

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

УДК 005.511(083.92)77.06/.08

ПОГОДЖЕНО
Декан факультету аграрного менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
В.о. завідувача кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

Тетяна ВЛАСЕНКО

“ (підпис) ” 20 р. “ (підпис) ” 20 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Бізнес-план відкриття фотостудії»

Спеціальність – 073 «Менеджмент»
Освітня програма – Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами

Орієнтація освітньої програми

освітньо-професійна

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

Лідія ПІНКАРУК

(підпис)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

к.е.н., доцент

Тетяна ЛОБУНЄЦЬ

Виконав

Ігор ДАВИДЕНКО

(підпис)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор

Марина ДСЛИЦЬ

(підпис)

“ _____ ”

2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Давиденко Ігорю Анатолійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес-план відкриття фотостудії»

затверджена наказом ректора НУБіП України від “29” грудня 2022 р. №1915 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 10 листопада 2023 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела; вітчизняні та іноземні джерела.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку фотопослуг
2. Бізнес план проекту відкриття фотостудії
3. Пропозиції з реалізації бізнес-алану

Дата видачі завдання “30” грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

Тетяна ЛОБУНЄЦЬ

Завдання прийняв до виконання

Ігор ДАВИДЕНКО

РЕФЕРАТ

магістерської кваліфікаційної роботи

Давиденка Ігоря Анатолійовича

на тему: **Бізнес-план відкриття фотостудії**

Структура дипломної роботи включає: титульну сторінку, зміст, вступ, три розділи та список використаних джерел. У роботі міститься 23 ілюстративних матеріалів (14 таблиць та 9 рисунків). У списку використаних джерел 35 назв. Загальний обсяг роботи 52 сторінки.

Актуальність теми роботи полягає у дослідженні особливостей функціонування ринку фотопослуг в Україні та закордоном, обґрунтуванні економічної ефективності діяльності фотостудії для погодинної оренди та розробці пропозицій по відкриттю та розвитку фотостудії «D-PHOTO».

Метою дослідження є систематизація наукових та практичних знань щодо розвитку ринку фотографічних послуг та розробка і обґрунтування бізнес плану з відкриття фотостудії.

Об'єктом дослідження є процес організації діяльності фотостудії.

Предметом дослідження виступають теоретичні, методичні та прикладні засади розробки бізнес-плану відкриття фотостудії.

Основні завдання роботи: дослідити регіональні особливості та історію розвитку сфери надання послуг з оренди фотостудій; розкрити теоретичні засади функціонування ринку погодинної оренди фотостудій; розглянути динаміку розвитку ринку погодинної оренди фотостудій в Україні; розробити бізнес план відкриття фотостудії; обґрунтувати пропозиції з реалізації бізнес плану.

Практична значущість проєкту полягає у формулюванні практичних рекомендацій щодо організації діяльності фотостудії.

У першому розділі відображено історичні витoki та регіональні особливості розвитку сфери фотографії в Україні; висвітлено тенденції в сфері надання фотопослуг закордоном; розкрито теоретичні засади функціонування ринку фотопослуг, відображено його специфіку та багатогранність; досліджено динаміку розвитку ринку фотостудій для оренди в Україні.

У другому розділі розкрито загальну характеристику бізнесу; виявлено основні конкурентні переваги проєкту та побудовано бізнес модель. Проведено розрахунок необхідної кількості інвестицій; складено організаційно-виробничий план; зроблено аналіз цільового ринку, розраховано фінансову і економічну оцінку проєкту; виявлено можливі ризики і запропоновано шляхи їх мінімізації.

У третьому розділі, базуючись на зібраній та проаналізованій інформації, запропоновано шляхи реалізації бізнес плану та подальшого розвитку бізнесу.

Ключові слова: фотостудія, оренда залу, фото, бізнес план.

| | | |
|--|-------------|----|
| | ПЛАН | |
| ВСТУП | | 2 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФОТОПОСЛУГ | | 5 |
| 1.1. Історія походження та регіональні особливості розвитку фотографії та фотостудій в Україні | | 5 |
| 1.2. Тенденції розвитку бізнесу в сфері надання фотопослуг за кордоном | | 7 |
| 1.3. Стан розвитку ринку фото послуг в Україні | | 9 |
| РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ ФОТОСТУДІЇ | | 14 |
| 2.1. Резюме проекту | | 14 |
| 2.2. Концепція, цілі та задачі проекту | | 15 |
| 2.3. Аналіз цільового ринку, визначення цільового клієнта | | 17 |
| 2.4. Маркетингова стратегія | | 20 |
| 2.5. Організаційно-виробничий план | | 22 |
| 2.6. Структура доходів проекту та оподаткування | | 29 |
| 2.7. Оцінка ефективності проекту | | 32 |
| 2.8. Управління ризиками проекту | | 38 |
| РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ | | 43 |
| ВИСНОВКИ | | 47 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | | 49 |

НУБІП України

НУБІП України

ВСТУП

НУБІП України

Сучасний світ надзвичайно динамічний, швидко змінюється та диктує нові правила як для бізнесу так і для повсякденного життя. Сфера фотографії при цьому не є винятком. Вимоги споживачів до якості фотографій постійно зростають. Для цього є ряд важливих передумов, а саме: зростаюча популярність соціальних мереж та вплив візуального контенту (соціальні мережі стали не тільки місцем спілкування, але і важливою платформою для вираження себе як особистості та реклами власної справи. Візуальний контент, особливо фотографії, є ключовим чинником в успіху будь-якого профілю чи бренду); висока конкуренція та креативність (зі зростанням числа фотографів та людей, які цікавляться фотографією, конкуренція в даній галузі стрімко зростає та є надзвичайно високою); використання фотографії в маркетингу та рекламі для бізнесу (фотографія грає ключову роль в маркетингу та рекламі. Якщо бізнес не представлений в інтернеті чи соціальних мережах та не виробляє якісного контенту про свої товари, його існування майже непомітне. Оренда фотостудій надає підприємцям можливість створювати якісні професійні фото та відео для рекламних кампаній та просування бренду); високий стандарт якості (вимоги споживачів до якості фотографій постійно зростають. Фотостудії надають доступ до професійного обладнання та експертизи, що дозволяє отримувати високу якість за помірні кошти).

Ці умови формують потребу у відкритті фотостудій, які надають якісні послуги та задовольняють зростаючі потреби споживачів. Саме цим визначається актуальність теми магістерської роботи.

Метою дослідження є систематизація наукових та практичних знань щодо розвитку ринку фотографічних послуг та розробка і обґрунтування бізнес плану з відкриття фотостудії.

Поставлена мета зумовила виконання наступних завдань дослідження:

- дослідити регіональні особливості та історію розвитку сфери надання

послуг з оренди фотостудій;

- розкрити теоретичні засади функціонування ринку погодинної оренди фотостудій;

- розглянути динаміку розвитку ринку погодинної оренди фотостудій в Україні;

- розробити бізнес план відкриття фотостудії;

- обґрунтувати пропозиції з реалізації бізнес плану.

Об'єктом дослідження є процес організації діяльності фотостудії.

Предметом дослідження виступають теоретичні, методичні та прикладні засади розробки бізнес-плану відкриття фотостудії.

Методи дослідження. В основі дослідження задіяно ряд загальнонаукових і спеціальних методів. Зокрема: аналізу і синтезу, індукції й дедукції, причино-наслідковий, графічний, аналогії, прогнозування, співставлення та групування, що дало можливість виявити основні тенденції та перспективи розвитку досліджуваного бізнесу.

Теоретична цінність і прикладна значущість отриманих результатів полягає у формулюванні практичних рекомендацій щодо організації діяльності фотостудії для погодинної оренди

Результати магістерського дослідження доповідалися та обговорювалися на VI Міжнародній науково-практичній конференції (17-18 листопада 2022 р.) “Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору”, що підтверджено тезами та сертифікатом.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці відомих учених з питань бізнесу, інвестиційного планування, спеціалізована література по економіці, фінансах та управлінню проектами, електронні ресурси і результати особистих спостережень та аналітики автора.

Структура роботи визначена метою і завданнями дослідження та включає в себе вступ, три основні розділи, висновки та список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ
ФОТОПОСЛУГ1.1. Історія походження та регіональні особливості розвитку фотографії
та фотостудій в Україні

Фотографія як результат відкриттів зроблених у галузях хімії, фізики та оптики є невід'ємною складовою історії науки.

Офіційною датою винаходу фотографії став 1839 рік, 7 січня відомий французький фізик і астроном Домінік Франсуа Араго доповів на засіданні Паризької Академії наук загальні принципи дагеротипії – способу отримання стійкого зображення в камері-обскури, винайдений Луї Дагером.

Одразу після офіційного оприлюднення методу дагеротипії фотографія набула широкого розповсюдження в Європі. Україна не стала винятком і також була залучена до світового процесу розвитку фотографії.

В Україну фотографія прийшла влітку 1839 р. (Львів, Я. Глойзнер). У Києві та Одесі перші фотографії з'явилися в першій половині 1840-х, у Харкові 1851 року [2].

15 листопада 1858 р. у Харкові відкривається перше фотоательє. Інтенсивного розвитку фотографія у Харкові набула вже у 80 – 90-х рр. XIX століття. За даними Харківського історичного альманаху, у цей час у місті відкрилося понад 30 нових фотоательє. Серед харківських дослідників і практиків фотографії було багато видатних особистостей: М. І. Іваницький, А. І. Скассі, М. Я. Лещинський, М. І. Овчинников, А. К. Федецький та ін., які отримали визнання не тільки у себе на Батьківщині, а й гідно представляли вітчизняне фотомистецтво на міжнародних виставках у Берліні, Парижі та інших містах [3].

Перші фотографії (фотоательє) у Миколаєві з'явилися у 1868 р. Поступово з'явилася й вітчизняна фотолітература.

З 90-х років XIX століття стали організовуватися фотографічні товариства.

Від 1895 р. у Львові розпочали видавати перший фотожурнал [4].

Про українську фотографію кінця XIX — початку XX століття можна без перебільшення сказати: це її золотий вік. Це був час створення широкої мережі професійних фотоустанов, фотооб'єднань фотоаматорів, перших паростків фотожурналістики, підйому випуску фотолітератури, розгортання системи фотоосвіти, перших досліджень у галузі наукової фотографії, розгортання широкої виставкової діяльності, перших кроків фотовиробництва, створення системи фототоргівлі.

До 1914 року в Києві вже працювало близько 70 комерційних фотографів.

Після революції 1917 року, з проголошення Радянського Союзу окремо української фотографії не стало – фотохудожня школа українських майстрів стала частиною Всесоюзного надбання.

Незважаючи на складні умови кількість професійних фотографів та фотоательє продовжує зростати щороку. З часом фотографію починають викладати на кінооператорському факультеті Київського театрального інституту ім. Карпенка-Карого, техніку фотографії – у Львівському Політехнічному Інституті. Для потреб побуту періодично влаштовуються курси фотографії в інших містах [5].

Після проголошення Незалежності у 1991 році в Україні стрімко виникають різного роду спілки, художні школи та фотоклуби людей за інтересами, які мають змогу збиратись разом, обмінюватись досвідом, проводити зустрічі за інтересами, організовувати виставки, майстер-класи, воркшопи та розвивати фотомистецтво в Україні.

З'являється професійні журнали (наприклад Digital Photographer, DPhoto, тощо) та сайти-галереї для обміну досвідом та фотографіями (наприклад <http://www.photographer.com.ua>).

Практично одночасно з розвитком та поширенням соціальних мереж відбувається стрімкий розвиток цифрових фотокамер та швидко

вдосконаленням камер мобільних телефонів. Попит на якісні фотографії стрімко зростає.

1.2. Тенденції розвитку бізнесу в сфері надання фотопослуг за кордоном.

Світовий ринок фотопослуг складається з надання суб'єктами підприємництва безпосередньо послуг фотографування і дизайну, а також супутніх товарів та послуг. Він включає також редагування, обробку та друк зображень, послуги з оренди фотостудій та багатьох іншого. Найбільшою популярністю користується весільна фотозйомка, зйомка особливих заходів та подій, зйомка шкільних та дошкільних заходів, випускних альбомів, індивідуальна та рекламна фотозйомка.

Фотографи та постачальники фотопослуг все більше шукають можливості на ринкових нішах для розширення сфери послуг, збільшення їх ринкової вартості та клієнтської бази. Останнім часом набирають все більшої популярності спеціалізації у сферах спорту, подій, пейзажів, дикої природи та вуличної фотографії. Компанії та окремі особи зосереджуються на аерофотозйомці, немовлятах, домашніх тваринах, моді, подорожах і фотожурналістиці. Ця тенденція також допомагає компаніям продавати свої послуги цільовій аудиторії та знижує операційні витрати. Робота в нішевих ринках дозволяє фотографам отримувати часті замовлення на свої послуги, тим самим підвищуючи прибутковість [6].

