

Міністерство освіти та науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

На тему: “Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (маркетингова агенція) і його маркетингове обґрунтування”

Студентка групи МАРК-41
Берданової Лілії

Науковий керівник:

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS: _____

Члени комісії _____

Тернопіль - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ МАРКЕТИНГОВОЇ АГЕНЦІЇ	4
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЄКТУ	21
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27

ВСТУП

Актуальність відкриття нової маркетингової агенції в Тернополі зумовлена збільшенням кількості нових бізнесів (у Тернопільській області зареєстровано 1513 нових ФОПів та 391 підприємство за перший квартал 2024 року) і, відповідно, підвищенням попиту на маркетингові послуги серед місцевих стартапів та малого бізнесу. Незважаючи на зростання потреби в ефективних маркетингових кампаніях та стратегіях, у Тернополі та області бракує спеціалізованих агенцій, які обслуговуватимуть цей ринок.

Незаповненість ринку маркетингових послуг у Тернополі та області надає можливість відкрити маркетингову агенцію, яка задовольнятиме потреби стартапів та малих бізнесів, а також матиме конкурентну перевагу - безкоштовні консультації для бізнесів з проведення комплексного аналізу бренду компанії та створення базових маркетингових рекомендацій.

Метою дослідження є обґрунтувати рішення про відкриття маркетингової агенції у Тернополі.

Завдання дослідження:

- розробити комплексну бізнес пропозицію;
- обґрунтувати актуальність відкриття агенції через розрахункові таблиці.

Методами дослідження є збір та аналіз даних з відкритих джерел.

Емпіричною базою дослідження є дані, зібрані за допомогою методів вторинного дослідження.

Наукове обґрунтування. Проєкт базується на теоріях маркетингу та управління бізнесом, даних щодо поведінки споживачів та цифрового маркетингу.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ МАРКЕТИНГОВОЇ АГЕНЦІЇ

I. Компанія та її продукти

A. Компанія

Маркетингова агенція працюватиме на ринку Тернополя та області й спеціалізуватиметься на цифровому маркетингу та консалтингу. Основним напрямком діяльності компанії буде надання комплексних маркетингових послуг стартапам та малому бізнесу. Зважаючи кількість нових бізнесів у Тернопільській області [8, 9] та їх потребу у просуванні послуг через Інтернет та формування сильного бренду, агенція надаватиме комплексні та високоякісні маркетингові послуги, яких наразі бракує на цьому ринку.

Агенція працюватиме як товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), оскільки діяльність такого бізнесу більш регламентована, що зменшує кількість ризиків, пов'язаних із неоднозначним трактуванням законодавства [3], а також дає можливість працювати із великими компаніями, розширити бізнес та підвищує довіру інвесторів [2]. Основними клієнтами агенції будуть місцеві підприємці, стартапи та малий бізнес, що потребують високоякісних маркетингових послуг для підвищення своєї впізнаваності та конкурентоспроможності. Діяльність компанії буде зосереджена у місті Тернополі та області.

Б. Послуги

Основні послуги маркетингової агенції включатимуть:

- розробка маркетингової стратегії: проведення комплексного аналізу бізнесу та створення індивідуальної маркетингової стратегії, що буде спрямована на досягнення цілей клієнта;

- послуги цифрового маркетингу: пошукова оптимізація, таргетована реклама, контент-маркетинг для збільшення трафіку та покращення видимості бізнесу в Інтернеті;

- послуги зовнішньої реклами: білборди, сітілайти, штендери тощо для встановлення місцевої присутності та формування видимості бізнесу для різних сегментів цільової аудиторії;

- безкоштовні консультації: початкова консультація для аналізу компанії та бренду клієнта, на основі якої формуватимуться базові маркетингові пропозиції та здійснюватиметься продаж інших послуг агенції.

II. Дослідження та аналіз ринку

A. Клієнти

Основними клієнтами агенції будуть стартапи та малі бізнеси Тернополя та області. Такі підприємства можуть перебувати на різних стадіях розвитку та потребують експертних маркетингових рішень, які допоможуть підвищити їх впізнаваність та конкурентоспроможність.

Ключовими факторами, що впливатимуть на рішення бізнесів обрати наші послуги, будуть конкурентоспроможні ціни та широкий спектр якісних послуг, адаптованих до потреб клієнтів. Пропозиція безкоштовних консультацій може відіграти велику роль для цього сегменту, адже стартапи та малі бізнеси можуть вагатись щодо інвестицій у маркетинг, а такі зустрічі дозволять відчути їм цінність послуг та побудувати зв'язки.

Б. Розмір та тенденції ринку

Попит на маркетингові послуги зростає, що зумовлено збільшенням нових бізнесів. Порівнюючи показник кількості ФОП на 1 січня та 1 липня 2024 року [1], зауважуємо ріст в їх кількості у розмірі 1485 бізнесів, з чого можемо зробити висновок, що ринок Тернопільської області постійно росте. Зі стабільним зростанням кількості місцевих стартапів та малих бізнесів підвищується попит на

професійні маркетингові послуги, які допоможуть просунути бренд та покращити обізнаність про нього серед цільової аудиторії.

