

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

«___» травня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ОЦІНКА
ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ У СФЕРІ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ
СТВОРЕННЯ ФОТОСТУДІЇ)»**

Виконавець:

студент ФЕУП

Бандура Дмитро Олегович _____

Науковий керівник:

д.е.н., професор

Ковальов Анатолій Іванович _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ПОСЛУГ З ВІДКРИТТЯ ФОТОСТУДІЇ.....	6
1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи у сфері фотопослуг.....	6
1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері фотопослуг.....	16
1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування фотостудії....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ ФОТОСТУДІЇ.....	28
2.1. Аналіз ринку фотопослуг в Україні та м. Одеса	28
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу.....	38
2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування фотостудії.....	45
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ФОТОСТУДІЇ	56
3.1. Оцінка прибутковості проєкту.....	56
3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту.....	58
3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту.....	63
3.4. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання.....	66
ВИСНОВКИ.....	73
Список використаних джерел	78

ВСТУП

У сучасних умовах трансформації економіки та активного розвитку креативних індустрій сфера послуг посідає провідне місце у структурі малого та середнього підприємництва. Особливої популярності набувають проєкти, що поєднують технологічні можливості, естетичну цінність і попит на індивідуалізовані послуги, до яких належить і професійна фотозйомка. Зростання соціальних мереж, онлайн-бізнесу, персонального брендингу та потреб візуального контенту зумовлює стабільний попит на якісні фотопослуги. Це створює сприятливі умови для розвитку фотостудій як прибуткових підприємств із високим потенціалом масштабування. У цьому контексті актуальним стає науково обґрунтований підхід до створення та розвитку таких бізнесів. Проведення економічного аналізу, оцінка ризиків, визначення рівня ефективності інвестицій і розробка стратегії реалізації проєкту дозволяють підвищити шанси на успіх підприємницької ініціативи.

Методологічну основу дослідження сформували праці провідних українських науковців, зокрема А. Андрейченко [27; 34], Н. Захарченко [8; 9; 33; 34], Н. Добрової [5; 32], А. Ковальова [12], Н. Кічук [12], В. Карпова [11], О. Колесник [32], О. Мазур [16], О. Подмазко [32] та інших, у яких розглядаються питання стратегічного управління малим бізнесом, фінансового планування, моделювання прибутковості, оцінки ризиків та вибору ефективних організаційно-правових форм господарювання.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування фотостудії на ринку послуг.

Для досягнення мети було поставлено наступні завдання:

- 1) надати характеристику бізнес-ідеї започаткування власної справи на ринку фотопослуг;
- 2) розглянути умови реєстрації для ведення підприємницької діяльності в Україні у сфері фотопослуг;

- 3) обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування фотостудії;
- 4) проаналізувати ринку фото послуг в Україні та м. Одеса;
- 5) оцінити внутрішні конкурентні переваги фотостудії;
- 6) сформулювати витрати на відкриття та функціонування фотостудії;
- 7) оцінити прибутковість проєкту;
- 8) охарактеризувати життєвий цикл проєкту;
- 9) провести розрахунок грошового потоку та проаналізувати показники економічної ефективності проєкту;
- 10) проаналізувати можливі ризики та спланувати заходи щодо їх запобігання.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення фотостудії у сфері послуг.

Предмет дослідження – бізнес-проектування започаткування власної справи в сфері фото послуг.

Методи дослідження. У процесі підготовки кваліфікаційної роботи було застосовано комплекс взаємопов'язаних методів дослідження. Зокрема, діалектичний метод використовувався для збору та систематизації теоретичних і практичних матеріалів; метод аналізу – для вивчення структури бізнес-проєкту та ключових чинників його реалізації; метод порівняння – для аналізу конкурентного середовища та ринкових тенденцій у сфері фотопослуг. Маркетингові інструменти застосовувалися для вивчення попиту, сегментації цільової аудиторії та визначення позиціонування фотостудії. Фінансові розрахунки та візуалізація результатів здійснювались за допомогою програмного забезпечення Microsoft Excel, що забезпечило прикладний характер і цілісність дослідження.

Інформаційна база дослідження. У процесі підготовки кваліфікаційної роботи було опрацьовано широкий спектр нормативно-правових документів, наукових джерел та статистичних матеріалів. Базу джерел склали законодавчі акти України, постанови Кабінету Міністрів та регламентуючі документи

профільних органів, що визначають умови ведення підприємницької діяльності у сфері послуг. Особливу увагу було приділено працям українських науковців, які досліджують питання розвитку малого бізнесу та креативних індустрій. Використання статистичних даних Державної служби статистики України дозволило проаналізувати динаміку ринку фотопослуг та підтвердити економічну доцільність реалізації проєкту, що забезпечило його прикладну цінність та аналітичну обґрунтованість.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (34 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 81 сторінок. Основний зміст викладено на 78 сторінках. Робота містить 28 таблиць, 3 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ПОСЛУГ З ВІДКРИТТЯ ФОТОСТУДІЇ

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи у сфері фотопослуг

У сучасних умовах розвитку креативної економіки бізнес у сфері фотопослуг демонструє стабільне зростання попиту та широкий спектр можливостей для самореалізації підприємців. Візуальний контент став невіддільною частиною особистого бренду, маркетингових стратегій та цифрової комунікації, що зумовлює підвищений інтерес до якісних фотопослуг як з боку фізичних осіб, так і бізнес-структур. У зв'язку з цим відкриття фотостудії є перспективною підприємницькою ініціативою, яка поєднує творчий підхід із практичною користю для клієнтів.

Бізнес-ідея передбачає створення професійної фотостудії, яка надаватиме широкий спектр послуг: індивідуальні та сімейні фотосесії, комерційна зйомка, предметна фотографія, фотосесії для брендів, бізнес-портрети, фотозйомка заходів тощо. Концепція проєкту базується на поєднанні високоякісного обладнання, сучасного оформлення простору та орієнтації на потреби цільової аудиторії. Така бізнес-ідея не лише задовольняє актуальний попит на візуальний продукт, а й створює потенціал для довгострокового розвитку та масштабування бізнесу.

Фотостудія орієнтована на задоволення потреб як індивідуальних клієнтів, так і представників малого та середнього бізнесу, які потребують якісного фотоконтенту для реклами, соціальних мереж, сайтів, інтернет-магазинів тощо. Основними сегментами цільової аудиторії є:

- молоді сім'ї та пари, які прагнуть зберегти особливі моменти життя;
- батьки, що замовляють дитячі фотосесії;
- власники бізнесів, які потребують комерційної або предметної зйомки;

- блогери, інфлюенсери, фахівці зі сфери краси, моди, психології, які формують особистий бренд;
- організатори подій та свят, які потребують послуг фотозйомки.

Ціннісна пропозиція фотостудії полягає в індивідуальному підході до кожного клієнта, високій якості результату, комфортному середовищі для зйомки та можливості реалізації творчих ідей. Додатковими перевагами можуть бути гнучка система бронювання, швидке редагування та передача фото, а також партнерство з візажистами, стилістами та декораторами (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Ціннісна пропозиція фотостудії

Складова ціннісної пропозиції	Зміст / опис
Продуктова цінність	Якісна фотозйомка різних форматів: індивідуальні, сімейні, бізнес, предметні
Функціональна користь	Професійний контент для особистих архівів, соцмереж, реклами, сайтів
Емоційна цінність	Збереження важливих моментів життя, створення позитивного досвіду для клієнта
Індивідуальний підхід	Підбір стилістики, образу, реквізиту, формату під клієнта
Комфорт та сервіс	Затишна студія, гнучке бронювання, клієнт-орієнтованість
Післяпродажний сервіс	Ретуш, обробка та швидка передача фото, можливість друку або альбомів
Додаткові опції	Послуги візажиста, стиліста, декораторів, партнерські пропозиції
Гнучкість та адаптивність	Можливість замовити нестандартні формати, тематику, зйомки на виїзді
Ексклюзивність	Участь у творчих проєктах, авторських фотосесіях, унікальні декорації
Доступність для різних клієнтів	Різні пакети послуг — від базового до преміум; можливість подарункових сертифікатів

Джерело: складено автором за матеріалами [6; 15].

Бізнес-ідея базується на моделі студії, що поєднує стандартні пакети послуг з можливістю креативних фотопроектів та оренди простору для інших фотографів. Це дозволяє диверсифікувати джерела доходу та знизити ризики, пов'язані з сезонністю попиту. У перспективі проєкт може бути розширений

через додаткові напрями діяльності: фотокурси, майстер-класи, продаж подарункових сертифікатів, відкриття філій або франшизу.

До ключових переваг створення фотостудії можна віднести високий попит на якісний візуальний контент у цифрову епоху, зростання ролі персонального брендингу та соціальних мереж, а також відносно невисокий рівень бар'єрів для входу на ринок.

Фотостудія дозволяє гнучко адаптувати формат послуг під різні категорії клієнтів, забезпечує стабільне джерело доходу через поєднання індивідуальних та комерційних зйомок, а також відкриває перспективи для розширення, зокрема, через оренду приміщення іншим фотографам, проведення майстер-класів або запуск власної школи фотографії. Додатковими перевагами є креативна самореалізація підприємця, можливість масштабування бізнесу та відносна незалежність від сезонних змін попиту (за рахунок різноманітності форматів зйомки).

З метою комплексної оцінки доцільності реалізації проєкту фотостудії доцільно здійснити порівняльний аналіз з іншими популярними видами креативного бізнесу у сфері послуг. Це дозволяє виявити конкурентні переваги обраної бізнес-ідеї, зрозуміти рівень інвестиційної привабливості, гнучкості, попиту та можливості масштабування у порівнянні з альтернативними підприємницькими напрямками.

Порівняння ключових характеристик фотостудії з дизайн-студією, студією відеомонтажу та школою творчості дозволяє об'єктивно оцінити перспективність проєкту не лише з погляду творчого потенціалу, а й з позиції фінансової доцільності, ризиків та управлінських ресурсів.

Такий аналіз підтверджує, що відкриття фотостудії є збалансованим варіантом для старту бізнесу у креативному середовищі, оскільки поєднує відносно невисокі бар'єри входу, швидку окупність, стабільний попит і широкі можливості для розвитку.

Результати порівняння узагальнені в таблиці 1.2.

Порівняння фотостудії з іншими видами креативного бізнесу

Критерій	Фотостудія	Дизайн-студія	Курси/школа творчості	Студія відеомонтажу/контенту
Попит на ринку	Стабільно високий через популярність візуального контенту	Зростаючий, особливо в e-commerce і SMM	Сезонний, залежить від навчальних періодів	Високий в контент-маркетингу, YouTube, соціальних мережах
Початкові інвестиції	Помірні (обладнання, ремонт, декор, реклама)	Високі (робочі місця, потужні ПК, софт)	Помірні (оренда залу, методики, реклама)	Високі (техніка, монтажні станції, програмне забезпечення)
Окупність	Швидка за умови активного маркетингу	Середньострокова	Повільна, потребує лояльної бази	Залежить від якості клієнтів і обсягу замовлень
Гнучкість формату	Висока: різні види зйомок, оренда, колаборації	Обмежена проєктами замовників	Висока: офлайн/онлайн, групові/індивідуальні	Висока: монтаж, стрімінг, продакшн
Креативна реалізація	Висока: авторські фотосесії, творчі проєкти	Висока, але залежна від брифу	Висока через авторські програми	Висока, але часто технічно-рутинна
Поточні витрати	Середні (оренда, реклама, помічники, амортизація)	Високі (зарплати команди, ПЗ, сервери)	Помірні (викладачі, маркетинг)	Високі (ПЗ, обладнання, хмарні сервіси)
Масштабування	Легке через франшизу, додаткові послуги, оренду	Складніше, вимагає зростання команди	Поступове, через відкриття філій або онлайн-формат	Складне без великих команд

Джерело: складено автором за матеріалами [4; 5].

Таким чином, бізнес-ідея створення фотостудії відповідає сучасним трендам ринку послуг, враховує запити цільової аудиторії та має високий потенціал для економічного зростання й креативного розвитку. У наступних підрозділах буде здійснено аналіз ринкового середовища, конкурентного поля та фінансової моделі реалізації проєкту.

Для формування обґрунтованої бізнес-стратегії створення фотостудії доцільно розглянути й оцінити альтернативні форми підприємницької діяльності у сфері арт- та креативних послуг. Це дозволяє краще зрозуміти конкурентне середовище, особливості функціонування аналогічних форматів, а також виявити ключові переваги обраної бізнес-моделі.

У таблиці 1.3 представлено порівняльний аналіз найпоширеніших форматів бізнесу в галузі креативних послуг, зокрема фотостудії, арт-студії,

коворкінгу для митців, галереї та онлайн-арт-магазину. Аналіз охоплює такі критерії, як вид основної діяльності, переваги, недоліки та цільова аудиторія.

Результати порівняння підтверджують, що формат фотостудії має оптимальний баланс між фінансовою доцільністю, рівнем початкових витрат, широтою аудиторії та можливістю подальшого масштабування. Саме ці чинники визначають конкурентоспроможність та перспективність обраної бізнес-ідеї в умовах сучасного ринку креативних послуг.

Таблиця 1.3

Порівняльний аналіз найпоширеніших форм бізнесу у сфері арт-послуг

Формат бізнесу	Основна діяльність	Переваги	Недоліки	Цільова аудиторія
Фотостудія	Проведення фотосесій (індивідуальні, сімейні, комерційні), оренда студії	Широкий попит, гнучкий формат послуг, можливість масштабування	Потреба у професійному обладнанні та приміщенні	Фізичні особи, підприємці, бренди, блогери
Арт-студія	Проведення творчих майстер-класів, занять для дітей та дорослих	Освітня функція, високий емоційний ефект, можливість залучення грантів	Сезонність, залежність від кількості учасників	Діти, батьки, молодь, освітні установи
Коворкінг для митців	Організація робочих місць для художників, дизайнерів, фотографів	Формування спільноти, стабільний дохід від оренди	Високі витрати на утримання простору, конкуренція з онлайн-платформами	Фрілансери, митці, креативні підприємці
Галерея або шоурум	Виставки, продаж картин, предметів мистецтва та декору	Престижність, можливість співпраці з художниками	Високі витрати на організацію виставок, вузький ринок	Цінителі мистецтва, колекціонери, туристи
Онлайн-арт-магазин	Продаж мистецьких товарів і послуг онлайн (картини, фото, принти)	Низькі витрати на утримання, широка аудиторія, автоматизація	Висока конкуренція, складність просування без реклами	Покупці онлайн, молодь, іноземна аудиторія

Джерело: складено автором за матеріалами [6; 9].

Проведений порівняльний аналіз найпоширеніших форматів бізнесу у сфері креативних послуг засвідчив, що створення фотостудії має низку вагомих

переваг, які забезпечують її конкурентоспроможність та практичну доцільність у сучасних умовах ринку. Зокрема, встановлено, що формат фотостудії характеризується універсальністю, що проявляється у можливості обслуговування широкого спектру цільових аудиторій — від фізичних осіб до представників малого та середнього бізнесу, які потребують якісного візуального контенту.

На відміну від арт-студій, орієнтованих переважно на освітньо-творчу діяльність, або галерей, які мають вузько спеціалізовану аудиторію, фотостудія демонструє стабільно високий рівень попиту, незалежно від сезонних коливань чи освітнього циклу. Це забезпечує більш рівномірний грошовий потік та знижує ризики, пов'язані з неритмічністю надання послуг.

Додатковою перевагою є відносно помірний рівень початкових інвестицій, що робить проєкт доступним для реалізації в межах малого бізнесу. Окупність вкладень може бути досягнута у коротко- або середньостроковій перспективі за умови ефективної маркетингової стратегії та правильно сформованої послугової лінійки.

З огляду на можливості подальшого розвитку, зокрема, розширення спектра послуг, оренду простору іншим фахівцям, проведення авторських фотопроектів чи навчальних заходів, фотостудія має високий потенціал масштабування та інтеграції в інші формати креативного бізнесу.

У таблиці 1.4 представлено аналіз основних видів послуг, які може надавати фотостудія, яка дозволяє структурувати перелік основних видів послуг, які може надавати сучасна фотостудія. Такий підхід забезпечує чітке розуміння функціонального наповнення бізнесу, дозволяє оцінити широту ринкового покриття та адаптувати пропозицію під потреби різних сегментів цільової аудиторії. У межах діяльності фотостудії виокремлюються три основні напрями: індивідуальні фотопослуги, комерційна та предметна зйомка, а також додаткові й креативні формати. Кожна категорія охоплює специфічні запити клієнтів — від особистих іміджевих потреб до завдань бізнес-комунікації, маркетингу чи творчої самореалізації.

Основні види послуг фотостудії

Категорія послуг	Опис	Цільова аудиторія
Індивідуальні фотосесії	Портретні, іміджеві, творчі зйомки для однієї особи	Блогери, фахівці, молодь, актори
Сімейні та дитячі фотосесії	Зйомка для пар, сімей, новонароджених, вагітних	Сім'ї з дітьми, майбутні батьки
Комерційна фотозйомка	Фотозйомка товарів, інтер'єрів, персоналу для бізнесу	Малий та середній бізнес, інтернет-магазини
Бізнес-портрети	Професійні фото для резюме, сайтів, презентацій	Підприємці, фахівці, керівники
Фотозйомка заходів	Зйомка подій: відкриттів, тренінгів, презентацій	Організатори подій, бренди
Предметна зйомка	Фотографування товарів для каталогу, реклами, маркетплейсів	Виробники, продавці, онлайн-платформи
Фотосесії у стилі «Love story»	Романтичні зйомки для пар	Закохані пари, молодята
Подарункові сертифікати	Послуга на зйомку у подарунок	Широке коло клієнтів
Оренда студії	Надання простору іншим фотографам/креативникам	Фотографи, відеографи, стилісти
Фотопроекти та творчі зйомки	Концептуальні зйомки, участь у авторських івентах	Творча молодь, блогери, стилісти

Джерело: складено автором за матеріалами [28; 29].

Особливу увагу приділено таким послугам, як оренда простору для сторонніх спеціалістів, фотопроекти та подарункові сертифікати, що є не лише додатковими джерелами доходу, а й інструментами популяризації фотостудії як бренду. Завдяки широкому спектру послуг фотостудія має можливість ефективно працювати з різними клієнтськими групами, формувати сталі відносини з клієнтами та гнучко реагувати на зміну ринкових тенденцій.

Таким чином, структурована пропозиція послуг є важливим елементом бізнес-моделі фотостудії, що напряду впливає на її прибутковість, стабільність та конкурентоспроможність.

