

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

“Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (створення мобільних додатків для реклами) і його маркетингове обґрунтування”

Студентки групи МАРК-41

Чайковської Юлії

Науковий керівник: кандидат економічних наук,

доцент Процишин Ю. Т.

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	Помилка! Закладку не визначено.
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ	Помилка! Закладку не визначено.
1.1. Компанія та її продукти (послуги)	Помилка! Закладку не визначено.
1.2. Дослідження та аналіз ринку	Помилка! Закладку не визначено.
1.3. Маркетинговий план	Помилка! Закладку не визначено.
1.4. Операційний план	Помилка! Закладку не визначено.
1.5. Управлінська команда	Помилка! Закладку не визначено.
1.6. Фінансовий план	Помилка! Закладку не визначено.
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ	Помилка! Закладку не визначено.
ВИСНОВОК	Помилка! Закладку не визначено.
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	Помилка! Закладку не визначено.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, які суттєво змінюють спосіб ведення бізнесу, комунікацій та маркетингової взаємодії. Мобільні додатки стали ключовим інструментом у формуванні конкурентних переваг компаній, оскільки вони забезпечують швидкий доступ до інформації, персоналізоване обслуговування та високу залученість користувачів. У світі мобільні рішення давно стали стандартом ведення бізнесу, і їхня роль у рекламних стратегіях лише зростає.

Аналітичні дослідження показують, що світовий ринок мобільних додатків зростає з кожним роком завдяки збільшенню кількості користувачів смартфонів, розвитку мобільного Інтернету та змінам у поведінці споживачів, які все частіше взаємодіють з брендами через мобільні платформи. Сектор мобільної реклами також переживає значне зростання: компанії інвестують у нього все більші бюджети, оскільки саме мобільні інструменти дозволяють їм встановлювати прямий контакт з цільовою аудиторією та забезпечувати високу ефективність комунікацій.

В Україні ця тенденція також набирає обертів. Після початку активної діджиталізації бізнес перейшов до масового впровадження цифрових інструментів, зокрема CRM-систем, мобільних додатків, онлайн-сервісів та електронної комерції. Попит на мобільні рішення зростає як з боку великого, так і з боку малого та середнього бізнесу, оскільки конкуренція в цифровому просторі загострюється, а мобільний канал стає одним з ключових для взаємодії з клієнтами.

За цих умов створення компанії, що спеціалізується на мобільних додатках для рекламних цілей, є не лише своєчасним, але й стратегічно виправданим рішенням. Компанії шукають способи підвищення ефективності рекламних кампаній, автоматизації взаємодії з клієнтами та підвищення рівня персоналізації послуг – і саме мобільні технології можуть забезпечити ці

можливості найповніше. Таким чином, актуальність теми дослідження визначається як світовими, так і національними тенденціями цифрової трансформації, які створюють сприятливі умови для появи та розвитку інноваційних компаній у сфері технологій мобільної реклами.

Метою курсової роботи є розробка комплексного бізнес-проекту зі створення компанії, що спеціалізується на розробці мобільних додатків для рекламних цілей, та обґрунтування його економічної доцільності.

Об'єктом дослідження є процес створення підприємства з розробки мобільних додатків рекламного призначення. Предметом дослідження є маркетингові та економічні аспекти обґрунтування доцільності реалізації бізнес-проекту.

Практичне значення роботи полягає в можливості використання розробленого бізнес-проекту як основи для створення реального підприємства з надання послуг у сфері мобільних технологій та цифрового маркетингу.

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ІЗ ВІДКРИТТЯ НОВОГО БІЗНЕСУ

1.1. КОМПАНІЯ ТА ЇЇ ПРОДУКТИ

MobileAd Solutions має потенціал стати головним гравцем на українському ринку цифрових технологій, оскільки поєднує два динамічні та швидкозростаючі напрямки – мобільну розробку та цифровий маркетинг. Її концепція базується на створенні інноваційних мобільних додатків, які допоможуть бізнесу ефективніше взаємодіяти зі своєю аудиторією, підвищити впізнаваність бренду, покращити комунікацію з клієнтами та стимулювати продажі. Такий підхід дозволить компанії зайняти перспективну та поки що недостатньо заповнену нішу в Україні – рішення для мобільного маркетингу, спеціально адаптовані до потреб малого та середнього бізнесу.

Сфера діяльності компанії поєднує інформаційні технології, цифровий маркетинг та розробку програмного забезпечення, що дозволяє створювати складні продукти: від розробки мобільних додатків до впровадження інтегрованих рекламних інструментів, push-кампаній, програм лояльності та аналітичних платформ. Такий формат роботи надасть клієнтам не лише технічне рішення, але й маркетингову стратегію, побудовану на основі мобільної взаємодії.

