

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (агентство з UX/UI-аналізу) і
його маркетингове обґрунтування

Студентки групи МАРК-41

Деменцевич Анастасії

Науковий керівник:

канд.е.н, доцент

Окрепкий Р.Б.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії: _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА РОПОЗИЦІЯ.....	4
I. Компанія та її продукти.....	4
II. Дослідження та аналіз ринку.....	6
III. Маркетинговий план.....	9
IV. Операційний план (для UX/UI агентства).....	12
V. Управлінська команда	14
VI. Фінансовий план.....	15
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЕКТУ....	19
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27

ВСТУП

У сучасному світі, що стрімко розвивається у сфері цифрових технологій, зручність та ефективність взаємодії користувачів із цифровими продуктами стали надзвичайно важливими. Високоякісний UX/UI-дизайн не лише забезпечує задоволення користувачів, але й безпосередньо впливає на конкурентоспроможність компанії на ринку. Як наслідок, попит на професійні послуги UX/UI-аналізу постійно зростає, створюючи сприятливі умови для заснування нових бізнесів у цій сфері.

Метою цього курсового проєкту є розробка бізнес-плану для запуску агентства, що спеціалізується на UX/UI-аналізі, з детальним маркетинговим обґрунтуванням його діяльності. Такий підхід дозволить оцінити перспективи бізнесу, визначити його сильні сторони та запропонувати ефективні стратегії для позиціонування на ринку.

Для досягнення поставленої мети у роботі будуть вирішені такі завдання:

1. Провести аналіз ринку UX/UI-послуг для визначення цільової аудиторії та конкурентного середовища.
2. Розробити концепцію діяльності агентства, включаючи портфель послуг та бізнес-модель.
3. Обґрунтувати маркетингову стратегію, спрямовану на залучення клієнтів та просування послуг агентства.
4. Створити фінансовий план для оцінки прибутковості проєкту.

Актуальність обраної теми полягає у зростаючій ролі користувацького досвіду в усіх галузях, де застосовуються цифрові технології. Запропонований проєкт є важливим кроком у задоволенні потреб бізнесу у якісному UX/UI-аналізі та сприятиме підвищенню конкурентоспроможності клієнтів агентства на ринку.

Розділ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ

I. Компанія та її продукти

A. КОМПАНІЯ

1. Опис галузі

UX/UI-дизайн є важливим елементом ІТ-галузі, що стрімко розвивається у світі цифрових технологій. Ринок UX/UI послуг має стабільне зростання через попит на зручні та естетичні цифрові продукти, зокрема веб-сайти, мобільні застосунки, програми для бізнесу тощо.

2. Роль компанії у галузі

Агентство UX/UI Vision спеціалізується на забезпеченні якісного UX/UI-дизайну для клієнтів із різних сфер. Це включає не лише стандартний дизайн, але й використання сучасних технологій для аналізу поведінки користувачів.

3. Головні клієнти

- Малі та середні бізнеси: В Україні це можуть бути локальні кав'ярні, магазини, приватні клініки, які хочуть підвищити ефективність своїх платформ.
- Стартапи: Наприклад, українські стартапи в галузі fintech або medtech, які працюють на міжнародний ринок.
- Е-commerce: Інтернет-магазини, для яких UX/UI є основою конкурентоспроможності.

4. Юридичний статус.

Компанія працюватиме у формі ФОП, що дає можливість оптимізувати витрати та забезпечити гнучкість у співпраці з клієнтами як на національному, так

і міжнародному рівнях.

5. Місія та цінності компанії

Місія компанії – створення продуктів, які об'єднують естетику, зручність і бізнес-цілі. Основні цінності: інноваційність, прозорість, клієнтоорієнтованість.

Б. ТОВАРИ АБО ПОСЛУГИ

1. Опис основних послуг

- UX/UI-аудит: Включає аналіз таких елементів, як навігація, розташування інформації, зручність використання.
- Прототипування: Підготовка інтерактивних макетів із врахуванням сучасних трендів.
- Консалтинг: Інформування клієнта про найкращі практики у UX/UI-дизайні, аналіз конкурентів.
- Дослідження: Виявлення потреб користувачів за допомогою опитувань, аналізу поведінки, тестувань.

