

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Факультет економіки та управління

Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект-рішення із відкриття нового виду бізнесу (агенція з просування мобільних додатків) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-41
Лебедєвої Анни Валентинівни

Науковий керівник: доктор
економічних наук, професор
Окрепкий Р.Б.

Національна шкала: _____

Університетська шкала: _____

Оцінка ECTS: _____

Члени комісії: _____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

м. Тернопіль – 2024 рік

Завдання із календарним графіком виконання курсової роботи

Етап роботи	Зміст завдання	Термін
1. Вибір теми та формулювання мети й завдань дослідження	Аналіз актуальних проблем ринку, обґрунтування теми дослідження, формулювання мети та завдань	1 тиждень
2. Збір та аналіз літератури і джерел	Пошук наукових праць, статей, статистики, аналітичних звітів, що стосуються ринку мобільних додатків і їх просування	1-2 тиждень
3. Проведення аналізу ринку та конкурентного середовища	Дослідження стану ринку мобільних додатків, визначення конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін	2-3 тиждень
4. Розробка маркетингового плану	Створення стратегій просування, визначення цільової аудиторії, каналів комунікації	3-4 тиждень
5. Фінансовий аналіз та розрахунок точки беззбитковості	Розрахунок витрат, прогнозування доходів, визначення точки беззбитковості, аналіз прибутковості проєкту	4-5 тиждень
6. Оформлення курсової роботи та написання висновків	Формулювання основних висновків з кожного параграфа, підсумок досягнення цілей дослідження	6 тиждень
8. Підготовка до захисту роботи	Підготовка основних тез до захисту курсової роботи	7 тиждень

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ (АГЕНЦІЯ ПРОСУВАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ).....	6
1.1. Сутність компанії та опис її послуг	6
1.2. Дослідження та аналіз ринку м. Тернопіль у сфері надання послуг з просування мобільних додатків	9
1.3. Маркетинговий план для компанії	16
1.4. Визначення операційного плану	18
1.5. Управлінська компанія агенції.....	20
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЕКТУ ..	22
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	28
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	30
ДОДАТКИ	32

ВСТУП

У сучасному світі підприємницька діяльність та інвестиції в розвиток бізнесу є важливими чинниками економічного зростання. В умовах постійної зміни ринкових умов, значного посилення конкуренції та швидкого технологічного прогресу підприємства потребують повноцінного економічного обґрунтування своїх інвестиційних та операційних рішень.

В умовах швидкого розвитку технологій та цифровізації, стартапи відіграють досить важливу роль у формуванні майбутнього ринку та стимулюванні економічного зростання. Для України, особливо у 2025 році, стартапи, зокрема агентства з просування мобільних додатків, є важливим драйвером інновацій, економічної активності та конкурентоспроможності на міжнародній арені.

Агентства з просування мобільних додатків стають важливими посередниками, які допомагають малим та великим бізнесам успішно вивести свої продукти на ринок. Вони розробляють стратегії для забезпечення видимості додатків, залучення користувачів і монетизації продуктів, що в свою чергу сприяє розвитку цифрової економіки в Україні.

Технології у сфері мобільних додатків розвиваються стрімко, і для стартапів важливо не тільки створити продукт, а й ефективно просувати його. Агентства, які спеціалізуються на просуванні додатків, надають цінні послуги з аналітики, маркетингу, SEO та оптимізації додатків, що дозволяє стартапам знаходити свою аудиторію і займати лідерські позиції на ринку.

Метою цієї курсової роботи є проведення комплексного економічного аналізу для створення та управління бізнесом, а також визначення ключових фінансових показників, необхідних для досягнення успіху на ринку у м. Тернопіль. Для досягнення цієї мети необхідно виконати ряд завдань:

- проаналізувати структуру доходів і витрат;
- визначити основні постійні та змінні витрати;
- розрахувати точку беззбитковості;

— провести оцінку економічної ефективності діяльності підприємства.

Дослідження базується на сучасних наукових підходах до економічного аналізу, а також на методологічних підходах до планування бізнесу.

Методологічною базою написання цієї роботи стали сучасні теоретичні та практичні дослідження у сфері економіки підприємства, а також фінансового аналізу, які висвітлюють різні аспекти управління витратами, планування прибутків та досягнення беззбитковості. Емпірична база проекту представлена аналітичними даними щодо доходів, витрат та операційних витрат підприємства, що дозволяє зробити обґрунтовані висновки та рекомендації щодо подальшого розвитку підприємства.

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ (АГЕНЦІЯ ПРОСУВАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ)

1.1. Сутність компанії та опис її послуг

Враховуючи тенденції цифрових технологій, в сучасному світі мобільні додатки мають досить велике значення у розвитку будь-якого бізнесу та задоволенні потреб користувачів. Отож, важливим етапом є створення агенції з просування мобільних додатків у місті Тернопіль, яка спеціалізуватиметься на маркетингових послугах для бізнесів, які прагнуть розширити свою присутність у мобільних мережах.

Україна перебуває в процесі переходу до цифрової економіки, і у цьому контексті стартапи займають важливу позицію. За даними різних досліджень, глобальна індустрія мобільних додатків продовжує зростати, а ринок мобільних додатків в Україні має значний потенціал. У 2025 році очікується ще більший попит на інноваційні рішення, що включають в себе мобільні додатки, як для бізнесу, так і для кінцевих споживачів.

Запланована компанія (назвемо її «ProMA») працюватиме у сфері маркетингу та ІТ-технологій, зокрема вона зосереджуватиметься на просуванні мобільних додатків. Це динамічна галузь, що активно розвивається на локальному та міжнародному ринках, оскільки кількість мобільних користувачів зростає з кожним роком, і дуже стрімко. Компанія пропонуватиме комплексні послуги з просування додатків: від App Store Optimization (ASO) до рекламних кампаній у мобільних мережах та соціальних платформах.

ASO (App Store Optimization) — це певний комплекс заходів, спрямованих на збільшення видимості застосунку на маркетплейсі, де він представлений (Google Play, App Store тощо). [1]

Послуги допомагають організаціям і професіоналам досягати своїх цілей. Отож, основними послугами нашої агенції будуть (рис. 1.1):

- оптимізація мобільних додатків для пошукових систем у маркетплейсах (App Store та Google Play);
- створення рекламних кампаній у Google Ads, Facebook Ads та інших мережах;
- просування через соціальні медіа (SMM);
- аналітика та моніторинг ефективності рекламних кампаній.

