Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:
«Проєкт рішення із відкриття нового виду бізнесу (email-маркетинг агентство) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-41
Захарової Тамари
Науковий керівник: кандидат економічних наук,
доцент Іванечко Н. Р.

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка: ECTS _____
Члени комісії: _____ _____
_____ _____
_____ _____

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП……...……..3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ EMAIL-МАРКЕТИНГ АГЕНТСТВА……5
1.1. Компанія та послуги …….....5
1.2. Дослідження та аналіз ринку…….……...……..7
1.3. Маркетинговий план…….……11
1.4. Операційний план…….……..13
1.5. Управлінська команда……15
1.6. Фінансовий план……..……..16
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ…….…….……....…….18
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ …….……...……...……24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……...……..……26

ВСТУП

Сучасний український бізнес стоїть перед вирішальним викликом: більшість малих підприємств усвідомлюють важливість email-маркетингу як каналу комунікації з клієнтами, але не мають ресурсів або експертизи для його запуску. На тлі зростання e-commerce зростання digital-реклами в Україні, email-маркетинг залишається недоступним для новачків. Традиційні агенції пропонують дорогі абонентські рішення, а самостійне налаштування вимагає глибоких технічних знань. Це створює нішу на ринку для спеціалізованої агенції, яка пропонуватиме простий, доступний та результат-орієнтований пакет послуг із готовими автоматизованими воронками для малого бізнесу.

Метою проєкту є розробка бізнес-плану для агенції email-маркетингу «Листи тут», яка надаватиме комплексні послуги з налаштування автоматизованих email-воронок «під ключ» для новачків у маркетингу. У процесі роботи передбачається визначити ринкові можливості, розрахувати фінансові показники, оцінити конкурентні переваги та розробити операційну та маркетингову стратегію для успішного входження на ринок.

Завданнями проєкту є:

- провести аналіз ринку email-маркетингу в Україні, зокрема визначити попит на послуги автоматизації для малих бізнесів, оцінити конкуренцію від вже існуючих агенцій;
- розробити маркетингову стратегію для компанії, визначити цільові сегменти клієнтів (стартапи, фізичні особи-підприємці, малий бізнес), канали залучення та способи позиціонування;
- розрахувати фінансові показники бізнесу, включаючи прогнози доходів, витрат та період окупності стартових інвестицій;
- описати операційну структуру компанії, процес надання послуг, вимоги до команди та планування розвитку.

Наукову базу роботи складають теоретичні та практичні дослідження у сфері email-маркетингу, автоматизації маркетингових процесів, стратегій залучення клієнтів та управління малим бізнесом, які базуються на працях науковців та практиків у галузі маркетингу, в тому числі дослідженнях ефективності email-кампаній та тригерних воронок.

Методологічною основою проєкту є методи фінансового аналізу та прогнозування, дослідження ринку та конкурентного середовища, аналіз потреб цільової аудиторії та оцінка ризиків.

Емпіричну базу роботи складають дані про обсяг та тенденції ринку email-маркетингу в Україні та світі, інформація про конкуруючі агенції та їхні послуги, статистичні показники про попит на email-послуги серед малого бізнесу, результати досліджень щодо ROI email-маркетингу та ефективності автоматизованих воронок, а також фінансові прогнози, розраховані на основі реальних ринкових даних та консервативних припущень про темп росту компанії.

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ EMAIL-МАРКЕТИНГ АГЕНТСТВА

1.1. Компанія та послуги

Компанія «Листи тут» — це спеціалізоване агентство email-маркетингу, що працюватиме у галузі цифрових маркетингових послуг (Digital Marketing Services). Агентство спеціалізуватиметься виключно на створенні та налаштуванні автоматизованих email-воронок «під ключ» для малого бізнесу, який прагне запустити email-канал як новий напрямок комунікації з клієнтами.

Глобальний ринок email-маркетингу демонструє стрімке зростання: у 2024 році його обсяг склав 9,34 млрд доларів США, а до 2029 року очікується зростання до 19,43 млрд доларів із середньорічним темпом приросту 15,7% [1]. За даними Serpstat, В Україні ринок діджитал маркетингу, частиною якого є email-маркетинг, у 2024 році досяг обсягу 18 млрд грн, що на 24% більше порівняно з 2023 роком, при цьому український онлайн-бізнес демонструє одні з найвищих показників зростання у світі — до 200% [2]. Це свідчить про значний потенціал для розвитку email-маркетингових послуг і на вітчизняному ринку.

Компанія «Листи тут» пропонуватиме єдину комплексну послугу — створення та налаштування пакету автоматизованих тригерних email-ланцюгів «під ключ». Це означає, що клієнт отримує повністю готову систему автоматичних email-воронок, яка працюватиме без постійного втручання, генеруючи продажі та підтримуючи зв'язок із клієнтами в автоматичному режимі.

