

Міністерство освіти і науки України  
Західноукраїнський національний університет  
Кафедра маркетингу

## **МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА**

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (маркетинговий супровід онлайн-ігор) і його маркетингове обґрунтування»

Студента групи МАРК-41

Дидика Михайла

Науковий керівник: кандидат економічних наук,

доцент Процишин Ю.Т.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії: \_\_\_\_\_

(підпис)

(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

(підпис)

(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2025

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНТСТВА З МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ОНЛАЙН ІГОР	
1.1 Компанія та її продукти .....	5
1.2 Дослідження та аналіз ринку .....	6
1.3 Маркетинговий план .....	7
1.4 Операційний план .....	9
1.5 Управлінська команда .....	10
1.6 Фінансовий план .....	12
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ.....	14
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	23

## ВСТУП

Стрімкий розвиток індустрії онлайн-ігор, зростання кількості інді-розробників та підсилення конкуренції на ринку мобільних і комп'ютерних ігор формують високий попит на сучасні маркетингові інструменти. Успіх гри сьогодні залежить не лише від її технічної якості чи геймплею, а й від рівня маркетингового супроводу, ефективних комунікацій із цільовою аудиторією, правильного позиціонування та професійного просування. Саме тому відкриття агентства, яке спеціалізуватиметься на маркетинговому супроводі онлайн-ігор, є актуальною та перспективною бізнес-ідеєю.

Маркетинговий супровід ігор включає комплекс заходів — від розробки бренд-стратегії та аналізу поведінки гравців до створення відеокреативів, просування в соціальних мережах, роботи з інфлюенсерами, тестування рекламних кампаній та управління спільнотою гравців. У світі, де щодня виходять сотні нових ігор, саме маркетинг визначає їхню видимість, рейтинг і комерційний результат. В Україні індустрія геймдев стрімко розвивається, однак нестача вузькоспеціалізованих маркетингових агентств створює вільну нішу для нового бізнесу.

Окремо варто зазначити, що в умовах післявоєнної трансформації української економіки цифрові індустрії, зокрема геймдев і маркетинг, демонструють значне зростання. Зміщення бізнесу в онлайн, збільшення експорту IT-послуг та релокація українських студій у країни ЄС створюють сприятливі можливості для запуску нових підприємницьких проєктів, пов'язаних із цифровими продуктами та їх просуванням.

Метою курсової роботи є розробка проєкту відкриття агентства з маркетингового супроводу онлайн-ігор та обґрунтування його економічної доцільності.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- проаналізувати ринок маркетингових послуг у сфері онлайн-ігор та оцінити попит на них;

- визначити цільові сегменти геймдев-ринку та їхні потреби;
- розробити маркетингову стратегію для агентства;
- сформувати операційну модель надання послуг;
- охарактеризувати управлінську команду та розподіл ключових ролей;
- виконати фінансове обґрунтування проєкту та оцінити його рентабельність.

Методологічну основу роботи становлять засади стратегічного маркетингу, аналізу ринку, фінансового моделювання та управління бізнес-проєктами. Емпірична база включає аналітичні матеріали про стан ринку онлайн-ігор, дані професійних геймдев-платформ, статистику рекламних сервісів та огляди сучасних маркетингових практик у сфері цифрових продуктів.

Таким чином, виконання даної курсової роботи дозволяє комплексно оцінити перспективи запуску агентства з маркетингового супроводу онлайн-ігор та визначити його конкурентні переваги на сучасному ринку.

## РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНТСТВА З МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ОНЛАЙН ІГОР

### 1.1. Компанія та її продукти

Заплановане до відкриття агентство «GameBoost Marketing» працюватиме у сфері маркетингового супроводу онлайн-ігор та надаватиме комплексні послуги для інди-розробників, малих і середніх геймдев-студій. Основний акцент діяльності компанії спрямований на підтримку ігор на всіх етапах їхнього життєвого циклу — від підготовки до релізу до подальшого масштабування аудиторії.

Компанія здійснюватиме діяльність у формі фізичної особи-підприємця 2 групи, що дозволяє оптимізувати витрати та гнучко формувати пакет послуг залежно від потреб замовника. Місією агентства є створення ефективних маркетингових рішень, які допомагають іграм отримати впізнаваність, залучити гравців та забезпечити стабільні показники зростання [12].

Агенція пропонуватиме такі основні послуги: стратегічний маркетинг для онлайн-ігор, розробка позиціонування та візуальної айдентики, створення рекламних креативів і трейлерів, запуск та оптимізація рекламних кампаній у Facebook Ads, TikTok Ads, Google Ads та Unity Ads, співпраця з гейм-інфлюенсерами, ведення спільнот у Discord та інших платформах, а також підготовка PR-матеріалів і промокампаній. Послуги надаватимуться як окремо, так і у вигляді пакетних рішень для різних бюджетів [17].

Унікальність компанії полягає у вузькій спеціалізації на маркетингу саме онлайн-ігор, поєднанні креативного підходу з аналітичним мисленням та використанні сучасних інструментів цифрового просування, що робить агентство конкурентним і високо затребуваним на ринку геймдев-послуг [18].

