

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (студія веб-аналітики) і його
маркетингове обґрунтування

Студентки групи МАРКз – 41
Ковальчук Софії

Науковий керівник:
к.е.н, доцент Галько Л.Р.

Національна шкала: добре
Кількість балів: 80 Оцінка: ECTS C

Члени комісії:

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ (СТВОРЕННЯ СТУДІЇ ВЕБ-АНАЛІТИКИ).....	5
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЕКТУ...	23
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	32

ВСТУП

Актуальність дослідження. В умовах сучасного бізнес-середовища, де велика частина взаємодій між компаніями і клієнтами відбувається онлайн, ефективна веб-аналітика є ключем до прийняття обґрунтованих рішень, що підвищують конкурентоспроможність. Веб-аналітика дозволяє бізнесам відслідковувати поведінку користувачів, оптимізувати маркетингові стратегії та підвищувати ефективність рекламних кампаній. В Україні цей сегмент є перспективним, оскільки ринок ще не повністю заповнений і має попит на якісні послуги в цій галузі. Відкриття студії веб-аналітики може стати вигідним напрямком діяльності, який задовольнить потреби малого і середнього бізнесу в комплексних аналітичних рішеннях.

Метою дослідження є розробка конкурентоспроможного та інноваційного бізнесу, який буде надавати високоякісні послуги з веб-аналітики для підприємств, що прагнуть підвищити ефективність своїх онлайн-ресурсів. Веб-аналітика дозволяє компаніям оцінити ефективність своїх онлайн-активностей, розуміти потреби та інтереси користувачів, а також приймати обґрунтовані рішення щодо маркетингових стратегій і розвитку бізнесу. Тому створення такої студії є економічно обґрунтованим кроком в умовах постійного розвитку цифрової економіки.

Виходячи з мети роботи необхідно вирішити наступні **завдання**:

- сформуувати концепцію ділової пропозиції із відкриття студії веб-аналітики;
- провести дослідження потенційного ринку та обґрунтувати доцільність реалізації проекту;
- розробити план маркетингових заходів та організації операційної діяльності майбутньої студії веб-аналітики;
- провести економічне обґрунтування проекту та відобразити розрахунки у фінансових таблицях;
- зробити висновки щодо перспективності реалізації проекту рішення із відкриття нового виду бізнесу (студія веб-аналітики).

Об'єктом дослідження є проект ділової пропозиції у сфері надання послуг веб-аналітики для комерційних структур.

Предметом дослідження є методи, підходи та інструменти веб-аналітики, що дозволяють покращити показники ефективності онлайн-кампаній та сприяти прийняттю стратегічних рішень.

У дослідженні використовуватимуться такі **методи**: аналіз ринку для оцінки попиту на послуги веб-аналітики та визначення цільової аудиторії; для виявлення сильних і слабких сторін можливостей і загроз під час відкриття студії; метод порівняння для аналізу конкурентів та їхніх маркетингових стратегій; експертні інтерв'ю для збору думок фахівців галузі щодо перспектив і особливостей цього виду бізнесу; аналітичний метод для обробки статистичних даних і формування рекомендацій з оптимізації бізнес-процесів студії.

Курсова робота складається із вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Перший розділ містить опис концепції проєкту та розробку маркетингової стратегії його просування. Другий розділ містить фінансові табліці із обґрунтуванням доцільності відкриття студії веб-аналітики.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ (СТВОРЕННЯ СТУДІЇ ВЕБ-АНАЛІТИКИ)

Проект відкриття студії веб-аналітики є важливим кроком у розвитку цифрових послуг, орієнтованих на допомогу бізнесам у покращенні їх онлайн-присутності через точний аналіз даних. Студія веб-аналітики надаватиме послуги, пов'язані з аналізом поведінки користувачів на сайтах, ефективності маркетингових кампаній, а також визначенням оптимальних стратегій для поліпшення конверсії та залучення нових клієнтів. З огляду на те, що веб-аналітика є невід'ємною частиною цифрових стратегій у всіх галузях бізнесу, відкриття такої студії дає великий потенціал для розвитку та залучення клієнтів, особливо в умовах стрімкого зростання інтернет-комунікацій [5, с. 11].

Маркетингове обґрунтування даного проекту базується на високому попиті на аналітичні послуги серед компаній, які прагнуть поліпшити ефективність своїх веб-сайтів та цифрових рекламних кампаній. Для успішного виходу на ринок важливою складовою є правильно розроблена маркетингова стратегія. Це включає цільову рекламу через цифрові канали, такі як пошукові системи, соціальні мережі, а також пошук потенційних клієнтів серед малого та середнього бізнесу, які не мають власних аналітичних відділів. Суттєву роль відіграє також створення бренду студії як надійного партнера для бізнесів, що прагнуть досягти результатів у цифровому просторі через систематичний аналіз та оптимізацію своїх ресурсів.

Відкриття студії веб-аналітики — це бізнес, орієнтований на цифрові технології, тому до нього необхідно ставитися як до інноваційного проекту, який вимагає постійного вдосконалення інструментів і методик роботи. Важливою складовою є також кадровий потенціал, адже для досягнення успіху в цьому бізнесі необхідно мати команду фахівців з досвідом роботи в аналітиці, а також можливість для їхнього подальшого навчання та розвитку [9, с. 21].

Створення студії веб-аналітики є інноваційним бізнес-проектом, який надасть підприємствам, особливо малому та середньому бізнесу, інструменти для ефективного збору, аналізу та інтерпретації даних, пов'язаних з їх веб-присутністю. У світі цифрових технологій, де маркетинг і бізнес-процеси все більше переорієнтовані на Інтернет, важливість веб-аналітики зростає. Студія веб-аналітики буде надавати послуги, які дозволяють клієнтам отримувати детальну інформацію про поведінку користувачів на їхніх вебсайтах, визначати ефективність маркетингових кампаній, оптимізувати бізнес-процеси та збільшувати конверсії.

З огляду на величезний попит на послуги веб-аналітики, ринок веб-даних стає все більш насиченим, але водночас надає можливості для нових учасників, які здатні запропонувати інноваційні, високоякісні послуги. Для ефективної конкуренції на цьому ринку необхідно мати не тільки досвідчену команду, але й сучасне програмне забезпечення, що дозволяє здійснювати точний аналіз даних і надавати клієнтам максимально корисні результати. Успіх проекту залежатиме від правильної стратегії, точного аналізу ринку, а також здатності пристосовуватися до швидко змінюваного середовища цифрових технологій.

У табл. 1.1 представлено етапи обґрунтування ділової пропозиції економічного обґрунтування проекту — створення студії веб-аналітики.

