

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

---

«\_\_\_» травня 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ  
ДЕТЕЙЛІНГ СТУДІЇ»**

**Виконавець:**

студент ФЕУП

Єрмалович Віталій Сергійович \_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

к.е.н, доцент

Доброва Наталя Василівна \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

|                                                                                                    |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП .....</b>                                                                                 | <b>3</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ДЕТЕЙЛІНГУ</b>          |           |
| 1.1. Характеристика бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері детейлінгу .....             | 6         |
| 1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері детейлінгу ..... | 12        |
| 1.3. Вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування для новостворюваної студії .....  | 16        |
| <b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ДЕТЕЙЛІНГ СТУДІЇ</b>                           |           |
| 2.1. Характеристика новостворюваної студії «CarXDetail» .....                                      | 19        |
| 2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг студії «CarXDetail» .....                              | 24        |
| 2.3. Формування стартових витрат на створення студії.....                                          | 35        |
| 2.4. Формування поточних витрат на функціонування студії .....                                     | 43        |
| <b>РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ СТУДІЇ «CarXDetail»</b>                |           |
| 3.1. Розрахунок та аналіз показників ефективності проєкту.....                                     | 50        |
| 3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання .....                       | 55        |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>                                                                              | <b>64</b> |
| <b>Список використаних джерел .....</b>                                                            | <b>67</b> |
| <b>Додатки .....</b>                                                                               | <b>73</b> |

## ВСТУП

**Актуальність теми кваліфікаційної роботи.** У сучасному світі автомобіль є не лише засобом транспортування, але й важливим елементом власного стилю життя, символом статусу та престижу. Разом зі зростанням кількості автомобілів на дорогах зростає і попит на послуги з догляду та обслуговування транспортних засобів. Одним із найбільш ефективних та затребуваних серед них є детейлінг – комплексний процес професійного чищення та відновлення зовнішнього вигляду автомобіля.

Термін "детейлінг" походить від англійського слова "detail", що означає "деталь". Детейлінг спрямований на те, щоб кожна деталь автомобіля була очищена, відновлена та приведена до ідеального стану. Цей процес не обмежується простим миттям кузова чи видаленням бруду, але включає в себе широкий спектр процедур, таких як полірування, воскове покриття, чистка салону, обробка деталей і так далі.

В Україні, як і в багатьох інших країнах світу, індустрія детейлінгу знаходиться на етапі активного розвитку. Зростаюча кількість власників автомобілів, які бажають зберегти зовнішній вигляд своєї власності, стимулює попит на професійні послуги з догляду за автомобілем. Такий попит робить тему детейлінгу актуальною для дослідження та вивчення в контексті українського автомобільного ринку.

Незважаючи на зростаючий інтерес до детейлінгу в Україні, ця галузь залишається малодослідженою і малорозвинутою порівняно з іншими країнами. Існують певні виклики та можливості для удосконалення якості послуг та розвитку нових технологій в галузі детейлінгу. Це відкриває широкі перспективи для проведення досліджень та впровадження інноваційних підходів у цій сфері.

Серед відомих українських дослідників, які в своїх наукових та методичних працях обґрунтовували теоретичні аспекти створення та організації власної справи щодо вибору організаційно-правової форми, вибору системи оподаткування суб'єкта підприємницької діяльності та оцінки проєкту, можна

виділити наступних: Войтович І.Ф. [19], Осадча Н.М. [20], Доброва Н.В. [15], [33], Карпов В.А. [41].

**Мета кваліфікаційної роботи** – теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування детейлінг студії.

Для досягнення мети було поставлено наступні **завдання**:

- 1) надати характеристику бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері детейлінгу;
- 2) визначити умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері детейлінгу;
- 3) обґрунтувати вибір організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореної студії;
- 4) проаналізувати конкурентне середовище на ринку детейлінгу міста Одеса;
- 5) оцінити внутрішні конкурентні переваги студії «CarXDetail»;
- 6) сформулювати стартові витрати на створення студії;
- 7) сформулювати поточні витрати на функціонування студії;
- 8) розрахувати та проаналізувати показники економічної ефективності проєкту;
- 9) проаналізувати можливі ризики та спланувати заходи щодо їх запобігання.

**Об'єкт дослідження** – процес обґрунтування доцільності створення студії на ринку детейлінгу м. Одеси.

**Предмет дослідження** – бізнес проєктування започаткування власної справи у сфері детейлінгу.

**Методи дослідження.** Під час написання кваліфікаційної роботи використовувались такі методи:

- 1) загальнонаукові (аналогії, системний аналіз, формалізації) використовувалися для наочного відображення ринку детейлінгу в Україні та м. Одеси.

2) економіко-математичні (факторний, системно-структурного аналізу) використовувалися для аналізу ринку детейлінгу;

4) економіко-статистичного аналізу використовувалися для складання таблиць та графіків;

5) маркетингові: SWOT-аналіз використовувався для визначення конкурентних переваг новоствореної студії;

6) експертної діагностики (ранжирування, порівняння, оцінювання) використовувалися для оцінки ефективності стратегій маркетингу чи визначення пріоритетів у розвитку підприємства;

Розрахунки показників ефективності проєкту відкриття детейлінг студії проводились з використанням програмного продукту «Excel»

**Інформаційна база дослідження:** Закони України та нормативно-законодавчі акти, наукові публікації та монографічні видання українських і зарубіжних учених, матеріали наукових конференцій і досліджень, статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні звіти і дослідження ринку, спеціалізовані онлайн-ресурси.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (48 найменувань) та 3-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок. Основний зміст викладено на 66 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 4 рисунки.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ДЕТЕЙЛІНГУ**

### **1.1. Характеристика бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері детейлінгу**

Детейлінг – поняття, що поєднує комплекс послуг з догляду за інтер'єром та екстер'єр автомобіля. При вживанні слова "детейлінг" мається на увазі максимально якісний сервіс, що стосується кожного сантиметра автомобіля. У процесі детейлінгу застосовується величезна кількість різноманітних матеріалів та інструментів, в основному, призначених лише для професіоналів [1].

В результаті автомобіль буде виглядати новим, а іноді навіть краще (додається блиск, захисні властивості). Детейлінг продовжує життя та привабливість автомобіля, а це позначається і на його вартості [1].

У поняття детейлінг екстер'єру включені всі технологічні процеси, пов'язані з доглядом, відновленням, захистом зовнішнього вигляду автомобіля, починаючи від легкого миття, закінчуючи глибоким відновленням та ремонтом вм'ятин. При цьому існують різні програми, що включають набір послуг, необхідних конкретного випадку [1].

Детейлінг означає максимально якісний сервіс, адже, на відміну від звичайного полірування або миття, детейлінг відрізняється вдумливим акуратним підходом та увагою до деталей. В процесі роботи з екстер'єром детейлер обов'язково очистить пензликом важкодоступні місця, обробить хром, зверне увагу на кожен дрібниці, з яких складається загальний вигляд автомобіля. Саме це дозволить у результаті отримати чудовий результат [1].

Детейлінг має різні види: детейлінгу екстер'єру, детейлінг інтер'єру

Завдання детейлінгу екстер'єру – надання зовнішньому вигляду автомобіля максимально привабливого виду, мінімальне нанесення шкоди лакофарбовому покриттю в процесі відновлення та створення тривалого захисту отриманого результату [1].

Обклеювання кузова плівкою може застосовуватися для захисту кузова нового автомобіля. Незалежно від типу плівки полімерне покриття оберігатиме ЛКП від дрібних подряпин, сколів та ультрафіолетових променів заводська фарба не вигорятиме на яскравому сонці.

При цьому, є плівки з різними характеристиками і, відповідно, потенціалом захисту. Обклеювання машини плівкою – це також максимально швидкий спосіб видозмінити автомобіль.

У поняття детейлінгу інтер'єру включені всі технологічні процеси, пов'язані з очищенням інтер'єру. Від хімчистки шкіряних сидінь та вологого очищення стелі до очищення ніші запасного колеса. У процесі детейлінгу інтер'єру торкнеться кожен сантиметр, незалежно від матеріалу: пластик, скло, шкіра і т.д.

Завдання детейлінгу інтер'єру – максимально очистити салон та багажник автомобіля, надати заводський вигляд, прибрати сторонні запахи, пил та бруд, оновити та захистити пластик, шкіру та тканину[1].

Історія автомобільного детейлінгу бере свій початок ще до появи першого автомобіля. З розвитком технологій, матеріалів та потреб автомобільний детейлінг набирає популярності не лише у всьому світі, а й в Україні. Все більше людей, намагаючись описати свою працю та детальний підхід до процесу, застосовують це слово.

У 1800 році з'являється перший натуральний воску з тваринного жиру. Віск був придуманий і виготовлений у німецькому місті Bischofsheim для захисту лакофарбового покриття карет від бруду та подряпин [7].

У 1886 році Карл Бенц винайшов перший автомобіль, а в 1926 в результаті злиття двох конкуруючих фірм Benz & Cie та Daimler-Motoren-Gesellschaft в єдиний концерн - Daimler-Benz з'явилася торгова марка Mercedes-Benz [6].

У 1888 році німецький хімік Friedrich Menzer заснував компанію Menzerna, яка сьогодні є провідною компанією з виробництва промислових поліролей, частично для автомобільної промисловості. Крім виробництва власної продукції, вони також розробляють та виготовляють продукцію для інших промислових компаній [8].