До 2020 року Північна Америка була найбільшим регіоном на світовому ринку фотопослуг, на неї припадало 41% ринку. Азіатсько-Тихоокеанський регіон був другим за величиною регіоном, на який припадало 29% світового ринку. Найменшу долю у структурі світового ринку фотопослуг займали країни Африки [7].

Спадах коронавірусної хвороби (COVID-19) стримав ринок фотопослуг у 2020-2021 роках, оскільки уряди в усьому світі запровадили гарантійні заходи та обмежили торгівлю, тим самим знизивши можливості надання професійних фотопослуг.

Згідно прогнозів очікується, що світовий ринок фотопослуг зростатиме з 32,46 млрд. дол. США у 2020 році до 44,07 млрд. дол. США в 2025 році при середньорічному темпі зростання (CAGR) 5% (рис. 1.1). Такий ріст пов'язується з реорганізацією діяльності компанії і швидким відновленням після наслідків COVID-19.

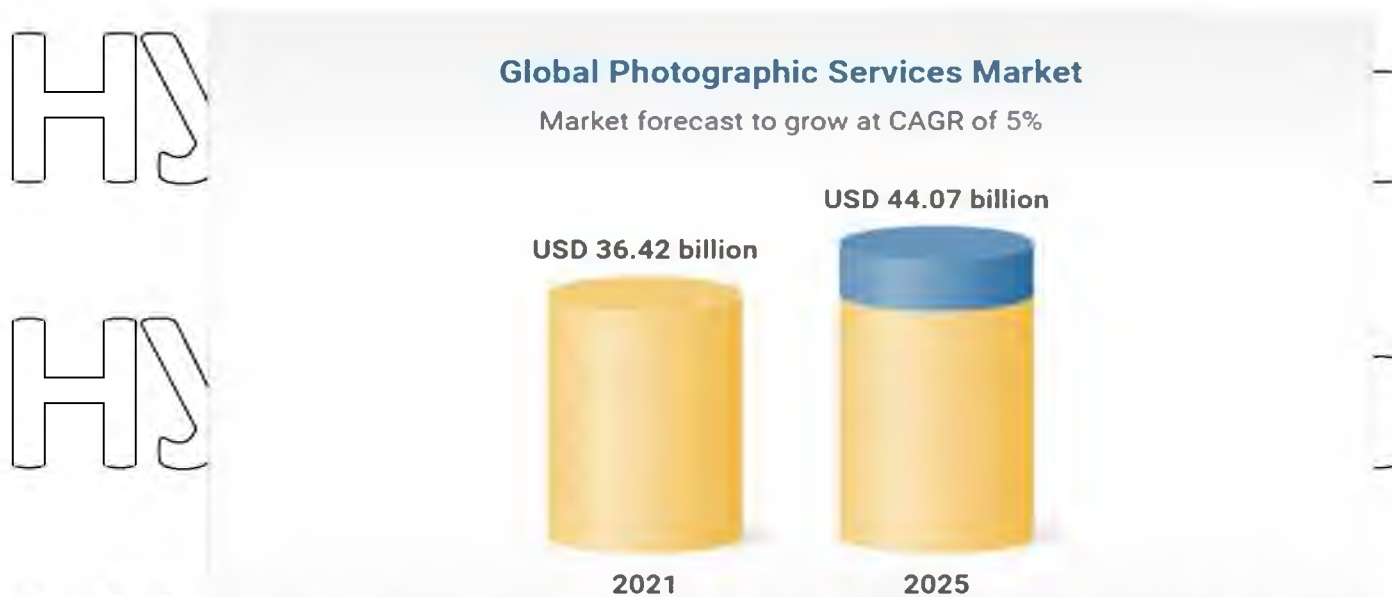


Рис. 1.1. Прогноз зростання світового ринку фотопослуг у 2021-2025 року

Джерело: [8]

Очікується, що зростання попиту на фотографії для веб-сайтів та соціальних мереж сприятиме зростанню ринку фотопослуг протягом прогнозованого періоду. Веб-сайти та мобільні додатки, такі як Facebook, Instagram, Snapchat і Pinterest призвели до зростання тенденції обміну зображеннями для отримання соціального визнання, популярності серед користувачів, отримання прибутків від продажу зображень та розвитку бізнесу. Хоча більшість зображень, які розповсюджуються в соціальних мережах є

аматорськими приватними фотографіями, професійні агенції уже пропонують на продаж професійні зображення, які потім можуть використовувати окремі особи або компанії для реклами в соціальних мережах. Очікується, що фотографи будуть отримувати вигоду від даної тенденції, оскільки окремі особи та організації все більше вимагають професійних фотографій для комунікацій зі ЗМІ, зв'язків з громадськістю та інших послуг.

1.3. Стан розвитку ринку фото послуг в Україні

В Україні основними центрами розвитку фотографії є 20 міст. Основна кількість учасників ринку (47%) і, відповідно, найбільша частка фотопослуг (50%) припадає на м. Київ. За кількістю учасників ринку на другому місці м. Харків (9%), далі Львів, Одеса, Полтава, Херсон (по 6-7%). На решту 14 міст учасників припадають інші 19% [9].

Новими сучасними комерційними напрямками розвитку фотографії, де використовуються послуги фотостудій в Україні є:

Мобільна фотографія - різновид фотографічного мистецтва, при якому як інструмент використовуються мобільні телефони із вбудованою цифровою фотокамерою. Сучасні смартфони мають високоякісні камери високої роздільної здатності, розширений функціонал (можливість управління витримкою та діафрагмою, світлочутливістю, балансом білого і т.ін.) та мають велику кількість вбудованих режимів зйомки та художніх фільтрів.

Стокова фотографія – сучасний підприємницький напрям у сфері фотографії, з допомогою якого зображення на різну тематику розміщується в онлайн каталогах, де набувають комерційну цінність та можуть бути придбані. Стокові фотографії продаються на загальнодоступному стоковому ринку і використовуються покупцями (видавництвами, рекламними агенціями, декораторами, дизайнерами тощо) в якості ілюстрацій або реклами. Кошти від

продажу фотографій отримують фотобанки і, у свою чергу, розраховуються з авторами. Дана технологія дозволяє всі процеси (надсилання фотографій, їх продаж, розрахунки) здійснювати дистанційно.

Студійна фотографія. Даний вид послуг може надаватись як фотографом професіоналом так і любителем та користується дуже великою популярністю. В більшості випадків при такому виді зйомки замовник домовляється з фотографом – фрілансером який йому до вподоби щодо часу, стилю та умов зйомки і разом обирають підходящу студію. Даному виду зйомки надають перевагу пари, батьки з дітьми, дівчата та жінки, різноманітні бізнеси і тп.

В Україні станом на 2022 рік ринок фотопослуг та оренди фотостудій переживає спад через військову агресію росії та загальний рівень зниження доходів громадян, високий рівень безробіття, інфляцію та відтік населення з країни та внутрішню міграцію. Варто відмітити той факт, що дані послуги все ж лишились затребуваними на ринку та є актуальними для споживачів.

Якщо порівняти рівень завантаженості основних фотостудій м. Києва в пікові періоди (листопад – грудень) за 2021 та 2022 рік, то можна відмітити зниження попиту на 30-35% залежно від студії.

Це є високим показником зниження попиту для будь якої сфери, але все ж свідчить про те, що ринок даних послуг зберігся та послуги продовжують активно надаватись. Враховуючи, що більшість студій перейшли на скорочений графік роботи у зв'язку з комендантською годиною та проблемами в енергетичній сфері можна припустити, що витрати на заробітну плату, комунальні платежі та інші послуги теж скоротились. Зниження орендної плати за приміщення в центральних та східних регіонах України позитивно вплинуло на прибутковість бізнесу.

Найбільш відомими та популярними фотостудіями з можливістю оренди в м. Києві є:

- InLight Studios
- W Photostudio
- Vision

• Play Photostudio
 • Фотостудія Лисич
 • 7 Sky

НУБІП України

• Pandora

• ICON Rental Studio

• Good Vibes
 • Yellow Rabbit

НУБІП України



Play Photostudio



ICON Rental Studio



InLight Studios



W Photostudio

Рис. 1.2. Приклади залів популярних фотостудій в м. Києві

Джерело: [10]

НУБІП України

Щодо цінової політики оренди фотостудій, то вона порівняно з 2021 роком в грн не змінилась, або ж змінилась мінімально (+ 50 - 100 грн/год).

Залежно від залу та інтер'єру на даний момент зберігається наступний порядок цін:

НУБІП України

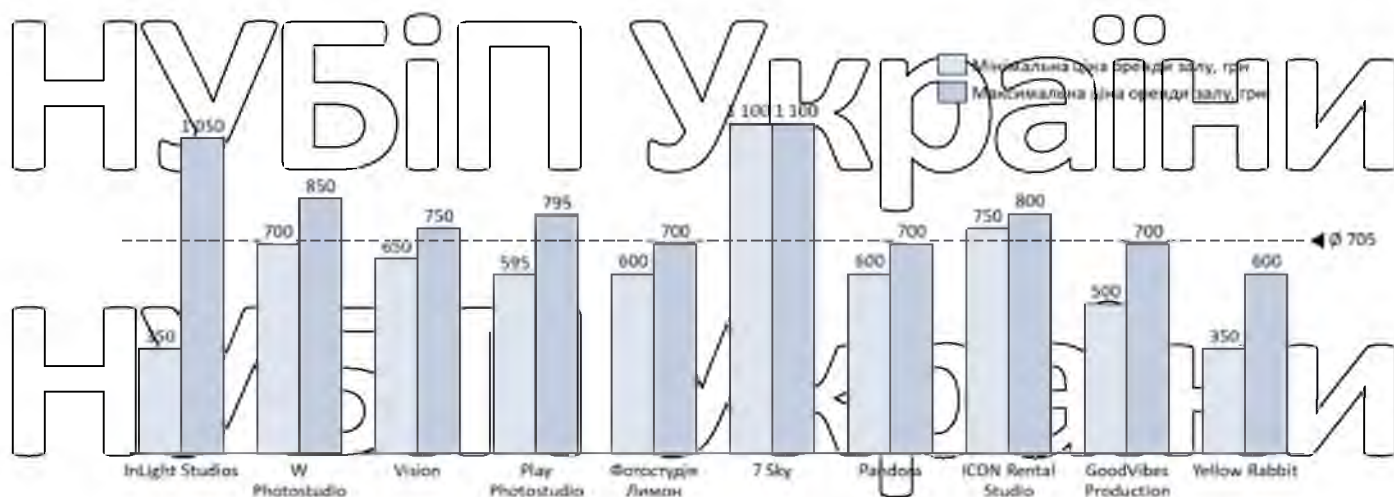


Рис. 1.3. Мінімальна, максимальна та середня ціна погодинної оренди в

ТОП10 фотостудій м.Києва

Джерело: сформовано автором на основі [10]

Як можемо бачити з графіку (рис. 1.3.), середня вартість оренди фотостудії в м.Києві станом на грудень 2022 року становить 705 грн/год ($\approx 17,5$ \$/год). Але, в той же час є варіанти максимально бюджетні (350 грн/год) та преміум сегменту (1100 грн/год).

Також, варто відмітити, що окрім основних послуг з оренди залу, більшість фотостудій також надають додаткові послуги, а саме:

- Оренда місця в гримерці
- Оренда одягу
- Оренда додаткового обладнання (фотоапарат, об'єктив, додаткове світло)
- Послуги штатного або позаштатного фотографа
- Організація майстер-класів та воркшопів
- Послуги кав'ярні
- Оренда приміщень для проведення тренінгів і тп.

Розвиток сучасного бізнесу із надання послуг фотостудій залежить від загальних тенденцій економіки держави, військово-політичної ситуації в країні, кон'юнктури ринку, змін структури попиту та пропозиції, розвитку

нових форм організації бізнесу тощо. З урахуванням сучасних економічних та
 військово-політичних умов фотостудіям доводиться кардинально
 перебудовувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку,
 враховувати кризові явища світової та державної економіки, що спричиняють
 зниження доходів громадян, що в свою чергу відображаються на зниженні
 попиту на мистецькі послуги. Для успішного подолання всіх викликів та
 труднощів бізнес повинен бути максимально гнучким, використовувати
 найновіші технологічні розробки та рішення щодо оптимізації витрат.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 2

БІЗНЕС ПЛАН ВІДКРИТТЯ ФОТОСТУДІЇ

НУБІП України

2.1. Резюме проєкту

Бізнес-план — це техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємств у ринкових умовах, програма його діяльності; він характеризує модель підприємства в майбутньому. Він потрібен керівникові фірми, акціонерам, інвесторам [11].

