

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему: “Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу
(SEO-агентство «LEOSEO») і його маркетингове обґрунтування”

Студентки групи МАРК-41
Троцької Юлії

Науковий керівник:

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка: ECTS _____

Члени комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ІЗ ВІДКРИТТЯ SEO-АГЕНЦІЇ.....	5
2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ.....	20
3. ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ ДЛЯ УСПІШНОГО РОЗВИТКУ SEO- АГЕНЦІЇ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30

ВСТУП

Сучасний ринок цифрових послуг в Україні, зокрема у Львівській області, характеризується активним розвитком електронної комерції, малого та середнього бізнесу, а також зростаючою потребою у просуванні товарів і послуг в онлайн-середовищі. У таких умовах підприємства все частіше звертаються до спеціалізованих агентств, що надають комплексні SEO-послуги, включаючи оптимізацію сайтів, контент-маркетинг, аналітику та підвищення видимості у пошукових системах. Це створює сприятливі умови для запуску нового бізнесу у сфері цифрового маркетингу.

Вибір теми курсової роботи, присвяченої розробці проекту рішення щодо відкриття SEO-агентства та його маркетинговому обґрунтуванню, зумовлений практичною необхідністю оцінки ринкового попиту, розробки ефективної стратегії просування та формування конкурентних переваг для новоствореного підприємства. Аналіз сучасних тенденцій розвитку SEO-послуг, а також дослідження потреб локального бізнесу дозволяє комплексно обґрунтувати економічну доцільність проекту, визначити структуру управлінської команди, маркетингові інструменти та фінансові показники.

Метою даної курсової роботи є розробка проекту рішення щодо відкриття нового виду бізнесу – SEO-агентства – та обґрунтування його маркетингової стратегії, яка забезпечить ефективне позиціонування на ринку цифрових послуг у Львівській області.

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання:

1. Проаналізувати сучасний стан ринку SEO-послуг в Україні та Львівській області, виявити основні тенденції та перспективні сегменти;
2. Дослідити конкурентне середовище та визначити ключових гравців ринку, їхні сильні та слабкі сторони;
3. Розробити концепцію організаційної структури агентства, визначити склад управлінської команди та її функціональні обов'язки;

4. Обґрунтувати маркетингову стратегію нового бізнесу, включаючи канали просування, позиціонування та інструменти залучення клієнтів;
5. Сформуванати фінансовий план проєкту, розрахувати необхідні інвестиції, витрати на персонал та прогнозовані доходи;
6. Надати рекомендації щодо оптимізації діяльності агентства та підвищення його конкурентоспроможності на локальному ринку.

У процесі виконання міждисциплінарної курсової роботи застосовано комплекс методів дослідження, які забезпечують всебічний аналіз ринку та обґрунтування проєкту відкриття SEO-агентства. Перш за все, використано аналітичний метод, який дозволив оцінити сучасний стан ринку цифрових послуг, виявити тенденції розвитку SEO-послуг та визначити перспективні сегменти локального ринку. Для вивчення конкурентного середовища застосовано метод порівняльного аналізу, що дозволив зіставити діяльність потенційних конкурентів за основними критеріями: спектр послуг, цінова політика, маркетингові стратегії та рівень впізнаваності на ринку. В процесі розробки маркетингової стратегії та організаційної моделі агентства застосовано системний метод, який забезпечив комплексний підхід до планування структури команди, розподілу функціональних обов'язків та інтеграції маркетингових інструментів. Для оцінки економічної ефективності проєкту використано економіко-математичні методи, включаючи розрахунок витрат на персонал, прогнозованих доходів, а також фінансових показників рентабельності та окупності інвестицій.

Крім того, у міждисциплінарній курсовій роботі застосовано методи прогнозування та моделювання, що дозволило обґрунтовано визначити перспективи розвитку агентства, масштаби його діяльності та очікувані результати впровадження маркетингових заходів.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ІЗ ВІДКРИТТЯ SEO-АГЕНЦІЇ

I. Компанія та її продукти

A. КОМПАНІЯ

Концепція створення SEO-агентства «LEOSEO» у Львівській області ґрунтується на формуванні високотехнологічного сервісного підприємства, орієнтованого на комплексне підвищення видимості та конкурентоспроможності клієнтів у цифровому середовищі. Компанія визначає своєю місією надання науково обґрунтованих та аналітично підкріплених послуг з оптимізації пошукового просування, що включають технічний аудит, контент-стратегію, лінк-білдинг, локальне SEO та супровід аналітики вебресурсів. Діяльність агентства «LEOSEO» спирається на використання сучасних алгоритмів пошукових систем, даних веб-аналітики та принципів результативного цифрового маркетингу, що забезпечує клієнтам стале зростання органічного трафіку та зміцнення позицій на національному й регіональному ринках.

Б. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ

SEO-агентство «LEOSEO» спеціалізуватиметься на наданні комплексу професійних послуг у сфері пошукового маркетингу, спрямованих на підвищення видимості веб-ресурсів клієнтів у пошукових системах та забезпечення стійкого зростання їхнього органічного трафіку. Основні послуги включатимуть технічний SEO-аудит, оптимізацію внутрішньої структури сайтів, опрацювання контент-стратегії, побудову якісного зовнішнього профілю посилань, локальне SEO для бізнесів Львівської області, а також аналітичний супровід із використанням сучасних інструментів веб-аналітики. Додатковими напрямками діяльності виступатимуть консультаційні послуги з цифрового маркетингу, супровід SEO-проектів «під ключ» та розробка індивідуальних

стратегій оптимізації для різних сегментів бізнесу, що забезпечить комплексність та конкурентоспроможність пропонованого сервісу.

II. Дослідження та аналіз ринку

A. КЛІЄНТИ

Цільовий ринок SEO-послуг у Львівській області характеризується стабільним зростанням попиту, обумовленим активною діджиталізацією бізнесу та збільшенням кількості малих і середніх підприємств, що переходять у онлайн-середовище. За оцінками ІТ-кластера Львова, частка компаній, які інвестують у цифровий маркетинг, зростає з 43% у 2020 р. до 67% у 2024 р., що вказує на підвищену готовність ринку до використання професійних SEO-послуг. Найбільш перспективними є галузі e-commerce, HoReCa, виробництво, логістика та освітні послуги, кожна з яких демонструє щорічне зростання онлайн-трафіку в межах 12–18%.