2. Інновації в послугах

Агентство впроваджуватиме автоматизацію за допомогою таких інструментів, як Hotjar (теплові карти), Google Analytics, що дозволяє детальніше аналізувати поведінку користувачів.

3. Унікальність пропозиції

- Комплексний підхід: дослідження, дизайн, впровадження.
- Доступна ціна для клієнтів із невеликим бюджетом.
- Фокус на швидкості виконання завдань.

4. Різниця з конкурентами

Існуючі компанії в Україні орієнтуються переважно на великі корпорації, тоді як UX/UI Vision фокусується на малому бізнесі та стартапах. Наприклад, ми надаватимемо гнучкі умови співпраці та прозорі звіти на кожному етапі проєкту.

II. Дослідження та аналіз ринку

A. КЛІЄНТИ

Цільова аудиторія агентства UX/UI Vision

Основними клієнтами компанії стануть такі групи:

1. Малий та середній бізнес (МСБ)

- Сюди входять підприємства, які прагнуть створити або вдосконалити свої веб-сайти, мобільні додатки чи CRM-системи.
- Для них важливими критеріями є доступність ціни, індивідуальний підхід та простота використання кінцевого продукту.

2. Стартапи

- Молоді технологічні компанії потребують інтуїтивно зрозумілих рішень, щоб швидко завоювати увагу користувачів.
- Ця група цінує швидкість реалізації проєктів, інноваційність підходу та підтримку в оптимізації продукту.

3. Великі підприємства

- Це компанії, які періодично проводять аудит своїх цифрових продуктів для покращення UX/UI.
- Головними пріоритетами для таких клієнтів є висока кваліфікація спеціалістів, перевірені методології та гарантії успішного результату.

Фактори, що впливають на рішення про покупку

Клієнти агентства прийматимуть рішення про співпрацю, орієнтуючись на такі чинники:

- Ціна: баланс між доступністю та якістю.
- Якість: здатність агентства розробляти інтерфейси, що задовольняють потреби користувачів.
- Сервіс: підтримка клієнта на кожному етапі співпраці.
- Репутація: кейси успішно завершених проєктів, які формують довіру.

Б. РОЗМІР ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

Аналіз ринку UX/UI-дизайну

Ринок UX/UI-дизайну в Україні є перспективним і продовжує активно розвиватися. Попит на послуги UX/UI-дизайну зростає щороку, зокрема через:

1. Діджиталізацію бізнесу: дедалі більше компаній переходять до онлайн-продажів та комунікацій.
2. Конкуренцію в ІТ-секторі: якісний UX/UI стає ключовим елементом для залучення клієнтів.
3. Вплив пандемії: прискорив необхідність адаптації до цифрового середовища.

Географія ринку

Агентство працюватиме як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Основний акцент буде зроблено на:

- Локальних клієнтах – українські компанії, що прагнуть покращити свою конкурентоспроможність.

- Клієнтах з Європи та США – завдяки конкурентній ціні та високому рівню кваліфікації українських фахівців.

Тенденції розвитку

1. Зростання популярності мобільного UX/UI.
2. Використання штучного інтелекту для покращення користувацького досвіду.
3. Перехід до інтерактивних і персоналізованих інтерфейсів.

В. КОНКУРЕНЦІЯ

Аналіз конкурентів

Основними конкурентами є:

1. Локальні UX/UI-агенції
 - Пропонують комплексні рішення, але з вищою ціною.
2. Фрілансери
 - Доступні за ціною, але часто обмежені в можливостях реалізації великих проєктів.
3. Міжнародні агенції
 - Висока якість, але значно вища ціна для українських клієнтів.

Переваги UX/UI Vision

- Гнучкість у роботі з клієнтами.
- Швидке реагування на зміни та потреби ринку.
- Використання новітніх інструментів, таких як Figma та Adobe XD.