Агенція «ProMA» пропонуватиме комплексний набір послуг, орієнтованих на підвищення видимості та завантажень мобільних додатків на різних платформах, таких як App Store та Google Play.

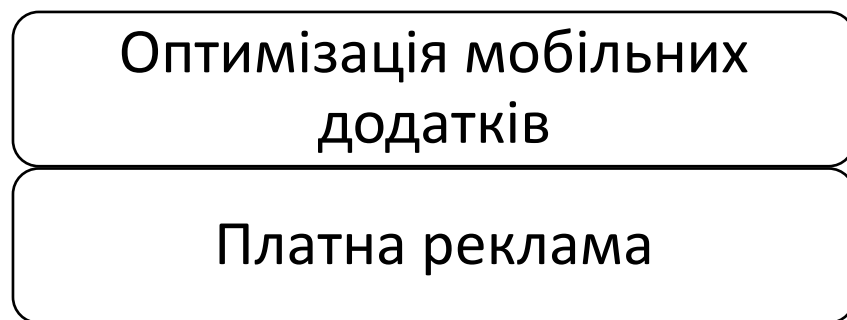


Рис. 1.1. Головні послуги агенції «ProMA»

Основним продуктом агенції буде оптимізація мобільних додатків (ASO - App Store Optimization), яка спрямована на покращення позицій додатків у магазинах через ретельний підбір ключових слів, оптимізацію описів, візуальних елементів, таких як іконки та скріншоти, а також відеоконтент.

Унікальність цього продукту полягає у використанні сучасних аналітичних інструментів для визначення найбільш ефективних ключових слів та адаптації стратегій відповідно до локального ринку [2]. У той час як інші агентства часто пропонують загальні маркетингові послуги, наша агенція спеціалізуватиметься саме на ASO, що є рідкістю серед конкурентів у Тернополі.

Другим важливим напрямком є платна реклама для мобільних додатків (User Acquisition), яка включатиме запуск рекламних кампаній через платформи Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads та інші, щоб привернути нових користувачів до додатків. Перевага полягає в точному таргетуванні рекламних оголошень на основі демографічних та поведінкових даних користувачів. На відміну від більшості місцевих агентств, які не мають спеціалізації на мобільних додатках, наша агенція пропонуватиме рішення, орієнтовані на максимальну ефективність у мобільному середовищі.

Також ми надаватимемо послуги з аналітики та оптимізації користувацького досвіду (CRO - Conversion Rate Optimization), що дозволить нашим клієнтам підвищити конверсію через аналіз поведінки користувачів у додатку. Виявлення «вузьких місць» у додатках допоможе нам запропонувати рішення для їх усунення та підвищення залученості користувачів [3]. Використання сучасних аналітичних інструментів є основною відмінністю нашого підходу, оскільки більшість конкурентів у Тернополі не пропонують послуги глибокого аналізу поведінки користувачів у мобільних додатках.

Наша агенція також спеціалізуватиметься на створенні контенту та дизайну для мобільних додатків, включно з розробкою іконок, скріншотів, рекламних банерів та відеороликів для сторінок додатків у App Store та Google Play. Ми приділятимемо особливу увагу тому, щоб цей контент був адаптований під вимоги кожної платформи та був оптимізований для максимального залучення аудиторії. Але саме ця послуга не буде основною, а додатковою. На відміну від місцевих конкурентів, які зазвичай пропонують загальний графічний дизайн, ми створюватимемо спеціалізований контент для мобільних додатків, що є рідкісною пропозицією на ринку.

Більше того, ми пропонуватимемо послуги з локалізації мобільних додатків, включаючи переклад текстів та адаптацію графічного контенту під специфіку різних ринків. Локалізація є дуже важливим фактором для додатків, орієнтованих на міжнародну аудиторію. Наша агенція зосереджуватиметься на повній адаптації

додатків для українського ринку з урахуванням культурних та мовних особливостей. У той час як деякі агенції пропонують лише базовий переклад, ми забезпечуватимемо повну локалізацію, що підвищить довіру місцевих користувачів та стимулюватиме більше завантажень додатків.

Загалом, найбільшою перевагою нашої агенції є вузька спеціалізація на мобільних додатках, що відрізняє нас від конкурентів у Тернополі. Ми пропонуватимемо повний спектр послуг для просування мобільних додатків: від ASO та платної реклами до аналітики та створення контенту. Експертиза у мобільному середовищі, комплексний підхід та точне таргетування користувачів дозволять нашим клієнтам отримувати максимальний результат від наших послуг.

1.2. Дослідження та аналіз ринку м. Тернопіль у сфері надання послуг з просування мобільних додатків

Ринок мобільної реклами продемонстрував значне зростання в усьому світі, завдяки зростанню кількості користувачів смартфонів, технологічному прогресу в націлюванні реклами та зміні поведінки споживачів у бік використання мобільних пристроїв. Між 2021 і 2023 роками цей ринок розширювався з річним темпом зростання приблизно на 15%, а майбутні прогнози передбачають продовження зростання на рівні середньорічного зростання (CAGR) приблизно на 12-14% протягом наступних кількох років (рис 1.2) [4].



Рис. 1.2. Глобальний ринок мобільної реклами [5]

Очікується, що до 2030 року світовий ринок мобільної реклами досягне 720 мільярдів доларів США (див. дод. А), причому значне зростання буде спричинено такими факторами, як зростання мобільної комерції та зростання популярності інтерактивних рекламних форматів, таких як відео та доповнена реальність (AR).

Будь-який бізнес має докладати максимум зусиль для залучення та утримання клієнтів, інакше він ризикує зазнати невдачі. Клієнти приносять дохід, поширюють інформацію про компанію, надають цінні відгуки та допомагають покращити точність маркетингових кампаній.

Клієнти є основою кожного бізнесу, без них компанії не змогли б існувати [6]. Вони також сприяють просуванню бренду через рекомендації та відгуки, як онлайн, так і офлайн. Якісні продукти та послуги мотивують клієнтів рекомендувати компанію іншим, тим самим залучаючи нових споживачів.

Відгуки клієнтів допомагають компаніям удосконалювати свої продукти та послуги, враховуючи їхні вподобання та потреби. Окрім цього, зібрані дані про клієнтів дозволяють компаніям краще націлювати рекламу, адаптуючи її до інтересів та демографічних характеристик споживачів.

Клієнти є майбутнім бізнесу, тому компанії повинні постійно залучати нових споживачів та будувати довгострокові стосунки з ними.