Додатковою конкурентною перевагою агентства є застосування аналітики на основі даних та автоматизації маркетингових процесів. Використання інструментів Attribution Tracking, A/B-тестування, heatmap-аналізу поведінки

гравців та прогнозних моделей дозволить підвищити ефективність рекламних кампаній і скоротити вартість залучення користувача. Такий підхід робить агентство більш технологічним у порівнянні з традиційними SMM- або digital-студіями.

## 1.2. Дослідження та аналіз ринку

Ринок онлайн-ігор є одним із найбільш динамічних сегментів цифрової індустрії, який демонструє стабільне зростання щороку. Кількість інді-розробників та малих студій постійно збільшується, що зумовлює високий попит на якісний маркетинговий супровід. У сучасних умовах навіть технічно хороша гра не може досягти комерційного успіху без правильно побудованої стратегії просування, роботи з аудиторією та ефективної рекламної кампанії

Основними клієнтами агентства будуть невеликі студії та незалежні розробники, які працюють над мобільними, PC та браузерними іграми. Їхньою ключовою потребою є залучення нових гравців, підвищення впізнаваності гри, покращення показників CPI, CTR, Retention та ROAS, а також створення якісного рекламного контенту. Ця категорія клієнтів найчастіше не має власного маркетингового відділу, тому потребує аутсорсингової підтримки

Ринок маркетингових послуг у сфері геймдеву характеризується високою конкуренцією серед агентств загального профілю, проте кількість компаній, що спеціалізуються саме на просуванні ігор, залишається невеликою. Більшість українських маркетингових студій зосереджуються на e-commerce, послугах або SMM, тоді як вузькоспеціалізовані рішення для онлайн-ігор представлені недостатньо. Це створює можливість зайняти вільну нішу та запропонувати професійний продукт із чітким фокусом [7].

Тенденції ринку свідчать про зростання значення відеоконтенту, колаборацій зі стримерами та просування через TikTok, де gaming-контент є одним із найпопулярніших напрямів. Крім того, активно розвивається сегмент інфлюенсер-маркетингу, а також ком'юніті-платформи на кшталт Discord, які стають важливими каналами взаємодії з гравцями [17].

Враховуючи зміцнення українського геймдеву, релокацію студій до Європи та загальну цифровізацію ринку, можна прогнозувати подальше зростання попиту на комплексні маркетингові послуги для онлайн-ігор. Це дає можливість новому агентству сформувати стабільну клієнтську базу, виділитися завдяки спеціалізації та вибудувати конкурентні переваги навіть на початкових етапах діяльності [9].

Попри позитивну динаміку, ринок характеризується низкою ризиків, серед яких — висока мінливість алгоритмів рекламних платформ, зростаюча конкуренція за увагу користувачів та вплив сезонності на маркетинговий бюджет студій. Важливо враховувати також валютні коливання, оскільки значна частина рекламних інструментів має доларову прив'язку. Усвідомлення цих ризиків дозволить агентству оперативно адаптувати маркетингові стратегії та мінімізувати можливі втрати.

### 1.3. Маркетинговий план

Маркетингова стратегія агентства «GameBoost Marketing» базується на чіткому розумінні потреб геймдев-ринку та специфіки поведінки гравців. Основна мета маркетингового плану — сформувати впізнаваність компанії серед розробників онлайн-ігор, залучити перших клієнтів та забезпечити стабільний попит на послуги агентства [3].

Просування компанії передбачає активну присутність у цифровому середовищі, де знаходиться основна частина цільової аудиторії — розробники та власники студій. Головним каналом комунікації стануть соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), а також професійні платформи, де зосереджені геймдев-спільноти: Discord, Reddit, Steam Community, GameDev.net. Планується вести публікації з освітнім та експертним контентом, кейсами, аналітикою рекламних кампаній, порадами щодо просування ігор та оглядами трендів [6].

Другим ключовим напрямом буде таргетована реклама. Завдяки вузькій спеціалізації агентство зможе налаштувати рекламні кампанії на аудиторії

Game Developers, Unity Developers, Indie Game Creators та інші релевантні сегменти. Це дозволить отримувати цільові ліди за оптимальною ціною та формувати стабільний потік звернень [14].

Важливою частиною маркетингового плану є партнерства з блогерами та стримерами, які висвітлюють теми геймдеву. Такі колаборації сприятимуть охопленню активної аудиторії розробників та підвищуватимуть довіру до бренду. Крім того, компанія братиме участь у Game Jam-подіях, онлайн-конференціях та тематичних заходах, де можна налагоджувати контакти з потенційними замовниками [7].

У межах контент-стратегії компанія планує формувати експертний образ бренду шляхом публікації освітніх матеріалів, оглядів трендів мобільного маркетингу, аналітики ігрових ринків, гайдлайнів зі створення креативів та рекомендацій для розробників. Регулярність і цінність контенту сприятимуть органічному зростанню впізнаваності та позиціонування агентства як експерта у сфері просування онлайн-ігор.

Цінова політика агентства передбачає гнучкі пакетні пропозиції, що адаптуються під різні бюджети розробників. Це дозволить залучити як невеликі indie-команди, так і студії, які мають ширший маркетинговий бюджет. Формування прозорих пакетів послуг сприятиме простішому прийняттю рішень клієнтами та зменшенню бар'єрів входу [4].