Таблиця 1.1

Етапи економічного обґрунтування проекту зі створення студії веб-аналітики

Підпункт	Опис
1. Компанія та її продукти	Створення студії веб-аналітики, яка надає послуги збору, обробки та аналізу даних веб-сайтів для покращення бізнес-процесів клієнтів. Продукти включають: аналіз трафіку, SEO-оптимізацію, A/B тестування, побудову звітності та рекомендації для оптимізації.
2. Дослідження та аналіз ринку	Оцінка поточного стану ринку веб-аналітики, конкурентів, попиту на послуги серед малих і середніх підприємств. Визначення основних тенденцій розвитку: збільшення використання даних для прийняття рішень, попит на індивідуальні аналітичні рішення.
3. Маркетинговий план	Розробка стратегії просування: залучення клієнтів через цільові рекламні кампанії, SEO-просування, інтернет-маркетинг. Спочатку орієнтація на бізнеси середнього рівня, пізніше розширення на великі компанії. Політика ціноутворення — конкурентні ціни з додатковими бонусами для довгострокових клієнтів.

Продовження табл. 1.1

4. Операційний план	Опис функціонування компанії, її розташування, потреби в приміщенні та обладнанні. Придбання необхідного програмного забезпечення для аналітики, створення робочих місць для аналітиків і технічного персоналу. Організація ефективної роботи для надання послуг у повному обсязі.
5. Управлінська команда	Ключові члени команди: керівник проекту, технічний директор, маркетинговий директор, аналітики. Визначення їхніх ролей, досвіду та відповідальності за різні аспекти бізнесу. Напрямки для підвищення кваліфікації та навчання для забезпечення високої ефективності команди.
6. Фінансовий план	Прогнозування продажів, формування операційних витрат та витрат на маркетинг, розробка прогнозів прибутку, грошових надходжень та балансової вартості активів і пасивів. Розрахунок точки беззбитковості проекту.

I. Компанія та її продукти

A. КОМПАНІЯ

Компанія, яку планується заснувати, спеціалізуватиметься в галузі веб-аналітики та цифрового маркетингу, надаючи послуги комплексної аналітики для бізнесів різного масштабу. Основне завдання студії веб-аналітики полягатиме в наданні послуг зі збору, аналізу та інтерпретації даних, отриманих із вебсайтів та інших цифрових платформ. Вона допомагатиме бізнесам краще розуміти поведінку їхньої аудиторії, ефективно планувати та оптимізувати маркетингові кампанії, підвищувати конверсію і вдосконалювати взаємодію з клієнтами.

Основними клієнтами студії будуть малі та середні підприємства, що прагнуть покращити свої позиції на ринку за рахунок ефективного використання цифрових даних. Серед таких клієнтів — інтернет-магазини, маркетингові агентства, освітні онлайн-платформи, а також бізнеси сфери послуг. Юридичний статус компанії — товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що дозволить ефективно організувати управління бізнесом і забезпечити гнучкість в адаптації до ринкових умов. Форма володіння передбачає залучення кількох інвесторів із поділом часток, що сприятиме зростанню капіталу для розвитку проекту.

Нова студія веб-аналітики може претендувати на успішне позиціонування на ринку та завоювання довіри клієнтів, спираючись на такі конкурентні переваги:

1. Локалізація послуг: Нова студія зможе адаптувати свої послуги з урахуванням специфіки місцевого бізнесу, що дозволить ефективніше вирішувати проблеми клієнтів та забезпечувати зростання їхнього бізнесу.

2. Індивідуальний підхід: Завдяки малому розміру компанії, нова студія зможе більше уваги приділяти кожному клієнту, пропонуючи кастомізовані рішення та гнучкі умови співпраці.

3. Сучасні технології: Використання новітніх інструментів та методологій, таких як машинне навчання для аналізу даних, що може відрізнити нову студію від традиційних конкурентів, які не адаптуються до нових трендів.

Таким чином, новій студії веб-аналітики в Тернополі є можливість зайняти свою нішу на ринку, пропонуючи унікальні та адаптовані послуги.

Б. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ

Основні послуги, які надаватиме студія, включають веб-аналітику, консультації з цифрового маркетингу, розробку індивідуальних стратегій оптимізації та постійну підтримку в управлінні цифровими даними. Студія здійснюватиме комплексне налаштування аналітичних систем (наприклад, Google Analytics, Google Tag Manager), відстеження KPI, проведення A/B-тестувань, аналіз конверсійного шляху клієнтів, а також звітування про ефективність кампаній.

Студія веб-аналітики на початку своєї роботи може запропонувати клієнтам кілька пакетів послуг, що дозволять здійснити ефективний аналіз та поліпшення їхніх онлайн-ресурсів. Серед основних напрямків, на яких зосередиться студія, можна виділити такі пакети:

Пакет 1: Аудит сайту: технічний аудит сайту, аналіз юзабіліті сайту (зручність навігації, структури та дизайну), аналіз конкурентів.

Пакет 2: Налаштування аналітики: встановлення та налаштування систем аналітики таких як Google Analytics, Google Tag Manager та ін.

Пакет 3: Оптимізація маркетингу та аналіз даних: аналіз трафіку та поведінки користувачів на сайту, сегментування аудиторії, оптимізація конверсій, SEO-оптимізація веб-сайту, контентний аналіз.

Пакет 4: А/В-тестування: проведення експериментів з різними версіями веб-сторінок, інтерпретація даних тестувань і надання рекомендацій.

Вибір початкового переліку послуг студії веб-дизайну, що включає аудит сайту, налаштування аналітики, оптимізацію маркетингу та А/В-тестування, є обґрунтованим та відповідає сучасним тенденціям розвитку онлайн-середовища. Сьогодні створення сайту є лише першим кроком на шляху до успіху в онлайні. Набагато важливіше зробити сайт ефективним інструментом бізнесу, що дозволить досягати поставлених бізнес-цілей. Запропонований комплекс послуг орієнтований на реалізацію даного завдання.

В майбутньому студія планує розширити свій спектр послуг такими напрямками:

- інтеграція бізнес-аналітики із системою звітності замовників;
- професійні консультації щодо стратегій просування, включаючи соціальні мережі, контекстну рекламу та email-маркетинг;
- проведення освітніх заходів з метою підвищення обізнаності клієнтів щодо важливості веб-аналітики.

Унікальною характеристикою послуг студії є їх адаптивність до конкретних бізнес-цілей клієнта. На відміну від загальних послуг веб-аналітики, які часто обмежуються базовою статистикою, компанія пропонуватиме глибший аналіз та рекомендації, засновані на індивідуальних потребах бізнесу. Ще однією відмінністю є акцент на інтеграцію різних цифрових каналів, що дозволяє оцінювати ефективність маркетингових стратегій у комплексі. Крім того, компанія надаватиме освітні консультації, допомагаючи клієнтам розуміти отримані дані, що сприятиме більшій ефективності використання аналітики.