Успішна реалізація проекту фотостудії безпосередньо залежить від глибокого розуміння потреб, мотивацій та поведінкових характеристик цільової

аудиторії. Саме чітке позиціонування на ринку фотопослуг та орієнтація на конкретні групи споживачів дозволяє сформувати релевантну послугову лінійку, ефективну маркетингову стратегію та стійку конкурентну перевагу.

Цільову аудиторію фотостудії доцільно поділити на декілька ключових сегментів (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Сегментація цільової аудиторії фотостудії

Сегмент	Характеристика	Основні запити
Приватні клієнти (фізичні особи)	Жінки та чоловіки віком 20–45 років, які цінують якісний візуальний контент	Індивідуальні фотосесії, бізнес-портрети, творчі зйомки
Сімейні клієнти	Сімейні пари, батьки з дітьми, майбутні батьки	Сімейні, дитячі, вагітні фотосесії, подарункові сертифікати
Малий та середній бізнес	Власники онлайн-магазинів, ресторанів, салонів краси, освітніх центрів тощо	Предметна та інтер'єрна зйомка, фото персоналу, комерційний контент
Творчі особистості	Блогери, інфлюенсери, моделі, стилісти, митці	Креативні фотопроекти, авторські зйомки, персональний брендинг
Організатори заходів	Івент-агенції, тренери, спікери, організатори корпоративів	Зйомка подій, портрети учасників, фотозвіти
Початківці-фотографи	Молоді фахівці без власного приміщення	Оренда студії, технічна підтримка

Джерело: складено автором за матеріалами [28; 30].

Такий поділ дозволяє не лише ефективно сегментувати ринок, а й адаптувати канали комунікації, ціноутворення та формат надання послуг під потреби кожної категорії споживачів. Зокрема, для бізнесу важливими є швидкість, брендова відповідність та дозйомка каталогів; для приватних клієнтів – емоційна цінність та сервіс; для блогерів – індивідуальність і візуальний стиль.

Загалом, фотостудія має справу з платоспроможною, активною, естетично орієнтованою аудиторією, що цінує якість, професіоналізм та персоналізацію послуг. Це створює умови для формування лояльного клієнтського ядра та розширення клієнтської бази через «сарафанне радіо» та цифрові канали просування (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Цільова аудиторія клієнтів фотостудії

(Джерело: складено автором за матеріалами [1; 6]).

Рис. 1.1 наочно ілюструє розподіл основних сегментів цільової аудиторії фотостудії, що дозволяє визначити пріоритетні напрями у формуванні маркетингової стратегії та послугової пропозиції.

Найбільшу частку в аудиторії займають бізнес-клієнти (22%) та індивідуальні клієнти (20%), що вказує на актуальність послуг, пов'язаних із комерційною, предметною зйомкою, бізнес-портретами та іміджевими фотосесіями. Це сегменти з високим рівнем платоспроможності та сталим попитом, що формують основу прибутковості студії.

Важливою складовою також є сімейні клієнти (18%), які потребують емоційно забарвлених послуг – дитячих, сімейних і love story фотосесій. Цей сегмент відзначається високою лояльністю та чутливістю до сервісу, тому потребує особливої уваги до клієнтського досвіду.

Творчі особистості та групові клієнти (по 15%) формують окрему категорію, орієнтовану на креативний підхід, участь у фотопроектах і нестандартні формати зйомки. Вони сприяють підвищенню впізнаваності бренду та формують імідж студії як простору для натхнення й творчої реалізації.

Нарешті, орендарі студійного простору (10%) – це додаткове джерело доходу, яке дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів у неробочий час і сприяє розвитку професійного креативного середовища.

Загалом, структура аудиторії фотостудії є збалансованою, охоплює як індивідуальні, так і бізнес-замовлення, дозволяє мінімізувати ризики сезонності та підвищує економічну стійкість бізнесу.

Вибір оптимальної локації є одним із ключових етапів при плануванні відкриття фотостудії, оскільки місце розташування суттєво впливає на доступність послуг для клієнтів, імідж бізнесу, рівень витрат та можливості для розвитку. У контексті проекту було проаналізовано низку можливих варіантів розміщення, після чого визначено доцільним розгляд локації в межах сучасного креативного простору Impact Hub Odessa, що розташований у центральній частині міста Одеса на вулиці Грецькій, 1а.

Цей простір функціонує як багатофункціональний хаб, який об'єднує підприємців, фахівців креативних індустрій, організаторів заходів, митців і фрілансерів. Такий формат створює сприятливі умови для запуску фотостудії, орієнтованої на індивідуальних і комерційних клієнтів. Централізоване розміщення забезпечує зручність транспортного сполучення, доступність як для пішохідного, так і автомобільного трафіку, що є важливим фактором у забезпеченні стабільного потоку клієнтів.

Додатковим аргументом на користь обраної локації є наявність сформованої професійної спільноти, до складу якої входить значна частина потенційної цільової аудиторії фотостудії. Це, зокрема, підприємці, які потребують бізнес-портретів, власники малого бізнесу, яким необхідна комерційна фотозйомка, а також організатори заходів, що можуть замовляти фотосупровід подій. Участь у хабі також надає можливість співпраці з іншими резидентами, проведення спільних творчих або промоційних проєктів, залучення нових клієнтів через внутрішні події.

Інфраструктура простору дозволяє суттєво знизити стартові витрати, оскільки вже забезпечена базовими умовами для професійної діяльності (ремонт,

комунікації, інтернет, конференц-зони). Це дає змогу сфокусувати ресурси на технічному оснащенні студії та маркетинговому просуванні послуг.

З огляду на поєднання комерційної доцільності, просторової зручності, доступу до релевантної аудиторії та можливостей для професійної інтеграції, Impact Hub Odessa є обґрунтовано влучною локацією для реалізації проєкту створення фотостудії.

Таким чином, результати аналізу підтверджують обґрунтованість вибору фотостудії як об'єкта для реалізації підприємницького проєкту та свідчать про її перспективність як стабільної, гнучкої та економічно доцільної моделі у сфері креативних послуг.

1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері фотопослуг

Підприємницька діяльність у сфері фотопослуг, як складова креативної економіки, набуває дедалі більшого значення в сучасних умовах цифровізації та зростаючого попиту на візуальний контент. В Україні створення фотостудії регулюється загальними нормами господарського, цивільного та податкового законодавства, а також визначається особливостями ведення бізнесу у сфері побутових та креативних послуг.

Організація фотостудії передбачає низку важливих процедур, зокрема вибір організаційно-правової форми, державну реєстрацію підприємця або юридичної особи, визначення виду економічної діяльності відповідно до КВЕД, обрання системи оподаткування, а також дотримання вимог щодо охорони праці, пожежної безпеки та санітарних норм у разі облаштування студійного приміщення.

Сучасна нормативно-правова база України дозволяє започаткувати бізнес у сфері фотопослуг із мінімальними адміністративними бар'єрами, зокрема через можливість онлайн-реєстрації ФОП, спрощену систему оподаткування та відсутність ліцензування більшості фотопослуг. Водночас підприємцю слід

враховувати загальні вимоги до ведення господарської діяльності, що забезпечує законність, безпечність і прозорість роботи студії.

Одним із важливих аспектів організації підприємницької діяльності у сфері фотопослуг є з'ясування наявності регуляторних вимог щодо ліцензування. Згідно з чинним законодавством України, питання ліцензування регулюються Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 02.03.2015 р. (зі змінами), у якому наведено вичерпний перелік видів діяльності, що підлягають обов'язковому ліцензуванню.

У цьому переліку надання фотопослуг як окремий вид господарської діяльності відсутнє, що означає, що здійснення професійної фотозйомки, включаючи студійні, комерційні, предметні, іміджеві та інші види зйомок, не потребує отримання ліцензії. Це стосується як діяльності фізичних осіб-підприємців, так і юридичних осіб, за умови, що в процесі надання послуг не використовуються технології або об'єкти, що підпадають під спеціальне регулювання (наприклад, об'єкти державної таємниці, радіотехніка спеціального призначення тощо).

Водночас надавачі фотопослуг зобов'язані дотримуватись загальних вимог законодавства у сфері захисту прав споживачів, інтелектуальної власності, трудового права (у разі наявності персоналу), охорони праці та пожежної безпеки, особливо у випадку ведення діяльності у фізичному просторі (студії).

Таким чином, у сучасних правових умовах надання фотопослуг не вимагає ліцензування, що значно спрощує старт підприємницької діяльності в цій галузі, знижує адміністративне навантаження та сприяє розвитку малого бізнесу у сфері креативних послуг. Надамо характеристику нормативно-правовій базі щодо організації фотостудії (табл. 1.6).

У процесі державної реєстрації фізичної особи-підприємця (ФОП) одним із обов'язкових етапів є вибір видів економічної діяльності відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД).

Нормативно-правова база щодо організації фотостудії

№	Нормативно-правовий акт	Сфера регулювання
1	Цивільний кодекс України	Загальні засади договірних відносин, правочини, відповідальність
2	Господарський кодекс України	Організація підприємницької діяльності, правовий статус суб'єктів господарювання
3	Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань»	Порядок реєстрації ФОП або юридичної особи
4	Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності»	Перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню
5	Податковий кодекс України	Оподаткування, вибір системи оподаткування (спрощена/загальна)
6	Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД)	Визначення основного виду діяльності (наприклад, КВЕД 74.20 – Діяльність у сфері фотографії)
7	Закон України «Про охорону праці»	Вимоги до безпеки праці у разі наявності працівників
8	Закон України «Про захист прав споживачів»	Права клієнтів і обов'язки суб'єктів господарювання
9	Закон України «Про авторське право і суміжні права»	Захист фотографій як об'єкта інтелектуальної власності
10	Правила пожежної безпеки в Україні	Вимоги до приміщень, технічна безпека фотостудії

Джерело: складено автором за матеріалами [10; 17].

Для фотостудії, що функціонуватиме у сфері креативних послуг, необхідно чітко визначити основний і додаткові КВЕДи, які будуть відповідати характеру надаваних послуг і забезпечать юридичну легітимність усіх запланованих напрямів діяльності.

Основним видом діяльності доцільно обрати КВЕД 74.20 – Діяльність у сфері фотографії. Цей код охоплює широкий спектр послуг, включаючи художню та комерційну фотозйомку, студійні фотосесії, обробку та друк

фотографій, а також зйомку заходів. Саме цей КВЕД найбільш точно відображає сутність підприємницької ініціативи у межах створення фотостудії.

Однак з урахуванням перспективи розширення діяльності проєкту, доцільним є включення також таких додаткових КВЕДів:

КВЕД 90.03 – Індивідуальна художня діяльність. Актуальний у разі реалізації творчих фотопроєктів, виставок авторських робіт, організації портфоліо-презентацій, фотоклубів або тематичних вечорів у межах студії.

КВЕД 96.09 – Надання інших індивідуальних послуг, н.в.і.у. Використовується як універсальний код для суміжних сервісів, що не мають чіткої класифікації, наприклад, організація фотозон, декорування зйомок, персональні консультації щодо стилю, візуального образу тощо.

КВЕД 47.91 або 47.99 – Роздрібна торгівля поза магазинами. Доречний для випадків, коли фотостудія додатково реалізовує подарункові сертифікати, арт-продукцію (наприклад, авторські фотоальбоми, принти, сувеніри), або здійснює продаж послуг/товарів через інтернет та соціальні мережі.

КВЕД 85.59 – Інші види освіти, н.в.і.у.. Доцільний у разі запланованої організації фотокурсів, майстер-класів з основ фотографії, обробки знімків, ведення особистого бренду через візуал, а також навчальних проєктів для молоді (табл. 1.7).

Коректне зазначення видів діяльності при реєстрації ФОП не лише забезпечує відповідність законодавству, а й дає можливість легально розширювати послугову пропозицію студії, оптимізувати оподаткування та брати участь у грантових або партнерських ініціативах у сфері креативної економіки. Для легального започаткування та безпечного функціонування фотостудії як суб'єкта господарської діяльності у сфері креативних послуг необхідним є формування чітко структурованого пакета установчих та регламентуючих документів.

Цей пакет охоплює як обов'язкові документи, передбачені законодавством України для ведення підприємницької діяльності, так і низку внутрішніх положень, що підтверджують дотримання санітарних, споживчих, трудових та

безпекових стандартів. Особливої актуальності така документація набуває у випадках, коли фотостудія працює з фізичними особами, зокрема з дітьми, підлітками, а також надає послуги бізнес-клієнтам.

Таблиця 1.7

Рекомендовані КВЕДи для діяльності фотостудії

КВЕД	Назва виду діяльності	Обґрунтування застосування
74.20	Діяльність у сфері фотографії	Основний КВЕД для фотостудії. Охоплює студійну, комерційну, предметну, художню та подієву фотозйомку.
90.03	Індивідуальна художня діяльність	Дозволяє організовувати творчі фотопроекти, авторські виставки, фотоклуби, мистецькі вечори.
96.09	Надання інших індивідуальних послуг, н.в.і.у.	Універсальний код для додаткових послуг, таких як створення фотозон, стилізація, декорування.
47.99	Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами	Дає змогу продавати сертифікати, фототовари, принти через інтернет, соцмережі або події.
85.59	Інші види освіти, н.в.і.у.	Актуальний для проведення фотокурсів, майстер-класів, тренінгів з обробки фото і візуального брендингу.

Джерело: складено автором за матеріалами [6; 7].

До базового переліку документів, необхідних для запуску фотостудії, належать:

1. Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (ЄДРПОУ) – є первинним підтвердженням державної реєстрації підприємця або юридичної особи, засвідчує його правоздатність та використовується при відкритті рахунків, укладанні договорів, поданні звітності.
2. Свідоцтво платника єдиного податку (або довідка про обрану іншу систему оподаткування) – визначає податковий статус суб'єкта господарювання, ставку оподаткування, права та обов'язки у відносинах з контролюючими органами.
3. Договір оренди або документ, що підтверджує право власності на приміщення фотостудії – забезпечує юридичну підставу для розміщення об'єкта

бізнесу, необхідний для проходження перевірок та реєстрації деяких дозвільних документів (наприклад, щодо вивісок або умов пожежної безпеки).

4. Інформаційний стенд «Куточок споживача», оформлений відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів». Його складовими є: контактні дані підприємця, витяг з реєстру, правила користування послугами, перелік цін, книга відгуків і пропозицій, а також контакти контролюючих органів у сфері захисту прав споживачів.

5. Санітарно-гігієнічні умови функціонування приміщення, зокрема наявність вентиляції, регулярне прибирання, відповідальні умови зберігання фототехніки, реквізиту та інтер'єрного декору. У разі використання хімічних речовин (наприклад, для обробки декорацій або фотопринтів), доцільно дотримуватись санітарних норм, рекомендованих для об'єктів побутового обслуговування.

6. Інструкції з охорони праці та пожежної безпеки, обов'язкові у разі залучення найманих працівників або проведення освітніх/творчих сесій з участю неповнолітніх. Ці документи регламентують дії у разі надзвичайних ситуацій, забезпечують мінімізацію ризиків травмування, ураження струмом тощо.

7. Дозвіл на розміщення зовнішньої реклами або вивіски, що видається органами місцевого самоврядування (зокрема через ЦНАП) – обов'язковий при розміщенні банера, логотипа студії чи рекламного оформлення фасаду.

8. Поліс добровільного страхування відповідальності – не є обов'язковим, проте рекомендований для підвищення довіри клієнтів, особливо в контексті надання послуг дітям або зйомки цінного комерційного контенту.

Таким чином, належне оформлення пакета документів не лише гарантує правомірність функціонування фотостудії, але й створює базу для стабільної, безпечної та клієнтоорієнтованої діяльності на конкурентному ринку креативних послуг.

У межах правового супроводу організації фотостудії важливо враховувати окремі положення Податкового кодексу України, які регламентують використання засобів фіскалізації розрахункових операцій. Починаючи з 1 січня

2022 року, всі суб'єкти підприємницької діяльності – платники єдиного податку II, III та IV груп – зобов'язані використовувати реєстратори розрахункових операцій (РРО) або програмні РРО (ПРРО) при здійсненні розрахунків із покупцями як у готівковій, так і в безготівковій формі з використанням платіжних карток, інтернет-банкінгу чи мобільних додатків.

У випадку реалізації бізнес-проєкту з відкриття фотостудії як представника сфери послуг, доцільним є впровадження саме програмного РРО – технологічного рішення, яке забезпечує автоматизований облік фінансових операцій без потреби у придбанні класичного касового обладнання. Програмні РРО підтримуються на смартфонах, планшетах та персональних комп'ютерах, що дозволяє суттєво зменшити початкові інвестиційні витрати та адаптувати процес фіскалізації до динамічних умов роботи креативного бізнесу.

Крім того, ПРРО надає можливість формувати електронні фіскальні чеки, які можуть бути оперативно надіслані клієнтам через цифрові канали – SMS, Viber, електронну пошту. Це не лише спрощує документообіг, а й підвищує рівень сервісу, сприяючи формуванню лояльності клієнтів та забезпеченню прозорості фінансової звітності.

З урахуванням чинних норм податкового законодавства та організаційно-правових умов функціонування суб'єктів малого бізнесу, відкриття фотостудії потребує послідовного виконання ряду етапів. Зокрема, слід:

- зареєструвати суб'єкта господарювання у формі фізичної особи-підприємця;
- обрати та задекларувати відповідні види економічної діяльності (КВЕД), що відповідають характеру послуг фотостудії;
- укласти договір оренди або мати документ про право власності на приміщення, що відповідає базовим санітарним і технічним вимогам;
- облаштувати інформаційний «куточок споживача» відповідно до законодавства про захист прав споживачів;
- за потреби – отримати дозвіл на встановлення зовнішньої рекламної конструкції або вивіски;

- укласти договори з комунальними підприємствами на водо-, електро- та теплопостачання;
- зареєструвати та впровадити програмний РРО для фіскалізації розрахункових операцій.

Виконання зазначених організаційних і регуляторних кроків формує цілісну правову основу для офіційної діяльності фотостудії, забезпечує дотримання вимог чинного законодавства України, підвищує довіру з боку клієнтів і контролюючих органів, а також створює умови для стабільного та прогнозованого функціонування бізнесу в межах легального поля.

1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування фотостудії

Вибір організаційно-правової форми господарювання та відповідної системи оподаткування є одним із ключових стратегічних рішень на етапі створення суб'єкта підприємницької діяльності, оскільки безпосередньо впливає на юридичну відповідальність, податкові зобов'язання, облікову політику, доступ до фінансових інструментів та гнучкість управління бізнесом. У контексті реалізації проєкту фотостудії доцільно здійснити всебічне обґрунтування такого вибору з урахуванням масштабів діяльності, характеру послуг, моделі взаємодії з клієнтами та ресурсної бази підприємця.