Головними клієнтами агенції будуть:

- розробники мобільних додатків (індивідуальні або стартапи), які шукають можливості для збільшення завантажень;
- малі та середні підприємства, які мають мобільні додатки та потребують їх просування для збільшення користувачів;
- IT-компанії, що шукають комплексні рішення для виведення своїх додатків на ринок.

Цільовий портрет споживача представляє детальний опис ідеального клієнта для бізнесу на основі демографічних, психографічних характеристик і поведінки [7]. Це допомагає компаніям зрозуміти потреби своїх клієнтів, проблемні точки та вподобання, дозволяючи їм відповідним чином адаптувати продукти, послуги та маркетингові стратегії.

Цей профіль виходить за рамки простих демографічних даних, об'єднуючи уявлення про мотивацію клієнтів, виклики та купівельну поведінку, що робить його цінним інструментом для ефективного маркетингу та розробки продуктів. Узгоджуючи пропозиції з очікуваннями клієнтів, компанії можуть сприяти лояльності, підвищувати рівень задоволеності та досягати кращих результатів.

Створення точних портретів цільових споживачів має вагоме значення, особливо на конкурентних ринках, оскільки це допомагає націлитися на потрібну аудиторію та оптимізувати маркетингові зусилля. Чітко визначений профіль клієнта допомагає прийняти бізнес-рішення, покращує взаємодію з клієнтами та, зрештою, стимулює зростання, забезпечуючи резонанс бренду з цільовою аудиторією.

Для кращого розуміння аудиторії нашого стартапу було розроблено приблизний цільовий портрет споживача (табл. 1.1).

**Цільовий портрет споживача для агенції з просування додатків
«ProMA»**

Характеристика	Опис
Тип клієнта	Малі та середні підприємства, IT-компанії, освітні та культурні організації, туристичні та готельні компанії, стартапи
Галузь	Торгівля, послуги, інформаційні технології, освіта, культура, туризм
Локація	Тернопіль і область, Україна
Вік бізнесу	Стартапи та підприємства віком до 5 років, але можливі і зрілі компанії, які переходять до цифрових форматів
Цільова аудиторія	Власники бізнесу, маркетинг-директори, спеціалісти з комунікацій, засновники стартапів
Основна потреба	Залучення нових користувачів до мобільного додатку, збільшення видимості додатку, зміцнення бренду через цифрові канали
Ключові фактори вибору	Ціна, ефективність послуг (ROI), досвід агенції, якість обслуговування, індивідуальний підхід, відгуки та кейси, персоналізація пропозицій
Проблеми та виклики	Недостатній бюджет на маркетинг, обмежене розуміння цифрових каналів, труднощі із залученням активних користувачів та втримання їх у додатку
Мотивація до покупки	Ефективність рекламних кампаній, збільшення завантажень та активності в додатку, індивідуальний підхід, гнучкість агенції щодо потреб клієнта
Очікувані результати	Зростання завантажень додатку, підвищення лояльності користувачів, ріст конверсій та збільшення клієнтської бази, розвиток бренду через цифровий маркетинг
Бюджет на просування	Залежить від компанії, але орієнтовно від \$500 до \$2000 на місяць для малого/середнього бізнесу, вищий для великих проектів та компаній з високою конкуренцією
Улюблені канали комунікації	Електронна пошта, соціальні мережі, месенджери (Viber, Telegram), корпоративні зустрічі або презентації, вебінари, онлайн-зустрічі

Основний ринок для агентства з просування мобільних додатків у Тернополі охоплює підприємців, малий та середній бізнес, а також розробників, які шукають способи просування своїх мобільних додатків. Географічно, попит зосереджений у Тернопільській області, однак є потенціал для обслуговування замовників із Західної України загалом. Ринок просування мобільних додатків глобально зростає через ріст використання смартфонів і мобільного інтернету, що робить його перспективним для розвитку.

Сезонні коливання можуть бути пов'язані зі святковими періодами (наприклад, зимовими святами), коли бізнеси зазвичай активніше інвестують у рекламу. Крім того, значний приріст активності може спостерігатися влітку, коли користувачі проводять більше часу з мобільними пристроями.

Річне зростання ринку мобільної реклами та просування мобільних додатків, за оцінками експертів, перевищує 10% завдяки тенденціям, таким як посилення цифровізації, підвищення доступності мобільних додатків та збільшення часу, проведеного в інтернеті. Іншим фактором є урядова політика, що підтримує розвиток цифрової економіки в Україні, а також зростаючий рівень міграції населення, який збільшує попит на локалізовані послуги.

Загалом, цей ринок має значний потенціал для зростання, а отже, інвестиції в агентство можуть стати вигідним рішенням, особливо за умови якісної диференціації послуг та адаптації під місцевий бізнес-клімат і цільову аудиторію.

Для аналізу конкуренції на ринку просування мобільних додатків у Тернополі розглянемо дві місцеві компанії, які надають послуги цифрового маркетингу та веб-розробки: Golden Web Digital та InteraGroup.

Golden Web Digital [8] пропонує комплексні послуги у сфері цифрового маркетингу, включно з розробкою вебсайтів, SEO, PPC (контекстна реклама) та бренд-менеджментом. Вони також є офіційними партнерами Google, що дозволяє їм використовувати найновіші інструменти для реклами в Google Ads та на YouTube.

Однією з їхніх основних переваг є гнучкість у розробці та налаштуванні стратегій для кожного клієнта, а також можливість створення масштабованих вебсайтів із сучасним дизайном та контентом. Основна слабкість Golden Web може полягати у високих цінах, що може бути недоступно для невеликих локальних бізнесів, які не потребують повного спектра послуг.

InteraGroup [9] спеціалізується на розробці вебсайтів, маркетингу та рекламі, дизайні, копірайтингу та перекладах. Компанія пропонує «під ключ» веб-розробку з зосередженням на індивідуальному рішенні для кожного клієнта, що охоплює адаптивний веб-дизайн та SEO-оптимізацію. InteraGroup також має сильний акцент на контент-маркетингу та рекламних кампаніях в соціальних мережах, що дозволяє їм залучати трафік та підвищувати видимість бренду. Вони підходять для середніх та малих підприємств, які прагнуть ефективного й результативного залучення аудиторії, хоча можуть мати обмежений досвід із великими масштабами та повною автоматизацією.

Golden Web Digital має переваги в технологічному аспекті завдяки партнерству з Google та використанню передових технологій SEO і PPC, що робить їх привабливими для більш технологічно складних проектів. InteraGroup, у свою чергу, пропонує більше локально адаптованих рішень та зосереджується на персоналізованому підході для малих і середніх підприємств, які не потребують складних технологічних рішень, але цінують доступність та якісне обслуговування.