II. Дослідження та аналіз ринку

A. КЛІЄНТИ

Основними клієнтами студії веб-аналітики будуть представники малого та середнього бізнесу, які прагнуть оптимізувати свої онлайн-продажі, покращити маркетингові стратегії та досягти конкурентних переваг за рахунок глибокої аналітики цифрових даних. Найголовнішими покупцями послуг стануть компанії з різних сфер, таких як електронна комерція, освітні онлайн-платформи, медіа, маркетингові агентства та підприємства сфери послуг, зокрема ті, що активно працюють на внутрішньому ринку.

Основними факторами, які впливають на їхнє рішення щодо вибору веб-аналітичних послуг, є якість аналізу, можливість інтеграції з іншими платформами, оперативність підтримки та професійний супровід. Ціна також є важливим фактором, проте якість аналітики, адаптованість до специфіки бізнесу та можливість персоналізованих рішень будуть визначальними для клієнтів.

B. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

Ринок веб-аналітики в Україні та регіоні Східної Європи демонструє стабільне зростання завдяки розширенню цифрових послуг та збільшенню кількості підприємств, що працюють онлайн [10]. Очікується щорічне зростання ринку на 10–15% у найближчі п'ять років, адже все більше компаній переходять до онлайн-формату або зміцнюють свою цифрову присутність. Географічно основний ринок послуг студії зосередиться в Україні з потенційним розширенням на сусідні країни. Сезонні коливання попиту можуть спостерігатися під час активних рекламних кампаній (наприклад, у період підготовки до свят), коли підприємства потребуватимуть детальнішої аналітики для оптимізації маркетингових зусиль. На зростання ринку впливатиме посилення конкуренції у цифровій сфері, а також економічні тенденції щодо збільшення інвестицій у цифрові технології та розвиток маркетингової аналітики.

В. КОНКУРЕНЦІЯ

Важливим етапом розробки стратегії будь-якого бізнесу є аналіз конкурентного середовища. Виявлення та вивчення ключових гравців ринку дозволяє оцінити рівень конкуренції, виявити сильні та слабкі сторони конкурентів, а також визначити власні конкурентні переваги. На ринку веб-аналітики присутні як міжнародні компанії, так і місцеві агентства, які пропонують обмежений спектр аналітичних послуг. Переваги великих компаній – це усталена репутація та багатофункціональні рішення, але вони можуть не забезпечувати достатньої адаптивності під потреби конкретного малого чи середнього бізнесу. Локальні агентства часто пропонують більш доступні за ціною послуги, але не завжди забезпечують глибокий рівень аналітики та персоналізований підхід.

На ринку веб-аналітики та супутніх послуг діє значна кількість компаній та фрілансерів. До ключових конкурентів розглянутої студії можна віднести:

1. WebPromoExperts – міжнародна компанія з офісами у кількох країнах, яка спеціалізується на SEO, контент-маркетингу та веб-аналітиці.

Переваги: гарна репутація та впізнаваність на міжнародному ринку; широкий спектр послуг, включаючи стратегічний консалтинг; досвід роботи з великими замовниками та складними проектами.

2. AltexSoft – міжнародна компанія, що надає послуги в сферах ІТ-консалтингу та розробки ПО, зокрема в аналізі даних та веб-аналітиці.

Переваги: команда експертів з глибокими знаннями в технологіях; сильний акцент на аналітику даних і побудову індивідуальних рішень; робота з різними галузями, що дозволяє інтегрувати найкращі практики.

3. Creative Marketing Agency (CMA) – локальна компанія, яка надає послуги у сфері цифрового маркетингу, включаючи SEO, контент-маркетинг і аналітику.

Переваги: знання локального ринку та специфіки бізнесу в Тернополі; гнучкість у роботі з малими та середніми підприємствами; відкритість до індивідуальних запитів клієнтів.

Студія веб-аналітики, що планується, вирізнятиметься своєю орієнтацією на локальні компанії та пропонуватиме інтеграцію послуг із конкретними потребами клієнта, забезпечуючи більш персоналізовану підтримку, гнучкість у налаштуваннях та детальний аналіз. Завдяки цьому студія зможе краще відповідати потребам клієнтів, які часто незадоволені занадто стандартизованими пропозиціями конкурентів.

Для комплексної оцінки перспектив відкриття студії веб-аналітики та визначення оптимальної стратегії розвитку було проведено SWOT-аналіз. Цей інструмент дозволяє проаналізувати внутрішні сильні та слабкі сторони проекту, а також зовнішні можливості та загрози, які можуть вплинути на його реалізацію. Результати SWOT-аналізу подано у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

SWOT-аналіз відкриття студії веб-аналітики

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Високий попит на веб-аналітику: Зростаюча кількість бізнесів, які переходять онлайн, потребує аналізу своїх даних для оптимізації маркетингових стратегій. 2. Спеціалізація: Наявність професіоналів з досвідом у веб-аналітиці може забезпечити високий рівень послуг. 3. Індивідуальний підхід до клієнтів: Можливість адаптувати послуги під конкретні потреби клієнтів. 4. Сучасні технології: Використання новітніх інструментів та технологій для збору і аналізу.	1. Обмежений бюджет: Нові підприємства часто стикаються з обмеженнями в фінансах, що може ускладнити старт. 2. Низька впізнаваність бренду: Як нова компанія, студія може не мати визнання на ринку, що утруднює залучення клієнтів. 3. Відсутність досвіду на ринку: Відсутність впевненого досвіду може вплинути на якість надаваних послуг. 4. Залежність від технологій: Проблеми з технологічними платформами або інструментами.
Можливості	Загрози
1. Розширення ринку: Зростаюча кількість малих і середніх підприємств, що потребують послуг веб-аналітики. 2. Насичення ринку новими послугами. 3. Партнерство з іншими компаніями: Можливості співпраці з рекламними агентствами або ІТ-компаніями для розширення спектра послуг. 4. Актуалізація даних та інформації: Постійна зміна в технологіях та потребах клієнтів створює нові можливості для бізнесу.	1. Конкуренція: Ринок веб-аналітики може бути перенасиченим, з великою кількістю конкурентів, що вже мають усталену клієнтську базу. 2. Швидкі зміни в технологіях. 3. Економічна нестабільність: Зміни в економіці можуть призвести до зменшення витрат компаній на маркетинг і аналітику. 4. Ризики безпеки даних: Питання конфіденційності та безпеки даних можуть відштовхнути потенційних клієнтів.