Сучасне законодавство України надає можливість організувати підприємницьку діяльність у кількох формах, зокрема у формі фізичної особи-підприємця (ФОП), товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), приватного підприємства або інших організаційно-правових моделей. У свою чергу, кожна з форм має визначені особливості щодо реєстрації, оподаткування, фінансової звітності, взаємодії з контролюючими органами та рівня відповідальності засновників.

З урахуванням масштабів запланованої діяльності, характеру послуг, що надаватимуться фотостудією, та ресурсообмеженості на початковому етапі,

найбільш доцільною організаційно-правовою формою для реалізації проєкту є реєстрація фізичної особи-підприємця (ФОП). Такий формат господарювання відповідає моделі малого бізнесу, дозволяє мінімізувати адміністративне навантаження, забезпечує гнучкість у прийнятті рішень, простоту обліку та зручність взаємодії з клієнтами.

Порівняно з альтернативною формою – товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ) – ФОП не потребує статутного капіталу, спрощеної процедури реєстрації, ведення бухгалтерського обліку та обов’язкової подачі фінансової звітності у повному обсязі. Це особливо актуально на ранніх етапах становлення фотостудії, коли підприємницька діяльність має індивідуальний характер, а масштаби операцій дозволяють уникати складних юридичних конструкцій.

Окрім вибору організаційно-правової форми, важливим питанням є визначення системи оподаткування, яка б забезпечувала баланс між простотою адміністрування та фінансовою ефективністю. Відповідно до положень Податкового кодексу України, суб’єкти малого бізнесу мають можливість перейти на спрощену систему оподаткування з обранням групи платника єдиного податку. У випадку фотостудії доцільним є використання III групи єдиного податку — за умови, що підприємець не має найманих працівників (або їх кількість не є визначальною), а обсяг річного доходу не перевищує гранично встановлену межу (9,3 млн грн на 2025 рік).

Ставка єдиного податку для платників III групи без ПДВ становить 5% від доходу, що є вигідним інструментом для мікропідприємництва, яке надає послуги фізичним та юридичним особам без створення додаткового податкового навантаження. У разі зростання обсягів діяльності, розширення клієнтської бази або планів щодо залучення партнерів, завжди існує можливість зміни системи оподаткування або перереєстрації ФОП у ТОВ.

Таким чином, обґрунтованим з позиції економічної доцільності, правової гнучкості та простоти адміністрування є вибір організаційно-правової форми ФОП із застосуванням спрощеної системи оподаткування (III група, 5%). Такий

підхід дозволяє оптимально поєднати легальність діяльності, низькі стартові витрати та прозорість фінансових операцій, що є ключовими чинниками стабільного розвитку фотостудії як суб'єкта креативного підприємництва.

Окремим елементом фінансового забезпечення легальної підприємницької діяльності, незалежно від обраної групи платника єдиного податку, є обов'язкова сплата єдиного соціального внеску (ЄСВ). Відповідно до чинного законодавства, цей внесок становить 22% від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на відповідний бюджетний рік. Таким чином, у 2025 році базовий розмір ЄСВ для фізичних осіб-підприємців становитиме орієнтовно 1760 грн на місяць, що формує постійну фіскальну складову навантаження, незалежно від фактичних доходів суб'єкта.

З огляду на специфіку діяльності фотостудії як бізнесу, що поєднує послуги у сфері креативної індустрії, індивідуальної творчості та освітніх форматів (тематичні фотозйомки, майстер-класи, робота з дітьми й сімейними клієнтами), доцільним і стратегічно виправданим є обрання саме третьої групи спрощеної системи оподаткування. Такий вибір надає низку переваг, зокрема: можливість офіційно співпрацювати як з фізичними, так і юридичними особами; відсутність обмежень щодо кількості найманого персоналу; простий механізм обліку доходів та податкової звітності; зручна інтеграція онлайн-оплат (через сайти, соціальні мережі, мобільні додатки); можливість легальної реалізації супутніх товарів (декору, фотоаксесуарів, подарункових сертифікатів тощо); гнучкість у масштабуванні бізнесу та розширенні асортименту послуг.

Застосування ставки 5% від загального доходу (без необхідності реєстрації платником ПДВ) є оптимальним рішенням для малого креативного підприємства на початковому етапі функціонування. Обрана податкова модель сприяє стабільному фінансовому плануванню, мінімізації витрат на бухгалтерський супровід та забезпечує простоту адміністративного управління без втрати легального статусу та прозорості перед контролюючими органами.

Таким чином, обрання 3-ї групи спрощеної системи оподаткування для фотостудії не лише відповідає актуальним вимогам законодавства, а й забезпечує

структурну гнучкість, що дозволяє поєднувати основну комерційну діяльність з освітніми та соціально-орієнтованими ініціативами, створюючи передумови для сталого розвитку проєкту.

Висновки до розділу 1

1. Бізнес-ідея створення фотостудії в умовах розвитку креативної економіки є обґрунтованою та перспективною з огляду на актуальний попит на якісний візуальний контент, широкий спектр цільових аудиторій і можливість диверсифікації послуг. Поєднання індивідуальних, сімейних та комерційних форматів зйомки, оренди простору та участі в авторських фотопроектах формує стійку бізнес-модель із потенціалом для масштабування. Аналіз альтернативних форматів підприємницької діяльності у сфері фотопослуг підтвердив конкурентні переваги фотостудії як виду бізнесу з помірним рівнем стартових витрат, швидкою окупністю, високою адаптивністю до ринкових умов і можливістю інтеграції в креативну спільноту. Таким чином, обрана бізнес-ідея відповідає сучасним соціально-економічним тенденціям, має високу інвестиційну привабливість і створює передумови для сталого розвитку.

2. Аналіз нормативно-правових засад організації фотостудії в Україні свідчить про наявність сприятливих умов для започаткування підприємницької діяльності у сфері фотопослуг. Важливою перевагою є відсутність необхідності ліцензування такої діяльності, що значно спрощує старт бізнесу. Разом із тим, для легального функціонування фотостудії необхідним є правильний вибір і реєстрація видів економічної діяльності відповідно до Класифікатора КВЕД. Основним видом доцільно обрати КВЕД 74.20 – Діяльність у сфері фотографії, який охоплює повний спектр студійної, художньої та комерційної зйомки. Для розширення напрямку діяльності рекомендовано також зареєструвати КВЕД 90.03 (індивідуальна художня діяльність), КВЕД 96.09 (інші індивідуальні послуги, н.в.і.у.), КВЕД 47.99 (роздрібна торгівля поза магазинами) та КВЕД 85.59 (інші види освіти, н.в.і.у.), що дозволить фотостудії реалізовувати навчальні, мистецькі та торговельні ініціативи. Таким чином, комбінація правильно

підібраних КВЕДів формує юридичну базу для багатофункціонального, адаптивного бізнесу у сфері креативних послуг, що відповідає сучасним тенденціям і запитам цільової аудиторії.

3. Обґрунтований вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування має вирішальне значення для ефективного старту й стабільного функціонування фотостудії як суб'єкта малого бізнесу у сфері креативних послуг. З урахуванням масштабу діяльності, індивідуального характеру надання послуг, потреб у спрощеному адмініструванні та прагнення до легкого масштабування, найбільш доцільною є реєстрація фізичної особи-підприємця (ФОП) з переходом на 3-ю групу спрощеної системи оподаткування зі ставкою 5% без реєстрації платником ПДВ. Такий формат забезпечує баланс між адміністративною простотою, фіскальною доступністю та юридичною легітимністю ведення бізнесу. Крім того, він дозволяє офіційно співпрацювати з фізичними й юридичними особами, використовувати онлайн-інструменти продажу та прийому платежів, розширювати спектр послуг (зокрема освітніх і творчих), а також реалізовувати супутні товари. Незалежно від обраної системи оподаткування, обов'язковою залишається сплата єдиного соціального внеску (ЄСВ), що становить 22% від мінімальної зарплати. Таким чином, обрана модель підприємництва створює оптимальні умови для реалізації бізнес-ідеї фотостудії, відповідає чинному законодавству та дозволяє забезпечити гнучкість управління, прозорість фінансових операцій і потенціал до сталого розвитку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ФОТОСТУДІЇ

2.1. Аналіз ринку фотопослуг в Україні та м. Одеса

У сучасних умовах розвитку цифрових технологій та стрімкої візуалізації інформаційного простору, ринок фотопослуг в Україні демонструє стабільне зростання та трансформацію відповідно до потреб споживачів і глобальних трендів. Фотографія перестає бути виключно документальним інструментом і набуває ознак креативного, емоційного й маркетингового продукту, що активно використовується у сфері особистого брендингу, соціальних мереж, e-commerce, сімейних подій, реклами та корпоративної комунікації.

Загальнонаціональний ринок фотопослуг характеризується високим рівнем конкуренції, значною кількістю самозайнятих спеціалістів (ФОПів), широким діапазоном стилів, форматів і цінових сегментів. Значну частку займає сегмент портретної, сімейної, весільної та дитячої фотографії, водночас динамічно розвиваються напрями комерційної, предметної, fashion- і іміджевої зйомки, що обслуговують бізнес-клієнтів і маркетингові проекти.

Місто Одеса, як великий культурний, туристичний та бізнес-центр півдня України, має сприятливі умови для розвитку локального ринку фотопослуг. Поєднання урбаністичної естетики, морських пейзажів, архітектурної спадщини та подієвої активності формує стійкий попит на фотозйомку як з боку мешканців міста, так і туристів. До основних чинників, що стимулюють розвиток одеського ринку фотопослуг, належать: активне ведення соціальних мереж молоддю та підприємцями, попит на якісний візуальний контент для бізнесу, зростання популярності особистих і сімейних фотосесій, а також культурно-мистецька атмосфера регіону.

Водночас ринок характеризується нерівномірною якістю послуг, відсутністю чіткої стандартизації, високим рівнем тінізації та конкуренцією за

лояльність клієнтів. У цих умовах особливої ваги набуває створення професійної фотостудії, яка поєднує сервісну якість, інноваційний підхід та гнучкість у формуванні пропозицій. Аналіз локального середовища, трендів, конкурентного поля та попиту є необхідною передумовою для розробки ефективної бізнес-моделі та стратегії позиціонування проєкту на ринку.

Станом на 2022–2024 роки можна виокремити кілька ключових тенденцій, що визначають поточний розвиток ринку фотопослуг як в Україні загалом, так і в місті Одеса зокрема. Ці тенденції зумовлені як глобальними змінами у споживчій поведінці, так і локальними соціально-економічними чинниками.

1. Цифровізація та автоматизація процесів. Зростає популярність онлайн-бронювання, електронного документообігу, CRM-систем для управління клієнтською базою, а також мобільних додатків для планування та оплати фотосесій. Це підвищує рівень зручності й прозорості для клієнтів і стимулює професіоналізацію ринку.

2. Попит на емоційно-змістовні та індивідуалізовані фотопослуги. Клієнти дедалі частіше звертаються не просто за «красивими фото», а за історією, естетикою та автентичністю. Тематичні фотосесії, сімейні проєкти, зйомки «лайфстайл»-формату, творчі експерименти набувають все більшої популярності.

3. Зростання ролі соціальних мереж як каналу просування і джерела замовлень. Instagram, Facebook, TikTok та Pinterest стали не лише вітринами портфоліо, а й платформами для активного залучення клієнтів. Це змінює вимоги до візуального стилю та актуалізує потребу у вміннях контент-маркетингу для фотографів і студій.

4. Переорієнтація на внутрішній ринок та локальних клієнтів. В умовах воєнного стану, обмеження міжнародних поїздок і загального зниження мобільності, основна частина фотопослуг орієнтується на локальну спільноту, родинні події, бізнес-проєкти місцевого масштабу.

5. Розширення спектру послуг фотостудій. Багато фотостудій поєднують традиційні фотосесії з відеозйомкою, майстер-класами, орендою локацій,

продажем подарункових сертифікатів та декору. Це дозволяє формувати комплексні пропозиції та підвищує середній чек.

6. Формування соціально орієнтованих ініціатив. В умовах війни поширюється практика благодійних фотосесій, творчих ініціатив на підтримку ЗСУ, проєктів для ВПО, дітей та молоді, що водночас сприяє репутаційній впізнаваності та етичному позиціонуванню бізнесу.

Таким чином, сучасний ринок фотопослуг перебуває на перетині технологічної модернізації, креативного розвитку та соціальної адаптації. Це створює сприятливі умови для запуску фотостудії з індивідуальним підходом, гнучкою пропозицією та соціально відповідальною бізнес-моделлю.

У період 2022–2024 років ринок фотопослуг в Україні демонструє адаптивність до викликів, спричинених війною та економічною нестабільністю. Зокрема, спостерігається переорієнтація попиту на цифрові формати, зростання ролі фотографії у медіа та бізнес-комунікаціях, а також активне використання фотопослуг у культурних та освітніх проєктах.

У місті Одеса, зважаючи на його культурну спадщину та туристичну привабливість, фотопослуги залишаються затребуваними, особливо в сегментах весільної, портретної та туристичної фотографії. Проте, точні статистичні дані щодо динаміки попиту та пропозиції на ринку фотопослуг в Одесі за період 2022–2024 років наразі відсутні. Загалом, ринок фотопослуг в Україні та Одесі характеризується високою конкуренцією, необхідністю адаптації до цифрових технологій та зміною споживчих вподобань, що вимагає від учасників ринку гнучкості та інноваційного підходу до ведення бізнесу.

У період 2022–2024 років ринок фотопослуг в Україні, зокрема в місті Одеса, зазнав суттєвих змін під впливом повномасштабної війни та економічних викликів. Попри складні умови, спостерігається зростання підприємницької активності: у 2024 році кількість зареєстрованих фізичних осіб-підприємців (ФОП) в Україні зросла на 7,5%, досягнувши 1 707 677 осіб. Зокрема, в Одеській області зареєстровано 6,5% від загальної кількості ФОПів, що свідчить про активну підприємницьку діяльність у регіоні.

Креативні індустрії, до яких належать фотопослуги, також демонструють позитивну динаміку. У 2019 році валова додана вартість (ВДВ) креативних індустрій України склала 117,2 млрд грн, що становило 3,95% загальної доданої вартості. Хоча війна спричинила тимчасове зниження активності в цьому секторі, зокрема у I кварталі 2022 року кількість платників податків у сфері креативних індустрій зменшилася на 60%, а обсяг задекларованих доходів — на 41% порівняно з аналогічним періодом 2021 року, однак вже у 2024 році спостерігається відновлення та зростання цього сегменту економіки.

У місті Одеса, як одному з культурних центрів України, ринок фотопослуг має значний потенціал для розвитку. Зростання попиту на візуальний контент, розвиток цифрових технологій та активізація малого бізнесу сприяють формуванню сприятливого середовища для підприємців у сфері фотопослуг. Таким чином, аналіз ринку свідчить про поступове відновлення та перспективи зростання фотопослуг в Україні та, зокрема, в місті Одеса.

Серед ключових викликів, з якими може зіткнутися арт-студія на етапі запуску та функціонування, доцільно виокремити декілька стратегічно важливих аспектів (табл. 2.1).

На основі аналізу ключових викликів, з якими може зіткнутися фотостудія на етапі запуску та функціонування, доцільно зробити такі висновки. Ринок фотопослуг, попри потенціал зростання, характеризується низкою стратегічних бар'єрів, серед яких варто виокремити високий рівень конкуренції, обмежену платоспроможність окремих сегментів клієнтів, складність формування лояльної аудиторії та потребу в постійній адаптації до технологічних інновацій.

Крім того, важливим є дотримання законодавчих вимог, грамотне позиціонування у цифровому просторі та забезпечення якості сервісу, що формує конкурентну перевагу. Вирішення зазначених викликів вимагає гнучкої маркетингової стратегії, стратегічного планування розвитку, інвестування у бренд і персонал, а також активного використання можливостей партнерств та освітніх ініціатив. Такий підхід дозволяє фотостудії не лише ефективно

стартувати, а й забезпечити сталий розвиток у динамічному середовищі креативної економіки.

Таблиця 2.1

Ключові виклики на етапі запуску та функціонування фотостудії

Сфера виклику	Опис виклику
Фінансове забезпечення	Необхідність формування стартового капіталу на оренду, техніку, ремонт приміщення, просування послуг.
Маркетинг і просування	Конкуренція на ринку, складність у виділенні серед аналогічних студій, потреба в якісному візуальному контенті для соцмереж.
Юридичне оформлення	Необхідність правильного обрання КВЕДів, реєстрації ФОП, обрання системи оподаткування, забезпечення правового захисту контенту.
Технічна база	Високі вимоги до якості фотообладнання, освітлення, програмного забезпечення для обробки знімків.
Залучення клієнтів	Пошук першої клієнтської бази, формування довіри, забезпечення позитивного досвіду обслуговування.
Операційна діяльність	Організація графіку зйомок, обробки, ведення обліку, звітності та спілкування з клієнтами.
Безпека і відповідальність	Необхідність дотримання норм пожежної безпеки, охорони праці, захисту персональних даних клієнтів.

Джерело: складено автором за матеріалами [15; 16].

Фотопослуги як складова креативних індустрій займають активну нішу на ринку послуг в Україні. Конкурентне середовище у цьому сегменті формується під впливом низки факторів: технічного прогресу, доступності обладнання, розвитку соціальних мереж, зростання попиту на персоналізований візуальний контент, а також загальної цифровізації малого бізнесу.

Станом на 2024 рік в Україні зареєстровано понад 13 500 ФОПів та юридичних осіб, що здійснюють діяльність за КВЕД 74.20 – «Діяльність у сфері фотографії». З них близько 82% припадає на фізичних осіб-підприємців, що вказує на домінування малого бізнесу в структурі ринку. Найбільш активний розвиток фіксується у великих містах, зокрема в Києві, Львові, Дніпрі, Харкові та Одесі.

Особливістю українського ринку є висока фрагментованість: кожен суб'єкт прагне створити унікальну пропозицію, орієнтуючись на конкретну нішу – весільна, сімейна, предметна, рекламна, fashion-зйомка тощо. Разом з тим, значна частка ринку представлена фрилансерами, які працюють без постійної студії, що ускладнює точне обчислення конкурентного тиску.

Одеса традиційно є одним із центрів культурного життя України, що зумовлює активне функціонування бізнесів у сфері фотомистецтва. За попередніми оцінками, в місті діє понад 400 фотостудій різного формату, зокрема: стаціонарні студії з професійним інтер'єром (60%); мобільні фотостудії (виїзні проекти) (25%); студії змішаного формату: фото + відео + продакшн + оренда локацій (15%) [26; 29].

