

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему: «Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (SEO-консалтинг для малого бізнесу) та його маркетингове обґрунтування»

Студента групи МАРК-42 Мартинюка Юрія

Керівник: к.е.н., доцент Іванечко Н.Р.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії _____

_____ (підпис) (прізвище та ініціали)

_____ (підпис) (прізвище та ініціали)

_____ (підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО ВІДКРИТТЯ АГЕНЦІЇ З SEO- КОНСАЛТИНГУ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	4
1. Компанія та її продукти	4
2. Дослідження та аналіз ринку	5
3. Маркетинговий план.....	7
4. Операційний план	9
5. Управлінська команда.....	11
6. Фінансовий план	12
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ	14
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	22

ВСТУП

В умовах високої конкуренції та цифрової трансформації ринків, ефективна присутність в інтернеті стає ключовим фактором успіху, особливо для малого бізнесу. Споживачі все частіше шукають товари та послуги онлайн, ігноруючи традиційні канали реклами, що робить видимість у пошукових системах критично важливою. У цьому контексті пошукова оптимізація (SEO) перестає бути лише технічним інструментом і перетворюється на стратегічний актив. Водночас зростання конкуренції серед самих SEO-агенцій змушує ринок рухатися в бік вузької спеціалізації. Нішеві проєкти, зосереджені на конкретній галузі, демонструють вищу ефективність завдяки глибокому розумінню специфіки бізнесу клієнта та його цільової аудиторії.

Мета міждисциплінарної курсової роботи полягає у розробці комплексного проєкту створення нової сервісної компанії та його маркетинговому обґрунтуванні. Об'єктом дослідження та проєктування виступає процес створення та запуску SEO-агенції, що спеціалізується на просуванні суб'єктів малого бізнесу, зокрема, у сфері стоматології.

Для досягнення поставленої мети було вирішено низку завдань: проведено аналіз ринку та конкурентного середовища, розроблено концепцію послуги та стратегію її позиціонування, сформовано операційний та маркетинговий плани діяльності, а також складено детальний фінансовий план, що включає аналіз руху проєктних грошових потоків, прогнозування прибутків та розрахунок точки беззбитковості проєкту.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО ВІДКРИТТЯ АГЕНЦІЇ З SEO- КОНСАЛТИНГУ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

1. Компанія та її продукти

1.1. КОМПАНІЯ

Ключовою стратегією для успішного виходу на висококонкурентний ринок SEO-послуг є вузька спеціалізація, що дозволяє досягти швидкої окупності та сформувати унікальну торгову пропозицію. З огляду на це, для реалізації проекту було обрано нішу приватної стоматології як сегмент з високим попитом на залучення клієнтів та чіткими критеріями оцінки результату.

Проектом передбачається створення спеціалізованої маркетингової агенції під назвою «DentLead Agency». Діяльність компанії буде зосереджена на наданні послуг пошукової оптимізації (SEO) виключно для клієнтів з однієї вузької та висококонкурентної ніші – приватної стоматології. Унікальність SEO-агенції полягає у глибокому розумінні специфіки стоматологічного бізнесу, його цільової аудиторії та ключових показників ефективності, що виходять за межі стандартних метрик трафіку та позицій.

Для ведення діяльності бізнес буде зареєстровано як фізична особа-підприємець (ФОП) на 2-ій групі єдиного податку. Такий вибір є оптимальним для старту, оскільки мінімізує адміністративне навантаження та забезпечує гнучку і прозору систему оподаткування.

1.2. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ

Для забезпечення максимальної якості та створення вимірюваної цінності для клієнтів, діяльність SEO-агенції «DentLead Agency» буде сконцентрована на наданні двох взаємопов'язаних послуг:

1. Комплексний SEO-аудит – включає повний технічний аналіз сайту, дослідження семантичного ядра з урахуванням специфіки стоматологічних послуг, аналіз конкурентів у локальній видачі та розробку детальної стратегії

просування. Результатом є повністю оптимізований сайт, готовий до ефективної конкуренції в пошукових системах.

2. Щомісячний SEO-супровід – включає повний цикл робіт від постійної технічної оптимізації, створення та публікації експертного контенту (статті в блог, опис послуг) до розбудови профілю посилань та щомісячної звітності, сфокусованої на бізнес-показниках (кількість дзвінків та заявок з органічного трафіку). Послуга надається за моделлю щомісячної абонентської плати. Результатом є стабільне зростання видимості сайту в пошукових системах та постійний потік цільових звернень від потенційних пацієнтів.