У 1901 році Frank Meguiar у своєму гаражі заснував невелику лабораторію з виробництва матеріалів для полірування меблів. Сьогодні Meguiar's – один із найбільших виробників матеріалів для детейлінгу у світі [7].

У 1910 році George Simons винайшов і запустив у виробництво очищувач для кузова та віск з карнауби для роботи з лакофарбовим покриттям автомобілів. Його компанія отримала назву Simons Manufacturing Company [9].

У 1920 році компанія 3М винайшла перший водонепроникний наждачний папір, який здійснив революцію у світі автомобільного фарбування – з її допомогою виробники автомобілів розпочали прибирати сміття, що потрапило під лак автомобіля в результаті фарбування. А в 1925 році 3М знову зробила революцію на автомобільному ринку винайшовши клейку стрічку "скотч", яка дозволила робити багатобарвне забарвлення кузова автомобіля [9].

У 1944 році "Plastone" – перша автомобільна поліроль у пляшках. Ця поліроль була винайдена Ben Hirsch, а пізніше перейменована в одну з найзнаменитіших аматорських лінійок поліролей Turtle Wax [9].

У 1969 році компанією DuPont вперше анонсовано синтетичний віск для комерційного використання [11].

Автовиробники Японії і Європи у 1970 році після фарбування почали покривати кузов прозорим лаком для збільшення блиску та захисних властивостей, в Америці ця технологія з'явилася на 2-3 роки пізніше [10].

У середині 70-х з'являється унікальна орбітальна полірувальна машинка для полірування літаків, розроблена компанією Cyclo U.S.A, проте, ентузіасти починають пробувати використовувати цю машинку та на лакофарбовому покритті легкових автомобілів [8].

До початку 90-х поняття "детейлінг" вже не тільки став вкрай популярним в Європі та Америці, але й став з'являтися у фільмах.

На початку 90-х також були анонсовані такі важливі елементи сьогодення поняття "детейлінг" як глина для глибокого очищення поверхонь і мікрофіброві рушники, які були винайдені в Швеції, а також перші серйозні захисні покриття.

Детейлінг сьогодні – послуга, що межує з мистецтвом, поширена в багатьох країнах і містах. У кожної країни є специфіка дітей лінгу, свої звичні матеріали та підходи, своя філософія та історія. Індустрія товарів для детейлінгу розвивається стрімко – виробники покриттів з кожним роком покращують свої технології. Товари, які раніше можна було купити тільки на замовлення, сьогодні продаються вільно і завжди є у наявності.

Детейлінг в Україні з'явився порівняно недавно. Перший детейлінг-центр – ICONCAR – було відкрито у 2016 р. Цього ж року було зареєстровано найвідоміший форум дітейлінгу в Україні [12].

Більшість полірувань використовували полірувальну систему 3М, про поняття фінішного полірування невиразно чули багато полірувальників, але на практиці застосовували одиниці. У ході були такі поняття як "тефлон", "віск" і "дзеркальне полірування", а для отримання послуги автомобіль, найчастіше, просили залишити на мийці на ніч.

Сьогодні світ детейлінгу в Україні намагається не відставати від усього світу: відкриваються нові центри, продаються франшизи та відкриваються навчальні центри, зростає кількість майстрів та магазинів. Знайти матеріали або виконавця не складає великої праці, а слово "детейлінг" не вимагає розшифровки для багатьох автомобілістів

Тенденції ринку детейлінгових послуг в Україні неможливо оцінити без володіння інформацією про загальне стан та обсяг ринку автомобілів в Україні. Оскільки проєктована компанія займатиметься наданням послуг з детейлінгу автомобілів преміум-класу, то доречним вважаємо аналіз саме цього сегмента ринку автомобілів.

Автомобілі преміум-класу зараз доступні не лише високопосадовцям, а й більше широкому класу багатих людей. На українському ринку виникла гостра потреба у покращенні та збереженні зовнішнього вигляду автомобілів, особливо дорогих та престижних.

Перший квартал 2023 року символічний тим, що має порівняльну базу з аналогічним періодом (місяцями) минулого 2022 року. Тому результати січня

2023 року, коли продали близько 3,5 тис. автомобілів, суттєво поступаються результатам ще мирного січня 2022 року – падіння продажів сягає 40% [2].

Тенденції продажу автомобілів в Україні за 1 квартал 2023 року представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

## Тенденції продажу автомобілів в Україні за 1 квартал 2023 року

| №  | Назва             | Продано<br>одиниць<br>в березні<br>2023<br>року | Продано<br>одиниць<br>у лютому<br>2023<br>року | Продано<br>одиниць<br>у січні<br>2023<br>року | Продано<br>одиниць<br>у грудні<br>2022 | Темпи<br>росту<br>01.03.23/<br>01.04.23,<br>% | Темпи<br>росту<br>01.01.23/<br>01.02.23,<br>% | Темпи<br>росту<br>01.01.23/<br>01.12.22,<br>% |
|----|-------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1  | TOYOTA            | 692                                             | 481                                            | 614                                           | 1114                                   | +43.87%                                       | -0,2267                                       | -44.88%                                       |
| 2  | VOLKSVAGEN        | 629                                             | 427                                            | 329                                           | 341                                    | +47.65%                                       | +11.78%                                       | -3.52%                                        |
| 3  | SKODA             | 379                                             | 304                                            | 261                                           | 423                                    | +24.67%                                       | +15.15%                                       | -39.3%                                        |
| 4  | MERCEDES-<br>BENZ | 242                                             | 222                                            | 246                                           | 161                                    | +9.5%                                         | -10.12%                                       | +52.8%                                        |
| 5  | BMW               | 380                                             | 282                                            | 228                                           | 191                                    | +34.75%                                       | +23.14%                                       | +19.37%                                       |
| 6  | RENAULT           | 456                                             | 407                                            | 217                                           | 239                                    | +12.04%                                       | +87.56%                                       | -9.21%                                        |
| 7  | SUZUKI            | 172                                             | 198                                            | 199                                           | 317                                    | -13.13%                                       | -0,01                                         | -37.22%                                       |
| 8  | HYUNDAI           | 287                                             | 223                                            | 179                                           | 186                                    | +28.7%                                        | +23.89%                                       | -3.76%                                        |
| 9  | KIA               | 79                                              | 170                                            | 162                                           | 11                                     | -145.5%                                       | +8.23%                                        | +1372.73<br>%                                 |
| 10 | HONDA             | 243                                             | 238                                            | 123                                           | 25                                     | +2.1%                                         | +47.83%                                       | +3,92                                         |
| 11 | MAZDA             | 215                                             | 165                                            | 101                                           | 88                                     | +30.3%                                        | +63.37%                                       | +14.77%                                       |
| 12 | LEXUS             | 197                                             | 102                                            | 100                                           | 80                                     | +93.14%                                       | +0,02                                         | +0,25                                         |
| 13 | CHERY             | 102                                             | 73                                             | 76                                            | 139                                    | +39.73%                                       | -6.41%                                        | -43.88%                                       |
| 14 | LAND ROVER        | 107                                             | 82                                             | 47                                            | 95                                     | +30.49%                                       | +70.83%                                       | -50.53%                                       |
| 15 | NISSAN            | 107                                             | 46                                             | 47                                            | 21                                     | +132.61<br>%                                  | -2.13%                                        | +123.81<br>%                                  |
| 16 | TESLA             | 50                                              | 42                                             | 46                                            | 36                                     | +12.7%                                        | -10.2%                                        | +27.78%                                       |
| 17 | VOLVO             | 78                                              | 63                                             | 45                                            | 77                                     | +23.81%                                       | +0,4                                          | -41.56%                                       |
| 18 | MITSUBISHI        | 45                                              | 37                                             | 44                                            | 50                                     | +29.56%                                       | -22.9%                                        | -0,12                                         |
| 19 | MG                | 54                                              | 45                                             | 41                                            | 43                                     | +27.1%                                        | +8.56%                                        | -4.65%                                        |
| 20 | PORSCHE           | 75                                              | 38                                             | 39                                            | 54                                     | +97.31%                                       | -2.56%                                        | -27.78%                                       |
|    | Інші              | 418                                             | 263                                            | 264                                           | 499                                    | +89.45%                                       | -2.89%                                        | -47.09%                                       |
|    | Всього            | 5112                                            | 3795                                           | 3410                                          | 4190                                   | +34.88%                                       | +15.48%                                       | -18.62%                                       |

Джерело: складено автором за матеріалами [2]

З таблиці 1.1 слідує, що у лютому 2023 року обсяг продажів автомобілів склав 3,8 тис. автомобілів, що на 400 автомобілів більше ніж у січні цього року. В березні 2023 року було реалізовано 5,1 тис. автомобілів, що на 35% перевершує рівень продажу у лютому 2023 року. Зростання продажу автомобілів на українському ринку свідчить, що ринок продажу автомобілів відновлюється.

Безумовний лідер постачання автомобілів це компанія «Toyota», яка має налагоджену логістику, постачає на ринок України відомі бестселери (RAV4, Camry, Prado) та нові моделі (Toyota Corolla Cross)

З повномасштабною війною саме відновлення поставок автомобілів було одним із найбільших викликів для операторів ринку продажу автомобілів наприкінці 2022-го та на початку 2023 року.

У сегменті преміум найкраще зростання продажів демонструють кросовери і позашляховики BMW, Mercedes-Benz, Range Rover. Конкурентоздатною є компанія Lexus, це пов'язано зі зміцненням її позицій у зв'язку зі запуском нового покоління Lexus RX.