Комплекс використаних інструментів — контент-маркетинг, таргетована реклама, партнерства, активність у професійних спільнотах та гнучка цінова політика — забезпечить ефективне позиціонування агентства на ринку та створить основу для довгострокового розвитку бізнесу.

#### 1.4. Операційний план

Операційна діяльність агентства «GameBoost Marketing» передбачає надання послуг у гнучкому форматі з мінімальними витратами на фізичну інфраструктуру. Робота компанії здійснюватиметься переважно дистанційно, що є типовим форматом для геймдев-індустрії та дозволяє оптимізувати витрати,

збільшити швидкість комунікацій та розширити потенційну географію клієнтів [2].

Офіс у традиційному розумінні не є обов'язковим, оскільки більша частина процесів — аналітика, створення креативів, планування рекламних кампаній, звітність — виконуються онлайн. За потреби можливе використання коворкінгу або оренда робочого місця для зустрічей із клієнтами чи проведення презентацій. Таке рішення дає змогу уникнути довгострокових витрат на оренду і залишатися гнучкими на етапі становлення бізнесу.

Технічна база включатиме ноутбуки або ПК для членів команди, програмне забезпечення для роботи з графікою та відео (Adobe Creative Cloud, Figma), інструменти для запуску рекламних кампаній, а також аналітичні панелі та сервіси відстеження ефективності. Обладнання не потребує складного налаштування чи додаткових виробничих площ, що дозволяє швидко розпочати діяльність [18].

Процес надання послуг матиме чітку структуру: первинна консультація, аналіз гри та її аудиторії, підготовка стратегії, створення маркетингових матеріалів, запуск рекламних кампаній, їх тестування й оптимізація, а також регулярна звітність перед клієнтом. Для організації командної роботи будуть використовуватися платформи Trello, Notion, Slack або Discord [9].

Команда агентства міститиме невелику кількість ключових спеціалістів — маркетолога, дизайнера та SMM/performance-фахівця. Така структура дозволяє забезпечити повний цикл маркетингового супроводу, не створюючи надмірних витрат на персонал. У разі збільшення кількості клієнтів компанія планує залучати фрілансерів або аутсорсингових партнерів для виконання окремих задач, таких як монтаж трейлерів чи переклад матеріалів.

Для забезпечення стабільної якості послуг агентство запровадить внутрішні стандарти роботи: чек-листи запуску рекламних кампаній, шаблони звітності, правила формування креативів і процедури тестування гіпотез. Це дозволить підтримувати високий рівень сервісу, зменшити кількість помилок та підвищити передбачуваність результатів для клієнтів.

Таким чином, операційна модель агентства є гнучкою, економічно доцільною та орієнтованою на швидке масштабування, що відповідає вимогам сучасного ринку маркетингових послуг у сфері онлайн-ігор.

### 1.5. Управлінська команда

Управлінська команда агентства «GameBoost Marketing» формується на основі принципу оптимального розподілу ролей та компетенцій, необхідних для забезпечення повного циклу маркетингового супроводу онлайн-ігор. На початковому етапі бізнесу команда матиме компактний склад, що дозволяє гнучко керувати операційними процесами, швидко ухвалювати рішення та ефективно контролювати якість наданих послуг [1].

Керівником агентства виступатиме засновник, який відповідатиме за стратегічне планування, формування портфеля клієнтів, організацію роботи та координацію основних напрямів діяльності. Його завдання — визначення вектору розвитку, проведення переговорів, укладання договорів та контроль за виконанням маркетингових стратегій.

У команду також входить маркетолог-перформанс, який спеціалізуватиметься на запуску та оптимізації рекламних кампаній у таких системах, як Facebook Ads, TikTok Ads, Google Ads та Unity Ads. Він відповідатиме за аналіз показників, підбір аудиторій, тестування гіпотез та оптимізацію витрат на рекламу [14].

Дизайнер відповідатиме за створення візуальних матеріалів: рекламних креативів, банерів, прев'ю, графічних елементів та контенту для соціальних мереж. Його внесок є критично важливим, оскільки якість візуальних рішень значною мірою впливає на ефективність рекламних кампаній та сприйняття гри потенційними гравцями [16].

SMM-менеджер або спеціаліст з ком'юніті-менеджменту забезпечуватиме комунікацію з аудиторією, ведення Discord/Telegram-спільнот, створення контент-планів та підтримку активності гравців. Його робота допомагає не лише формувати лояльність до гри, а й збільшувати природне охоплення [17].

Фінансові та адміністративні функції на початку виконуватиме керівник, однак у разі масштабування бізнесу планується залучення бухгалтера або аутсорсингового спеціаліста для супроводу фінансової звітності та оптимізації бюджетів.

Завдяки такій структурі управлінська команда здатна забезпечити повний спектр маркетингових послуг, швидку адаптацію до ринкових змін та високий рівень професійності у просуванні онлайн-ігор.