Як організаційно-правову форму доцільно обрати товариство з обмеженою відповідальністю. Такий формат гарантує захист інтересів засновників, обмежуючи їхню відповідальність інвестованим капіталом, і водночас забезпечує гнучкість у веденні бізнесу, можливість залучати інвесторів, партнерів або нових членів команди. ТОВ дозволяє швидко масштабувати свою діяльність та адаптуватися до змін на ринку.

Розташування компанії в Києві є стратегічно вигідним рішенням, оскільки столиця має найрозвиненішу IT-інфраструктуру в Україні, великий ринок кваліфікованих спеціалістів, активну стартап-екосистему та доступ до технологічних хабів, інкубаторів та спеціалізованих конференцій. Це створює

сприятливе середовище для розвитку компанії, формування партнерських відносин та залучення клієнтів.

Основними клієнтами «MobileAd Solutions» стануть представники малого та середнього бізнесу, які потребують доступних, ефективних та сучасних інструментів цифрового маркетингу. До них належать роздрібні мережі, кафе та ресторани, готелі, сфера послуг, інтернет-магазини та локальні бренди, які хочуть зміцнити свою присутність у мобільному середовищі. Компанія зможе запропонувати їм персоналізовані мобільні рішення, що покращують взаємодію з цільовою аудиторією та підвищують ефективність рекламних кампаній.

Компанія формує збалансований портфель продуктів і технологій, який охоплює ключові потреби бізнесу у сфері мобільного маркетингу та цифрових комунікацій. Перший напрямок передбачає створення індивідуально розроблених брендovаних мобільних додатків для платформ iOS та Android. В рамках цього продукту клієнт отримує повноцінний мобільний інструмент, який покращує взаємодію з користувачами, стимулює повторні покупки через програми лояльності, надає оперативну інформацію через push-сповіщення та дозволяє інтегрувати мобільний продукт у соціальні мережі для розширення охоплення.

Такі додатки створюються для потреб конкретного бізнесу з урахуванням його бренду, структури послуг та цифрової стратегії. Другий продукт орієнтований на компанії, які вже мають власні мобільні додатки, але потребують інструментів для монетизації або покращення взаємодії з користувачами.

Рекламні віджети – це готові модулі, які легко інтегруються в існуючі системи та дозволяють розширити функціональність додатку без його повної переробки. Вони створюються таким чином, щоб не впливати на швидкість роботи та продуктивність, що особливо важливо для користувацького досвіду. Такі віджети можуть включати банерні блоки, нативні рекламні формати, інтерактивні елементи та персоналізовані пропозиції.

Третій продукт – це SaaS-платформа, яка забезпечує повний цикл роботи з мобільними рекламними кампаніями. Клієнти отримують доступ до зручного інструменту, що дозволяє їм самостійно створювати рекламу, налаштовувати таргетинг, аналізувати поведінку користувачів, керувати бюджетами та відстежувати ефективність кожної активності в режимі реального часу. Платформа надає аналітику, інструменти оптимізації та детальну статистику, що дозволяє бізнесу приймати обґрунтовані рішення та швидко коригувати рекламні стратегії.

Четверта категорія продуктів включає консалтингові послуги з мобільного маркетингу, які допомагають бізнесу зрозуміти сучасні тенденції та технології. Компанія проводить аудит існуючих цифрових інструментів, формує ефективні стратегії мобільного просування, допомагає планувати рекламні кампанії та готує персонал до роботи з мобільними каналами комунікації. Консалтингова підтримка дає клієнтам можливість отримати комплексне бачення мобільного маркетингу та застосувати його до розвитку власної діяльності.

1.2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ РИНКУ

Цільова аудиторія компанії «MobileAd Solutions» охоплює кілька груп бізнесів, для яких мобільні рішення є важливим інструментом розвитку та взаємодії з клієнтами. Перший сегмент – це роздрібний бізнес, який включає магазини, бутики, локальні мережі та торгові точки з кількістю локацій від двох до п'ятнадцяти та річним оборотом від п'яти до п'ятдесяти мільйонів гривень. Для таких компаній мобільний додаток стає інструментом залучення та утримання клієнтів, особливо завдяки програмам лояльності, карткам лояльності, накопиченню бонусів та push-сповіщень про акції, розпродажі чи нові надходження.