Г. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Унікальні характеристики послуг студії, такі як гнучкий підхід до потреб клієнта, персоналізований аналіз та комплексне використання аналітичних інструментів, створять високу конкурентоспроможність на ринку веб-аналітики.

За попередніми прогнозними оцінками, частка ринку студії у перший рік складе близько 2% на локальному ринку веб-аналітики, що є досяжним завдяки незаповненій ніші для послуг персоналізованої аналітики для малого та середнього бізнесу. У другий рік роботи, зі зростанням упізнаваності бренду та збільшенням клієнтської бази, очікується, що частка ринку може зрости до 5%. Прогнозовані обсяги реалізації складають близько 1,2 мільйона гривень у перший рік роботи та 2,5 мільйона гривень у другий рік, що базується на середньому попиті та обсягах послуг, які студія може надати. Такі прогнози враховують зростання ринку, залучення нових клієнтів та розвиток репутації студії.

ІІІ. Маркетинговий план

А. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Основна маркетингова стратегія студії веб-аналітики спрямована на комплексний підхід до залучення клієнтів із малого та середнього бізнесу. Цільовими групами є компанії, які мають цифрову присутність, але потребують глибшого розуміння поведінки своїх користувачів для покращення результатів в Інтернеті та прагнуть покращити свої цифрові стратегії та продажі через веб-аналітику. Спираючись на проведене маркетингове дослідження, ми визначили, що первинним фокусом будуть бізнеси з сектора електронної комерції та послуг, оскільки вони потребують детальної аналітики для ефективного розподілу рекламних бюджетів і розуміння клієнтських переваг.

Стратегія просування включає інтенсивне використання цифрових каналів, зокрема цільову рекламу в соціальних мережах, співпрацю з бізнес-інкубаторами та онлайн-виданнями, які орієнтуються на малий бізнес. Після початкового етапу ми розширимо зусилля на інші сектори, такі як освітні платформи та компанії в

секторі фінансових послуг. Також планується активно використовувати систему рекомендацій та пропонувати знижки постійним клієнтам для підвищення лояльності. Використання сучасних інструментів веб-аналітики дозволить компанії забезпечити точні дані для покращення маркетингових рішень і, відповідно, ефективності діяльності її клієнтів.

Б. ЦІНОУТВОРЕННЯ

Ціноутворення для веб-аналітичних послуг буде побудоване на базі конкурентного аналізу, з урахуванням необхідності пропонувати вигідні умови для початкових клієнтів, що дозволить швидко зарекомендувати себе на ринку.

Цінова політика студії буде розроблена так, щоб забезпечити баланс між доступністю для малого бізнесу та прибутковістю проєкту. На початковому етапі ми пропонуємо конкурентні ціни, нижчі від середньоринкових, щоб зацікавити клієнтів, які прагнуть отримати якісний продукт за оптимальною ціною. Наприклад, базовий пакет послуг технічного аудиту сайту (пакет 1) буде на початку доступний за 5,000 гривень на місяць, що є вигідною альтернативою для бізнесів, які не можуть собі дозволити дорогі аналітичні рішення від міжнародних компаній.

У той же час, розуміючи, що деякі клієнти потребують більш глибокої аналітики або персоналізованого підходу, ми пропонуємо преміальні пакети послуг з розширеними можливостями. Такий підхід дозволить сегментувати нашу пропозицію, надаючи клієнтам можливість вибору оптимального рішення за ціною та обсягом послуг. Наша цінова стратегія спрямована на те, щоб спершу завоювати свою нішу на ринку, а згодом забезпечити стабільний дохід та створити фундамент для розширення спектру послуг та виходу на нові сегменти ринку.

В. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

Стратегія реалізації послуг студії веб-аналітики передбачає гнучкі та ефективні методи дистрибуції, орієнтовані на швидке задоволення потреб клієнтів. Основними каналами реалізації будуть власний вебсайт студії та партнерські

платформи, що спеціалізуються на B2B-рішеннях для малого та середнього бізнесу. Також запланована співпраця з бізнес-інкубаторами та коворкінгами для пропозиції спеціальних пакетів для стартапів. Додатковим каналом стане співпраця з цифровими маркетинговими агентствами, які можуть рекомендувати послуги нашої студії своїм клієнтам. Завдяки різноманітним каналам дистрибуції ми забезпечимо високий рівень доступності наших послуг для різних груп клієнтів.

Г. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

Рекламна кампанія студії веб-аналітики буде побудована на поєднанні онлайн та офлайн стратегій, які дозволять привернути увагу цільової аудиторії та ефективно просунути наші послуги на ринку. Основний акцент буде зроблено на цифрових каналах — зокрема, контекстна реклама в Google, таргетована реклама у соціальних мережах Facebook та LinkedIn, що дозволить досягти бізнес-клієнтів із малих та середніх компаній. Крім того, буде створено серію блогів та відеоконтенту, що підкреслюватимуть переваги веб-аналітики для різних сфер бізнесу, які поширюватимуться через наш сайт та партнерські платформи.

Бюджет на рекламу та промоцію у першому кварталі становитиме 33,500 гривень з подальшим збільшенням у разі позитивної динаміки. Окремо передбачені витрати на партнерську рекламу та участь у галузевих конференціях, які допоможуть підвищити впізнаваність бренду. Рекламні витрати будуть здійснені поступово протягом перших шести місяців, аби ефективно розподілити ресурси і максимально залучити клієнтів.

IV. Операційний план

A. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ

Студія веб-аналітики буде розташована в центральній частині міста Тернопіль, що забезпечить легкий доступ як для співробітників, так і для клієнтів. Ціни на оренду приміщення 100 м² коливаються від 17 000 грн до 75 000 грн. Вибір місця базується на зручній транспортній розв'язці та близькості до бізнес-центрів,

де знаходиться більшість наших потенційних клієнтів – підприємців малого та середнього бізнесу. Основною перевагою такого розташування є можливість організації офлайн-зустрічей з клієнтами, а також зручність для співробітників. Серед недоліків: дещо вища орендна плата порівняно з периферійними районами, але зручність та престижність локації виправдовують витрати, оскільки вони сприятимуть розвитку бренду і залученню клієнтів.

Б. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ

Технічна та ресурсна готовність до запуску студії веб-аналітики має важливе значення для ефективної реалізації проєкту. Успіх залежить від правильно обраного місця розташування, яке забезпечить близькість до потенційних клієнтів, а також від використання необхідного програмного забезпечення та технічного обладнання для якісної роботи з даними. Врахування цих факторів дозволить не лише забезпечити швидкий старт діяльності, а й сприятиме її подальшому розвитку через інвестиції в новітні технології.