Г. ЧАСТКА РИНКУ ТА ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Прогноз частки ринку

На першому році роботи агентство планує зайняти 2-3% локального ринку UX/UI-дизайну.

Прогноз реалізації

1. Перший рік:

- Виконання 50-60 проєктів.
- Середній дохід – 2,5-3 млн грн.

2. Другий рік:

- Розширення команди та збільшення кількості проєктів до 80-100.
- Очікуваний дохід – 5-6 млн грн.

Припущення

- Збереження попиту на послуги UX/UI-дизайну.
- Підвищення пізнаваності бренду завдяки якісному маркетингу.

III. Маркетинговий план

A. ЗАГАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Ключовими елементами маркетингової стратегії UX/UI агентства будуть:

1. Демонстрація експертизи: акцент на високій якості роботи, прикладах успішних кейсів та інноваційних рішеннях.
2. Побудова репутації: формування сильного бренду з позиціонуванням надійного партнера для бізнесу, що прагне покращити користувацький досвід.

3. Орієнтація на клієнта: індивідуальний підхід до розробки, гнучкість у роботі та швидкий зворотній зв'язок.

4. Онлайн-просування: основна увага приділяється діджитал-каналам для залучення клієнтів, таких як SEO, контекстна реклама та соціальні мережі.

Цільова аудиторія:

- Малі та середні бізнеси: компанії, які хочуть покращити UX/UI своїх веб-сайтів або додатків для підвищення продажів.

- Стартапи: нові компанії, які потребують якісного дизайну для швидкого виходу на ринок.

- Великі корпорації: для розробки окремих проєктів чи покращення існуючих продуктів.

Основні елементи просування:

- Публікація кейсів у портфоліо на власному сайті та на популярних платформах (Behance, Dribbble).

- Створення блогу з порадами щодо покращення UX/UI, що допоможе залучити трафік через SEO.

- Проведення вебінарів та майстер-класів, щоб продемонструвати експертизу.

Б. ЦІНОУТВОРЕННЯ

На початковому етапі буде запропонована конкурентоспроможна ціна для залучення перших клієнтів. Встановлюється диференційований підхід:

1. Малі проєкти (редизайн сторінки або створення одного елементу) — від 20 000 грн.

2. Середні проєкти (розробка дизайну сайту або мобільного додатку) — від 80 000 грн.

3. Комплексні рішення (дизайн великого інтернет-магазину, корпоративної платформи) — від 200 000 грн.

Для залучення клієнтів пропонуються спеціальні умови:

- Знижка 10% для стартапів.
- Пакет «Тест-драйв» — розробка однієї сторінки за пільговою ціною для оцінки якості послуг.

В. ТАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

На етапі запуску компанії необхідно зосередитись на таких діях:

1. Створення MVP: сайт із портфоліо, описом послуг, формою для замовлення та зворотного зв'язку.

2. Ведення соціальних мереж: регулярні публікації успішних кейсів, корисних порад, відгуків клієнтів.

3. Взаємодія з потенційними клієнтами: персоналізовані пропозиції для бізнесів, які активно розвиваються в онлайн-середовищі.

Моніторинг ефективності буде проводитись шляхом аналізу відгуків, показників відвідуваності сайту та кількості запитів на послуги.

Г. РЕКЛАМА ТА ПРОМОЦІЯ

Для просування UX/UI агентства використовуватимуться такі інструменти:

- Контекстна реклама (Google Ads): реклама в пошукових системах за ключовими запитами («створення дизайну сайту», «UX/UI розробка» тощо).
- Соціальні мережі (Meta Ads, LinkedIn Ads): таргетинг на власників бізнесів, стартапів, менеджерів з продуктів.
- Інфлюенсер-маркетинг: залучення лідерів думок у сфері дизайну для оглядів послуг агентства.
- SEO-оптимізація: створення блогу з аналітикою трендів у UX/UI, що підвищить видимість сайту.
- Участь у професійних виставках та конференціях**: можливість презентувати свої послуги та знайти нових клієнтів.

