

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

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

Студента групи МАРК-41

Білика Олександра

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 E- COMMERCE	5
1.1. Компанія та її продукти.....	5
1.2. Дослідження та аналіз ринку	5
1.3. Маркетинговий план.....	6
1.4. Операційний план	7
1.5. Управлінська команда	8
1.6 Фінансовий план	9
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ	10
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	18
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	20

ВСТУП

Стрімке зростання індустрії електронної комерції (e-commerce) в Україні та світі, спричинене цифровою трансформацією та зміною споживчих звичок, формує критичний попит на професійний та вузькоспеціалізований маркетинговий супровід. Успіх будь-якого інтернет-магазину — чи то великий маркетплейс, як Rozetka, чи нішевий інді-магазин — залежить не лише від асортименту та логістики, а й від ефективності онлайн-просування, конверсійної оптимізації та аналітики. Відсутність власного кваліфікованого маркетингового відділу у малих та середніх гравців e-commerce створює обґрунтовану потребу в аутсорсингових агенціях, які можуть забезпечити комплексний цикл просування.

Маркетинговий супровід e-commerce охоплює широкий спектр інструментів: від пошукової оптимізації (SEO), контекстної реклами (PPC) та налаштування Google Merchant Center до email-маркетингу, SMM та роботи з відгуками. В умовах високої конкуренції та постійної зміни алгоритмів рекламних платформ, лише глибока спеціалізація дозволяє досягати високих показників рентабельності інвестицій (ROI) для клієнтів. Саме тому відкриття агентства, сфокусованого виключно на e-commerce, є актуальною та високоперспективною бізнес-ідеєю.

Актуальність проєкту підсилюється економічними чинниками: зростання кількості внутрішніх онлайн-покупців, розвиток мобільної комерції та потреба українських підприємств у виході на міжнародні торговельні платформи (cross-border e-commerce). Цифровізація бізнес-процесів є одним із ключових елементів відновлення та розвитку економіки України, а якісний маркетинговий супровід стає каталізатором цього процесу.

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

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- проаналізувати ринок маркетингових послуг у сфері e-commerce та

оцінити попит;

- визначити цільові сегменти клієнтів (онлайн-магазинів) та їхні ключові потреби;
- розробити маркетингову стратегію для просування самого агентства;
- сформувати операційну модель надання послуг з акцентом на ефективності;
- охарактеризувати управлінську команду та її ключові компетенції;
- виконати фінансове обґрунтування проєкту та оцінити його очікувану рентабельність.

Методологічну основу роботи становлять засади стратегічного маркетингу, аналізу ринку цифрових послуг, конверсійної оптимізації та фінансового моделювання бізнес-проєктів. Емпірична база включає аналітичні матеріали про стан ринку електронної комерції в Україні та світі, дані рекламних платформ (Google, Meta), а також огляди сучасних маркетингових практик.

Таким чином, виконання курсової роботи дозволяє комплексно оцінити перспективи запуску вузькоспеціалізованого агентства та визначити його конкурентні переваги на динамічному ринку e-commerce.

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНТСТВА З МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ E-COMMERCE

1.1. Компанія та її продукти

Заплановане до відкриття агентство «EcomBoost Agency» спеціалізуватиметься на комплексному маркетинговому супроводі інтернет-магазинів та e-commerce проєктів. Основний фокус діяльності — підвищення конверсії, збільшення обсягу продажів та оптимізація вартості залучення клієнта (CAC) для середнього та малого бізнесу.

Агентство здійснюватиме діяльність у формі ФОП з групи, що є оптимальним для надання послуг. Місією компанії є трансформація інвестицій клієнтів у цифровий маркетинг у прогнозований та стабільний прибуток [12].

Основні послуги, що пропонуватимуться:

1. Performance Marketing (PPC). Налаштування та оптимізація Google Ads (Shopping, Search, Display, YouTube), Meta Ads.
2. SEO для e-commerce. Технічний аудит, оптимізація карток товарів, категорій та структури сайту для пошукових систем.
3. CRM-маркетинг. Налаштування автоматичних email-розсилок (брошені кошики, реактивація, upsell), інтеграція з CRM-системами.
4. Marketplace Management. Супровід та просування товарів на великих маркетплейсах (Rozetka, Prom.ua, Amazon).
5. Конверсійна Оптимізація (CRO). A/B тестування, аналіз UX/UI, впровадження рішень для підвищення відсотка покупок [15].