Послуга включатиме:

- Аналіз бізнес-потреб клієнта. Дослідження специфіки бізнесу замовника, його продуктів чи послуг, а також аналіз цільової аудиторії клієнта.
- Розробка тригерних ланцюгів. Створення автоматизованих послідовностей листів, що активуються певними діями користувача

(тригерами). Тригерні листи — це автоматичні розсилки, які активуються певною дією користувача, наприклад, реєстрацією, додаванням товару в кошик без подальшої купівлі чи тривалою неактивністю [3].

- Копірайтинг. Написання текстів для всіх листів із урахуванням специфіки бізнесу клієнта, його tone of voice та особливостей цільової аудиторії.
- HTML-верстка листів. Створення адаптивних шаблонів листів, що коректно відображаються на різних пристроях.
- Технічне налаштування. Налаштування домену (верифікація, DNS-записи SPF, DKIM, DMARC), інтеграція ланцюгів із платформою email-маркетингу клієнта (Mailchimp, SendPulse, eSputnik тощо), налаштування тригерів, умов та затримок між листами.
- Бонусний матеріал. Кожен клієнт отримуватиме чек-лист або покрокову інструкцію з управління налаштованими ланцюгами: як моніторити ефективність, вносити зміни в тексти, додавати нові сегменти та оптимізувати результати.

До пакету входитимуть три основні типи воронок, які можуть видозмінюватися під потреби клієнта:

- Онбордингова (вітальна) серія. Послідовність із 3–5 листів, що надсилаються протягом 1–2 тижнів після реєстрації чи підписки.
- Активаційна серія. Ланцюг листів для повернення користувачів, які провзаємодіяли з продуктом, але не завершили покупку.
- Реактиваційна серія. Листи для повернення неактивних підписників та/чи клієнтів.

Послуги компанії надаватиме фізична особа-підприємець 2 групи та найманий працівник. Згідно з чинним законодавством України, ФОП 2 групи може мати не більше 10 найманих працівників на умовах трудового договору.

Максимальний допустимий розмір річного доходу для ФОП другої групи становить 834 мінімальних заробітних плат (8 тис. грн у 2025 році). Розмір

єдиного податку складає 20% від мінімальної заробітної плати щомісяця, а єдиний соціальний внесок — 22% від мінімальної заробітної плати. Така організаційно-правова форма є оптимальною для невеликого сервісного бізнесу, що надає послуги іншим суб'єктам підприємництва.

1.2. Дослідження та аналіз ринку

Цільовою аудиторією компанії «Листи тут» є нові та недосвідчені бізнеси, які потребують послуг з налаштування автоматизованих email-ланцюгів, але не мають внутрішніх ресурсів для їх створення.

Клієнтів можна розділити на такі сегменти:

1. Соло-підприємці та фізичні особи-підприємці. Одноосібні власники онлайн-бізнесів, консультанти, тренери, що пропонують послуги в Інтернеті. Потреби: створення простої, але ефективної системи комунікації з клієнтами, побудова довіри та збільшення повторних продажів за допомогою автоматизованих листів, вирішення задач самостійно без найму додаткового персоналу.

2. Стартапи та молоді e-commerce проєкти на ранніх етапах розвитку, малі підприємства без email-маркетолога в штаті. Компанії, що вже мають стабільний бізнес (локальні магазини з онлайн-каналом, невеликі SaaS-стартапи, сервісні компанії), але не мають виділеного спеціаліста з email-маркетингу. Потреби: делегування завдання з email-автоматизації, доступ до експертизи за розумну ціну, запуск email-каналу без необхідності найму штатного email-маркетолога.

Основа прийняття рішення про покупку для цільової аудиторії — це вартість послуги (через обмежені маркетинг бюджети) та результат — готове рішення, яке одразу працює без додаткових вкладень та/чи необхідності платити за послуги агенції щомісяця.

Географія ринку. Послуги агенції «Листи тут» орієнтовані на Україну, а не на конкретне місто чи регіон. Це рішення логічне з кількох причин: по-

перше, email-маркетингові послуги не залежать від географічної локації агенції чи клієнта. Компанія може надавати послуги клієнтам з будь-якого міста України в рамках віддаленої роботи, використовуючи цифрові канали комунікації (email, Zoom, Slack). По-друге, орієнтація на національний ринок дозволяє охопити більшу аудиторію потенційних клієнтів, ніж локальна присутність.

Розмір та динаміка ринку. Ринок email-маркетингу в Україні розвивається з позитивною динамікою. За прогнозами, витрати на email-рекламу в Україні дорівнюють 10,76 млн доларів США у 2025 році та очікується зростання до 14,0 млн доларів США до 2030 року з середньорічним темпом приросту 5,41% [4].