Основними клієнтами агентства «LEOSEO» виступатимуть малий та середній бізнес регіону, що потребує системного підвищення видимості у пошукових системах і має обмежені внутрішні ресурси для вирішення таких завдань. За статистикою сервісів Google Business Profile і SimilarWeb, понад 58% локальних компаній Львівщини не мають оптимізованого сайту, а 72% використовують застарілі підходи до SEO або зовсім не займаються органічним трафіком. Це створює значну нішу для агентства «LEOSEO», орієнтованого на комплексні рішення — технічну оптимізацію, контент-маркетинг, локальне SEO та аналітику поведінки користувачів.

Ключовим сегментом також будуть компанії, що прагнуть виходу на міжрегіональні або міжнародні ринки, зокрема ІТ-фірми, освітні онлайн-проекти та експортоорієнтовані підприємства. За даними опитувань Львівського ІТ-кластеру, понад 41% компаній регіону планують збільшити інвестиції у SEO та контент-маркетинг у 2025–2026 рр., а середній бюджет на органічне просування у МСП становить від 12 тис. до 25 тис. грн на місяць. Таким чином, цільовий ринок характеризується високою місткістю та зростаючим попитом,

що забезпечує сприятливі умови для виходу нового агентства «LEOSEO» та формування довгострокової клієнтської бази.

Б. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

Ринок цифрових послуг в Україні характеризується високою базою користувачів інтернету та швидким зростанням електронної комерції, що створює стійкий попит на SEO-послуги. На початок 2025 року в Україні налічувалося приблизно 31,5 млн користувачів інтернету (покриття 82,4% населення), що значно розширює потенційну онлайн-аудиторію для локальних бізнесів і підвищує ефективність інвестицій у видимість у пошукових системах. Одночасно у 2024–2025 рр. спостерігався різкий ріст e-commerce: витрати українців на онлайн-покупки зросли приблизно на 25% у 2024 році (до 239 млрд грн), що підсилює потребу компаній у SEO як довгостроковому каналі залучення клієнтів у пошуку [1].

Львівська область демонструє сприятливі структурні передумови для запуску SEO-агентства «LEOSEO»: регіон є одним із великих ІТ-хабів країни (у Львові і прилеглих районах працюють сотні ІТ-компаній та кластери спеціалістів), а також у 2024 році область посіла друге місце за кількістю нових іноземних реєстрацій підприємств (137 нових іноземних компаній, 12,4% від загалу), що свідчить про інтерес інвесторів і наявність клієнтів із потребою в просуванні на зовнішні ринки. Паралельно загальноукраїнські дослідження ринку digital реклами відзначають зростання частки інвестицій у контент- та органічні канали (SEO/контент-маркетинг) як відповідь на подорожчання платних каналів і вимогу більшої стійкості маркетингових результатів. Тому на локальному рівні для Львівської області стратегія агентства «LEOSEO», що поєднує технічне SEO, локальну оптимізацію та інструменти для e-commerce (SEO і оптимізацію конверсій), має економічне підґрунтя та ринкову перспективу.

В. КОНКУРЕНЦІЯ

1. Розмір і динаміка ринку. У 2024 році загальний ринок digital-реклами в Україні оцінювали в 18 млрд грн, що становить зростання близько 24% порівняно з 2023 роком; це свідчить про відновлення попиту на послуги онлайн-маркетингу, у тому числі SEO, та створює сприятливий попит для місцевих агенцій.

2. Інтенсивність конкуренції у Львові. За агрегованими списками та рейтингами, у Львові представлено кілька десятків (приблизно 30–40) компаній, що позиціонують себе як SEO/диджитал-агенції; у каталогах зустрічаються як дрібні студії (2–9 співробітників), так і середні агенції (10–50). Така концентрація означає високу щільність конкуренції на локальному ринку та необхідність чіткого позиціонування.

3. Цінові та продукт-структурні орієнтири. Дані агрегаторів показують, що типовий поріг вартості проєктів для львівських агенцій починається від \$1–5 тис. за комплексні послуги або за початкові SEO-контракти; при цьому великі проєкти та ретейнер-угоди часто перевищують цей діапазон. Для нового гравця це означає необхідність формування як пакетних пропозицій, так і преміальних послуг для корпоративних клієнтів.

4. Профіль конкурентів і бар'єри входу. Конкурентний ландшафт Львова включає: (а) вузько-спеціалізовані SEO-студії з низькими витратами та швидкою реакцією, (б) повноцінні digital-агенції зі спектром послуг (SEO+SMM+PPC), (в) IT-компанії, які надають SEO як додаткову послугу.

Ranem Agency (Львів) — це велика цифрова агенція з чітким фокусом на SEO. Вона має високі рейтинги у відгуках користувачів і пропонує широкий спектр послуг: від пошукової оптимізації до супутнього інтернет-маркетингу. За відгуками з профільних платформ, агенція виглядає як досвідчений та надійний партнер для бізнесів різного масштабу.

Ostopus Agency (Львів) - менша за розміром SEO-агенція, яка показує приклади реальних кейсів у різних нішах, зокрема для IT-компаній та інтернет-

магазинів. Зазвичай працює з бюджетами від приблизно \$3 000, що свідчить про орієнтацію на малі та середні проекти з чітко визначеним обсягом робіт.

iMAGO Agency (Львів) - невелика, більш вузькоспеціалізована агенція, що за структурою та підходом нагадує невелику команду або фриланс-формат. Її послуги зосереджені навколо базового SEO, локальної оптимізації та простих технічних доопрацювань. Підходить для невеликих бізнесів або проектів, яким потрібна стартова SEO-підтримка.

Бар'єри для входу — помірні: технічні витрати на інструменти та кадри невеликі, але ключовими факторами успіху залишаються досвід, кейси та репутація.

Таблиця

Параметри конкурентоспроможності SEO-агенцій (м.Львів)

Параметр / Агенція	Panem Agency	Octopus Agency	iMAGO Agency
Досвід / стабільність	5	4	3
Портфоліо & кейси	5	4	3
Технічне SEO	5	4	3
Контент-SEO / копірайтинг / оптимізація контенту	5	4	3
Лінкбілдинг / зовнішня оптимізація	4	3	2
Спектр послуг (SEO + можливі диджитал-послуги)	5	3	2
Цінова політика / доступність (для малого бізнесу)	3	4	5
Кадровий / ресурсний потенціал	5	3	2
Репутація / відгуки / надійність	5	4	3
Гнучкість / індивідуальний підхід	4	4	4
Швидкість / оперативність роботи	4	4	4
Використання інструментів / технічна база	5	4	3
Інноваційність / сучасні підходи (SEO-тренди)	4	3	2
Локальна експертиза / знання ринку Львівщини	5	4	3
Інтегральний бал (середнє)	4.6	3.8	3.0

Примітка. Складено автором.