В бізнес плані представлено економічне обґрунтування ефективності відкриття фотостудії D-PHOTO в м.Київ.

Концепція бізнес плану – відкриття фотостудії в м.Києві з 3 залами для оренди і послугами позаштатного фотографа.

Таблиця 2.1.

Резюме бізнес плану відкриття фотостудії

| | |
|---------------------------|--|
| Назва | Відкриття фотостудії |
| Ініціатор | Давиденко Ігор Анатолійович |
| Продукція/послуга | Оренда залів для зйомки, послуги позаштатного фотографа, |
| Мета проєкту: | Відкриття фотостудії з 3 залами для оренди, призначеними для проведення зйомок, організації майстер-класів, воркшопів та тренінгів з можливістю замовлення зйомки в позаштатного фотографа-партнера. |
| Початкові інвестиції | 1 236 583 грн. |
| Джерела фінансування | Власні кошти, позика банку |
| Термін реалізації проєкту | 5 років |
| Ставка дисконту | 15% |
| Термін окупності | 3,3 роки |
| Індекс дохідності | 1,28 |
| NPV | 343 500 грн. |
| Рентабельність інвестицій | 1,28 |

Джерело: розроблено автором.

НУБІП України

Розглянемо детальніше бізнес план з реалізації даного проекту.

2.2. Концепція, цілі та задачі проекту

Концепція проекту фотостудії «D-PHOTO» полягає в створенні простору для професійних фотографів та любителів, де можна орендувати зали з якісним студійним обладнанням та сучасним тематичним інтер'єром для створення контенту.

Основні цілі проекту «D-PHOTO»:

Цілі проекту відкриття фотостудії можуть бути різноманітними залежно від специфіки ринку, цільової аудиторії та стратегічних планів засновників, а саме:

- ✓ Впізнаваність бренду: зробити фотостудію відомою серед цільової аудиторії.
- ✓ Завантаженість студії: досягти стабільної роботи студії з високим рівнем зайнятості.
- ✓ Різноманіття послуг: пропонувати великий вибір залів та інтер'єрів для зйомки і широкий спектр послуг від позаштатного фотографа (предметна, портретна, рекламна зйомка, тощо).
- ✓ Якість обслуговування: надавати високоякісний сервіс, завдяки якому клієнти будуть повертатися знову та рекомендувати студію друзям.
- ✓ Сучасне обладнання: оснащення студії найновітнішим професійним обладнанням від провідних виробників для отримання знімків та відео найвищої якості.
- ✓ Розвиток інтер'єру: створення унікального та легко-змінюваного інтер'єру, що буде відповідати потребам ринку та сезонності.
- ✓ Навчання та майстер-класи: організація майстер-класів та навчальних курсів для фотографів, що буде додатковим джерелом прибутку та просування бренду.
- ✓ Стабільне фінансове зростання: забезпечити рентабельність та стабільний дохід від діяльності фотостудії.

✓ Розширення бізнесу: плани на майбутнє по відкриттю додаткових студій або пов'язаних бізнес-проектів (кав'ярня в приміщенні студії, оренда одягу, оренда обладнання, тощо)

✓ Співпраця з професіоналами: налагодження партнерських відносин з відомими фотографами, модельними агенціями, брендами, каналами.

Враховуючи умови на ринку та специфіку роботи, цілі можуть змінюватись та доповнюватись.

Для проекту фотостудії "D-PHOTO" можуть бути встановлені наступні

завдання:

Розробка концепції: визначення стилістики фотостудії, що включатиме 3 локації в популярних сучасних стилях дизайну (LOFT, Модерн + локація Циклорама, Шале).

Вибір локації: пошук і вибір оптимального простору для облаштування фотостудії, який буде відповідати всім технічним вимогам.

Дизайн інтер'єру: створення 3 різних декоративних зон у відповідності до концепції «D-PHOTO».

Придбання обладнання: вибір і закупівля професійного обладнання та додаткового реквізиту для різних стилів зйомки.

Маркетинг і реклама: розробка маркетингової стратегії для просування фотостудії, організація рекламних кампаній для просування в соціальних мережах.

Налагодження робочого процесу: створення та імплементація цифрової системи бронювання, розробка тарифних планів та інших організаційних аспектів роботи студії.

Підбір персоналу: вибір та навчання команди співробітників, які будуть забезпечувати роботу студії.

Організація майстер-класів: планування та проведення майстер-класів з фотографії, що стануть додатковим джерелом доходу та просування.

Створення портфоліо: організація зйомок для створення якісного портфоліо, яке демонструватиме можливості студії та її концепцію.

Налагодження партнерства: пошук та налагодження відносин з потенційними партнерами, такими як модельні агенції, фотографи, блогери, стилісти, візажисти та інші професіонали індустрії.

Основною метою проекту фотостудії "D-PHOTO" є створення креативного і високоякісного простору для фотозйомок, який надаватиме клієнтам можливість якісно виражати свою індивідуальність, зафіксувати важливі миті у житті та створювати мистецькі фотографії, використовуючи локації в сучасному стилі, авторські естетичні рішення та сучасне професійне обладнання.

2.3. Аналіз цільового ринку: оцінка ринку збуту, визначення

цільового клієнта

Основними клієнтами фотостудії є як фотографи, так і кінцеві споживачі послуги, тобто замовники зйомок. Останніх можна умовно поділити на підприємства та приватні особи. Приватні замовники частіше замовляють портретні фотосесії, сімейні зйомки, зйомки дітей. Компанії орієнтуються на професійні зйомки продукції для каталогів та інтернет-магазинів.

Наш проєкт фотостудії перш за все має на меті визначити свою цільову аудиторію, щоб орієнтуватися на неї. Насамперед, це і буде відображено у дизайні залів:

- ✓ Орієнтація на молодь. Створення локації у стилі LOFT та Шале. Реквізит обиратиметься відповідно до стилю;

- ✓ Орієнтація на більш дорослу вікову категорію та рекламні агенції.

Створення локації в стилі Модерн + локація Циклорама (локація в сучасному світлому мінімалістичному стилі з відповідним наповненням + циклорама (нескінченний фон одного кольору, без ліній та заломів. Найчастіше біла або чорна, хоча може бути й іншого кольору).

Фотозйомка та виготовлення фотографічної продукції відноситься до сфери побутового обслуговування населення та має часткову сезонну затребуваність серед окремих соціальних та вікових груп.

Основним видом діяльності фотостудії «D-PHOTO» буде надання приміщень в оренду для самостійної роботи.

Для цього на площі 350 кв. метрів орендованого приміщення буде облаштовано 3 незалежні зони:

Зал «LOFT» – стильний та просторий зал для проведення зйомок та івентів у м. Києві. Площа залу – 100 м². В залі будуть великі панорамні вікна.

Він відрізняється сучасним мінімалістичним дизайном, мобільністю та функціональністю. Крім зони з книжковими полицями та терактовим диваном, буде й нова лаконічна зона для бізнес-зйомок. Локація в темних тонах з письмовим столом, стелажем, кріслами та стильними деталями.

Також в залі буде велика сіра фактурна стіна та тканинний фон. Зал прекрасно підійде для лаконічних зйомок бізнес-портретів, чуттєвих фото та відеозйомок.

Зал «Модерн + локація Циклорама»

Сучасна студія з великими вікнами, стилізованими меблями та ексклюзивним декором. Зал буде розділено на окремі зони. Площа залу – 120 м².

В першій: локація в світлих відтінках – майстерня зі скульптурами, мольбертом, великим кріслом. Зона стильно задрапована тканинами. Ранкові промені створюватимуть неймовірний світловий малюнок. Також в залі буде знаходитися затишна зона з розсувними портьєрами, зеленого та сірого кольорів, стилізованими меблями, сучасними світильниками, живими рослинами та різноманітними дизайнерськими деталями.

В другій: світлий простір з великими вікнами. Стильна зона з ванною, великою кришталевою люстрою, каміном з різноманітним декором та туалетним столиком.

Зал ідеально підійде для зйомок Love-story, сімейних, будуарних, індивідуальних фотосесій, для представників креативних професій та всіх, хто небайдужий до краси та мистецтва.

Окремою зоною в даному залі буде «Циклерама» - локація з однотонним світлим фоном для класичних студійних фото та відео.

Зал «Шале» - локація з атмосферою будиночку в горах. Зал із дерева, з терасою, кухнею, спальнею та аквазоною. Площа залу - від 80 м²

Окремо будуть приміщення холу для зустрічі відвідувачів (20 м²), гримерна та гардеробна (10 м²) та туалет (6 м²).

Для того, щоб бізнес був успішним, прибутковим та конкурентоспроможним необхідно чітко розуміти позиції компанії на ринку, можливі перспективи та наявні проблеми. Найкраще розібратись з цим допоможе SWOT-аналіз. Вже майже 50 років цей вид аналізу залишається одним з найефективніших інструментів стратегічного планування [12].

SWOT-аналіз - це ефективний інструмент бізнес-планування, який використовується в бізнесі для формування стратегій. Цей інструмент допомагає проаналізувати внутрішні фактори (сильні та слабкі сторони), які впливають, і зовнішні фактори (можливості та загрози), які можуть мати вплив на організацію [13].

SWOT може допомогти вам проаналізувати свій бізнес зі стратегічної точки зору. Це допоможе вам визначити, як використати свої можливості, використовуючи свої сильні сторони, уникнути загроз та усунути слабкі сторони [14].

Результати аналізу відображено в табл. 2.1.

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз проєкту

| Сильні сторони: | Слабкі сторони: |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> – Наявність 3 залів з різними локаціями – Професійне обладнання – Сучасні нові унікальні дизайни – Стримана цінова політика – Вигідна система лояльності | <ul style="list-style-type: none"> – Відсутність репутації на ринку – Відсутність досвіду в даній сфері. – Високі витрати на обладнання та оренду приміщення – Нестабільний попит – Відсутність клієнтської бази. – Необхідність вкладати суттєві кошти в рекламу |
| Можливості: | Загрози: |
| <ul style="list-style-type: none"> – Розширення послуг (оренда одягу, оренда фотообладнання, кав'ярня на території студії, послуги візажиста та стиліста) – Партнерські відносини з блогерами, фотографами, агенціями – Висока клієнтоорієнтованість | <ul style="list-style-type: none"> – Швидкі зміни в технологіях (необхідність частого оновлення обладнання) – Висока конкуренція. – Коливання цін. – Політична, економічна, соціальна нестабільність, викликана обставинами непереборної сили. |

Джерело: розроблено автором

У подальшому можливості зовнішнього середовища дозволять посилити слабкі сторони бізнесу, а конкурентні переваги дозволять подолати можливі загрози зовнішнього середовища.

2.4. Маркетингова стратегія

Будувати маркетингову стратегію планується з використанням всіх ефективних сучасних засобів.

Необхідно завчасно створити сторінку фотостудії в соціальних мережах та сайт компанії з детальними фото всіх залів, умовами співпраці, календарем бронювання тощо.

Мінімум за 30 днів до відкриття студії всі вказані інструменти вже мають бути готовими.

В цей період варто присвятити час розсилці рекламних матеріалів потенційним клієнтам з інформацією про те, що скоро відкриття нової студії.

За кілька тижнів до відкриття варто інтенсивно зайнятись рекламою.

Для цього плануємо використовувати кілька каналів просування інформації:

- Таргетована реклама в соціальних мережах Instagram та Facebook, на сайтах компаній сфери краси, мистецтва та весільних послуг – 70%

- Реклама у місцевих блогерів, інфлюенсерів, ЗМІ (20%)

- Пропозиції знижок на наступні замовлення при публікації фото та відео в мережі інтернет з позначкою студії (5%)

- Роздача промо-листівок (5%)

У розробці рекламної кампанії важливо враховувати такі основні нюанси:

Важливо створити унікальний бренд, що запам'ятовується. Саме яскравий бренд та високий сервіс в подальшому допоможуть забезпечити довіру клієнта та розвинути лояльність до студії.

Відразу ж необхідно приділити увагу програмам лояльності, дисконтним картам та подарунковим сертифікатам, щоб стимулювати повернення клієнтів.

Перед відкриттям та в подальшому періодично проводити акції та розіграші для підвищення впізнаваності та збільшення аудиторії.

Не зайвим буде періодичне оновлення локацій, сезонне оновлення локацій та максимальна увага й індивідуальний підхід до кожного клієнта.

НУБІП УКРАЇНИ

НУВБІП України

2.5. Організаційно-виробничий план

Для реалізації проекту необхідно підготувати організаційно-виробничий план фотостудії, який включає такі етапи згідно з календарним планом-графіком:

- ✓ Пошук приміщення;
- ✓ Оформлення документації і дозволів та погодження з експлуатантом та протипожежною службою інженерних мереж;
- ✓ Ремонт приміщень;
- ✓ Закупівля предметів інтер'єру, налаштування обладнання;
- ✓ Пошук та найм працівників у штат організації;
- ✓ Укладання договорів із позаштатними працівниками (бухгалтер та маркетолог).