Офіс студії займатиме приміщення площею 100 кв. м, що включатиме зону для команди веб-аналітиків, кімнату для зустрічей із клієнтами та технічні приміщення для зберігання обладнання. Передбачено незначні роботи з адаптації офісу під специфічні потреби студії, зокрема облаштування приміщення для командної роботи та комфортних умов для співробітників. Планується придбати основне обладнання, яке включає потужні комп'ютери, сервери для обробки великих обсягів даних та ліцензійне програмне забезпечення.

Загальний бюджет на оренду становитиме близько 150,000 грн., на придбання обладнання та ліцензії – 132,000 грн. Облаштування планується завершити протягом перших трьох місяців, що дозволить розпочати роботу студії без затримок.

В. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Процес надання послуг веб-аналітики у студії складається з кількох етапів: початкового збору даних, їхньої обробки, аналізу, створення звітів та рекомендацій

для клієнтів. Спочатку фахівці студії отримують доступ до веб-даних клієнта через спеціальні аналітичні інструменти, такі як Google Analytics, Adobe Analytics та інші платформи. На етапі обробки даних спеціалісти застосовують інструменти для візуалізації та розширеної аналітики, щоб надати клієнтам докладний звіт про поведінку користувачів, ефективність рекламних кампаній та відвідуваність сайту. Контроль якості передбачає ретельну перевірку даних та звітів, аби запобігти будь-яким помилкам або неточностям, що можуть спотворити аналітичні висновки. Інвентаризація обладнання та програмного забезпечення проводиться регулярно для забезпечення стабільності та оновлення всіх необхідних ресурсів.

Г. РОБОЧА СИЛА

Студія веб-аналітики передбачає залучення висококваліфікованих спеціалістів у сфері аналітики, веб-технологій та маркетингу. Основну команду складатимуть аналітики, які мають досвід роботи з різними аналітичними платформами та навички обробки великих обсягів даних. Окрім того, планується залучити менеджера проєктів для координації замовлень і комунікації з клієнтами, а також спеціалістів з технічної підтримки для налаштування систем збору даних.

У разі недостатнього досвіду чи навичок у певних працівників студія забезпечить навчання з використанням сертифікаційних курсів, таких як Google Analytics Academy, і практичних семінарів з обробки та візуалізації даних. Цей підхід дозволить команді студії веб-аналітики постійно підвищувати кваліфікацію, що позитивно вплине на якість наданих послуг.

V. Управлінська команда

A. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ

Основу управлінської команди студії веб-аналітики складатимуть досвідчені професіонали, кожен із яких відіграватиме важливу роль в успішній реалізації проєкту.

Керівник проєкту відповідає за загальне управління студією та реалізацію стратегічних цілей. Він контролює всі процеси, координує дії між відділами та

забезпечує ефективну комунікацію з клієнтами. Керівник має вищу освіту у сфері управління бізнесом, а також значний досвід у проєктному менеджменті та успішне виконання аналогічних проєктів у галузі ІТ та аналітики. Він є ключовою фігурою, яка визначає напрямок розвитку студії та відповідає за досягнення фінансових і стратегічних цілей.

Маркетинг-менеджер відповідає за просування послуг студії та залучення нових клієнтів. Він розробляє та реалізує маркетингові кампанії, аналізує ринок, визначає потреби потенційних клієнтів та формує конкурентну пропозицію. Маркетинг-менеджер має ступінь у сфері маркетингу та успішний досвід роботи в цифровому маркетингу, що дозволяє йому ефективно позиціонувати студію на ринку послуг веб-аналітики. На початку бізнесу його функції суміщатиме керівник проєкту – власник бізнесу, який має ступінь магістра за маркетингу.

Аналітик – це основний персонал студії, які безпосередньо виконують аналітичну роботу для клієнтів та відповідає за якість та достовірність усіх аналітичних звітів і досліджень, що створюються в студії. Він має глибокі знання у веб-аналітиці та досвід роботи з провідними платформами, такими як Google Analytics, Adobe Analytics та Power BI. Завдяки своєму досвіду у сфері цифрових даних та візуалізації, головний аналітик розробляє ефективні методи збору, обробки та інтерпретації даних, що допомагає клієнтам отримувати стратегічно важливу інформацію.

Фахівець із технічної підтримки забезпечує налаштування та обслуговування систем збору даних, надає допомогу у вирішенні технічних питань клієнтів. Він має досвід у програмуванні та технічному супроводі, що дозволяє швидко і якісно вирішувати питання інтеграції та підтримки аналітичних платформ. Для початку він буде працювати за зовнішнім контрактом – по аутсорсингу. Він залучатиметься до роботи в міру потреби, що дозволить зменшити витрати на початку відкриття проєкту.

Кожен із членів управлінської команди відіграє важливу роль у досягненні стратегічних цілей студії веб-аналітики. Зокрема, керівник проєкту відповідає за загальну організацію роботи компанії, визначення пріоритетів і координування дій

усіх підрозділів. Його задача — забезпечити ефективну взаємодію між технічними та бізнес-підрозділами, щоб послуги, що надаються, відповідали вимогам ринку і задовольняли потреби клієнтів. З огляду на складність та інтенсивність роботи в галузі аналітики, цей лідер повинен мати досвід управлінської діяльності та знання про технології, що використовуються в аналітиці даних.

В. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

Фінансова структура проєкту зумовлює необхідність забезпечення належного рівня винагороди для управлінського персоналу, що гарантуватиме їх мотивацію та сприятиме успішній реалізації цілей студії веб-аналітики. З огляду на специфіку завдань та відповідальності кожного члена команди, оплата буде відповідати їхньому рівню досвіду та функціональному внеску в розвиток компанії.

Заробітна плата керівника проєкту є однією з найвищих, оскільки він несе загальну відповідальність за успіх проєкту, а також стратегічний розвиток студії. Розмір виплат керівнику буде формуватися на конкурентній основі, з урахуванням рівня оплати для аналогічних посад у галузі ІТ. Окрім базової зарплати, передбачені річні бонуси на основі ключових показників ефективності (KPI), що мотивуватиме керівника до досягнення фінансових і операційних цілей студії. До його заплати враховуватиметься сумісництво посад, а саме виконання маркетингових функцій.

Зарплата аналітика визначатиметься його високою кваліфікацією та досвідом роботи у сфері веб-аналітики. Він отримуватиме конкурентну оплату праці, що дозволить залучити та утримати цього важливого фахівця в компанії. Додатково до базової зарплати можуть нараховуватись премії за успішне виконання проєктів та досягнення конкретних результатів, що сприятиме ефективності аналітичних процесів.