Також планується розробити програму рекомендацій, яка стимулює клієнтів приводити нових замовників через систему бонусів або знижок.

У подальшій перспективі розглядатиметься вихід на міжнародні ринки. Для цього створюватимуться локалізовані версії сайту англійською та іншими мовами, а також запускатиметься реклама для закордонної аудиторії.

IV. Операційний план (для UX/UI агентства)

A. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ

Компанія зосередиться на дистанційній роботі, пропонуючи послуги клієнтам у різних регіонах України та за кордоном. Для командної співпраці та проведення зустрічей з клієнтами буде орендовано робочий простір у коворкінгу в Тернополі.

Б. ПРИМІЩЕННЯ ТА ПЕРЕБУДОВА ПЛОЩІ

Орендоване приміщення коворкінгу вже обладнане всім необхідним для роботи: офісними меблями, конференц-зонами та швидкісним інтернетом. Додаткові витрати включатимуть закупівлю потужної техніки для дизайнерів (ноутбуки, графічні планшети, монітори з високою роздільною здатністю).

В. СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАНИ

Підготовчий етап передбачає:

1. Дослідження ринку: аналіз конкурентів у сфері UX/UI-дизайну (агентства Figma, Red Dot, UX Studio).
2. Формування унікальної пропозиції (УЦП): фокус на індивідуальних рішеннях для кожного клієнта, використання сучасних методик UX-дослідження та розробка дизайнів, які підвищують конверсію.
3. Розробка MVP: надання послуг первинного UX-аудиту сайтів, прототипування інтерфейсів, тестування функціональності продукту.
4. Функціональні можливості агентства:
 - UX-аудит і аналіз існуючих сайтів або мобільних додатків.
 - Створення інтерактивних прототипів у Figma, Adobe XD.
 - Проведення користувацького тестування для виявлення проблем.
 - UI-дизайн з урахуванням сучасних трендів і адаптивності для різних пристроїв.
 - Консультації щодо впровадження дизайну в технічну розробку.

Для залучення клієнтів компанія активно інвестуватиме у власний сайт, SEO-просування та портфоліо, розроблене з акцентом на успішні кейси.

Г. РОБОЧА СИЛА

Команда на старті включатиме:

1. UX-дизайнерів: відповідатимуть за користувацькі дослідження та створення прототипів (2 спеціалісти).
2. UI-дизайнерів: створюватимуть візуальну частину проєктів, адаптовану під різні пристрої (2 спеціалісти).
3. Маркетолог: займатиметься SEO, контент-маркетингом, SMM і запуском рекламних кампаній для агентства.
4. Менеджер проєктів: організовуватиме роботу команди, підтримуватиме зв'язок із клієнтами, забезпечуючи своєчасне виконання завдань.

V. Управлінська команда

A. КЛЮЧОВИЙ ПЕРСОНАЛ

1. Засновник та CEO агентства: відповідає за стратегічний розвиток бізнесу, побудову відносин із клієнтами, розширення послуг.
2. Креативний директор: координує роботу дизайнерів, розробляє креативні концепції, стежить за якістю дизайну.
3. Операційний менеджер: відповідає за організацію внутрішніх процесів, управління бюджетом та документацією.

Б. ВИПЛАТИ УПРАВЛІНСЬКОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ВЛАСНИКАМ

На початковому етапі заробітні плати команди будуть конкурентоспроможними:

- UX/UI-дизайнери: від 20,000 до 75,000 грн/міс залежно від кваліфікації.
- Менеджер проєктів: 20,000 грн/міс.
- Маркетолог (позаштатно): 15,000 грн/міс.
- Засновник (займається операційним управлінням): прибуток залежить від обсягів продажів і прибутковості агентства.

Позаштатні спеціалісти, зокрема маркетолог і фронтенд-розробник для інтеграції дизайнів у код, отримуватимуть оплату за конкретно виконані проєкти.