На початковому етапі в штаті буде працювати лише кілька співробітників, які виконуватимуть основні роботи:

- Керівник – 1 особа
- Адміністратор – 1 особи.
- Бухгалтер (позаштатний) – 1 особа
- Фотограф (позаштатний) – 1 особа

Для ефективного планування та управління фінансами необхідно мати чітку інформацію про витрати на кожну послугу. З цією метою були підготовлені ретельні прорахунки та онлайн таблиці, які надаватимуть детальну інформацію про витрати. Ці таблиці дозволяють зробити точний розрахунок витрат та збільшити ефективність управління фінансами.

Послуги фотостудії «D-РНОТО» будуть пропонуватись згідно прайсу, представленого в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Послуги фотостудії

| Параметри доходної частини | Вартість послуги, грн |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Оренда залу «Шале» (1 год) | 600,00 |
| Оренда залу «Модерн» (1 год) | 1 000,00 |
| Оренда залу «LOFT» (1 год) | 800,00 |
| Робота штатного фотографа (1 год) | 500,00 |

Джерело: Розраховано автором

Для надання послуг з оренди фотостудії не потрібно мати спеціальної ліцензії.

Щоб розпочати легальну підприємницьку діяльність, необхідно вирішити низку організаційних питань: зареєструватися, отримати необхідні свідоцтва, дозволи тощо.

Слід зазначити, що відповідно до пункту 5 Порядку здійснення торгової діяльності та правил торговельного обслуговування населення, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833, для того щоб займатися підприємницькою діяльністю, суб'єкт господарювання повинен здійснити державну реєстрацію як суб'єкт підприємницької діяльності [15].

Процедуру реєстрації ФОП визначено Законом Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. Поряд із державними реєстраторами, надавати зазначені адміністративні послуги з 01.01.2016 р. можуть також місцеві органи самоврядування, місцеві держадміністрації та нотаріуси. Органи місцевого самоврядування отримують повноваження щодо держреєстрації, якщо відповідна місцева рада прийме таке рішення [16].

Зареєструватись ФОП наразі можна онлайн на сайті <https://diia.gov.ua/services/revestraciva-fop> [17].

Загальна кількість постійного персоналу, яка знадобиться для реалізації проєкту становить 3 особи.

Розрахунок загальної суми фонду оплати праці за місяць представлено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Розрахунок загальної суми фонду оплати праці за місяць

| № п/п | Посада | Оклад, грн. | Нарахування ЄСВ на заробітну плату, грн. | Кількість, чол. | Всього фонд оплати праці, грн. |
|-------|---------------|--------------|--|-----------------|--------------------------------|
| 1 | Керівник | 20000 | 4400 | 1 | 24400 |
| 2 | Адміністратор | 15000 | 3300 | 2 | 36600 |
| | Всього | 50000 | 11000 | 3 | 61000 |

Джерело: розроблено автором

Керівник (власник) компанії буде відповідальним за роботу студії, організацію всіх процесів та частково допомагатиме з роботою адміністраторам.

Адміністратор, крім безпосередніх обов'язків по роботі з клієнтами буде вести сайт компанії, сторінки в соціальних мережах і займатися рекламою.

Також він має підтримувати чистоту у приміщеннях. Плануємо мати 2 адміністраторів в штаті компанії

Бухгалтер (позаштатний) буде готувати звітність компанії та передаватиме її в податкову. Для даного проєкту достатньо бухгалтера, який зможе виконувати ці задачі по моделі аутсорсингу.

Маркетолог (позаштатний) буде допомагати із просуванням студії в соціальних мережах

Плануємо, що фотограф в студії буде позаштатним, оскільки ми очікуємо, що більшість клієнтів буде користуватись послугами власних фотографів. Послуги фотографа студії «D-PHOTO» будуть надаватись у випадку придбання подарункових сертифікатів та в разі окремих індивідуальних запитів.

Для якісного фінансового управління необхідно враховувати витрати на амортизацію основних засобів. У таблиці 2.5 наведено початкову вартість основних засобів та щомісячну суму амортизації, розраховану відповідно до терміну корисного використання основних засобів. Такий підхід дозволяє точно визначити вартість послуг, враховуючи не тільки витрати, а й зношування обладнання. Податковим кодексом України передбачено декілька способів визначення амортизації [18].

Таблиця 2.5

Структура витрат, в яку включені постійні та змінні витрати, амортизація та їх відсоткове співвідношення.

| Структура витрат | грн | % |
|---|-------------------|-----------------|
| Змінні витрати | 7 513 570 | 39,31% |
| Закупівля сировини (оновлення інвентарю, інші матеріали для зйомок) | 7 286 270 | 38,12% |
| Канцтовари | 38 800 | 0,20% |
| Оплата за водопостачання | 21 000 | 0,11% |
| Оплата електроенергію | 167 500 | 0,88% |
| Постійні витрати | 11 275 600 | 58,99% |
| Оплата праці | 3 660 000 | 19,15% |
| ЄСВ | 805 200 | 4,21% |
| Оплата бухгалтера та маркетолога на аутсорсингу | 1 200 000 | 6,28% |
| Срендя | 4 800 000 | 25,11% |
| Непередбачувані витрати | 60 000 | 0,31% |
| Подіграфія | 30 400 | 0,16% |
| Оплата за опалення | 300 000 | 1,57% |
| Реклама | 300 000 | 1,57% |
| Витрати на послуги зв'язку та охорони | 120 000 | 0,63% |
| Амортизація | 324 500 | 1,70% |
| Всього | 18 789 170 | 98,30% |
| Всього з урахуванням амортизації | 19 113 670 | 100,000% |

Джерело: Розраховано автором

Структуру витрат розраховано на період 5 років.

Порахувавши постійні, змінні витрати, амортизацію та їх відсоткове співвідношення на період п'ять років, вдалось визначити, яка стаття витрат займає найбільшу частку.



Рис. 2.1. Структура витрат

Джерело: Побудовано автором

Структура витрат включає в себе: змінні витрати, постійні витрати та амортизацію.

Витрати по роках наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Витрати по роках

| Статті витрат | Всього | 1 рік | 2 рік | 3 рік | 4 рік | 5 рік |
|---|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Змінні витрати | 7 513 570 | 1 416 012 | 1 586 710 | 1 501 397 | 1 545 931 | 1 591 562 |
| Закупівля сировини (оновлення інвентарю, інші матеріали для зйомок) | 7 286 270 | 1 371 262 | 1 412 970 | 1 455 947 | 1 500 231 | 1 545 862 |
| Канцтовари | 38 800 | 7 050 | 8 000 | 7 750 | 8 000 | 8 000 |
| Оплата за водопостачання | 21 000 | 4 200 | 4 200 | 4 200 | 4 200 | 4 200 |
| Оплата електроенергії | 1 67 500 | 33 500 | 33 500 | 33 500 | 33 500 | 33 500 |
| Постійні витрати | 11 275 600 | 2 255 440 | 2 255 040 | 2 255 040 | 2 255 040 | 2 255 040 |
| Оплата праці | 3 560 000 | 732 000 | 732 000 | 732 000 | 732 000 | 732 000 |
| ЄСВ | 805 200 | 161 040 | 161 040 | 161 040 | 161 040 | 161 040 |
| Оплата бухгалтера та маркетолога на аутсорсі | 1 200 000 | 240 000 | 240 000 | 240 000 | 240 000 | 240 000 |
| Оренда | 4 800 000 | 960 000 | 960 000 | 960 000 | 960 000 | 960 000 |
| Непередбачувані витрати | 60 000 | 12 000 | 12 000 | 12 000 | 12 000 | 12 000 |
| Поліграфія | 50 400 | 6 400 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 |
| Оплата за опалення | 300 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 |
| Реклама | 300 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 |
| Витрати на послуги зв'язку та охорони | 120 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 |
| Амортизація | 324 500 | 60 500 | 66 000 | 66 000 | 66 000 | 66 000 |
| Всього | 18 789 170 | 3 671 452 | 3 713 710 | 3 756 437 | 3 800 971 | 3 846 602 |
| Всього з урахуванням амортизації | 19 113 670 | 3 731 952 | 3 779 710 | 3 822 437 | 3 866 971 | 3 912 602 |

Джерело: Розраховано автором

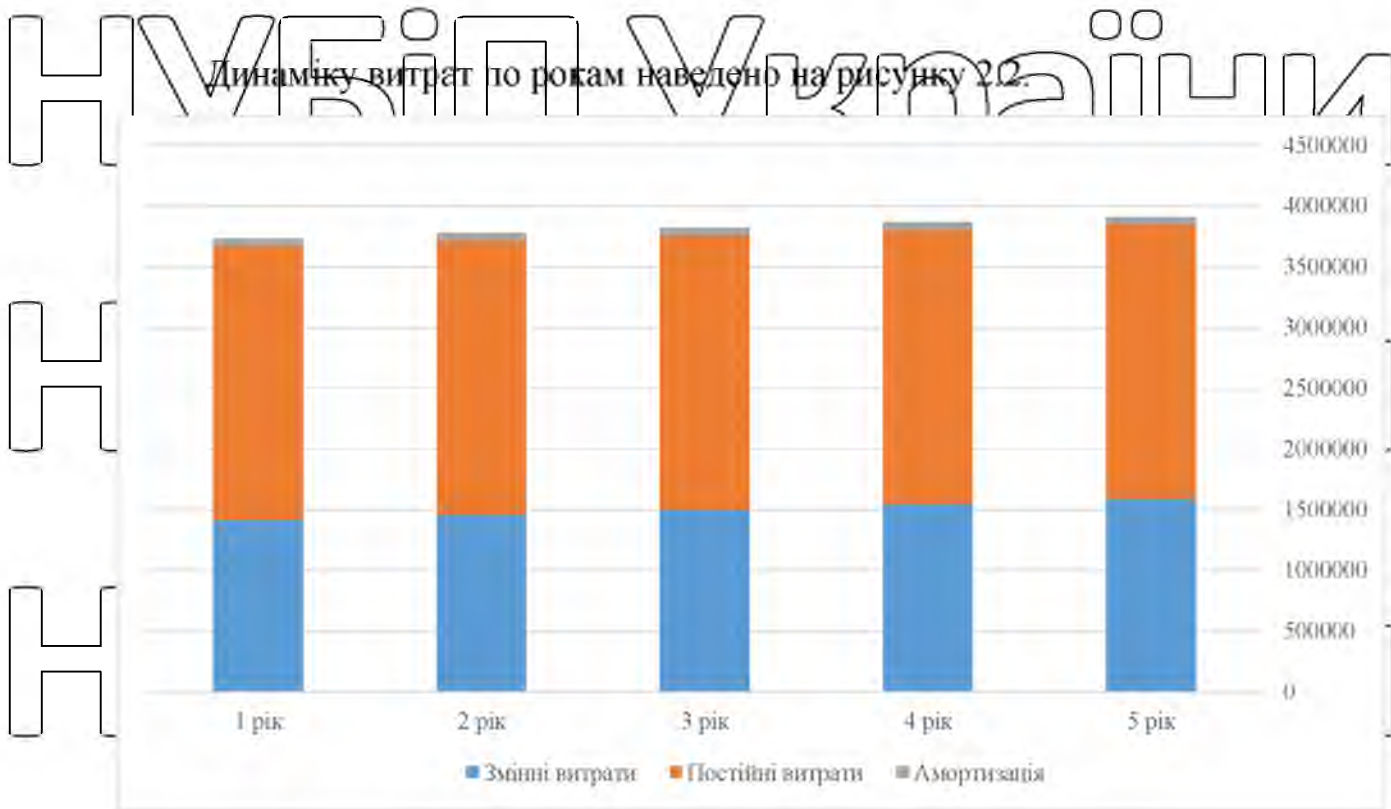


Рис. 2.2. Динаміка витрат по роках

Джерело: Побудовано автором

Таким чином, розрахунок постійних витрат, змінних витрат та амортизації допоможе нам порахувати загальну вартість виробництва і визначити, яка кількість годин необхідна для отримання прибутку.

Інвестиційні витрати даного проєкту наведемо в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Початкові інвестиційні витрати

| Спрямування інвестиційних вкладень | Всього | 1 рік |
|---|------------------|------------------|
| Обробка та ремонт приміщень | 800 000 | 800 000 |
| Обладнання | 310 000 | 310 000 |
| Меблі | 20 000 | 20 000 |
| Реєстрація підприємства, дозволи, ліцензії, операційне забезпечення | 15 000 | 15 000 |
| Створення сайту та початковий маркетинг | 40 000 | 40 000 |
| Інші | 5 000 | 5 000 |
| Оборонні кошти | 46 583 | 46 583 |
| Всього | 1 236 583 | 1 236 583 |

Джерело: Розраховано автором

Дана таблиця відображає, що всі інвестиційні витрати планується зробити в перший рік функціонування проєкту. Всі наступні витрати будуть поточними, як було описано вище. Врахування всіх видів витрат є необхідним для подальших розрахунків ефективності та привабливості проєкту.