Унікальна торгова пропозиція (УТП) агентства: Глибока інтеграція аналітики (Google Analytics 4, Power BI) та пряма прив'язка результатів роботи до фінансових показників клієнта (ROAS, LTV). Агентство позиціонується не просто як виконавці рекламних кампаній, а як партнери з розвитку бізнесу.

1.2. Дослідження та аналіз ринку

Ринок e-commerce в Україні демонструє стійке зростання, попри

макроекономічні виклики. Згідно з дослідженнями, основними клієнтами, які потребують аутсорсингового маркетингового супроводу, є:

- Малі та середні онлайн-магазини (СМБ). Не мають бюджету на повний штат, але потребують високої експертизи.
- Виробники/дистриб'ютори. Починають розвивати власний e-commerce-канал і потребують швидкого запуску продажів.
- Нішеві магазини. Потребують спеціалізованих стратегій для залучення вузької аудиторії.

Аналіз конкурентного середовища: Ринок маркетингових агентств висококонкурентний. Більшість конкуруючих компаній є або великими digital-агентствами загального профілю, або невеликими SMM-студіями. Дефіцит спостерігається саме у вузькоспеціалізованих агенціях, які глибоко розуміють специфіку e-commerce: динамічне управління каталогами, проблеми брошених кошиків та роботу з товарними фід-файлами. Ця ніша дозволяє «EcomBoost Agency» виділитися [7].

Ключові ринкові тенденції:

1. Домінування мобільної комерції: Більшість трафіку та конверсій відбувається з мобільних пристроїв.
2. Зростання ролі маркетплейсів: Робота з Rozetka, Prom, Kasta вимагає окремих компетенцій.
3. Потреба в автоматизації: Використання AI-інструментів для генерації контенту, прогнозування попиту та автоматичного керування ставками у PPC.
4. керування ставками у PPC.

Ці тенденції підтверджують, що агентство, сфокусоване на високій аналітичній компетенції та конверсійній оптимізації, має великий потенціал для формування стабільної клієнтської бази [13].

1.3. Маркетинговий план

Маркетингова стратегія «EcomBoost Agency» спрямована на позиціонування компанії як експертного партнера у сфері збільшення продажів

e-commerce. Цільова аудиторія агентства: Власники та топ-менеджери. СМБ-e-commerce, які шукають зростання, а не просто ведення реклами.

Канали просування:

1. Контент-маркетинг. Публікація детальних кейсів успішного збільшення ROAS для клієнтів (без розкриття конфіденційних даних). Створення навчального контенту (вебінари, гайди) по роботі з Google Merchant Center, SEO для карток товарів тощо.

2. SEO та PPC для агентства. Оптимізація власного сайту під запити «маркетинг e-commerce», «PPC для інтернет-магазину». Запуск таргетованої реклами в LinkedIn та Meta на власників бізнесу.

3. Нетворкінг та партнерства. Активна участь у галузевих конференціях (наприклад, e-commerce конференції в Україні), партнерство з розробниками вебсайтів та CRM-систем для обміну лідами.

4. Експертність на маркетплейсах. Створення профілю експерта на платформах (наприклад, спільноти продавців Rozetka або Prom) для демонстрації знань у сфері Marketplace Management.

Цінова політика: Гнучкий підхід із поєднанням фіксованої плати за обслуговування (retainer) та бонусної частини, прив'язаної до KPI (наприклад, відсоток від досягнутого приросту продажів або ROAS). Це зміцнює довіру клієнтів і доводить орієнтацію агентства на результат.

1.4. Операційний план

Операційна модель базується на дистанційній роботі, що є стандартним для digital-агентств та забезпечує гнучкість і мінімізацію постійних витрат.

Ключові інструменти та інфраструктура:

- Аналітика. Google Analytics 4, Google Tag Manager, Google Data Studio (або Power BI) для візуалізації звітів.

- Реклама: Google Ads, Meta Ads Manager, Bing Ads.

- SEO: Ahrefs, Serpstat, Screaming Frog.

- Керування: CRM-система (HubSpot, PipeDrive або українські аналоги) для керування воронкою продажів агентства; та Asana/Trello для керування

проектами клієнтів.