У 2022–2024 роках, попри війну та економічні обмеження, ринок фотопослуг у місті зберігає відносну стабільність завдяки адаптивним моделям ведення бізнесу. Студії зосереджують свою конкурентну стратегію на таких аспектах: наявність оригінального простору або інтер'єрних зон; інтеграція з beauty-сервісами (візаж, зачіски, стилізація); присутність у соціальних мережах та співпраця з блогерами/інфлюенсерами; проведення авторських фотопроєктів, майстер-класів, курсів; гнучка система знижок, абонементів, подарункових сертифікатів. Представимо типи конкурентів та їх позиціонування у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Типи конкурентів та їх позиціонування

Тип конкурента	Особливості	Переваги	Недоліки
Великі студії (мережі)	Високий рівень сервісу, продакшн	Масштабність, стабільність	Висока вартість послуг
Нішеві студії	Робота з конкретною аудиторією	Гнучкість, персоналізація	Обмежене охоплення ринку
Фриланс-фотографи	Виїзна робота, без власної студії	Мінімальні витрати, мобільність	Відсутність фізичного простору
Креативні хаби	Оренда локацій + спільнота	Колаборації, розвиток бренду	Складність в просуванні

Джерело: складено автором за матеріалами [7; 26].

З метою комплексної оцінки зовнішніх і внутрішніх чинників, які впливають на можливості успішного функціонування фотостудії на локальному ринку слід провести SWOT-аналіз конкурентного середовища м. Одеса. Це є доцільним з такою метою.

1. Визначити сильні сторони ринку фотопослуг м. Одеса, на які доцільно спиратись у процесі стратегічного позиціонування (наприклад, наявність стабільного попиту, розвиненої креативної інфраструктури).

2. Ідентифікувати слабкі сторони, що можуть гальмувати розвиток бізнесу (наприклад, фрагментованість ринку або сезонні коливання).

3. Виявити зовнішні можливості, які підприємство може використати для зростання (наприклад, розвиток партнерств із івент-агенціями, розширення освітніх послуг).

4. Проаналізувати потенційні загрози, які можуть негативно вплинути на діяльність (наприклад, зростання вартості оренди чи посилення конкуренції) (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз конкурентного середовища м. Одеса

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Стабільний попит на фотослуги	- Перенасиченість ринку
- Розвинена інфраструктура міста	- Залежність від сезонності
- Висока культура візуальної комунікації	- Недостатній рівень сервісу у частини ФОПів
Можливості	Загрози
- Запровадження онлайн-бронювання	- Зростання цін на оренду
- Партнерства з event-агенціями	- Втрата платоспроможної аудиторії
- Проведення освітніх ініціатив	- Нерівномірне регулювання податкової політики

Джерело: складено автором за матеріалами [1; 5].

SWOT-аналіз конкурентного середовища м. Одеса засвідчив наявність як внутрішніх переваг, так і обмежень, що визначають умови входження на ринок фотопослуг. Серед сильних сторін варто відзначити стабільний попит, розвинену міську інфраструктуру та високу культуру візуальної комунікації, що формує

сприятливе середовище для креативного бізнесу. Водночас ринок характеризується перенасиченістю, сезонними коливаннями попиту та фрагментарною якістю сервісу серед окремих гравців.

Аналіз зовнішніх чинників виявив потенціал для розвитку у напрямках цифровізації (зокрема через онлайн-бронювання), розширення партнерських зв'язків та проведення освітніх проєктів. Однак реалізація цих можливостей потребує врахування загроз, зокрема зростання витрат на оренду, зниження купівельної спроможності населення та нестабільності податкової політики. Висновки SWOT-аналізу дозволяють сформулювати стратегічно виважений підхід до позиціонування фотостудії на локальному ринку, із фокусом на інноваційність, сервісну якість та гнучкість бізнес-моделі.

Таким чином, SWOT-аналіз є аналітичним інструментом, що сприяє усвідомленому прийняттю управлінських рішень, дозволяє розробити конкурентні переваги фотостудії, знизити ризики та побудувати адаптивну стратегію входження та утримання на ринку фотопослуг м. Одеса.

Ринок фотопослуг в Україні загалом і в місті Одеса зокрема є висококонкурентним, але перспективним для інноваційних, гнучких і креативно орієнтованих проєктів. Успіх фотостудії значною мірою залежатиме від обраної маркетингової стратегії, якості сервісу, позиціонування в digital-просторі та здатності адаптуватися до нових умов. Запропонований проєкт має шанси посісти конкурентну нішу за умови чіткого диференціювання, партнерських ініціатив та емоційного брендування послуг.

Дослідження конкурентного середовища фотопослуг у місті Одеса дає змогу виокремити основних гравців ринку та здійснити порівняльну характеристику їхніх переваг і обмежень. На сучасному етапі одеський ринок фотопослуг представлений широким спектром суб'єктів – від студій із фіксованим розташуванням до мобільних фотографів-фрілансерів, що працюють у креативному сегменті та реалізують індивідуальні й комерційні замовлення. Найбільш конкурентоспроможними є студії, які поєднують професійний підхід,

сучасне технічне забезпечення, зручні сервіси онлайн-запису, а також активну присутність у соціальних мережах.

Серед провідних учасників ринку Одеси умовно можна виокремити такі типи:

1. Багатофункціональні студії з фіксованою локацією (наприклад, Studio Room, Panorama Studio). Їхні переваги – сталість локації, можливість оформлення постійного інтер'єру, висока якість знімального обладнання. Серед обмежень – висока вартість оренди та обслуговування, що впливає на цінову політику.

2. Фотографи-фрілансери та мобільні студії (наприклад, Oksana B. Photography, LightSpace by Artem). Їхня сила – гнучкість у розкладі, індивідуальний підхід, мобільність. Основні виклики – обмежені ресурси, складнощі з масштабуванням та візуальним брендом.

3. Нішеві фотопроекти з концептуальною складовою – це арт-фотостудії або креативні майданчики, які працюють в естетиці fine art, newborn, fashion-фотозйомки (наприклад, Little Stories, Odessa Newborn Art Studio). Їхня конкурентна перевага — унікальність послуги, вузька спеціалізація та високий чек. Водночас нішевість звужує ринкову аудиторію.

4. Студії при освітніх або event-платформах – такі майданчики поєднують фотопослуги з тренінгами, воркшопами, подієвими зйомками (наприклад, SmartSpace Odessa). Їх сильна сторона – мультифункціональність і синергія з іншими видами діяльності, але є ризик розфокусування уваги та втрати якості основної послуги.

Аналітичний огляд свідчить, що попри конкуренцію, більшість учасників ринку зосереджуються на вузьких сегментах (наприклад, весільна, дитяча, сімейна зйомка), тоді як формат комплексного сервісу – фотозйомка, освітні курси, оренда студійного простору, продаж арт-продуктів – залишається малорозвиненим. Це створює нішу для нових ініціатив, які поєднують якісні креативні послуги з мультифункціональністю.

Загалом, конкурентне середовище Одеси у сфері фотопослуг є достатньо сформованим, динамічним, проте ще відкритим до інновацій і нових форматів

взаємодії з клієнтом. Високий рівень візуальної культури населення, активність локальних спільнот і розвиток креативних просторів створюють передумови для успішного виходу нової фотостудії на ринок, за умови грамотного позиціонування, сервісної якості й унікальної ціннісної пропозиції (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Порівняльна характеристика конкурентів на ринку фотопослуг м. Одеса

Назва фотостудії	Основні переваги	Основні недоліки	Особливості позиціонування
Studio One	Сучасне обладнання, професійна команда	Високі ціни	Преміум-фотостудія для індивідуальних фотосесій
FotoHub	Гнучке ціноутворення, зручне розташування	Обмежена площа студії	Орієнтація на студентів та молодь
ArtPhoto	Власний арт-простір, освітні послуги	Недостатній маркетинг	Творчий простір із майстер-класами
FamilyShot	Спеціалізація на сімейних та дитячих фотосесіях	Застарілий інтер'єр	Сімейні та святкові фотосесії
UrbanFrame	Оригінальні інтер'єри, співпраця з блогерами	Залежність від погодних умов (фото в інтер'єрах open-air)	Фотосесії для соцмереж та брендів

Джерело: складено автором.

На основі порівняльної характеристики конкурентного середовища фотопослуг у місті Одеса можна зробити висновок, що ринок є доволі насиченим і конкурентним, із наявністю як вузькоспеціалізованих, так і мультимедійних фотостудій. Кожен гравець має власні сильні сторони: хтось вирізняється високою якістю техніки, інший – комфортом студійного простору або гнучкістю в наданні послуг. Водночас загальними недоліками є обмежена клієнтоорієнтованість, нестача освітніх або інтегрованих послуг, а також відсутність чіткої стратегії взаємодії з молодіжною аудиторією чи малими бізнесами. Це створює вікно можливостей для нового учасника ринку, який зможе запропонувати комплексний, сучасний сервіс із креативною складовою, освітніми програмами та акцентом на клієнтський досвід.

Унікальність запропонованого проєкту фотостудії полягає у поєднанні класичних фотопослуг із елементами освітньої, творчої та соціальної діяльності. Проєкт орієнтований не лише на якісне фотографування, а й на формування

естетичної культури, розвиток креативного потенціалу клієнтів через майстер-класи, курси з фотомистецтва, колаборації з художниками, декораторами та локальними брендами. Крім того, студія має на меті стати простором для родинного дозвілля, інклюзивної взаємодії та соціальних ініціатив, що значно вирізняє її серед традиційних конкурентів, які фокусуються виключно на комерційних зйомках. Такий підхід формує новий формат фотостудії як відкритої платформи для творчості, самовираження і професійного зростання.

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу

Рівень успішності підприємницького проєкту у сфері креативної економіки, зокрема відкриття фотостудії в місті Одеса, значною мірою залежить від здатності проєкту сформувавши унікальну ціннісну пропозицію, що резонуватиме з потребами цільової аудиторії та забезпечить вирізнення серед наявних гравців у висококонкурентному середовищі. Для досліджуваного проєкту ключовим чинником стало стратегічне поєднання якісного сервісу, клієнтоорієнтованості, естетичної привабливості та функціональної гнучкості, що відображається у концепції фотостудії як простору не лише для професійної зйомки, а й для творчого розвитку, емоційного комфорту та соціальної взаємодії.

Серед основних елементів, що формують конкурентну перевагу фотостудії, можна виокремити:

- локаційне розміщення у доступному та популярному районі Одеси, що гарантує сталий потік потенційних клієнтів з різних соціальних груп;
- високий рівень професіоналізму персоналу – залучення фотографів, візажистів, декораторів та адміністраторів із досвідом роботи та креативним підходом;
- візуальна та емоційна ідентичність бренду – авторське оформлення інтер'єру студії, логотип, стилізована візуальна комунікація, що сприяють формуванню впізнаваності та довіри до бренду;

- розвинена цифрова інфраструктура – наявність функціонального сайту з можливістю онлайн-запису, активні соціальні мережі, чат-боти для швидкої взаємодії з клієнтами;
- дотримання стандартів сервісу та безпеки – належне технічне оснащення, комфортні умови перебування, санітарно-гігієнічні норми, що забезпечують якість і безпеку процесу зйомки;
- соціальна орієнтованість – участь у благодійних та інклюзивних ініціативах, підтримка творчості серед дітей, ветеранів, ВПО, що посилює емоційний капітал бренду;
- розширення спектра послуг – проведення фотокурсів, майстер-класів, прокат реквізиту, організація фотозон для подій, тематичних фотосесій та продаж подарункових сертифікатів.

Інтеграція цих чинників дозволяє створити конкурентоспроможну бізнес-модель фотостудії, яка відповідає запитам ринку, соціальним очікуванням і трендам сучасної креативної індустрії, забезпечуючи потенціал до стійкого розвитку та масштабування на регіональному рівні.

На локальному ринку Одеси наша фотостудія функціонуватиме в умовах конкуренції з кількома основними типами закладів, які надають творчі послуги:

1. Класичні фотостудії з орендою залів – орієнтовані переважно на професійних фотографів, блогерів, молодят, організаторів зйомок. Такі студії зазвичай мають один або кілька оформлених залів, технічне обладнання, базові реквізити та тарифікують послуги погодинно. Їхньою сильною стороною є технічна оснащеність, проте вразливістю – обмеженість формату (тільки зйомка) та відсутність додаткових сервісів.

2. Креативні простори з мультифункціональністю – це локації, де поєднується зйомка, події, майстер-класи, виставки. Часто вони орієнтовані на молодіжну аудиторію, фрилансерів, митців, що шукають нестандартне середовище для реалізації ідей. Такі простори приваблюють атмосферою та можливістю крос-взаємодії, однак потребують значних витрат на адміністрування та підтримку різноманіття послуг.

3. Тематичні фотостудії та інсталяційні простори – пропонують унікальні фотозони для зйомок (наприклад, сезонні інтер'єри, зони для дітей або сімей, стилізовані фотолокації для соцмереж). Вони здебільшого мають високий клієнтський попит, але їхній бізнес часто залежить від сезонності або трендів.

4. Фотографи-фрилансери – пропонують індивідуальні зйомки на локаціях клієнтів або в орендованих просторах. Їхньою перевагою є гнучкість і нижча ціна, однак для клієнта може бути проблемою відсутність контрольованих умов студії та гарантій якості.

У такому середовищі запропонована фотостудія позиціонуватиметься як простір нового покоління, що поєднує технічну базу класичної студії, креативну атмосферу тематичних просторів і сервісну орієнтацію на емоційний досвід клієнта. Унікальність полягає в мультиформатності: від професійних фотозйомок до організації івентів, освітніх послуг і продажу творчих товарів. Такий підхід дає змогу не лише ефективно конкурувати з наявними гравцями, а й створити лояльну аудиторію з високим рівнем залученості.

У такому контексті створення фотостудії нового покоління, яка поєднуватиме естетику професійного простору з функціональністю креативної платформи, постає як своєчасна та стратегічно виправдана ініціатива. Сучасний підхід до організації простору – із зонуванням для фотозйомок, майстер-класів, арт-івентів та камерних виставок – дозволяє задовольнити запити різних цільових груп. Гнучка цінова політика з орієнтацією як на індивідуальних клієнтів, так і на мікро-бізнеси (блогери, бренди, молоді підприємці), інтеграція суміжних творчих напрямів (стилізовані зйомки, освітні формати, тематичні декорації) та активна присутність у цифровому середовищі (онлайн-букінг, SMM, колаборації) створюють високий рівень конкурентоспроможності.

Додаткову вартість проєкту формують соціальні ініціативи – залучення молоді, внутрішньо переміщених осіб, креативних спільнот до участі в безкоштовних або пільгових заходах, що зміцнює імідж студії як відкритого і ціннісно орієнтованого простору. Системна робота з формуванням клієнтської

спільноти через клуби, програми лояльності, брендові активності сприяє емоційному зв'язку з аудиторією та забезпечує стабільний попит.

Таким чином, запропонована фотостудія з інноваційною концепцією та соціально орієнтованим підходом здатна ефективно заповнити наявну нішу доступного, якісного й надихаючого арт-середовища в місті Одеса. Це створює підґрунтя для її довгострокової життєздатності, адаптивності до ринкових викликів і сталого розвитку у сфері креативної економіки (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Порівняльна характеристика фотостудій м. Одеса

Назва фотостудії	Основні переваги	Основні недоліки	Особливості позиціонування
Light Room Studio	Сучасне обладнання, зручне розташування	Висока вартість оренди	Преміум-фотостудія для професіоналів
Loft Studio Odessa	Атмосферний інтер'єр, креативні декорації	Обмежені технічні можливості	Тематичні зйомки, орієнтація на Instagram-аудиторію
Sun Studio	Доступні ціни, простота бронювання	Менша площа приміщень	Бюджетний сегмент, орієнтація на молоді бренди
ФотоФабрика	Можливість оренди з реквізитом, зони трансформації	Віддаленість від центру міста	Орієнтація на творчі проекти та освітні зйомки
ProPhoto Hub	Професійні світлові схеми, відеозйомка	Складність у логістиці для клієнтів без авто	Формат для fashion, каталожних і відеопроєктів

Джерело: складено автором.

Запропонований проєкт фотостудії вирізняється високим ступенем готовності до реалізації, ринковою доцільністю та чіткою стратегією позиціонування. Проведений аналіз конкурентного середовища засвідчує наявність стабільного попиту на фотопослуги, проте одночасно виявляє ключові слабкі сторони конкурентів – перенасичення ринку, недостатній рівень сервісу, слабку індивідуалізацію послуг. У цьому контексті проєкт формує унікальну конкурентну перевагу через комплексний підхід: поєднання високоякісного сервісу, сучасного простору, цифрових рішень (онлайн-запис, просування в

соцмережах), партнерств з event-агенціями, а також освітніх та соціальних ініціатив.

Обрана організаційно-правова форма ФОП та спрощена система оподаткування (III група) забезпечують гнучкість, фінансову ефективність і простоту адміністрування, що важливо для малого бізнесу на стартовому етапі. Врахування всіх нормативно-правових вимог, формування клієнтоорієнтованої пропозиції та активна цифрова присутність створюють міцне підґрунтя для запуску успішної фотостудії нового покоління з високим потенціалом для масштабування та сталого розвитку в умовах креативної економіки Одеси.

Аналіз конкурентного поля фотостудій Одеси засвідчив, що ринок охоплює різноманітні формати — від бюджетних просторів до професійних преміум-майданчиків. Кожен із конкурентів займає чітко окреслену нішу, що підтверджує високий рівень сегментації ринку.

Так, студії на кшталт Light Room Studio і ProPhoto Hub зосереджені на професійному сегменті — з якісним обладнанням, складними світловими схемами та орієнтацією на клієнтів із досвідом. Водночас висока вартість та складна логістика можуть обмежити доступ до широкої аудиторії.

У той же час Loft Studio Odessa та Sun Studio акцентують увагу на креативності та доступності, орієнтуючись на молодіжну Instagram-аудиторію й невеликі бренди. Проте технічні обмеження або невелика площа знижують універсальність послуг.

ФотоФабрика вирізняється освітнім і творчим спрямуванням, але має локаційний бар'єр через віддаленість від центру.

Таким чином, жодна з наявних фотостудій не поєднує у собі одночасно: доступну цінову політику, сучасне обладнання, зручну локацію, мультиформатність (освітні, соціальні, комерційні проєкти) та клієнтоорієнтований сервіс. Це відкриває простір для створення нової фотостудії, яка об'єднає переваги існуючих гравців, мінімізуючи їх недоліки, та запропонує більш інклюзивний, адаптивний і ціннісний продукт для різних категорій клієнтів.