На рис. 2.3. відобразимо структуру інвестиційних витрат.

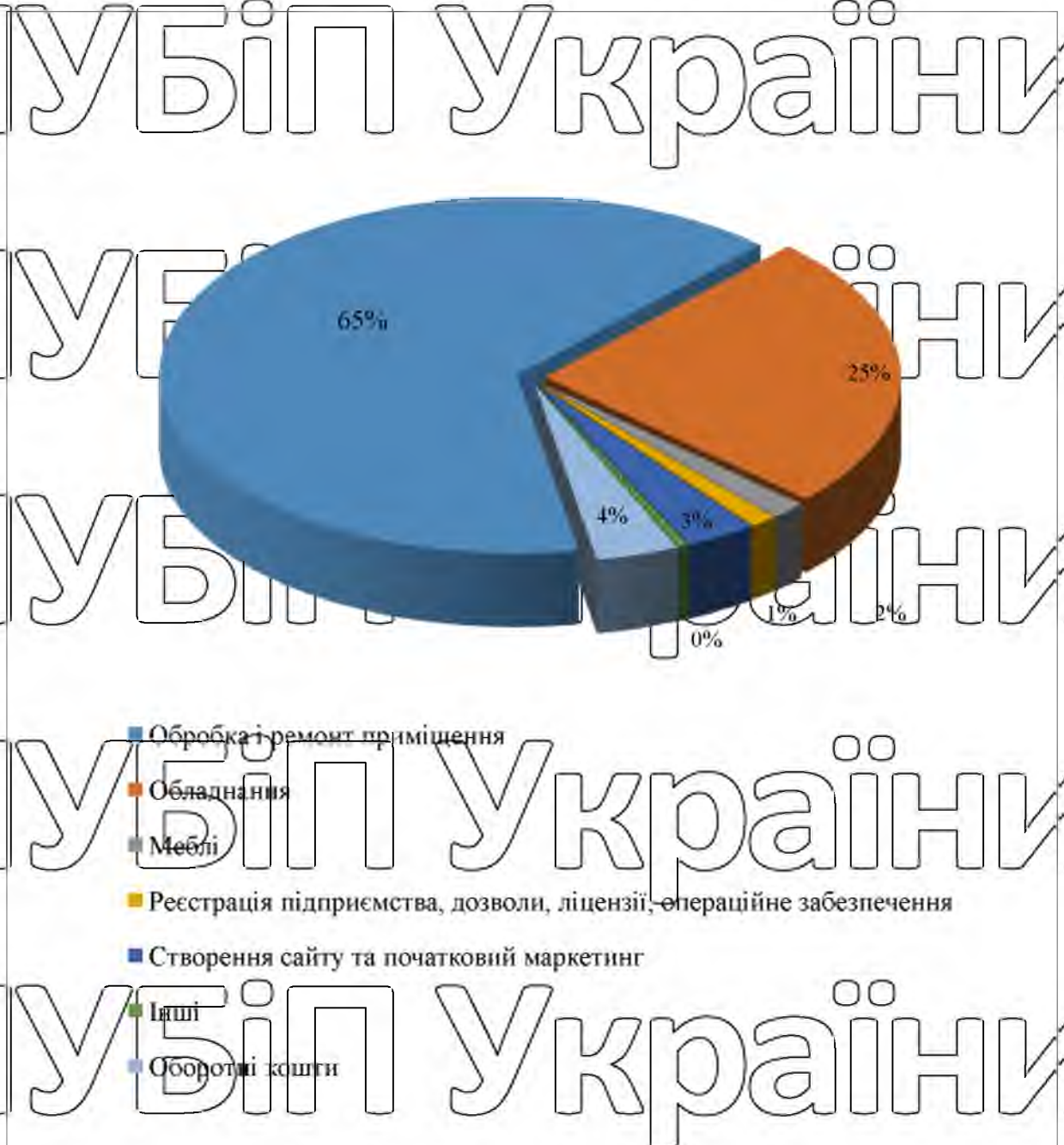


Рис. 2.3. Структура інвестиційних витрат

Джерело: Побудовано автором

Таким чином, розрахунок постійних, змінних та інвестиційних витрат і амортизації допоможе налаштувати загальну вартість виробництва і визначити, яка кількість проданих годин оренди необхідна для отримання прибутку.

2.6. Структура доходів проекту та оподаткування

Оцінка фінансової стабільності та прибутковості компанії значною мірою залежить від аналізу її доходів та сплати податків. Ефективне керування проектом неможливе без розуміння структури доходів: які товари або послуги є найбільш прибутковими та як це впливає на стратегію розвитку бізнесу [19].

Повне розуміння податкової системи також є ключем до успішного управління підприємством. Знання податкових нюансів дозволяє фірмі уникнути або ж мінімізувати будь які податкові ризики.

Для розрахунку доходів, першочергово потрібно враховувати максимальний рівень завантаженості і формувати цінову політику на основі аналізу витрат та ринкових умов.

У фотостудія «D-PHOTO» ми плануємо відкрити 3 локації та організувати режим роботи без вихідних. Відповідно до попередньої таблиці 2.7, враховано таблицю Статті доходів в перспективі 5 років (табл. 2.8) з урахуванням витрат на програми лояльності та знижки. Ми прогнозуємо поступове підвищення рівня доходів з кожним наступним роком, що буде забезпечено вибором стратегії розвитку та високим рівнем надання послуг.

Таблиця 2.8

Статті доходів в перспективі 5 років

| Стаття доходів | Всього | 1 рік | 2 рік | 3 рік | 4 рік | 5 рік |
|---------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Оренда залу «Шале» | 5 173 683 | 973 677 | 1 003 292 | 1 033 808 | 1 065 253 | 1 097 653 |
| Оренда залу «Модерн» | 6 898 244 | 1 298 236 | 1 337 723 | 1 378 411 | 1 420 337 | 1 463 538 |
| Оренда залу «LOFT» | 6 208 420 | 1 168 412 | 1 203 951 | 1 240 570 | 1 278 303 | 1 317 184 |
| Робота штатного фотографа | 3 880 262 | 730 258 | 752 469 | 775 356 | 798 939 | 821 240 |
| Всього | 22 160 609 | 4 170 583 | 4 297 435 | 4 428 145 | 4 562 832 | 4 701 615 |

Джерело: Розраховано автором

Відповідно до динаміки виручки за місяцями, що відображено на рис.2.4, найнижчі показники прогнозуємо в періоди новорічних свят, осінніх відпусток та святкових і пам'ятних дат.

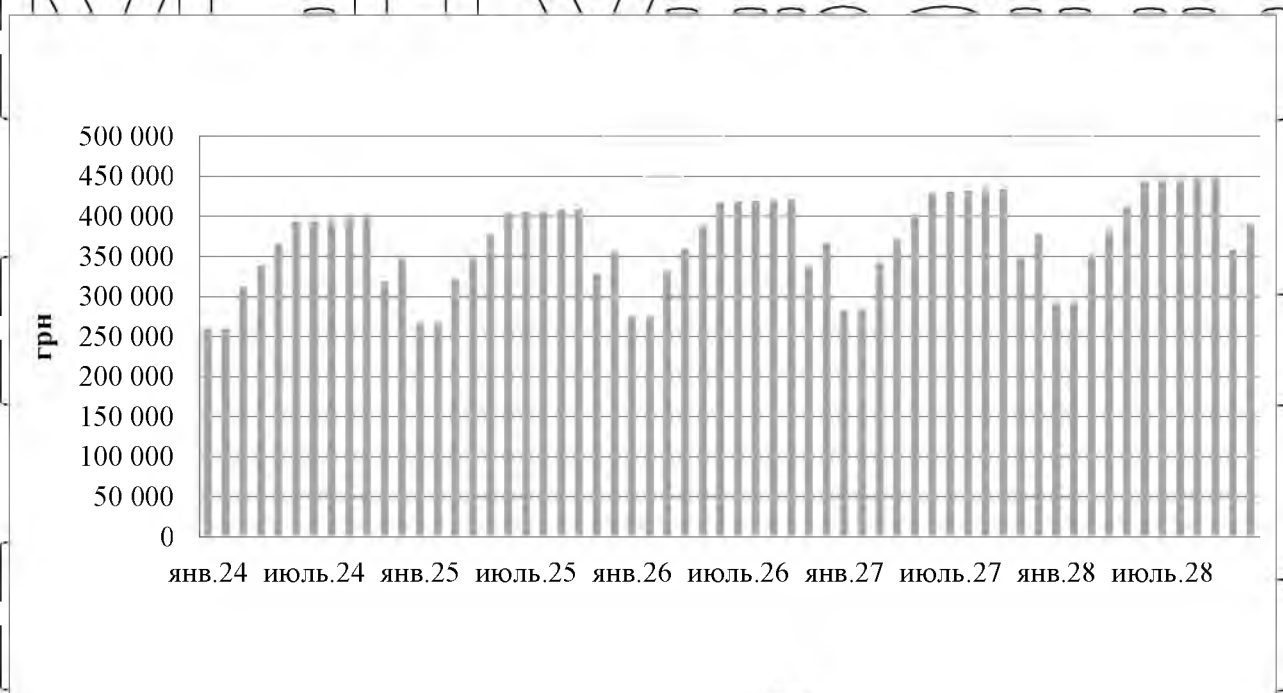


Рис. 2.4. Динаміка виручки за місяцями

Джерело: Побудовано автором



Рис. 2.5. Динаміка виручки по роках

Джерело: Побудовано автором

Відповідно до розрахунків, що відображено в таблиці 2.8., динаміку виручки по роках відображено на рисунку 2.5.

Фізична особа-підприємець третьої групи оподаткування є одним з найбільш вигідних варіантів оподаткування для малого бізнесу, що тільки починає свою діяльність. Вона дозволяє спрощено вести бухгалтерію, а також оформувати значну економію на податках [20]. Однак, важливо вчасно та правильно складати декларації та відраховувати необхідні податки, щоб уникнути штрафів та проблем з контролюючими органами.

Таблиця 2.9

| Податки | Всього | 1 рік | 2 рік | 3 рік | 4 рік | 5 рік |
|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ЄП | 1 108 030 | 208 529 | 214 872 | 221 407 | 228 142 | 235 081 |
| ССВ | 88 044 | 17 292 | 17 688 | 17 688 | 17 688 | 17 688 |
| Всього: | 1 196 074 | 225 821 | 232 560 | 239 095 | 245 830 | 252 769 |

Джерело: Розраховано автором

Дана таблиця демонструє очікувані податкові витрати студії творчості протягом п'яти років функціонування за ФОПом 3 групи оподаткування. За рік доходи студії оцінюються на 4 170 583 грн, що зобов'язує до сплати єдиного

податку (ЄП) у розмірі 208 529 грн та єдиного соціального внеску (ЄСВ) в розмірі 17 292 грн. Протягом п'яти років очікується збільшення доходів фотостудії, що також призведе до зростання податкових витрат. В цілому, за 5 років функціонування фотостудії, передбачається сплата податків на загальну суму 1 196 074 грн. Розрахунок та розуміння даних витрат дозволить керівництву фотостудії краще організовувати свої фінансові ресурси та визначати стратегії розвитку.

2.7. Оцінка ефективності проєкту

На основі аналізу фінансових показників та показників ефективності можна зробити висновок, що проєкт відкриття фотостудії є досить успішним.

Протягом п'яти років роботи буде досягнуто стабільного зростання прибутку, що свідчить про успішність бізнесу. Оцінка показників рентабельності та прибутковості також підтверджує ефективність проєкту, що надає підстави для його подальшого розширення та розвитку.

Для фотостудії, досягнення точки беззбитковості має важливе значення, оскільки це допомагає визначити мінімальний обсяг роботи, необхідний для покриття всіх витрат на оренду приміщення, виплати заробітної плати працівникам, закупівлю обладнання та інші витрати. Розрахунок точки беззбитковості може бути корисним інструментом для планування фінансової стабільності фотостудії та визначення цін на послуги. Крім того, цей показник може використовуватися для виявлення можливих ризиків та для пошуку можливостей збільшення прибутковості [21].

Точка беззбитковості є важливим інструментом для оцінки ефективності проєкту, оскільки вона вказує на мінімальний рівень продажів, необхідний для того, щоб проєкт почав приносити прибуток. Даний показник визначається шляхом порівняння загальних витрат проєкту і загальних доходів [22].