Власники студії, за умови активної участі в операційних процесах, можуть отримувати частину прибутку в якості компенсації, проте основний прибуток передбачається залишати для реінвестицій у подальший розвиток проєкту. Такий

підхід дозволить ефективно використовувати кошти для зростання студії та підвищення її ринкової вартості, а також підтримувати конкурентні переваги в динамічному середовищі веб-аналітики.

VI. Фінансовий план

Прогнозування фінансових результатів студії веб-аналітики є важливою частиною бізнес-плану, оскільки воно дозволяє зрозуміти можливості для досягнення прибутковості. На основі прогнозованих грошових потоків і прибутків компанія може ефективно планувати свої стратегії розвитку. Оцінка беззбитковості дає можливість відслідковувати, коли студія вийде на самоокупність та почне приносити прибуток. Успіх цього фінансового плану залежить від точності прогнозів і здатності компанії ефективно контролювати витрати та оптимізувати доходи на всіх етапах розвитку бізнесу.

A. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ

Для старту студії веб-аналітики планується залучити фінансування за рахунок власних коштів та/або зовнішніх запозичень. Основні джерела покриття витрат на відкриття та просування студії:

1. Власні заощадження засновника студії у розмірі 100 000 грн.
2. Безвідсоткова позика друзів – 50 000 грн. та родичів – 35 000 грн.
3. Нерешовий внесок родичів у вигляді комп'ютера, балансовою вартістю у 25 800 грн.

Таким чином, загальна сума фінансування початкових витрат із відкриття студії веб-аналітики становить 210 800 грн.

Напрямами використання залучених коштів є:

1. Придбання програмного забезпечення для веб-аналітики (Google Analytics, Tableau, Power BI, інші платформи).
2. Купівля та встановлення комп'ютерів, ремонтні роботи, оренда приміщення.

3. Маркетингові витрати: запуск рекламних кампаній для залучення клієнтів через таргетовану рекламу на соціальних платформах, банери, випуск візиток.

4. Обігові кошти на операційні витрати.

Всього витрат, покритих фінансуванням – 148 852 грн. Початковий баланс грошових коштів складає 61 948 грн.

В. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Аналіз руху грошових коштів передбачає прогноз надходження та витрати грошей протягом першого року діяльності студії. Очікувані грошові потоки будуть спочатку від’ємними, оскільки обсяги продаж не покриють поточних витрат на відкриття та просування нової студії веб-аналітики. Оскільки бізнес є високотехнологічним і потребує використання сучасних технологій, то витрати на утримання кваліфікованого персоналу та придбання відповідної техніки і ліцензій забиратиме значну частину прибутку.

Разом з тим, очікується, що з кінця вересня оборот грошових коштів складе 10 163 грн., в кінці жовтня – 38 848 грн., в кінці листопада – 69 583 грн. та в кінці грудня – 115 378 грн. Загалом, грошові надходження за проєктом у перший рік роботи агенції будуть позитивними і складуть за прогнозами 301 491 грн.

С. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ

Прогноз прибутків та збитків покаже можливість компанії досягти фінансової стійкості та прибутковості в умовах конкуренції на ринку веб-аналітики. На початку діяльності агенції з веб-аналітики не передбачається отримання прибутків до кінця червня місяця, оскільки поточні витрати не покриваються очікуваними продажами маркетингових послуг.

З кінця липня проєкт стане прибутковим та принесе 4 608,4 грн. прибутку. Надалі спостерігатиметься стабільне зростання прибутків агенції: у серпні вона отримає за прогнозними розрахунками 5 403,8 грн., у вересні – 15 243,8 грн., у жовтні – 22 230,2 грн., у листопаді – 23 911,2 грн. та у грудні – 36 260,4 грн.

Загалом, за перший рік роботи агенції з веб-аналітики буде отримано прибутків після сплати податків у розмірі 13 047 грн.

D. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Аналіз беззбитковості дозволяє визначити обсяг продажів або рівень доходу, необхідний для покриття всіх витрат компанії та досягнення беззбитковості. Беззбитковість буде досягнута, коли загальний дохід покриє постійні та змінні витрати. Оцінка порогу беззбитковості допоможе зрозуміти, скільки клієнтів та послуг потрібно реалізувати, щоб почати отримувати прибуток.

Точку беззбитковості діяльності агенції з веб-аналітики визначаємо поетапно на основі прогнозних фінансових розрахунків:

1. Загальний дохід агенції – 1 799 350 грн.
2. Валова собівартість реалізації послуг – 862 500 грн.
3. Величина валового прибутку – 936 850 грн.
4. Відсоток валового прибутку у доходу агенції – 52,07%
5. Обсяг постійних витрат – 900 170 грн.
6. Точка беззбитковості агенції – $900\,170 / 0,5207 = 1\,728\,769$ грн.

Отже, окупність агенції з веб-аналітики відбудеться в проміжку між 11 та 12 місяцями її діяльності, оскільки саме в цей період їй вдасться за прогнозними розрахунками досягти беззбитковості при обсягах продаж у розмірі 1 728 769 грн.

РОЗДІЛ 2

РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЕКТУ

Таблиця 2.1

Календар та бюджет на рекламу і промо-акції

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
події													
Свята													
Особливі (визначні) дні													
Події місцевого значення													
Сезонні події													
Методи (канали) просування													
Таргована реклама (SMA)	0,00	0,00	1 000,00	1 500,00	1 000,00	1 500,00	1 000,00	1 500,00	1 000,00	1 500,00	1 000,00	1 500,00	12 500,00
PPC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SMM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Поліграфічна рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Радіо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Робота з блогерами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Візитні картки	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	1 000,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	20 000,00
Інші заходи з просування (вказати які)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	600,00	0,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 400,00	3 500,00	33 500,00

Таблиця 2.2

Витрати на приміщення (будівлю)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда приміщення	0,00	0,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	150 000,00
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/ обслуговування	5 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00
Страхування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	0,00	0,00	300,00	500,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	8 800,00
Опалення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Водопостачання/ каналізація	0,00	0,00	200,00	350,00	300,00	200,00	200,00	200,00	200,00	300,00	200,00	200,00	2 350,00
Телефон (базова оплата)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Лампочки, мичі засоби тощо	0,00	0,00	1 200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	1 600,00
Інше: охорона приміщення	0,00	0,00	0,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	9 000,00
Всього витрати	5 000,00	0,00	16 700,00	16 850,00	17 300,00	17 200,00	17 200,00	17 200,00	17 200,00	17 300,00	17 600,00	17 200,00	176 750,00