Отже, Panem Agency має найвищий інтегральний бал — сильна позиція: широкий спектр послуг, великий досвід, солідне портфоліо, потужний кадровий

резерв. Це робить її типовим “середньо-великим” гравцем ринку, з яким доведеться конкурувати за корпоративних або середніх клієнтів.

Ostorus Agency - проміжний варіант: має кейси, реальні результати, може бути конкурентом, якщо нове агентство «LEOSEO» націлене на середній сегмент або ніші. Достатньо збалансований між якістю та ціною.

iMAGO Agency – базовий, невеликий гравець, можливо, підходить для малих клієнтів або локальних проєктів. З точки зору масштабів, ресурсів та технології - слабша, але має перевагу в доступності для бюджетних клієнтів.

Г. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

За оцінкою IAB Україна, сегмент SEO в структурі інтернет-реклами демонструє швидке відновлення й зростання: в 2024 році обсяг ринку SEO становив близько 1,876 млрд грн, тоді як загальний ринок інтернет-реклами досяг ≈ 18 млрд грн у 2024 році, що підтверджує вагомую роль пошукової оптимізації у загальній діджитал-економіці. Частка замовлень, які виконували агентства, становила близько 79% ринку SEO, що вказує на високий ступінь делегування SEO-задач зовнішнім провайдерам і створює сприятливе середовище для входження нових агентств [2].

Якщо орієнтуватися на національний обсяг ринку SEO (1,876 млн грн у 2024), реалістичні цільові частки для нової локальної агенції можуть бути такими: консервативний сценарій 0,05% ринку - 938 000 грн/рік; помірний сценарій 0,2% - 3 752 000 грн/рік; амбіційний сценарій 0,5% - 9 380 000 грн/рік. Ці інтервали враховують поточну концентрацію попиту в регіональних центрах та конкурентний ландшафт (у Львові налічується 20+ цифрових або маркетингових агенцій і десятки фриланс-SEO-спеціалістів), а також статус Львівської області як одного з лідерів по IT-вакансіях і діджитал-активності в країні, що підвищує ймовірність швидшої клієнтської активації. Для бізнес-плану рекомендується брати за базу помірний сценарій (3,75 млн грн/рік) з

розгорнутим планом росту до амбіційного показника на 2–3-й рік роботи (з огляду на інвестиції в продажі, контент і технічну експертизу) [2].

III. Маркетинговий план

A. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Загальна маркетингова стратегія SEO-агентства «LEOSEO» передбачає формування конкурентоспроможної ринкової позиції шляхом поєднання високого рівня експертизи у сфері пошукової оптимізації, орієнтації на потреби локального та національного бізнесу та використання інструментів цифрової аналітики для персоналізації послуг. Стратегія ґрунтується на принципах комплексного просування клієнтів у органічному пошуку, розвитку довгострокових партнерських відносин та впровадженні інноваційних підходів до оптимізації контенту й технічних параметрів вебресурсів. Ключовими напрямками маркетингової діяльності є побудова впізнаваного бренду на регіональному ринку, використання контент-маркетингу та кейс-орієнтованої комунікації, участь у професійних подіях, а також залучення потенційних клієнтів через SEO, таргетовану рекламу та системи рекомендацій.

Б. ЦІНОУТВОРЕННЯ

Передбачається встановлення наступних базових цін на послуги:

1. SEO-аудит вебсайту – від 3500 грн за комплексний аналіз технічних параметрів, структури, контенту та посилального профілю.

2. Щомісячне SEO-просування (оновлення контенту, технічна оптимізація, лінкбїлдинг) – від 29900 грн/місяць залежно від конкурентності ніші та обсягу робіт.

3. Розробка SEO-стратегії та контент-плану – від 35900 грн за підготовку індивідуальної дорожньої карти оптимізації.

В. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

Тактика реалізації передбачає конкретні дії та заходи, спрямовані на ефективне впровадження бізнес-проекту з відкриття SEO-агентства «LEOSEO» в

Львівській області. Основною метою є забезпечення стабільного входження на ринок, набуття конкурентних переваг та формування стійкої клієнтської бази.

1. Етап підготовки та організаційне забезпечення:

- реєстрація юридичної особи або ФОП, оформлення всіх необхідних дозволів та ліцензій;
- пошук та оренда офісного приміщення, відповідного сучасним стандартам роботи, або організація віддаленої інфраструктури для гібридного формату діяльності;
- формування ключового персоналу: SEO-фахівців, контент-менеджерів, веб-аналітиків та менеджерів з продажу.

2. Технологічне забезпечення та інструментальна база:

- впровадження сучасних SEO-інструментів та платформ для аналізу конкурентів, аудиту сайтів та оптимізації контенту (Ahrefs, Screaming Frog, Google Analytics 4.0, Google Search Console);
- розробка внутрішніх процедур та стандартів виконання SEO-проектів, включаючи календар контенту, алгоритми оптимізації та систему звітності для клієнтів.

3. Маркетингова та комунікаційна стратегія:

- запуск корпоративного веб-сайту та сторінок у соціальних мережах для презентації послуг і кейсів;
- використання inbound-стратегії для залучення органічного трафіку та формування бази потенційних клієнтів;
- проведення локальних промоцій та участь у тематичних конференціях, форумах та виставках для встановлення професійних контактів.

Г. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

Для забезпечення ефективного залучення клієнтської аудиторії та підвищення впізнаваності бренду SEO-агентства «LEOSEO» у Львівській області планується комплексна стратегія реклами та промоції, яка поєднує онлайн та офлайн інструменти. До основних заходів відноситься просування

через соціальні мережі, контекстну рекламу, e-mail маркетинг та оптимізацію власного веб-сайту з урахуванням принципів SEO, що дозволить підвищити органічний трафік та залучити потенційних замовників. Офлайн активності включають участь у професійних конференціях, семінарах та виставках, а також розповсюдження інформаційних матеріалів серед місцевого бізнес-середовища.