Варто зазначити, що ринок email-маркетинг агенцій України є високо конкурентним, з умовним поділом на великі digital marketing агенції та менші компанії, які спеціалізуються саме на email-маркетингу.

Livepage — українська digital-агенція з понад 13-річним досвідом, що спеціалізується на B2B-маркетингу. Livepage надає комплексні послуги, включаючи SEO, PPC, email-маркетинг, лінкбілдинг та веб-розробку [5]. Сильні сторони: багаторічна репутація, сертифікація Google Premier Partner, комплексний підхід, білий лейбл-послуги. Слабкі сторони: орієнтація в основному на B2B та великі бюджети; послуги для малих бізнесів можуть бути недоступними; немає ціни, опублікованої на сайті, що означає вищі пороги входу.

eSputnik — українська платформа для багатоканальної комунікації (email, SMS, Viber, push-сповіщення). Це не агенція, а SaaS-платформа для самостійної роботи, але вона пропонує консультаційні послуги на основі щомісячної/щорічної оплати [6]. Сильні сторони: всіх своїх клієнтів вони ведуть на своїй платформі, функціонал їм добре знайомий, що дозволяє використовувати усі можливості платформи. Слабкі сторони: прив’язка виключно до однієї платформи.

IMPRO Email Agency — український email-маркетингова агенція. Спеціалізується на email та SMS маркетингу для e-commerce бізнесів. Послуги включають: email-стратегію, розробку шаблонів, управління кампаніями, автоматизацію, аналітику [7]. Сильні сторони: висока спеціалізація виключно на email; команда має копірайтерів з США та Канади; довгостроковий підхід до роботи з клієнтами. Слабкі сторони: орієнтація в основному на великі e-commerce проєкти; відсутність інформації про ціни на сайті.

Roman.ua — агенція performance-маркетингу. Спеціалізується на email-маркетингу, PPC та веб-аналітиці для B2B та e-commerce [8]. Сильні сторони: досвід з 2008 року; статус #1 MailChimp експерта в Україні. Слабкі сторони: фокус здебільшого на B2B та великі проєкти; менша орієнтація на новачків; складність входу для молодих стартапів.

EmailConsulting — українське агентство, яке спеціалізується на email-маркетингу для B2B та B2C. Сильні сторони: персональний підхід, українськомовна комунікація (українська версія сайту). Слабкі сторони: мала видимість на ринку; обмежена команда; менше кейсів та проектів.

Основні недоліки наявних пропозицій:

- Більшість агенцій фокусуються на довгострокове партнерство, а не на одноразове налаштування. Клієнти змушені платити абонентську плату.
- Відсутність прозорої цінової політики — ціна за послуги розраховується індивідуально і лише після консультації.
- Відсутність навчального компоненту — клієнти звичайно отримують готове рішення, але не отримують знань для подальшого самостійного управління та оптимізації систем.

Агенція «Листи тут» матиме потенціал завоювати частку ринку завдяки унікальним конкурентним перевагам. Унікальна торгова пропозиція (УТП) агенції «Листи тут»:

- Вузька спеціалізація. Компанія фокусується виключно на автоматизованих тригерних ланцюгах і не займається промо-розсилками чи

регулярними newsletter-кампаніями, що дозволяє досягти глибокої експертизи у своїй ніші.

- Одноразова послуга замість підписки. Агенція працюватиме за підходом: «налаштували — працює», на відміну від інших агентств, що пропонують постійний супровід за абонентську плату. Клієнт «Листи тут» оплачує створення та налаштування воронок, які далі працюють автономно, генеруючи продажі без додаткових витрат на обслуговування.
- Спеціально для новачків. Послуга орієнтована на бізнеси без досвіду в email-маркетингу. Клієнту не потрібно розумітися на технічних аспектах, він отримує повністю готове рішення та матеріали для самостійного управління.
- Навчання для самостійного управління. На відміну від конкурентів, компанія передає знання клієнтам через чек-листи та інструкції, що збільшує цінність послуги.
- Конкурентна ціна. Модель одноразової прозорої оплати за налаштування дешевша, ніж абонентські послуги великих агенцій.

Прогноз обсягів реалізації. За перший рік роботи агенція «Листи тут» прогнозує залучити 50 клієнтів з вартістю пакета 15,000 гривень, що дасть річний дохід 750,000 гривень. Протягом другого року завдяки побудові репутації та рекомендаціям клієнтів, очікується зростання до 100 клієнтів з вартістю пакета 15,000 гривень, що становить дохід до 1,500,000 гривень на рік. Команда з двох осіб здатна обробити 80–100 проєктів на рік, прогноз базується на реалістичному темпі росту 50–200% від першого року, що відповідає динаміці розвитку малих email-агенцій в Україні [10].

