. Витрати на приміщення

1	Прогноз продаж													
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	Товар/ Послуга Категорія №1 Розміщення власного резюме для спеціалістів в сфері маркетингу													
5	Продано одиниць	120,00	320,00	490,00	600,00	710,00	690,00	675,00	700,00	720,00	735,00	710,00	750,00	7 220,00
6	Ціна за 1	450,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
7	Сума продажу	54 000,00	160 000,00	245 000,00	300 000,00	355 000,00	345 000,00	337 500,00	350 000,00	360 000,00	367 500,00	355 000,00	375 000,00	3 610 000,00
8	Товар/ Послуга Категорія №2 Розміщення власної пропозиції маркетингових агенцій													
9	Продано одиниць	17,00	26,00	30,00	32,00	32,00	35,00	40,00	40,00	39,00	45,00	46,00	46,00	428,00
10	Ціна за 1	1 000,00	1 000,00	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
11	Сума продажу	17 000,00	26 000,00	36 000,00	38 400,00	38 400,00	42 000,00	48 000,00	48 000,00	46 800,00	54 000,00	55 200,00	55 200,00	513 600,00
12	Товар/ Послуга Категорія №3 Можливість розміщення 1-10 вакансій для бізнесів, які потребують маркетингових послуг													
13	Продано одиниць	75,00	100,00	170,00	70,00	100,00	110,00	130,00	99,00	100,00	140,00	132,00	145,00	1 371,00
14	Ціна за 1	1 800,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00
15	Сума продажу	135 000,00	200 000,00	340 000,00	140 000,00	200 000,00	220 000,00	260 000,00	198 000,00	200 000,00	280 000,00	264 000,00	290 000,00	2 742 000,00
16	Товар/ Послуга Категорія №4 Можливість для бізнесу розмістити пропозицію щодо одиначної послуги чи специфічної співпраці													
17	Продано одиниць	35,00	43,00	36,00	55,00	70,00	62,00	74,00	78,00	70,00	82,00	88,00	75,00	768,00
18	Ціна за 1	750,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
19	Сума продажу	26 250,00	34 400,00	28 800,00	44 000,00	56 000,00	49 600,00	59 200,00	62 400,00	56 000,00	65 600,00	70 400,00	60 000,00	614 400,00
20	Разом усіх товарів	232 250,00	420 400,00	649 800,00	522 400,00	649 400,00	656 600,00	704 700,00	658 400,00	662 800,00	767 100,00	744 600,00	780 200,00	7 448 650,00
21														
22														

Рис.2.3. Прогноз продаж

1	Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг													
2														
3	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
4	Категорія 1: Розміщення власного резюме для спеціалістів в сфері	120,00	320,00	490,00	600,00	710,00	690,00	675,00	700,00	720,00	735,00	710,00	750,00	7 220,00
5	Витрати на одиницю товару:													
6	Факс	10,00	15,00	15,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	140,00
7	Друк необхідних матеріалів	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	Витратні матеріали													
9	Пакувальні матеріали (тара)													
10	Інше													
11	Всього витрати на один. товару	10,00	15,00	15,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	140,00
12	Категорія 1: Всього Витрати	1 200,00	4 800,00	7 350,00	6 000,00	7 100,00	6 900,00	6 750,00	7 000,00	7 200,00	7 350,00	10 650,00	11 250,00	83 550,00
13	Категорія 2: Продано один. товару	17,00	28,00	30,00	32,00	32,00	35,00	40,00	40,00	39,00	45,00	48,00	48,00	428,00
14	Витрати на одиницю товару:													
15	Друк необхідних матеріалів	15,00	15,00	15,00	15,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	150,00
16	Матеріали/ комплектуючі													
17	Витратні матеріали													
18	Пакувальні матеріали (тара)													
19	Інше													
20	Всього витрати на один. товару	15,00	15,00	15,00	15,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	150,00
21	Категорія 2: Всього Витрати	255,00	390,00	450,00	480,00	320,00	350,00	400,00	400,00	390,00	450,00	690,00	690,00	5 265,00
22	Категорія 3: Продано один. товару													
23	Витрати на одиницю товару:													
24	Прямі витрати на оплату праці													
25	Матеріали/ комплектуючі													
26	Витратні матеріали													
27	Пакувальні матеріали (тара)													
28	Інше													
29	Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
30	Категорія 3: Всього Витрати	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
31	Категорія 4: Продано один. товару													
32	Витрати на одиницю товару:													
33	Прямі витрати на оплату праці													
34	Матеріали/ комплектуючі													
35	Витратні матеріали													
36	Пакувальні матеріали (тара)													
37	Інше													
38	Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
39	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
40	ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	1 455,00	5 190,00	7 800,00	6 480,00	7 420,00	7 250,00	7 150,00	7 400,00	7 590,00	7 800,00	11 340,00	11 940,00	88 815,00
41														