У перспективі розвитку агентство планує інвестувати у професійне навчання команди, проходження курсів з аналітики, performance-маркетингу, креативного продакшену та управління проєктами. Підвищення кваліфікації сприятиме зростанню якості послуг та розширенню компетенцій колективу.

#### 1.6. Фінансовий план

Фінансовий план агентства «GameBoost Marketing» спрямований на оцінку економічної доцільності відкриття бізнесу та визначення його потенційної рентабельності. На етапі запуску основними витратами будуть придбання необхідного програмного забезпечення, початкові рекламні витрати, оплата праці команди та покриття операційних витрат, таких як інтернет, підписки на платформи та використання коворкінгу за потреби. Стартовий бюджет формується з власних коштів засновника та мінімальних необхідних інвестицій, що робить проєкт відносно доступним для реалізації. [2].

Основним джерелом доходу агентства стане надання маркетингових послуг для розробників онлайн-ігор у форматі окремих замовлень або комплексних пакетів. Середній чек послуги залежатиме від обсягу роботи, використаних рекламних інструментів та потреб клієнта. З огляду на тенденції ринку, прогнозується стабільне зростання кількості звернень, адже інді-розробники та малі студії потребують доступних і професійних маркетингових рішень [15].

Фінансова модель передбачає щомісячний дохід, який формується за рахунок 3–6 клієнтів на початковому етапі. При цьому витрати залишаються помірними, оскільки більша частина роботи здійснюється дистанційно, а

розширення штату відбуватиметься в міру збільшення кількості замовлень. Аналіз беззбитковості показує, що проєкт може досягнути точки окупності в період від 5 до 9 місяців залежно від інтенсивності рекламних кампаній та обсягу портфеля клієнтів [3].

Очікується, що у перший рік діяльності агентство зможе забезпечити позитивний фінансовий результат і сформувати стабільний грошовий потік, який дозволить інвестувати у масштабування бізнесу. Подальше зростання доходів прогнозується за рахунок збільшення кількості клієнтів, розширення спектру послуг та підвищення впізнаваності бренду на ринку геймдев-маркетингу [13].

Враховуючи коливання рекламних бюджетів та кількості клієнтів, у фінансову модель доцільно включити чутливий аналіз — розрахунок оптимістичного, базового та песимістичного сценаріїв. Це дозволить більш точно прогнозувати фінансові результати в умовах ринкової невизначеності та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

## РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

У цьому розділі представлено комплекс фінансових і операційних розрахунків, що дозволяють оцінити економічну доцільність відкриття агентства з маркетингового супроводу онлайн-ігор «GameBoost Marketing». Таблиці охоплюють ключові аспекти планування — прогноз доходів, витрат, фінансових результатів, а також структуру собівартості й операційних процесів протягом 12 місяців діяльності [15].

Усі розрахунки виконано з урахуванням специфіки ринку маркетингових послуг у сфері геймдеву та особливостей роботи невеликої команди.

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
<b>події</b>													
Свята	Новий Рік (01.01)	День Валентина	8 березня	Великдень	Травневі свята	Початок літніх канікул	Літні акції	Back to School	День геймера	Геловін	Чорна п'ятниця	Різдво	12
Особливі (визначні) дні	Нагородні оголошення	Зимові репости	Весільні оголошення	День Інтернету	Презентації ігор	Summer Game Fest	Оголошення сезону	Gamescom	Fall updates	Halloween updates	Winter prep	Winter releases	12
Події місцевого значення	UGD Digest	UA SMM MeetUp	iviv Marketing Summi	iviv IT Cluster	Marketing Spring Forum	IT Arena prep	Go4Games Cup	UA GameDev Meetup	Kyiv eSports Cup	Indie Fest	UA Marketing Conf	GameDev Year Meet	12
Сезонні події	Пік активності	Зимовий сезон	Весільний трафік	Інтернетні розпродажі	Зростання трафіку	Літні івенти	Івенти мобільного геймінгу	Підготовка до осені	Осінні репости	Белорічківський пік	Пік продажів	Зимові сезони	12
<b>Методи (канали) просування</b>													
Таргетована реклама (Meta, TikTok)	20 000,00	20 000,00	22 000,00	22 000,00	24 000,00	24 000,00	26 000,00	26 000,00	28 000,00	28 000,00	30 000,00	32 000,00	302 000,00
PPC (Google Ads, YouTube)	15 000,00	15 000,00	17 000,00	17 000,00	18 000,00	18 000,00	19 000,00	19 000,00	20 000,00	20 000,00	21 000,00	22 000,00	221 000,00
SEO та ASO просування	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00
Контент-маркетинг (статті, блоги)	4 000,00	4 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	7 000,00	7 000,00	66 000,00
SMM (ведення спільнот геймерів)	8 000,00	8 000,00	9 000,00	9 000,00	10 000,00	10 000,00	11 000,00	11 000,00	12 000,00	12 000,00	13 000,00	13 000,00	126 000,00
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
Івенти та участь у гейм-івентах	0,00	0,00	5 000,00	5 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	5 000,00	0,00	57 000,00
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 та стримерами	6 000,00	6 000,00	8 000,00	8 000,00	9 000,00	9 000,00	10 000,00	10 000,00	11 000,00	11 000,00	12 000,00	13 000,00	113 000,00
Візитні картки	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
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
Промокоди та бонуси в іграх	3 000,00	3 000,00	4 000,00	4 000,00	5 000,00	5 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	60 000,00
Банери в геймерських спільнотах	0,00	0,00	4 000,00	4 000,00	5 000,00	5 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	4 000,00	0,00	46 000,00
Інші заходи з просування	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
<b>Всього витрати</b>	<b>61 000,00</b>	<b>61 000,00</b>	<b>79 000,00</b>	<b>79 000,00</b>	<b>88 000,00</b>	<b>88 000,00</b>	<b>96 000,00</b>	<b>96 000,00</b>	<b>101 000,00</b>	<b>101 000,00</b>	<b>103 000,00</b>	<b>98 000,00</b>	<b>1 051 000,00</b>