Зазначені обсяги конкурентні порівняно з абонентськими сервісами та відповідають купівельній спроможності цільової аудиторії — малих бізнесів та стартапів, які генерують 64% доданої вартості в українській економіці [11].

1.3. Маркетинговий план

Маркетингова філософія компанії «Листи тут» базується на принципі доступності та простоти для новачків у email-маркетингу. На відміну від великих агенцій, що орієнтуються на довгострокове партнерство, компанія пропонує мінімальний гарантований результат — базовий набір трьох автоматизованих воронок, з яким малий бізнес може безпечно стартувати та бачити результати одразу.

На ранніх етапах основна увага приділяється стартапам, фізичним особам-підприємцям та малим бізнесам без маркетингового відділу, які знаходяться на пошуках простого рішення для запуску email-каналу. Ці клієнти мають потреби - відсутність часу та бюджету для найму штатного маркетолога, непевність щодо технічних аспектів та потреба в гарантованому результаті. Компанія вирішує ці болі через пакетний підхід та навчальний компонент.

На наступних етапах розвитку компанія планує розширити пропозицію, створюючи додаткові модулі (SMS-ланцюги, вдосконалені сегментації, інтеграція з CRM) для бізнесів, що вже мають базовий досвід з email-автоматизацією.

Політика ціноутворення компанії орієнтована на баланс між доступністю для цільової аудиторії та прибутковістю агенції.

Ціна послуги 15,000 гривень за повний пакет налаштування трьох автоматизованих воронок (онбордингова + активаційна + реактиваційна) з включенням копірайтингу, HTML-верстки, технічного налаштування та навчального матеріалу встановлена на основі часу розробки, конкурентного аналізу та купівельної спроможності цільової аудиторії.

На ринку України більшість агенцій пропонують абонентські рішення без гарантії результату для новачків. Агенції не публікують прозорі ціни, вимагаючи індивідуального розрахунку. Цінова модель компанії «Листи тут» вирізняється прозорістю та орієнтацією на одноразову плату, що робить послугу передбачуваною для малого бізнесу.

Компанія використовуватиме омніканальну модель продажів без значних витрат, спираючись на низько кошторисні та безкоштовні канали взаємодії з клієнтами:

1. Безкоштовний органічний маркетинг через соціальні мережі

Засновник компанії будуватиме персональний бренд як експерта з email-маркетингу через LinkedIn та Instagram, створюючи контент про переваги email-автоматизації, кейси та практичні поради для новачків. LinkedIn буде основною платформою для B2B-аутричу, оскільки саме там знаходиться цільова аудиторія — власники малих бізнесів. На Instagram та Facebook компанія розмістить портфоліо кейсів та короткі освітні відео про налаштування email-воронок.

2. LinkedIn Outreach та прямі контакти

Команда проводитиме персоналізовану розсилку пропозицій потенційним клієнтам через LinkedIn, з фокусом на власників стартапів, малих бізнесів та фрілансерів.

3. Монетизація через фріланс-платформи

На початковому етапі розвитку агенція розмістить пропозиції послуг на Upwork, Freelancer.com.ua та Truelancer.com, де спеціалізовані послуги з email-маркетингу мають постійний попит. Платформи забезпечують видимість для клієнтів, які активно шукають послуги, хоч комісія платформи становить 20–30%, але дозволяє агенції швидко набрати перших клієнтів та отримати відгуки.

4. Простий веб-сайт з інструкціями для самостійної роботи

Побічно компанія розвиватиме веб-сайт з безкоштовним контентом — чек-листами, шаблонами, гайдами з email-маркетингу, які будуть оптимізовані для органічного пошуку (SEO). Це привабить потенційних клієнтів через Google та допоможе у довгостроковій генерації лідів.

Агенція виділяє 23,000 гривень на рік на маркетингові витрати, насамперед на таргетовану рекламу в соціальних мережах.

На Facebook/Instagram таргетовану рекламу закладено 23,000 гривень (з розподілом у 6,000 грн на перший місяць роботи та 1,500 гривень на місяць на наступні протягом року). Це дозволить запустити 2–3 цільові кампанії на місяць з фокусом на власників e-commerce та стартапів.

Враховуючи найкращі практики для малих B2B-агенцій, прогнозується залучення 40–60 лідів на рік через платну рекламу, з конверсією 30–40% в платні замовлення (12–24 контрактів на рік).

Органічні канали (LinkedIn, веб-сайт, рекомендації) матимуть додатковий вплив, забезпечуючи додаткові 20–40 контрактів.