З тенденцією збільшення кількості преміум-автомобілів безпосередньо пов'язана тенденція збільшення попиту на детейлінг послуги.

Преміум сегмент ринку детейлінг послуг в Україні досить слабо розвинений. Основні причини цього – високі вимоги до якості робіт, які неможливо забезпечити наявними на ринку засобами для догляду та захисту кузова автомобіля; складність розробки методик надання комплексу супутніх послуг у короткі терміни та з високою якістю – як на те чекають вимогливі клієнти.

Незважаючи на це, ринок детейлінгу зараз демонструє зростання та розвиток. Це безпосередньо пов'язано з тим, що люди перестали активно купувати нові автомобілі, і почали вкладати в наявні.

Виросла культура детейлінгу, автолюбителі розуміють, що краще підтримувати свою машину хорошому стані, щоб потім вигідно її продати, а не віддавати авто у відверто «убитому» стані, наприклад, у «трейд ін», за сильно

заниженою ціною. Подібною політики все більше дотримуються й великі компанії із корпоративним парком автомобілів.

Вони вже не можуть дозволити собі купувати нові машини щороку, інвестуючи кошти у детейлінг для підтримки відповідного стану своїх авто.

Таким чином, з тенденцією збільшення кількості автомобілів преміум класа, безпосередньо пов'язана тенденція збільшення попиту на детейлінг послуги. Тому створення студії, яка буде надавати послуги з детейлінгу є доволі актуальною.

## **1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері детейлінгу**

Перед реєстрацією підприємницької діяльності необхідно визначитися з КВЕД.

Класифікатор видів економічної діяльності, або просто КВЕД — це код, який містить усі можливі напрямки роботи підприємств. Цей код підбирається при первинній реєстрації підприємства, а зображає він основний вид діяльності підприємства.

КВЕД треба вказати на самому початку діяльності підприємства — його реєстрації. Він систематизує види діяльності, що здійснюються підприємством.

Для діяльності студії з надання детейлінгу потрібен КВЕД 45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів [3].

Цей клас включає: технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів (механічні ремонт; ремонт електричних систем автотранспортних засобів; ремонт електронних систем упорскування палива; поточне обслуговування; ремонт кузовів; ремонт запчастин автотранспортних засобів; миття, полірування тощо; напилення та фарбування; ремонт лобового скла та вікон; ремонт сидінь автотранспортних засобів; ремонт шин і камер, їх встановлення або заміну; антикорозійне оброблення; встановлення деталей та приладдя, яке не є складовою процесу виробництва автотранспортних засобів.

Для відкриття студії з надання детейлінг послуг потрібно підготувати документи та отримати дозволи від:

- договір оренди приміщення;
- висновок пожежної служби;
- сертифікат придатності вогнегасника;
- акти придатності пожежної сигналізації
- договір обслуговування пожежної сигналізації

Діють Вимоги до території, виробничих і допоміжних приміщень, споруд.

Територія, виробничі і допоміжні приміщення, площадки і приміщення для зберігання транспортних засобів, споруди повинні відповідати ВСН 01-89 «Підприємства по обслуговуванню автомобілів» (далі - ВСН 01-89), чинним будівельним, санітарним та протипожежним нормам і правилам, а також цим Правилам.

Розташування виробничих та допоміжних будівель, споруд повинно відповідати технологічному процесу обслуговування та ремонту транспортних засобів.

Виробничі і допоміжні приміщення та споруди використовуються тільки за своїм призначенням, яке передбачене проєктом [14].

Діють вимоги до освітлення і електробезпеки.

Природне освітлення у виробничих, допоміжних і побутових приміщеннях повинно відповідати вимогам "Природне і штучне освітлення".

Приміщення для зберігання транспортних засобів, складські приміщення, а також інші приміщення без постійного перебування працівників можуть бути без природного освітлення.

Коефіцієнт природної освітленості для приміщень технічного обслуговування і ремонту транспортних засобів треба приймати: при боковому освітленні в середньому 1,0; при верхньому або верхньому та боковому освітленні в середньому 3,0.

Очищати віконне скло і ліхтарі необхідно залежно від ступеня забруднення, але не менше 2 разів на рік.

Приміщення і робочі місця повинні забезпечуватися штучним освітленням, достатнім для безпеки виконання робіт, перебування і переміщення людей.

Штучне освітлення у виробничих приміщеннях і на робочих місцях залежить від характеру робіт, що виконуються, і повинно забезпечувати освітленість згідно з чинними нормами.

Робоче освітлення в приміщеннях мийки, технічного обслуговування та ремонту, діагностування транспортних засобів, виконання шиномонтажних робіт повинно бути загальним локалізованим, а в приміщеннях для зберігання транспортних засобів – загальним рівномірним [14].

Діють Вимоги до санітарно-побутових приміщень.

Працівники підприємства забезпечуються санітарно-побутовими приміщеннями залежно від віднесення їх до відповідної групи виробничих процесів.

Гардеробні (за винятком гардеробних для вуличного одягу), душові, умивальні і убиральні повинні бути окремими для чоловіків і жінок.

При штатній чисельності працівників на підприємстві до 50 осіб допускається улаштування загальних гардеробних для всіх груп виробничих процесів.

При гардеробних для сушіння спецодягу, спецвзуття повинні бути приміщення, оснащені відповідним обладнанням [14].

Діють Вимоги безпеки під час зберігання транспортних засобів.

У місцях зберігання (стоянки) транспортних засобів можуть мати місце такі основні небезпечні виробничі фактори:

1) наїзди транспортних засобів на працівників у результаті самовільного руху транспортних засобів, при запусканні двигуна, зчепленні і розчепленні автомобіля з причепом (напівпричепом), під час руху заднім ходом;

2) падіння працівників на поверхні та з висоти (кузова, буфера, підніжки тощо);

3) опускання (падіння) перекидної кабіни вантажного автомобіля, кузова автомобіля-самоскида, виважених частин транспортних засобів.

Транспортні засоби допускається зберігати в опалюваних та неопалюваних приміщеннях або на спеціально відведених площадках (місцях) [16].

Діють вимоги безпеки під час технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів.

Організація роботи з технічного обслуговування, ремонту і перевірки технічного стану транспортних засобів повинна виконуватися із дотриманням вимог цих Правил та інших нормативно-правових актів, а порядок проведення технічного обслуговування і ремонту транспортних засобів – відповідно до Положення про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту, затвердженого Наказом Міністерства транспорту України від 30 березня 1998 року № 102, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 28 квітня 1998 року за № 268/2708.

Технічне обслуговування та ремонт транспортних засобів проводяться на спеціально відведених ділянках, робочих місцях (постах), які оснащені необхідним устаткуванням, пристроями, інструментом, приладами згідно з нормативно-технологічною документацією.

Розташування постів технічного обслуговування та ремонту, відстань між транспортними засобами, що установлені на цих постах, а також між транспортними засобами і конструкціями будівель повинні відповідати нормам технологічного проектування.

Виробниче устаткування і робочі місця слід розташовувати з урахуванням безпеки працівників, зручності при виконанні технологічних операцій згідно з нормами технологічного проектування підприємств автомобільного транспорту ОНТП 01-91.

Працівники, які проводять технічне обслуговування та ремонт транспортних засобів, агрегатів, вузлів та деталей, повинні забезпечуватись справним інструментом та пристроями, що відповідають вимогам безпеки [14].

Існує два способи реєстрації підприємницької діяльності у вигляді ФОП: перший – зареєструвати ФОП через онлайн-сервіс «Дія», а другий – звернутися у

звернутися у будь-яке відділення Мін'юсту або ЦНАП. Планується, що державна реєстрація ФОП з надання детейлінгових послуг буде реєструватися через ЦНАП.

На основі Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» від 15 травня 2003 р. № 755-IV. Суб'єкт підприємницької діяльності повинен пройти процедуру державної реєстрації [15].

Для реєстрації фізичної-особи підприємця необхідно надати державному реєстратору такі документи: заяву про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця, в якій може зазначатися прохання про реєстрацію такої особи платником податку на додану вартість та/або обрання спрощеної системи оподаткування [16].

Планується, що новостворена студія відкриє банківський рахунок у ТАСКОМБАНК, що дозволить проводити та приймати платежі від клієнтів відповідно до вимог законодавства. Для цього потрібно підготувати:

- 1) паспорт громадянина України та довідку платника податків;
- 2) свідоцтво про реєстрацію фізичної особи-підприємця та витяг із державного реєстру про систему оподаткування (платника єдиного податку);
- 3) електронний підпис [17].

### **1.3. Вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування для новостворюваної студії**

Планується відкрити дейтелінг студію зі статусом фізична особа підприємець (ФОП). Обрана організаційно-правова форма має певні переваги [16, с. 256]:

- 1) простота реєстрації та ведення бухгалтерського обліку;
- 2) не має вимоги до наявності статутного капіталу;
- 3) наявність високих стимулів до діяльності.
- 4) ФОП має незначні витрати на організацію виробництва.
- 5) ФОП має повне право коли завгодно ліквідувати свою діяльність.

При виборі організаційно-правової форми ФОП, враховувалися і недоліки діяльності, головною з яких є те, що ФОП має підвищену відповідальність за результати діяльності. ФОП відповідає по зобов'язаннях не лише активами, а і особистим майном. Також при плануванні діяльності буде враховуватися і ліміт річного доходу.