2. Дослідження та аналіз ринку

2.1. КЛІЄНТИ

Цільовими клієнтами SEO-агенції «DentLead Agency» є приватні стоматологічні клініки та кабінети, що прагнуть збільшити свою присутність в онлайн-пошуку та залучити більше пацієнтів. Для розробки ефективної стратегії продажів та маркетингу цей ринок доцільно розділити на два основні сегменти.

Перший сегмент – це давно існуючі клініки з хорошою офлайн-репутацією, але слабкою або застарілою онлайн-присутністю. Їхня головна проблема полягає у втраті позицій на ринку через появу нових, більш активних в інтернеті конкурентів. Для цього сегмента агенція «DentLead Agency» пропонує зрозумілу стратегію залучення пацієнтів, що базується на глибокому розумінні стоматологічної ніші та викликає довіру у власників-лікарів.

Другий сегмент – це новостворені клініки, які потребують швидкого залучення первинних пацієнтів для покриття високих початкових інвестицій. Вони розуміють важливість онлайн-маркетингу, але мають обмежений бюджет і потребують максимально ефективних рішень. Для них агенція пропонує чіткий план дій та послуги, сфокусовані на швидкому результаті, зокрема через локальне SEO, що дозволяє отримати перші звернення з найближчих районів та забезпечити швидку окупність інвестицій у маркетинг.

2.2. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

Ринок приватних стоматологічних послуг в Україні характеризується як значним обсягом, так і стійкими тенденціями до зростання, що створює сприятливі умови для розвитку проекту відкриття SEO-агенції «DentLead Agency».

Ключовою тенденцією є зміна моделі поведінки пацієнтів. Сучасні споживачі все частіше шукають медичні послуги онлайн, вивчаючи відгуки, порівнюючи клініки та лікарів перед тим, як записатися на прийом. Це формує стабільний попит на професійне просування сайтів, оскільки високі позиції в пошукових системах стають вирішальним фактором у боротьбі за клієнта.

Водночас спостерігається постійне посилення конкуренції. Зростання кількості нових клінік змушує гравців ринку інвестувати в маркетинг для залучення первинних пацієнтів, оскільки традиційних методів, таких як рекомендації та зовнішня реклама, стає недостатньо для забезпечення повного завантаження. Крім того, відбувається зміщення фокусу з цінової конкуренції на демонстрацію експертності, насамперед для таких послуг як імплантологія чи естетична стоматологія. Це підвищує попит на якісний контент та експертне позиціонування в мережі, що є основою сучасного SEO.

Отже, ринок демонструє довгострокову перспективу та створює сприятливі умови для розвитку спеціалізованої агенції, здатної задовольнити зростаючий попит на ефективні інструменти цифрового маркетингу.

2.3. КОНКУРЕНЦІЯ

Попри те, що ринок SEO-послуг, сфокусованих виключно на стоматології, є практично вільним, проєкт відкриття SEO-агенції «DentLead Agency» буде конкурувати за клієнтів з двома основними групами гравців.

Найбільш численну групу конкурентів утворюють універсальні SEO-спеціалісти та невеликі агенції. Головною перевагою цих гравців є низька ціна та гнучкість у комунікації, що робить їх привабливими для бізнесів з обмеженим бюджетом. Водночас суттєвим недоліком є відсутність глибокої експертизи в

конкретній ніші, обмеженість ресурсів та, як наслідок, нестабільна якість роботи, що не гарантує клієнту досягнення вимірюваних бізнес-результатів.

Другу, більш професійну групу, формують спеціалізовані медичні маркетингові агенції. Сильною стороною таких компаній є розуміння загальних принципів просування в медичній сфері та наявність релевантних кейсів. Однак, працюючи з різними напрямками (дерматологія, гінекологія, хірургія), вони все ж не мають глибокого фокусу саме на стоматології, яка відрізняється унікальною структурою послуг, моделями поведінки пацієнтів та критеріями прийняття рішень.

Таким чином, проведений аналіз підтверджує наявність незадоволеного попиту на ринку. Жодна з розглянутих груп конкурентів не пропонує того, що є основою бізнес-моделі SEO-агенції «DentLead Agency» – глибокої, нішевої експертизи виключно в стоматологічному SEO, що дозволяє забезпечувати клієнтам вищу якість послуг та кращі бізнес-результати.

2.4. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Прогноз обсягів реалізації послуг на перший рік діяльності є ключовим елементом фінансового планування. Оскільки проєкт створюється з нуля, план продажів базується на реалістичній оцінці можливостей із залучення клієнтів.