1.4. Операційний план

Агенція «Листи тут» працюватиме як розподілена віддалена команда без офісного приміщення. Це рішення має ряд стратегічних переваг: по-перше, email-маркетингові послуги можуть надаватися з будь-якого місця завдяки цифровизації усього робочого процесу. По-друге, позбавлення від офісних витрат (оренда, комунальні платежі, меблі) дозволяє спрямувати ресурси на розвиток послуг та маркетинг.

Робота з клієнтами здійснюватиметься виключно онлайн через email, Zoom, Slack та інші цифрові канали.

Компанія не орендуватиме офісне приміщення. Члени команди працюватимуть з дому або коворкінгів за потребою.

З обладнання, кожен член команди матиме персональний комп'ютер або ноутбук з операційною системою Windows/Mac.

Програмне забезпечення, яке буде використано для управління командою:

- Проектний менеджмент: Trello (безплатна версія).
- Комунікація: Slack (безплатна базова версія) або Telegram/Viber для оперативних питань.

- Колаборація та файлообмін: Google Drive або Dropbox (безплатні версії).

Процес налаштування автоматизованих email-воронок складається з п'яти ключових етапів.

Етап 1. Брифінг та аналіз бізнесу.

Команда збирає детальну інформацію про бізнес клієнта: цільову аудиторію, поточні потреби, наявні техніки комунікації, технічні можливості (яку платформу він використовує для email). На цьому етапі узгоджуються очікування та кінцевий результат.

Етап 2. Розробка стратегії ланцюгів.

Маркетолог розробляє архітектуру трьох основних воронок: онбордингова серія, активаційна (покинутий кошик) та реактиваційна. Визначаються тригери, затримки, кількість листів та послідовність.

Етап 3. Копірайтинг та верстка.

Маркетолог створює тексти для кожного листа у воронці з урахуванням brand voice та цільової аудиторії. Маркетолог одночасно готує адаптивні шаблони листів, які коректно відображаються на мобільних та настільних пристроях.

Етап 4. Технічне налаштування та тестування.

Маркетолог налаштовує ланцюги у платформі клієнта (SendPulse, eSputnik тощо), встановлює тригери, тестує послідовність, перевіряє що листи надсилаються в правильному порядку та вчасно. Проводяться тести на всіх основних email-клієнтах (Gmail, Outlook, Apple Mail).

Етап 5. Передача знань та запуск.

Клієнту передаються чек-лист управління воронками, інструкція з оптимізації на основі метрик (відкриття, клік-активність, конверсія), рекомендації з A/B тестування та покращення копії.

1.5. Управлінська команда

Агенція працюватиме як команда з двох осіб.

1. Засновниця / ФОП (Senior Email Marketing Specialist).

Роль: керівництво проєктами, розробка стратегії, ведення соцмереж компанії, клієнтські консультації, стратегування, копірайтинг.

Необхідні навички: 3+ років досвіду в email-маркетингу, глибоке розуміння автоматизації, дизайн thinking, клієнтське спілкування, розробка маркетингового плану та операційних процесів.

2. Креативний дизайнер.

Роль: верстка email-шаблонів, створення необхідних креативів для клієнтів та агенції.

Необхідні навички: навички роботи з графічними редакторами, розуміння responsive design, базові знання платформ SendPulse/eSputnik.

Компанія приділятиме час навчанню та розвитку команди через:

- внутрішні тренінги - регулярні сесії обміну знаннями (1 раз на 2 тижні) про нові функції платформ, best practices персоналізації, аналізу метрик;
- зовнішнє навчання - участь у вебінарах платформ (SendPulse, eSputnik), посвідчення Google Analytics, курси з email-маркетингу на платформах Udemy/Coursera.

Мотивація та утримання реаліуватимуться через:

- гнучкий графік, можливість роботи з будь-якого місця;
- участь у розвитку нових послуг та розширенні функціональності;
- на другому році діяльності — можливість бонусів на основі клієнтської задоволеності та кількості успішно завершених проєктів.

Заробітна плата власника компанії, який також виконує обов’язки маркетолога, на початкових етапах діяльності встановлена на рівні 20 000 гривень на місяць. Це дозволяє задовольняти основні потреби і стимулювати розвиток бізнесу, не лягаючи важким тягарем на бюджет компанії.

Заробітна плата інших команди визначається з урахуванням ринкових стандартів і обсягу виконуваних завдань. Дизайнер отримуватиме 20 000 гривень на місяць.

1.6. Фінансовий план

Фінансування бізнесу забезпечується власними коштами засновника у розмірі 80 000 грн. Основні стартові витрати: закупівля обладнання (62 500 грн), резерв обігових коштів (5 000 грн), реклама на запуск (3 000 грн), реєстрація (102 грн), інші мінімальні позиції. Офісні меблі не закуповуються, оскільки всі працюють віддалено.