Цифровий маркетинг постійно розвивається та набирає популярності серед підприємств для досягнення своїх клієнтів. На локальному ринку може розвиватись тенденція поєднання цифрового маркетингу з традиційними формами реклами, що допоможе бізнесам збільшити присутність на місцевому ринку.

Очікується, що галузь маркетингу зростатиме і надалі під впливом технологічного прогресу та економічних умов. Політика місцевої влади також спрямована на підтримку малого бізнесу і сприяє розширенню ринку [5].

В. Конкуренція

Більшість агенцій у Тернополі пропонують послуги традиційного маркетингу, що сильно обмежує їх здатність задовольнити потреби місцевого бізнесу. Проте у місті функціонує кілька маркетингових агенцій, які пропонують послуги цифрового маркетингу (зазвичай SEO та маркетинг соціальних мереж) в поєднанні із традиційним маркетингом. У таблицях 1.1 - 1.4 наведений порівняльний аналіз основних конкурентів: ДАЛІ [4], Go Media [7], Wise Solutions [6].

Таблиця 1.1

Аналіз сильних та слабких сторін конкурентів: ДАЛІ

Сильні сторони	Слабкі сторони
Спеціалізація в брендингу та створенні візуальної ідентичності	Відсутність спеціалізованих послуг цифрового маркетингу
Глибоке розуміння місцевого ринку	Портфоліо не демонструє ефективність та результати проведених кампаній
Комплексні рішення для зовнішньої реклами	
Пропозиція індивідуальних рішень	

Таблиця 1.2

Аналіз сильних та слабких сторін конкурентів: Go Media

Сильні сторони	Слабкі сторони
Комплексні послуги (зовнішня реклама, брендинг, цифровий маркетинг тощо)	Неякісне портфоліо (не вказані вирішені проблеми та результати)
Досвід співпраці у різних галузях	На сайті відсутні відгуки від клієнтів
Мережа власних бордів та led екранів	
Хороша локальна присутність та знання місцевого ринку	

Таблиця 1.3

Аналіз сильних та слабких сторін конкурентів: Wise Solutions

Сильні сторони	Слабкі сторони
Спеціалізація в цифровому маркетингу	Вузький спектр послуг, відсутні традиційні методи просування
Орієнтованість на клієнта з фокусом на отриманих результатах (наводяться у кожному кейсі портфоліо)	Робота на національному та міжнародному ринку
Прозора система ціноутворення (вказані критерії, які беруться до уваги)	Портфоліо не наповнюється новими проєктами
Вичерпне пояснення послуг, які пропонує компанія	

Таблиця 1.4

Аналіз конкурентів за певними критеріями

Критерії Компанія	Go Media	Wise Solutions	ДАЛІ
Послуги	Широкий спектр різноманітних послуг	Послуги цифрового маркетингу	Фокус на брендингу та зовнішній рекламі
Гарантія	Немає	Немає, але фокус на попередніх результатах	Немає, фокус на зробленій роботі
Унікальна пропозиція	Цифрові рішення “все в одному”	Спеціалізація в цифровому маркетингу	Спеціалізація в брендингу
Обмеження	Брак інтегрованої традиційної реклами	Відсутній нецифровий маркетинг	Відсутність фокусу на просунуті маркетингові тактики

У порівнянні з наведеними конкурентами, наша агенція надаватиме більш комплексний пакет послуг, який поєднуватиме цифровий маркетинг із традиційним, що надасть нам конкурентну перевагу. Ми будуватимемо якісне портфоліо, демонструючи проблеми, які потрібно було вирішити, способи рішення, які ми взяли в роботу, результати, яких вдалось досягнути, та відгуки клієнтів. При створенні сайту агенції створимо вичерпне пояснення усіх послуг, а також надамо інформацію про те, у яких ситуаціях можна скористатись тією чи іншою послугою та який результат це може принести для бізнесу, адже наші клієнти не завжди обізнані в процесах маркетингової діяльності. Робота лише на ринку Тернополя та області дозволить нам поглибити знання про локальний ринок та пропонувати клієнтам кращі рішення.

Г. Частка ринку та обсяги реалізації

Наша маркетингова агенція обслуговуватиме місто Тернопіль та область, де проживає близько 1 021 000 осіб. Загальна кількість підприємств та ФОП становить 64 880 [8, 9].

Припускаємо, що лише 15% знаходяться в активному пошуку маркетингових послуг (інша частина компаній вже працюють з конкурентними агенціями, мають власний маркетинговий відділ або не зацікавлені у послугах маркетингу), з чого випливає, що потенційний ринок становить 9 732 підприємства.