План передбачає поступове, органічне зростання. У перші місяці основні зусилля будуть спрямовані на залучення перших клієнтів та формування кейсів. У наступні періоди, з ростом репутації та досвіду, прогнозується прискорення темпів залучення нових проєктів. Загальний прогнозований дохід за перший рік діяльності, згідно з розрахунками, становить 2 144 000 грн.

3. Маркетинговий план

3.1. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

В основі маркетингової стратегії SEO-агенції «DentLead Agency» лежить філософія експертного маркетингу, що є органічним продовженням її вузькоспеціалізованої бізнес-моделі. Стратегія сфокусована на створенні іміджу

лідера думок у стоматологічній ніші через публікацію цінного контенту (статей, досліджень, кейсів), який демонструє глибоке розуміння проблем власників клінік.

Таким чином, мета полягає в тому, щоб потенційні клієнти самі знаходили агенцію як експертне джерело рішень. Це забезпечує стабільний потік якісних вхідних запитів, будує довіру ще до першого контакту та підсилює преміальне позиціонування бренду на ринку.

3.2. ЦІНОУТВОРЕННЯ

Стратегія ціноутворення SEO-агенції «DentLead Agency» передбачає роботу в преміальному сегменті ринку. Вартість послуг формується на основі їхньої цінності для бізнесу клієнта та глибокої нішевої експертизи, що дозволяє відмовитись від конкуренції за найнижчою ціною.

Вартість послуг встановлюється на наступному рівні:

1. Комплексний SEO-аудит – вартість від 24 000 грн.
2. Щомісячний SEO-супровід – вартість від 32 000 грн.

Такий підхід до ціноутворення дозволяє досягти кількох стратегічних цілей. По-перше, він відображає високу цінність послуги, що полягає не в технічних роботах, а в залученні реальних пацієнтів. По-друге, він позиціонує агенцію як преміального партнера та відфільтровує нецільових клієнтів, орієнтованих виключно на найнижчу ціну. По-третє, він забезпечує необхідний рівень рентабельності, що дозволяє приділяти кожному проекту достатньо часу та ресурсів, гарантуючи високу якість роботи, яка є фундаментом для довгострокових відносин з клієнтами та досягнення фінансових цілей проекту.

3.3. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

Центральним елементом тактичної реалізації маркетингової стратегії SEO-агенції «DentLead Agency» стане контент-маркетинг та SEO власного сайту. Цей метод спрямований на залучення найбільш цільових клієнтів через просування експертних статей та кейсів у пошукових системах за запитами, які використовують власники стоматологій.

Водночас для формування репутації та точкової взаємодії з аудиторією передбачається активна участь у спеціалізованих онлайн-спільнотах для стоматологів, зокрема у Facebook та LinkedIn. Ця діяльність полягатиме в наданні експертних коментарів та публікації корисних матеріалів, що дозволить органічно формувати імідж надійного партнера.

Крім того, для отримання клієнтів за рекомендацією буде розроблено програму партнерської співпраці з компаніями із суміжних ніш, такими як постачальники обладнання чи розробники програмного забезпечення.

3.4. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

Для прискорення залучення клієнтів, на додаток до довгострокової контент-стратегії, буде використовуватися комплекс платних каналів просування, що дозволить отримати швидкий та вимірюваний результат.

Для підвищення впізнаваності бренду та точкового впливу на власників клінік буде задіяна таргетована реклама в професійних соціальних мережах (Facebook, LinkedIn). Крім того, для зміцнення репутації та довіри планується платне розміщення експертних статей на авторитетних онлайн-ресурсах.

Поєднання цих інструментів забезпечить як швидке залучення клієнтів, так і довгострокове зміцнення репутації бренду на ринку.

4. Операційний план

4.1. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ

Для розміщення офісу SEO-агенції «DentLead Agency» доцільно орендувати приміщення площею 40-50 м². Такий розмір є оптимальним для комфортного розміщення початкової команди та організації необхідних функціональних зон: робочого простору, ізольованої кімнати для переговорів та міні-кухні.

Пріоритетним варіантом є оренда в одному з сучасних бізнес-центрів Тернополя, розташованих у районах з розвинутою транспортною інфраструктурою. Таке розташування забезпечує зручний доступ для

співробітників і водночас дозволяє уникнути завищених орендних ставок, характерних для історичного центру міста.