Коли дохід перевищує витрати, проєкт вважається прибутковим, а коли дохід дорівнює витратам, проєкт перебуває в точці беззбитковості. Точка беззбитковості може бути використана для оцінки ризиків проєкту та його фінансової стійкості, а також для прийняття рішень щодо необхідності внесення змін, з метою зниження витрат та збільшення доходу.

Після розрахунку точку беззбитковості для проєкту ми бачимо, що вона знаходиться на рівні 85,1%. Це означає, що якщо ми зможемо реалізувати більше 85,1% від очікуваної кількості послуг, наш проєкт стане прибутковим. Це є важливим показником ефективності проєкту, оскільки дає можливість визначити межу, за якою проєкт починає приносити прибуток (табл. 2.10, рис.2.6).

Таблиця 2.10

Значення точки беззбитковості.

| | |
|---|------------|
| Точка беззбитковості, % реалізації послуг | 85,1% |
| Точка беззбитковості, грн від реалізації послуг | 18 869 336 |
| Точка беззбитковості, грн в середньому на міс | 314 489 |
| Величина операційного важеля | 66,1% |

Джерело: Розраховано автором

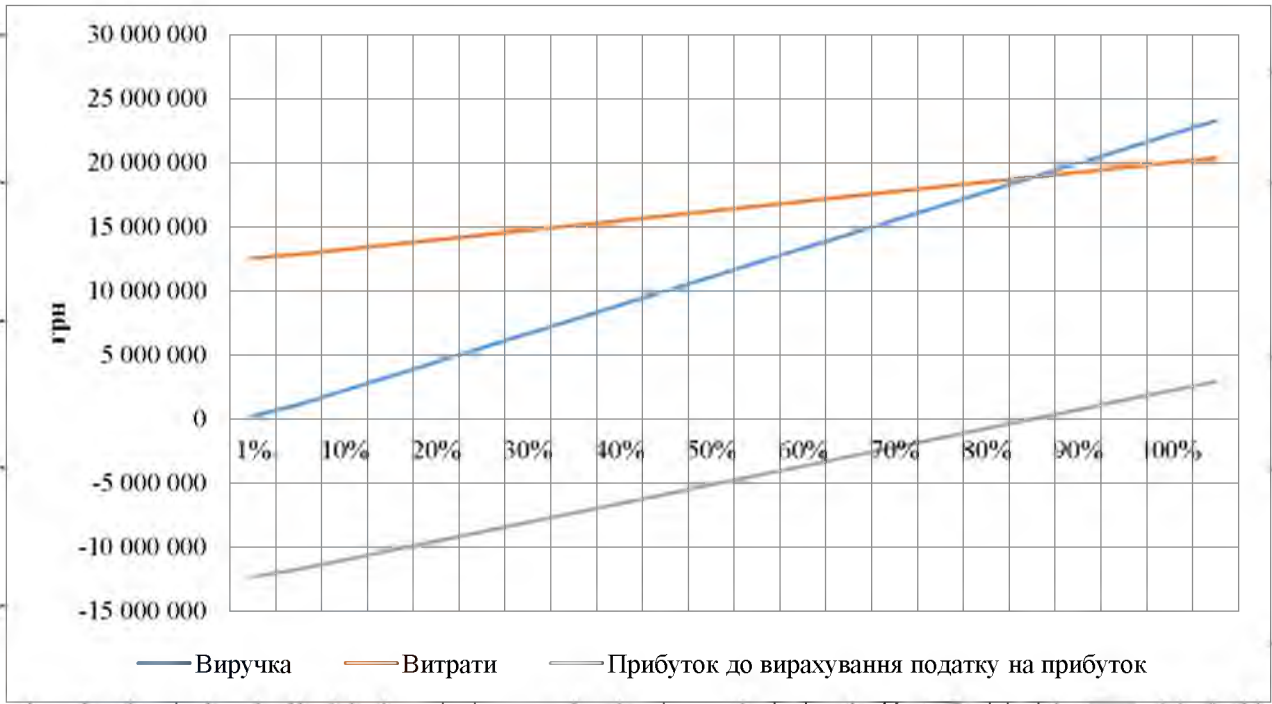


Рис. 2.6. Розрахунок точки беззбитковості

Джерело: Побудовано автором

Далі пропонуємо розглянути середні показники основної діяльності за проектом (рис. 2.7, табл. 2.11).

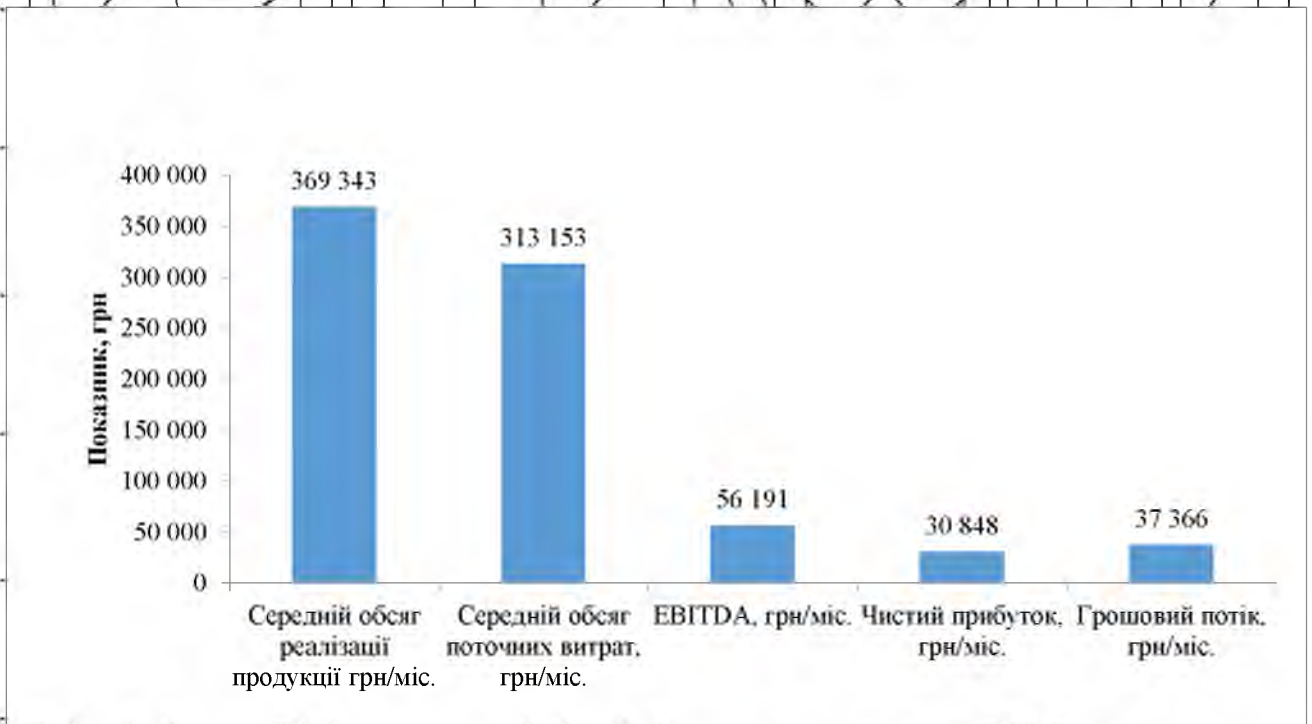


Рис. 2.7. Показники основної діяльності фотостудії

Джерело: Побудовано автором

Таблиця 2.11

Показники основної діяльності

| Показники основної діяльності | Середні значення за проектом |
|--|------------------------------|
| Середній обсяг реалізації продукції, грн/міс | 369 343 |
| Середній обсяг поточних витрат, грн/міс | 313 153 |
| EBITDA, грн/міс | 56 191 |
| Чистий прибуток, грн/міс | 30 848 |
| Грошовий потік, грн/міс | 37 366 |

Джерело: Розраховано автором

Середній обсяг реалізації продукції за місяць становить 369 343 грн, що вказує на високий обсяг продажу послуг студії. Середній обсяг поточних витрат також досить високий - 313 153 грн на місяць, що свідчить про необхідність ефективного управління фінансами і ресурсами.

EBITDA - сумарний дохід компанії до вирахування податків і зборів без урахування кредитів і виробничих витрат (амортизація) [23]. Він становить 56 191 грн на місяць, що є прийнятним результатом. Даний показник є важливим для визначення фінансової стійкості проекту та його прибутковості.

Чистий прибуток становить 30 848 грн на місяць, що є відносно високим результатом для нового проекту зі стабільними показниками фінансової діяльності. Даний показник є важливим для визначення рентабельності проекту.

Зміну чистого прибутку по місяцях представлено на рис. 2.8.

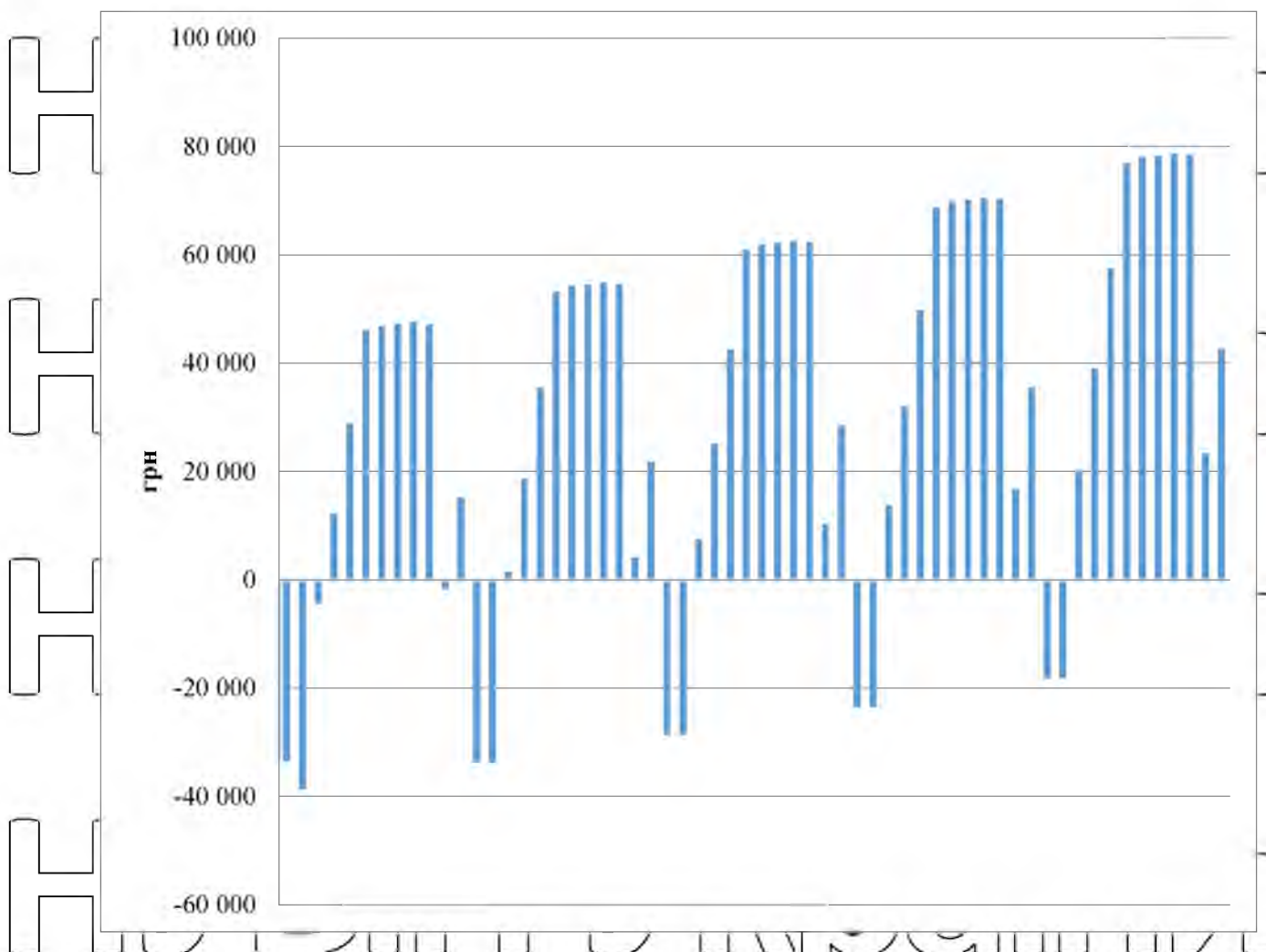


Рис. 2.8. Зміна чистого прибутку по місяцях

Джерело: Побудовано автором

Грошовий потік становить 37 366 грн на місяць, що є важливим показником для визначення фінансової стійкості проєкту. Даний показник свідчить про здатність проєкту генерувати достатньо грошових коштів для оплати витрат та інвестицій у розвиток. Всі показники основної діяльності проєкту фотостудії є на достатньо високому рівні, що свідчить про доцільність відкриття фотостудії та її здатність до прибуткової діяльності.