Цей сегмент прагне автоматизувати комунікацію з клієнтами та створити стабільний потік повторних продажів. Другий сегмент охоплює сектор HoReCa, зокрема ресторани, кафе та служби доставки, які мають власну

логістику та активно працюють із замовленнями. Для цього напрямку критично важливими є функції онлайн-замовлень, зручний кошик, швидка взаємодія без дзвінків та інтеграція з внутрішніми системами управління — POS-системами, CRM, інструментами бухгалтерського обліку. Мобільний додаток дозволяє пришвидшити процес прийняття замовлень, зменшити навантаження на персонал та підвищити рівень обслуговування, що безпосередньо впливає на лояльність гостей.

Наступна категорія – це сервісні компанії, до яких належать салони краси, перукарні, фітнес-клуби, медичні клініки та інші підприємства, що працюють на основі обліку. Їхні ключові потреби – автоматизація бронювання, зручна онлайн-реєстрація, нагадування про візити, можливість вибрати спеціаліста, дату та послугу без необхідності телефонувати адміністратору.

Мобільні рішення допомагають зменшити кількість пропущених візитів, організувати графіки роботи та покращити загальну якість спілкування з клієнтами. Останній сегмент – це електронна комерція, тобто інтернет-магазини, які прагнуть покращити користувацький досвід за допомогою мобільних додатків.

Їм потрібна швидка, зручна та оптимізована мобільна платформа з персоналізованими рекомендаціями, можливістю швидко здійснювати покупки, зберігати історію переглядів та керувати замовленнями. Для таких компаній мобільний додаток – це інструмент для підвищення конверсії, зменшення кількості покинутих кошиків та збільшення середнього чека. Усі ці сегменти мають спільну потребу – доступні та ефективні мобільні рішення, що спрощують шлях клієнта та підвищують конкурентоспроможність бізнесу.

1.3. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

Маркетингова стратегія проекту зосереджена на створенні максимальної цінності для клієнта, що стає центральним елементом усіх комунікацій та бізнес-процесів. Позиціонування побудовано навколо ролі спеціалізованого розробника рішень для мобільної реклами, орієнтованого саме на український

сегмент малого та середнього бізнесу. Такий підхід дозволяє чітко визначити цільову аудиторію та говорити з нею мовою реальних потреб – збільшення продажів, оптимізації бюджету та доступності технологій.

Унікальна торгова пропозиція підкреслює практичність та ефективність послуги: «Рішення для мобільної реклами, які окупаються: від ідеї до збільшення продажів за фіксованого бюджету». Це створює очікування прозорості, передбачуваності та вимірюваного ефекту, що надзвичайно важливо для малого та середнього бізнесу, який ретельно контролює витрати.

Модель ціноутворення представлена чотирма зрозумілими пакетами. Пакет «Старт» орієнтований на малі компанії та включає ключовий базовий функціонал у діапазоні 120–180 тисяч гривень. «Бізнес» пропонує розширені можливості та коштує 250–350 тисяч гривень, тоді як «Преміум» охоплює комплексні рішення в діапазоні 400–600 тисяч гривень. Для великих клієнтів існує пакет «Корпоративний» з індивідуальним підходом, вартість якого починається від 700 тисяч гривень. Така структура дозволяє кожному бізнесу вибрати рішення відповідно до його масштабу та цілей.

Просування та впровадження послуг відбувається через кілька взаємодоповнюючих каналів. Прямі продажі відіграють ключову роль, забезпечуючи персоналізовану комунікацію з потенційними клієнтами. Партнерська мережа з бізнес-консультантами дозволяє охопити ширший сегмент ринку та підвищує довіру до бренду. Онлайн-канали, включаючи власний веб-сайт, соціальні мережі та бізнес-платформи, генерують стабільний потік лідів, а участь у галузевих заходах підтримує видимість та статус експерта.

Рекламна діяльність включає комплекс цифрових інструментів. У контент-маркетингу акцент робиться на експертність, кейси та практичну користь, що допомагає залучати органічну аудиторію.

Соціальні мережі та таргетована реклама забезпечують точне охоплення сегменту МСП. SEO-оптимізація сприяє зростанню видимості в пошукових системах, а email-маркетинг підтримує регулярну комунікацію з

потенційними та поточними клієнтами. Додатково участь у профільних конференціях підсилює авторитет і дає можливість презентувати продукти напряму бізнес-спільноті.

1.4. ОПЕРАЦІЙНИЙ ПЛАН

Офіс компанії розташований у сучасному коворкінгу в центрі Києва, що забезпечує зручність для команди та легку доступність для клієнтів. Площа 50 квадратних метрів достатня для комфортного розміщення співробітників та проведення ділових зустрічей. Вартість оренди становить 40 тисяч гривень на місяць, що є найкращим варіантом для бізнесу на етапі активного розвитку, коли важливо поєднати зручність, інфраструктуру та економічну ефективність.