Прогнозований розвиток

Збільшення команди після отримання перших великих контрактів та впровадження додаткових послуг (дизайн для VR/AR, розробка корпоративних платформ).

VI. Фінансовий план (для UX/UI агентства)

A. ДЖЕРЕЛА ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ

Для запуску агентства буде залучено фінансування з різних джерел:

- Грошовий внесок власника: 100,000 грн.
- Грантові кошти: 70,000 грн.

Загальний обсяг залучених коштів: 170,000 грн.

Кошти будуть розподілені на такі потреби:

1. Початкові витрати на UX/UI розробку та тестування MVP-сервісу: 30,000 грн.
2. Закупівля обладнання:
 - 4 ноутбуки ACER – 88,000 грн.

- Навушники та гарнітура для онлайн-конференцій – 5,000 грн.

Загалом: 93,000 грн.

3. Розробка сайту та портфоліо агентства: 20,000 грн.

4. Оренда приміщення в коворкінгу на перший рік: 9,000 грн. / місяць

Разом витрати: 143,000 грн.

Початковий баланс грошових коштів: 170,000 грн - 143,000 грн = 27,000 грн.

Ці кошти стануть резервом для непередбачуваних витрат або фінансування додаткових маркетингових активностей.

Б. ОРІЄНТОВНИЙ АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Завдяки низьким витратам на одиничну послугу та широким можливостям для онлайн-операцій, підприємство зможе генерувати прибуток з самого початку своєї діяльності. Однак перший місяць буде найбільш витратним через великі стартові витрати, включаючи рекламні кампанії та організаційні витрати. Проте вже в перший місяць підприємство може отримати прибуток до оподаткування у розмірі 400 тис. грн. Оборот коштів за рік може скласти 6 млн. 505 тис. гривень.

Для подальшого росту прибутку на наступний рік, потрібно зосередити увагу на інвестиціях в покращення онлайн-платформи, партнерствах з інфлюенсерами та розширенні співпраці з освітніми установами, такими як школи маркетингу.

В. ПРОГНОЗ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ

Оскільки компанія надає послуги онлайн, а попит на маркетингові послуги зростає, вже з початку функціонування можна очікувати прибуток. Найбільш витратними будуть перші два місяці, коли витрати на рекламу будуть високими, а ціни на послуги для залучення користувачів — знижені. Зважаючи на високу

конкуренцію на ринку, на просування компанії буде витрачатися значна частина коштів щомісяця.

Прогнозовані прибутки по місяцях (після оподаткування):

- Січень: 85,836.10 грн
- Лютий: 90,536.10 грн
- Березень: 81,136.10 грн
- Квітень: 264,436.10 грн
- Травень: 151,636.10 грн
- Червень: 226,836.10 грн
- Липень: 212,736.10 грн
- Серпень: 292,636.10 грн
- Вересень: 311,436.10 грн
- Жовтень: 274,400.10 грн
- Листопад: 307,300.10 грн
- Грудень: 377,781.30 грн

Річний прибуток після оподаткування: 2,676,706.40 грн.

Г. АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Так як змінні витрати приближені до нуля, розрахуємо точку беззбитковості:

Якщо змінні витрати близькі до нуля, то фактично весь дохід після покриття постійних витрат можна вважати прибутковим. Це значно спрощує розрахунок точки беззбитковості. У такому випадку:

Точка беззбитковості = Постійні витрати / Маржинальна рентабельність.

А оскільки змінні витрати ≈ 0 , то вся виручка фактично стає маржинальним доходом. Це означає, що маржинальна рентабельність $\approx 100\%$.

Тоді розрахунок буде простим:

$$\text{Точка беззбитковості (ВЕР)} = \frac{\text{Постійні витрати}}{\text{Маржинальна рентабельність}}$$

Оскільки маржинальна рентабельність $\approx 100\%$ (або 1), то :

$$\text{ВЕР} = \frac{3,704,240}{1} = 3,704,240 \text{ грн.}$$

Висновок:

Щоб досягти беззбитковості, потрібно забезпечити щонайменше від річного доходу, тобто приблизно 3,704,240 грн. Усе, що понад цю суму, буде нашим прибутком.