На кінець першого року прогнозується позитивний залишок коштів на рахунку — 55 558 грн, що забезпечує компанії фінансову стійкість та резерв для розвитку в наступному періоді.

Прогноз прибутків та збитків.

Дохід за рік: 750 000 грн.

Валовий прибуток: 750 000 грн.

Операційні витрати: 715 840 грн.

Прибуток до оподаткування: 34 160 грн.

Податки (ФОП): 19 200 грн.

Чистий прибуток за рік: 14 960 грн.

Головною статтею витрат залишається зарплата працівників (566 000 грн на рік), решта — витрати на комунікацію, офісну техніку, реклама/промоції (23 000 грн), амортизація обладнання (12 000 грн), супутні незначні операційні витрати.

Компанія запускається на власному капіталі, не залучаючи кредити. Бізнес-модель дає низькі стартові витрати, а відсутність офісу суттєво знижує постійні витрати. Беззбитковості підприємство досягає вже в перший рік роботи. Усі прогнози побудовані відповідно до консервативного сценарію та даних поточного фінансового плану.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

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	2	1	2	1	1	0	0	1	3	0	2	18
Особливі (визначні) дні	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
Події місцевого значення	**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**
Сезонні події	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
Методи (канали) просування													
Таргтована реклама (SMA)	6 000,00	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	22 500,00
PPC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SMM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Поліграфічна рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Радіо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Робота з блогерами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Візитні картки	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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	**6 500,00**	**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**	**23 000,00**

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
Пакет «Автоматизація під ключ»													
Продано одиниць	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	50,00
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	**30 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**750 000,00**
Разом усіх товарів	**30 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**750 000,00**

Рис. 2. Прогноз продаж

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг

Фірма з надання послуг	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Категорія 1: Продано один. товару	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	50,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	28 300,00	14 150,00	14 150,00	14 150,00	14 150,00	14 150,00	14 150,00	14 150,00	11 320,00	11 320,00	11 320,00	11 320,00	13 584,00
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали													
Пакувальні матеріали (тара)													
Інше													
Всього витрати на один. товару	**28 300,00**	**14 150,00**	**14 150,00**	**14 150,00**	**14 150,00**	**14 150,00**	**14 150,00**	**14 150,00**	**11 320,00**	**11 320,00**	**11 320,00**	**11 320,00**	**13 584,00**
Категорія 1: Всього Витрати	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**679 200,00**
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**679 200,00**

Рис. 3. Собівартість реалізованої продукції - 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)													
Маркетолог	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	240 000,00
Дизайнер	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	240 000,00
ПДФО (18%)	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	86 400,00
ВЗ (1,5%)	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
ЄСВ (22%)	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	8 800,00	105 600,00
Всього витрати	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**56 600,00**	**679 200,00**

Рис. 4. 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	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
Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за використання телефону	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
Офісні витратні матеріали/ пошта	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
Реклама/ промо-акції	6 500,00	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	23 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страхування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне:	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
Знос (амортизація)	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
Інше: запчастини, масло, мийка машини	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	**7 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**2 635,00**	**36 620,00**

Рис. 5. 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
Комп'ютер	30 000,00	1 січня 2025 року	60,00	500,00
Комп'ютер	30 000,00	1 січня 2025 року	60,00	500,00
Загальна вартість капітального обладнання	**60 000,00**		**Всього місячна амортизація**	**1 000,00**

Рис. 6. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Початкові витрати

Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	*62 500,00*
Початковий запас офісних меблів	*0*
Юридичні/ бухгалтерські послуги	*0*
Регістрація, ліцензії, дозволи	*102*
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	*0*
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	*0*
Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача	*3000*
Резерв обігових коштів	*5000*
Інше	*0*
Інше	*0,00*
Земельна ділянка:	*0,00*
Інше: автомобіль	*0,00*
Всього початкові витрати	***70 602,00***

Рис. 7. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	**Сума**
Власні кошти	80 000,00
З усіх джерел фінансування	**80 000,00**
Статті витрат	**Сума**
Земельна ділянка	0,00
Споруди/ приміщення:	0,00
Обладнання:	60 000,00
Початковий запас офісних меблів	0,00
Юридичні послуги/ Регістрація	102,00
Бухгалтерські послуги	0,00
Ліцензії та дозволи	0,00
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	0,00
Установка обладнання	2 500,00
Завдатки	0,00
Реклама	3 000,00
Промо-акції	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	5 000,00
Інше	*0*
Інше	*0,00*
Інше: автомобіль	*0,00*
Усі статті витрат	**70 602,00**
Початковий баланс грошових коштів	**9 398,00**