Про ефективність нашого проєкту свідчать показники інвестиційної привабливості, що наведено у табл. 2.12.

НУБІП України

Таблиця 2.12

Показники інвестиційної привабливості

| Інвестиційні показники | Значення за проектом |
|---|----------------------|
| Термін прогнозу, міс. | 60 |
| Ставка дисконтування | 15,0% |
| IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік | 12,9% |
| Загальний обсяг фінансування проекту | 1 236 583 |
| Чистий грошовий потік | 1 065 364 |
| NPV (Чистий дисконтований дохід) | 343 500 |
| NPV (Чистий дисконтований дохід з урахуванням вартості бізнесу) | 1 710 842 |
| Термінальна вартість бізнесу | 1 367 342 |
| PB (Простий термін окупності), роки | 3,3 |
| DPB (Дисконтований термін окупності), роки | 3,8 |
| PI (Індекс доходності за проектом) | 1,28 |

Джерело: Розраховано автором

З даної таблиці бачимо, що проєкт фотостудії «D-PHOTO» є прибутковим, оскільки NPV є позитивним та дорівнює 343 500 грн з урахуванням повернення всіх інвестиційних витрат. Термін окупності складає 3,3 (простий термін окупності) та 3,8 дисконтований. Ці та інші показники є свідченням прибутковості проєкту, що окупиться на 4-му році роботи.

2.7. Джерела і графік фінансування проєкту та цільове спрямування інвестицій

Одним із основних етапів підготовки бізнес плану проєкту є визначення умов фінансування, вибір джерел фінансування та розробка плану надходження та використання коштів [24]. Фінансування проєкту має забезпечувати принаймні два основних завдання [25]:

- забезпечити таку інвестиційну динаміку, яка б дозволила реалізувати бізнес план відповідно до часових та фінансових (грошових) обмежень;
- зменшити витрати фінансових ресурсів та ризики проєкту за рахунок оптимізації структури інвестицій [26].

Для реалізації проєкту фотостудії «D-PHOTO» планується використати власні кошти та банківські позики, за можливості гранти. Основний акцент буде зроблено на самофінансування. Решту суми планується покрити за рахунок кредиту, залученого в банку. Для покриття поточних витрат, після початку підприємницької діяльності планується відкрити кредитну лінію в тому ж банку.

Даний розділ бізнес плану відображає інвестиційні потреби на проєкт (довгострокові капіталовкладення), спрямовані на придбання матеріальних та нематеріальних активів, а також покриття поточних витрат.

Загальна вартість проєкту складає 1 236 583 грн.

2.8. Управління ризиками проєкту

Невизначеність є невід'ємною частиною процесу прийняття рішень з управління бізнес проєктами. Ризики, що впливають на якість рішень, можуть виникнути на будь-якій стадії життєвого циклу проєкту і зумовлені такими факторами: неповна або ж неточна інформація про проблему; неоднозначність умов, вимог та критеріїв; неповне розуміння мети; недооцінене внутрішнє та зовнішнє середовище; неможливість точно оцінити всі параметри проєкту. Доцільно оцінювати ризики та їх наслідки не пасивно, а активно та цілеспрямовано. Продумано управляти ризиками з метою мінімізації втрат та зниження ризиків [27].

Ризики проєкту варто розглядати як подію чи серію подій, які можуть завдати шкоди інвестиційному проєкту [28]. Випадковість або ж

непередбачуване настання подій означає неможливість точно визначити час і місце, коли вони трапляться. Збитком, заподіяним внаслідок настанням даних подій є погіршення або втрата об'єктом інвестування його майна [29].

Таким чином, проєктний ризик – це сукупність ризиків, що загрожують економічній ефективності проєкту, що має місце при негативному впливі різних факторів на грошові потоки [30].

Перед відкриттям фотостудії з залами для погодинної оренди варто врахувати всі можливі ризики та шляхи їх запобігання:

Основні ризики, які можуть вплинути на успішність такого проєкту вказано нижче:

1. Конкуренція:

- Ринок фотостудій може бути насиченим та буде складно конкурувати з іншими подібними студіями, які вже є відомими та мають своїх клієнтів;
- Зниження цін на послуги в інших фотостудіях може вплинути на прибутковість бізнесу;

2. Локація:

- Вибір локації може призвести до низької відвідуваності чи низької візнаваності студії;
- Відсутність зручного паркінгу чи місць для паркування біля дороги може відлякати частину потенційних клієнтів.

3. Обладнання та інфраструктура:

- Проблеми з технічним обслуговуванням обладнання та швидким ремонтом можуть призвести до затримок у роботі та потенційної втрати клієнтів;
- Забезпечення залів різноманітною додатковою інфраструктурою (освітлення, фони, тощо окрім базових) вимагає додаткових значних інвестицій;

4. Маркетинг та реклама:

- Неякісно спланована рекламна кампанія може призвести до суттєвих витрат без позитивного результату щодо кількості залучених клієнтів;

5. Юридичні аспекти:

- Необхідно ретельно вивчити всі юридичні аспекти та дозволи для повноцінної роботи фотостудії;
- Високі стандарти до забезпечення авторських прав та приватності клієнтів;

6. Залежність від клієнтів:

- Бізнес буде залежним від попиту на фотосесії, який може суттєво змінюватися сезонно або у залежності від економічних та соціальних умов;

7. Фінансові ризики:

- Запуск студії вимагає значних інвестицій та необхідність мати фінансовий план для покриття витрат із збалансованими прибутками;
- Ризик нестачі готівки та платіжних зобов'язань може вплинути на фінансову стійкість бізнесу;

8. Пандемія, війна та інші непередбачувані обставини:

- Пандемія COVID-19 показала, як негативно карантинні обмеження можуть вплинути на бізнеси, пов'язані з громадськими зібраннями. Потенційні обмеження у зв'язку з епідеміологічною ситуацією в країні можуть негативно впливати на прибутки студії;
- Військові дії в країні негативно впливають на попит на рекламу та фотозйомки;
- Інші непередбачувані події, такі як природні катастрофи, економічні кризи, ризики «блек-ауту» через можливі обстріли можуть вплинути на повноцінне функціонування фотостудії.

Способи запобігання ризикам в бізнесі фотостудій можуть бути наступними:

1. Проведення попереднього докладного дослідження ринку:

Перед запуском бізнесу необхідно докладно вивчити ринок, проаналізувати конкурентів та проаналізувати попит на подібні послуги. Ідентифікуйте потенційні ризики, пов'язані з конкуренцією та сплануйте стратегію, яка дозволить вам виділитися на ринку [31]. Співпрацювати виключно з перевіреними постачальниками (краще попередньо порадитися з експертами галузі). Налагоджувати контакти одночасно з кількома постачальниками [32].

2. Розробка бізнес-плану:

Створити докладний бізнес-план, що включає стратегію, фінансовий план та план маркетингу. В бізнес-плані передбачайте можливі ризики та способи їх управління [33].

3. Маркетинг та реклама:

Ретельно розробіть маркетингову стратегію, щоб привернути клієнтів та збільшити впізнаваність бренду.

4. Фінансове управління:

Необхідно ефективно контролювати бюджет та вести детальний облік витрат та доходів. Обов'язково варто зберігати фінансовий резерв для непередбачуваних витрат [34].

5. Диверсифікація:

Варто сформуванати можливий план дій щодо диверсифікації бізнесу залежно від умов. Диференціація напрямів діяльності може зменшити вплив певних ризиків.

6. Страхування:

Варто розглянути можливість страхування ризиків (пожежі, крадіжки, тощо).

7. Планування кризового управління:

Розробіть план дій для реагування на кризові ситуації, такі як природні катастрофи, економічні кризи, пандемії, війна. Вивчіть кращі практики управління кризовими ситуаціями та забезпечте гнучкість управління [35].

8. Юридичний контроль:

Дотримуйтесь всіх законодавчих вимог та нормативів, які стосуються вашої сфери бізнесу. Завжди за можливості укладайте офіційні договори та угоди, які захищають ваші права та інтереси.

9. Навчання та розвиток персоналу:

Інвестуйте в навчання та розвиток персоналу, щоб підвищити їхню ефективність та зменшити можливі ризики, пов'язані з людським фактором.

10. Моніторинг та оновлення:

Регулярно оцінюйте ефективність обраної стратегії з управління ризиками та постійно адаптуйте її відповідно до умов.

Оцінка економічної ефективності відкриття фотостудії «D-PHOTO» показала, що проєкт є економічно обґрунтованим та вигідним для інвесторів в поточних умовах функціонування економіки та військово-політичної ситуації в країні.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 3

ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ

НУВБІП України

З розвитком ринку надання послуг з оренди фотостудій в Україні активно формується культура споживання подібних послуг. Перш за все дана сфера активно розвивається в обласних центрах України та великих містах. На відміну від ринку США та Європи, для яких дані послуги є звичним явищем, в Україні подібні послуги все ще лишаються відносно новими та ринок розвивається.

НУВБІП України

Пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення росії мало суттєвий вплив на розвиток сфери та прибутки учасників ринку. В період з 22 лютого 2022 року по кінець травня 2022 року попит на послуги оренди фотостудій був практично відсутнім в усіх регіонах України. Починаючи з червня 2022 року дана сфера почала поступово відновлюватись спочатку в західних регіонах України а потім і в центральних та частково в південних. Життя людей децю стабілізувалось, почала відновлюватись рекламна діяльність та проводились свята (з приводу одружень, днів народження, днів хрещення тощо). Для даних потреб студійна зйомка є оптимальним варіантом для того, щоб зафіксувати пам'ятні миті в якісних умовах.

НУВБІП України

Говорячи про перспективи розвитку даного напрямку бізнесу в Україні, зазначимо, що дана сфера відновлюється досить швидко. Згідно проведеного аналізу бронювань основних гравців ринку (студій: W-photostudio, In-Light, R18, Pandora studio тощо) та порівняння кількості замовлень з довоєнним рівнем 2021 року можна зробити висновок, що кількість замовлень зараз на рівні 80% від рівня 2021 року. В середньому близько 35 годин на тиждень в найбільш популярних залах, та на рівні 20-25 годин на тиждень в більш простих локаціях.

НУВБІП України

Серед додаткових послуг, які варто буде впроваджувати в студії за першої ж можливості варто виділити наступні:

НУВБІП України

- Кав'ярня

НУВБІП України

- Оренда одягу
- Оренда фотообладнання

Дані послуги дозволять збільшити прибутки студії та матимуть позитивний вплив на імідж компанії. Але, важливо дані додаткові сервіси імплементувати лише після того, як буде забезпечено стабільно високий потік клієнтів. Згідно аналізу необхідних інвестицій, на початкових етапах дані додаткові інвестиції не будуть виправданими.

Враховуючи вказані вище фактори, специфіку ринку та регіональні особливості було сформульовано основні пропозиції щодо реалізації бізнес

плану відкриття фотостудії «D-PHOTO»

1. Відкривати фогостудію варто в місці, яке буде максимально зручним для відвідувачів. Обов'язково з наявністю паркувальних місць на території студії чи прилеглих територіях. Розміщення не обов'язково повинно бути в центрі міста чи в його елітних районах. Це дозволить знайти більш цікаву локацію з прийнятною ціною політикою. Для оренди бажано шукати локації з високими стелями та великими панорамними вікнами. Це можуть бути як нові бізнес центри та офіси, так і приміщення колишніх виробничих підприємств.

Відразу потрібно обговорити спеціальні умови оренди, коли орендар може не платити за оренду приміщення під час проведення ремонту та підготовки до відкриття бізнесу. Цей період в різних випадках може тривати від 1 до 6 місяців (залежно від умов договору оренди)

2. При плануванні дизайну приміщень краще звернутись до професійних дизайнерів. Вони допоможуть якісно організувати простір самої студії та залів для зйомки, створити унікальні локації та допомогти з пошуком меблів і оздобленням. Обов'язково для кожного залу потрібно силанувати різні зони (наприклад: кухня, спальня з ліжком, вітальня з диваном та кріслами, фактурні стіни та фони, тощо).

3. До закупівлі обладнання варто також підійти завчасно та максимально серйозно. Потрібно провести аналіз основних постачальників та умов, проконсультуватись з експертами своєї справи щодо вибору фонів, штучного

світла, софтбоксів та відбивачів, синхронізаторів тощо. Необхідно врахувати ризики пов'язані з відключеннями світла та відразу запланувати придбання генератора та зарядної станції і пропрацювати можливі варіанти їх безпечного підключення до мережі. Варто буде замовити послуги електрика для монтажу необхідних мереж та місця підключення джерела резервного живлення.