[illegible]

Табл.2.3. Прогноз продаж

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
Послуга №1 UX аналіз і тестування													
Продано одиниць	4,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	5,00	6,00	6,00	7,00	6,00	7,00	69,00
Ціна за 1	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	420 000,00
Сума продажу	140 000,00	175 000,00	175 000,00	210 000,00	210 000,00	210 000,00	175 000,00	210 000,00	210 000,00	245 000,00	210 000,00	245 000,00	2 415 000,00
Послуга №2 UI дизайн													
Продано одиниць	3,00	3,00	2,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	5,00	42,00
Ціна за 1	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
Сума продажу	120 000,00	120 000,00	80 000,00	160 000,00	120 000,00	120 000,00	160 000,00	160 000,00	160 000,00	120 000,00	160 000,00	200 000,00	1 680 000,00
Послуга №3 Прототипування													
Продано одиниць	3,00	2,00	3,00	4,00	3,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	47,00
Ціна за 1	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	30 000,00	360 000,00
Сума продажу	90 000,00	60 000,00	90 000,00	120 000,00	90 000,00	120 000,00	150 000,00	150 000,00	120 000,00	120 000,00	150 000,00	150 000,00	1 410 000,00
Послуга №4 Розробка дизайну брендингу													
Продано одиниць	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	21,00
Ціна за 1 кг, середня	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00	600 000,00
Сума продажу	50 000,00	50 000,00	50 000,00	100 000,00	50 000,00	100 000,00	50 000,00	100 000,00	150 000,00	100 000,00	100 000,00	100 000,00	1 000 000,00
Разом усіх товарів	400 000,00	405 000,00	395 000,00	590 000,00	470 000,00	550 000,00	535 000,00	620 000,00	640 000,00	585 000,00	620 000,00	695 000,00	6 505 000,00

Табл.2.4. Витрати на оплату праці

[illegible]

Табл.2.5. Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Витрати на приміщення	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	102 000,00
Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за використання телефону	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Реклама/ промо-акції	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	714 000,00
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
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
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Знос (амортизація)	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: запчастини, масло, мийка машини	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	68 135,00	817 620,00

Табл.2.6. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Ноутбук ACER	22 000,00	1 січня 2025 року	36,00	611,11
Ноутбук ACER	22 000,00	1 січня 2025 року	36,00	611,11
Ноутбук ACER	22 000,00	1 січня 2025 року	36,00	611,11
Ноутбук ACER	22 000,00	1 січня 2025 року	36,00	611,11
Гарнітура для пресконференцій	5 000,00	1 січня 2025 року	36,00	138,89
Початкові витрати на UX/UI розробку та тестування	30 000,00	1 січня 2025 року		
Розробка сайту та портфоліо агентства	20 000,00			
Загальна вартість капітального обладнання	143 000,00		Всього місячна амортизація	2 583,33

Табл.2.7. Джерела фінансування та статті витрат

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	100 000,00
Позика в друзів	0,00
Позика в родичів	0,00
Дали друзі як негрошовий внесок	0,00
Дали родичі як негрошовий внесок	0,00
Внесок автомобіль	0,00
Грант	70 000,00
Короткострокова банківська позика підприємству	0,00
Довгострокова банківська позика підприємству	0,00
Банківська позика власнику	0,00
Інші позикові кошти (вказати):	
Інші грантові кошти (вказати)	0,00
З усіх джерел фінансування	170 000,00
Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/приміщення:	0,00
Обладнання:	143 000,00
Початковий запас рослин, хліб, сумішей, зверків, зернової , супутніх товарів	0,00
Юридичні послуги/ Регістрація	0,00
Бухгалтерські послуги	0,00
Ліцензії та дозволи	0,00
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	0,00
Інсталяція обладнання	0,00
Завдатки	0,00
Реклама	0,00
Промислові	0,00
Обігові кошти на операційні витрати	0,00
Інше: зарплата	0
Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	0,00
Інше: автомобіль	0,00
Усі статті витрат	143 000,00
Початковий баланс грошових коштів	27 000,00