Також буде враховано, що ФОП повинна сплачувати єдиний соціальний внесок (ЄСВ) «за себе». Планується сплачувати ЄСВ на мінімальному рівні.

Планується, що студія буде функціонувати на спрощеній системі оподаткування на третій групі платників єдиного податку. Ставка єдиного податку 5%, не платник ПДВ [18].

Спрощена система оподаткування обрана тому, що вона має переваги, по-перше, надання додаткових преференцій підприємцям, що не володіють додатковим обсягом фінансових ресурсів на початковій стадії ведення господарської діяльності. По-друге, спрощена система дозволяє уникнути обов'язку сплачувати окремі види податків. Наприклад, замість складного обліку доходів та витрат, платник податків може розраховувати податок на основі спрощених параметрів, таких як загальний оборот або виторг.

Третя група платників єдиного податку має і обмеження щодо річного розміру доходу. У 2024 році річний дохід не повинен перевищувати 7 818 900 гривень (1167 розмірів мінімальної заробітної плати на початок року) [19].

#### Висновки до розділу:

1. Актуальність бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері детейлінгу полягає у зростанні попиту на професійні послуги догляду за автомобілями. Сучасні власники авто все більше розуміють важливість регулярного та якісного догляду за своїм транспортним засобом. Розвиток культури автодогляду створює нові можливості для бізнесу в галузі детейлінгу. Крім того, зростаюча конкуренція та вимоги до якості послуг змушують власників бізнесу шукати нові технології та інноваційні підходи. Також важливо враховувати зростання свідомості про екологічні аспекти, що стимулює попит на

екологічно чисті методи та продукти у сфері детейлінгу. Такі фактори роблять цю галузь перспективною для розвитку бізнесу.

2. Новостворена студія з надання детейлінгових послуг буде функціонувати за КВЕДом 45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів.

Для організації діяльності у сфері детейлінгу в Україні необхідно дотримуватися певних умов щодо до території, виробничих і допоміжних приміщень, споруд; щодо освітлення і електробезпеки; щодо санітарно-побутових приміщень; щодо зберігання транспортних засобів.

Необхідно отримати всі необхідні дозволи для ведення бізнесу в автомобільній галузі. Це може включати реєстрацію як підприємства та отримання необхідних документів від податкових та регулюючих органів.

Оскільки детейлінг вимагає специфічних знань та навичок, важливо мати професійну підготовку або досвід у цій сфері. Це може включати навчання в спеціалізованих курсах або отримання сертифікатів від відомих організацій.

3. Новостворена студія з надання детейлінгових послуг буде мати статус – фізична особа підприємець. Функціонувати за юридичною адресою: м. Одеса вул. Дальницька 11. Планується, що студія буде функціонувати на спрощеній системі оподаткування: третя група платників єдиного податку. Ставка єдиного податку 5%, не платник ПДВ.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ДЕТЕЙЛІНГ СТУДІЇ**

### **2.1. Характеристика новостворюваної студії «CarXDetail»**

Планується відкриття детейлінг студії «CarXDetail» за адресою м. Одеса вул. Дальницька 11.

Приміщення дає можливість розташувати структурні елементи.

1. Бокс для мийки авто, розрахований на 2 автомобіля, 40 кв. м.
2. Бокс для полірування та обклеювання автомобіля, 20 кв. м.
3. Кімнату для відпочинку персоналу, 15 кв. м.
4. Склад для обладнання, автохімії та плівок, 15 кв. м.
5. Кімната для прийому клієнтів, 10 кв. м.

В CarXDetail надаватимуться такі послуги.

#### **1. Детейлінг та хімчистка:**

- детейлінг, догляд за автомобілем;
- догляд за підкапотним простором;
- глибока очистка радіатора;
- чистка колісних шин та підвіски;
- догляд за дахом кабриолету;
- детейлінг хімчистка салону.

#### **2. Поліровка:**

- поліровка кузова;
- поліровка деталей салону;
- поліровка скла та оптики.

#### **3. Покриття захисним покриттям:**

- покриття кузова воском або керамікою;
- покриття захисним засобом дисків;
- покриття захисним засобом салону;
- нанесення антидощ на скло.

#### 4. Обклеювання плівкою і тонування:

- обклеювання кузова вініловою або антигравійною плівкою;
- обклеювання декоративних елементів салону;
- тонування скла та оптики.

У таблиці 2.1 наведені ціни на послуги детейлінг студії «CarXDetail» з миття авто та запланований обсяг наданих послуг за місяць та за рік функціонування новоствореної студії.

Таблиця 2.1

Запланований обсяг реалізації послуг з миття авто  
детейлінг студії «CarXDetail»

| Послуга                          | Ціна для машин економ класу, грн | Ціна для машин преміум класу, грн | Ціна для SUV, грн | Обсяг наданих послуг в місяць |       | Обсяг наданих послуг в рік |         |
|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------------------|-------|----------------------------|---------|
|                                  |                                  |                                   |                   | одиниць                       | грн   | одиниць                    | грн     |
| Детейлінг, догляд за автомобілем | 700                              | 1000                              | 800               | 40                            | 28000 | 480                        | 336000  |
| Догляд за підкапотним простором  | 400                              | 600                               | 500               | 5                             | 2000  | 60                         | 24000   |
| Глибока очистка радіатора        | 400                              | 600                               | 500               | 4                             | 1600  | 48                         | 19200   |
| Чистка колісних шин та підвіски  | 500                              | 700                               | 600               | 6                             | 3000  | 72                         | 36000   |
| Догляд за дахом кабриолету       | -                                | 1000                              | -                 | 2                             | 2000  | 24                         | 24000   |
| Детейлінг хімічистка салону      | 4000                             | 5000                              | 4500              | 12                            | 48000 | 144                        | 567000  |
| Всього                           | -                                | -                                 | -                 | 69                            | 84600 | 828                        | 1006200 |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.1 слідує, що запланований обсяг реалізації послуг з миття авто за рік функціонування детейлінг студії «CarXDetail» плануються у розмірі 1006200 грн. Такі ціни на детейлінг обумовлені тим, що студія «CarXDetail» використовує високоякісні матеріали і обладнання, та всю роботу виконують висококваліфіковані робітники.

В таблиці 2.2 наведені ціни на послуги детейлінг студії «CarXDetail» з поліровки авто та запланований обсяг наданих послуг за місяць та за рік функціонування новоствореної студії.

Таблиця 2.2

Запланований обсяг реалізації послуг з поліровки авто  
детейлінг студії «CarXDetail»

| Послуга                  | Ціна для машин економ класу, грн | Ціна для машин преміум класу, грн | Ціна для SUV, грн | Обсяг наданих послуг в місяць |       | Обсяг наданих послуг в рік |        |
|--------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------------------|-------|----------------------------|--------|
|                          |                                  |                                   |                   | одиниць                       | грн   | одиниць                    | грн    |
| Поліровка кузова         | 6000                             | 8000                              | 7500              | 2                             | 12000 | 24                         | 144000 |
| Поліровка деталей салону | 500                              | 700                               | 600               | 2                             | 1000  | 24                         | 12000  |
| Поліровка скла           | 1000                             | 1500                              | 1250              | 2                             | 2000  | 24                         | 24000  |
| Поліровка оптики         | 500                              | 700                               | 600               | 2                             | 1000  | 24                         | 12000  |
| Усього                   | -                                | -                                 | -                 | 8                             | 16000 | 96                         | 192000 |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.2 слідує, що обсяг наданих послуг з поліровки авто за рік функціонування новоствореної детейлінг студії «CarXDetail» планується у розмірі 192 тис. грн. Ціна в CarXDetail на полірування авто формується на основі розміру та типу автомобіля, стану кузова, використання матеріалів і обладнання, складності робіт.

У таблиці 2.3 наведені ціни на послуги детейлінг студії «CarXDetail» з захисного покриття авто та запланований обсяг наданих послуг за місяць та за рік функціонування новоствореної студії.

Таблиця 2.3

Запланований обсяг реалізації послуг з захисного покриття авто  
детейлінг студії «CarXDetail»

| Послуга                          | Ціна для машин економ класу, грн | Ціна для машин преміум класу, грн | Ціна для SUV, грн | Обсяг наданих послуг в місяць |       | Обсяг наданих послуг в рік |        |
|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------------------|-------|----------------------------|--------|
|                                  |                                  |                                   |                   | одиниць                       | грн   | одиниць                    | грн    |
| Покриття кузова воском           | 500                              | 700                               | 600               | 4                             | 2000  | 48                         | 24000  |
| Покриття захисним засобом дисків | 300                              | 500                               | 400               | 3                             | 900   | 36                         | 10800  |
| Покриття захисним засобом салону | 400                              | 600                               | 500               | 4                             | 1600  | 48                         | 19200  |
| Нанесення антидош на скло        | 500                              | 700                               | 600               | 4                             | 2000  | 48                         | 24000  |
| Покриття кузова керамікою        | 4000                             | 6000                              | 5000              | 3                             | 12000 | 36                         | 144000 |
| Усього                           | -                                | -                                 | -                 | 18                            | 18500 | 226                        | 222000 |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.3 слідує, що обсяг наданих послуг по нанесенню захисного покриття на авто за рік функціонування новоствореної детейлінг студії «CarXDetail» планується у розмірі 222 тис. грн. Покриття машини захисним покриттям має багато переваг, включаючи захист лакофарбового покриття від подряпин, корозії та шкідливих впливів навколишнього середовища, підвищення естетичного вигляду автомобіля та збільшення тривалості його зовнішнього

вигляду. Чим якісніше надана послуга, тим довше і краще буде триматися захисне покриття.