Процес надання послуг (Service Delivery Pipeline):

1. Діагностика: Аудит поточного стану e-commerce проекту клієнта, аналіз конкурентів.
2. Стратегія: Розробка детального плану (SEO, PPC, CRO) із чіткими KPI.
3. Впровадження: Налаштування рекламних кампаній, оптимізація сайту, A/B-тестування.
4. Моніторинг та Оптимізація: Щоденний контроль метрик, щотижневі зустрічі з клієнтом, щомісячна детальна звітність з акцентом на ROI.

Операційна ефективність: Для забезпечення високої якості будуть впроваджені стандартизовані чек-листи для запуску PPC-кампаній, аудиту Google Merchant Center та протоколи комунікації. Це дозволить масштабувати бізнес без втрати якості обслуговування.

1.5. Управлінська команда

- На початковому етапі команда буде компактною, з чітким розподілом функціоналу, що забезпечує повний цикл супроводу e-commerce.
- Керівник/Засновник (Project Director). Відповідає за стратегію, продажі, укладання договорів та фінансовий контроль. Ключова компетенція: загальне розуміння ринку e-commerce та фінансового моделювання.
- PPC Specialist (Performance Lead). Відповідає за всі платні канали трафіку (Google Ads, Meta Ads), оптимізацію Shopping-кампаній та досягнення цільового ROAS.
- SEO & Content Specialist. Відповідає за органічний трафік, технічне SEO, оптимізацію структури та контенту (описи товарів, статті).
- Junior Manager/Analyst. Відповідає за збір та візуалізацію даних, підтримку CRM, комунікацію з клієнтами та підготовку звітів.

Для вузьких задач (наприклад, складний дизайн банерів або програмування тригерних розсилок) планується залучення перевірених фрілансерів. Така структура є гнучкою, економічно ефективною та дозволяє швидко реагувати на

потреби ринку e-commerce.

1.6 Фінансовий план

Фінансовий план оцінює економічну життєздатність агентства протягом першого року. Враховуючи вищий середній чек на комплексний e-commerce супровід, прогнозовані доходи будуть дещо вищими, ніж у попередньому прикладі. Стартовий капітал включає придбання річних підписок на SEO-софт (Ahrefs/Serpstat), початкові витрати на просування агентства та покриття перших місяців операційних витрат.

Джерела доходу:

Фіксована щомісячна абонентська плата за супровід (від 20 000 до 35 000 грн за клієнта) та одноразові платежі за налаштування кампаній/аудити.

Прогнозований середній чек:

Прийнято на рівні 25 000 грн/міс за комплексний супровід.

Ключові витрати:

Фонд оплати праці (ФОП), підписки на професійний софт, реклама самого агентства.

Аналіз беззбитковості:

Прогнозується, що точка беззбитковості (коли доходи покривають операційні витрати) буде досягнута при обслуговуванні 3-4 постійних клієнтів. За оптимістичним сценарієм, це станеться на 4-й місяць діяльності. Подальший розвиток дозволить інвестувати у розширення команди та технологічної бази.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

У цьому розділі представлено комплекс фінансових і операційних розрахунків для оцінки економічної доцільності відкриття агентства «EcomBoost Agency». Всі розрахунки виконано з урахуванням специфіки ринку e-commerce та орієнтовані на досягнення прибутковості протягом першого року діяльності.

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	5	3	1	1	2	1	2	0	2	1	1	0	19
Особливі (визначні) дні	4,00	3,00	1,00	4,00	1,00	1,00	0,00	2,00	2,00	2,00	1,00	0,00	21,00
Події місцевого значення	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00
Сезонні події	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,00
Методи (канали) просування													
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, блог)	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
Попірафічна 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 (вказати які)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	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

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

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 офісу/квотрині	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	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
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
Всього витрати	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	234 000,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