IV. Операційний план

A. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ

Місце розташування SEO-агенції буде обрано з урахуванням стратегічної доступності та комфортних умов для роботи персоналу. Планується оренда офісного приміщення у місті Львові, район Центр, загальною площею близько 50 м², розташованого на 6-му поверсі сучасної адміністративної будівлі. Приміщення має виконаний ремонт, оснащене системою підігріву підлоги, кондиціонером для забезпечення оптимального мікроклімату та панорамними вікнами, що забезпечують природне освітлення та створюють відкритий простір. Санітарні вузли розташовані на поверсі, доступ до офісу цілодобовий, передбачене місце для паркування транспортних засобів. Таке розташування та інфраструктура сприятимуть ефективній організації роботи співробітників та забезпеченню комфортних умов для прийому клієнтів.

Б. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ

На початку роботи SEO-агентства «LEOSEO» приміщення не потребує суттєвих перебудов. Основна потреба полягає в облаштуванні офісу технікою, меблями та програмним забезпеченням для роботи з клієнтами, аналітикою, створенням контенту та управлінням рекламними кампаніями. Для ефективної роботи SEO-спеціалістів і маркетологів необхідно придбати наступну техніку.

Таблиця

Необхідна техніка

Найменування	Кількість	Ціна за одиницю, грн	Загальна вартість, грн
MacBook Air	2	39 498	78 996
Монітор 27" для роботи з аналітикою	2	7 500	15 000

Принтер/сканер багатофункціональний	1	8 500	8 500
Зовнішній жорсткий диск 2 ТБ	2	3 200	6 400
Клавіатура та миша бездротові	2	1 099	2 198
Килимок для миші	2	349	698
Павербанк 10 000 мАг	3	2 199	6 597
Веб-камера HD	2	1 499	2 998
Навушники з мікрофоном	2	1 799	3 598
Мікрофон студійний для запису контенту	1	4 500	4 500
Всього за техніку та обладнання			129 485 грн

Примітка. Складено автором.

Для комфорту співробітників та ефективної роботи агентства «LEOSEO» придбаємо офісне обладнання та меблі.

Таблиця

Офісне обладнання та меблі

Найменування	Кількість	Ціна за одиницю, грн	Загальна вартість, грн
Оренда офісу на вул. Шашкевича	1	20 000 / місяць	20 000
Комісія ріелтора	1	20 000	20 000
Комунальні послуги	–	2 500 (зима), 1 000 (літо)	2 500 (зима)
Конференційний стіл	1	14 250	14 250
Крісла для конференцій	7	4 470	31 290
Дошка для стратегій	1	2 199	2 199
Робочі столи	6	864	5 184
Офісні крісла	6	1 181	7 086
Журнальний столик	1	1 750	1 750
Пуфи для зони відпочинку	6	831	4 986
Кімнатні рослини	3	510	1 530
Чайник	1	699	699
Мініхолодильник	1	5 728	5 728
Мікрохвильова піч	1	4 599	4 599
Гардеробна стійка	1	1 040	1 040
Аптечка	1	1 050	1 050
Вогнегасник	1	300	300
Всього за меблі та обладнання			107 199 грн

Примітка. Складено автором.

В. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Місія нашого SEO-агентства «LEOSEO» полягає в наданні малому та середньому бізнесу Львівської області професійних послуг з пошукової оптимізації, спрямованих на підвищення видимості веб-ресурсів та зростання

онлайн-продажів. Стратегічною метою агентства «LEOSEO» на найближчі 3–5 років є позиціонування серед топ-3 SEO-агентств регіону з обслуговуванням щонайменше 50 активних клієнтів та забезпечення щорічного зростання доходу на рівні 20 %.

Стратегія виходу на ринок передбачає локальну SEO-оптимізацію під Львів та область, партнерство з регіональними маркетинговими агентствами та веб-студіями, а також активне використання контент-маркетингу та кейс-стаді для демонстрації ефективності послуг.

Стратегія продажів передбачає поєднання прямого продажу (B2B), участі у вебінарах та семінарах для локального бізнесу та демонстрації успішних кейсів. План розвитку агентства «LEOSEO» передбачає поетапне масштабування:

0–3 місяці: реєстрація бізнесу, створення корпоративного сайту, налаштування CRM та соцмереж, формування перших контактів.

3–6 місяців: виконання пілотних проєктів, пропозиція SEO-аудитів за зниженою ціною, формування портфоліо та перших відгуків.

6–12 місяців: активна рекламна кампанія та участь у локальних бізнес-заходах, досягнення 10–15 активних клієнтів.

1–2 роки: розширення команди (SEO-спеціалісти, контент-менеджери), впровадження нових послуг (контекстна реклама, SMM), обслуговування 30–50 клієнтів.

3–5 років: масштабування на національний рівень, стратегічні партнерства, розробка власних продуктів (SEO-інструменти), закріплення за агентством позицій одного з лідерів ринку.

Конкурентна стратегія базується на локальній експертизі у Львівській області, прозорій системі звітності та комплексному підході до SEO та контенту. Основні канали залучення клієнтів включають LinkedIn, Facebook, локальні бізнес-форуми та участь у виставках і конференціях. Політика ціноутворення

передбачає гнучкі пакети для малого та середнього бізнесу, а також бонуси для довгострокових клієнтів.

Г. РОБОЧА СИЛА

Для старту SEO-агентства «LEOSEO» рекомендовано мати мінімальний штат із можливістю розширення.

Таблиця

Штат працівників

Позиція	Обов'язки	Кількість	Зарплатна сітка (грн/міс)
SEO-спеціаліст	Оптимізація сайтів, аудит, внутрішня та зовнішня SEO-оптимізація	2	30 000
Контент-менеджер / Копірайтер	Написання SEO-текстів, контент-план, блог	1	25 000
SMM/Маркетолог	Просування в соцмережах, взаємодія з клієнтами	1	25 000
Менеджер з продажу / акаунт-менеджер	Залучення клієнтів, комунікація, підготовка звітів	1	30 000
Веб-аналітик / PPC-спеціаліст (опціонально)	Аналіз трафіку, налаштування реклами	1	30 000
Керівник	Загальне управління, стратегія	1	40 000

Примітка. Складено автором.