В перший рік планується охопити невелику частку ринку - близько 150 компаній. Залежно від необхідних послуг (цифровий маркетинг, брендинг тощо) та інтенсивності рекламних кампаній, середньорічні витрати бізнесів на маркетинг можуть становити від 25 000 грн до 70 000 грн. Розрахуємо мінімальний та максимальний обсяги реалізації:

$$150 * 25\,000 = 3\,750\,000 \text{ грн (мінімальний)}$$

$$150 * 70\,000 = 10\,500\,000 \text{ грн (максимальний)}$$

Розрахуємо загальний обсяг ринку:

$$9\,732 * 25\,000 = 243\,300\,000 \text{ грн (мінімальний)}$$

$$9\,732 * 70\,000 = 681\,240\,000 \text{ грн (максимальний)}$$

Розрахуємо частку ринку, яку вдасться охопити за перший рік роботи:

$$(3\,750\,000 / 243\,300\,000) * 100 = 1,54\%$$

$$(10\,500\,000 / 681\,240\,000) * 100 = 1,54\%$$

На другий рік планується збільшити кількість клієнтів до 250 бізнесів. Розрахуємо обсяги реалізації:

$$250 * 25\,000 = 6\,250\,000 \text{ грн (мінімальний)}$$

$$250 * 70\,000 = 17\,500\,000 \text{ грн (максимальний)}$$

Ми прагнемо забезпечити собі міцну позицію на ринку через поступовий розвиток агенції та досягнути стійкого зростання протягом двох перших років.

III. Маркетинговий план

A. Загальна маркетингова стратегія

Загальна маркетингова стратегія агенції націлена на надання індивідуальних комплексних маркетингових рішень для стартапів та малих бізнесів у Тернополі та області. З дослідження, ми знаємо, що існує потреба в якісних послугах цифрового маркетингу і ми плануємо заповнити цю нішу. Ми позиціонуватимемо компанію як маркетингове агенство з широким спектром відповідних послуг, а також зосередимось на побудові довгострокових відносин із клієнтами та створенні міцної репутації на ринку.

Спочатку наші зусилля будуть спрямовані на стартапи та малі бізнеси, які знаходяться на початкових стадіях розвитку, і потребують маркетингові послуги, які допоможуть створити їх видимість та підвищити впізнаваність на ринку. Ми будемо проводити рекламні кампанії з акцентом на безкоштовних консультаціях, під час яких ми проаналізуємо бізнес клієнта та запропонуємо базові індивідуальні стратегії. Такий підхід допоможе побудувати довіру, зменшити занепокоєння клієнтів щодо інвестицій в маркетинг, а також продемонструвати цінність співпраці із нами.

Для збільшення реалізацій агенції, ми перейдемо до роботи з більш усталеними малими бізнесами, які прагнуть розширити клієнтську базу. Ми наголошуватимемо на цінності маркетингових стратегій, що поєднують цифровий маркетинг та традиційну рекламу, для створення сильної та постійної присутності бренду на ринку. Для цього ми будемо використовувати пряму комунікацію, ділитимемось експертним та корисним матеріалом на наших сторінках, братимемо участь у місцевих заходах.

Ми плануємо бути гнучкими до змін на ринку, у поведінці споживачів та коригувати наші стратегії відповідно до цих змін, щоб завжди відповідати їх потребам.

Б. Ціноутворення

Встановлення правильної ціни є важливим для наших стратегій. Ми хочемо переконатись, що наші тарифи є досить привабливими, щоб вийти на ринок, та залишались конкурентоспроможними і при цьому ми отримували прибуток. Наші тарифи відображатимуть якість наших послуг, але при цьому будуть доступними для стартапів та малого бізнесу в Тернополі.

Наші основні пропозиції (такі як розробка стратегій, цифровий і традиційний маркетинг) матимуть трохи нижчі ціни, ніж у конкурентів. Таким чином ми зможемо залучити бізнеси, які хочуть отримати високоякісні послуги, але при цьому не готові платити дуже високі ціни.

Базова ціна на послуги цифрового маркетингу становитиме 12 000 грн.
Витрати на надання таких послуг:

- оплата працівнику від 4 000 грн (може збільшуватись залежно від складності проєкту);
- бюджет на рекламу (залежно від потреб клієнта та послуг, що надаватимуться).

Базова ціна на послуги традиційного маркетингу становитиме 17 000 грн.
Витрати на надання таких послуг:

- оплата працівнику від 4 000 грн (може збільшуватись залежно від складності проєкту);
- оренда білборда від 4 000 грн;
- друк матеріалів від 3 000 грн.

Наша цінова стратегія спрямована на те, аби пропонувати краще поєднання якості та доступності, що є важливими критеріями для обраної цільової аудиторії.

В. Тактика реалізації

Для ефективного розповсюдження бренду та продажу послуг ми використовуватимемо комбінацію різних методів, спрямованих на залучення клієнтів.

Прямі методи:

- персональна робота з клієнтами: ми будемо ініціювати контакт з потенційними клієнтами через дзвінки, електронну пошту, LinkedIn, пропонуючи індивідуальні рішення;

- нетворкінг та участь в заходах: відвідування місцевих бізнес-заходів, нетворкінг зустрічей для особистої зустрічі з клієнтами та презентації наших послуг. Також можливе проведення власних вебінарів та зустрічей щодо маркетингу.

Цифровий маркетинг:

- онлайн реклама: просування через соціальні мережі, Google Ads, ретаргетинг для залучення трафіку на наш вебсайт, де будуть демонструватись послуги та надаватиметься можливість замовити консультацію;

- SEO та контент маркетинг: оптимізація сайту для пошукових систем та створення цінного контенту для залучення органічного трафіку та конвертування відвідувачів у клієнтів;

- e-mail кампанії: розсилка цільових листів місцевим компаніям з пропозиціями цінного контенту, спеціальними акціями тощо для підвищення видимості та утримання уваги.