4.2. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ

Операційна модель проекту передбачає оренду повністю готового до використання офісного приміщення, що не потребує жодних капітальних інвестицій у ремонт, перебудову чи прокладання комунікацій.

Усі початкові інвестиції в матеріальні активи спрямовуються виключно на закупівлю обладнання, необхідного для забезпечення ефективної роботи команди.

Для забезпечення ефективної роботи агенції необхідно облаштувати відповідну кількість робочих місць. Кожне з них буде оснащено продуктивним обладнанням та меблями. Для облаштування офісу на початковому етапі буде закуплено базовий комплект обладнання та меблів. Продуктивні ноутбуки та офісні меблі, зокрема столи, крісла й шафа, дозволять створити необхідні робочі місця. Для загальних операційних потреб також буде придбано багатофункціональний пристрій для роботи з документами та потужний Wi-Fi роутер.

4.3. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Процес надання послуг починається з глибокого занурення в бізнес-цілі клініки під час первинного брифінгу. На основі отриманої інформації проводиться комплексний SEO-аудит сайту та аналіз конкурентного середовища, результатом якого стає розробка детальної стратегії просування. Після узгодження стратегії з клієнтом команда переходить до її реалізації, що включає технічну оптимізацію сайту, створення експертного контенту та нарощування зовнішньої авторитетності ресурсу. Вся подальша робота ведеться в рамках щомісячного супроводу, який передбачає постійний моніторинг ключових показників, гнучке коригування тактики та надання клієнту прозорості звітності, що демонструє не просто позиції в пошуку, а реальний вплив на бізнес-результати.

4.4. РОБОЧА СИЛА

На початковому етапі для реалізації операційної діяльності буде залучено команду з трьох осіб, що включає власника та двох найманих фахівців. Для максимального нарощування виробничих потужностей на старті доцільно залучити двох SEO-спеціалістів. Такий склад команди дозволить одночасно вести більшу кількість клієнтських проєктів.

Ключові обов'язки фахівців полягатимуть у проведенні технічних аудитів, розробці стратегій просування, аналітичному моніторингу проєктів та формуванні звітності для клієнтів.

5. Управлінська команда

5.1. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ

Функції управлінського персоналу на старті проєкту виконує власник, що дозволяє оптимізувати витрати та зосередити ключові компетенції в одних руках. Маючи профільну маркетингову освіту, він бере на себе повний цикл залучення клієнтів – від активних продажів та переговорів до маркетингового просування SEO-агенції «DentLead Agency» і створення експертного контенту. Водночас до його зони відповідальності входить операційний менеджмент, що включає постановку завдань команді та контроль якості їх виконання, а також загальний фінансовий та адміністративний контроль за діяльністю агенції.

5.2. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

На початковому етапі розвитку проєкту (перші 12-24 місяці) виплата дивідендів власнику не передбачається. Весь отриманий чистий прибуток буде реінвестовано в розвиток бізнесу, а саме, на розширення команди (зокрема, найм контент-менеджера для розвантаження власника), збільшення маркетингового бюджету та формування резервного фонду.

6. Фінансовий план

6.1. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ

Для запуску проєкту відкриття SEO-агенції «DentLead Agency» залучено загальний капітал у розмірі 170 000 грн. Структура фінансування є диверсифікованою та включає три основні джерела: власний грошовий внесок засновника у розмірі 100 000 грн, грантові кошти від держави на відкриття бізнесу в сумі 60 000 грн та безвідсоткову позику від родичів на 10 000 грн.

Основна частина залучених коштів, а саме 158 800 грн, спрямовується на початкові інвестиційні витрати. Найбільшою статтею витрат є закупівля обладнання на суму 155 000 грн, що відповідає раніше складеному операційному плану. Після здійснення всіх початкових інвестицій на рахунку проєкту залишається початковий баланс грошових коштів у розмірі 11 200 грн, який буде використано для покриття операційних витрат на першому етапі діяльності.

6.2. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Аналіз руху грошових коштів SEO-агенції «DentLead Agency» показує, що протягом перших восьми місяців витрати проєкту планово перевищують його доходи. Це призводить до тимчасової нестачі коштів на рахунках. Найбільшим цей дефіцит стає наприкінці четвертого місяця, сягаючи -216 340 грн. Ця сума є ключовою, оскільки вона показує, скільки саме грошей потрібно мати на старті, щоб вчасно покривати всі витрати. Починаючи з дев'ятого місяця, ситуація стабілізується, і грошей на рахунках стає більше, ніж витрачається. На кінець року залишок коштів складає 486 580 грн, що підтверджує фінансову стійкість моделі за умови наявності достатнього початкового капіталу.