Табл.2.8. Звіт про прибутки та збитки (проект)

Звіт про прибутки та збитки (проект)														
		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	400 000,00	405 000,00	395 000,00	590 000,00	470 000,00	550 000,00	535 000,00	620 000,00	640 000,00	585 000,00	620 000,00	695 000,00	6 505 000,00
Валова собівартість реалізації продукції (змін.вирт.) (тип фірми В, П, РТ)	R	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Валовий прибуток		400 000,00	405 000,00	395 000,00	590 000,00	470 000,00	550 000,00	535 000,00	620 000,00	640 000,00	585 000,00	620 000,00	695 000,00	6 505 000,00
Валовий прибуток (%)		0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	2 888 800,00
Витрати на приміщення		8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	102 000,00
Транспортування/ автомобіль		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за використання телефону		135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,00	20,00
Реклама/ промо-акції		59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	714 000,00
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: рукавич, робочий одяг, півка для парників		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Знос (амортизація)		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: запчастини, масло, мийка машини		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ		308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 705,00	3 704 240,00
Прибуток (збиток) до оподаткування		91 315,00	96 315,00	86 315,00	281 315,00	161 315,00	241 315,00	226 315,00	311 315,00	331 315,00	276 315,00	311 315,00	386 295,00	2 800 760,00
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)		5 478,90	5 778,90	5 178,90	16 878,90	9 678,90	14 478,90	13 578,90	18 678,90	19 878,90	16 578,90	18 678,90	23 177,70	168 045,80
Прибуток (збиток) після оподаткування		85 836,10	90 536,10	81 136,10	264 436,10	151 636,10	226 836,10	212 736,10	292 636,10	311 436,10	259 736,10	292 636,10	363 117,30	2 632 714,40
ФОП 3 група 5% + 1% військовий збір, ЄСВ не оплачуємо до кінця воєнного стану														
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний		залежить від податки												

Табл.2.9. Звіт про рух грошових коштів (проект)

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		27 000,00	118 315,00	214 630,00	300 945,00	582 260,00	743 575,00	984 890,00	1 211 205,00	1 522 520,00	1 853 835,00	2 130 150,00	2 441 465,00	2 827 760,00	
ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ															
Від покупців (продажі)		400 000,00	405 000,00	395 000,00	590 000,00	470 000,00	550 000,00	535 000,00	620 000,00	640 000,00	585 000,00	620 000,00	695 000,00	6 505 000,00	
Від дебіторів		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Кредити/ Позики		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Інвестиції		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Інше		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Всього отримання		400 000,00	405 000,00	395 000,00	590 000,00	470 000,00	550 000,00	535 000,00	620 000,00	640 000,00	585 000,00	620 000,00	695 000,00	6 505 000,00	
ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ															
Початковий запас		ВІПЛАТИ													
		Собівартість реалізованої продукції													
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Оплата праці		240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	240 550,00	2 888 800,00	
Витрати на приміщення		8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	102 000,00	
Транспортування/ автомобіль		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Плата за використання телефону		135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 620,00	
Офісні витратні матеріали/ пошта		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,00	20,00	
Реклама/ промо-акції		59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	59 500,00	714 000,00	
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	
Регістрація, ліцензії, дозволи		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Придбання та установка капітального обладнання		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Погашення кредитів та виплата відсотків		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Інше:		0,00	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 виплати		308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 685,00	308 705,00	3 704 340,00	
Оборот грош. коштів до оподатк.		118 315,00	214 630,00	300 945,00	582 260,00	743 575,00	984 890,00	1 211 205,00	1 522 520,00	1 853 835,00	2 130 150,00	2 441 465,00	2 827 760,00	2 827 760,00	
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ		118 315,00	214 630,00	300 945,00	582 260,00	743 575,00	984 890,00	1 211 205,00	1 522 520,00	1 853 835,00	2 130 150,00	2 441 465,00	2 827 760,00	2 827 760,00	