Рис. 8. 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
ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	**30 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**750 000,00**
Валова собівартість реалізованої продукції (змін.витр.) (тип фірми B, D, PT)	R	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
Валовий прибуток		**30 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**750 000,00**
Валовий прибуток (%)		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	679 200,00
Витрати на приміщення		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
Транспортування/ автомобіль		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за використання телефону		135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,00	20,00
Реклама/ промо-акції		6 500,00	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	23 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та дозволи		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне рукавиці, робочий одяг, плівка для парників		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
Знос (амортизація)		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
Інше: запчастини, масло, мийка машини		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 ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		64 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 235,00	59 255,00	715 840,00
Прибуток (збиток) до оподаткування		**-34 235,00**	**765,00**	**765,00**	**765,00**	**765,00**	**765,00**	**765,00**	**765,00**	**15 765,00**	**15 765,00**	**15 765,00**	**15 745,00**	**34 160,00**
Податки з ФОП (єдиний податок)		1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	1 600,00	19 200,00
Прибуток (збиток) після оподаткування		**-35 835,00**	**-835,00**	**-835,00**	**-835,00**	**-835,00**	**-835,00**	**-835,00**	**-835,00**	**14 165,00**	**14 165,00**	**14 165,00**	**14 145,00**	**14 960,00**

Рис. 9. Звіт про прибутки та збитки (проект)

Позиція на початку		Звіт про рух грошових коштів (проект)												
			МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	МІСЯЦЬ	ВСЬОГО ЗА РІК
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК	**9 398,00**	**-23 837,00**	**-22 072,00**	**-20 307,00**	**-18 542,00**	**-16 777,00**	**-15 012,00**	**-13 247,00**	**-11 482,00**	**5 283,00**	**22 048,00**	**38 813,00**	**55 558,00**
		ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ													
		Від покупців (продажі)	30 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	750 000,00
		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
		Всього отримання	**30 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**60 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**75 000,00**	**750 000,00**
ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ		**ВИПЛАТИ**													
Початковий запас	0,00	*Собівартість реалізованої продукції*	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Оплата праці	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	56 600,00	679 200,00
		Витрати на приміщення	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
		Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Плата за використання телефону	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
		Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,00	20,00
Реклама/ промо-акції	3 000,00	*Просування*	6 500,00	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	23 000,00
Юридичні бухгалтерські послуги	0,00	*Юридичні/ бухгалтерські послуги*	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Реєстрація, ліцензії, дозволи	102,00	*Ліцензії та дозволи*	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Страхування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Придбання та установка капітального обладнання	62 500,00	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	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	Різне: рукавиці, робочий одяг, плівка для пар	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 виплати	**63 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 235,00**	**58 255,00**	**703 840,00**
		Оборот грош. коштів до оподатк.	**-23 837,00**	**-22 072,00**	**-20 307,00**	**-18 542,00**	**-16 777,00**	**-15 012,00**	**-13 247,00**	**-11 482,00**	**5 283,00**	**22 048,00**	**38 813,00**	**55 558,00**	**55 558,00**
		БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	**-23 837,00**	**-22 072,00**	**-20 307,00**	**-18 542,00**	**-16 777,00**	**-15 012,00**	**-13 247,00**	**-11 482,00**	**5 283,00**	**22 048,00**	**38 813,00**	**55 558,00**	**55 558,00**

Рис. 10. Звіт про рух грошових коштів (проект)

БАЛАНС	
Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
Оборотні активи	
Грошові кошти	55 558,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	**55 558,00**
Позаоборотні активи	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	55 000,00
Інше: автомобіль	0,00
Всього позаоборотні активи	**55 000,00**
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	**110 558,00**
ПАСИВИ	
Короткострокові зобов'язання	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	**0,00**
Довгострокові зобов'язання	
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	110 558,00
Всього капітал власника та пасиви	**110 558,00**

Рис. 11. Баланс

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Проведений аналіз показав, що компанія «Листи тут» має великий потенціал для успішного входження на ринок email-маркетингу в Україні. Унікальна пропозиція — створення готових автоматизованих воронок «під ключ» для новачків — заповнює нішу на ринку, де існує попит на доступні, прозорі та результат-орієнтовані послуги. На відміну від конкурентів, що пропонують абонентські рішення або комплексні digital-послуги, компанія зосереджується виключно на ефективному налаштуванні базових автоматизованих ланцюгів, що робить її привабливою для мала бізнесів та стартапів.

Враховуючи зростання ринку email-маркетингу та відсутність спеціалізованих агенцій, що обслуговують саме сегмент новачків, компанія має реальні шанси швидко завоювати клієнтів через органічне зростання та рекомендації.

Фінансові прогнози базуються на консервативних припущеннях: у першому році прогнозується залучення 50 і дохід 750 000 гривень. Компанія запускається на власному капіталі (80 000 грн), що забезпечує автономію та дозволяє уникнути зовнішніх зобов'язань. Беззбитковості підприємство досягає вже в перший рік роботи.