4. Обов'язковим інструментом для ефективної роботи студії буде сайт компанії, сторінки в соціальних мережах (перш за все Інстаграм та Фейсбук). На сайт компанії можна буде інтегрувати окремих сервіс з бронювання, який дозволить клієнтам відразу бачити вільні години для оренди та планувати візит.

В свою чергу це дозволить знизити навантаження на адміністратора.

Традиційною моделлю роботи всіх фотостудій з можливістю оренди є бронювання виключно за попередньою оплатою. Дана модель роботи суттєво мінімізує ризики пов'язані з оплатою та наявністю обігових коштів на рахунках компанії. Також для постійних клієнтів буде реалізовано систему знижок, наприклад:

- При купівлі 10 годин роботи в студії знижка 15%
- Даруємо 10% знижки на наступне замовлення при публікації фотографій та сторіс в соціальних мережах з відміткою сторінки студії.

- Знижка 10% на весільну зйомку

- Знижка 20% для військовослужбовців та УБД.

5. Цінова політика на послуги оренди також буде відповідати запитам ринку та буде на рівні з основними конкурентами. Від 600 грн/год для залу «Шале» до 1000 грн/год для залу «Модерн». Цінова політика студії буде відповідати основним конкурентам та буде дещо дешевшою (в середньому на 10-15%) порівнюючи аналогічні локації.

6. Маркетингова стратегія студії особливо на перших етапах має бути максимально ефективною та всесторонньою. Включатиме в себе платну рекламу в соціальних мережах, в блогерів та популярних фотографів, в пошуковій системі Google. На перших етапах на дані потреби варто запланувати достатній рівень бюджету.

7. Пошуком персоналу варто зайнятись за 1-1,5 місяці до відкриття студії.

Найбільш важливим буде знайти адміністратора. Дана людина буде виконувати основний об'єм робіт щодо роботи з клієнтами, прийому замовлень та оплат, ведення сайту, організації простору та прибирання залів в кінці робочого дня.

Бухгалтер та маркетолог будуть працювати по схемі аутсорсингу, оскільки потреби у відкритті штатних позицій ми не вбачаємо.

Фотограф у нас також планується позаштатний. Плануємо мати домовленість з фотографом-партнером, який буде надавати послуги клієнтам студії за попередньою домовленістю. За умови розподілу прибутку 75/25% на користь фотографа це має бути вигідною схемою для обох учасників. Студія задовольнить потребу клієнта та отримає додатковий прибуток, для фотографа-партнера це додаткова можливість для заробітку.

8. Згідно розрахунків для даного проекту сума початкових інвестицій в розмірі 1 236 583 грн буде достатньою для успішного запуску. В дану суму закладено витрати на дизайн та ремонт приміщень, закупівлю обладнання, меблі, реєстрацію підприємства, дозволи та ліцензії, операційне забезпечення, створення сайту, початковий маркетинг, оборотні кошти та інше.

Ринок послуг з оренди фотостудій зараз знаходиться на стадії відновлення та подає великі перспективи до росту. Є позитивний прогноз щодо перспективи для виходу на ринок нових учасників. Враховуючи специфіку даного бізнесу та прогноз розвитку даного напрямку в Україні вважаємо вигідною інвестицією втілювати даний проект в життя.

ВИСНОВКИ

НУБІП України

Проведене дослідження дозволяє сформулювати наступні висновки, зроблені після опрацювання поставлених завдань:

НУБІП України

Сфера фотографічного мистецтва в Україні та закордоном інтенсивно розвивається. Зі зростанням популярності соціальних мереж та інтернету загальною попитом на фотографії високої якості зростає. Професійні фотографії потрібні як для особистих цілей населення (сімейні та індивідуальні фотосесії, так і для реклами (створення каталогів та контенту для різних напрямків бізнесу). Для зйомки високоякісного матеріалу значно раціональніше скористатись послугами студії, ніж інвестувати значні кошти у власне дороге обладнання.

НУБІП України

В Україні бізнес у сфері надання послуг з оренди фотостудій з настанням пандемії Covid19 та повномасштабним вторгненням росії зазнав досить сильних втрат. В період інтенсивних обмежень по Covid19 послуги з оренди протягом 2 місяців практично не надавались. Ситуація повторилась у 2022 році через вторгнення (з 22 лютого 2024 року по кінець травня 2022 року попит на послуги оренди фотостудій був практично відсутнім в усіх регіонах України. Починаючи з червня 2022 року дана сфера почала поступово відновлюватись. Якщо порівняти кількості замовлень з довоєнним рівнем 2021 року можна зробити висновок, що ринок відновився орієнтовно на 80% від довоєнного рівня.

НУБІП України

Бізнес з оренди фотостудій є досить привабливим для інвестування.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

оскільки потребує невеликої кількості персоналу та ресурсів, є затребуваним на ринку та здатен забезпечити стабільні доходи для власників і інвесторів.

Бізнес план відкриття фотостудії «D_PHOTO» в місті Київ розраховано

на основі актуальних даних. Для старту бізнесу необхідно 1 236 583 грн, фінансування яких здійснюватиметься за рахунок власних активів та

банківської позики. Розрахунки показників ефективності

проекту довели доцільність його реалізації, адже він обіцяє принести прибуток в розмірі понад 1 710 842 грн., а NPV становить 343 500 грн.

Враховуючи специфіку ринку та регіональні особливості було

сформульовано основні пропозиції щодо реалізації бізнес плану відкриття фотостудії. А саме: відкриття фотостудії в місці зі зручною транспортною розв'язкою та наявністю паркінгу (не обов'язково в центрі міста); необхідність залучення професійного дизайнера для створення унікального дизайну;

закупівля тільки якісного професійного обладнання; обов'язкове створення та

просування сторінок студії в соціальних мережах та поштовому сервісі Google; формування стриманої цінової політики та наявність розширеної системи знижок та мотивацій для клієнта; активна маркетингова кампанія;

якісний підбір персоналу; зниження ризиків за рахунок укладання офіційних договорів зі всіма постачальниками та сплата всіх податків відповідно до законодавства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. SWOT-аналіз: кому, коли й навіщо потрібен: веб-сайт.
URL: <https://bakertilly.ua/news/id44448> (дата звернення: 02.03.2023)
2. Трачук О. Золотий вік української фотографії [Електронний ресурс] /Олександр Трачук. Режим доступу : <http://primetour.ua/uk/company/articles/1>
3. Горлова Т. А. Роботи фотографів-художників Харкова 19 – поч. 20 ст. у колекції ХІМ // Т. А. Горлова, Н. М. Іванова // Одиннадцять Сумщовських читання. Збірник Матеріалів наукової конференції «Подвигу народному жити у віках» 15 квітня 2005 р. – Харків : Харківський історичний музей, 2006. – 124 с.
4. Введенський О. Історія львівської фотографії [Електронний ресурс] / Олег Введенський // Поступ – 2004. – 17 травня. Режим доступу: <http://portal.lviv.ua/digest/2004/05/17/122648>
5. Фотографія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Фотографія>
(дата звернення: 22.10.2023)
6. Шинкарук Л.В., Мосленська Т.Л., Лобунець Т. В. Методичні вказівки до написання магістерської роботи для студентів освітнього ступеня Магістр (Спеціальність 073 «Менеджмент», освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»). К.: НУБіП України, 2018. 58 с.
7. Global Photographic Services Markets, 2015-2020, 2020-2025F, 2030F.
URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-photographic-services-markets-2015-2020-2020-2025f-2030f-301252831.html> (дата звернення 14.11.2022)
8. Photographic Services Global Market Report 2021: COVID-19 Impact and Recovery to 2030. сайт URL: https://www.researchandmarkets.com/reports/5238050/photographic-services-global-market-report-2021?utm_source=C1&utm_medium=PressRelease&utm_code=fjbggi&utm_campaign=1513585+-+Global+Photographic+Services+Markets%2c+2015-2020%2c+2020-2025F%2c+2030F&utm_exec=chdo54prd (дата звернення 14.11.2022)

9. Овчарук В., Жиденко І. дослідження фоторинку в Україні. URL :

https://er.knuds.edu.ua/bitstream/123456789/11159/1/APSD2018_V7_P280-284.pdf

10. Найкращі фотостудії Києва (ТСП10). URL:

<https://vmuzyka.com/uk/najkrashhi-fotostudiyi-kyveva-top-10/>

11. Bannikov, V., Lobunets T., Buriak, I., Maslyhan, O., Shevchuk, L. On

the question of the role of project management in the digital transformation of small and medium-sized businesses: essence and innovative potential. // *Amazonia*

Investiga Том 11. 2022. № 55. – P. 334-343.

<https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/2105> (дата

звернення: 22.08.2023)

12. Бізнес план мега, види, порядок складання, структура, національні

стандарти. URL: <https://uk.wikipedia.org>. (дата звернення: 20.08.2023)

13. SWOT-аналіз: кому, коли й навіщо потрібен: веб-сайт. URL:

<https://bakertilly.ua/news/id44448> (дата звернення: 16.09.2023)

14. Що таке SWOT аналіз? URL:

<https://business.dia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz> (дата

звернення: 16.09.2023)

15. Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Порядку

здійснення торгової діяльності та правил торговельного обслуговування населення, затверджена від 15.06.2006 р. № 833

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text> (дата

звернення: 25.08.2023)

16. Закон України Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних

осіб - підприємців та громадських формувань від 15 травня 2003 року

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text> (дата звернення:

25.08.2023)

17. Автоматична реєстрація ФОП: Веб-сайт. URL:

<https://dia.gov.ua/services/reestraciya-fop> (дата звернення: 11.09.2023)

18. Податковий кодекс України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата

звернення: 20.04.2020)

19. Управління проектами. Методичні розробки для студентів економічного факультету, спеціальності „Економіка підприємства”, денної та заочної форми навчання (спеціалістів, магістрів) / Укл.: А.Є.Кальницький, М.В.Газуда, М.А.Кальницька. – Ужгород: УжНУ, 2009. – 93 с.

20. Податковий кодекс України. Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI / (із змінами та доповненнями). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 12.08.2023)

21. Настанова до зводу Знань з управління проектами (Настанова РМВОК), 7-е видання та стандарт з управління проектами. URL: <https://pmi.ukraine.org/pmbok7/> (дата звернення: 22.08.2023)

22. Точка беззбитковості. URL: http://delatdelo.com/spravcchnik/osnovy_biznesa/rentabelnost/tochka-bezubitkovosti-makrasschiat.html (дата звернення: 29.10.2023)

23. Аналіз прибутку компанії: Веб-сайт. URL: <https://ibuhgalter.net/material/1298/25902> (дата звернення: 05.09.2023)

24. Проектне фінансування: підручник / Т.В. Майорова, О.О. Ляхова, за заг. та наук. ред. проф., д.е.н. Т.В. Майорової 2-ге вид., перероб.і доп. Київ: КНЕУ, 2017. 434 с.

25. Майорова Т.В. Проектне фінансування: підручник / За заг. та наук. ред. проф. д.е.н. Т.В. Майорової. Київ: КНЕУ, 2017. 434 с.

26. Бардиш Г. О. Проектне фінансування: підручник. Львів : ДБЛ НБУ, 2018. 463с.

27. Посібник зведених знань з управління проектами. Керівництво РМВОК. 6-е видання. Київ: Олімп-Бізнес. 792 с.

28. Офіційний сайт Міжнародної Асоціації управління проектами IPMA (Швейцарія). URL: <http://www.ipma.ch>. (дата звернення: 22.08.2023)

29. Офіційний сайт Північно-Американського інституту управління проектами PMI (США). URL: <http://www.pmi.org>. (дата звернення: 22.08.2023)

30. Банниська І. О., Макарець Д. О. Управління ризиками в проектах. Економіка, Фінанси, Право. 2017. №5/2. С. 38-40

31. Менеджмент інвестиційної діяльності : підручник; за заг. ред. М.П.Бутка. К. : Центр учбової літератури, 2018. 480 с.

32. Глобал Форум щодо Управління проєктами

URL:<http://www.pmforum.org>. (дата звернення: 22.08.2023)

33. Бізнес-планування / Васильців Т.Г., Качмарик Я.Д., Блонська В.І.,

Лупак Р.Л. Київ : "Знання", 2013. 207 с.

34. Проєктний менеджмент: просто про складне : навч. посіб.

В.А.Верба, Л. П. Батенко, О. М. Гребешкова та ін. ; за заг. ред. В. А. Верби.

К.: КНЕУ, 2009. 299 с.

35. Управління проєктами. Навчальний посібник. О.О.Петренко,

Л.О.Кустріч, М.О.Гоменюк. К.: Центр учбової літератури, 2016. 244 с.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України