Назва фотостудії «Сонце в кадрі» є результатом свідомого позиціонування проєкту в контексті креативного простору, орієнтованого на емоційну привабливість, локальну ідентичність та естетичну символіку. Її обрання зумовлено рядом стратегічних, маркетингових і культурних чинників.

По-перше, семантична структура назви поєднує два ключові образи – *сонце* як джерело світла, тепла та життя, і *кадр* як базовий елемент фотографічного мистецтва. Така комбінація створює позитивну асоціативну матрицю, що резонує з цільовою аудиторією, викликаючи відчуття радості, натхнення та світлої емоційної атмосфери.

По-друге, назва відображає локальний колорит Одеси — міста, яке історично асоціюється з відкритістю, морським сонцем, творчим духом і культурною багатогранністю. Таким чином, «Сонце в кадрі» не лише підкреслює географічну прив'язку, а й формує образ простору, глибоко вкоріненого в одеський культурний ландшафт.

По-третє, назва має високий рівень брендоутворювального потенціалу: вона лаконічна, легко запам'ятовується, емоційно забарвлена та адаптована до різних форматів візуальної ідентифікації (логотип, соціальні мережі, рекламні матеріали тощо). Це підсилює її ефективність у маркетинговій комунікації та формуванні впізнаваності проєкту.

У підсумку, назва «Сонце в кадрі» відображає сутність бізнес-ідеї – створення доступного, світлого, креативного простору для зйомки, самовираження та творчої взаємодії, водночас формуючи унікальну ціннісну пропозицію на конкурентному ринку фотопослуг Одеси.

У межах реалізації підприємницького проєкту зі створення фотостудії «Сонце в кадрі» було здійснено побудову SWOT-матриці з метою комплексного аналізу внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на ефективність функціонування бізнесу. Такий підхід дозволяє структуровано оцінити сильні та слабкі сторони фотостудії, а також виявити ринкові можливості й потенційні загрози, які визначають перспективи розвитку проєкту в умовах конкурентного середовища креативної індустрії м. Одеса. Результати цього аналізу слугують

основою для стратегічного планування, підвищення стійкості та адаптивності студії до викликів ринку (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз фотостудії «Сонце в кадрі»

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Вдале розташування у культурному кластері м. Одеса - Яскрава айдентика та приваблива назва - Орієнтація на різні категорії клієнтів: сім'ї, бренди, митці - Можливість інтеграції освітніх та соціальних ініціатив	- Обмежені стартові ресурси на рекламну кампанію - Необхідність поступового формування лояльної клієнтської бази - Конкуренція з добре відомими студіями з усталеним реноме
Можливості	Загрози
- Розвиток цифрових форматів замовлень і комунікацій - Співпраця з креативними бізнесами, школами, агенціями - Проведення благодійних та іміджевих заходів для підвищення впізнаваності	- Зростання вартості оренди у привабливих локаціях - Нестабільність купівельної спроможності населення - Підвищення податкового та адміністративного навантаження

Джерело: розроблено автором.

SWOT-аналіз дозволяє виявити сильні позиції фотостудії «Сонце в кадрі», врахувати потенційні обмеження та проактивно реагувати на зовнішні виклики ринку.

На основі проведеного SWOT-аналізу фотостудії «Сонце в кадрі» можна сформулювати такі ключові висновки.

Сильні сторони проєкту – зосереджені навколо унікального брендингу, стратегічної локації, мультиформатності послуг (від фотозйомок до творчих воркшопів) та високої якості клієнтського сервісу. Це створює передумови для ефективного позиціонування студії на локальному ринку Одеси.

Слабкі сторони – зокрема стартова залежність від власного фінансування, обмежений штат на початковому етапі та потреба в поступовому формуванні лояльної клієнтської бази. Ці чинники потребують особливої уваги при розробці фінансової та маркетингової стратегій.

Можливості – ринок фотопослуг в Одесі має стабільний попит, зростаючий інтерес до візуального контенту, а також відкритість до партнерств з іншими креативними просторами, освітніми ініціативами та волонтерськими проєктами. Це відкриває шлях до соціального та комерційного розширення.

Загрози – включають конкуренцію з боку вже відомих студій, економічну нестабільність, зростання орендних ставок і коливання платоспроможного попиту. Для мінімізації цих ризиків доцільно впроваджувати гнучку цінову політику, підтримувати якість послуг і активно комунікувати з цільовою аудиторією в цифровому середовищі.

Узагальнення: SWOT-аналіз підтверджує стратегічну доцільність відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» в м. Одеса. Високий потенціал розвитку у поєднанні з унікальною концепцією, адаптованою до локального ринку, формує основу для довгострокового, сталого функціонування бізнесу в сегменті креативних послуг.

2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування фотостудії

Раціональне планування витрат є ключовим етапом підготовки до відкриття фотостудії, оскільки забезпечує фінансову передбачуваність, обґрунтованість інвестиційних рішень та стабільність функціонування бізнесу на початковому етапі. У контексті реалізації проєкту «Сонце в кадрі» структура витрат охоплює як одноразові стартові інвестиції, так і поточні операційні витрати, які супроводжують щомісячну діяльність студії.

До основних стартових витрат належать:

- Оренда приміщення з депозитом (від 50 до 80 м² у культурно активному районі Одеси) – із розрахунку передплати за перші 2–3 місяці;
- Ремонт та дизайнерське оформлення інтер'єру – з урахуванням зонування простору на зону фотозйомки, гримерну, зону очікування та адміністративну частину;

- Закупівля професійного обладнання – фото- та відеотехніки, студійного освітлення, фону, триподів, реквізиту;
- Меблі та інфраструктура студії – столи, стільці, дзеркала, шафи для зберігання, техніка для офісних потреб;
- Маркетинг на старті – створення сайту, запуск соціальних мереж, друк флаєрів, просування через digital-канали;
- Реєстрація ФОП, оформлення дозвільної документації, впровадження ПРРО – витрати на юридичний супровід та технічну інтеграцію касових рішень.

Щомісячні операційні витрати включають: оплату оренди; заробітну плату персоналу (адміністратор, фотограф, техпрацівник або прибиральниця, при масштабуванні – SMM-менеджер або помічник); комунальні послуги; витрати на інтернет, обслуговування техніки; закупівлю витратних матеріалів (батареї, флешки, пакувальні матеріали для фотопродукції); маркетингову підтримку (таргетинг, оновлення візуального контенту); податкові відрахування та ЄСВ.

Ретельне моделювання витрат дозволяє визначити точку беззбитковості та сформувати прогнозований фінансовий план для перших 12 місяців роботи. Такий підхід створює передумови для стабільного старту та підвищує інвестиційну привабливість проєкту фотостудії «Сонце в кадрі».

Складові стартового капіталу та джерела його формування представлені в таблиці 2.7.

Аналіз структури стартового капіталу фотостудії «Сонце в кадрі» свідчить про раціональний підхід до планування витрат та орієнтацію на створення професійного, комфортного і функціонального простору.

Найбільшу частку у загальній сумі стартових інвестицій становлять витрати на закупівлю меблів та обладнання (33,3%), а також комп'ютерну техніку і програмне забезпечення (16,5%), що зумовлено необхідністю забезпечення високої якості фотопослуг, технічної підтримки зйомок та обробки матеріалів. Значною є також частка рекламної кампанії (10%), що відповідає потребі активного залучення клієнтів на початковому етапі.

Структура стартового капіталу фотостудії «Сонце в кадрі»

№	Статті витрат (елементи стартового капіталу)	Сума, грн	Питома вага, %
1	Реєстраційні витрати та юридичний супровід	3000	0.98
2	Оренда приміщення (за 2 місяці)	40000	13.0
3	Ремонт і оформлення інтер'єру	11000	3.58
4	Закупівля меблів і обладнання	133000	43.23
5	Комп'ютер, телефон, програмне забезпечення	66 000	21.45
6	Інтернет та сигналізація	8000	2.6
7	Рекламна кампанія перед відкриттям	40000	13.0
8	Інші витрати	6667	2.17
	УСЬОГО	307667	100.0
	Джерела фінансування стартового капіталу		
	Власні засоби	62 667	20
	Запозичені кошти	245 000	80

Джерело: складено автором.

Оренда приміщення на два місяці (10%) дозволяє створити тимчасовий резерв для адаптації на ринку, тоді як ремонт і оформлення інтер'єру (2,75%) забезпечують створення естетично привабливого середовища. Решта витрат спрямована на інфраструктурне забезпечення, юридичний супровід, підключення до мереж і забезпечення безпеки.

Структура джерел фінансування засвідчує переважну частку залучених коштів (80%), що вказує на потребу у зовнішніх інвестиціях або кредитних ресурсах для запуску проєкту, при збереженні 20% власного фінансового внеску. Такий розподіл свідчить про готовність підприємця до інвестиційного ризику та залучення партнерських або банківських ресурсів для масштабного старту. Також для початку діяльності фотостудії необхідно придбати спеціалізоване устаткування. Елементи витрат на покупку необхідного устаткування внесено в табл. 2.8.

Проведений аналіз структури витрат на закупівлю меблів і обладнання свідчить про продуманий і раціональний підхід до формування матеріально-технічної бази фотостудії «Сонце в кадрі». Основна частина коштів спрямована на забезпечення високої якості фотографічного процесу – зокрема, придбання

професійного фотоапарата (30% загального бюджету на устаткування) та світлового обладнання (22,6%), що є критично важливими для реалізації широкого спектра зйомок – від портретної до предметної.

Таблиця 2.8

Витрати на придбання необхідного устаткування для фотостудії

№	Найменування устаткування	Кількість, од.	Загальна вартість, грн
1	Світлові прилади (софтбокси, постійне світло, спалахи)	4	30 000
2	Професійний фотоапарат (дзеркальний або бездзеркальний)	2	38 000
3	Фони та стійки для фону	3	13 000
4	Реквізит для зйомок (декор, тканини, меблі для кадру)	10	15 000
5	Меблі для робочої зони (стіл, стільці, шафа тощо)	5	12 000
6	Комп'ютер для обробки фото	1	14 000
7	Принтер/плотер для друку фото	1	10 000
8	Додаткові аксесуари (кабелі, акумулятори, штативи)	1	1 000
	Разом:		133 000

Джерело: розроблено автором.

Важливе місце займає придбання фонових систем і реквізиту, які забезпечують гнучкість у побудові сцен та індивідуалізацію під кожного клієнта, що є конкурентною перевагою на ринку. Також передбачено оснащення зони обробки фотографій (комп'ютер, принтер), що забезпечить повний цикл надання послуг – від зйомки до друку.

Увага до робочої зони персоналу (меблі, додаткові аксесуари) свідчить про турботу не лише про клієнтський комфорт, а й про внутрішню організацію процесів. Загалом, структура витрат демонструє збалансованість між естетичними, технічними та функціональними складовими, що закладає підґрунтя для ефективної роботи фотостудії, її привабливості для різних цільових аудиторій і стабільного розвитку бізнесу.

У межах реалізації підприємницького проєкту відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» доцільно передбачити забезпечення простору сучасним

комп'ютерним обладнанням та відповідним програмним забезпеченням. Такий технічний ресурс стане основою ефективної організації бізнес-процесів фотостудії, включаючи електронне ведення бази клієнтів, управління розкладом фотозйомок, збереження та обробку зображень, а також фінансовий облік.

Одним із ключових елементів цифрової інфраструктури стане впровадження програмного реєстратора розрахункових операцій (ПРРО), що виконує функцію сучасної онлайн-каси. Застосування ПРРО дозволяє здійснювати готівкові й безготівкові розрахунки у прозорий спосіб, автоматично формувати та надсилати фіскальні чеки, підвищуючи рівень сервісу й довіри клієнтів. Водночас це забезпечує відповідність діяльності студії вимогам чинного податкового законодавства України та сприяє формуванню легальної й прозорої бізнес-моделі (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Вартість придбаного ноутбука, смартфона та програмного забезпечення

№	Найменування	Кількість, од.	Ціна за одиницю, грн	Ціна всього, грн
1	Ноутбук	2	19 000	38 000
2	Смартфон для запису та комунікації	2	13800	27600
4	Програмний РРО (ПРРО)	1	400	400
	Разом			66 000

Джерело: розроблено автором [58].

У процесі формування структури стартового капіталу фотостудії «Сонце в кадрі» важливу роль відіграють супутні витрати, що не лише забезпечують технічну й інфраструктурну готовність до відкриття, але й формують передумови для сталого функціонування бізнесу на ранньому етапі. До таких статей відносяться витрати на забезпечення доступу до інтернету та охоронну сигналізацію, рекламну кампанію перед відкриттям, а також інші супутні витрати, які не підлягають деталізації, але є необхідними з управлінської точки зору.

Зокрема, витрати на інтернет та сигналізацію, які становлять 8 000 грн (2,6% від загального обсягу стартового капіталу), мають функціональний характер і є критично важливими в умовах цифровізації підприємництва. Стабільний інтернет-зв'язок забезпечує можливість ведення електронного запису, роботи з онлайн-платформами, адміністрування соціальних мереж та реалізації електронних оплат. У свою чергу, встановлення охоронної сигналізації дозволяє мінімізувати ризики втрати майна, що є актуальним з огляду на вартість професійного фотообладнання та комп'ютерної техніки.

Окрему увагу в інвестиційній структурі займає рекламна кампанія перед відкриттям, на яку передбачено 40 000 грн (13,0%). Ці витрати є стратегічною складовою бізнес-моделі, оскільки ефективна комунікація із цільовою аудиторією на старті проєкту формує попит, створює пізнаваність бренду та закладає основи клієнтської лояльності. Передбачене фінансування охоплює інтегровані маркетингові заходи, зокрема розробку фірмового стилю, налаштування рекламних кампаній у соціальних мережах, створення сайту, запуск таргетованої реклами та організацію відкриття студії з фотозоною та бонусними пропозиціями. Такий підхід дозволяє швидко вийти на запланований рівень завантаженості фотостудії та скоротити період окупності.

До категорії «інші витрати», яка становить 6 667 грн (2,17%), віднесено гнучкий резерв на покриття неочікуваних, але передбачуваних управлінських потреб. Це можуть бути витрати на господарські товари, оформлення інтер'єру, сертифікати, роздаткові матеріали або екстрені технічні потреби. Формування такого резерву є свідченням обережного та системного підходу до фінансового планування, що дозволяє уникнути касових розривів і зберігати контроль над процесом запуску навіть за умов варіативних зовнішніх факторів.

Таким чином, сукупність проаналізованих витрат демонструє раціональне планування не лише основних інвестицій, але й другорядних статей, які мають вирішальне значення для організаційної стійкості й успішного старту фотостудії як підприємницької одиниці у сфері креативного бізнесу.

Загалом, відповідно до структури фінансування проєкту, сума стартового капіталу фотостудії «Сонце в кадрі» становить 307 667 грн. Із цієї суми передбачено, що 20% (62 667 грн) буде профінансовано за рахунок власних коштів ініціатора проєкту, а решта 80% (245 000 грн) – за рахунок запозичених ресурсів, зокрема можливих грантів, партнерських інвестицій або мікрокредитування. Такий підхід до формування структури капіталу є обґрунтованим з огляду на необхідність диверсифікації фінансових джерел, мінімізації фінансового навантаження на засновника та забезпечення гнучкості у процесі реалізації інвестиційної частини проєкту.

Раціональний розподіл коштів між основними статтями витрат свідчить про комплексне планування запуску фотостудії, що охоплює як матеріально-технічне оснащення, так і інфраструктурну, маркетингову та адміністративну підготовку. Така фінансова модель створює стабільну основу для ефективного старту проєкту, його подальшого масштабування та реалізації стратегічних цілей у конкурентному середовищі ринку фотопослуг м. Одеси (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Розрахунок суми кредиту

Роки	Сума кредиту, грн	Річна сума погашення кредиту, грн	Відсотки по кредиту, грн	Залишок по кредиту, грн
1 рік	245 000	49 000	22 050	196 000
2 рік	196 000	49 000	15 210	147 000
3 рік	147 000	49 000	13 230	98 000
4 рік	98 000	49 000	8 820	49 000
5 рік	49 000	49 000	4410	0
Всього	-	245 000	63 720	-

Джерело: розраховано автором.

Таким чином, з таблиці 2.10 можна зробити висновки про те, що для започаткування фотостудії можна взяти кредит у банку “Приват” на суму 245 000 грн та бути повернений за 5 років, а за користування кредитом буде сплачено 63 720 грн. У рамках реалізації підприємницького проєкту з відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» розрахунок поточних витрат є важливою складовою фінансового планування, що забезпечує об’єктивне уявлення про щомісячне

фінансове навантаження, дозволяє визначити поріг беззбитковості та сформувати достовірну модель прибутковості бізнесу. До складу регулярних витрат фотостудії входять: орендна плата за приміщення, заробітна плата фотографа, адміністративного персоналу та технічного працівника, витрати на оновлення реквізиту та фотоматеріалів, оплата комунальних послуг, витрати на інтернет і сигналізацію, витрати на SMM-просування, контекстну рекламу й інші маркетингові інструменти, бухгалтерське обслуговування та супутні адміністративні витрати (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Матеріальні витрати фотостудії «Сонце в кадрі»

№	Вид продукції	Ціна одиниці (грн)	Обсяг витрат в місяць (од)	Обсяг витрат в рік (грн)
1	Фотопапір та витратні матеріали для друку	15	100	18000
2	Реквізит для зйомок (одноразовий)	500	3	18000
3	Декорації та фони	1000	1	12000
4	Побутова хімія та засоби для прибирання	200	5	12000
5	Канцелярія	50	20	12000
6	Витратні матеріали для майстер-класів	100	30	36000
	Усього			108 000

Джерело: розраховано автором.

Для безперервної роботи фотостудії у штатний розклад маємо завести наступні посади (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Штатний розклад фотостудії

Посада	Кількість штатних одиниць	Заробітна плата за місяць, Грн	Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн	Фонд заробітної плати за рік, грн
Фотограф	2	20 000	48 800	585 600
Асистент фотографа	1	20 000	24 400	292 800
Адмін / бухгалтер	1	20 000	24 400	292 800
Прибиральник	1	12 000	14 640	175 680
Маркетолог	1	20 000	24 400	292 800
Разом:	6	92 000	136 640	1 639 680

Джерело: розроблено автором.

З таблиці 2.12 видно, що витрати на заробітну плату з ЄСВ складуть за місяць 136 640 грн, а річний фонд заробітної плати складе 1 639 680 грн.

Також працівники салону повинні будуть платити кожен місяць зі своєї заробітної плати 1,5 % воєнний збір та 18% ПДФО.