Рис. 2.4. Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) – надання послуг

1	Витрати на оплату праці													
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	Посада (позиція)													
5	Full-End розробник	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	420 000,00
6	Технічний директор	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	420 000,00
7	Менеджер по роботі з клієнтами	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	180 000,00
8	Маркетолог	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	300 000,00
9	ПДФО (18%)	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	19 800,00	237 600,00
10	ВЗ (1,5%)	1 650,00	1 650,00	1 650,00	1 650,00	1 650,00	1 650,00	1 650,00	1 650,00	1 650,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	18 000,00
11	ЄСВ (22%)	24 200,00	24 200,00	24 200,00	24 200,00	24 200,00	24 200,00	24 200,00	24 200,00	24 200,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	264 000,00
12	Всього витрати	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	146 250,00	146 250,00	146 250,00	1 839 600,00
13														
14														
15														
16														
17														

Рис. 2.5. Витрати на оплату праці

1	Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
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	Витрати на приміщення	9 590,00	9 650,00	9 650,00	9 590,00	9 550,00	9 550,00	9 550,00	9 550,00	9 590,00	9 650,00	9 750,00	9 750,00	115 420,00
5	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
6	Плата за використання телефону	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
7	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
8	Реклама/ промо-акції	39 000,00	35 000,00	29 000,00	27 000,00	28 000,00	28 000,00	27 700,00	27 000,00	22 000,00	26 000,00	24 000,00	21 000,00	333 700,00
9	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
10	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
11	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
12	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
13	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
14	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
15	Знос (амортизація)	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	19 600,00
16	Інше: запчастини, 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
17	Всього витрати	50 358,33	46 418,33	40 428,33	38 368,33	39 328,33	39 328,33	39 028,33	38 328,33	33 368,33	37 428,33	35 528,33	32 528,33	470 440,00
18														
19														
20														

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

1	Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
2					
3	Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
4	Ноутбук ASUS	27 000,00	5 січня 2025 року	60,00	450,00
5	ПК	49 000,00	6 січня 2025 року	60,00	816,67
6	Ноутбук Lenovo	22 000,00	7 січня 2025 року	60,00	366,67
7					
8					
9					
10					
11					
12	Загальна вартість капітального обладнання	98 000,00		Всього місячна амортизація	1 633,33
13	Вулики та інструмент не є капітальним обладнанням, бо коштують менше 1000 грн. Тому на них амортизацію не нараховано.				
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Рис. 2.7. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

1	Початкові витрати	
2		
3	Категорії витрат	Вартість
4	Придбання та установка капітального обладнання	100 500,00
5	Витрати на дизайн сайту	9000
6	Автомобіль	0
7	Регістрація, ліцензії, дозволи	102
8	Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	0
9	Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	0
10	Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача	1750
11	Резерв обігових коштів	500
12	Інше: витрати на розміщення сайту (домен..)	3000
13	Інше: інструменти, робочий одяг,	0,00
14	Земельна ділянка:	0,00
15	Початкові витрати на розробку сайту	25 000,00
16	Всього початкові витрати	139 852,00
17		
18		
19		
20		