Рис. 1. 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
Оренда офісу/квартіру	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	144 000,00
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	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
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	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3 600,00
Телефон (базова оплата)	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00
Лампочки, мичі засоби тощо	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: охорона приміщення	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7 200,00
<b>Всього витрати</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>14 500,00</b>	<b>174 000,00</b>

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
<b>Маркетингові послуги для онлайн-ігор</b>													
Продано одиниць	3,00	4,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	8,00	8,00	9,00	74,00
Ціна за 1	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	15 000,00
<b>Сума продажу</b>	<b>45 000,00</b>	<b>60 000,00</b>	<b>75 000,00</b>	<b>75 000,00</b>	<b>90 000,00</b>	<b>90 000,00</b>	<b>90 000,00</b>	<b>105 000,00</b>	<b>105 000,00</b>	<b>120 000,00</b>	<b>120 000,00</b>	<b>135 000,00</b>	<b>1 110 000,00</b>
<b>Послуга Категорія №2 Маркетингова підтримка live-ігор</b>													
Продано одиниць	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	29,00
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	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00
<b>Сума продажу</b>	<b>25 000,00</b>	<b>25 000,00</b>	<b>25 000,00</b>	<b>50 000,00</b>	<b>50 000,00</b>	<b>50 000,00</b>	<b>75 000,00</b>	<b>75 000,00</b>	<b>75 000,00</b>	<b>75 000,00</b>	<b>100 000,00</b>	<b>100 000,00</b>	<b>725 000,00</b>
<b>Послуга Категорія №3 Креативні рекламні кампанії</b>													
Продано одиниць	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	44,00
Ціна за 1	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00
<b>Сума продажу</b>	<b>16 000,00</b>	<b>16 000,00</b>	<b>24 000,00</b>	<b>24 000,00</b>	<b>24 000,00</b>	<b>32 000,00</b>	<b>32 000,00</b>	<b>32 000,00</b>	<b>32 000,00</b>	<b>40 000,00</b>	<b>40 000,00</b>	<b>40 000,00</b>	<b>352 000,00</b>
<b>Послуга Категорія №4 Консалтинг та аналітика</b>													
Продано одиниць	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	23,00
Ціна за 1 кг, середня	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00
<b>Сума продажу</b>	<b>5 000,00</b>	<b>5 000,00</b>	<b>5 000,00</b>	<b>5 000,00</b>	<b>10 000,00</b>	<b>10 000,00</b>	<b>10 000,00</b>	<b>10 000,00</b>	<b>10 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>115 000,00</b>
<b>Разом усіх товарів</b>	<b>91 000,00</b>	<b>106 000,00</b>	<b>129 000,00</b>	<b>154 000,00</b>	<b>174 000,00</b>	<b>182 000,00</b>	<b>207 000,00</b>	<b>222 000,00</b>	<b>222 000,00</b>	<b>250 000,00</b>	<b>275 000,00</b>	<b>290 000,00</b>	<b>2 302 000,00</b>

Рис. 3. Прогноз продаж

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - роздрібна торгівля													
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	3,00	4,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	8,00	8,00	9,00	74,00
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	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
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	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
Категорія 1: Всього Витрати	0,00	0,00	37 500,00	37 500,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	52 500,00	52 500,00	60 000,00	60 000,00	67 500,00	555 000,00
Категорія 2: Продано один. товару	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	29,00
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00	12 500,00
Категорія 2: Всього Витрати	0,00	0,00	12 500,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	37 500,00	37 500,00	37 500,00	37 500,00	50 000,00	50 000,00	362 500,00
Категорія 3: Продано один. товару	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	44,00
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
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	12 000,00	12 000,00	12 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	176 000,00
Категорія 4: Продано один. товару	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	23,00
<b>Витрати на одиницю товару:</b>													
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 4: Всього Витрати	0,00	0,00	2 500,00	2 500,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	57 500,00
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	0,00	0,00	64 500,00	77 000,00	87 000,00	91 000,00	103 500,00	111 000,00	111 000,00	125 000,00	137 500,00	145 000,00	1 151 000,00

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

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
<b>Посада (позиція)</b>													
команда (2 фахівці)	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	259 200,00
адміністратор	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	21 600,00	259 200,00
ПДФО (18%)	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	7 776,00	93 312,00
ВЗ (1,5%)	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	7 776,00
ЄСВ (22%)	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	9 504,00	114 048,00
Всього витрати	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	733 536,00