Матеріально-технічне забезпечення включає сім повноцінних робочих місць. Кожне з них оснащено ноутбуком MacBook Pro, додатковим монітором для підвищення продуктивності та ліцензійним програмним забезпеченням, необхідним для розробки, дизайну та управління проектами. Загальна сума інвестицій в обладнання сягає 850 тисяч гривень, що сформовано з урахуванням високих вимог до якості обладнання та стабільності роботи команди.

Процес розробки мобільних рішень у компанії «MobileAd Solutions» побудований за чітко структурованим і послідовним циклом, який забезпечує високу якість продукту та задоволення потреб клієнта. На початковому етапі здійснюється детальний аналіз вимог, під час якого команда ретельно вивчає бізнес-контекст клієнта, його цілі, специфіку роботи, ключові процеси та очікування від майбутнього мобільного продукту. Цей етап дозволяє сформулювати точне розуміння задач, визначити пріоритети та окреслити функціональні можливості, необхідні для досягнення максимального ефекту від додатку.

Після збору та систематизації вимог починається етап проектування. Тут формується логіка взаємодії користувача з додатком, створюється

інформаційна архітектура та концепція візуального інтерфейсу. Всі елементи дизайну продумуються з точки зору зручності, інтуїтивності та привабливості для кінцевого користувача. Команда UI/UX дизайнерів розробляє макети, прототипи та інтерактивні моделі, які дозволяють відтворити користувацький досвід ще до початку програмування. Наступний етап – безпосередня розробка функціональності додатку.

Розробники створюють стабільну архітектуру системи, реалізують інтеграції із зовнішніми сервісами, базами даних та сторонніми платформами, а також забезпечують коректну роботу всіх внутрішніх модулів. Під час процесу розробки особлива увага приділяється безпеці даних, продуктивності та масштабованості продукту, що дозволяє легко додавати нові функції в майбутньому або адаптувати додаток до змінних потреб клієнта.

Після завершення програмування проводиться комплексне тестування. Воно включає функціональне тестування, тестування зручності використання, тестування сумісності з різними пристроями та операційними системами, а також тестування безпеки та навантаження. Метою цього етапу є виявлення та усунення всіх помилок, забезпечення стабільної роботи програми та створення комфортного досвіду для кінцевого користувача.

Запуск програми здійснюється шляхом публікації на таких торгових майданчиках, як App Store та Google Play, або шляхом інтеграції продукту безпосередньо в інфраструктуру клієнта. На цьому етапі команда контролює процес розгортання, налаштовує аналітичні інструменти для моніторингу та забезпечує готовність продукту до роботи.

Заключним етапом є підтримка та розвиток продукту. Вона включає постійний моніторинг роботи додатку, оперативне виправлення можливих технічних проблем, оновлення функціоналу та вдосконалення існуючих модулів відповідно до змін потреб бізнесу та зворотного зв'язку від користувачів. Завдяки такій структурованій методології реалізація одного проекту зазвичай триває від двох до трьох місяців, а при збільшенні складності

та обсягу функцій термін може дещо змінюватися. Такий підхід дозволяє поєднати швидкість, ефективність та високу якість кінцевого продукту.

1.5. УПРАВЛІНСЬКА КОМАНДА

Команда керівників сформована таким чином, щоб забезпечити повну підтримку розвитку мобільних рішень – від стратегічного бачення до технічного впровадження та просування. Кожна роль має чітко визначені функції та обов'язки, що дозволяє будувати ефективні процеси та гарантувати якість продукту.

Генеральний директор відіграє ключову роль у формуванні довгострокового розвитку компанії. Саме він визначає стратегічні пріоритети, відповідає за залучення інвестицій та партнерів, будує відносини з ключовими клієнтами та контролює реалізацію глобальних бізнес-цілей. Його зарплата становить 50 тисяч гривень на місяць, що відображає високий рівень відповідальності та необхідність досвіду в управлінні компанією.

Технічний директор зосереджується на технологічній стороні роботи. Він визначає технічний стек, приймає рішення щодо інструментів та архітектури, контролює якість написаного коду та забезпечує ефективну роботу команди розробників. Його місячна зарплата становить 45 тисяч гривень. Ця роль є ключовою для забезпечення стабільності та інноваційності продуктів.