Рис. 2.8. Початкові витрати

1	Джерела фінансування та статті витрат	
2		
3	Джерела фінансування	Сума
4	Власні кошти	80 000,00
5	Позика в друзів	0,00
6	Позика в родичів	3 000,00
7	Дали друзі як негрошовий внесок	0,00
8	Дали родичі як негрошовий внесок	15 000,00
9	Внесок автомобіль	25 000,00
10	Грант	50 000,00
11	Короткострокова банківська позика підприємству	0,00
12	Довгострокова банківська позика підприємству	0,00
13	Банківська позика власнику	0,00
14	Інші позикові кошти (вказати):	9 000,00
15	Інші грантові кошти (вказати)	0,00
16	З усіх джерел фінансування	182 000,00
17		
18	Статті витрат	Сума
19	Земельна ділянка	0,00
20	Споруди/ приміщення:	0,00
21	Обладнання:	98 000,00
22	Витрати на дизайн сайту	9 000,00
23	Юридичні послуги/ Регістрація	102,00
24	Бухгалтерські послуги	0,00
25	Ліцензії та дозволи	0,00
26	Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	0,00
27	Установка обладнання	2 000,00
28	Завідки	0,00
29	Реклама	0,00
30	Промо-акції	0,00
31	Обігові кошти на операційні витрати	500,00
32	Інше: витрати на розміщення сайту (домен..)	3000
33	Інше: інструменти, робочий одяг,	0,00
34	Початкові витрати на розробку сайту	25 000,00
35	Усі статті витрат	137 602,00
36	Початковий баланс грошових коштів	44 398,00

Рис. 2.9. Джерела фінансування та статті витрат

1	Звіт про прибутки та збитки (проект)														
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	ДОХОД														
5	Валовий дохід	Тип фірми	232 250,00	420 400,00	649 800,00	522 400,00	649 400,00	656 600,00	704 700,00	658 400,00	662 800,00	767 100,00	744 600,00	780 200,00	7 448 650,00
6	Валова собівартість реалізованої продукції (змін. витр.) (тип фірми В, П, РТ)	П	1 455,00	5 190,00	7 800,00	6 480,00	7 420,00	7 250,00	7 150,00	7 400,00	7 590,00	7 800,00	11 340,00	11 940,00	88 815,00
7	Валовий прибуток		230 795,00	415 210,00	642 000,00	515 920,00	641 980,00	649 350,00	697 550,00	651 000,00	655 210,00	759 300,00	733 260,00	768 260,00	7 359 835,00
8	Валовий прибуток (%)		99,37	98,77	98,80	98,76	98,86	98,90	98,99	98,88	98,85	98,98	98,48	98,47	98,81
9	ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
10	Оплата праці+податки за найманих		155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	146 250,00	146 250,00	146 250,00	1 839 600,00
11	Витрати на приміщення		9 590,00	9 650,00	9 650,00	9 590,00	9 550,00	9 550,00	9 550,00	9 550,00	9 590,00	9 650,00	9 750,00	9 750,00	115 420,00
12	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
13	Плата за використання телефону		135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
14	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
15	Реклама/ промо-акції		39 000,00	35 000,00	29 000,00	27 000,00	28 000,00	28 000,00	27 700,00	27 000,00	22 000,00	26 000,00	24 000,00	21 000,00	333 700,00
16	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
17	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
18	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
19	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
20	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
21	Різне: рукавиці, робочий одяг, плівка для парників		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	Знос (амортизація)		1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	1 633,33	19 600,00
23	Інше: запчастини, 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
24	ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		206 008,33	202 068,33	196 078,33	194 018,33	194 978,33	194 978,33	194 678,33	193 978,33	189 018,33	183 678,33	181 778,33	178 788,33	2 310 050,00
25	Прибуток (збиток) до оподаткування		24 786,67	213 141,67	445 921,67	321 901,67	447 001,67	454 371,67	502 871,67	457 021,67	466 191,67	575 621,67	551 481,67	589 471,67	5 049 785,00
26	Податки з ФОП II групи (єдиний податок)		4 957,33	42 628,33	89 184,33	64 380,33	89 400,33	90 874,33	100 574,33	91 404,33	93 238,33	115 124,33	110 296,33	117 894,33	1 009 957,00
27	Прибуток (збиток) після оподаткування		19 829,33	170 513,33	356 737,33	257 521,33	357 601,33	363 497,33	402 297,33	365 617,33	372 953,33	460 497,33	441 185,33	471 577,33	4 039 828,00
28															