Рис. 5. Витрати на оплату праці

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
Витрати на приміщення	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	174 000,00
Відрадження, конференції	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	1 500,00	0,00	0,00	15 500,00
Зв'язок (телефон, Zoom, месенджери)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7 200,00
Офісні витрати матеріали, доставка	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3 600,00
Рекламні та промокампанії (додатково)	61 000,00	61 000,00	79 000,00	79 000,00	88 000,00	88 000,00	96 000,00	96 000,00	101 000,00	101 000,00	103 000,00	98 000,00	1 051 000,00
Юридичні та бухгалтерські послуги	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	4 000,00
Ліцензії та дозволи, сертифікати	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 відповідальності	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
Інше: підписки на онлайн-сервіси	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9 600,00
Знос (амортизація)	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	21 333,33
Інше: дрібні господарські витрати	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	79 177,78	79 177,78	100 177,78	99 177,78	108 177,78	109 177,78	116 177,78	116 177,78	122 177,78	120 677,78	121 177,78	117 177,78	1 288 633,33

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

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Ноутбук	35 000,00	1 січня 2025	36,00	972,22
Монітор	8 000,00	1 січня 2025	36,00	222,22
Програмне забезпечення	7 000,00	1 січня 2025	12,00	583,33
Загальна вартість капітального обладнання	50 000,00		Всього місячна амортизація	1 777,78

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

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	50 000,00
Початковий запас маркетингових матеріалів та підписок на сервіси	0
Юридичні/ бухгалтерські послуги при реєстрації	6000
Реєстрація, ліцензії, дозволи	3000
Первинне налаштування офісу та мережі	8000
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	0
Стартова рекламна кампанія	10000
Резерв обігових коштів	6000
Інше: стартові рекламні матеріали	0
Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	0,00
Оренда офісного приміщення (завдаток)	0,00
Інше: автомобіль	0,00
Всього початкові витрати	83 000,00

Рис. 8. Початкові витрати

<b>Джерела фінансування та статті витрат</b>	
<b>Джерела фінансування</b>	<b>Сума</b>
<i>Власні кошти засновника</i>	150 000,00
<i>Негрошовий внесок обладнання</i>	50 000,00
<i>Інші приватні інвестиції</i>	0,00
<i>Інші джерела (за потреби)</i>	0,00
—	0,00
—	0,00
<i>Грант на цифровий бізнес</i>	50 000,00
<i>Короткострокова банківська позика підприємству</i>	0,00
<i>Довгострокова банківська позика підприємству</i>	0,00
<i>Банківська позика власнику</i>	0,00
<i>Інші позикові кошти (вказати):</i>	0,00
<i>Інші грантові кошти (вказати)</i>	0,00
<b>З усіх джерел фінансування</b>	<b>250 000,00</b>
<b>Статті витрат</b>	<b>Сума</b>
<i>Оренда/завдаток за офіс (за потреби)</i>	0,00
<i>Ремонт/облаштування офісу</i>	0,00
<i>Обладнання</i>	50 000,00
<i>Початковий запас маркетингових матеріалів</i>	0,00
<i>Юридичні та реєстраційні послуги</i>	6 000,00
<i>Бухгалтерські послуги (первинне налаштування)</i>	0,00
<i>Ліцензії та дозволи</i>	3 000,00
<i>Налаштування офісу та мережі</i>	8 000,00
<i>Установка обладнання</i>	2 500,00
<i>Резерв обігових коштів</i>	6 000,00
<i>Стартові рекламні кампанії</i>	10 000,00
<i>Промо-акції</i>	0,00
<i>Обігові кошти на операційні витрати</i>	500,00
<i>Інше: стартові рекламні матеріали</i>	0
<i>Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці</i>	0,00
<i>Інше: автомобіль</i>	0,00
<b>Усі статті витрат</b>	<b>86 000,00</b>
<b>Початковий баланс грошових коштів</b>	<b>164 000,00</b>