Під час формування команди доцільно застосовувати багаторівневу систему відбору, у якій ключовим показником є наявність релевантного професійного досвіду: бажано, щоб кандидат мав щонайменше 1–2 роки практичної роботи у сфері SEO або цифрового маркетингу. Окрему увагу слід приділяти технічним компетенціям, зокрема здатності працювати з такими інструментами, як Google Analytics, Google Search Console, Ahrefs, Semrush і WordPress, оскільки вони становлять основу для виконання більшості аналітичних та операційних завдань. Формальна освіта у галузях маркетингу, інформаційних технологій, журналістики або суміжних дисциплінах є бажаною, хоча й не є обов'язковою, адже практичні навички та здатність до швидкого опанування нових методик

нерідко мають значно більшу вагу. Водночас важливим критерієм виступають особисті якості кандидата, зокрема аналітичне мислення, уміння ефективно комунікувати в команді та з клієнтами, а також відповідальне ставлення до виконання професійних обов'язків.

Організаційна структура команди передбачає диференціацію форм зайнятості залежно від функціональних завдань та інтенсивності робочого навантаження. Так, на позиції ключових фахівців — таких як SEO-спеціаліст, менеджер проєктів чи керівник напряму — доцільно призначати співробітників із повною зайнятістю, оскільки саме ці ролі забезпечують безперервність процесів і стратегічну стабільність. Натомість для виконання допоміжних або епізодично необхідних функцій, пов'язаних із контент-менеджментом, SMM або поглибленою аналітикою, доцільно використовувати часткову зайнятість або співпрацювати з фрилансерами, що дозволяє оптимізувати витрати на стартових етапах розвитку компанії.

У стратегічній перспективі розвиток кадрового складу може відбуватися поетапно. Протягом першого року оптимальним вважається формування базової команди з 5–6 працівників, що забезпечує мінімальний, але достатній ресурс для ефективного обслуговування клієнтів. На другий рік передбачається розширення штату до 8–10 осіб шляхом залучення додаткових SEO-фахівців та спеціаліста з PPC, що дозволяє підвищити продуктивність і розширити спектр послуг. Протягом третього року можливим є впровадження часткової автоматизації рутинних процесів, а також залучення стажерів або фахівців рівня junior.

V. Управлінська команда

A. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ

Ключовий управлінський персонал - керівник. Обов'язки: стратегічне планування, управління проєктами, контроль фінансових показників, взаємодія з ключовими клієнтами. Кваліфікації: досвід управління в сфері цифрового маркетингу, знання SEO та онлайн-просування, навички лідерства.

Б. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

Власниця агенції буде отримувати зарплату 40 000 грн/міс

VI. Фінансовий план

A. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ

Планується залучити власний стартовий капітал

B. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Загальні операційні витрати за рік становлять: 3 438 371,25 грн.

Ця сума включає: оплату праці; оренду; транспорт; телефон і інтернет; офісні матеріали; рекламу; амортизацію; інші витрати.

Загальний валовий прибуток за рік (валовий дохід мінус собівартість) становить: 6 621 317,50 грн.

B. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ

Річний валовий дохід: 6 645 800,00 грн.

Чистий рух грошових коштів (прибуток/збиток до оподаткування). У перші 3 місяці фіксується збиток: -255 210 грн, -201 560 грн, -55 283 грн.

Починаючи з 4-го місяця – прибутковість. Найбільший прибуток — у 12 місяці: 893 280 грн.

Податок 3% від валового доходу за рік: 199 374 грн

Прибуток до оподаткування: 3 182 946,25 грн; податки: 199 374,00 грн

Чистий річний прибуток після оподаткування: 3 182 946,25 грн

G. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

1. Фіксовані операційні витрати:

Середні витрати на місяць: $3\,438\,371,25 \text{ грн} / 12 = 286\,531 \text{ грн/місяць}$

2. Середній валовий прибуток на місяць: $6\,621\,317,50 \text{ грн} / 12 = 551\,776 \text{ грн/місяць}$

3. Фактична точка беззбитковості. Оскільки дані не містять кількості клієнтів або ціни за 1 клієнта, беззбитковість можна визначити по фактичних місяцях. Бізнес виходить у плюс у місяць 4, коли валовий прибуток перевищує витрати. Точка беззбитковості досягається при місячному доході приблизно 300 000 грн, що видно по місяцю 4 (300 100 грн доходу - 1 067 грн прибутку).

Отже, бізнес збитковий у перші 3 місяці, вихід на прибутковість — у 4-й місяць. Річний чистий прибуток — 3,18 млн грн, що є дуже високою рентабельністю. Точка беззбитковості — 300 тис. грн доходу на місяць. Середні місячні витрати — 286 тис. грн, середній валовий прибуток — 552 тис. грн.

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													
Особливі (визначні) дні													
Події місцевого значення													
Сезонні події													
Методи (канали) просування													
Тартована реклама (SMA)	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
PPC	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00
SEO	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00
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	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00
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	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
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	12 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	11 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	123 000,00

Витрати на приміщення (будівлю)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда	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
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/ обслуговування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	12 000,00
Опалення	2 000,00	2 000,00	1 700,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	700,00	1 500,00	2 000,00	10 400,00
Водопостачання/ каналізація	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00
Телефон (базова оплата)	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
Лампочки, мичі засоби тощо	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Інше:	0,00	0,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	6 000,00
Всього витрати	23 600,00	23 600,00	23 900,00	22 700,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 900,00	23 700,00	24 200,00	275 600,00

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 SEO-аудит вебсайту													
Продано одиниць	5,00	5,00	10,00	10,00	20,00	20,00	25,00	25,00	30,00	30,00	30,00	25,00	235,00
Ціна за 1	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00
Сума продажу	17 500,00	17 500,00	35 000,00	35 000,00	70 000,00	70 000,00	87 500,00	87 500,00	105 000,00	105 000,00	105 000,00	87 500,00	822 500,00
Товар/ Послуга Категорія №2 Щомісячне SEO-просування													
Продано одиниць	1,00	3,00	5,00	7,00	7,00	9,00	9,00	9,00	12,00	12,00	15,00	15,00	104,00
Ціна за 1	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00	25 900,00
Сума продажу	25 900,00	77 700,00	129 500,00	181 300,00	181 300,00	233 100,00	233 100,00	233 100,00	310 800,00	310 800,00	388 500,00	388 500,00	2 693 600,00
Товар/ Послуга Категорія №3 Розробка SEO-стратегії та контент-плану													
Продано одиниць	0,00	0,00	2,00	2,00	5,00	5,00	6,00	8,00	10,00	12,00	15,00	18,00	83,00
Ціна за 1	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00	35 900,00
Сума продажу	0,00	0,00	71 800,00	71 800,00	179 500,00	179 500,00	215 400,00	287 200,00	359 000,00	430 800,00	538 500,00	646 200,00	2 979 700,00
Товар/ Послуга Категорія №4 Консультації і майстер-класи													
Продано одиниць	2,00	2,00	4,00	4,00	6,00	2,00	2,00	3,00	6,00	6,00	6,00	7,00	50,00
Ціна за 1	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
Сума продажу	6 000,00	6 000,00	12 000,00	12 000,00	18 000,00	6 000,00	6 000,00	9 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	21 000,00	150 000,00
Разом усіх товарів	49 400,00	101 200,00	248 300,00	300 100,00	448 800,00	488 600,00	542 000,00	616 800,00	792 800,00	864 600,00	1 050 000,00	1 143 200,00	6 645 800,00