Рис. 2.10. Звіт про прибутки та збитки

1	Позиція на початку		Звіт про рух грошових коштів (проект)													
2																
3				МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	ВСЬОГО ЗА РІК
4				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
5				БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК	44 398,00	70 818,00	285 593,00	724 148,00	1 047 683,00	1 496 318,00	1 952 323,00	2 456 828,00	2 915 483,00	3 383 308,00	3 960 563,00	5 104 783,00
6				ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ												
7																
8				Від покупок (продажи)	232 250,00	420 400,00	649 800,00	522 400,00	649 400,00	656 600,00	704 700,00	658 400,00	662 800,00	767 100,00	744 600,00	7 448 650,00
9				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
10				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
11				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
12				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
13				Всього отримання	232 250,00	420 400,00	649 800,00	522 400,00	649 400,00	656 600,00	704 700,00	658 400,00	662 800,00	767 100,00	744 600,00	7 448 650,00
14				ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ												
15				ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ												
16		9 000,00		Собівартість реалізованої продукції	1 455,00	5 190,00	7 800,00	6 480,00	7 420,00	7 250,00	7 150,00	7 400,00	7 590,00	7 800,00	11 340,00	88 815,00
17				Оплата праці	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	155 650,00	146 250,00	146 250,00	146 250,00	1 839 600,00
18				Витрати на приміщення	9 590,00	9 650,00	9 650,00	9 590,00	9 550,00	9 550,00	9 550,00	9 590,00	9 650,00	9 750,00	9 750,00	115 420,00
19				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
20				Плата за використання телефону	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
21				Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	20,00	110,00
22		1 750,00		Простування	39 000,00	35 000,00	29 000,00	27 000,00	28 000,00	28 000,00	27 700,00	27 000,00	22 000,00	26 000,00	24 000,00	333 700,00
23				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
24		102,00		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
25				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
26				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
27		100 500,00		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	9 000,00
28		3 000,00		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
29		0,00		Різне: рукавиці, робочий одяг, плічка для п	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
30																
31																
32				Всього виплати	205 830,00	205 625,00	211 245,00	198 865,00	200 765,00	200 595,00	200 195,00	199 745,00	194 975,00	189 845,00	191 485,00	2 388 265,00
33				Оборот грош. коштів до оподатк.	70 818,00	285 593,00	724 148,00	1 047 683,00	1 496 318,00	1 952 323,00	2 456 828,00	2 915 483,00	3 383 308,00	3 960 563,00	4 513 678,00	5 104 783,00
34																
35				БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	70 818,00	285 593,00	724 148,00	1 047 683,00	1 496 318,00	1 952 323,00	2 456 828,00	2 915 483,00	3 383 308,00	3 960 563,00	4 513 678,00	5 104 783,00
36																

Рис 2.11. Звіт про рух грошових коштів

1	БАЛАНС	
2		
3	Баланс за період:	2025 рік
4		
5	АКТИВИ	
6	<i>Оборотні активи</i>	
7	Грошові кошти	5 104 783,00
8	Дебіторська заборгованість	0,00
9	Запаси готової продукції (сировини)	0,00
10	Завдатки (виплати наперед)	0,00
11	Інше	0,00
12	Всього оборотні активи	5 104 783,00
13	<i>Позаоборотні активи</i>	
14	Земля	0,00
15	Будівлі (враховуючи знос)	0,00
16	Обладнання (враховуючи знос)	89 833,33
17	Інше	25 000,00
18	Всього позаоборотні активи	114 833,33
19	ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	5 219 616,33
20		
21	ПАСИВИ	
22	<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
23	Кредиторські зобов'язання	0,00
24	Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
25	Інше	0,00
26	Всього короткострокові зобов'язання	0,00
27	<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
28	Довгострокові позики	0,00
29	Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
30	Інше	0,00
31	Всього довгострокові зобов'язання	0,00
32	ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
33	Капітал власника	5 219 616,33
34	Всього капітал власника та пасиви	5 219 616,33
35		
36		
37		

Рис 2.12. Баланс

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Відкриття онлайн фріланс-платформи для маркетологів є актуальним та рентабельним проектом, адже з кожним роком в Україні збільшується потреба бізнесів у якісному просуванні та спостерігається нестача висококваліфікованих кадрів, які могли б задовольнити цю потребу. Також зростає і конкуренція серед маркетингових спеціалістів. Метою проекту було створення ефективного посередницького майданчика, де бізнеси зможуть швидко знаходити фахівців для реалізації маркетингових проектів та стратегій, а маркетологи отримуватимуть зручний інструмент для пошуку роботи та презентування своїх послуг та комунікації з клієнтами. У розробленому бізнес-плані було визначено ключові аспекти стратегії запуску та просування платформи, фінансової стратегії, а також