Вагома стаття поточних витрат – це комунальні послуги (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Витрати на комунальні послуги фотостудії

Найменування послуги	Середня вартість за місяць, грн	Вартість за рік, грн
Теплопостачання (6 міс.)	6000	36000
Водопостачання	3000	36000
Електроенергія	8000	96000
Вивіз сміття	2000	24000
Послуги Інтернет	500	6000
Послуги охорони	1500	18000
Разом	21 000	216 000

Джерело: складено автором.

Таким чином, як показують розрахунки табл. 2.13 витрати на комунальні послуги фотостудії в місяць становлять 21000 грн., а на рік – 216000 грн.

Проаналізуємо усі разом поточні витрати на функціонування новостворюваного бізнесу (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Зведені поточні витрати на функціонування фотостудії «Сонце в кадрі»

№	Стаття витрат	Витрати на місяць, грн	Витрати на рік, грн
1	Матеріальні витрати	9 000	108 000
2	Оренда приміщення (за 10 місяців)	20 000	240 000
3	Заробітна плата з ЄСВ	136 640	1 639 680
4	Комунальні послуги	21 000	216 000
5	Витрати на рекламу	15 000	180 000
6	Виплата за кредитом	5145	61 744
7	Інші витрати	4548	54 576
	Усього	211 333	2 500 000

Джерело: складено автором.

У процесі аналізу структури поточних витрат фотостудії «Сонце в кадрі» було виявлено кілька ключових тенденцій, що мають суттєве значення для оцінки фінансової стійкості та економічної доцільності реалізації проєкту. Загальний обсяг щомісячних витрат становить 211 333 грн, що формує річний бюджет у межах 2,5 млн грн. Найбільшу питому вагу у витратній структурі займає фонд оплати праці з нарахуваннями (понад 65% загального обсягу), що свідчить про орієнтацію студії на професійний персонал та високий рівень сервісу. Другою за масштабом є стаття витрат на оренду приміщення, що обґрунтовує потребу в ретельно підібраній локації для забезпечення стабільного клієнтського потоку.

Високий рівень витрат на комунальні послуги й рекламну діяльність також свідчить про прагнення до створення комфортного простору та активної присутності на ринку. Матеріальні витрати мають помірне значення, що відповідає характеру діяльності фотостудії, зокрема регулярним витратам на реквізит, витратні матеріали, поліграфію тощо. Окремо варто зазначити наявність витрат, пов'язаних з обслуговуванням кредитного зобов'язання, що свідчить про використання позикового капіталу для стартового фінансування, але в допустимих межах навантаження на місячний бюджет.

Загалом, така структура витрат є збалансованою, дозволяє забезпечити безперервне функціонування студії, підтримувати високу якість послуг та реалізовувати гнучку стратегію розвитку, орієнтовану на зростання прибутковості та розширення ринкової присутності.

Висновки до розділу 2

1. Результати аналітичного дослідження ринку фотопослуг в Україні та м. Одеса підтверджують високу перспективність реалізації проєкту фотостудії «Сонце в кадрі» в умовах зростання попиту на креативні, персоналізовані візуальні послуги. У 2024 році в Україні налічувалось понад 13 500 ФОПів і юросіб за КВЕД 74.20, з яких 82% – малі бізнеси, що підтверджує динамічний розвиток галузі. Одеса як культурний і туристичний центр формує стабільний

попит на фотозйомку завдяки архітектурній привабливості, активності соціальних мереж і високій візуальній культурі населення. Понад 400 фотостудій різного формату вже функціонують у місті, проте більшість з них є вузькоспеціалізованими або фокусуються виключно на комерційних фотосесіях. SWOT-аналіз виявив значні ринкові можливості – від цифровізації до партнерств з event-агенціями – водночас конкуренція та сезонність залишаються викликами. Запропонований проєкт вирізняється мультифункціональністю, поєднанням освітніх, соціальних та фотопослуг, що дозволяє йому зайняти унікальну нішу на ринку. Враховуючи зростання кількості підприємців (на 7,5% у 2024 році) та відновлення сегменту креативних індустрій, фотостудія «Сонце в кадрі» має високий потенціал не лише для успішного старту, а й для масштабування в умовах сучасної креативної економіки.

2. У результаті дослідження внутрішніх конкурентних переваг фотостудії «Сонце в кадрі» встановлено, що проєкт має стратегічно збалансовану бізнес-модель із сучасною технічною базою, мультиформатністю та соціальною орієнтацією. На фоні конкурентів м. Одеси студія вирізняється поєднанням їхніх сильних сторін: зручною локацією, онлайн-сервісами, гнучким зонуванням та орієнтацією як на індивідуальних клієнтів, так і на малі бізнеси. Частка витрат на оплату праці (1639680 грн або 65,6%) підтверджує фокус на сервіс і команду. SWOT-аналіз довів перевагу сильних сторін над ризиками, що підтверджує високу ринкову доцільність і масштабованість проєкту.

3. Було проведено комплексний аналіз поточних витрат фотостудії «Сонце в кадрі», що дозволило сформулювати обґрунтовану модель фінансового навантаження на бізнес. Загальні річні витрати становлять 2500000 грн, з яких 1 639680 грн (65,6%) припадає на фонд заробітної плати з ЄСВ, 240000 грн (9,6%) – на оренду приміщення, 216000 грн – на комунальні послуги, а 180000 грн – на рекламну кампанію. Щомісячне витратне навантаження становить приблизно 211000 грн. Така структура витрат свідчить про високий рівень організаційної готовності та передумови для стабільного функціонування й масштабування фотостудії на конкурентному ринку.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ФОТОСТУДІЇ

3.1. Оцінка прибутковості проєкту

У межах оцінки економічної доцільності відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» доцільним є формування деталізованого плану надання фотопослуг і супутніх творчо-освітніх активностей, що дозволить кількісно спрогнозувати очікувані річні доходи та виявити найбільш затребувані формати серед цільової аудиторії. Такий підхід дає змогу моделювати обсяги реалізації за напрямками діяльності – індивідуальними та сімейними фотосесіями, фотопроєктами, майстер-класами, орендою студії – з урахуванням середньої вартості послуги, очікуваної кількості клієнтів на місяць і рік. Це дозволить обрахувати потенційний дохід студії та на основі отриманих даних здійснити фінансове планування: визначити рентабельність, грошовий потік та перспективи масштабування бізнесу на локальному ринку м. Одеса (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

План реалізації послуг фотостудії

Вид послуги	Ціна одиниці послуги (грн)	Обсяг виробництва в місяць (одиниць)	Обсяг виробництва в місяць (грн)	Обсяг виробництва в рік (одиниць)	Обсяг виробництва в рік (грн)
Індивідуальна фотосесія	1500	40	60000	480	720000
Сімейна фотосесія	2000	25	50000	300	600000
Фотосесія для бізнесу	2500	20	50000	240	600000
Оренда студії (година)	800	50	40000	600	480000
Майстер-класи з фотографії	500	40	20000	480	240000
Подарункові сертифікати	1000	15	15000	180	180000
Курс із фотомайстерності	2000	42	84000	504	1008000
Усього	10300	232	319 000	2784	3 828 000

Джерело: розраховано автором.

З таблиці 3.1 слідує, що фотостудія планує за місяць отримати виручку в сумі 319 000 грн, а за рік – виручку в сумі 3 828 000 грн.

У подальшому здійснимо розрахунок грошового потоку в розрізі років життєвого циклу проєкту, передбачаючи, що виручка від реалізації щорічно зростатиме на 10%, сума ЄСВ для підприємця залишатиметься сталою, а обсяг поточних витрат збільшуватиметься на 5% щороку (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Розрахунок чистого прибутку та грошового потоку за 5 років

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Виручка від реалізації	3 828 000	4 210 800	4 631 880	5 095 068	5 604 574
Єдиний податок (5%)	191 400	210 540	231 594	254 753	280 229
ЄСВ «за себе»	21 120	21 120	21 120	21 120	21 120
Поточні витрати	2 500 000	2 625 000	2 756 250	2 894 063	3 038 766
Чистий прибуток	1 115 480	1 354 140	1 622 916	1 925 132	2 264 459
Грошовий потік	1 115 480	1 354 140	1 622 916	1 925 132	2 264 459

Джерело: складено автором.

З таблиці 3.2 видно, що протягом п'яти років реалізації проєкту спостерігається стабільна позитивна динаміка зростання ключових фінансових показників. Виручка від реалізації зростає щороку на 10% - з 3 828 000 грн у першому році до 5 604 574 грн у п'ятому році, що свідчить про потенціал проєкту до масштабування та зростання попиту на послуги студії. Водночас поточні витрати, що передбачають щорічне зростання на 5%, збільшуються з 2 500 000 грн до 3 038 766 грн. Попри це, чистий прибуток зростає ще швидшими темпами – з 1 115 480 грн у першому році до 2 264 459 грн у п'ятому, тобто більш ніж удвічі. Така динаміка свідчить про високу ефективність бізнес-моделі. Сума ЄСВ залишається сталою (21 120 грн на рік), а сума єдиного податку зростає пропорційно до доходу, але не створює критичного навантаження на прибутковість. Грошовий потік проєкту є позитивним на всіх етапах, що засвідчує його фінансову життєздатність, привабливість для потенційних інвесторів і можливість подальшого розширення діяльності.

Загалом отримані результати дають підстави стверджувати про економічну доцільність створення фотостудії «Сонце в кадрі», яка має всі передумови для перетворення на стабільний та прибутковий бізнес. Проєкт демонструє позитивну динаміку зростання доходів, високий рівень рентабельності та стійкий грошовий потік, що забезпечує його фінансову життєздатність у довгостроковій перспективі та дозволяє ефективно функціонувати в умовах конкурентного ринку креативних послуг.

3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту

У межах реалізації підприємницького проєкту відкриття фотостудії «Сонце в кадрі», що функціонуватиме у форматі ФОП на третій групі спрощеної системи оподаткування, доцільно здійснити стратегічне планування життєвого циклу бізнесу з горизонтом на п'ять років. Такий підхід дозволяє не лише визначити точку безбитковості та оцінити фінансову стійкість проєкту, а й окреслити перспективи масштабування, адаптації до ринкових змін та зміцнення конкурентних позицій у сфері фотопослуг.

На початковому етапі важливим завданням є ідентифікація ключових стейкхолдерів – зацікавлених сторін, які прямо або опосередковано впливатимуть на реалізацію бізнес-ідеї. У контексті фотостудії «Сонце в кадрі» до них належать: засновник проєкту, фотографи, візажисти, адміністратори, клієнти (родини, молоді бренди, підприємці), орендодавець, постачальники обладнання та реквізиту, банківська установа (у разі залучення фінансування), місцева влада, а також громада, якій студія може слугувати платформою для творчого самовираження.

Комплексний аналіз стейкхолдерів сприятиме точнішому розумінню потреб цільових груп, виявленню ризиків на ранніх етапах, налагодженню ефективної взаємодії з партнерами та підвищенню соціального капіталу бізнесу. Це дозволить створити адаптивну, гнучку та конкурентоспроможну модель функціонування фотостудії в місті Одеса (табл. 3.3).

Список стейкхолдерів проєкту з відкриття фотостудії «Сонце в кадрі»

Стейкхолдер	Внутрішній / зовнішній	Ранг	Цілі стейкхолдера	Цілі СПД	Результат незацікавленості
Засновник проєкту	Внутрішній	Високий	Запуск і розвиток бізнесу	Отримання прибутку та реалізація ідеї	Проект не буде реалізований
Фотографи та персонал	Внутрішній	Середній	Стабільна робота та професійне зростання	Надання якісних послуг	Зниження якості сервісу
Клієнти фотостудії	Зовнішній	Високий	Якісний сервіс та естетичний досвід	Формування лояльної бази	Втрата прибутку та репутації
Орендодавець	Зовнішній	Середній	Своєчасна оплата оренди	Надійне приміщення для діяльності	Порушення стабільності роботи
Постачальники обладнання	Зовнішній	Низький	Збут техніки та реквізиту	Наявність якісного оснащення	Зрив графіка запуску
Місцева громада	Зовнішній	Низький	Отримання соціальної користі	Підвищення соціального капіталу	Низький рівень підтримки
Органи влади	Зовнішній	Середній	Дотримання норм і регуляцій	Законна діяльність	Адміністративні ускладнення

Джерело: складено автором.

У процесі стратегічного планування підприємницького проєкту з відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» важливим етапом стало ідентифікація та системна характеристика основних стейкхолдерів, які прямо чи опосередковано впливають на реалізацію бізнес-ідеї. З цією метою було розроблено аналітичну таблицю, що відображає ключові параметри взаємодії із зацікавленими сторонами: тип стейкхолдера (внутрішній/зовнішній), рівень впливу (ранг), цілі кожної сторони, очікувані вигоди для суб'єкта підприємницької діяльності та можливі наслідки у разі їх незацікавленості або конфлікту інтересів.

Такий підхід дозволяє системно оцінити структуру зацікавлених груп і вибудувати ефективну модель управління стейкхолдерами з урахуванням специфіки ринку креативних послуг. Високий рівень впливу мають, зокрема, засновник бізнесу, персонал студії, клієнти й орендодавець, оскільки саме від

їхньої зацікавленості, мотивації та задоволеності залежить стабільне функціонування студії та її конкурентна позиція.

Окреме значення має визначення ролі зовнішніх стейкхолдерів – таких як податкові органи, фінансові установи, органи місцевого самоврядування та локальна громада. У контексті дотримання нормативно-правової бази, соціальної відповідальності та залучення кредитного ресурсу для запуску проєкту, їх підтримка та співпраця є критично важливими для мінімізації ризиків і забезпечення довготривалої стійкості бізнесу.

Загалом, проведення стейкхолдер-аналізу дозволяє не лише поглибити розуміння мотивацій цільових груп, а й створити основу для формування стратегічних комунікацій, адаптації бізнесу до змін зовнішнього середовища та зростання соціального капіталу фотостудії як елементу креативної економіки м. Одеса.

У рамках реалізації підприємницького проєкту з відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» одним із ключових організаційних завдань є чітке планування всіх етапів підготовки та запуску бізнесу з урахуванням їхньої послідовності, тривалості та взаємозв'язків. Зважаючи на обмежені часові ресурси і велику кількість підготовчих заходів, виникає об'єктивна потреба в ефективному інструменті управління реалізацією проєкту.

Оптимальним рішенням для візуалізації та координації всіх процесів виступає діаграма Ганта – інструмент, що дозволяє системно структурувати календарний план дій, визначити часові межі кожного етапу, ідентифікувати потенційні «вузькі місця», забезпечити логічну послідовність завдань та здійснювати моніторинг їх виконання. Завдяки діаграмі Ганта можна наочно простежити повний цикл відкриття фотостудії: від державної реєстрації підприємницької діяльності, укладення договору оренди та ремонту приміщення до закупівлі обладнання, формування команди, створення онлайн-присутності та старту маркетингової кампанії.

Інтеграція такого інструменту в управлінський процес дозволить оптимізувати використання ресурсів, знизити ймовірність накладання або

затримок виконання завдань і забезпечити досягнення запланованих результатів у встановлені строки. Подальшим кроком є розробка детального покрокового плану-графіка запуску фотостудії «Сонце в кадрі», який стане базою для побудови діаграми Ганта та ефективного контролю за реалізацією проєкту (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Етапи і завдання для діаграми Ганта відкриття фотостудії

Шаг	Завдання	Тривалість
1	Реєстрація ФОП та відкриття банківського рахунку	1 тиждень
2	Укладання договору оренди приміщення	1 тиждень
3	Розробка дизайн-проєкту та закупівля матеріалів	2 тижні
4	Ремонтні роботи та оформлення інтер'єру	3 тижні
5	Закупівля меблів, техніки та реквізиту	2 тижні
6	Встановлення інтернету, охоронної сигналізації та ПРРО	1 тиждень
7	Набір та навчання персоналу	2 тижні
8	Запуск рекламної кампанії	1 тиждень
9	Створення онлайн-присутності (сайт, соцмережі)	2 тижні
10	Пробний запуск студії та тестова робота	1 тиждень
11	Офіційне відкриття фотостудії	1 день

Джерело: розробка автора.

На основі розробленої таблиці етапів та завдань для діаграми Ганта щодо реалізації проєкту відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» можна зробити такі висновки. Проєкт передбачає чітко структурований і поетапний підхід до запуску бізнесу, який охоплює весь спектр організаційних, підготовчих та маркетингових завдань. Загальна тривалість реалізації становить близько 3 місяців, що свідчить про високу інтенсивність робіт і необхідність злагодженого управління ресурсами. Найбільш критичними є етапи ремонту приміщення (30 днів), закупівлі обладнання (10 днів), створення онлайн-присутності (7 днів) та проведення рекламної кампанії (14 днів), адже вони безпосередньо впливають на готовність до відкриття студії й початок отримання прибутку.

Наявність попередніх етапів, таких як реєстрація ФОП, вибір приміщення, укладання договору оренди, розробка айдентики, створює надійну організаційно-правову та концептуальну основу для функціонування бізнесу. Завдяки використанню діаграми Ганта як візуального інструмента управління, проєкт може бути реалізований з мінімальними часовими втратами, в умовах

чітко окреслених строків і пріоритетів. Такий підхід значно підвищує шанси на своєчасний запуск фотостудії, її стійке функціонування та швидке досягнення операційної ефективності (рис. 3.1).

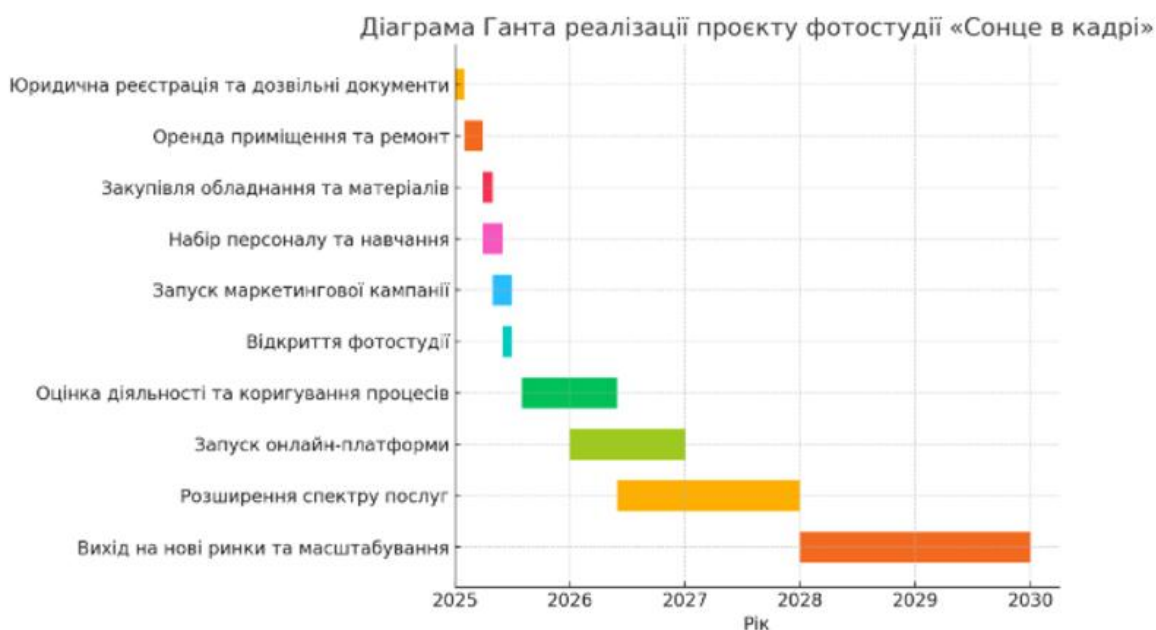


Рис. 3.1. Діаграма Ганта відкриття та розвитку фотостудії (на 5 років)

Джерело: розробка автора.