6.3. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ

Аналіз фінансового плану SEO-агенції «DentLead Agency» показує планову збитковість протягом перших чотирьох місяців, яка на п'ятий місяць змінюється операційним прибутком у розмірі 5 187 грн. Основний вплив на фінансовий результат мають постійні витрати, зокрема фонд оплати праці (102 560 грн

щомісяця), та інвестиції в рекламу. Завдяки поступовому зростанню доходів, за підсумками першого року роботи чистий прибуток агенції після оподаткування сягає 424 751 грн, що підтверджує економічну доцільність обраної бізнес-моделі.

6.4. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Розрахунок точки беззбитковості є ключовим для розуміння фінансової стійкості проєкту відкриття SEO-агенції «DentLead Agency». Він показує мінімальний щомісячний дохід, необхідний для покриття всіх витрат.

Для визначення точки беззбитковості запропонованого проєкту було проведено розрахунок на основі ключових фінансових показників. Згідно з фінансовим планом, сума щомісячних постійних операційних витрат, що включає оплату праці, амортизацію, податки та офісні витрати, становить 107 713 грн. Водночас середньорічний коефіцієнт валового прибутку, згідно з підсумковими даними за рік, складає 83,88% (або 0,8388). Шляхом ділення суми постійних витрат на коефіцієнт валового прибутку ($107\,713 \text{ грн} / 0,8388$) було визначено, що точка беззбитковості в грошовому вираженні становить 128 413 грн.

Аналіз динаміки доходів у фінансовому плані показує, що дохід проєкту перевищує цей розрахунковий рівень на п'ятий місяць операційної діяльності, коли він досягає 152 000 грн. Отже, саме в цей період проєкт долає точку беззбитковості та починає генерувати прибуток.

РОЗДІЛ 2

РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
2														
3		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
4	Методи (канали) просування													
5	Газети	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
6	Жовті сторінки (Довідники організацій)	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
7	Журнали	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
8	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
9	Таргетована 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
10	Контексна реклама	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	48 000,00
11	Розміщення контенту на платформах	0,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00	8 000,00	32 000,00
12	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
13	Рекламні проспекти	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
14	Візитні картки	700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 200,00
15	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
16	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
17	Банери/ Рекламні щити	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
18	Брендування пакувальних матеріалів	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
19	Всього витрати	4 700,00	4 000,00	12 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	4 500,00	4 000,00	12 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	81 200,00
20														
21														

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

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Витрати на приміщення (будівлю)													
2														
3		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
4	Оренда приміщення	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
5	Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6	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
7	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
8	Комунальні витрати	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
9	Опалення	2 400,00	2 400,00	2 400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 400,00	2 400,00	12 000,00
10	Водопостачання/ каналізація	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
11	Телефон плюс Інтернет	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4 200,00
12	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
13	Всього витрати	16 350,00	16 350,00	16 350,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	16 350,00	16 350,00	179 400,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Прогноз продаж													
2														
3		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
4	Послуга 1: SEO-аудит													
5	Продано одиниць	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00
6	Ціна за 1	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00
7	Сума продажу	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	24 000,00	288 000,00
8	Послуга 2: SEO-супровід													
9	Продано одиниць	1,00	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	6,00	7,00	7,00	8,00	8,00	58,00
10	Ціна за 1	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00
11	Сума продажу	32 000,00	32 000,00	64 000,00	96 000,00	128 000,00	160 000,00	192 000,00	192 000,00	224 000,00	224 000,00	256 000,00	256 000,00	1 856 000,00
12														
13	Продано одиниць	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
14	Ціна за 1	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
15	Сума продажу	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
16														
17	Продано одиниць	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
18	Ціна за 1 кг, середня	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
19	Сума продажу	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
20	Разом усіх товарів	56 000,00	56 000,00	88 000,00	120 000,00	152 000,00	184 000,00	216 000,00	216 000,00	248 000,00	248 000,00	280 000,00	280 000,00	2 144 000,00