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	5,00	10,00	10,00	20,00	20,00	25,00	25,00	30,00	30,00	30,00	25,00	235,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50
Пакувальні матеріали (тара)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Інше													
Всього витрати на один. товару	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50
Категорія 1: Всього Витрати	222,50	222,50	445,00	445,00	890,00	890,00	1 112,50	1 112,50	1 335,00	1 335,00	1 335,00	1 112,50	10 457,50
Категорія 2: Продано один. товару	1,00	3,00	5,00	7,00	7,00	9,00	9,00	9,00	12,00	12,00	15,00	15,00	104,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Пакувальні матеріали (тара)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Інше													
Всього витрати на один. товару	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Категорія 2: Всього Витрати	75,00	225,00	375,00	525,00	525,00	675,00	675,00	675,00	900,00	900,00	1 125,00	1 125,00	7 800,00
Категорія 3: Продано один. товару	0,00	0,00	2,00	2,00	5,00	5,00	6,00	8,00	10,00	12,00	15,00	18,00	83,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Пакувальні матеріали (тара)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Інше													
Всього витрати на один. товару	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Категорія 3: Всього Витрати	0,00	0,00	150,00	150,00	375,00	375,00	450,00	600,00	750,00	900,00	1 125,00	1 350,00	6 225,00
Категорія 4: Продано один. товару	2,00	2,00	4,00	4,00	6,00	2,00	2,00	3,00	6,00	6,00	6,00	7,00	50,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці													
Матеріали/ комплектуючі													
Витратні матеріали													
Пакувальні матеріали (тара)													
Інше													
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
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
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	297,50	447,50	970,00	1 120,00	1 790,00	1 940,00	2 237,50	2 387,50	2 985,00	3 135,00	3 585,00	3 587,50	24 482,50

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)													
SEO-спеціаліст	30 000	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	360 000,00
Контент-менеджер / Копірайтер	25 000	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	300 000,00
SMM/Маркетолог	25 000	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	300 000,00
Менеджер з продажу / акаунт-менеджер	30 000	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	360 000,00
Веб-аналітик / PPC-спеціаліст (опціонально)	30 000	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	360 000,00
Керівник	40 000	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
ПДФО (18%)	32 400,00	32 400,00	32 400,00	32 400,00	32 400,00	32 400,00	32 400,00	32 400,00	32 400,00	10 800,00	10 800,00	10 800,00	324 000,00
ВЗ (5%)	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	900,00	900,00	900,00	83 700,00
ЕСВ (22%)	39 600,00	39 600,00	39 600,00	39 600,00	39 600,00	39 600,00	39 600,00	39 600,00	39 600,00	13 200,00	13 200,00	13 200,00	396 000,00
Всього витрати	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	204 900,00	204 900,00	204 900,00	2 963 700,00

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
<i>Витрати на приміщення</i>	23 600,00	23 600,00	23 900,00	22 700,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 900,00	23 700,00	24 200,00	275 600,00
<i>Транспортування/ автомобіль</i>	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	24 000,00
<i>Плата за використання телефону</i>	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00
<i>Офісні витратні матеріали</i>	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6 000,00
<i>Реклама/ промо-акції</i>	12 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	11 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	123 000,00
<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</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
<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
<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
<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
<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
<i>Різне: оплата підписок на сервіси</i>	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
<i>Знос (амортизація)</i>	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	5 551,25
<i>Інше: Інтернет</i>	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
Всього витрати	43 312,60	41 312,60	41 612,60	40 412,60	39 912,60	39 912,60	39 912,60	39 912,60	40 912,60	40 612,60	41 412,60	41 912,60	491 151,25

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Конференційний стіл	14 250	1 січня 2026	60,00	237,50
Крісла для конференцій	31 290	1 січня 2026	240,00	130,38
Дошка для стратегій	2 199	1 січня 2026	240,00	9,16
Офісні крісла	7 086	1 січня 2026	240,00	29,53
Журнальний столик	1 750	1 січня 2026	240,00	7,29
Мініхолодильник	5 728	1 січня 2026	240,00	23,87
Мікрохвильова піч	4 599	1 січня 2026	240,00	19,16
Гардеробна стійка	1 040	1 січня 2026	240,00	4,33
MacBook Air	78 996	1 січня 2026	240,00	329,15
Монітор 27" для роботи з аналітикою	15 000	1 січня 2026	240,00	62,50
Принтер/сканер багатофункціональний	8 500	1 січня 2026	240,00	35,42
Зовнішній жорсткий диск 2 ТБ	6 400	1 січня 2026	60,00	106,67
Веб-камера HD	2 998	1 січня 2026	240,00	12,49
Навушники з мікрофоном	3 598	1 січня 2026	240,00	14,99
Мікрофон студійний для запису контенту	4 500	1 січня 2026	240,00	18,75
Загальна вартість капітального обладнання	187 934,00		Всього місячна амортизація	462,60

Не амортизується\	Початковий запас
Чайник	699
Кімнатні рослини	1 530
Вогнегасник	300
Килимок для миші	698
Робочі столи	5 184
Пуфи для зони відпочинку	4 986
Клавіатура та миша бездротові	2 198
Павербанк 10 000 мАг	6 597
Аптечка	1 050
	23242

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
<i>Придбання та установка капітального обладнання</i>	187 934,00
<i>Початковий запас</i>	23242
<i>Юридичні/ бухгалтерські послуги</i>	0
<i>Регістрація, ліцензії, дозволи</i>	500
<i>Ремонтні роботи: встановлення сигналізації</i>	0
<i>Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)</i>	20000
<i>Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача</i>	6750
<i>Резерв обігових коштів</i>	5000
<i>Інше:</i>	0
<i>Інше:</i>	0,00
<i>Земельна ділянка:</i>	0,00
<i>Інше:</i>	
Всього початкові витрати	243 426,00