Непрямі продажі:

- реферальна програма: заохочення клієнтів приводити нових клієнтів взамін на знижки, безкоштовні послуги, спеціальні пропозиції тощо для розширення охоплення;

- стратегічні партнерства: налагодження та підтримка партнерств з коворкінгами, бізнес-асоціаціями та компаніями, що пропонують суміжні послуги, для збільшення охоплення.

Г. Реклама та промоція

Для ефективного привернення уваги клієнтів ми будемо використовувати багатоканальну стратегію просування, із фокусом на цифровий маркетинг. Наша стратегія спрямована на максимальне залучення цільової аудиторії.

1. Реклама в соціальних мережах (Instagram, LinkedIn, Facebook), орієнтована на власників місцевих стартапів та малих бізнесів. Така реклама просуватиме пропозицію безкоштовних консультацій, успішні історії клієнтів, тематичні дослідження. Реклама в соціальних мережах запускатиметься постійно протягом року, з більшою інтенсивністю в осінній та весняний періоди, оскільки в цей час передбачається пік. Орієнтовні витрати становлять 10 000 грн на місяць.

2. Маркетинг у пошукових системах буде націлений на ключові слова, що стосуються наших послуг (наприклад, “послуги SEO Тернопіль” тощо). Ця стратегія спрямована на клієнтів, які активно шукають маркетингові рішення для свого бізнесу. SEO підтримуватиметься безперервно, з постійним аналізом та коригуванням стратегії відповідно до ефективності ключових слів та інших метрик. Орієнтовні витрати становлять 4 000 грн, що включає витрати на підписку на платні інструменти для роботи.

3. Створення цінного контенту у соцмережах та на сайті. Ми створюватимемо контент щодо маркетингу, порад для бізнесів, проведених досліджень тощо для залучення органічного трафіку. Плануються щотижневі публікації в соцмережах та блозі.

4. Проведення безкоштовних маркетингових вебінарів чи воркшопів щодо трендів у маркетингу, практик у тій чи іншій сфері, поради для підприємців тощо. Такі заходи сприятимуть зміцненню нашої репутації та залученню клієнтів. Залежно від складності заходу, вони можуть проводитись частіше, проте наразі планується проводити один такий захід на місяць. Орієнтовні витрати на один захід складають 3 000 грн, що включає логістику та просування заходу.

Загальна сума витрат на маркетинг на місяць складає 17 000 грн. Тоді орієнтовний річний бюджет - 204 000 грн. Протягом першого кварталу ми плануємо набирати обороти, тож реклама буде більш інтенсивною, аби вийти на ринок та створити видимість бренду. Надалі потрібно підтримувати стабільний темп реклами за допомогою постійних кампаній та коригувати бюджет на рекламу залежно від її ефективності та деяких зовнішніх чинників.

IV. Операційний план

A. Стратегія та плани

Для маркетингової агенції процес виробництва полягає у наданні високоякісних маркетингових послуг, які будуть адаптовані під потреби кожної компанії.

Процес надання послуг:

1. Консультація. Співпраця з клієнтом розпочинається із безкоштовної консультації, під час якої ми знайомимось із бізнесом та аналізуємо його, дізнаємося потреби клієнта та аналізуємо поточні маркетингові стратегії (якщо такі є).

2. Розробка стратегії та її презентація клієнту. На основі консультації ми створюємо маркетингові стратегії відповідно до цілей та потреб бізнесу. Такі стратегії включають підходи, які ми рекомендуємо, приблизні часові рамки та очікувані результати. Ці стратегії презентуються клієнту разом із пропонованим пакетом послуг, що включає усі надані рекомендації.

3. Надання послуг. Після затвердження плану та здійснення покупки, наша компанія працює над поставленими цілями, впроваджуючи затверджені стратегії. На цьому етапі ми періодично звітуємось перед клієнтом та виходимо на зустрічі, аби переглянути результати чи запропонувати інші стратегії (у випадку, якщо змінились потреби або попередні стратегії не приносять бажаних результатів).

4. Моніторинг результатів та їх оптимізація. Ми відстежуємо ефективність впроваджених стратегій за допомогою різних інструментів та коригуємо їх на основі цих даних для покращення результату.

Для контролю якості ми використовуємо наступні способи:

- збір та аналіз відгуків і фідбеку клієнта: ми постійно підтримуємо зв'язок із клієнтами для збору відгуків про їх досвід із нашою компанією та результати нашої роботи. Це допомагає швидко відстежувати проблеми, що виникають, та вирішувати їх;

- моніторинг ефективності: ми використовуємо аналітичні інструменти та різні метрики для відстеження ефективності наданих послуг та створюємо звіти для компанії, що дає нам змогу покращити наші кампанії у майбутньому.

Б. Робоча сила

Оскільки агенція знаходиться на етапі розробки, то штат запланованих працівників не сформований. Проте планується зібрати команду фахівців, які матимуть необхідний досвід або навички, та зможуть надавати високоякісні послуги клієнтам. Окрім цього плануються постійні інвестиції в розвиток працівників.