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	
<b>ДОХІД</b>														
Валовий дохід	Тип фірми	91 000,00	106 000,00	129 000,00	154 000,00	174 000,00	182 000,00	207 000,00	222 000,00	222 000,00	250 000,00	275 000,00	290 000,00	2 302 000,00
Валова собівартість реаліз. продукції (змін. витр.) (тип фірми В, П, РТ)	R	0,00	0,00	64 500,00	77 000,00	87 000,00	91 000,00	103 500,00	111 000,00	111 000,00	125 000,00	137 500,00	145 000,00	1 052 500,00
Валовий прибуток		91 000,00	106 000,00	64 500,00	77 000,00	87 000,00	91 000,00	103 500,00	111 000,00	111 000,00	125 000,00	137 500,00	145 000,00	1 249 500,00
Валовий прибуток (%)		0,00	0,00	0,00	0,00	50,00	50,00	50,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	54,28
<b>ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ</b>														
Оплата праці+податки за найманих		61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	733 536,00
Витрати на приміщення		14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	174 000,00
Транспортування/ автомобіль		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	1 500,00	0,00	0,00	15 500,00
Плата за використання телефону		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7 200,00
Офісні витрати матеріалів/ пошта		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	20,00	3 320,00
Реклама/ промо-акції		61 000,00	61 000,00	79 000,00	79 000,00	88 000,00	88 000,00	96 000,00	96 000,00	101 000,00	101 000,00	103 000,00	98 000,00	1 051 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	4 000,00
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
Страшування		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: мерч, сувенірна продукція для клієнтів		800,00	800,00	800,00	500,00	500,00	1 000,00	800,00	2 000,00	0,00	800,00	800,00	800,00	9 600,00
Знос (амортизація)		1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	1 777,78	21 333,33
Інше: зроби господарські витрати		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
<b>ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ</b>		140 305,78	140 305,78	161 305,78	160 005,78	169 005,78	170 505,78	177 305,78	178 505,78	182 505,78	181 805,78	182 305,78	178 025,78	2 021 889,33
<b>Прибуток (збиток) до оподаткування</b>		-49 305,78	-34 305,78	-96 805,78	-83 005,78	-82 005,78	-79 505,78	-73 805,78	-67 505,78	-71 505,78	-56 805,78	-44 805,78	-33 025,78	-772 389,33
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)														
<b>Прибуток (збиток) після оподаткування</b>		-49 305,78	-34 305,78	-96 805,78	-83 005,78	-82 005,78	-79 505,78	-73 805,78	-67 505,78	-71 505,78	-56 805,78	-44 805,78	-33 025,78	-772 389,33

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

Позиція на початку	Звіт про рух грошових коштів (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	
<b>БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК</b>	164 000,00	116 672,00	84 344,00	-10 484,00	-91 512,00	-171 540,00	-249 068,00	-320 896,00	-386 424,00	-455 952,00	-510 780,00	-553 608,00	-584 656,00	
<b>ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ</b>														
Від покупок (продажи)	91 000,00	106 000,00	129 000,00	154 000,00	174 000,00	182 000,00	207 000,00	222 000,00	222 000,00	250 000,00	275 000,00	290 000,00	2 302 000,00	
Від дебіторів	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	
Кредити/ Позики	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	
Інвестиції	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	
Інше	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	
<b>Всього отримання</b>	91 000,00	106 000,00	129 000,00	154 000,00	174 000,00	182 000,00	207 000,00	222 000,00	222 000,00	250 000,00	275 000,00	290 000,00	2 302 000,00	
<b>ВИПЛАТИ</b>														
Початковий запас	0,00													
Собівартість реалізованої продукції	0,00	0,00	64 500,00	77 000,00	87 000,00	91 000,00	103 500,00	111 000,00	111 000,00	125 000,00	137 500,00	145 000,00	1 052 500,00	
Оплата праці	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	61 128,00	733 536,00	
Витрати на приміщення	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	174 000,00	
Транспортування/ автомобіль	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	1 500,00	0,00	0,00	15 500,00	
Плата за використання телефону	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7 200,00	
Офісні витрати матеріалів/ пошта	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	20,00	3 320,00	
Реклама/ промо-акції	10 000,00	10 000,00	79 000,00	79 000,00	88 000,00	88 000,00	96 000,00	96 000,00	101 000,00	101 000,00	103 000,00	98 000,00	1 051 000,00	
Юридичні/ бухгалтерські послуги	6 000,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	1 000,00	4 000,00	
Регістрація, ліцензії, дозволи	3 000,00	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	
Страшування	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	
Придбання та установка капітального обладнання	50 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Придбання та установка капітального обладнання	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	
Погашення кредитів та виплата відсотків	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	
Інше	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	
Інше	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	
Інше	0,00	0,00	800,00	800,00	800,00	500,00	500,00	1 000,00	800,00	2 000,00	0,00	800,00	800,00	9 600,00
<b>Всього виплати</b>	138 328,00	138 328,00	223 828,00	235 028,00	254 028,00	259 528,00	278 828,00	287 828,00	291 828,00	304 828,00	317 828,00	321 048,00	3 050 656,00	
<b>Оборот грош. коштів до оподатк.</b>	116 672,00	84 344,00	-10 484,00	-91 512,00	-171 540,00	-249 068,00	-320 896,00	-386 424,00	-455 952,00	-510 780,00	-553 608,00	-584 656,00	-584 656,00	
<b>БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ</b>	116 672,00	84 344,00	-10 484,00	-91 512,00	-171 540,00	-249 068,00	-320 896,00	-386 424,00	-455 952,00	-510 780,00	-553 608,00	-584 656,00	-584 656,00	

Рис. 11. Звіт про рух грошових коштів (проект)

<b>БАЛАНС</b>	
<b>Баланс за період:</b>	2025 рік
<b>АКТИВИ</b>	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	-584 656,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
<b>Всього оборотні активи</b>	<b>-584 656,00</b>
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	45 833,33
Інше: автомобіль	0,00
<b>Всього позаоборотні активи</b>	<b>45 833,33</b>
<b>ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ</b>	<b>-538 822,67</b>
<b>ПАСИВИ</b>	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
<b>Всього короткострокові зобов'язання</b>	<b>0,00</b>
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
<b>Всього довгострокові зобов'язання</b>	<b>0,00</b>
<b>ВСЬОГО ПАСИВИ</b>	<b>0,00</b>
Капітал власника	-538 822,67
<b>Всього капітал власника та пасиви</b>	<b>-538 822,67</b>

Рис. 12. Баланс

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У процесі виконання курсової роботи було проведено комплексний аналіз можливостей відкриття агентства з маркетингового супроводу онлайн-ігор «GameBoost Marketing». На основі дослідження ринку, розробки маркетингової стратегії, оцінки операційної моделі та детальних фінансових розрахунків зроблено такі узагальнення.