Джерела фінансування та статті витрат

Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	2 034,00
Позика в друзів	2 034,00
Позика в родичів	2 034,00
Дали друзі як негрошовий внесок	0,00
Дали родичі як негрошовий внесок	11 250,00
Внесок автомобіль	0,00
Грант	209 950,00
Короткострокова банківська позика підприємству	0,00
Довгострокова банківська позика підприємству	0,00
Банківська позика власнику	0,00
Інші позикові кошти (вказати):	9 000,00
Інші грантові кошти (вказати)	0,00
З усіх джерел фінансування	236 302,00
Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/ приміщення:	0,00
Обладнання:	187 934,00
Початковий запас	23 242,00
Юридичні послуги/ Реєстрація	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	0,00
Промо-акції	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	500,00
Інше:	0
Інше:	0,00
Інше:	0,00
Усі статті витрат	214 278,00
Початковий баланс грошових коштів	22 024,00

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
ДОХОД														
Залповий дохід	Тип фірми	49 400,00	101 200,00	248 300,00	300 100,00	448 800,00	488 600,00	542 000,00	616 800,00	792 800,00	864 600,00	1 050 000,00	1 143 200,00	6 645 800,00
Залпова собівартість реаліз. продукції (змін. витр.) (тип фірми В, П, РТ)	S	297,50	447,50	970,00	1 120,00	1 790,00	1 940,00	2 237,50	2 387,50	2 985,00	3 135,00	3 585,00	3 587,50	24 482,50
Залповий прибуток		49 102,50	100 752,50	247 330,00	298 980,00	447 010,00	486 660,00	539 762,50	614 412,50	789 815,00	861 465,00	1 046 415,00	1 139 612,50	6 621 317,50
Залповий прибуток (%)		99,40	99,56	99,61	99,63	99,60	99,60	99,59	99,61	99,62	99,64	99,66	99,69	99,63
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	204 900,00	204 900,00	204 900,00	2 963 700,00
Витрати на приміщення		23 600,00	23 600,00	23 900,00	22 700,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 900,00	23 700,00	24 200,00	275 600,00
Транспортування/ автомобіль		2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	24 000,00
Плата за використання телефону		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	20,00	5 520,00
Реклама/ промо-акції		12 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	11 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	123 000,00
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		4 000,00	4 000,00	4 000,00	500,00	500,00	1 000,00	4 000,00	2 000,00	0,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	32 000,00
Знос (амортизація)		462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	462,60	5 551,25
Інше: 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
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		304 312,60	302 312,60	302 612,60	297 912,60	297 412,60	297 912,60	300 912,60	298 912,60	297 912,60	245 512,60	246 312,60	246 332,60	3 438 371,25
Прибуток (збиток) до оподаткування		-255 210,10	-201 560,10	-55 282,60	1 067,40	149 597,40	188 747,40	238 849,90	315 499,90	491 902,40	615 952,40	800 102,40	893 279,90	3 182 946,25
Податки 3% доходу		1 482,00	3 036,00	7 449,00	9 003,00	13 464,00	14 658,00	16 260,00	18 504,00	23 784,00	25 938,00	31 500,00	34 296,00	199 374,00
Прибуток (збиток) після оподаткування		-255 210,10	-201 560,10	-55 282,60	1 067,40	149 597,40	188 747,40	238 849,90	315 499,90	491 902,40	615 952,40	800 102,40	893 279,90	3 182 946,25

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		22 024,00	#####	-433 121,00	-487 591,00	-485 711,00	-335 301,00	-145 741,00	93 921,50	410 234,00	902 949,00	1 519 714,00	2 320 629,00	3 214 721,50	
ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ															
Від покупок (продажи)		49 400,00	101 200,00	248 300,00	300 100,00	448 800,00	488 600,00	542 000,00	616 800,00	792 800,00	864 600,00	1 050 000,00	1 143 200,00	6 645 800,00	
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/ Позички		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		49 400,00	101 200,00	248 300,00	300 100,00	448 800,00	488 600,00	542 000,00	616 800,00	792 800,00	864 600,00	1 050 000,00	1 143 200,00	6 645 800,00	
ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ															
ВИПЛАТИ															
Точковий запас	23 242,00	Собівартість реалізованої продукції	297,50	447,50	970,00	1 120,00	1 790,00	1 940,00	2 237,50	2 387,50	2 985,00	3 135,00	3 585,00	3 587,50	24 482,50
		Оплата праці	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	261 000,00	204 900,00	204 900,00	204 900,00	2 963 700,00	
		Витрати на приміщення	23 600,00	23 600,00	23 900,00	22 700,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 200,00	22 900,00	23 700,00	24 200,00	275 600,00	
		Транспортування/ автомобіль	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	24 000,00	
		Плата за використання телефону	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00	
		Офісні витратні матеріали/ пошта	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	20,00	5 520,00	
	6 750,00	Страхування	12 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	11 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	123 000,00	
	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	
	500,00	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	
		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	
Придбання та установка капітального обладнання	187 934,00	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	
		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	
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	
Інше:	0,00	Різне:	4 000,00	4 000,00	4 000,00	500,00	500,00	1 000,00	4 000,00	2 000,00	0,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	32 000,00
Всього виплати		303 797,50	301 947,50	302 770,00	298 220,00	298 390,00	299 040,00	302 337,50	300 487,50	300 085,00	247 835,00	249 085,00	249 107,50	3 463 102,50	
Оборот грош. коштів до оподатк.		-232 373,50	#####	-487 591,00	-485 711,00	-335 301,00	-145 741,00	93 921,50	410 234,00	902 949,00	1 519 714,00	2 320 629,00	3 214 721,50	3 214 721,50	
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ		-232 373,50	#####	-487 591,00	-485 711,00	-335 301,00	-145 741,00	93 921,50	410 234,00	902 949,00	1 519 714,00	2 320 629,00	3 214 721,50	3 214 721,50	

БАЛАНС

Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	3 214 721,50
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	3 214 721,50
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	172 272,83
Інше: автомобіль	0,00
Всього позаоборотні активи	172 272,83
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	3 386 994,33
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	3 386 994,33
Всього капітал власника та пасиви	3 386 994,33

РОЗДІЛ 3

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ ДЛЯ УСПІШНОГО РОЗВИТКУ SEO-АГЕНЦІЇ

Ринок SEO-послуг у Львівській області демонструє стабільний попит, зокрема серед малого та середнього бізнесу, що працює у сферах електронної комерції, інформаційних технологій та локальних послуг. Аналіз конкурентного середовища показує, що ефективність агентства «LEOSEO» значною мірою залежить від наявності компетентної управлінської команди та SEO-фахівців, здатних впроваджувати сучасні методи оптимізації та аналітики веб-трафіку. Старт із компактною командою дозволяє оптимізувати витрати на початковому етапі та поступово масштабувати бізнес у відповідь на зростання клієнтської бази. Використання сучасних інструментів для SEO та аналітики, таких як Ahrefs, Semrush та Google Analytics, сприяє підвищенню ефективності роботи та забезпечує конкурентні переваги агентства «LEOSEO».