Рис. 3. Прогноз продаж

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг													
2														
3	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
4	Категорія 1: SEO-аудит	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00
5	Витрати на одиницю товару:													
6	Товар (на реалізацію)	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00
7	Всього витрати на один. товару	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00
8	Категорія 1: Всього Витрати	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	115 200,00
9	Категорія 2: SEO-супровід	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	58,00
10	Витрати на одиницю товару:													
11	Товар (на реалізацію)	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00
12	Всього витрати на один. товару	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00
13	Категорія 2: Всього Витрати	12 800,00	12 800,00	25 600,00	12 800,00	25 600,00	12 800,00	25 600,00	25 600,00	12 800,00	25 600,00	12 800,00	25 600,00	742 400,00
14	Категорія 3	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
15	Витрати на одиницю товару:													
16	Товар (на реалізацію)	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
17	Всього витрати на один. товару	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
18	Категорія 3: Всього Витрати	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
19	Категорія 4	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
20	Витрати на одиницю товару:													
21	Товар (на реалізацію)	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
22	Всього витрати на один. товару	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
23	Категорія 4: Всього Витрати	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
24	ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	22 400,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	857 600,00

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

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Витрати на оплату праці													
2														
3		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
4	Посада (позиція)													
5	<i>Власник</i>	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	480 000,00
6	<i>SEO-спеціалісти</i>	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	720 000,00
7	<i>Військовий збір</i>	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
8	<i>ЄСВ (ФОП 2 група)</i>	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	1 760,00	21 120,00
9	Всього витрати	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	1 230 720,00

Рис. 5. Витрати на оплату праці

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
2														
3		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
4	<i>Витрати на приміщення</i>	16 350,00	16 350,00	16 350,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	13 950,00	16 350,00	16 350,00	179 400,00
5	<i>Транспортування/ автомобіль</i>	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
6	<i>Плата за використання телефону</i>	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
7	<i>Офісні витратні матеріали/ пошта</i>	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	200,00	200,00	200,00	1 100,00
8	<i>Реклама/ промо-акції</i>	4 700,00	4 000,00	12 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	4 500,00	4 000,00	12 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	81 200,00
9	<i>Банківське обслуговування терміналу</i>	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
10	<i>Ліцензії та дозволи</i>	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
11	<i>Страховання</i>	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
12	<i>Безнадійні борги</i>	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
13	<i>Відсотки за кредитами</i>	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
14	<i>Різне:</i>	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
15	<i>Знос (амортизація)</i>	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	41 428,57
16	<i>Інше:</i>	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
17	Всього витрати	24 602,38	23 802,38	31 802,38	21 502,38	21 402,38	29 402,38	22 002,38	21 502,38	29 502,38	21 602,38	24 002,38	32 002,38	303 128,57

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

	A	B	C	D	E
1	Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
2					
3	Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
4	Ноутбук	96 000,00	1 січня 2025 року	36,00	2 666,67
5	Багатофункціональний пристрій	10 000,00	1 січня 2025 року	60,00	166,67
6	Wi-Fi роутер	4 000,00	1 січня 2025 року	48,00	83,33
7	Офісні меблі	45 000,00	1 січня 2025 року	84,00	535,71
8					
9					
10					
11					
12	Загальна вартість капітального обладнання	155 000,00		Всього місячна амортизація	3 452,38
13	Степажи та манекени не є капітальним обладнанням, бо коштують менше 1000 грн. Тому на них амортизацію не нараховано.				
14					
15					

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

	A	B
1	Початкові витрати	
2		
3	Категорії витрат	Вартість
4	Придбання та установка капітального обладнання	157 500,00
5	Початковий запас	0,00
6	Юридичні/бухгалтерські послуги	0,00
7	Регістрація, ліцензії, дозволи	0,00
8	Ремонтні роботи	0,00
9	Завдаток (за оренду)	0,00
10	Реклама/промо-акції: вивіска, куток споживача	1500
11	Резерв обігових коштів	0,00
12	Інше: миючі засоби	800,00
13	Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	0,00
14	Земельна ділянка:	0,00
15	Інше: автомобіль	0,00
16	Всього початкові витрати	159 800,00