У команді є два розробники, які безпосередньо створюють мобільні додатки для платформ iOS та Android. Вони впроваджують функціональність, здійснюють інтеграції та забезпечують технічну надійність продукту. Рівень їхньої зарплати варіюється від 35 тисяч до 40 тисяч гривень на місяць, залежно від досвіду та компетенцій.

UI/UX дизайнер відповідає за створення інтерфейсу, візуальної ідентичності та логіки взаємодії користувача з додатком. Його робота формує перше враження про продукт і визначає його зручність використання. Зарплата дизайнера становить 30 тисяч гривень на місяць, що відповідає

вимогам до спеціаліста з глибоким розумінням дизайну та моделей поведінки користувачів.

Менеджер проекту організовує робочий процес, контролює терміни виконання завдань та підтримує постійний зв'язок з клієнтами. Він координує команду, розподіляє ресурси, стежить за дотриманням вимог та забезпечує стабільну комунікацію на всіх етапах розробки. Його зарплата становить 28 тисяч гривень на місяць.

Маркетолог просуває компанію, розробляє рекламні кампанії та створює контент, який допомагає залучати нових клієнтів. Він відповідає за лідогенерацію, аналіз ринку, роботу з соціальними мережами та побудову бренду. Зарплата маркетолога становить 25 тисяч гривень на місяць. Завдяки цьому спеціалісту компанія залишається помітною на ринку та підтримує стабільний потік потенційних клієнтів.

1.6. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

Фінансовий план проекту передбачає комплексне використання ресурсів та чітку структуру витрат і доходів, що дозволяє оцінити економічну ефективність та перспективи бізнесу. Початкові інвестиції становлять 1 850 000 гривень. Основна частина цих коштів спрямована на придбання обладнання, вартість якого становить 850 000 гривень.

Додатково враховано витрати на оргтехніку та ремонт у розмірі 200 000 гривень, що забезпечує створення комфортного та професійного робочого середовища. На маркетинг зарезервовано 300 000 гривень, що дає змогу активно заявити про себе на ринку вже в перші місяці роботи. Окремо виділено 500 000 гривень на оборотний капітал – кошти, необхідні для покриття щоденних операційних потреб та забезпечення стабільності бізнесу.

Фінансування проекту формується за змішаною моделлю. Частина інвестицій — 40% — забезпечується власними коштами засновників, що підкреслює їхню зацікавленість та готовність інвестувати в розвиток компанії.

Решта 60% надходять у формі банківського кредиту, що дозволяє швидко розпочати без затримок, пов'язаних з накопиченням власних ресурсів.

Операційні витрати протягом першого року роботи становлять 5 850 000 гривень. Основна частина цих витрат припадає на заробітну плату — 2 856 000 гривень на рік, що відповідає структуруванню команди та високій кваліфікації спеціалістів.

Маркетинговий бюджет на перший рік становить 720 000 гривень і включає рекламу, просування та участь у заходах. Оренда офісу — 480 000 гривень на рік — забезпечує стабільне функціонування робочого простору. Інші витрати включають комунальні послуги, програмне забезпечення, юридичні послуги, бухгалтерську підтримку та непередбачені потреби.

Очікувані фінансові результати проекту MobileAd Solutions демонструють позитивну динаміку розвитку бізнесу та ефективність запропонованої моделі. У перший рік роботи компанія очікує отримання прибутку у розмірі 350 000 гривень, що відповідає рентабельності 5,3%. Цей показник свідчить про початкову окупність основних витрат та ефективність реалізації перших проектів з урахуванням інвестицій в обладнання, маркетинг, заробітну плату та інших операційних витрат.

Перший рік характеризується активним формуванням клієнтської бази, налаштуванням процесів розробки та маркетингової активності, що закладає основу для подальшого зростання. У другий рік роботи компанія очікує суттєве збільшення прибутку до 2 100 000 гривень, що забезпечує рентабельність 18,1%. Це зростання пояснюється розширенням клієнтської бази, реалізацією більшої кількості проектів, оптимізацією внутрішніх процесів та зниженням собівартості одиниці продукції на проект за рахунок масштабування команди та впровадження ефективних методів роботи. Збільшення рентабельності також свідчить про покращення співвідношення доходів до витрат, що підтверджує правильність обраної бізнес-моделі та маркетингової стратегії.

Аналіз фінансових показників показує, що точка беззбитковості буде досягнута приблизно на десятому–одинадцятому місяці роботи. Це означає, що до кінця першого року бізнес покриє всі поточні витрати та почне генерувати чистий прибуток. Досягнення точки беззбитковості за відносно короткий проміжок часу свідчить про оптимальність початкових інвестицій та правильний розподіл ресурсів, а також про високий попит на рішення для мобільної реклами серед цільової аудиторії.