В таблиці 2.4 наведені ціни на послуги детейлінг студії «CarXDetail» з обклеювання авто плівкою та запланований обсяг наданих послуг за місяць та за рік функціонування новоствореної студії.

Таблиця 2.4

Запланований обсяг реалізації послуг з обклеювання авто плівкою в  
детейлінг студії «CarXDetail»

| Послуга                                                                            | Ціна для машин економ класу, грн | Ціна для машин преміум класу, грн | Ціна для SUV, грн | Обсяг наданих послуг в місяць |        | Обсяг наданих послуг в рік |         |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------------------|--------|----------------------------|---------|
|                                                                                    |                                  |                                   |                   | одиниць                       | грн    | одиниць                    | грн     |
| Обклеювання кузова вініловою плівкою                                               | 100000                           | 120000                            | 120000            | 2                             | 200000 | 24                         | 1920000 |
| Обклеювання кузова анти-гравійною плівкою (Бампер, капот, крила, фари та дзеркала) | 40000                            | 50000                             | 50000             | 2                             | 80000  | 24                         | 960000  |
| Обклеювання декоративних елементів салону                                          | 1000                             | 1500                              | 1300              | 2                             | 2000   | 24                         | 24000   |
| Тонування скла                                                                     | 5000                             | 7000                              | 6500              | 3                             | 15000  | 36                         | 180000  |
| Тонування оптики                                                                   | 1500                             | 2500                              | 2000              | 1                             | 1500   | 12                         | 18000   |
| Усього                                                                             | -                                | -                                 | -                 | 9                             | 298500 | 120                        | 3102000 |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.4 слідує, що обсяг наданих послуг з обклеювання авто плівкою за рік функціонування новоствореної дотейлінг студії «CarXDetail» планується у розмірі 3102000 грн

За даними таблиць 2.1 – 2.4 можна розрахувати скільки дотейлінг студії «CarXDetail» може надавати послуг за місяць та за рік, також який може бути дохід той же період.

Запланована виручка від реалізації усіх послуг за місяць складатиме 417600 грн.

Планується, що виручка від реалізації послуг за рік складатиме 4522200 грн.

## **2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг студії «CarXDetail»**

Основними частинами автомобілів, які планується обслуговувати в студії дотейлінгу є наступні:

1. Нові автомобілі високого класу. Для нового автомобіля дотейлінг служить ефективним профілактичним заходом. Авто довго виглядає абсолютно новим і при цьому не вимагає частого професійного миття.

2. Автомобілі високого класу із пробігом. Машину з пробігом дотейлінг буквально перетворює. Після комплексного догляду зникають усі дрібні дефекти, мікротріщини та подряпини. Лакофарбове покриття стає бездоганно гладким, виглядає новим. Захисний шар закріплює візуальний ефект і створює на поверхні кузова міцну кристалічну решітку, яка відштовхує забруднення, зміцнює конструкцію та виключає розвиток корозії. Плановий догляд продовжує термін служби кузова на 9-14% плюс машина завжди виглядає презентабельно.

3. Автомобілі на продаж. За допомогою дотейлінгу власники автомобілів зможуть підготувати їх до продажу, а саме використовуючи послуги миття, полірування, чищення салону та усунення дрібних недоліків.

4. Авто для демонстрації на виставках. Комплекс процедур дотейлінгу зможе довести зовнішній вигляд автомобіля до ідеалу та підготувати його до

інтенсивного використання (на виставках автомобіль чіпатимуть, іноді сідати в нього).

5. Автомобілі для консервації та тривалого зберігання. Обробка захисними складами у центрі детейлінгу захищає салон та кузов при тривалому зберіганні.

6. Автомобілі, які експлуатуються у важких умовах (у міжсезоння, на бездоріжжі, коли машина стоїть на вулиці, а не в гаражі). Для таких автомобілів професійний догляд просто необхідний. Тільки він здатний впоратися з численними забрудненнями, що проникають у мікротріщини лако-фарбового покриття, та забезпечити захист поверхні кузова.

Клієнтами детейлінг центру будуть люди, для яких автомобіль – це не просто транспортне засіб, а невід'ємна частина свого іміджу. Насамперед сервіс орієнтований на автомобілі класу "люкс" і "преміум", а в широкому сенсі - на всі престижні автомобілі, господарі яких хочуть, щоб їхня машина завжди була у відмінному стані. Це чоловіки та жінки від 24 років з рівнем доходу вищий за середній.

Сегментація цільової аудиторії детейлінг студії «CarXDetail» формується за наступними категоріями.

1. Власники бізнесу/топ-менеджери компаній.
2. Власники колекційних та рідкісних авто.
3. Підприємці у сфері прокату авто.
4. Власники нових автомобілів із салону.
5. Продавці автомобілів.

Проведемо дослідження конкурентів, які функціонують на ринку детейлінгу.

Розвиток будь-якого бізнесу супроводжується активною діяльністю конкурентів. Рішенням цієї проблеми є систематичний аналіз ринку та розуміння дій конкурентів, тобто створення певної системи критеріїв оцінки аналогічних учасників ринку для того, щоб виявити їх основні переваги та недоліки. Подібного роду аналіз необхідно проводити на постійній основі. Це дозволить підприємству оперативно реагувати зміни на ринку.

При цьому найбільш суттєвою складовою аналізу конкурентів є детальне опрацювання по кожному із досліджуваних напрямів. Чим докладнішою буде розробка кожного елемента, тим більше ймовірність виявлення специфічних особливостей цього конкурента.

Основними конкурентами цього підприємства є досвідчені фірми, які пропонують детейлінг послуги як суміжний або основний з напрямків їх діяльності.

Сформуємо основні критерії оцінки конкурентів:

- місце розташування;
- режим роботи;
- асортимент послуг;
- технологічне оснащення;
- рівень технології обслуговування клієнта (культура обслуговування);
- якість обслуговування та послуг;
- кваліфікація персоналу;
- ціноутворення;
- термін виконання послуг;
- гарантії на виконані роботи;
- імідж;
- естетика, дизайн.

Аналіз конкурентів на ринку детейлінг послуг міста Одеса за вище зазначеними напрямками показав, що основними конкурентами детейлінг студії «CarXDetail» будуть інші сервіси, що знаходяться у м.Одеса, серед них:

- Stek Odessa;
- Avesauto;
- Carsky Odessa;
- Mr Cap;
- Car Detail Lab;
- Diamond Detailing Studio;
- Limard;

– Немо Detailing.

Аналіз ринку конкурентів проводився виходячи з послуг, які планує надавати дотейлінг студії «CarXDetail». Аналіз наявності аналогічних послуг у конкурентів представлений у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Наявність послуг у конкурентів.

| № | Назва підприємства конкурента | Дотейлінг та хімчистка | Полірування | Покриття захисним покриттям | Обклеювання плівкою і тонування |
|---|-------------------------------|------------------------|-------------|-----------------------------|---------------------------------|
| 1 | Stek Odessa                   | -                      | +           | +                           | +                               |
| 2 | Avesauto                      | +                      | +           | +                           | +                               |
| 3 | Carsky Odessa                 | +                      | +           | +                           | -                               |
| 4 | Car Detail Lab                | +                      | +           | +                           | -                               |
| 5 | Diamond Detailing Studio      | +                      | +           | +                           | +                               |
| 6 | Limard                        | +                      | +           | -                           | -                               |
| 7 | Немо Detailing                | +                      | +           | +                           | +                               |
| 8 | Mr Cap                        | +                      | +           | -                           | -                               |

Джерело: складено автором за матеріалами [21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28].

З таблиці 2.5 слідує, що для відстеження цінової ситуації над ринком було проведено аналіз вартості даних послуг у конкурентних компаніях (див. таблицю нижче). З отриманих відомостей буде вироблятися формування своєї цінової політики.

У зв'язку із суттєвою привабливістю ринку послуг з догляду за автомобілями в Україні, надалі очікується зростання кількості компаній, які надаватимуть ці послуги.

Існуючі на сьогоднішній день детейлінг студії в м. Одеса мають дуже високий рівень завантаження, що унеможливорює обслуговування без попереднього запису.

Вагомою конкурентною перевагою новоствореної детейлінг студії «CarXDetail» буде вигідне розташування.

У таблиці 2.6 представлені ціни на аналогічні послуги, які надають конкуренти.