Рис. 8. Початкові витрати

	А	В
1	Джерела фінансування та статті витрат	
2		
3	Джерела фінансування	Сума
4	Грошовий внесок 1го власника	100 000,00
5	Грошовий внесок 2го власника	0,00
6	Грошовий внесок 3го власника	0,00
7	Негрошовий внесок 1го власника:	0,00
8	Негрошовий внесок 2го власника:	0,00
9	Негрошовий внесок 3го власника: автомобіль	0,00
10	Грант від держави на відкриття бізнесу	60 000,00
11	Короткострокова банківська позика підприємству	0,00
12	Довгострокова банківська позика підприємству	0,00
13	Банківська позика власнику	0,00
14	Інші позикові кошти (вказати): в родичів без відсотків	10 000,00
15	Інші грантові кошти (вказати)	0,00
16	З усіх джерел фінансування	170 000,00
17		
18	Статті витрат	Сума
19	Земельна ділянка	0,00
20	Споруди/ приміщення:	0,00
21	Обладнання:	155 000,00
22	Початковий запас	0,00
23	Юридичні послуги/ Реєстрація	0,00
24	Бухгалтерські послуги	0,00
25	Ліцензії та дозволи	0,00
26	Ремонтні роботи	0,00
27	Установка обладнання	3 000,00
28	Завдатки	0,00
29	Реклама	0,00
30	Промо-акції	0,00
31	Обігові кошти на операційні витрати	0,00
32	Інше: м'яучі засоби	800,00
33	Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	0,00
34	Інше: автомобіль	0,00
35	Усі статті витрат	158 800,00
36	Початковий баланс грошових коштів	11 200,00

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
2															
3			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
4	ДОХОД														
5	Валовий дохід	Тип фірми	56 000,00	56 000,00	88 000,00	120 000,00	152 000,00	184 000,00	216 000,00	216 000,00	248 000,00	248 000,00	280 000,00	280 000,00	2 144 000,00
6	Валова собівартість реалізованої продукції (змін витр.) (тип фірми В, П, РТ)	R	22 400,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	345 600,00
7	Валовий прибуток		33 600,00	33 600,00	52 800,00	97 600,00	116 800,00	161 600,00	180 800,00	180 800,00	225 600,00	212 800,00	257 600,00	244 800,00	1 798 400,00
8	Валовий прибуток (%)		60,00	60,00	60,00	81,33	76,84	87,83	83,70	83,70	90,97	85,81	92,00	87,43	83,88
9	ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
10	Оплата праці		102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	1 230 720,00
11	Податки на ЗП/Пільгові виплати		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
12	Витрати на приміщення														
13	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
14	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
15	Офісні витратні матеріали/пошта		100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	200,00	200,00	200,00	1 100,00
16	Реклама/промо-акції		4 700,00	4 000,00	12 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	4 500,00	4 000,00	12 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	81 200,00
17	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
18	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
19	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
20	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
21	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
22	Різні рукавиці, робочий одяг, плієка 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
23	Знос (амортизація)		3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	3 452,38	41 428,57
24	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
25	ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		110 812,38	110 012,38	118 012,38	110 112,38	110 012,38	118 012,38	110 112,38	110 112,38	118 112,38	110 212,38	110 212,38	118 212,38	1 354 448,57
26	Прибуток (збиток) до оподаткування		-77 212,38	-76 412,38	-65 212,38	-12 512,38	6 787,62	43 587,62	70 187,62	70 687,62	107 487,62	102 587,62	147 387,62	126 587,62	443 951,43
27	Податки (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)		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
28	Прибуток (збиток) після оподаткування		-78 812,38	-78 012,38	-66 812,38	-14 112,38	5 187,62	41 987,62	68 587,62	69 087,62	105 887,62	100 987,62	145 787,62	124 987,62	424 751,43

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

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
1	Звіт про рух грошових коштів (проект)																
2	Позиція на початку																
3				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	
4				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
5				БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК	11 200,00	-62 560,00	-135 520,00	-207 280,00	-216 340,00	-206 100,00	-159 060,00	-85 420,00	-11 280,00	99 660,00	205 700,00	356 540,00	486 580,00
6				ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ													
7																	
8				Від постачів (продажів)	56 000,00	56 000,00	88 000,00	120 000,00	152 000,00	184 000,00	216 000,00	216 000,00	248 000,00	248 000,00	280 000,00	280 000,00	2 144 000,00
9				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	
10				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	
11				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	
12				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	
13				Всього отримання	56 000,00	56 000,00	88 000,00	120 000,00	152 000,00	184 000,00	216 000,00	216 000,00	248 000,00	248 000,00	280 000,00	2 144 000,00	
14																	
15	ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ			ВИПЛАТИ													
16	Початковий запас сировини	0,00		Собівартість реалізованої продукції	22 400,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	22 400,00	35 200,00	345 600,00	
17				Оплата праці	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	102 560,00	1 230 720,00	
18				Обов'язкові виплати (податки на ЗП/Необов'язкові (пільгові) виплати)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
19				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		
20				Транспортування/автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
21				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		
22				Офісні витратні матеріали/пошта	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	200,00	200,00	200,00	1 100,00	
23	Реклама/промо-акції	1 500,00		Реклама/промо-акції	4 700,00	4 000,00	12 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	4 500,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	12 000,00	81 200,00	
24	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		
25	Регістрація, ліцензії, дозволи	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		
26				Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
27	Придбання та установка капітального обладнання	167 500,00		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		
28				Поширення кредитів та виплата відсотків	0,00	0,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10 000,00		
29	Інше:	800,00		Інше	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
30	Інше:	0,00		Різні рукавиці, робочий одяг, плієка для	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
31																	
32																	
33				Всього виплати	129 760,00	128 960,00	159 760,00	129 060,00	141 760,00	136 960,00	142 360,00	141 860,00	137 060,00	141 960,00	129 160,00	1 668 620,00	
34				Оборот грош. коштів до оподатк.	-52 560,00	-135 520,00	-207 280,00	-216 340,00	-206 100,00	-159 060,00	-85 420,00	-11 280,00	99 660,00	205 700,00	356 540,00	486 580,00	
35																	
36				БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	-52 560,00	-135 520,00	-207 280,00	-216 340,00	-206 100,00	-159 060,00	-85 420,00	-11 280,00	99 660,00	205 700,00	356 540,00	486 580,00	