Табл.2.10. Баланс

БАЛАНС	
Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	2 827 760,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	
Інше	0,00
Всього оборотні активи	2 827 760,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	131 083,33
Інше: автомобіль	0,00
Всього позаоборотні активи	131 083,33
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	2 958 843,33
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	2 958 843,33
Всього капітал власника та пасиви	2 958 843,33

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Запропонований проєкт відкриття UX/UI агентства демонструє значний потенціал завдяки актуальності пропонованих послуг і тенденціям цифрової трансформації в бізнесі. У сучасних умовах конкуренція на ринку цифрових послуг постійно зростає, що спонукає компанії зосереджуватись на створенні інтуїтивно зрозумілих, функціональних і привабливих інтерфейсів. Це створює велику нішу для агентства, яке пропонує професійний UX/UI-дизайн, тестування користувацьких інтерфейсів і консалтинг у сфері цифрових продуктів. Результати аналізу ринку і фінансових показників підтверджують, що агентство має високий потенціал для швидкого виходу на точку беззбитковості, забезпечуючи стабільні прибутки вже в перший рік функціонування.

Проєкт орієнтований на надання чотирьох основних послуг, які відповідають попиту: UX/UI дизайн, створення інтерактивних прототипів, аудит користувацького досвіду та консалтинг у сфері цифрових продуктів. Складання детального плану продажів свідчить про можливість генерування значного доходу при відносно помірних витратах. Фінансова частина доводить доцільність запропонованого бізнесу, адже прогнозований чистий прибуток до кінця першого року дозволяє сформувати фінансовий запас для розвитку й інвестування в інновації.

Втім, слід враховувати ризики, серед яких висока конкуренція, швидкий технологічний прогрес і зростаючі вимоги клієнтів до якості послуг. Успішна реалізація проєкту потребує не лише надання якісних послуг, але й активного просування бренду. Це включає використання сучасних маркетингових стратегій, співпрацю з інфлюенсерами, а також створення позитивного іміджу компанії через клієноорієнтованість.

Для подальшого розвитку агентства рекомендується інвестувати в постійне підвищення кваліфікації персоналу, впроваджувати нові технології та функціонал у процес розробки, а також розширювати спектр послуг. Особливу увагу варто

приділити інтеграції інструментів аналітики й оптимізації, що дозволить більш ефективно оцінювати поведінку користувачів і вдосконалювати цифрові продукти клієнтів. Перспективним є також вихід на міжнародні ринки, що дозволить агентству отримати доступ до більшої аудиторії та підвищити конкурентоспроможність.

Таким чином, створення UX/UI агентства є перспективною бізнес-ідеєю, яка при правильному управлінні може забезпечити стабільний дохід і динамічний розвиток. Реалізація цього проєкту не лише задовольнить потреби клієнтів, але й дозволить створити сучасний і ефективний бізнес, який матиме важливе місце на ринку цифрових послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Черниш І. О. "Інтернет-маркетинг та веб-аналітика для бізнесу". – Київ: Центр сучасної освіти, 2018. – 280 с.
2. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45458>
3. Остін Б. "UX/UI дизайн: покроковий підхід" / Пер. з англ. – Харків: Віват, 2020. – 352 с
4. Грейвс Т. "Візуалізація маркетингу та UX-аналітика". – Харків: Бібліотека успішного бізнесу, 2021. – 312 с
5. Ковальчук Є. П. Бухгалтерський облік як інформаційна система управління. Економічний аналіз. 2010. Вип. 6. С. 77–80.
6. Аллен, Дж. "Мистецтво UX-дизайну: Підхід до створення зручних інтерфейсів". Київ: Освіта, 2020.
7. Закон України "Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань" від 15.05.2003 № 755-IV
8. Adobe Experience Cloud Insights, 2024.
URL: <https://www.adobe.com/experience-cloud.html>