Заплановані ключові фахівці:

- спеціалісти з цифрового маркетингу: ми плануємо найняти людей зі знаннями SEO, платної реклами, реклами у соцмережах тощо. Такі спеціалісти необхідні для якісної реалізації маркетингових стратегій, що пропонуються клієнтам;

- графічні дизайнери та контент мейкери: професіонали, що вміють створювати візуально привабливі матеріали та контент, що продає. Такі навички теж будуть корисними для реалізації запланованих стратегій;

- проджект менеджери: зі збільшенням реалізація агенції, буде потреба у людях, що зможуть наглядати за реалізацією проєктів та координувати роботу над ними і діяльність команди;

- маркетинговий стратег: людина з сильними комунікаційними та аналітичними якостями, яка надаватиме консультації, проводитиме глибокий аналіз бізнесу та складатиме стратегії.

Хоча прийняття на позицію базуватиметься на поточних навичках, проте знадобиться додаткове навчання, аби постійно удосконалюватись та покращувати якість послуг, які надаватиме агенція. Ми забезпечуватимемо працівникам участь в курсах для підвищення кваліфікації, професійних заходах чи конференціях. Окрім цього планується проведення внутрішніх семінарів для працівників, щоб покращувати ті чи інші аспекти роботи.

V. Управлінська команда

A. Ключовий персонал

1. Засновник (на початку також виконуватиме ролі маркетингового стратега та проджект менеджера). Обов'язки:

- загальний менеджмент компанії та стратегічне планування;
- розвиток бізнесу через координацію процесів, пов'язаних із залученням клієнтів, налагодженням партнерських відносин;
- управління проєктами для забезпечення своєчасного виконання завдань;
- аналіз бізнесу та брендів клієнтів для розробки індивідуальних маркетингових стратегій;
- відстеження показників ефективності маркетингових кампаній;
- координація бюджету та ефективний розподіл ресурсів.

Освіта: в галузі маркетингу, бізнесу або суміжних спеціальностях (ступінь бакалавра або достатній досвід у сфері).

Досвід: попередній досвід у сфері маркетингу, управління проєктами чи підприємництва, знання інструментів для роботи у цих сферах.

2. Маркетолог (частково виконуватиме роль маркетингового стратега). Обов'язки:

- аналіз бізнесу та брендів клієнтів для розробки індивідуальних маркетингових стратегій;
- впровадження стратегій пошукової оптимізації та створення відповідного контенту для блогу сайту;
- планування та проведення рекламних кампаній у соціальних мережах (таких як Instagram, LinkedIn, Facebook);
- розробка та менеджмент e-mail кампаній;
- відстеження ефективності реклами, рентабельності інвестицій та оптимізація кампаній;
- синергічна робота з графічним дизайнером та маркетинговим стратегом.

Освіта: вища освіта/сертифікат у сфері маркетингу.

Досвід: практичний досвід роботи з інструментами маркетингу, аналізом даних та оптимізацією стратегій, створення контенту.

3. Графічний дизайнер/спеціаліст з креативного контенту. Обов'язки:

- створення візуального контенту для соцмереж, цифрової реклами, вебсайтів та друкованих матеріалів (білборди, брошури тощо);
- забезпечення постійності та узгодженості візуального контенту відповідно до принципів брендингу клієнта;
- написання сценаріїв, створення та монтаж відеороликів;
- тісна синергічна робота з маркетологом.

Освіта: сертифікат або вища освіта в галузі графічного дизайну або цифрових медіа.

Досвід: володіння інструментами графічного дизайну (Adobe Creative Suite (Illustrator, Photoshop, After Effects), Figma тощо), досвід створення контенту.

4. Маркетинговий стратег (також виконуватиме роль проджект менеджера). Обов'язки:

- аналіз бізнесу та брендів клієнтів для розробки індивідуальних маркетингових стратегій;
- розробка пропозицій, ведення переговорів щодо співпраці з клієнтами;
- забезпечення якісного та вчасного виконання проєктів шляхом координації працівників;
- синергічна робота з маркетологом (щодо вдосконалення стратегій для бізнесу клієнта).

Освіта: може бути корисною освіта в галузі маркетингу чи бізнес адміністрування.

Досвід: продажі, робота з клієнтами, управління проєктами, розуміння принципів маркетингу та робота в CRM.

Б. Виплати управлінському персоналу та власникам

На початковій стадії розвитку компанії, заробітна плата буде узгоджуватись із галузевими стандартами та бюджетними обмеженнями, щоб забезпечити сталий розвиток. Наводимо запропоновані зарплати, що базуються на окреслених вище позиціях та обов'язках:

Засновник - 25 000 грн

Маркетолог - 20 000 грн

Графічний дизайнер - 15 000 грн

Маркетинговий стратег - 18 000 грн

Запропоновані зарплати збільшуватимуться в міру розвитку агенції та збільшення доходу.

VI. Фінансовий план

А. Джерела та використання коштів

Основні джерела фінансування:

1) Грошовий внесок засновника у розмірі 50 000 грн для покриття основних витрат на запуск, а саме:

- маркетинг та реклама: витрати на онлайн рекламу, просування в соціальних мережах, розвиток бренду - 20 000 грн;

- програмне забезпечення та інструменти: підписки на інструменти та платформи для графічного дизайну, маркетингу та управління проектами - 15 000 грн;

- розвиток та навчання працівників: курси для підвищення кваліфікації працівників та покращення якості послуг - 10 000 грн;

- інші операційні витрати: незначні витрати на додаткові ресурси та налаштування процесів - 5 000 грн.