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
Маркетингові послуги для онлайн-ігор													
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
Сума продажу	45 000,00	60 000,00	75 000,00	75 000,00	90 000,00	90 000,00	90 000,00	105 000,00	105 000,00	120 000,00	120 000,00	135 000,00	1 110 000,00
Послуга Категорія №2 Маркетингова підтримка live-ігор													
Продано одиниць	3,00	4,00	4,00	5,00	6,00	7,00	7,00	8,00	8,00	9,00	9,00	10,00	80,00
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
Виручка	75 000,00	100 000,00	100 000,00	125 000,00	150 000,00	175 000,00	175 000,00	200 000,00	200 000,00	225 000,00	225 000,00	250 000,00	2 000 000,00
Послуга Категорія №3 Креативні рекламні кампанії													
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
Сума продажу	16 000,00	16 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	352 000,00
Послуга Категорія №4 Консалтинг та аналітика													
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
Сума продажу	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	115 000,00
Разом усіх товарів	141 000,00	181 000,00	204 000,00	229 000,00	274 000,00	307 000,00	307 000,00	347 000,00	347 000,00	400 000,00	400 000,00	440 000,00	3 577 000,00

Рис. 3. Прогноз продаж

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
Витрати на одиницю товару:													
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	3,00	4,00	4,00	5,00	6,00	7,00	7,00	8,00	8,00	9,00	9,00	10,00	80,00
Витрати на одиницю товару:													
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	50 000,00	62 500,00	75 000,00	87 500,00	87 500,00	100 000,00	100 000,00	112 500,00	112 500,00	125 000,00	1 000 000,00
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
Витрати на одиницю товару:													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00
Категорія 3: Всього Витрати	0,00	0,00	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
Витрати на одиницю товару:													
Товар (на реалізацію)	0,00	0,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00
Всього витрати на один. товару	0,00	0,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00	2 500,00
Категорія 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	102 000,00	114 500,00	137 000,00	153 500,00	153 500,00	173 500,00	173 500,00	200 000,00	200 000,00	220 000,00	1 788 500,00

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
Посада (позиція)													
<i>Project Director</i>	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	41 500,00	498 000,00
<i>PPC Specialist</i>	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	31 500,00	378 000,00
<i>SEO Specialist</i>	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	29 500,00	354 000,00
<i>Junior Analyst</i>	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	234 000,00
ЄСВ (22%)	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	18 260,00	219 120,00
Всього витрати	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	140 260,00	1 683 120,00

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	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	19 500,00	234 000,00
Software subscriptions	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	96 000,00
Advertising agency promo	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	120 000,00
Internet & utilities	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	18 000,00
Misc expenses	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	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	43 777,78	43 777,78	44 777,78	43 777,78	43 777,78	44 777,78	43 777,78	43 777,78	44 777,78	43 777,78	43 777,78	44 777,78	1 556 333,33

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
<i>Придбання та установка капітального обладнання</i>	50 000,00
<i>Laptop (2 pcs)</i>	60000
<i>CRM setup</i>	15000
<i>Website development</i>	20000
<i>Первинне налаштування офісу та мережі</i>	8000
<i>Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)</i>	0
<i>Стартова рекламна кампанія</i>	10000
<i>Резерв обігових коштів</i>	6000
<i>Інше: стартові рекламні матеріали</i>	0
<i>Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці</i>	0,00
<i>Оренда офісного приміщення (завдаток)</i>	0,00
<i>Інше: автомобіль</i>	0,00
Всього початкові витрати	169 000,00

Рис. 8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	Сума
<i>Власні кошти засновника</i>	150 000,00
<i>Owner Investment</i>	100 000,00
<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 гарантовані кошти (вказати)</i>	0,00
З усіх джерел фінансування	300 000,00
Статті витрат	Сума
<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>	60 000,00
<i>Юридичні та реєстраційні послуги</i>	15 000,00
<i>Бухгалтерські послуги (первинне налаштування)</i>	0,00
<i>Ліцензії та дозволи</i>	20 000,00
<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
Усі статті витрат	172 000,00
Початковий баланс грошових коштів	128 000,00

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

БАЛАНС	
Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	324 300,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	324 300,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	45 833,33
Інше: автомобіль	0,00
Всього позаоборотні активи	45 833,33
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	370 133,33
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	370 133,33
Всього капітал власника та пасиви	370 133,33

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У процесі виконання курсової роботи було розроблено та економічно обґрунтовано проєкт відкриття агентства «EcomBoost Agency», що спеціалізується на маркетинговому супроводі e-commerce. На основі аналізу ринку, розробки стратегії та фінансового моделювання зроблено такі узагальнення.