Порівнюючи сильні та слабкі сторони Golden Web Digital та InteraGroup, наш стартап має кілька ключових переваг, які дозволяють нам зайняти вигідну позицію на ринку просування мобільних додатків у Тернополі.

Більшість конкурентів пропонують широкий спектр цифрових послуг, від SEO та розробки вебсайтів до контент-маркетингу, проте наша агенція буде спеціалізуватися саме на просуванні мобільних додатків. Це дасть змогу максимально зосередитись на специфіці просування додатків, яка відрізняється від веб-орієнтованого маркетингу, і забезпечувати високі результати завдяки глибокому розумінню цього ринку.

У порівнянні з Golden Web Digital, який працює переважно з більшими бюджетами, наш стартап орієнтується на середній і малий бізнес. Це дозволяє нам створювати гнучкіші пропозиції та адаптувати бюджети відповідно до можливостей клієнта. Ми пропонуємо варіанти базового просування, що є фінансово доступними та результативними для місцевих підприємців.

Наша агенція розроблятиме стратегії, спрямовані на локальний ринок Тернополя, що зробить її привабливою для місцевих компаній, які прагнуть розширити свою базу користувачів без виходу на загальнонаціональний рівень.

Як нова агенція, ми будемо використовувати сучасні інструменти та технології, які забезпечують максимальну ефективність при просуванні мобільних додатків. Ми будемо пропонувати таргетовану рекламу, A/B-тестування та інші сучасні підходи до залучення користувачів, що особливо важливо для зростаючого ринку мобільних технологій.

Наша агенція надаватиме клієнтам повну звітність і прозорість роботи, забезпечуючи доступ до аналітики, яка демонструє конкретні результати. На відміну від деяких конкурентів, ми пропонуємо регулярні звіти, що дозволяють клієнтам бачити ріст та ефективність вкладених коштів.

Ці переваги дозволять нам зайняти унікальну нішу на ринку Тернополя, зосередившись на клієнтах, яким потрібні спеціалізовані послуги саме у сфері мобільного маркетингу, з орієнтацією на результат, доступність та індивідуальний підхід.

Більш детальні розрахунки щодо обсягу реалізації продукції та прибутку розглянемо у розділі 2.

Юридичний статус компанії на початковому етапі буде у формі ФОП (фізична особа-підприємець), оскільки це спрощує ведення малого бізнесу [10]. У разі планів щодо залучення інвестицій або розширення операцій варто розглянути варіант реєстрації ТОВ (товариство з обмеженою відповідальністю), що забезпечить більшу правову захищеність і можливості для масштабування.

1.3. Маркетинговий план для компанії

Маркетинговий план — це стратегічний документ, що визначає цілі, завдання та дії компанії для просування своїх товарів чи послуг на ринку [11]. Він включає ретельний аналіз цільової аудиторії, конкурентного середовища, ринкових тенденцій та окреслює шляхи досягнення комерційних цілей. План спрямовує маркетингові зусилля та забезпечує систематичний підхід для реалізації стратегій через різні канали просування. Правильно побудований маркетинговий план допомагає оптимізувати використання ресурсів, фокусуватися на важливих аспектах бізнесу та досягати конкурентних переваг.

Маркетингова стратегія агенції базується на результатах дослідження ринку мобільних додатків та аналізі поведінки потенційних клієнтів. Основна мета стратегії — створення видимого бренду, орієнтованого на задоволення потреб місцевих компаній та стартапів у Тернополі, які прагнуть розширити охоплення своїх мобільних додатків.

Початкові зусилля будуть спрямовані на місцеві бізнеси у сфері роздрібної торгівлі, обслуговування та освіти, а також на стартапи, які мають власні мобільні додатки. Ця група охоплює локальні магазини, кафе, туристичні агенції, а також інші сфери послуг, які бажають посилити свою присутність в онлайн-просторі. Для цієї групи проводитимуться інтенсивні промоакції через соціальні мережі, локальну таргетовану рекламу, контекстну рекламу та співпрацю з локальними блогерами.

Для подальшого розвитку цільова аудиторія буде розширюватися на компанії з інших регіонів, які можуть мати потребу в послугах просування додатків на ринку України.

Базова вартість послуг стартує з орієнтовно 20 000 грн на місяць, що є доступною ціною для місцевого малого бізнесу і нижчою за середній ринковий рівень у великих містах. Більш комплексні рішення, які включають додаткові

аналітичні та розширені рекламні інструменти, коштуватимуть від 25 000 грн на місяць.

Агенція буде використовувати конкурентоспроможну цінову стратегію, яка дозволяє новим клієнтам почати співпрацю з мінімальними витратами та обрати найбільш релевантні для них послуги. Ціни будуть варіюватися залежно від типу послуги:

- SEO для мобільних додатків – 25,000 грн за одиницю.
- створення рекламних кампаній у Google Ads та Facebook Ads – 17,500 грн за одиницю.
- просування через SMM – 24,000 грн за одиницю.
- аналітика та моніторинг ефективності рекламних кампаній – 7,500 грн за одиницю.

Для просування послуг агенція використовуватиме як онлайн, так і офлайн-канали комунікації. Основний акцент робиться на:

- цифрові канали (соціальні мережі, PPC, SEO) для досягнення максимальної видимості серед цільової аудиторії;
- локальні події та нетворкінг у Тернополі для побудови довгострокових відносин з клієнтами та підвищення рівня довіри до бренду.

Основні канали просування включають таргетовану рекламу у соцмережах (SMA), PPC, SEO та SMM. Бюджет на маркетингові витрати, як зазначено у таблиці, розрахований з урахуванням пікових періодів, таких як Новий рік та День Незалежності, коли попит на мобільні додатки зазвичай підвищується.

На пізнішому етапі зусилля будуть спрямовані на залучення більших компаній, що шукають розширені послуги, такі як аналітика поведінки користувачів, удосконалення UX/UI дизайну та просування в регіоні й поза його межами. Маркетингова стратегія поступово буде адаптуватися до потреб цих груп, розширюючи інструментарій просування з фокусом на ефективності та збереженні клієнтів.

Політика ціноутворення стартапу розроблена на основі аналізу конкурентів,

особливостей локального ринку та готовності споживачів інвестувати в мобільне просування. Ціновий підхід є конкурентоспроможним та гнучким, дозволяючи пропонувати як базові пакети послуг для малого бізнесу, так і розширені пакети для клієнтів з більш серйозними потребами.