Таблиця 2.3

Прогноз продаж

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Товар/ Послуга Категорія №1 Аудит сайту													
Продано одиниць	0,00	0,00	6,00	6,00	9,00	9,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	15,00	105,00
Ціна за 1	0,00	0,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 720,00	5 720,00	5 720,00	5 000,00	5 000,00	5 500,00	5 000,00
Сума продажу	0,00	0,00	30 000,00	30 000,00	45 000,00	45 000,00	57 200,00	57 200,00	57 200,00	75 000,00	75 000,00	82 500,00	625 000,00
Товар/ Послуга Категорія №2 Налаштування аналітики													
Продано одиниць	0,00	0,00	5,00	5,00	5,00	7,00	7,00	8,00	8,00	10,00	10,00	15,00	80,00
Ціна за 1	0,00	0,00	3 500,00	3 500,00	3 700,00	3 700,00	3 700,00	3 890,00	3 890,00	3 500,00	3 500,00	3 600,00	3 500,00
Сума продажу	0,00	0,00	17 500,00	17 500,00	18 500,00	25 900,00	25 900,00	31 120,00	31 120,00	35 000,00	35 000,00	54 000,00	280 000,00
Товар/ Послуга Категорія №3 Оптимізація маркетингу та аналіз даних													
Продано одиниць	0,00	0,00	5,00	5,00	7,00	7,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	10,00	79,00
Ціна за 1	0,00	0,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 000,00
Сума продажу	0,00	0,00	40 000,00	40 000,00	56 000,00	56 000,00	76 500,00	76 500,00	76 500,00	76 500,00	76 500,00	85 000,00	632 000,00
Товар/ Послуга Категорія №4 А/В-тестування													
Продано одиниць	0,00	0,00	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	8,00	9,00	9,00	64,00
Ціна за 1 кг, середня	0,00	0,00	4 500,00	4 500,00	4 500,00	4 500,00	4 760,00	4 760,00	4 760,00	4 500,00	4 500,00	4 670,00	4 500,00
Сума продажу	0,00	0,00	22 500,00	22 500,00	22 500,00	22 500,00	28 560,00	28 560,00	28 560,00	36 000,00	40 500,00	42 030,00	288 000,00
Разом усіх товарів	0,00	0,00	110 000,00	110 000,00	142 000,00	149 400,00	188 160,00	193 380,00	193 380,00	222 500,00	227 000,00	263 530,00	1 799 350,00

Таблиця 2.4

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати)

Роздрібна точка	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Категорія 1: Продано один. товару	0,00	0,00	6,00	6,00	9,00	9,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	15,00	105,00
Витрати на одиницю товару:													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00
Категорія 1: Всього Витрати	0,00	0,00	15 000,00	15 000,00	22 500,00	22 500,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	37 500,00	37 500,00	37 500,00	262 500,00
Категорія 2: Продано один. товару	0,00	0,00	5,00	5,00	5,00	7,00	7,00	8,00	8,00	10,00	10,00	15,00	80,00
Витрати на одиницю товару:													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00
Категорія 2: Всього Витрати	0,00	0,00	8 750,00	8 750,00	8 750,00	12 250,00	12 250,00	14 000,00	14 000,00	17 500,00	17 500,00	26 250,00	140 000,00
Категорія 3: Продано один. товару	0,00	0,00	5,00	5,00	7,00	7,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	10,00	79,00
Витрати на одиницю товару:													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00
Категорія 3: Всього Витрати	0,00	0,00	20 000,00	20 000,00	28 000,00	28 000,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	40 000,00	316 000,00
Категорія 4: Продано один. товару	0,00	0,00	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	8,00	9,00	9,00	64,00
Витрати на одиницю товару:													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00	2 250,00
Категорія 4: Всього Витрати	0,00	0,00	11 250,00	11 250,00	11 250,00	11 250,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	18 000,00	20 250,00	20 250,00	144 000,00
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	0,00	0,00	55 000,00	55 000,00	70 500,00	74 000,00	86 750,00	88 500,00	88 500,00	109 000,00	111 250,00	124 000,00	862 500,00

Таблиця 2.5

Витрати на оплату праці

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Посада (позиція)													
<i>Керівник проєкту+маркетолог</i>	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	216 000,00
<i>Аналітик</i>	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	180 000,00
<i>Фахівець із тех. підтримки</i>	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00	50 000,00
ПДФО (18%)	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	12 960,00	155 520,00
ВЗ (1,5%)	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	1 080,00	12 960,00
ЄСВ (22%)	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	15 840,00	190 080,00
Всього витрати	72 880,00	72 880,00	62 880,00	62 880,00	62 880,00	62 880,00	72 880,00	72 880,00	62 880,00	62 880,00	62 880,00	72 880,00	804 560,00

Таблиця 2.6

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
<i>Витрати на приміщення</i>	5 000,00	0,00	16 700,00	16 850,00	17 300,00	17 200,00	17 200,00	17 200,00	17 200,00	17 300,00	17 600,00	17 200,00	176 750,00
<i>Транспортування/ автомобіль</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Плата за використання телефону</i>	0,00	0,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00
<i>Офісні витратні матеріали/ пошта</i>	0,00	0,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	10 000,00
<i>Реклама/ промо-акції</i>	600,00	0,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 400,00	3 500,00	33 500,00
<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Ліцензії та дозволи</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Страхування</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Безнадійні борги</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Відсотки за кредитами</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Різне:</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Знос (амортизація)</i>	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	18 900,00
<i>Інше: запчастини, масло, мийка машини</i>	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00
Всього витрати	7 175,00	1 575,00	22 910,00	23 060,00	23 010,00	23 410,00	22 910,00	23 410,00	23 410,00	23 510,00	23 710,00	23 410,00	241 500,00

Таблиця 2.7

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Комп'ютери	82 000,00	1 березня 2024 року	60,00	1 366,67
Ліцензії	50 000,00	1 березня 2024 року	240,00	208,33
Загальна вартість капітального обладнання	132 000,00		Всього місячна амортизація	1 575,00
Вулики та інструмент не є капітальним обладнанням, бо коштують менше 1000 грн. Тому на них амортизацію не нараховано.				