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

	A	B
1	БАЛАНС	
2		
3	Баланс за період:	2025 рік
4		
5	АКТИВИ	
6	<i>Оборотні активи</i>	
7	Грошові кошти	486 580,00
8	Дебіторська заборгованість	0,00
9	Запаси готової продукції (сировини)	0,00
10	Завдатки (виплати наперед)	0,00
11	Інше	0,00
12	Всього оборотні активи	486 580,00
13	<i>Позаоборотні активи</i>	
14	Земля	0,00
15	Будівлі (враховуючи знос)	0,00
16	Обладнання (враховуючи знос)	142 083,33
17	Інше: автомобіль	0,00
18	Всього позаоборотні активи	142 083,33
19	ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	628 663,33
20		
21	ПАСИВИ	
22	<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
23	Кредиторські зобов'язання	0,00
24	Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
25	Інше	0,00
26	Всього короткострокові зобов'язання	0,00
27	<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
28	Довгострокові позики	0,00
29	Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
30	Інше	0,00
31	Всього довгострокові зобов'язання	0,00
32	ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
33	Капітал власника	628 663,33
34	Всього капітал власника та пасиви	628 663,33
35		

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведений аналіз ринку стоматологічних послуг свідчить про його динамічний розвиток та одночасне посилення конкуренції, що створює стійкий попит на ефективні маркетингові рішення. За таких умов обрана для проекту стратегія вузького нішевого позиціонування є найбільш обґрунтованим рішенням.

Такий підхід дозволяє відмежуватися від конкурентів та працювати в преміальному сегменті, обґрунтовуючи вартість послуг глибокою експертизою. Для залучення клієнтів розроблено збалансований підхід, що поєднує довгострокове формування репутації через контент-маркетинг із тактичними інструментами платної реклами для швидкого досягнення результатів.

Проведений комплексний аналіз фінансового плану проекту відкриття SEO-агенції «DentLead Agency» підтверджує його економічну доцільність та інвестиційну привабливість. Ключові фінансові показники демонструють життєздатність бізнес-моделі: проект виходить на точку беззбитковості на п'ятий місяць операційної діяльності, досягаючи щомісячного доходу в розмірі 128 413 грн. Повна окупність початкових інвестицій досягається на дев'ятий місяць роботи, що свідчить про ефективне використання залученого капіталу. За підсумками першого року, чистий прибуток агенції прогнозується на рівні 424 751 грн, а значний позитивний залишок грошових коштів на кінець періоду підтверджує високу ліквідність та фінансову стійкість проекту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 273 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45458>.
2. Галько Л.Р. Бізнес-планування розвитку компанії: базові технології та методологічні проблеми. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-63>.
3. Іванечко Н., Оконський М. Управління продажами у сфері послуг. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. № 6. С. 158-162.
4. 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.
5. Котлер Філіп, Армстронг Гарі Основи маркетингу: 5-те видання; пер. з англ. Київ: «Науковий світ», 2022. 880 с.
6. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
7. Петруня Ю.Є., Пертуня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. 4-те вид., переробл. і доп. Дніпро, 2024. 360 с.
8. Радіонов С. Пошукова оптимізація в інтернет-маркетингу в умовах трансформацій генеративного штучного інтелекту: від Google до ChatGpt. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2025. № 3 Том 2. С. 73-77. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-11](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-11).