Порівняно з іншими агентствами, що діють у Тернополі та орієнтуються на широкий спектр послуг (зазвичай, без вузької спеціалізації на мобільних додатках), ціна нашої агенції є більш гнучкою. Це дозволяє досягти більшої лояльності з боку клієнтів, пропонуючи адаптивні пакети та надаючи пріоритет високій ефективності навіть на початкових етапах співпраці.

1.4. Визначення операційного плану

Офіс агенції буде розташований у місті Тернопіль, у центральній частині міста в бізнес-центрі. Це зручно для клієнтів, які потребують особистих консультацій, а також для потенційних партнерів.

Центральне розташування сприятиме легкому доступу місцевих клієнтів, що дозволить зміцнити довіру та підтримати зв'язок із місцевим бізнесом. Більше того, офіс у центрі міста створює позитивний імідж агенції та підвищує її впізнаваність.

Недоліком є те, що близькість до центру може призвести до заторів, що створить певні незручності для клієнтів та працівників. Проте буде паркінг в самому центрі для зручності.

Площа для офісу буде складати близько 50-70 м², що достатньо для облаштування робочих місць для невеликої команди. Приміщення не потребує значних перебудов чи добудов, оскільки це звичайний офісний простір.

Необхідне обладнання:

- комп'ютери та програмне забезпечення для роботи в інтернет-маркетингу, аналізу даних та створення рекламних кампаній.
- меблі та офісні прилади для забезпечення комфорту співробітників.

— телекомунікаційне обладнання для забезпечення стабільного інтернет-зв'язку та відеоконференцій.

Обладнання та меблі будуть закуплені до початку роботи агенції, що забезпечить готовність офісу протягом першого місяця.

Загальна вартість орієнтовно складе 93,000 грн для облаштування.

Процес надання послуг виглядатиме наступним чином:

- консультація з клієнтом – визначення його потреб та встановлення цілей просування;
- розробка стратегії – вибір оптимальних каналів просування та планування кампанії;
- виконання – запуск рекламних кампаній, SEO, SMM та аналітика результатів;
- контроль якості – щомісячний аналіз показників ефективності (KPI) та коригування стратегії.

Обладнання буде відстежуватися для забезпечення належного функціонування. У разі потреби планується своєчасна заміна чи оновлення техніки.

Для початкової роботи агенції планується залучити 2 спеціалістів, які покривають наступні функції:

Менеджер з маркетингу – відповідає за планування стратегій просування та комунікацію з клієнтами.

SMM-спеціаліст – управляє акаунтами в соціальних мережах та створює контент для залучення аудиторії та SEO/аналітик – займається оптимізацією та аналізом ефективності кампаній.

Всі працівники регулярно проходитимуть тренінги та курси для підвищення кваліфікації. Особливий акцент буде зроблений на адаптації до нових тенденцій у сфері інтернет-маркетингу та просування мобільних додатків.

1.5. Управлінська компанія агенції

Від управлінського складу залежить те, чи буде успіх в компанії, чи ні. Отож в даному випадку варто ретельно визначити обов'язки та ролі кожного.

Директор (власник) відповідає за загальне керівництво компанією, розробляє стратегію розвитку бізнесу, визначає цілі та напрями для досягнення довгострокового успіху [12]. Він координує роботу всіх відділів, контролює бюджет і забезпечує фінансову стабільність агенції. Досвід власника у сфері маркетингу, його компетенції в SMM та попередній досвід менеджера-консультанта забезпечують його здатність ефективно керувати бізнесом і задовольняти потреби клієнтів.

Менеджер з маркетингу відповідає за розробку маркетингових стратегій для клієнтів, планування рекламних кампаній та управління взаємовідносинами з клієнтами. Він також координує роботу з іншими відділами для забезпечення успішного просування мобільних додатків. Вимоги до посади включають досвід роботи у цифровому маркетингу, знання рекламних інструментів, таких як Google Ads і Facebook Ads, а також аналітичні навички для оцінки ефективності кампаній.

SEO-спеціаліст зосереджується на оптимізації мобільних додатків для пошукових систем та маркетплейсів (ASO) [2]. Його робота спрямована на підвищення видимості додатків, збільшення органічного трафіку та зростання прибутку клієнтів. Для цієї ролі необхідні глибокі знання SEO та ASO, досвід роботи з аналітичними інструментами для відстеження результатів і розуміння алгоритмів пошукових систем.

SMM-спеціаліст займається розробкою контент-стратегії для соціальних мереж, створює і поширює контент, а також підтримує зв'язок з аудиторією [13]. Він відстежує ефективність публікацій і забезпечує високу активність у соцмережах. Для успішного виконання обов'язків спеціаліст повинен мати досвід у веденні профілів компаній, володіти копірайтингом, знати основи роботи з візуальним контентом і аналізувати тренди.

Директор зможе отримувати зарплату у розмірі 60,000 грн на місяць, що змотивує його забезпечувати рентабельність агенції. Зарплата менеджера з маркетингу буде становити в середньому 40,000 грн на місяць, SEO-спеціаліста та SMM-спеціаліста – 25,000 грн на місяць. Ці виплати відповідають середньому рівню оплати у сфері інтернет-маркетингу для стартового рівня агенції та можуть змінюватися залежно від фінансових результатів і розвитку бізнесу.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЕКТУ

Агенція з просування мобільних додатків орієнтована на локальний ринок Тернополя, що дозволяє створити конкурентну пропозицію завдяки вузькій спеціалізації, доступним цінам та інноваційним інструментам просування. Найпершим етапом є розвиток агенції, отож було розроблено таблицю (рис. 2.1), де конкретно розписані витрати на просування.

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
події													
Свята	Новий рік	14 лютого	8 березня					День Незалежно сті					3
Особливі (визначні) дні										Хелпоуїн			2,00
Події місцевого значення								День міста					1,00
Сезонні події							фестивали та ярмарки						
Методи (канали) просування													
Таргетована реклама (SMA)	8 000,00	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	173 000,00
PPC	2 000,00	0,00	2 000,00	0,00	2 000,00	0,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	0,00	2 000,00	0,00	14 000,00
SEO	1 500,00	2 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	39 000,00
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	2 500,00	3 000,00	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	45 500,00
Поліграфічна рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	0,00	0,00	12 000,00
Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00
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	20 000,00	0,00	0,00	0,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	20 000,00	0,00	60 000,00
Візитні картки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00
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	2 000,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	6 000,00
Інші заходи з просування (організація конкурсу/розіграшу в соцмережах)	0,00	0,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
Всього витрати	14 000,00	22 500,00	44 500,00	24 500,00	26 500,00	26 500,00	54 000,00	35 500,00	26 500,00	26 500,00	44 500,00	22 500,00	368 000,00

Рис. 2.1. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

За перший місяць витрати будуть мінімальними, оскільки агенція тільки виходитиме на ринок. Вже з наступного місяця будуть стабільні витрати на таргетовану рекламу, SMM та SEO. Рідше буде впровадження роботи з блогерами, банерів та фестивалів.