Таблиця 2.8

Початкові витрати

Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	134 500,00
Початковий запас розроблених послуг	
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0
Регістрація, ліцензії, дозволи	102
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	12000
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	0
Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача	1750
Резерв обігових коштів	500
Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	
Земельна ділянка:	0,00
Всього початкові витрати	148 852,00

Таблиця 2.9

Джерела фінансування та статті витрат

Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	100 000,00
Позика в друзів	50 000,00
Позика в родичів	35 000,00
Дали друзі як негрошовий внесок	
Дали родичі як негрошовий внесок	25 800,00
Внесок автомобіль	
Грант	
Короткострокова банківська позика підприємству	
Довгострокова банківська позика підприємству	
Банківська позика власнику	
Інші позикові кошти (інвестори):	
Інші грантові кошти (вказати)	
З усіх джерел фінансування	210 800,00

Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	
Споруди/ приміщення:	
Обладнання:	132 000,00
Юридичні послуги/ Регістрація	102,00
Бухгалтерські послуги	
Ліцензії та дозволи	
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	12 000,00
Установка обладнання	2 500,00
Завдатки	
Реклама	
Промо-акції	1 750,00
Обігові кошти на операційні витрати	500,00
Усі статті витрат	148 852,00
Початковий баланс грошових коштів	61 948,00

Таблиця 2.10

Звіт про прибутки та збитки

		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	0,00	0,00	110 000,00	110 000,00	142 000,00	149 400,00	188 160,00	193 380,00	193 380,00	222 500,00	227 000,00	263 530,00	1 799 350,00
Валова собівартість реалізації продукції (змін витр.) (тип фірми В, П, РТ)	R	0,00	0,00	55 000,00	55 000,00	70 500,00	74 000,00	86 750,00	88 500,00	88 500,00	109 000,00	111 250,00	124 000,00	862 500,00
Валовий прибуток		0,00	0,00	55 000,00	55 000,00	71 500,00	75 400,00	101 410,00	104 880,00	104 880,00	113 500,00	115 750,00	139 530,00	936 850,00
Валовий прибуток (%)				50,00	50,00	50,35	50,47	53,90	54,24	54,24	51,01	50,99	52,95	52,07
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		0,00	0,00	62 880,00	62 880,00	62 880,00	62 880,00	72 880,00	72 880,00	62 880,00	62 880,00	62 880,00	72 880,00	658 800,00
Витрати на приміщення		5 000,00	0,00	16 700,00	16 850,00	17 300,00	17 200,00	17 200,00	17 200,00	17 200,00	17 300,00	17 600,00	17 200,00	176 750,00
Транспортування/ автомобіль		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за використання телефону		0,00	0,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		0,00	0,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	20,00	9 020,00
Реклама/ промо-акції		600,00	0,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 400,00	3 500,00	33 500,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне: рукавиці, робочий одяг, плічка для парників		0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	1 000,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 000,00
Знос (амортизація)		0,00	0,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	1 575,00	15 750,00
Інше: запчастини, масло, мийка машини		0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		5 600,00	0,00	85 790,00	86 440,00	86 390,00	87 290,00	95 790,00	96 290,00	86 290,00	86 390,00	86 590,00	95 310,00	900 170,00
Прибуток (збиток) до оподаткування		-5 600,00	0,00	-30 790,00	-31 440,00	-14 890,00	-11 890,00	5 620,00	6 590,00	18 590,00	27 110,00	29 160,00	44 220,00	36 680,00
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 011,60	1 186,20	3 346,20	4 879,80	5 248,80	7 959,60	23 632,20
Прибуток (збиток) після оподаткування		-5 600,00	0,00	-30 790,00	-31 440,00	-14 890,00	-11 890,00	4 608,40	5 403,80	15 243,80	22 230,20	23 911,20	36 260,40	13 047,80

Таблиця 2.11

Звіт про рух грошових коштів

			МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦ
--	--	--	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

Таблиця 2.12

Баланс

Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	301 491,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	301 491,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	121 000,00
Інше: автомобіль	0,00
Всього позаоборотні активи	121 000,00
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	422 491,00
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	422 491,00
Всього капітал власника та пасиви	422 491,00

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідження перспектив створення студії веб-аналітики однозначно вказує на високу актуальність та економічну доцільність даного бізнес-проекту. Попит на якісні аналітичні послуги постійно зростає, що обумовлено стрімким розвитком цифрових технологій та збільшенням ролі онлайн-каналів у просуванні бізнесу. Компанії все гостріше відчують потребу в детальному аналізі поведінки своїх користувачів в Інтернеті, оцінці ефективності маркетингових кампаній та розробці дієвих стратегій для збільшення конверсії та залучення нових клієнтів. Саме тому створення студії веб-аналітики в даних умовах є виправданим та своєчасним бізнес-рішенням.

Більше того, фінансова привабливість проекту підтверджується достатністю стартового капіталу для покриття основних витрат на запуск та функціонування студії. Прогнозовані показники прибутковості та термінів окупності інвестицій свідчать про економічну ефективність та стійкість бізнес-моделі. Важливо зазначити, що реалізація продуманої маркетингової стратегії та постійне залучення нових клієнтів стануть ключовими факторами досягнення фінансових цілей проекту.

Окремо слід підкреслити важливість формування висококваліфікованої та мотивованої команди. Професіоналізм веб-аналітиків, їх здатність працювати з великими обсягами даних, володіння сучасними інструментами та методиками аналізу – все це безпосередньо впливатиме на якість надаваних послуг та репутацію студії на ринку. Створення в компанії атмосфери безперервного навчання та розвитку, стимулювання професійного зростання співробітників – необхідна умова для забезпечення конкурентоспроможності студії в довгостроковій перспективі.

Таким чином, відкриття студії веб-аналітики – це обґрунтований, своєчасний та перспективний бізнес-проект, який має значний потенціал для успішного розвитку та отримання прибутку. Ключовими факторами успіху стануть чітке планування, ефективна маркетингова стратегія, а також формування професійної команди та впровадження культури безперервного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бубенець І. Г., Сломінцев Д. М. Сучасні аспекти цифрового маркетингу: основні показники ефективності. *БізнесІнформ*. 2022. № 11. С. 271-276.
2. Веб-студія: бізнес-план. Чим займається веб-студія? URL: <https://bizreview.com.ua/veb-studiya-biznes-plan-chim-zajmayetsya-veb-studiya/> (дата звернення: 05.05.2024).
3. Галько Л.Р. Бізнес-планування розвитку компанії: організаційні та методологічні аспекти реалізації. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-63>.
4. Головчук Ю.О., Мельник Ю.В., Козуб М.В. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 337-341.
5. Котлер Філіп, Армстронг Гарі Основи маркетингу: 5-те видання; пер. з англ. Київ: «Науковий світ», 2022. 880 с.
6. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
7. Обіход С., Матвеев М., Бойко В. Digital-маркетинг в умовах цифровізації сучасних бізнес-процесів. *Економіка та суспільство*. 2023. № (50). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-76>.
8. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ, 2022. 354 с.
9. Хрупович С.Є. Застосування інструментів інтернет-маркетингу під час просування продукції на ринках B2B. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 1. С. 204-208.
10. Як розпочати бізнес у сфері веб-дизайну. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/yak-rozpochati-biznes-u-sferi-veb-dizainu-hgSt0> (дата звернення: 05.05.2024).