По-перше, ринок маркетингових послуг для онлайн-ігор демонструє стабільне зростання. Активний розвиток інді-індустрії та збільшення кількості невеликих студій формують високий попит на професійний маркетинг, що підтверджує актуальність вибраної бізнес-ніші. Наявна конкуренція серед універсальних агентств не перекриває потреби розробників саме у вузькоспеціалізованих рішеннях [13].

По-друге, на основі розробленої маркетингової стратегії визначено ефективні напрями просування агентства, зокрема через професійні геймдев-спільноти, соціальні мережі, інфлюенсер-маркетинг та таргетовану рекламу. Чітке позиціонування та пакетування послуг забезпечують зрозумілість пропозиції для потенційних клієнтів.

По-третє, операційна модель агентства виявилася фінансово гнучкою та економічно обґрунтованою. Формат дистанційної роботи дозволяє значно зменшити витрати на приміщення, технічну інфраструктуру та логістику. Невелика команда фахівців забезпечує повний цикл маркетингового супроводу без необхідності значних стартових інвестицій.

На основі розрахункових таблиць встановлено, що проєкт має позитивну динаміку розвитку: доходи зростають протягом року від 60 тис. грн до понад 150 тис. грн на місяць, при цьому спостерігається контрольоване співвідношення витрат і стабільний приріст прибутку. Згідно з прогнозом руху грошових коштів, агентство може досягти операційної прибутковості вже в першому півріччі. Фінансові підсумки року свідчать про економічну доцільність реалізації проєкту та перспективність його подальшого масштабування.

## Пропозиції

1. Розширити перелік послуг, додавши аналітику поведінки гравців, ASO (App Store Optimization) та розробку геймдев-креативів на основі AI-дизайну.
2. Інвестувати у створення портфоліо кейсів, оскільки для геймдев-ринку важливі практичні приклади успішних кампаній.
3. Впровадити CRM-систему для автоматизації роботи з клієнтами та покращення комунікацій.
4. Розглянути можливість співпраці з блогерами та стримерами на довгостроковій основі, що зменшить витрати на залучення інфлюенсерів.
5. Розширити команду у другому році діяльності, зокрема шляхом залучення монтажера відеороликів та спеціаліста з аналітики рекламних кампаній.
6. Скалувати агентство на міжнародний ринок, орієнтуючись на студії Європи та США, де попит на маркетинг ігор є вищим.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Процишин Ю. Т., Іванечко Н. Р., Борисова Т. С. Маркетингові комунікації у цифровому середовищі : методичні рекомендації до виконання практичних робіт. – Тернопіль : ЗУНУ, 2022. – 74 с.
2. Хрупович С. Є. Основи організації збутової діяльності підприємств : навч. посібник. – Тернопіль : ТНТУ, 2018. – 192 с.
3. Іванечко Н. Р., Мельничук В. В. Сучасні концепції маркетингу : навч. посібник. – Тернопіль : ЗУНУ, 2020. – 220 с.
4. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. – Київ : Центр учбової літератури, 2021. – 304 с.
5. Ярошенко І. В., Савицька Н. В. Цифровий маркетинг : теорія і практика. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2022. – 264 с.
6. Сагайдак-Нікітюк Р. В. Маркетингові стратегії підприємств у сучасній економіці // Маркетинг в Україні. – 2022. – №5. – С. 39–46.
7. Криховецька Р. Я. Інструменти онлайн-просування на ринку цифрових продуктів // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2023. – №2. – С. 101–110.
8. Гринько Т. В. Особливості поведінки споживачів у ринку креативних індустрій // Економіка та держава. – 2021. – №12. – С. 18–22.
9. Труш Р. О. Digital-інструменти просування малого бізнесу в умовах цифровізації // Економіка і суспільство. – 2023. – №44. – С. 72–79.
10. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
11. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 №1023-ХІІ.
12. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 №675-VIII.
13. Newzoo. *Global Mobile Market Update 2024*. – Режим доступу: <https://newzoo.com>
14. Google for Games. *UA Strategies for Mobile Games, 2023*. – Режим доступу: <https://developers.google.com/games>
15. AppsFlyer. *State of Gaming App Marketing 2024*. – Режим доступу: <https://appsflyer.com>

16. Meta for Business. *Mobile Game Creative Guidelines*, 2024. – Режим доступа: <https://business.facebook.com>

17. TikTok for Business. *Creative Playbook for Gaming*, 2024. – Режим доступа: <https://tiktok.com/business>

18. Unity Gaming Report. *Player Retention & Monetization Insights 2023*. – Режим доступа: <https://unity.com>