Під час створення проекту-рішення з відкриття нового бізнесу, а саме фріланс-платформи для маркетологів, було проведено глибинний аналіз структури ринку маркетингових послуг в Україні. Також було детально проаналізовано тенденції, перспективи та проблеми ринку рекламних послуг. На основі проведеного аналізу було обґрунтовано обрані рішення та стратегії щодо створення проекту. Враховуючи стрімку діджиталізацію ринку, було прийнято рішення усі робочі процеси проводити онлайн, що допомагає зменшити витрати на собівартість надання послуг, а також є зручним для клієнтів та допомагає охоплювати велику кількість користувачів. Було визначено структуру команди та ключові ролі працівників.

Важливим етапом була розробка маркетингової стратегії, адже саме якісний та детальний план просування забезпечує стартап першими продажами. Основний акцент у просуванні було зроблено на використання цифрових каналів просування, таких як таргетована реклама, контекстна реклама, SEO-оптимізація, маркетинг в соціальних мережах та PR-кампанії. Такі інструменти дозволять проінформувати та залучити основні сегменти аудиторії: маркетологів та бізнеси, що потребують

їхніх послуг. Для цього пропонуються різні тарифні плани під потреби користувача, а також побудова лояльного ком'юніті та сильного бренду, який асоціюється з прогресивністю, зручністю та надійністю.

При розробці фінансового плану підприємства було використано комплексний підхід щодо витрат, інвестування та забезпечення прибуткової діяльності. Завдяки грамотно складеному фінансовому плану підприємство може почати отримувати прибуток вже з перших місяців функціонування.

В умовах високої конкуренції, швидкої діджиталізації та мінливих трендів платформа повинна постійно вдосконалюватись, щоб відповідати актуальним потребам. Для забезпечення стабільної роботи платформи необхідно зробити акцент на технічній частині, а також на розширенні функціоналу платформи. Необхідно забезпечити надійний серверний хостинг із високою швидкістю завантаження сторінок, а також попрацювати над розробкою мобільної адаптації платформи для користувачів, які працюють зі смартфонів. Це забезпечить довіру з боку користувачів завдяки надійності платформи, а також надасть конкурентну перевагу за рахунок якісного технічного виконання.

Платформа повинна бути не лише посередником, а й активним учасником формування професійного середовища. Для побудови довготривалих відносин з користувачами та підвищення лояльності за рахунок додаткової цінності варто впровадити програми лояльності, наприклад, знижки на комісії для нових користувачів або реферальні бонуси. Також варто організовувати онлайн-спільноти, форуми та обговорення у соціальних мережах задля обміну досвідом та цікавими кейсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Старк С. Дослідження ринку digital-реклами в Україні за перше півріччя 2024 року – дані IAB Україна у партнерстві з Inweb. Медіа Inweb. URL: <https://inweb.ua/blog/ua/obsyag-rinku-digital-reklami-za-pershe-pivrichchya-2024-roku/> (дата звернення: 10.10.2024)
2. Market K. Y. Реклама і маркетинг у 2023 році: що змінилося?. Блог YC.Market. URL: <https://blog.youcontrol.market/rieklama-i-markietingh-u-2023-rotsi-shcho-zminilosia/> (дата звернення: 12.10.2024)
3. Шагоферов С. Огляд ринку інтернет-маркетингу: виклики та можливості. WebPromoExperts. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/oglyad-rinku-internet-marketingu-vikliki-ta-mozhливosti/> (дата звернення: 12.10.2024)
4. 80% бізнесу шукає маркетологів in-house. Work.ua. URL: <https://www.work.ua/articles/analytics/3151/> (дата звернення: 16.10.2024)
5. Сучасні методи просування сайту Способи та технології інтернет просування від EMBO Studio. EMBO Studio. URL: <https://embo.com.ua/uk/blog/tehnologii-metody-i-sposoby-prodvizheniya-sajta/> (дата звернення: 18.10.2024)
6. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 273 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45458>
7. Барановська Д. Дизайн сайту – чому він так важливий при створенні онлайн-бізнесу?. Hostpro. URL: <https://hostpro.ua/blog/ua/site-design/> (дата звернення: 20.10.2024)