Загальний термін окупності проекту оцінюється в 18–20 місяців. Цей показник відображає баланс між ризиками та доходами та є позитивним для компанії, що працює у сфері технологій та послуг з високим потенціалом зростання. Такі фінансові результати свідчать не лише про економічну доцільність проекту, але й про його здатність забезпечувати стабільний грошовий потік, що дозволяє планувати подальше масштабування, інвестування в нові продукти та розширення команди. У довгостроковій перспективі прогнозується поступове збільшення прибутковості та обсягів продажів, що робить бізнес привабливим для інвесторів та партнерів.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
Стаття витрат	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
Google Ads	25 000	30 000	35 000	40 000	45 000	50 000	45 000	40 000	50 000	60 000	70 000	80 000	570 000
Facebook/Instagram	20 000	25 000	30 000	35 000	35 000	40 000	35 000	30 000	40 000	50 000	55 000	60 000	455 000
LinkedIn реклама	10 000	10 000	15 000	15 000	20 000	20 000	20 000	15 000	20 000	25 000	25 000	30 000	225 000
Контент-маркетинг	15 000	15 000	20 000	20 000	25 000	25 000	25 000	20 000	25 000	30 000	35 000	40 000	295 000
SEO просування	8 000	8 000	10 000	10 000	12 000	12 000	12 000	10 000	12 000	15 000	18 000	20 000	147 000
Email-маркетинг	5 000	5 000	8 000	8 000	10 000	10 000	10 000	8 000	10 000	12 000	15 000	18 000	119 000
Виставки/події	0	0	25 000	0	0	30 000	0	0	35 000	0	0	40 000	130 000
Друковані матеріали	8 000	5 000	5 000	8 000	8 000	10 000	8 000	5 000	10 000	12 000	15 000	18 000	112 000
Всього витрат	91 000	98 000	148 000	136 000	155 000	197 000	155 000	128 000	202 000	204 000	233 000	306 000	2 053 000

Рис. 1. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

Оплата будівлі за розміщення офісу	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
Плата за оренду (площа)	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	480 000
Ремонтні роботи (обслуговування)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Споживання електроенергії	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	96 000
Опалення	0	0	0	0	0	0	0	0	5 000	8 000	10 000	8 000	31 000
Водопостачання (технічна)	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
Зв'язок (інтернет, телефон)	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
Всього витрат	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	61 500	64 500	66 500	64 500	709 000

Рис. 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
вар/Послуга/Категорія													
Категорія 1: Брендвані додатки													
Додаток Стандарт	250 000	250 000	270 000	270 000	280 000	280 000	280 000	280 000	290 000	290 000	290 000	290 000	3 320 000
Додаток Преміум	0	0	400 000	0	450 000	0	450 000	450 000	500 000	500 000	500 000	500 000	3 750 000
Сума продажу:	250 000	250 000	670 000	270 000	730 000	280 000	730 000	730 000	790 000	790 000	790 000	790 000	7 070 000
Категорія 2: Рекламні віджети													
Рекламні модулі	80 000	85 000	90 000	90 000	95 000	95 000	100 000	100 000	105 000	105 000	110 000	110 000	1 165 000
Сума продажу:	80 000	85 000	90 000	90 000	95 000	95 000	100 000	100 000	105 000	105 000	110 000	110 000	1 165 000
Категорія 3: SaaS-платформа													
Підписки SaaS	0	0	0	0	0	0	15 000	30 000	45 000	75 000	120 000	180 000	465 000
Категорія 4: Підтримка та консалтинг													
Підтримка додатків	0	0	40 000	60 000	80 000	110 000	140 000	160 000	190 000	230 000	270 000	310 000	1 590 000
Консалтинг	15 000	15 000	20 000	20 000	25 000	25 000	25 000	25 000	30 000	30 000	35 000	40 000	305 000
ВСЬОГО ПРОДАЖІ	0	0	400 000	0	450 000	0	450 000	450 000	500 000	500 000	500 000	500 000	3 750 000