2) Негрошовий внесок засновника:

- особисте обладнання: використання власного ноутбука, смартфона, підключення до Інтернету - вартість 30 000 грн;

- робоче місце: домашній офіс, обладнаний для віддаленої роботи та онлайн зустрічей із працівниками та клієнтами, що виключає витрати на оренду офісу та комунальні платежі.

Б. Аналіз початкового грошового потоку

На початку діяльності початковий баланс є невисоким, оскільки засновник заклав особисті кошти і не очікує швидкого прибутку. Агенція зосередиться на створенні клієнтської бази та вдосконалення якості наданих послуг, що дозволить поступово збільшувати надходження в бюджет. Ось план надходження коштів, розрахований із таблиці балансу грошових коштів:

- на кінець 1-го місяця: 13 358 грн
- на кінець 2-го місяця: 24 044 грн
- на кінець 3-го місяця: 88 925 грн

На третій місяць стабільний грошовий потік дозволить нам вкладати більше коштів у маркетинг, що сприятиме підвищенню впізнаваності бренду та розширення клієнтської бази.

В. Прогноз прибутків та збитків

Очікується, що в прибуток агенція буде виходити вже з другого місяця діяльності. В перший місяць прогнозується збиток, оскільки робота компанії лише розпочинається і ми понесемо багато витрат, в тому числі довгострокових (наприклад, витрати на програмне забезпечення на рік). Протягом першого місяця плануються великі інвестиції в рекламу агенції для збільшення клієнтів та виходу у прибуток на наступні місяці. Також прогнозуємо збитки на місяць 7 (липень), оскільки в цей період очікуємо зменшення обсягів реалізації та попиту на послуги.

За рік прогнозуємо такі прибутки (за мінусом єдиного податку):

- Місяць 2 - 4 436,05 грн
- Місяць 3 - 54 866,95 грн
- Місяць 4 - 88 022,70 грн
- Місяць 5 - 93 722,70 грн
- Місяць 6 - 34 646,95 грн

Місяць 8 - 20 246,95 грн

Місяць 9 - 92 277,85 грн

Місяць 10 - 60 667,55 грн

Місяць 11 - 21 802,10 грн

Місяць 12 - 18 691,80 грн

За рік чистий прибуток складе 446 988,85 грн.

На прибуток/ збиток вплинуть:

Витрати на оплату праці - 1 226 880,00 грн

Витрати на просування агенції - 192 000,00 грн

Юридичні послуги - 2 000,00 грн

Знос (амортизація) - 21 000,00 грн

На кінець року оборотні кошти у вигляді грошових коштів складуть 605 403,00 грн, позаоборотні активи 41 250,00 грн. Всього капітал власника та пасиви складуть 80 000,00 грн.

Г. Аналіз беззбитковості

Визначаємо точку беззбитковості. Зі звіту про прибутки та збитки маємо наступні дані:

Загальна вартість послуг - 4 101 000,00 грн

Валова собівартість - 2 112 717,00 грн

Валовий прибуток - 1 988 283,00 грн

Відсоток валового прибутку - 48,48%

Поточні видатки - 1 441 880,00 грн

Розраховуємо точку беззбитковості: $1\,441\,880 / 0,4848 = 2\,974\,175$ грн.

Тобто щоб отримувати постійний дохід потрібно заробляти 2 974 175 грн.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЄКТУ

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

[illegible]

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
Товар/ Послуга Категорія №1 Цифровий маркетинг													
Продано одиниць	5,00	7,00	13,00	18,00	18,00	13,00	10,00	13,00	19,00	17,00	14,00	12,00	159,00
Ціна за 1	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	12 000,00
Сума продажу	60 000,00	84 000,00	156 000,00	216 000,00	216 000,00	156 000,00	120 000,00	156 000,00	228 000,00	204 000,00	168 000,00	144 000,00	1 908 000,00
Товар/ Послуга Категорія №2 Зовнішня реклама													
Продано одиниць	4,00	6,00	11,00	15,00	16,00	12,00	8,00	10,00	15,00	12,00	9,00	11,00	129,00
Ціна за 1	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	15 000,00
Сума продажу	68 000,00	102 000,00	187 000,00	255 000,00	272 000,00	204 000,00	136 000,00	170 000,00	255 000,00	204 000,00	153 000,00	187 000,00	1 935 000,00
Разом усіх товарів	128 000,00	186 000,00	343 000,00	471 000,00	488 000,00	360 000,00	256 000,00	326 000,00	483 000,00	408 000,00	321 000,00	331 000,00	4 101 000,00