Таблиця 2.6

## Ціна на послуги конкурентів

| Послуга                           | Stek Odesa, грн | Avesauto, грн | Carsky Odesa, грн | Mr Car, грн | Car Detail Lab, грн | Diamond Detailing Studio, грн | Limard, грн | Немо Detailing, грн |
|-----------------------------------|-----------------|---------------|-------------------|-------------|---------------------|-------------------------------|-------------|---------------------|
| Детейлінг                         | -               | 500           | 700               | 700         | 800                 | 1000                          | 600         | 800                 |
| Хімчистка                         | -               | 2500          | 3000              | 3500        | 4500                | 6000                          | 3000        | 4500                |
| Полірування кузова                | 3500            | 3000          | 4000              | 4000        | 5000                | 6000                          | 3500        | 5000                |
| Полірування скла                  | 700             | 700           | 1000              | 1250        | 1500                | 2000                          | 1300        | 1750                |
| Полірування оптики                | 400             | 500           | 600               | 700         | 750                 | 1000                          | 650         | 800                 |
| Обклеювання антигравійною плівкою | 30000           | 32000         | -                 | -           | -                   | 50000                         | -           | 45000               |
| Обклеювання вініловою плівкою     | 80000           | 80000         | -                 | -           | -                   | 120000                        | -           | 100000              |
| Покриття воском                   | 400             | 450           | 500               | -           | 600                 | 700                           | -           | 600                 |
| Покриття керамікою                | 3500            | 3500          | 4000              | -           | 4000                | 7500                          | -           | 5500                |
| Нанесення антидощ                 | 500             | 500           | 500               | -           | 600                 | 800                           | -           | 750                 |

Джерело: складено автором за матеріалами[21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28].

За даними таблиці 2.6 можна зробити висновок, що Diamond Detailing Studio та Немо Detailing мають найвищі ціни серед конкурентів та найкращу якість. В CarXDetail ціни нижчі або такі ж самі, як у попередніх студій, але все одно вищі за інших конкурентів.

Більшість людей, які мають дохід вище або набагато вище середнього, прагне виділити себе серед інших людей доступними їм способами. Це і предмети розкоші, і «золоті» номери мобільних телефонів, та дорогі аксесуари. Практично кожен, хто купує собі дорогий автомобіль, набуває і спеціальний номерний знак – з «елітної» серії в регіоні або з «красивим» поєднанням цифр, або й те й інше одночасно.

Крім номерних знаків існують і інші способи «поліпшити» свій автомобіль – обважування, малюнки на кузові, матова фарба. Однак, всі ці способи «кричать», вони можуть не відповідати, наприклад, образу серйозної та ділової людини або високопосадовця. Для таких людей сформувався свій спосіб відрізнятись від оточуючих – в основному це дорогий автомобіль, що ідеально виглядає зсередини і зовні.

Клієнтів детейлінг студії умовно можна поділити на три категорії, які представлені на рис. 2.1.

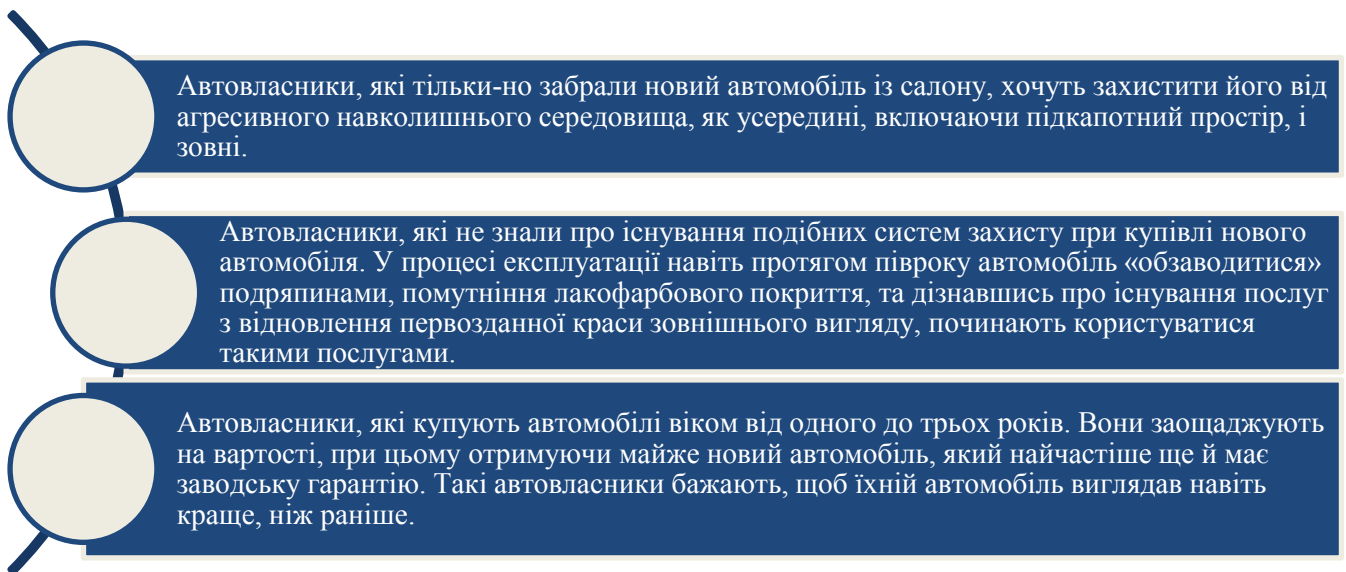


Рис. 2.1. Категорії споживачів новоствореної студії

*Джерело:* сформовано автором на основі [29].

З рис. 2.1 слідує, що з огляду на розділення клієнтів детейлінг студії на три категорії, можна зробити висновок, що кожна група має свої унікальні мотивації та очікування від послуг детейлінгу. Автовласники, що тільки-но забрали новий автомобіль, бажають захистити своє інвестування та зберегти його новий вигляд. Ті, хто не знали про детейлінг раніше, шукають відновлення зовнішнього вигляду після пошкоджень. Автовласники, що купують автомобілі трохи пізніше, можуть бажати покращити вже добрий стан авто для підвищення його вартості або задоволення особистих пристрастей.

Розуміння цих різних мотивацій допомагає детейлінг студії CarXDetail краще адаптуватися до потреб своїх клієнтів, надавати відповідні послуги та створювати ефективні маркетингові стратегії для кожної групи. Такий підхід сприяє підвищенню клієнтської задоволеності та забезпечує успішну діяльність детейлінгової студії.

Дорогі та престижні автомобілі випускають виробники, а ось створення та підтримання зовнішнього вигляду, що підкреслює статус власників таких авто - це завдання детейлінг студії.

Крім потреби демонструвати свій статус існує ще кілька причин, які змушують власників витратити кошти на покращення зовнішнього вигляду свого автомобіля. Це потреба в естетиці – власник отримує насолоду від зовнішнього вигляду свого авто; бажання мати автомобіль максимальної комплектації; потреба привертати увагу оточуючих; простота та доступність покращення характеристик свого авто; передпродажна підготовка.

За статистикою Міністерства Інфраструктури України кількість автомобілів преміум класу в Одесі складає близько 10% від загальної кількості автопарку. Кількість автомобілів на 1000 мешканців складає близько 353 шт. на 1 січня 2020 року [30].

У перспективі сегмент ще збільшуватиметься за рахунок природного зростання кількості дорогих автомобілів на ринку та поширення інформації серед потенційних клієнтів про детейлінг послуг.

Проведемо аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища новоствореної детейлінг студії «CarXDetail» на основі SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз будемо проводити на підставі критеріїв: S – strength – сила; W – weakness – слабкість; O – opportunity – можливість; T – threat – загроза.

Метод SWOT, що застосовується для аналізу, є досить широко визнаним підходом, що дозволяє провести спільне вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища. Застосовуючи метод SWOT, вдається встановити лінії зв'язку між силою та слабкістю, які властиві організації та зовнішніми загрозами та можливостями.

Сила новоствореної студії – це те, в чому студія планує досягти успіху або якась особливість, що надає їй додаткові можливості. Сила може полягати у навичках, значному досвіді, організаційні ресурси або конкурентні можливості, досягнення, які дають підприємству переваги на ринку (наприклад, найкращий товар, досконала технологія, найкраще обслуговування клієнтів, велика впізнаваність товарної марки). Сила може бути результатом створення альянсу або об'єднання з партнером, який має досвід чи потенційні можливості для посилення конкурентоспроможності підприємства.

Слабкість – це відсутність чогось важливого для функціонування підприємства або те, що їй не вдається (порівняно з іншими), або щось, що ставить її в несприятливі умови. Слабка сторона, залежно від того, наскільки вона важлива у конкурентній боротьбі, може зробити підприємство вразливим.

Можливості – це ті події чи чинники довкілля, існування яких самим позитивним чином позначилося на стані підприємства, його фінансовому та конкурентному положенні. Настання цих подій необхідно всіляко сприяти.

Загрози – це події чи чинники довкілля, наступ яких було небажано для підприємства. Ці події негативним чином можуть вплинути на стан підприємства, тому необхідно вжити всіх можливих заходів для запобігання цим подіям або принаймні мірою, пом'якшити результат їх наступу [31].

В таблиці 2.7 представлений SWOT-аналіз новоствореної детейлінг студії «CarXDetail».

Таблиця 2.7

## SWOT-аналіз детейлінг студії «CarXDetail»

| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                             | Слабкі сторони                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Високий рівень якості на виконання робіт і послуг<br>Високий рівень якості продукції партнерів-постачальників.<br>2. Високий рівень професіоналізму співробітників.<br>3. Оптимальне співвідношення ціна/якість послуг. | 1. Набір кваліфікованого персоналу, вимагатиме відносно багато часу.                                                                                             |
| Можливості                                                                                                                                                                                                                 | Загрози                                                                                                                                                          |
| 1. Можливість розвитку мережі центрів у інших містах України.<br>2. Можливість розширення асортименту послуг.                                                                                                              | 1. Військові дії<br>2. Негативні зміни в економіці та як наслідок зниження платоспроможності споживачів.<br>3. Активність конкурентів.<br>4. Нестійкість попиту. |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.7 слідує, що виходячи з сильних сторін проєкту, якість послуг безпосередньо залежить від використовуваних у роботі матеріалів. Тому на початку роботи з новим постачальником потрібно переконатися в оригінальності продукції, щоб уникнути використання підробок.