Рис. 3. Прогноз продаж

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати)													
Виробник	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: Брендвані додатки													
Витрати на	50 000	50 000	60 000	60 000	65 000	65 000	65 000	65 000	70 000	70 000	70 000	70 000	760 000
Тестування	15 000	15 000	18 000	18 000	20 000	20 000	20 000	20 000	22 000	22 000	22 000	22 000	234 000
Всього вит	65 000	65 000	78 000	78 000	85 000	85 000	85 000	85 000	92 000	92 000	92 000	92 000	994 000
Категорія 2: Рекламні віджети													
Витрати на	20 000	21 000	22 000	22 000	23 000	23 000	24 000	24 000	25 000	25 000	26 000	26 000	281 000
Категорія 3: SaaS (сервери, інфраструктура)													
Хостинг та	0	0	0	0	0	0	3 000	6 000	9 000	15 000	24 000	36 000	93 000
ВСЬОГО С	85 000	86 000	100 000	100 000	108 000	108 000	112 000	115 000	126 000	132 000	142 000	154 000	1 368 000

Рис. 4. Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг

Витрати на оплату праці													
Посада (позиція)	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
Генеральний директор	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	600 000
Технічний директор	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	540 000
Розробник iOS	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	480 000
Розробник Android	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	38 000	456 000
UI/UX дизайнер	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	360 000
Менеджер проєктів	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	28 000	336 000
Маркетолог	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	300 000
ПДФО (18%)	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	46 080	552 960
ВЗ (1.5%)	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	3 840	46 080
ЄСВ (22%)	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	56 320	675 840
Всього витрати:	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	362 240	4 346 880

Рис. 5. Витрати на оплату праці

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
Стаття витрат	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
Маркетинг	91 000	98 000	148 000	136 000	155 000	197 000	155 000	128 000	202 000	204 000	233 000	286 000	2 033 000
Приміщення	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	56 500	61 500	64 500	66 500	64 500	709 000
Канцелярія	5 000	3 000	3 000	5 000	5 000	7 000	5 000	3 000	7 000	8 000	10 000	12 000	73 000
Програмне забезпечення	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	300 000
Транспорт	3 000	3 000	5 000	5 000	7 000	7 000	7 000	5 000	7 000	10 000	12 000	15 000	86 000
Банківське	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 000
Юридичні послуги	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Бухгалтерські послуги	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	96 000
Інше	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
Всього операційні витрати:	198 000	203 000	255 000	245 000	266 000	310 000	266 000	235 000	320 000	329 000	364 000	420 000	3 411 000

Рис. 6. Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Актив, що підлягає амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисний термін	Місячна амортизація
MacBook Pro (7 шт)	700 000	01.01.2026	48	14 583
Монітори Dell (7 шт)	70 000	01.01.2026	36	1 944
Офісні меблі	50 000	01.01.2026	60	833
Сервер для розробки	30 000	01.01.2026	48	625
Загальна вартість капітального обладнання:	850 000			
Всього щомісячної амортизації:	17 985			

Рис. 7. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Початкові витрати	
Категорія витрат	Вартість
Реєстрація юридичної особи	10 000
Ремонт та облаштування офісу	200 000
Початковий маркетинг (запуск)	150 000
Юридичні та консультаційні послуги	30 000
Навчання персоналу	40 000
Резерв на непередбачені витрати	70 000
Всього початкові витрати:	500 000

Рис. 8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	Сума
Грантові внески (1-й власник)	400 000
Грантові внески (2-й власник)	340 000
Індивідуальні внески (1-й власник)	0
Індивідуальні внески (2-й власник)	0
Інші власні внески	0
Короткострокова банківна позиція	0
Довгострокова банківська позиція	1 110 000
Банківська позиція (власник)	0
Будівельна позиція	0
Іпотека (нерухомість / обладнання)	0
Кредит на інше (майно)	0
Інші позики (родичі)	0
З усіх джерел фінансування	1 850 000

Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0
Споруда (будівництво)	0
Обладнання	850 000
Поліпшові ідеї	0
Прийнятні послуги (ліцензію)	0
Бухгалтерське послуги	0
Страхові внески (покриття тощо)	0
Страхова робота	200 000
Управління обладнанням	0
Забезпечити та інше залучено о	0
Усі статті витрат:	1 050 000
Початковий баланс грошови	800 000

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

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
ДОХІД													
Валовий до	15 000	15 000	20 000	20 000	25 000	25 000	25 000	25 000	30 000	30 000	35 000	40 000	305 000
Собівартіс	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Валовий при	15 000	15 000	20 000	20 000	25 000	25 000	25 000	25 000	30 000	30 000	35 000	40 000	305 000
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ													
Оплата пр	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші опера	198 000	203 000	255 000	245 000	266 000	310 000	266 000	235 000	320 000	329 000	364 000	420 000	3 411 000
Амортизац	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	17 985	215 820
Всього опе	215 985	220 985	272 985	262 985	283 985	327 985	283 985	252 985	337 985	346 985	381 985	437 985	3 626 820
Операційн	-200 985	-205 985	-252 985	-242 985	-258 985	-302 985	-258 985	-227 985	-307 985	-316 985	-346 985	-397 985	-3 321 820
Податки													
Податок на	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ЧИСТИЙ Г	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Рис. 10. Звіт про прибутки та збитки (проект)

ВИСНОВКИ

У процесі виконання міждисциплінарної курсової роботи було створено комплексний бізнес-проект для компанії «MobileAd Solutions», яка спеціалізується на розробці мобільних додатків для рекламних цілей. Проведене дослідження охоплює ринок, конкурентів, фінансові аспекти та маркетингову стратегію, що дозволило сформувати всебічно обґрунтовану модель майбутнього бізнесу.