Для забезпечення стабільного та успішного розвитку агентства «LEOSEO» важливо поступово розширювати команду, залучаючи додаткових SEO-спеціалістів, контент-менеджерів та PPC-аналітиків у міру збільшення обсягів проектів та кількості клієнтів. Інвестиції в навчання та підвищення кваліфікації персоналу, включаючи участь у семінарах, онлайн-курсах та сертифікаціях, дозволять підтримувати актуальність знань щодо алгоритмів пошукових систем та нових методів цифрового маркетингу. Впровадження системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та автоматизації бізнес-процесів забезпечить ефективне планування проектів, контроль виконання завдань та своєчасне формування звітності.

Крім того, розширення спектру послуг агентства «LEOSEO», зокрема шляхом інтеграції комплексного інтернет-маркетингу, включаючи SMM, контекстну рекламу та email-маркетинг, сприятиме підвищенню привабливості агентства для потенційних клієнтів та зміцненню його позицій на ринку. Акцент

на аналітичних даних і результатах роботи, регулярне звітування клієнтам з ключових показників ефективності та надання рекомендацій щодо оптимізації кампаній підвищують довіру та лояльність замовників.

Отже, розвиток бренду та маркетингових комунікацій агентства, активна присутність у соціальних мережах, публікації кейсів та участь у локальних галузевих заходах сприятимуть підвищенню впізнаваності та формуванню позитивного іміджу на ринку. Комплексне виконання зазначених заходів забезпечить не лише стабільний старт SEO-агентства у Львівській області, але й сприятиме поступовому зростанню його ринкової частки, залученню нових клієнтів та формуванню довгострокової конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. DataReportal. *Digital 2025: Ukraine*. — DataReportal. — Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ukraine> (дата звернення: 03.12.2025).
2. SPEKA. *Ринок інтернет-реклами в Україні може зрости на 20% за рік — які сектори отримують найбільше доходів*. — SPEKA, 06 жовт. 2025. — Режим доступу: <https://speka.ua/news/rinok-internet-reklami-v-ukrayini-moze-zrosti-na-20-za-rik-yaki-sektori-otrimayut-naibilse-doxodiv-v4o0ow> (дата звернення: 03.12.2025).
3. 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>
4. Словник понять і термінів з маркетингу / Борисова Т.М., Галько Л.Р., Дудар В.Т., Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Процишин Ю.Т., Хрупович С.Є. - Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 112 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49382>.
5. Борисова Т.М., Хрупович С.Є., Галько Л.Р. Маркетингове дослідження доступності послуг для людей з обмеженими можливостями у територіальних громадах України. *Галицький економічний вісник*. 2024. Том 87. № 2. С. 188-198. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.02.181.
6. Борисова Т., Дудар В., Галько Л., Крупник А. Дослідження доступності до інклюзивної медицини через призму маркетингового аналізу. *Галицький економічний вісник*. 2023. Том 84. № 5. С. 123-131. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/84/1220.pdf>.
7. Борисова Т.М., Процишин Ю.Т., Галько Л.Р. Управління маркетингом та заходи для зменшення сприйманого ризику в бізнесі: аналіз взаємозв'язку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. Вип. 5 (322). URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-322-5-15>.
8. Борисова Т., Монастирський Г., Окрепкий Р., Галько Л. Маркетингове дослідження стану гендерної політики в системі публічного управління регіону. *Галицький економічний вісник*. 2022. Том 78-79. № 5-6. С. 120-129.
9. Борисова Т.М., Окрепкий Р.Б., Дудар В.Т. Використання інструментів маркетингових досліджень при виявленні потреб людей з обмеженими можливостями. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. №1 (314). С. 154-159.
10. Борисова Т.М., Процишин Ю.Т. Маркетингове дослідження потреб жінок та дівчат – внутрішньо переміщених осіб. *Галицький економічний вісник*. 2023. Том 80. №1. С. 76-85 URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/40938/2/GEB_2023v80n1_Borysova_T-Marketing_research_of_female_76-85.pdf
11. Галько Л.Р. Бізнес-планування розвитку компанії: базові технології та методологічні проблеми. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/42>.

12. Іванечко Н., Дудар В., Павелко В. Пошуковий маркетинг. *Галицький економічний вісник*. 2022. Том 74. № 1. С. 158-162. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.158
13. Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Павелко В.І. SEO оптимізація: семантичне ядро. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2022. Випуск 1 (87). С. 109-114. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-1-16>
14. 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
15. 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>
16. Окрепкий Р.Б., Дудар В.Т. Упровадження концепції маркетингового управління в діяльність підприємств міського електротранспорту. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 1. С. 118-131.
17. Процишин Ю.Т. Креативність у маркетингу – найбільш затребуваний soft skill сьогодення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022, № 2, Том 2. С. 66-72. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/09/vknu-es-2022-n2t2304_11.pdf
18. Процишин Ю.Т. Термінологія з маркетингу соціальних мереж (SMM). Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 49 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49380>
19. Хрупович Світлана, Процишин Юлія. Студії креативного маркетингу: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2021. 146 с.
20. Хрупович С.Є., Дудар В.Т., Окрепкий Р.Б. Використання штучного інтелекту для моделювання портрету споживача в цифровому маркетингу. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 1 (74). С. 162-170. <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/38699>
21. Хрупович Світлана. Інтеграція маркетингових досліджень з технологіями віртуальної реальності на основі штучного інтелекту. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2023. Том 81 № 2. С. 140–146. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/41207/2/GEJ_2023v81n2_Khrupovych_S-Integration_of_marketing_140-146.pdf
22. Хрупович Світлана, Мазур Олександр, Сливяк Антон. Технології використання штучного інтелекту у B2B маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. № 3. С. 354-357. URL: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=th&user=iq0kQWUAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=iq0kQWUAAAAJ:LPZeul_q3PIC