Активна маркетингова стратегія, спрямована на персональний бренд засновника, LinkedIn outreach та фріланс-платформи, дозволить залучати перших клієнтів із мінімальним бюджетом (23 000 грн на рік). Висока якість послуг та прозора цінова політика (15 000 гривень за пакет) забезпечать вкладний попит та позитивні відгуки, що генеруватимуть органічне зростання. Розподілена команда та відсутність офісу знижують постійні витрати та дозволяють сфокусуватися на якості роботи.

Хоча фінансові прогнози позитивні, компанія повинна враховувати конкуренцію від великих агенцій та динамічні зміни ринку. Важливо постійно

моніторити тренди в email-маркетингу (персоналізація, AI, багатоканальність) та впроваджувати нові можливості для клієнтів. Інвестиції в розвиток навичок команди, особливо в аналітику та нові платформи, будуть критичними для утримання конкурентоспроможності.

Компанія повинна розпочати операційну діяльність з поступовим збільшенням обсягів, забезпечуючи якість для кожного клієнта. На другому році варто розглянути розширення пропозиції — додаткові вертикалі для більш досвідчених клієнтів, SMS-інтеграцію, або консалтинг з оптимізації існуючих воронок. Це дозволить утримати клієнтів довгострокове та створити додаткові джерела доходу.

Бізнес-план компанії «Листи тут» є життєздатним та потенційно прибутковим. За умови послідовної реалізації маркетингової стратегії, забезпечення високої якості послуг та адаптації до змін на ринку, компанія зможе досягти стабільного зростання і стати авторитетним гравцем у сегменті email-маркетингу для малого бізнесу в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The Business Research Company. Email Marketing Market Report 2025. URL: https://www.researchandmarkets.com/report/global-email-marketing-market (дата звернення: 10.09.2025).

2. SERPSTAT. Український онлайн бізнес в 2024: зростання трафіку на 64. URL: https://serpstat.com/uk/blog/ukrayinskij-onlajn-biznes-zrostannya-trafiku/ (дата звернення: 10.09.2025).

3. fluentCRM. What are Triggered Emails: How to Use Them. URL: https://fluentcrm.com/what-are-triggered-emails/ (дата звернення: 10.09.2025).

4. Statista. Advertising - Worldwide. URL: https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/direct-messaging-advertising/e-mail-advertising/ukraine?currency=USD (дата звернення: 10.09.2025).

5. Livepage. Email Marketing Services. URL: https://livepage.net/services/email-marketing/ (дата звернення: 10.09.2025).

6. eSputnik. URL: https://esputnik.com (дата звернення: 10.09.2025).

7. IMPRO Email Agency. URL: https://impro.email/ (дата звернення: 10.09.2025).

8. ROMAN.UA. URL: https://roman.ua/ua/retention/ (дата звернення: 10.09.2025).

9. Email Consulting. URL: www.emailconsulting.top (дата звернення: 10.09.2025).

10. Meshko, N., & Mamedova, D. (2024). Digital Marketing Outsourcing as a Development Driver for Small and Medium-Sized Businesses. European Journal of Management Issues, 32(4), 215-224. URL: https://doi.org/10.15421/192419https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/article/view/530 (дата звернення: 10.09.2025).

11.Anastasiia Tsymbala. Resilience of Ukraine’s Small and Medium Businesses Amid the War: Challenges, Policy, and the Future. URL: https://voxukraine.org/en/resilience-of-ukraine-s-small-and-medium-businesses-amid-the-war-challenges-policy-and-the-future (дата звернення: 10.09.2025).

11. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757 (дата звернення: 10.09.2025).
12. Іванечко Н. Використання технологій на основі штучного інтелекту в маркетинговій комунікаційній політиці та аналізі поведінки споживачів. Актуальні питання економічних наук. 2025. №13. URL: https://doi.org/10.5281/zenodo.16810015 (дата звернення: 10.09.2025).
13. Іванечко Н., Оконський М. Вплив зміни поведінки споживачів на маркетингову комунікаційну політику спортивно-розважальних комплексів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2025. Том 342. С. 177-181. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-344-4-23 (дата звернення: 10.09.2025).
14. Іванечко Н., Хрупович С. Критичне мислення як філософія маркетингу. Галицький економічний вісник. 2025. № 1 (92). С. 159-166. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2025.01.159 (дата звернення: 10.09.2025).
15. Іванечко Н., Оконський М. Управління продажами у сфері послуг. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. № 6. С. 158-162. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.06.167 (дата звернення: 10.09.2025).
16. Іванечко Н.Р., Оконський М.В. Рекламно-комунікаційна індустрія України: вплив факторів макросередовища. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №6 (324). С. 215-219. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-36 (дата звернення: 10.09.2025).