Аналіз ринку продемонстрував високі перспективи обраного напрямку. Український сегмент рішень для мобільної реклами стабільно зростає зі швидкістю 18–20% на рік, що свідчить про збільшення попиту на інструменти цифрового просування. Це створює можливість для виходу нових гравців, особливо тих, хто пропонує інноваційні формати мобільної реклами та працює з чіткою ціннісною пропозицією для бізнесу.

Було визначено чотири ключові сегменти цільової аудиторії: роздрібна торгівля, HoReCa, сервісні компанії та бізнес електронної комерції. Кожен сегмент має свої маркетингові потреби – від підвищення впізнаваності до збільшення повторних продажів – та демонструє готовність інвестувати у спеціалізовані мобільні рішення. Це дає змогу формувати сегментовані пропозиції та будувати поетапну стратегію виходу на ринок.

Конкурентний аналіз виявив значну нішу: на ринку практично немає студій, які б поєднували глибоку технічну експертизу зі стратегічним маркетинговим підходом. Більшість пропозицій зосереджені або на суто технічній розробці, або на широких цифрових послугах без спеціалізації. Це відкриває можливість зайняти позицію компанії, яка розробляє не просто додатки, а інструменти для збільшення продажів та підвищення ефективності рекламних кампаній для малого та середнього бізнесу.

Маркетингова стратегія зосереджена на чіткому позиціонуванні компанії як спеціалізованого розробника рішень для мобільної реклами. Акцент робиться на ефективності, прозорості та практичній вигоді для

клієнтів. Стратегія передбачає поступовий розвиток сегментів ринку, починаючи з найдоступніших, та активне використання контент-маркетингу, експертних матеріалів та кейсів для формування довіри.

Фінансовий аналіз підтвердив економічну доцільність проекту. Згідно з базовими розрахунками, компанія здатна вийти на беззбитковість протягом 10–11 місяців роботи. Окупність інвестицій очікується через 18–20 місяців, що є прийнятним показником для IT-сектору. Прогнозований обсяг продажів у перший рік становить 6,6 млн гривень, а у другий рік – 11,6 млн гривень. Це забезпечує прибутковість 5,3% та 18,1% відповідно, та демонструє позитивну динаміку зростання бізнесу з поступовим збільшенням клієнтської бази.

Практична цінність проекту полягає в тому, що його можна реалізувати як повноцінний бізнес у реальних ринкових умовах. Розроблена модель є гнучкою, масштабованою та здатною адаптуватися до змін на ринку, включаючи нові технології та трансформації в поведінці споживачів.

Для реалізації проекту пропонується кілька кроків. На першому етапі важливо сформувати сильну команду, залучивши фахівців у сфері розробки, дизайну та маркетингу. У першому півріччі рекомендується зосередитися на створенні портфоліо через роботу з пілотними клієнтами, що дозволить отримати кейси та посилити експертизу. Значний акцент слід зробити на контент-маркетингу, який допоможе зміцнити довіру та залучити потенційних клієнтів. Доцільно розглянути участь у державних програмах підтримки IT-підприємництва, що може зменшити фінансове навантаження. Після стабілізації потоку замовлень варто планувати розширення команди та масштабування діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. IAB Ukraine. Звіт про ринок цифрової реклами в Україні 2024. URL: <https://iab.org.ua>
2. IT Association of Ukraine. Огляд українського IT-ринку 2024.
3. We Are Social & Hootsuite. Digital 2024: Ukraine.
4. Державна служба статистики України. Діяльність суб'єктів малого підприємництва. 2024.
5. Котлер Ф. Основи маркетингу. Київ: Вільямс, 2020. 752 с.
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи. Суми: ВТД Університетська книга, 2019. 278 с.
7. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент. Київ: Знання, 2021. 365 с.
8. Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 06.02.2018 № 2275-VIII.
9. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (зі змінами).
10. Mobile Marketing Association. The State of Mobile Marketing 2024.