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	5,00	7,00	13,00	18,00	18,00	13,00	10,00	13,00	19,00	17,00	14,00	12,00	159,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	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	4 000,00	4 000,00
Програмне забезпечення та інструменти	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00
Всього витрати на один. товару	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00	4 363,00
Категорія 1: Всього Витрати	21 815,00	30 541,00	56 719,00	78 534,00	78 534,00	56 719,00	43 630,00	56 719,00	82 897,00	74 171,00	61 082,00	52 356,00	693 717,00
Категорія 2: Продано один. товару	4,00	6,00	11,00	15,00	16,00	12,00	8,00	10,00	15,00	12,00	9,00	11,00	129,00
Витрати на одиницю товару:													
Друк рекламних матеріалів	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00
Прямі витрати на оплату праці	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	4 000,00	4 000,00
Оренда рекламних стендів	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	4 000,00	4 000,00
Всього витрати на один. товару	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00	11 000,00
Категорія 2: Всього Витрати	44 000,00	66 000,00	121 000,00	165 000,00	176 000,00	132 000,00	88 000,00	110 000,00	165 000,00	132 000,00	99 000,00	121 000,00	1 419 000,00
Всього СОВІВАРІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	65 815,00	96 541,00	177 719,00	243 534,00	254 534,00	188 719,00	131 630,00	166 719,00	247 897,00	206 171,00	160 082,00	173 356,00	2 112 717,00

Витрати на оплату праці

[illegible]

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	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
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	20 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	192 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
Ліцензії та дозволи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страхування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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)	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	21 000,00
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	23 750,00	15 750,00	15 750,00	15 750,00	15 750,00	15 750,00	18 750,00	18 750,00	18 750,00	18 750,00	18 750,00	18 750,00	215 000,00

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Ноутбук	30 000,00	1 грудня 2024 року	60,00	500,00
Програмне забезпечення	15 000,00	1 грудня 2024 року	12,00	1 250,00
Загальна вартість капітального обладнання	45 000,00		Всього місячна амортизація	1 750,00

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
Витрати на реєстрацію ТОВ	2 000,00
Витрати на програмне забезпечення	15 000,00
Реклама агенції	20 000,00
Інші незначні операційні витрати	5 000,00
Всього початкові витрати	42 000,00
Джерела фінансування та статті витрат	

Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	50 000,00
Негрошовий внесок власника	30 000,00
З усіх джерел фінансування	80 000,00
Статті витрат	Сума
Реєстрація ТОВ	2 000,00
Програмне забезпечення	15 000,00
Реклама агенції в перший місяць	20 000,00
Інші незначні операційні витрати	5 000,00
Усі статті витрат	42 000,00
Початковий баланс грошових коштів	38 000,00

Звіт про прибутки та збитки (проект)														
		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Всього за рік
ДОХІД														
Валовий дохід	Тип фірми	128 000,00	186 000,00	343 000,00	471 000,00	488 000,00	360 000,00	256 000,00	326 000,00	483 000,00	408 000,00	321 000,00	331 000,00	4 101 000,00
Валова собівартість реаліза продукції (мін.витр.) (тип фірми В, П, РТ)	R	65 815,00	96 541,00	177 719,00	243 534,00	254 534,00	188 719,00	131 630,00	166 719,00	247 897,00	206 171,00	160 082,00	173 356,00	2 112 717,00
Валовий прибуток		62 185,00	89 459,00	165 281,00	227 466,00	233 466,00	171 281,00	124 370,00	159 281,00	235 103,00	201 829,00	160 918,00	157 644,00	1 988 283,00
Валовий прибуток (%)		48,58	48,10	48,19	48,29	47,84	47,58	48,58	48,86	48,68	49,47	50,13	47,63	48,48
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		64 800,00	64 800,00	86 400,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	1 226 880,00
Реклама/ промо-акції		20 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	192 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги		2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
Знос (амортизація)		1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	21 000,00
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		88 550,00	80 550,00	102 150,00	128 070,00	128 070,00	128 070,00	131 070,00	131 070,00	131 070,00	131 070,00	131 070,00	131 070,00	1 441 880,00
Прибуток (збиток) до оподаткування		-26 365,00	8 909,00	63 131,00	99 396,00	105 396,00	43 211,00	-6 700,00	28 211,00	104 033,00	70 759,00	29 848,00	26 574,00	546 403,00
Єдиний податок у розмірі 5% від доходу (за спрощеною системою оподаткування ТОВ)		3 109,25	4 472,95	8 264,05	11 373,30	11 673,30	8 564,05	6 218,50	7 964,05	11 755,15	10 091,45	8 045,90	7 882,20	99 414,15
Прибуток (збиток) після оподаткування		-29 474,25	4 436,05	54 866,95	88 022,70	93 722,70	34 646,95	-12 918,50	20 246,95	92 277,85	60 667,55	21 802,10	18 691,80	446 988,85