Слабкою стороною виділено, як труднощі у підборі персоналу. Але у майбутньому можна перетворити на сильну за допомогою відбору здібних кандидатів, їх навчання під наставництвом досвідченіших фахівців, а також проходження випробувального терміну нових працівників.

Основними конкурентними перевагами новоствореної детейлінг студії «CarXDetail» будуть наступні.

Високий рівень професіоналізму фахівців детейлінг студії дозволить уникнути псування матеріалів (що часто трапляється при їхньому невмілому використанні новачками). Детейлінг студія найматиме стажерів на роботу на початковому етапі, але вони розпочинатимуть свою діяльність з допоміжних робіт

під наглядом досвідченіших фахівців. Поступово рівень робіт, які вони виконують, буде ускладнюватись.

Оптимальне співвідношення ціна/якість послуг. Ціна послуги має покривати вартість дорогих матеріалів та високопрофесійної роботи спеціалістом. Також вона повинна забезпечувати для проекту ту норму виробничої рентабельності, яка дозволить йому розвиватися та збільшувати виробничу потужність. У той же час, ціна не повинна бути завищена, тому що клієнти детейлінг студії – це люди, які знають ціну своїм грошам та витраченого часу. У випадку, якщо їм не сподобається послуга або якщо вони вирішать, що якість наданої послуги не відповідає сплаченій вартості, вони не звернуться до детейлінг студії повторно і не рекомендуватимуть його у своєму оточенні.

PESTLE-аналіз – це стратегічний інструмент аналізу макроекономічних факторів, який використовується для дослідження зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство або організація. Скорочення PESTLE відображає шість основних аспектів.

1. Політичні фактори (Political) включають: законодавство, регулювання та стабільність уряду. Це може включати податкову політику, законодавство з екології та безпеки, відносини з іншими країнами та інші аспекти, що можуть вплинути на бізнес.

2. Економічні фактори (Economic) оцінюються з точки зору впливу на ринок, включаючи зростання економіки, рівень безробіття, курс валют, інфляцію, процентні ставки та інші фактори, що можуть вплинути на попит та споживчу поведінку.

3. Соціальні фактори (Social) включають: демографічні зміни, культурні та соціальні тенденції, зміни в споживчому поведінці, уявлення про маркування та інші соціальні аспекти, які впливають на споживачів та їхні вимоги.

4. Технологічні фактори (Technological) оцінюються з точки зору нових технологій, інновацій та їхнього впливу на бізнес. Це може включати розробку нових продуктів, автоматизацію процесів, цифрові технології та інші аспекти, що можуть покращити ефективність бізнесу.

5. Екологічні фактори (Environmental) враховують вплив бізнесу на навколишнє середовище та його сталість. Це включає використання ресурсів, енергоефективність, викиди, відходи та інші екологічні аспекти, що можуть бути важливими для бізнесу з точки зору сталого розвитку та соціальної відповідальності.

6. Правові фактори (Legal) включають законодавство, регулювання та судову систему, що можуть впливати на функціонування бізнесу. Це може включати законодавство про працю, правила здоров'я та безпеки, антимонопольне законодавство, авторські права та інші правові аспекти.

PESTLE-аналіз дозволяє оцінити зовнішнє середовище, у якому планується функціонування новоствореної студії, та визначити можливі загрози та можливості, які можуть вплинути на її успішність. Цей аналіз допомагає підприємствам адаптуватися до змін у середовищі, розробляти стратегії та приймати управлінські рішення на основі даних про макроекономічні та соціальні тенденції. Він є важливим інструментом у стратегічному управлінні та допомагає підприємствам зберегти конкурентну перевагу та досягти успіху на ринку [32].

В таблиці 2.8 представлений PESTLE-аналіз новоствореної детейлінг студії «CarXDetail».

Таблиця 2.8

## PESTLE-аналіз детейлінг студії «CarXDetail»

| Політичні фактори                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Економічні фактори                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 1. Повномасштабна війна.<br>2. Законодавство. Зміни в законодавстві щодо стандартів екологічної безпеки можуть вплинути вимоги до використання хімічних речовин.<br>3. Податкова політика. Зміни в податковій політиці можуть вплинути на витрати бізнесу, що може відобразитися на цінах для клієнтів. | 1. Економічний зріст. Зростання економіки може підвищити попит на послуги детейлінгу, оскільки більше людей може дозволити собі дорогі автомобілі та догляд за ними.<br>2. Кон'юнктура ринку. Зміни в автомобільній індустрії або зростання конкуренції можуть вплинути на попит на послуги детейлінгу. |

Продовження табл. 2.8

| 1                                                                                                                                                                                                    | 2                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Соціальні фактори                                                                                                                                                                                    | Технологічні фактори                                                                                                                       |
| Споживча поведінка споживачів. Зростання обізнаності споживачів про корисність детейлінг послуг можуть вплинути на попит на послуги.                                                                 | Інновації в автомобільній технології. Поява нових матеріалів та технологій може вплинути на методи детейлінгу та розробку нових продуктів. |
| Екологічні фактори                                                                                                                                                                                   | Правові фактори                                                                                                                            |
| Екологічна інноваційність. Впровадження нових технологій та інноваційних підходів у детейлінг може сприяти зменшенню впливу на навколишнє середовище та покращенню екологічної ефективності бізнесу. | Захист споживачів. Зміни в законодавстві про захист прав споживачів можуть вплинути на якість послуг, які будуть надаватися.               |

*Джерело:* складено автором.

З таблиці 2.8 слідує, що врахування всіх цих факторів у стратегічному плануванні та управлінні може допомогти детейлінг студії адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, зберігати конкурентну перевагу та забезпечити сталість у довгостроковій перспективі.

### 2.3. Формування стартових витрат на створення студії

Стартовий капітал – це сума коштів, необхідних для започаткування підприємства (справи) [33].

До складу витрат на заснування підприємницької діяльності входять такі основні складові елементи:

- витрати на реєстрацію (можуть включати оплату послуг посередника);
- витрати на оформлення атрибутів підприємства;

- оренда, купівля або будівництво приміщення, у разі необхідності – перепроєктування приміщення;
- плата за отримання ліцензії, патенту, інших дозвільних документів;
- купівля або оренда виробничого обладнання, інструменту, технології;
- купівля запасу сировини, матеріалів;
- купівля інвентарю (меблі), офісного обладнання (комп'ютерна техніка, засоби комунікації), програмного забезпечення;
- витрати на персонал (пошук, найм, навчання);
- витрати на рекламу та маркетингові дослідження.

В таблиці 2.9 сформований стартовий капітал на створення детейлінг студії «CarXDetail».

Таблиця 2.9

Елементи стартового підприємницького капіталу для створення детейлінг студії «CarXDetail»

| № | Статті витрат (елементи стартового капіталу) | Сума,<br>грн | Питома<br>вага, % |
|---|----------------------------------------------|--------------|-------------------|
| 1 | 2                                            | 3            | 4                 |
| 1 | Реєстрація бізнесу                           | 20000        | 1,77              |
| 2 | Оренда приміщення (за 2 місяця)              | 100000       | 8,87              |
| 3 | Ремонт приміщення                            | 420000       | 37,25             |
| 4 | Закупівля необхідного обладнання             | 255000       | 22,62             |
| 5 | Закупівля додаткового обладнання             | 35700        | 3,16              |
| 6 | Закупівля офісного обладнання                | 48100        | 4,26              |
| 7 | Рекламна кампанія                            | 98750        | 8,76              |
| 8 | Вартість автохімії ( за 2 місяці)            | 129709       | 11,5              |
| 9 | Інші                                         | 20000        | 1,77              |
|   | Усього                                       | 1127259      | 100               |

Продовження табл. 2.9

| 1 | 2                         | 3      | 4     |
|---|---------------------------|--------|-------|
|   | ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ      |        |       |
| 1 | Власні засоби             | 100000 | 8,96  |
| 2 | Кредит комерційного банку | 800000 | 71,69 |
| 3 | Грант                     | 250000 | 22,4  |

*Джерело: сформовано автором.*

Надамо детальну характеристику основним елементам стартового капіталу для створення детейлінг студії «CarXDetail»

Реєстрація бізнесу. Для відкриття детейлінг студії потрібно багато документів та дозволів, тому цим буде займатися юридична компанія Green Wave.

Оренда приміщення. Для відкриття CarXDetail планується взяти в оренду приміщення 100 кв. м. на вул. Дальницька 11. Приміщення береться в оренду у фізичній особі-підприємця за умовами 50000 грн на місяць.

Ремонт приміщення. Планується робити капітальний ремонт приміщення, роботу буде виконувати ремонтна компанія «NewStroy». За умовами договору з ТОВ «NewStroy» витрати на ремонт приміщення плануються у розмірі 420 тис. грн

Планується, що капітальний ремонт буде включати: демонтажні роботи; заміну електромереж; заміну системи водопостачання; штукатурні роботи; гіпсокартонні роботи; малярні роботи; плиткові роботи; фарбування; наклеювання шпалер; будову покриття для підлоги; встановлення сантехніки та електрофурнітури.

Вартість капітального ремонту за квадратний метр складає 4200 грн, тобто на ремонт приміщення потрібно 420000 грн [34].