На основі побудованої діаграми Ганта для п'ятирічного життєвого циклу фотостудії «Сонце в кадрі» можна сформулювати такі ключові висновки. Реалізація проєкту передбачає чітку послідовність дій із концентрацією основних організаційних, технічних та кадрових процесів у перші 6 місяців 2025 року, що дозволяє забезпечити своєчасне відкриття студії та запуск основної діяльності. Починаючи з 2026 року, проєкт переходить у фазу розвитку та стабілізації, з фокусом на підвищення ефективності, розширення спектру послуг і впровадження цифрових інструментів (онлайн-платформа, автоматизація процесів). Із 2027 року розпочинається етап масштабування, який передбачає вихід на нові ринки, диверсифікацію джерел доходу та зміцнення бренду. Такий структурований підхід до планування дозволяє не лише знизити ризики стартового етапу, а й забезпечити поступове стратегічне зростання фотостудії, зберігаючи гнучкість і конкурентоспроможність у сфері креативного бізнесу м. Одеса.

3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту

У процесі реалізації підприємницького проєкту з відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» визначальне значення має всебічна оцінка її економічної ефективності. Проведення фінансово-економічного аналізу виступає основою для ухвалення стратегічно обґрунтованих управлінських рішень, оскільки дозволяє оцінити доцільність інвестування, спрогнозувати рівень прибутковості, виявити потенційні ризики та спланувати рух грошових коштів у динаміці п'ятирічного життєвого циклу студії.

Базовим інструментом моделювання фінансової стійкості фотостудії є розрахунок грошового потоку (cash flow), що дозволяє порівнювати доходи та витрати проєкту, оцінити строк повернення інвестицій, виявити можливості для масштабування бізнесу та адаптації до ринкових змін. Такий підхід є особливо актуальним у світлі необхідності значних стартових вкладень і конкурентного середовища креативних послуг в м. Одеса.

Окрім аналізу грошових потоків, важливим етапом є обчислення ключових показників економічної ефективності. Зокрема, період окупності (Payback Period) дозволяє визначити, скільки часу потрібно для повернення вкладених інвестицій.

Індекс прибутковості (PI) свідчить про співвідношення поточної вартості очікуваних доходів до обсягу інвестицій і підтверджує прибутковість, якщо його значення перевищує 1.

Показник чистої приведеної вартості (NPV) враховує часову вартість грошей і демонструє фінансовий результат проєкту – його позитивне значення підтверджує доцільність реалізації проєкту.

Внутрішня норма прибутковості (IRR) визначає граничну норму рентабельності інвестицій – чим вона вища за альтернативні ставки, тим вищою є інвестиційна привабливість проєкту.

Загалом, обчислення зазначених показників є необхідним етапом фінансового планування фотостудії «Сонце в кадрі», що забезпечує стратегічну доцільність бізнесу, дозволяє знизити інвестиційні ризики та підвищує ймовірність сталого розвитку в умовах високої конкуренції на ринку фотопослуг.

Розрахуємо дисконтований грошовий потік (DCF) для кожного року за формулою:

$$DCF_t = CF_t / (1 + r)^t \quad (3.1)$$

де DCF_t – дисконтований грошовий потік у t -му році; CF_t – грошовий потік (Cash Flow) у t -му році; r – ставка дисконтування (у нашому випадку 24% або 0.24); t – номер року (1, 2, 3, 4, 5).

Таблиця 3.5

Розрахунок дисконтованого грошового потоку за 5 років (ставка 24%)

Роки	Грошовий потік, грн	Дисконтований грошовий потік, грн
1-й	1 115 480	899 581
2-й	1 354 140	880 684
3-й	1 622 916	851 199
4-й	1 925 132	814 280
5-й	2 264 459	772 424
	8 282 127	4 218 168

Джерело: розрахунок автора.

На основі результатів таблиці 3.5 можна зробити такі висновки щодо економічної ефективності проєкту відкриття фотостудії «Сонце в кадрі». Розрахунок дисконтованого грошового потоку при ставці 24% підтверджує інвестиційну привабливість проєкту. Загальна сума недисконтованого грошового потоку за 5 років становить 8 282 127 грн, тоді як сума дисконтованих надходжень – 4 218 168 грн. Це свідчить про те, що навіть з урахуванням часової вартості грошей фотостудія генерує значний фінансовий результат. Поступове зменшення дисконтованих надходжень з року в рік є очікуваним, оскільки майбутні надходження знецінюються відповідно до ставки дисконту. Отже, отримані результати вказують на позитивну динаміку та доцільність реалізації проєкту в довгостроковій перспективі.

Такий результат підтверджує фінансову стійкість і інвестиційну доцільність проєкту відкриття фотостудії «Сонце в кадрі». Позитивне значення дисконтованого грошового потоку свідчить про здатність студії створювати додану вартість, забезпечувати повернення інвестованого капіталу в межах планового періоду та зберігати прибутковість навіть за умов зміни ринкового середовища чи зростання операційних витрат. Застосування методу дисконтування є базою для подальшого розрахунку ключових індикаторів економічної ефективності бізнесу – чистої приведеної вартості (NPV), внутрішньої норми прибутковості (IRR) та індексу прибутковості інвестицій (PI), які комплексно відображають інвестиційну привабливість проєкту (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Показники економічної ефективності проєкту з відкриття фотостудії

№	Показник	Формула	Результат
1	Чиста приведена вартість (NPV)	$NPV = \text{Сума дисконтованих грошових потоків} - \text{Початкові інвестиції}$	3 910 501 грн
2	Індекс прибутковості (PI)	$PI = \text{Сума дисконтованих грошових потоків} / \text{Початкові інвестиції}$	13,7
3	Середня рентабельність інвестицій (ARR)	$ARR = \text{Середній річний прибуток} / \text{Початкові інвестиції} \times 100\%$	4,39
4	Строк окупності (PB)	$PB = \text{Початкові інвестиції} / \text{Середній річний грошовий потік}$	0.18
5	Внутрішня норма рентабельності – IRR, %	IRR знаходиться як значення ставки доходності, при якій $NPV = 0$	38,75%
6	Дисконтований строк окупності (DPP)	$\sum DPP$	< 1 року

Джерело: створено автором.

Результати розрахунків ключових показників економічної ефективності свідчать про високу інвестиційну привабливість та фінансову доцільність реалізації проєкту з відкриття фотостудії «Сонце в кадрі». Зокрема, чиста приведена вартість (NPV) на рівні 3910501 грн демонструє суттєвий перевищення доходів над витратами, що вказує на перспективність бізнесу. Індекс прибутковості (PI), який дорівнює 13,7, свідчить про те, що кожна

інвестована гривня приносить понад 13 гривень доходу, що значно перевищує стандартний поріг інвестиційної ефективності.

Середня рентабельність інвестицій (ARR) у 4,39% підтверджує стабільний дохід на вкладені кошти. Водночас строк окупності (PB) у 0,18 року (менше 3 місяців) вказує на швидке повернення інвестицій, що є важливим критерієм для підприємців.

Ще більш обґрунтованим цей результат робить дисконтований строк окупності (DPP), що становить менше 1 року, та внутрішня норма рентабельності (IRR) на рівні 38,75%, яка значно перевищує ставку дисконту (24%) й підтверджує стійкість і високу доходність проекту навіть за умови зростання витрат або зміни ринкових умов.

Отже, фотостудія «Сонце в кадрі» є фінансово вигідним і перспективним проектом, що має всі підстави для сталого розвитку та масштабування.

3.4. Аналіз можливих ризиків та заходи щодо їх мінімізації

У контексті реалізації бізнес-проекту з відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» особливого значення набуває глибокий аналіз потенційних ризиків, з урахуванням сучасних викликів: економічної нестабільності, змін у вподобаннях споживачів та високої конкуренції в індустрії візуальних і креативних послуг. Ефективне функціонування, фінансова стійкість і довготривала конкурентоспроможність фотостудії є неможливими без впровадження системного ризик-менеджменту.

Необхідність такого підходу зумовлена потребою завчасного виявлення загроз, які можуть порушити динаміку реалізації проекту, знизити прибутковість чи завдати шкоди репутації бренду. Проведення структурованого ризик-аналізу дозволяє проекту оперативно реагувати на зовнішні фактори (економічні коливання, зміни у законодавстві) та внутрішні ризики (нестача кваліфікованого персоналу, перебої у постачанні обладнання тощо), розробити ефективні превентивні заходи та плани адаптації.

У процесі підготовки фотостудії «Сонце в кадрі» було визначено пріоритетні зони ризику, здійснено їх класифікацію за ймовірністю виникнення та рівнем впливу на бізнес, а також розроблено механізми їх попередження, нейтралізації або мінімізації. Такий підхід дозволяє зміцнити управлінський контроль над реалізацією проєкту, зменшити потенційні втрати, підвищити гнучкість і забезпечити стабільний розвиток фотостудії в умовах динамічного ринку м. Одеси (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Реєстр ризиків проєкту відкриття фотостудії

№	Опис ризику	Оцінка ймовірності (1–3)	Оцінка впливу (1–3)	Інтегральна оцінка (1–9)	Стратегія та дії
1	Затримка з постачанням обладнання	2	2	4	Розгляд альтернативних постачальників, створення буферу за часом
2	Низький рівень попиту на послуги	2	3	6	Активна рекламна кампанія, розширення спектру послуг
3	Проблеми з кадрами	1	2	2	Резервні фахівці, партнерство з навчальними закладами
4	Технічні збої в роботі обладнання	2	2	4	Регулярне обслуговування, сервісна підтримка
5	Зміни в законодавстві	2	2	4	Моніторинг нормативних змін, консультації з юристами
6	Воєнні дії в регіоні	3	3	9	План евакуації, цифровізація послуг, альтернативні формати роботи

Джерело: розробка автора.

Аналіз реєстру ризиків проєкту відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» свідчить про наявність низки потенційних загроз, які можуть істотно вплинути на ефективність реалізації підприємницької ініціативи та стабільність її функціонування в динамічному середовищі. Особливу увагу привертає ризик виникнення чи ескалації воєнних дій, який за оцінками ймовірності та впливу посідає найвищу позицію в інтегральній шкалі (9 балів). Його критичність зумовлює необхідність впровадження комплексного антикризового управління, яке передбачає підготовку до сценаріїв зупинки діяльності, пошуку

альтернативних джерел доходу, а також організації безпечного зберігання обладнання та документів.

Наступними за значимістю виступають ризики економічного характеру, зокрема інфляційні коливання, девальвація національної валюти та зниження платоспроможного попиту. Ці чинники можуть істотно вплинути на платоспроможність клієнтів та загальний обсяг реалізації послуг. Їх інтегральна оцінка (6 балів) свідчить про потребу у формуванні фінансового резерву, гнучкості в ціноутворенні та диверсифікації клієнтських сегментів. З огляду на особливості ринку фотопослуг, доцільним є також впровадження пакету бюджетних пропозицій, що дозволить утримувати стабільний попит навіть в умовах загального економічного спаду.

Операційні ризики, серед яких провідне місце займають технічні збої в роботі обладнання та кадрові труднощі, були оцінені як середньої загрози (інтегральна оцінка 4–6 балів). Це свідчить про необхідність створення систем технічного резервування, регулярного обслуговування обладнання, а також інвестування в навчання персоналу для забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. Формування стабільної кадрової структури, мотиваційної програми та гнучкого розкладу роботи сприятиме зниженню ризику плинності кадрів.

Ризики маркетингового характеру, зокрема низька впізнаваність бренду на початковому етапі, також потребують ретельного опрацювання. У даному контексті важливим є створення ефективної рекламної кампанії, активна присутність у соціальних мережах, формування лояльної аудиторії через запуск соціальних та благодійних проєктів. Це дозволить не лише мінімізувати репутаційні загрози, а й сформувати емоційний зв'язок із клієнтом як елемент довготривалої конкурентоспроможності.

Важливо також враховувати потенційні правові ризики, пов'язані зі змінами у законодавстві, особливо в частині фіскальної політики та державного регулювання малого бізнесу. Впровадження постійного моніторингу нормативної бази, співпраця з професійними бухгалтерськими сервісами та

юристами дозволить своєчасно адаптувати діяльність фотостудії до змін, зберігаючи при цьому правову відповідність.

Таким чином, результати ризик-аналізу засвідчують, що ефективно управління ризиками є ключовим чинником забезпечення економічної стійкості та стратегічного успіху проєкту фотостудії. Запропоновані заходи з мінімізації загроз створюють передумови для формування адаптивної бізнес-моделі, здатної функціонувати в умовах високої невизначеності, зберігати конкурентоспроможність та відповідати запитам цільової аудиторії.

З метою наочної демонстрації рівнів ризику доцільно застосувати пелюсткову діаграму. Цей візуальний інструмент дозволяє зіставити інтегральні показники всіх проаналізованих ризиків, виявити найвразливіші аспекти функціонування проєкту та визначити пріоритетні напрями управлінського втручання в межах реалізації стратегії управління ризиками (рис. 3.2).

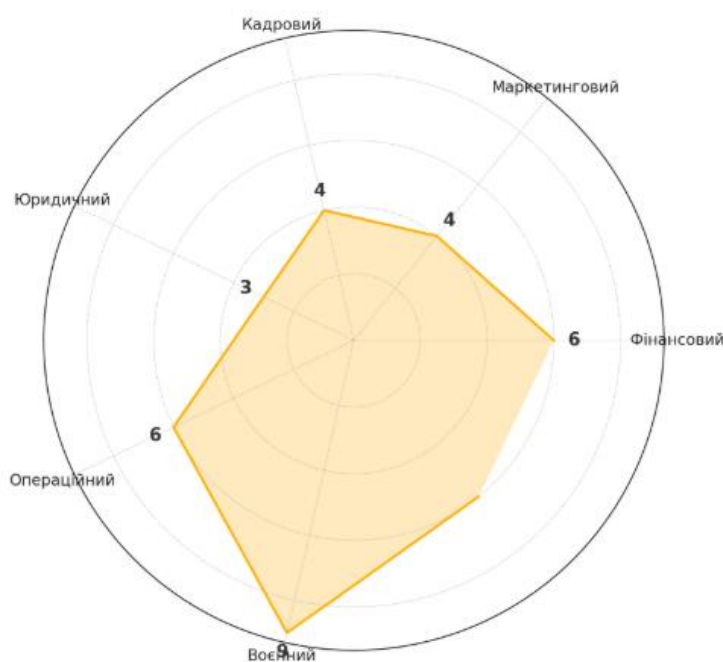


Рис. 3.2. Пелюсткова діаграма, яка ілюструє рівень ризиків для проєкту відкриття фотостудії

Джерело: розробка автора.

Побудована пелюсткова діаграма дозволяє наочно ідентифікувати рівень потенційних ризиків, пов'язаних з реалізацією проєкту відкриття фотостудії. Завдяки візуальному порівнянню інтегральних оцінок за окремими напрямками

(фінансові, організаційні, ринкові, технічні, кадрові, правові, репутаційні та воєнні ризики), стає можливим виявлення найуразливіших сфер проєктної діяльності. Найвищу оцінку отримали організаційні та фінансові ризики, що свідчить про необхідність пріоритетного моніторингу саме цих чинників на етапі впровадження та експлуатації фотостудії. Також виокремлюється ризик воєнних дій як системна загроза з потенційно критичними наслідками, що потребує розробки сценаріїв адаптації та забезпечення гнучкості бізнес-моделі. Загалом діаграма формує підґрунтя для ефективного ризик-менеджменту, дозволяючи стратегічно розподілити ресурси для мінімізації найбільш впливових загроз.

Висновки до розділу 3

1. Бізнес-проєкт створення фотостудії «Сонце в кадрі» є економічно доцільним, фінансово життєздатним і має значний потенціал до масштабування. Прогнозований річний дохід становить 3828000 грн, з очікуваним щорічним приростом у 10%, що виводить виручку на рівень 5604574 грн у п'ятому році функціонування. Попри заплановане зростання поточних витрат на 5% (від 2500000 до 3038766 грн), проєкт забезпечує стійке зростання чистого прибутку – з 1115480 грн у першому році до 2264459 грн у п'ятому, тобто зростання відбувається більш ніж у 2 рази. Грошовий потік залишається позитивним протягом усього життєвого циклу, що засвідчує високу ефективність обраної бізнес-моделі. Сума податкових зобов'язань, зокрема ЄСВ (21120 грн/рік) і єдиного податку (від 191400 до 280229 грн), не створює критичного навантаження на прибуток, що додатково підтверджує здатність проєкту до самофінансування та розвитку. Отже, фотостудія має усі фінансові передумови для сталого зростання, конкурентоспроможності та окупності інвестицій у середньостроковій перспективі.

2. Планування життєвого циклу бізнесу на п'ятирічний період із урахуванням ролі внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів, детального визначення їхніх цілей і потенційних наслідків незацікавленості, створює основу для

ефективного управління взаємодією та підвищення соціального капіталу. Інтеграція інструментів візуалізації – зокрема, діаграми Ганта – дозволяє оптимізувати календарне планування, ідентифікувати критичні точки запуску та забезпечити своєчасне виконання усіх етапів проєкту. Загальна тривалість стартового етапу становить близько трьох місяців, з акцентом на ремонтні роботи, закупівлю обладнання, формування команди та запуск маркетингу. У подальші роки передбачається поступовий перехід до етапів стабілізації, цифрової трансформації та масштабування, що формує основу для довготривалого розвитку бізнесу. Такий підхід до управління життєвим циклом дозволяє не лише мінімізувати організаційні ризики, а й закласти потенціал для стратегічного зростання фотостудії в умовах динамічного ринку креативних послуг.