На радіо та телебаченні реклама не планується, оскільки ми вважаємо її неефективною. Також за перший рік не буде надаватися безкоштовна продукція.

Наступним і не менш важливим етапом є вибір приміщення (рис.2.2). Ми припускаємо, що це буде оренда офісного приміщення в бізнес-центрі міста, орієнтовно 50 квадратних метрів. Цього буде достатньо для повноцінної роботи колективу і прийому клієнтів.

Проаналізувавши сайти з орендою комерційних приміщень, ми дійшли висновку, що можна обрати естетичний варіант з вартістю орієнтовно 11,000 грн на місяць. Оскільки більшість часу працівники проводитимуть за комп'ютерами, вартість оплати за електроенергію складатиме близько 800 грн на місяць. Витрати на побутову хімію складатимуть 4,000 грн кожні три місяці.

Витрати на приміщення (будівлю)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда земельної ділянки	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	132 000,00
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/обслуговування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	800,00	800,00	800,00	700,00	700,00	700,00	800,00	700,00	700,00	700,00	800,00	800,00	9 000,00
Опалення	500,00	500,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	300,00	500,00	2 400,00
Водопостачання/каналізація	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1 800,00
Телефон (базова оплата)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Лампочки, мичі засоби тощо	0,00	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	0,00	0,00	4 000,00	16 000,00
Інше: охорона земельної ділянки	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Всього витрати	12 850,00	12 850,00	16 650,00	12 250,00	12 250,00	16 250,00	12 350,00	12 250,00	16 250,00	12 550,00	12 650,00	16 850,00	166 000,00

Рис. 2.2. Витрати на приміщення

Для повноцінного функціонування агенції також було зроблено прогноз продаж (рис. 2.3). Перші два місяця будуть не зовсім прибутковими, але пізніше агенція вийде на хороший стабільний прибуток, адже зростуть витрати на маркетинг, буде більша впізнаваність, а також працюватиме реклама «з уст в уста», оскільки агенція надаватиме найкращі послуги на ринку Тернополя.

Прогноз продаж													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Послуга Категорія №1 Оптимізація мобільних додатків для пошукових систем у маркетплейсах													
Продано одиниць	3,00	5,00	8,00	12,00	8,00	13,00	15,00	16,00	8,00	10,00	12,00	7,00	117,00
Ціна за 1	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	40 000,00	
Сума продажу	75 000,00	125 000,00	200 000,00	300 000,00	200 000,00	325 000,00	375 000,00	400 000,00	280 000,00	350 000,00	420 000,00	280 000,00	3 330 000,00
Послуга Категорія №2 Створення рекламних кампаній у Google Ads, Facebook Ads та інших мережах													
Продано одиниць	1,00	3,00	6,00	10,00	8,00	7,00	13,00	16,00	8,00	10,00	12,00	7,00	101,00
Ціна за 1	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	17 500,00	22 500,00	22 500,00	22 500,00	25 500,00	
Сума продажу	17 500,00	52 500,00	105 000,00	175 000,00	140 000,00	122 500,00	227 500,00	280 000,00	180 000,00	225 000,00	270 000,00	178 500,00	1 973 500,00
Послуга Категорія №3 Просування через соціальні медіа (SMM)													
Продано одиниць	2,00	2,00	2,00	2,00	0,00	5,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,00
Ціна за 1	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	0,00	24 000,00	24 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Сума продажу	48 000,00	48 000,00	48 000,00	48 000,00	0,00	120 000,00	48 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	360 000,00
Послуга Категорія №4 Аналітика та моніторинг ефективності рекламних кампаній													
Продано одиниць	3,00	5,00	8,00	12,00	8,00	13,00	15,00	14,00	8,00	10,00	12,00	7,00	115,00
Ціна за 1	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00
Сума продажу	22 500,00	37 500,00	60 000,00	90 000,00	60 000,00	97 500,00	112 500,00	105 000,00	60 000,00	75 000,00	90 000,00	52 500,00	862 500,00
Разом усіх товарів	163 000,00	263 000,00	413 000,00	613 000,00	400 000,00	665 000,00	763 000,00	785 000,00	520 000,00	650 000,00	780 000,00	511 000,00	6 526 000,00

Рис. 2.3. Прогноз продаж для агенції з просування мобільних додатків

У ході дослідження ми також визначили собівартість продукції (рис. 2.4), щоб в подальшому вирахувати дохід (рис. 2.5).

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг													
Фірма з надання послуг	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Категорія 1: Продано один. товару	3,00	5,00	8,00	12,00	8,00	13,00	15,00	7,00	8,00	10,00	12,00	7,00	108,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	15 000,00	15 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	174 000,00
Матеріали/ комплектуючі	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	2 500,00	30 000,00
Витратні матеріали	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6 000,00
Пакувальні матеріали (тара)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Інше	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	1 000,00	1 000,00	12 000,00
Всього витрати на один. товару	16 200,00	16 200,00	16 200,00	16 200,00	16 200,00	16 200,00	19 200,00	19 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	224 400,00
Категорія 1: Всього Витрати	48 600,00	81 000,00	129 600,00	194 400,00	129 600,00	210 600,00	288 000,00	134 400,00	177 600,00	222 000,00	266 400,00	155 400,00	2 037 600,00
Категорія 2: Продано один. товару	1,00	3,00	6,00	10,00	8,00	7,00	13,00	7,00	8,00	10,00	12,00	7,00	92,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	10 500,00	10 500,00	10 500,00	10 500,00	104 000,00
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали			3 000,00			3 000,00			3 000,00			3 000,00	12 000,00
Пакувальні матеріали (тара)													
Інше	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6 000,00
Всього витрати на один. товару	7 500,00	7 500,00	10 500,00	7 500,00	7 500,00	12 500,00	9 500,00	9 500,00	14 000,00	11 000,00	11 000,00	14 000,00	122 000,00
Категорія 2: Всього Витрати	7 500,00	22 500,00	63 000,00	75 000,00	60 000,00	87 500,00	123 500,00	66 500,00	112 000,00	110 000,00	132 000,00	98 000,00	957 500,00
Категорія 3: Продано один. товару	2,00	2,00	2,00	2,00	0,00	5,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00		7 000,00	7 000,00						34 000,00
Матеріали/ комплектуючі	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00		1 500,00	1 500,00						9 000,00
Витратні матеріали	500,00	500,00	500,00	500,00		1 000,00	1 000,00						4 000,00
Пакувальні матеріали (тара)													0,00
Інше	700,00	700,00	700,00	700,00		700,00	700,00						4 200,00
Всього витрати на один. товару	7 700,00	7 700,00	7 700,00	7 700,00	0,00	10 200,00	10 200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	51 200,00
Категорія 3: Всього Витрати	15 400,00	15 400,00	15 400,00	15 400,00	0,00	51 000,00	20 400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	133 000,00
Категорія 4: Продано один. товару	3,00	5,00	8,00	12,00	8,00	13,00	15,00	7,00	8,00	10,00	12,00	7,00	108,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	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	2 500,00	30 000,00
Матеріали/ комплектуючі													0,00
Витратні матеріали													0,00
Пакувальні матеріали (тара)													0,00