По-перше, ринок електронної комерції в Україні та потреба в аутсорсингу професійних маркетингових послуг є високою та зростаючою.

СМБ-сегмент e-commerce має критичну потребу у вузькоспеціалізованій експертизі (SEO, PPC, CRO), що дозволяє новому агентству ефективно конкурувати з універсальними digital-студіями. Актуальність підтверджується зростанням мобільної комерції та впливом великих маркетплейсів.

По-друге, розроблена маркетингова стратегія агентства, заснована на контент-маркетингу, експертності та прозорій ціновій політиці (Revenue Share), забезпечує формування довіри та стабільний потік клієнтів. Чітке позиціонування як партнера, орієнтованого на ROI, є ключовою конкурентною перевагою.

По-третє, операційна модель агентства є гнучкою, економічно ефективною та адаптованою до дистанційної роботи. Компактна команда ключових фахівців забезпечує повний цикл супроводу, мінімізуючи накладні витрати.

На основі розрахункових таблиць встановлено, що проєкт має високу фінансову життєздатність. При досягненні 10 постійних клієнтів (Таблиця 1, Грудень) місячний дохід становить 250 000 грн. Точка беззбитковості досягається вже на 3-й місяць роботи, а загальний фінансовий результат за перший рік діяльності (Прибуток) прогнозується на рівні 658 600 грн. Це підтверджує економічну доцільність та високу рентабельність реалізації бізнес-проєкту.

Пропозиції

- Поглиблення спеціалізації. Додати окрему послугу з оптимізації продажів на великих маркетплейсах (Rozetka, Prom), використовуючи вузькі

знання цих платформ.

- Інвестиції в AI/Автоматизацію. Впровадити системи автоматизованого керування ставками у PPC та AI-інструменти для генерації варіантів рекламних креативів, що підвищить операційну ефективність.
- CRO-Аудит як флагманська послуга. Розробити стандартизований, високоякісний та платний CRO-аудит (аудит конверсії), який буде точкою входу для залучення нових клієнтів.
- Експансія на Cross-Border E-commerce: . Орієнтувати частину маркетингової стратегії на українські e-commerce компанії, які планують вихід на міжнародні платформи (Amazon, Etsy, eBay).
- Створення освітньої бази. Регулярно проводити безкоштовні вебінари/майстер-класи для СМБ-сегменту, що підвищить впізнаваність та забезпечить стабільний потік лідів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Процишин Ю. Т., Іванечко Н. Р., Борисова Т. С. Маркетингові комунікації у цифровому середовищі : методичні рекомендації. – Тернопіль : ЗУНУ, 2022. – 78 с.
2. Хрупович С. Є. Основи організації збутової діяльності підприємств : навч. посібник. – Тернопіль : ТНТУ, 2018. – 205 с.
3. Іванечко Н. Р., Мельничук В. В. Сучасні концепції маркетингу : навч. посібник. – Тернопіль : ЗУНУ, 2020. – 230 с.
4. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетинг підприємства : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2021. – 312 с.
5. Ярошенко І. В., Савицька Н. В. Цифровий маркетинг : теорія і практика. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2022. – 271 с.
6. Сагайдак-Нікітюк Р. В. Маркетингові стратегії підприємств у сучасній економіці // Маркетинг в Україні. – 2022. – №5. – С. 33–47.
7. Криховецька Р. Я. Інструменти онлайн-просування на ринку цифрових продуктів // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2023. – №2. – С. 95–118.
8. Гринько Т. В. Особливості e-commerce в Україні та світі // Економіка та держава. – 2021. – №12. – С. 12–25.
9. Труш Р. О. Digital-інструменти просування e-commerce в умовах цифровізації // Економіка і суспільство. – 2023. – №44. – С. 68–85.
10. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
11. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 №1023-XII.
12. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 №675-VIII.
13. EVO. Аналітика ринку e-commerce в Україні за 2024 рік. – Режим доступу: <https://evo.business>
14. Google. Посібник із використання Google Merchant Center для інтернет-магазинів, 2024. – Режим доступу: <https://support.google.com>
15. AppsFlyer. Звіт про стан мобільної комерції в Європі, 2024. – Режим доступу: <https://appsflyer.com>

16. Retailers.ua. Основні тренди розвитку українського ритейлу та e-commerce, 2024. – Режим доступу: <https://retailers.ua>