3. Узагальнюючи результати фінансово-економічного аналізу, можна стверджувати, що проєкт відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» є економічно обґрунтованим і фінансово привабливим для інвестування. Загальний недисконтований грошовий потік за 5 років становить 8282127 грн, а дисконтований – 4218168 грн, що при початкових інвестиціях у 307667 грн забезпечує чисту приведену вартість (NPV) на рівні 3910501 грн. Індекс прибутковості (PI) становить 13,7, що свідчить про повернення понад 13 грн доходу на кожную вкладену гривню. Строк окупності становить лише 0,18 року (менше трьох місяців), а дисконтований строк окупності – менше 1 року. Внутрішня норма рентабельності (IRR) у 38,75% значно перевищує ставку дисконтування (24%), що підкреслює високу дохідність і інвестиційну привабливість проєкту. Такі фінансові показники дозволяють розглядати фотостудію «Сонце в кадрі» як перспективний бізнес, здатний до швидкої окупності, стабільного розвитку та масштабування навіть в умовах ринкової невизначеності.

4. Узагальнюючи результати проведеного аналізу ризиків, можна зробити висновок, що для забезпечення ефективної реалізації проєкту фотостудії «Сонце в кадрі» необхідно впровадити системний підхід до управління потенційними

загрозами, які можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження. Здійснене оцінювання дозволило ідентифікувати ризики з найвищим рівнем небезпеки, серед яких ключову позицію посідає ризик воєнних дій, а також ринкові, організаційні та технічні чинники, здатні істотно вплинути на фінансові результати та стійкість бізнесу. Побудована пелюсткова діаграма слугує ефективним інструментом візуалізації рівня загроз і формування пріоритетів у ризик-менеджменті. Запропоновані превентивні заходи та стратегії мінімізації впливу дозволяють зменшити вразливість проєкту, сформувати адаптивну модель управління і гарантувати стабільне функціонування фотостудії в умовах змінного ринкового та соціально-економічного середовища.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджуються теоретико-методичні та практичні аспекти розробки та запровадження власної справи фотостудії та зроблено наступні висновки.

1. Бізнес-ідея створення фотостудії в умовах розвитку креативної економіки є обґрунтованою та перспективною з огляду на актуальний попит на якісний візуальний контент, широкий спектр цільових аудиторій і можливість диверсифікації послуг. Поєднання індивідуальних, сімейних та комерційних форматів зйомки, оренди простору та участі в авторських фотопроектах формує стійку бізнес-модель із потенціалом для масштабування. Аналіз альтернативних форматів підприємницької діяльності у сфері фотопослуг підтвердив конкурентні переваги фотостудії як виду бізнесу з помірним рівнем стартових витрат, швидкою окупністю, високою адаптивністю до ринкових умов і можливістю інтеграції в креативну спільноту. Таким чином, обрана бізнес-ідея відповідає сучасним соціально-економічним тенденціям, має високу інвестиційну привабливість і створює передумови для сталого розвитку.

2. Аналіз нормативно-правових засад організації фотостудії в Україні свідчить про наявність сприятливих умов для започаткування підприємницької діяльності у сфері фотопослуг. Важливою перевагою є відсутність необхідності ліцензування такої діяльності, що значно спрощує старт бізнесу. Разом із тим, для легального функціонування фотостудії необхідним є правильний вибір і реєстрація видів економічної діяльності відповідно до Класифікатора КВЕД. Основним видом доцільно обрати КВЕД 74.20 – Діяльність у сфері фотографії, який охоплює повний спектр студійної, художньої та комерційної зйомки. Для розширення напрямку діяльності рекомендовано також зареєструвати КВЕД 90.03 (індивідуальна художня діяльність), КВЕД 96.09 (інші індивідуальні послуги, н.в.і.у.), КВЕД 47.99 (роздрібна торгівля поза магазинами) та КВЕД 85.59 (інші види освіти, н.в.і.у.), що дозволить фотостудії реалізовувати навчальні, мистецькі та торговельні ініціативи. Таким чином, комбінація правильно

підібраних КВЕДів формує юридичну базу для багатофункціонального, адаптивного бізнесу у сфері креативних послуг, що відповідає сучасним тенденціям і запитам цільової аудиторії.

3. Обґрунтований вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування має вирішальне значення для ефективного старту й стабільного функціонування фотостудії як суб'єкта малого бізнесу у сфері креативних послуг. З урахуванням масштабу діяльності, індивідуального характеру надання послуг, потреб у спрощеному адмініструванні та прагнення до легкого масштабування, найбільш доцільною є реєстрація фізичної особи-підприємця (ФОП) з переходом на 3-ю групу спрощеної системи оподаткування зі ставкою 5% без реєстрації платником ПДВ. Такий формат забезпечує баланс між адміністративною простотою, фіскальною доступністю та юридичною легітимністю ведення бізнесу. Крім того, він дозволяє офіційно співпрацювати з фізичними й юридичними особами, використовувати онлайн-інструменти продажу та прийому платежів, розширювати спектр послуг (зокрема освітніх і творчих), а також реалізовувати супутні товари. Незалежно від обраної системи оподаткування, обов'язковою залишається сплата єдиного соціального внеску (ЄСВ), що становить 22% від мінімальної зарплати. Таким чином, обрана модель підприємництва створює оптимальні умови для реалізації бізнес-ідеї фотостудії, відповідає чинному законодавству та дозволяє забезпечити гнучкість управління, прозорість фінансових операцій і потенціал до сталого розвитку.

4. Результати аналітичного дослідження ринку фотопослуг в Україні та м. Одеса підтверджують високу перспективність реалізації проєкту фотостудії «Сонце в кадрі» в умовах зростання попиту на креативні, персоналізовані візуальні послуги. У 2024 році в Україні налічувалось понад 13 500 ФОПів і юросіб за КВЕД 74.20, з яких 82% – малі бізнеси, що підтверджує динамічний розвиток галузі. Одеса як культурний і туристичний центр формує стабільний попит на фотозйомку завдяки архітектурній привабливості, активності соціальних мереж і високій візуальній культурі населення. Понад 400 фотостудій різного формату вже функціонують у місті, проте більшість з них є

вузькоспеціалізованими або фокусуються виключно на комерційних фотосесіях. SWOT-аналіз виявив значні ринкові можливості – від цифровізації до партнерств з event-агенціями – водночас конкуренція та сезонність залишаються викликами. Запропонований проєкт вирізняється мультифункціональністю, поєднанням освітніх, соціальних та фотопослуг, що дозволяє йому зайняти унікальну нішу на ринку. Враховуючи зростання кількості підприємців (на 7,5% у 2024 році) та відновлення сегменту креативних індустрій, фотостудія «Сонце в кадрі» має високий потенціал не лише для успішного старту, а й для масштабування в умовах сучасної креативної економіки.

5. У результаті дослідження внутрішніх конкурентних переваг фотостудії «Сонце в кадрі» встановлено, що проєкт має стратегічно збалансовану бізнес-модель із сучасною технічною базою, мультиформатністю та соціальною орієнтацією. На фоні конкурентів м. Одеси студія вирізняється поєднанням їхніх сильних сторін: зручною локацією, онлайн-сервісами, гнучким зонуванням та орієнтацією як на індивідуальних клієнтів, так і на малі бізнеси. Частка витрат на оплату праці (1639680 грн або 65,6%) підтверджує фокус на сервіс і команду. Естетичний бренд, пільгові послуги для ВПО й молоді, а також клієнтоорієнтований підхід формують лояльну аудиторію. SWOT-аналіз довів перевагу сильних сторін над ризиками, що підтверджує високу ринкову доцільність і масштабованість проєкту.

6. Відповідно до структури фінансування проєкту, сума стартового капіталу фотостудії «Сонце в кадрі» становить 307 667 грн. Із цієї суми передбачено, що 20% (62 667 грн) буде профінансовано за рахунок власних коштів ініціатора проєкту, а решта 80% (245 000 грн) – за рахунок запозичених ресурсів, зокрема можливих грантів, партнерських інвестицій або мікрокредитування. Було проведено комплексний аналіз поточних витрат фотостудії «Сонце в кадрі», що дозволило сформувати обґрунтовану модель фінансового навантаження на бізнес. Загальні річні витрати становлять 2500000 грн, з яких 1 639680 грн (65,6%) припадає на фонд заробітної плати з ЄСВ, 240000 грн (9,6%) – на оренду приміщення, 216000 грн – на комунальні послуги, а 180000 грн – на рекламну

кампанію. Щомісячне витратне навантаження становить приблизно 211000 грн, що є базовим орієнтиром для визначення точки беззбитковості, планування доходів та оцінки економічної доцільності проєкту. Така структура витрат свідчить про високий рівень організаційної готовності та передумови для стабільного функціонування й масштабування фотостудії на конкурентному ринку.

7. Оцінка прибутковості проєкту свідчить про його стійку фінансову ефективність і позитивну динаміку ключових показників. Виручка від реалізації зростає з 3 828 000 грн у першому році до 5 604 574 грн у п'ятому, що становить приріст майже на 46%. Чистий прибуток збільшується з 1 115 480 грн до 2 264 459 грн, тобто вдвічі, незважаючи на поступове зростання поточних витрат. Це свідчить про стабільну рентабельність і ефективну структуру витрат. Грошовий потік зберігає ту ж динаміку, що й прибуток, забезпечуючи платоспроможність проєкту впродовж усього прогнозованого періоду. Така фінансова картина підтверджує доцільність інвестування та високу здатність проєкту до масштабування й розвитку.

8. Планування життєвого циклу бізнесу на п'ятирічний період із урахуванням ролі внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів, детального визначення їхніх цілей і потенційних наслідків незацікавленості, створює основу для ефективного управління взаємодією та підвищення соціального капіталу. Інтеграція інструментів візуалізації – зокрема, діаграми Ганта – дозволяє оптимізувати календарне планування, ідентифікувати критичні точки запуску та забезпечити своєчасне виконання усіх етапів проєкту. Загальна тривалість стартового етапу становить близько трьох місяців, з акцентом на ремонтні роботи, закупівлю обладнання, формування команди та запуск маркетингу. У подальші роки передбачається поступовий перехід до етапів стабілізації, цифрової трансформації та масштабування, що формує основу для довготривалого розвитку бізнесу.

9. Узагальнюючи результати фінансово-економічного аналізу, можна стверджувати, що проєкт відкриття фотостудії «Сонце в кадрі» є економічно

обґрунтованим і фінансово привабливим для інвестування. Загальний недисконтований грошовий потік за 5 років становить 8282127 грн, а дисконтований – 4218168 грн, що при початкових інвестиціях у 307667 грн забезпечує чисту приведену вартість (NPV) на рівні 3910501 грн. Індекс прибутковості (PI) становить 13,7, що свідчить про повернення понад 13 грн доходу на кожен вкладений гривню. Строк окупності становить лише 0,18 року (менше трьох місяців), а дисконтований строк окупності – менше 1 року. Внутрішня норма рентабельності (IRR) у 38,75% значно перевищує ставку дисконтування (24%), що підкреслює високу дохідність і інвестиційну привабливість проєкту. Такі фінансові показники дозволяють розглядати фотостудію «Сонце в кадрі» як перспективний бізнес, здатний до швидкої окупності, стабільного розвитку та масштабування навіть в умовах ринкової невизначеності.

10. Узагальнюючи результати проведеного аналізу ризиків, можна зробити висновок, що для забезпечення ефективної реалізації проєкту фотостудії «Сонце в кадрі» необхідно впровадити системний підхід до управління потенційними загрозами, які можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження. Здійснене оцінювання дозволило ідентифікувати ризики з найвищим рівнем небезпеки, серед яких ключову позицію посідає ризик воєнних дій, а також ринкові, організаційні та технічні чинники, здатні істотно вплинути на фінансові результати та стійкість бізнесу. Побудована пелюсткова діаграма слугує ефективним інструментом візуалізації рівня загроз і формування пріоритетів у ризик-менеджменті. Розглянуті заходи мінімізації впливу дозволяють зменшити вразливість проєкту, сформувати адаптивну модель управління і гарантувати стабільне функціонування фотостудії в умовах змінного ринкового та соціально-економічного середовища.

Список використаних джерел

1. Аналіз ринку та конкурентів. Soft-pro : веб сайт. URL: <https://web.soft-pro.com/shop/analiz-rynka-konkurentov> (дата звернення: 12.03.2025).
2. Господарський кодекс України від 19 лютого 2016 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 24.04.2025).
3. Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.03.2025).
4. Дія. Бізнес : офіційний веб-сайт. URL: <https://business.diia.gov.ua/> (дата звернення: 01.02.2025).
5. Доброва Н.В., Райлян О.Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи: журнал*. 2021. № 10 (16) 447 с. С. 303-315. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10\(16\)-303-315](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10(16)-303-315).
6. Дослідження стану креативної галузі очима працівників 2024: інстайти виклики та тренди. Варто : веб-сайт. URL : https://www.warto.com.ua/2024/10/07/doslidzhennya-stanu-kreatyvnoyi-galuzi-ochyma-praczivnykiv-2024-insajty-vyklyky-ta-trendy/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 01.03.2025).
7. Єдиний податок 2025: яку групу обрати ФОПу, ліміти, строки сплати. 7eminar : веб-сайт. URL : <https://7eminar.ua/news/1067-jedinii-podatok-2024-2025-yaku-grupu-obrati-foru-ta-limiti> (дата звернення 07.03.2025).
8. Захарченко Н. В. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2022. 197 с.
9. Захарченко Н. В. Розвиток малого бізнесу в культурній сфері: управлінські та фінансові аспекти. *Економіка і держава*. 2022. № 3. С. 112–117. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.3.112.
10. Каражия Е. А. Проблеми та передумови формування ефективної системи комунікаційного забезпечення підприємств в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.8.80 (дата звернення 20.04.2025).

11. Карпов В. А., Басюркіна Н. Й., Горбаченко С. А., Шевченко-Перепьолкіна Р. І. Проектний аналіз: навч. посібник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.

12. Ковальов А. І., Кічук Н. В., Клевцєвич Н. А., Захарченко Н. В., Горбаченко С. А. Антикризове управління бізнесом : навч. посіб. Одеса. ОНЕУ. 2022. 182 с.

13. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. Відомості Верховної Ради України. 1971. № 50. Ст. 375.

14. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 року. №254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 20.04.2025).

15. Креативні індустрії у I кварталі 2022 року (статистичний огляд). Міністерство культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) : офіційний веб-сайт. URL: https://mcsc.gov.ua/announcements/kreatyvni-industriyi-u-i-kvartali-2022-roku-statystichnyj-oglyad/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 03.04.2025).

16. Мазур О. І. Підприємництво у сфері послуг : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2021. 216 с.

17. Півторак М. В., Музиченко О. М. Методи прогнозування чистого прибутку підприємства. *Економіка та держава*. 2021. С. 124-129. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2021/21.pdf DOI: 10.32702/2306-6806.2021.1.124 (дата звернення 21.04.2025).

18. Податковий Кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення 20.04.2025).

19. Про внесення змін до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» та інших законів України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі та послуг : Закон України 20 вересня 2019 р. № 128-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/128-20#Text> (дата звернення 20.04.2025).

20. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 8 липня 2010 р. № 2464–VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>. (дата звернення 20.04.2025).

21. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України від 15 травня 2003 р. №755-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>. (дата звернення 20.04.2025).

22. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 2 березня 2015 № 222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення 20.04.2025).

23. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22 березня 2012р. № 4618-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>. (дата звернення 20.04.2025).

24. Про затвердження національних стандартів України, державних класифікаторів України, національних змін до міждержавних стандартів, внесення зміни до наказу Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59 та скасування нормативних документів: Наказ Державного Комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28 травня 2004 р. № 97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0097609-04#Text> (дата звернення 20.04.2025).

25. Програмний реєстратор розрахункових операцій : офіційний веб-сайт Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua/baneryi/programni-rro/programniy-reestrator-rozrahunkovih-operatsiy/programniy-reestrator-rozrahunkovih-operatsiy/> (дата звернення: 21.04.2025).

26. Переваги та недоліки ФОП на 3-й групі. A4 Company : веб-сайт. URL: <https://a4.com.ua/perevagi-nedoliki-fop-na-3-grupi/> (дата звернення: 24.02.2025).

27. Сторожук Д. І., Андрейченко А. В. Особливості комерційної діяльності підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища. ОДАУ : веб-сайт. URL: <https://osau.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Zbirnyk-Braslavski-chytannya-2023.pdf#page=95> (дата звернення: 12.09.2025).

28. Український арт в умовах війни – динаміка розвитку ринку в 2022-2023 роках. AIN : веб-сайт. URL: https://ain.ua/2024/03/30/ukrayinskyj-art-v-umovah-vijny-dynamika-rozvytku-u-2022-2023-rokah/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 12.02.2025).

29. У 2025 році закривають на 44% більше ФОПів, ніж у 2024-му – «Опендатабот». Village : веб-сайт. URL: https://www.village.com.ua/village/business/news/362573-u-2025-rotsi-zakrivayut-na-nbsp-44-bilshe-nbsp-fopiv-nizh-u-nbsp-2024-mu-nbsp-ndash-nbsp-laquo-opendatabot-raquo?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 17.03.2025).

30. Час працювати: як отримати допомогу від держави на відкриття власної справи. UNIAN : веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/dopomoga-na-vidkrittya-biznesu-yak-otrimati-dopomogu-vid-derzhavi-na-vidkrittya-vlasnoji-spravi-novini-ukrajina-11901714.html> (дата звернення: 27.04.2025).

31. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 20.02.2025)

32. Dobrova N., Kolesnik O., Podmazko O. Intellectualization as a key factor of sustainability in Ukraine. *Journal of European Economy*. 2023. Vol. 22. № 4 (87). P. 571- 589. DOI: <https://doi.org/10.35774/jee2023.04.571> (дата звернення: 17.03.2025).

33. Zakharchenko N.V., Karazhiya Ed., Railian O. State regulation of high-tech business: economic and law aspect. *Науковий вісник ОНУ: зб.наук.праць*. 2021. № 9-10 (286-287). С. 132-139. DOI:10.32680/2409-9260-2021-9-10-286-287-132-138.

34. Zakharchenko N. V., Andreichenko A. V., Zhadanova Y. O., Korolova O. G., Navolska N. V. Conceptual model of macro-regulation of social- economic relations in the conditions of innovative-investment development of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. 1(36). С. 272-280. DOI:10.18371/fcaptp.v1i36.227879.