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

Звіт про прибутки та збитки (проект)

		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	163 000,00	263 000,00	413 000,00	613 000,00	400 000,00	665 000,00	763 000,00	785 000,00	520 000,00	650 000,00	780 000,00	511 000,00	6 526 000,00
реаліз. продукції (змін. витр.) (тип фірми В, R	R	79 000,00	131 400,00	228 000,00	356 800,00	209 600,00	381 600,00	521 900,00	218 400,00	309 600,00	392 000,00	428 400,00	270 900,00	3 527 600,00
Валовий прибуток		84 000,00	131 600,00	185 000,00	256 200,00	190 400,00	283 400,00	241 100,00	566 600,00	210 400,00	258 000,00	351 600,00	240 100,00	2 998 400,00
Валовий прибуток (%)		51,53	50,04	44,79	41,79	47,60	42,62	31,60	72,18	40,46	39,69	45,08	46,99	45,96
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці/податки за найманих		93 200,00	93 200,00	93 200,00	100 030,00	107 350,00	116 500,00	116 500,00	116 500,00	134 800,00	134 800,00	134 800,00	134 800,00	1 375 680,00
Витрати на приміщення		12 850,00	12 850,00	16 850,00	12 250,00	12 250,00	16 250,00	12 350,00	12 250,00	16 250,00	12 550,00	12 850,00	16 850,00	166 000,00
Транспорт ування/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		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Офісні витрати матеріали/пошта		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	20,00	5 520,00
Реклама/промо-акції		14 000,00	22 500,00	44 500,00	24 500,00	26 500,00	26 500,00	54 000,00	36 500,00	26 500,00	26 500,00	44 500,00	22 500,00	368 000,00
Юридичні/бухгалтерські послуги		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	1 000,00	1 000,00	12 000,00
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
Різні рукавиці, робочий одяг, плівка 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)		570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	570,83	6 850,00
Інше: запчастини, масло, мийні машини		0,00	0,00	500,00	500,00	500,00	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	0,00	0,00	3 700,00
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		122 320,83	130 820,83	157 120,83	140 050,83	149 370,83	162 920,83	185 520,83	168 920,83	180 320,83	176 620,83	194 220,83	175 940,83	1 944 150,00
Прибуток (збиток) до оподаткування		-38 320,83	779,17	27 879,17	116 149,17	41 029,17	120 479,17	55 579,17	397 679,17	30 079,17	81 379,17	157 379,17	64 159,17	1 054 250,00
Податок з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)		-1 916,04	38,96	1 393,96	5 807,46	2 051,46	6 023,96	2 778,96	19 883,96	1 503,96	4 068,96	7 868,96	3 207,96	52 712,50
Прибуток (збиток) після оподаткування		-36 404,79	740,21	26 485,21	110 341,71	38 977,71	114 455,21	52 800,21	377 795,21	28 575,21	77 310,21	149 510,21	60 951,21	1 001 537,50

Рис. 2.5. Звіт про прибутки та збитки (проект)

Валовий дохід коливається протягом року, починаючи з 163,000 грн у першому місяці й досягаючи пікового значення 780,000 грн в 11-му місяці, що свідчить про сезонні коливання попиту або успішну маркетингову стратегію. За рік валовий дохід становить 6,026,000 грн.

Витрати на зарплату та податки за наймання є однією з найбільших категорій, досягаючи 1,375,680 грн за рік, що вказує на значні витрати на персонал (рис. 2.6).

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)													
Менеджер з маркетингу	40 000,00	40 000,00	40 000,00	41 000,00	45 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	596 000,00
Маркетолог (SEO; SMM)	20 000,00	20 000,00	20 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	285 000,00
ПДФО (18%)	14 400,00	14 400,00	14 400,00	14 760,00	16 200,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	214 560,00
ВЗ (1,5%)	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 230,00	1 350,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 800,00	1 800,00	1 800,00	1 800,00	17 880,00
ЄСВ (22%)	17 600,00	17 600,00	17 600,00	18 040,00	19 800,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	26 400,00	26 400,00	26 400,00	26 400,00	262 240,00
Всього витрати	93 200,00	93 200,00	93 200,00	100 030,00	107 350,00	116 500,00	116 500,00	116 500,00	134 800,00	134 800,00	134 800,00	134 800,00	1 375 680,00

Рис. 2.5. Витрати на оплату праці

Чистий прибуток коливається залежно від доходів і витрат. Найвищий місячний прибуток зафіксовано в 11-му місяці — 157,379.71 грн, а загальний річний прибуток після оподаткування складає 1,001,537.50 грн.

Для аналізу беззбитковості, який також називають точкою беззбитковості (Break-even Analysis), потрібно визначити, скільки одиниць продукту або який обсяг продажів необхідно реалізувати, щоб покрити всі витрати компанії.

З таблиці річного звіту можна виділити такі постійні витрати, які не змінюються з обсягом виробництва:

- Зарплата та податки (1,375,680.00 грн)
- Оренда приміщень (168,000.00 грн)
- Офісні витрати (2,400.00 грн)
- Амортизація (6,850.00 грн)
- Інші витрати, такі як реклама та юридичні послуги, можуть вважатися частково постійними, залежно від обсягів продажу.

Загальна сума постійних витрат становить приблизно 1,553,000 грн.

Змінні витрати залежать від обсягів реалізації, тобто від виробничих витрат (або собівартості продукції). Наприклад, у таблиці загальні змінні витрати на рік становлять 3,527,600 грн.