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
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК	38 000,00	13 385,00	24 044,00	88 925,00	190 071,00	297 217,00	342 178,00	337 228,00	367 189,00	472 972,00	545 481,00	577 079,00	605 403,00
		ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ													
		Від покупок (продажів)	128 000,00	186 000,00	343 000,00	471 000,00	488 000,00	360 000,00	256 000,00	326 000,00	483 000,00	408 000,00	321 000,00	331 000,00	4 101 000,00
		Всього отримання	128 000,00	186 000,00	343 000,00	471 000,00	488 000,00	360 000,00	256 000,00	326 000,00	483 000,00	408 000,00	321 000,00	331 000,00	4 101 000,00
		ВИПЛАТИ													
		Собівартість реалізованих продукції	65 815,00	96 541,00	177 719,00	243 534,00	254 534,00	188 719,00	131 630,00	166 719,00	247 897,00	206 171,00	160 082,00	173 356,00	2 112 717,00
		Оплата праці	64 800,00	64 800,00	86 400,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	112 320,00	1 226 880,00
		Промислення	20 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	192 000,00
		Юридичні/бухгалтерські послуги	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
		Всього виплати	152 615,00	175 341,00	278 119,00	369 854,00	380 854,00	315 039,00	280 950,00	296 039,00	377 217,00	335 491,00	289 402,00	302 676,00	3 533 597,00
		Оборот грош. коштів до оподатк.	13 385,00	24 044,00	88 925,00	190 071,00	297 217,00	342 178,00	337 228,00	367 189,00	472 972,00	545 481,00	577 079,00	605 403,00	605 403,00
		БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	13 385,00	24 044,00	88 925,00	190 071,00	297 217,00	342 178,00	337 228,00	367 189,00	472 972,00	545 481,00	577 079,00	605 403,00	605 403,00

БАЛАНС

Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	605 403,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	
Інше	0,00
Всього оборотні активи	605 403,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	41 250,00
Інше: автомобіль	
Всього позаоборотні активи	41 250,00
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	646 653,00
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	80 000,00
Всього капітал власника та пасиви	80 000,00

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Згідно з зібраним аналітичним та практичним матеріалом, можна зробити ряд важливих висновків та сформулювати пропозиції щодо подальшого розвитку та успішного запуску маркетингової агенції.

Дослідження підтвердили, що на місцевому ринку є багато нових бізнесів і стартапів, які потребують якісних маркетингових рішень для збільшення впізнаваності та залучення клієнтів. Це свідчить про актуальність відкриття агенції, яка зосередиться на наданні комплексних рішень.

Аналіз показав, що багато конкурентів не пропонують комплексних рішень або не спеціалізуються на обслуговуванні стартапів та малого бізнесу. Це створює можливість для нашої агенції зайняти сильну позицію як експерт у сфері інноваційних маркетингових послуг.

Тож агенція пропонуватиме широкий спектр послуг: від розробки маркетингових стратегій до цифрового маркетингу та зовнішньої реклами. Це допоможе задовольнити потреби клієнтів різного масштабу та залучити їх до співпраці. Використання сучасних інструментів цифрового маркетингу та впровадження новітніх технологій допоможе агенції виділитися серед конкурентів і залучити більше клієнтів. Після успішного закріплення на ринку агенція може додати нові послуги, що відповідатиме зростаючим запитам клієнтів.

Однією із пропозицій щодо подальшого розвитку є співпраця з іншими місцевими бізнесами, що може сприяти зростанню впізнаваності агенції та залученню нових клієнтів. Партнерські програми можуть стати важливим складником стратегії розширення.

Також необхідно постійно працювати над підвищенням кваліфікації працівників, особливо у сфері нових технологій та маркетингових стратегій, що дозволить підтримувати високу якість послуг і швидко адаптуватися до змін на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Головне управління статистики у Тернопільській області. *Головне управління статистики у Тернопільській області*. URL: <https://www.te.ukrstat.gov.ua/EDR.html> (дата звернення: 14.10.2024).
2. Звягінцева О. Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) - що це?. *Kyivstar Business Hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/tovaristvo-z-obmezhenoju-vidpovidalnistyu-tov-pershhi-kroki-do-uspishnogo-biznesu> (дата звернення: 10.10.2024).
3. Кузнєцов М. Що обрати – ТОВ чи ПП?. *Юридична газета – онлайн версія*. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/korporativne-pravo-ma/shcho-obrati--tov-chi-pp.html> (дата звернення: 10.10.2024).
4. Маркетинг центр "ДАЛІ". URL: <https://dali.te.ua/> (дата звернення: 15.11.2024).
5. Програма розвитку малого і середнього підприємництва на 2023 - 2024 роки. *Тернопільська міська рада*. URL: <https://ternopilcity.gov.ua/ekonomika/pidpriemnitstvo/programa-rozvitku-malogo-ta-serednogo-pidpriemnitstva-v-mternopoli-ta-zviti-pro-vikonannya/64581.html> (дата звернення: 17.10.2024).
6. Про компанію Wise Solutions. URL: <https://www.wise-solutions.ua/about/> (дата звернення: 15.11.2024).
7. Рекламна агенція GO Media. URL: <https://go-media.com.ua/> (дата звернення: 15.11.2024).
8. Усик І. Українці б'ють рекорди з відкриття ФОПів: де та який бізнес реєструють найчастіше?. *Visit Ukraine*. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/3869/ukrainians-break-records-for-opening-sole-proprietorships-where-and-what-kind-of-business-is-registered-most-often> (дата звернення: 10.10.2024).

9. Opendatabot. Понад 18 тис. нових компаній вже відкрили у 2024 році. *Опендатабот*. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/funny-companies-2024> (дата звернення: 14.10.2024).

10. Борисова Т.М. [Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посібник](#). Тернопіль: ЗУНУ, 2023, 273 с.

11. Борисова Т.М. Словник понять і термінів з Інтернет-маркетингу. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 138 с

12. 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>. [\(дата звернення: 1.10.2024\)](#)