Щоб отримати валовий прибуток на одиницю, потрібно знайти різницю між ціною продажу та змінними витратами на одиницю. Середня ціна продажу всіх

послуг становить 30,000 грн за одиницю, а змінні витрати на одиницю — 15,000 грн, тоді валовий прибуток на одиницю становитиме 15,000 грн.

Якщо ми поділимо загальні постійні витрати (1,553,000 грн) на середній валовий прибуток на одиницю (15,000 грн), отримаємо:

Точка беззбитковості (в одиницях) = $1,553,000 / 15,000 \approx 104$ одиниць

Це означає, що компанії потрібно продати приблизно 104 одиниці послуг, щоб покрити всі витрати й досягти беззбитковості.

Якщо середня ціна за одиницю становить 30,000 грн, то:

Точка беззбитковості (у грошах) = $104 \times 30,000 = 3,120,000$ грн

Тобто компанії потрібно досягти 3,120,000 грн обсягу продажів, щоб покрити всі витрати та вийти на беззбитковий рівень.

З аналізу видно, що для досягнення беззбитковості компанія має продавати близько 104 одиниць послуг або генерувати 3,120,000 грн доходу. Це важливо врахувати при плануванні маркетингових та операційних стратегій, щоб забезпечити мінімальний обсяг продажів для покриття витрат.

Ріст доходів у певні місяці свідчить про сезонний попит на послуги компанії. Витрати на зарплати є суттєвими й стабільними, що може бути викликом для зниження загальних витрат. Валовий прибуток варіюється, що може вказувати на нестабільність рентабельності у певні періоди року, потребуючи оптимізації витрат або підвищення ефективності. Таблиця показує прибутковість бізнесу з урахуванням його витрат, що свідчить про потенційні можливості для подальшого розвитку компанії.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

У 2025 році Україні важливо створювати умови для розвитку стартапів, оскільки це сприяє залученню молодих підприємців, а також формуванню нових робочих місць у сфері ІТ та цифрових технологій. Агентства з просування мобільних додатків можуть стати платформою для розвитку місцевих талантів, надаючи їм можливості для професійного зростання, а також відкриваючи двері для співпраці з міжнародними компаніями.

Пропонуючи послуги, адаптовані до потреб малого та середнього бізнесу, ми заповнюємо прогалини, які залишають більші агенції з широким профілем.

Послуги агенції є спеціалізованими, що дає перевагу над конкурентами, які пропонують широкий спектр послуг, але не концентруються на мобільному просуванні. Завдяки акценту на таргетовану рекламу, оптимізації під локальні пошукові системи та ефективному використанню SMM, ми забезпечимо клієнтам максимальний ROI (return on investment). Крім того, акцент на звітності та постійному аналізі ефективності дозволяє нам вибудовувати довіру з клієнтами.

Вибране місце розташування забезпечує зручний доступ до основної цільової аудиторії, що сприятиме залученню більшої кількості клієнтів та збільшенню обсягу продажів.

Проведений аналіз обладнання та витрат на його закупівлю дав змогу точно розрахувати початковий капітал та визначити часові рамки для здійснення необхідних закупівель.

Окрім того, було визначено оптимальну стратегію контролю якості та управління запасами, що дозволить зменшити витрати на зберігання та знизити ризики браку. А запроваджена система інвентаризації сприятиме більш ефективному використанню ресурсів та підвищенню рівня обслуговування клієнтів.

Визначення ролей та обов'язків ключових членів управлінської команди дозволило оптимізувати розподіл функцій та забезпечити високу ефективність

управління. Структура компенсаційних виплат для управлінського персоналу та власників забезпечує мотивацію та стимулює досягнення поставлених цілей.

Результати аналізу беззбитковості дозволили виявити можливості оптимізації витрат та підвищення рентабельності, що сприятиме стабільному фінансовому стану підприємства.

Отже, результати курсової роботи свідчать про те, що застосування комплексного підходу до аналізу доходів, витрат та фінансових показників підприємства є необхідною умовою для досягнення ефективності та стійкості бізнесу. Обґрунтоване визначення точки беззбитковості та оцінка потреб у фінансових ресурсах дозволяють не тільки знизити фінансові ризики, але й забезпечити успішний розвиток підприємства в умовах конкуренції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Що таке ASO і чому воно необхідне кожній сторінці додатку. Створення і розробка інтернет-магазинів від Brander. URL: <https://brander.ua/blog/scho-take-aso-i-chomu-vono-neobkhidne-kozhniy-storinci-dodatku>.
2. Ганна Б. ASO: що це таке, навіщо програмі App Store Optimization і як просувати мобільний додаток. *elit-web.ua*. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-aso>.
3. CRO (conversion rate optimization): оптимізація коефіцієнта конверсій. *para.school*. URL: <https://para.school/blog/analytics/chto-takoe-cro-i-kak-s-nim-rabotat>.
4. Global Mobile Advertising Market – Industry Trends and Forecast to 2030. URL: <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-mobile-advertising-market>
5. Mobile Advertising Market. URL: <https://www.congruencemarketinsights.com/report/mobile-advertising-market>
6. Olaniyan A. THE IMPORTANCE OF CUSTOMERS TO BUSINESSES TODAY. LinkedIn: Log In or Sign Up. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/importance-customers-businesses-today-oyindamola-olaniyan/>.
7. Портрет цільової аудиторії: як скласти портрет ЦА - Ланет CLICK. Ланет CLICK | Digital-агентство. URL: <https://lanet.click/portret-tsilovoi-audytorii/>.
8. Golden-Web Digital - website development, SEO, advertising setup. Golden-Web Digital - розробка сайтів, SEO, налаштування реклами. URL: <https://golden-web.digital/en/>.
9. INTERA.GROUP - інтернет агентство нового формату і можливостей. URL: <https://intera.group/ua/>
10. Все про Єдиний податок 3-тя група: ставки податку, звітність. Системи для бізнесу. URL: <https://sys2biz.com.ua/news/yedynyj-podatok-3-tya-grupa-vid-splaty-podatkov-do-podannya-zvitnosti/>.

11. Онлайн-торгівля та її особливості. *Soft.ua*.
URL: <https://soft.ua/articles/online-torgovlya/> (дата звернення: 10.05.2023).
12. Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. Electronic commerce 2019: A managerial and social networks perspective. Springer. 2019. 618 p.
13. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. Digital marketing. Pearson. 2019. 736 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Аналітика розвитку глобального маркетингу мобільних додатків