Закупівля обладнання. Планується закуповувати та встановлювати обладнання для миття авто в компанії Aquageotech. Купляємо комплект обладнання для ручної автомийки на 2 бокси.

У таблиці 2.10 представлені витрати на закупівлю комплекту обладнання для ручної автомийки на 2 бокси.

Таблиця 2.10

## Витрати на закупівлю комплекту обладнання для ручної автомийки

| Назва обладнання                                                            | Кількість, одиниць | Ціна одиниці, грн | Загальна сума, грн |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Насос високого тиску Hawk 15.20                                             | 2                  | 35000             | 70000              |
| Байпас (запобіжний клапан високого тиску)                                   | 2                  | 500               | 1000               |
| Пилосос (дві турбіни)                                                       | 1                  | 25000             | 25000              |
| Пилосос миючий                                                              | 1                  | 15000             | 15000              |
| Підставка під пістолет, комплект (нержавіюча сталь) –                       | 2                  | 1000              | 2000               |
| Пантографи (нержавіюча сталь)                                               | 2                  | 2000              | 4000               |
| Пістолети високого тиску в зборі з швидкознімними з'єднаннями та форсунками | 2                  | 20000             | 40000              |
| Пінна насадка                                                               | 1                  | 1500              | 1500               |
| Рукав високого тиску                                                        | 1                  | 7000              | 7000               |
| Шафа керування з виконавчою автоматикою та кнопками дистанційного керування | 1                  | 10000             | 10000              |
| Рама для монтажу обладнання                                                 | 1                  | 5000              | 5000               |
| Компресор повітряний у комплекті                                            | 1                  | 22000             | 22000              |
| Комплект для виведення стисненого повітря у бокси автомийки                 | 1                  | 5000              | 5000               |
| Кріпильні матеріали                                                         | 1                  | 1000              | 1000               |
| Монтаж обладнання                                                           | -                  | 46500             | 46500              |
| Всього                                                                      | 27                 | -                 | 255 000            |

*Джерело: сформовано автором*

З таблиці 2.10 слідує, що до даного комплекту входить усе необхідне обладнання для миття авто, кріпильні матеріали, рама для монтажу обладнання та сам монтаж обладнання. Ціна комплекту та монтаж складає 255000 грн [35].

Для функціонування студії планується також закупити додаткове обладнання для полірування, обклеювання та миття авто у компанії Koch Chemie.

В таблиці 2.11 представлений склад та витрати на придбання додаткового обладнання.

Таблиця 2.11

## Витрати на придбання додаткового обладнання

| Назва додаткового обладнання                                        | Ціна, грн |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| Машинка полірувальна ексцентрикова RUPES LHR15 Mark III BigFoot     | 23000     |
| Будівельний фен Bosch EasyHeat 500                                  | 2500      |
| Пароочисник Karcher SC 2 EasyFix 1.512-063.0                        | 6000      |
| ІК FOAM PRO 2+ розпилювач піни з роз'ємом для стисненого повітря 2л | 1500      |
| Пневматичний пістолет Magnum другого покоління TORNADOR MAGNUM      | 2700      |
| Всього                                                              | 35700     |

*Джерело:* складено автором за матеріалами [36].

З таблиці 2.11 слідує, вартість додаткового обладнання буде складати 35700 грн.

Закупівля офісного обладнання. Обладнання для кімнати прийому клієнтів закупаємо в Епіцентрі. Епіцентр відомий широким асортиментом товарів та доступними цінами.

У таблиці 2.12 представлені витрати на закупівлю необхідного офісного обладнання.

Таблиця 2.12

## Витрати на придбання офісного обладнання

| Назва                                                          | Кількість, одиниць | Ціна одиниці, грн | Загальна сума, грн |
|----------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| 1                                                              | 2                  | 3                 | 4                  |
| Диван прямий Прімтекс Плюс Vizit 02 D-5 чорний 1650x960x840 мм | 1                  | 12000             | 12000              |
| Крісло GT Racer B-710 чорний                                   | 1                  | 2500              | 2500               |
| Крісло Прімтекс Плюс Sylwia chrome CZ-3 чорний                 | 2                  | 2000              | 4000               |

Продовження табл. 2.12

| 1                                                       | 2 | 3     | 4     |
|---------------------------------------------------------|---|-------|-------|
| Стіл комп'ютерний Грейд 302-06-14 венге                 | 1 | 2500  | 2500  |
| Шафа-пенал Грейд відкрита Ален 1600x800x400 мм графіт   | 1 | 4500  | 4500  |
| Ноутбук Asus Vivobook 16X K3604ZA-MB108 16" indie black | 1 | 22000 | 22000 |
| Миша Logitech Wireless Mouse M171 black                 | 1 | 600   | 600   |
| Всього                                                  | 8 | -     | 48100 |

*Джерело:* складено автором за матеріалами [37].

З таблиці 2.12 слідує, що витрати на придбання офісного обладнання будуть складати 48100 грн.

До відкриття студії буде проводитися рекламна компанія. Для успішного запуску проєкту планується розробити веб-сайт та провести маркетингову кампанію. Створювати веб-сайт та проводити рекламну компанію буде агентство Bogat.Digital.

Агентство інтернет-маркетингу Bogat.Digital спеціалізується на просуванні товарів та послуг в інтернеті. Digital агентство надає комплекс робіт сфері digital маркетингу: розробку та реалізацію стратегій у сферах SEO (пошукова оптимізація), контекстної та таргетованої реклами, управління соцмережами, створення та підтримки веб-сайтів, а також аналітики та маркетингових досліджень для покращення видимості в мережі та залучення цільової аудиторії [38].

В таблиці 2.13 представлені витрати на здійснення рекламної кампанії до відкриття студії.

З таблиці 2.13 слідує, що запланована сума на проведення рекламної кампанії буде 98750 грн.

Створення сайту вимагає багато грошей і часу через унікальний дизайн і розробку, технічне обслуговування, створення вмісту, маркетинг і просування, безпеку і адаптацію під різні пристрої.

Таблиця 2.13

## Витрати на здійснення рекламної кампанії

| Назва заходу        | Строк виконання | Вартість заходу, грн | Витрати за 3 місяці, грн |
|---------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| Створення сайту     | 35 днів         | 39500                | 39500                    |
| Контекстна реклама  | 5 днів          | 7900                 | 23700                    |
| Таргетована реклама | 2-4 дні         | 11850                | 35550                    |
| Всього              | -               | 59250                | 98750                    |

*Джерело:* складено автором за матеріалами [38].

Контекстна і таргетована реклама буде проводитися впродовж 3 місяців.

Таким чином для відкриття детейлінг студії «CarXDetail» сума стартового капіталу буде складати 1127259 грн.

Власний капітал складає € 100000 гривень, що становить основний капітал для проєкту. Однак, для успішної реалізації необхідно додаткове фінансування. Планується звернутися за отриманням гранту в ЄРобота у розмірі 250 000 гривень, який допоможе забезпечити додаткові ресурси.

Грант на власну справу — це допомога від держави для відновлення, створення власної справи з нуля, реалізації амбітних проєктів, генерування нових робочих місць та здобуття потрібних на ринку праці спеціальностей. Ця програма є частиною ЄРобота і надає можливість отримати мікрогрант на старт або розвиток бізнесу у розмірі від 50 до 250 тисяч грн. [39].

Проте, щоб розширити масштаб проєкту, потрібно взяти у банку ТАСКОМБАНК кредит на суму 800 000 грн. Ці кошти будуть використані для покриття витрат на обладнання, найм персоналу та інші важливі аспекти проєкту. Загальна сума гранту та кредиту разом з моїми власними коштами створить необхідну фінансову базу для успішного відкриття та функціонування детейлінг студії «CarXDetail».

ТАСКОМБАНК – учасник національної програми підтримки малого та середнього бізнесу «Доступні кредити 5-7-9%», яка спрямована на забезпечення фінансової підтримки шляхом зниження відсоткових ставок за кредитами в національній валюті через компенсацію з боку держави. Ця програма реалізується Урядом України за пропозицією Президента України через Фонд розвитку підприємництва [40].

ТАСКОМБАНК може надати кредит до 5 років на реалізацію інвестиційного проєкту, проте планується взяти кредит на 1 рік під 7% річних.

У таблиці 2.14 представлені виплати за кредитом

Таблиця 2.14

Виплата кредиту

| Місяць | Тіло кредиту, грн | Сума відсотків, грн | Платежі, грн | Залишок боргу, грн |
|--------|-------------------|---------------------|--------------|--------------------|
| 1      | 64 554,73         | 4 666,67            | 69 221,40    | 735 445,27         |
| 2      | 64 931,30         | 4 290,10            | 69 221,40    | 670 513,97         |
| 3      | 65 310,07         | 3 911,33            | 69 221,40    | 605 203,90         |
| 4      | 65 691,04         | 3 530,36            | 69 221,40    | 539 512,86         |
| 5      | 66 074,24         | 3 147,16            | 69 221,40    | 473 438,63         |
| 6      | 66 459,67         | 2 761,73            | 69 221,40    | 406 978,95         |
| 7      | 66 847,35         | 2 374,04            | 69 221,40    | 340 131,60         |
| 8      | 67 237,30         | 1 984,10            | 69 221,40    | 272 894,31         |
| 9      | 67 629,51         | 1 591,88            | 69 221,40    | 205 264,79         |
| 10     | 68 024,02         | 1 197,38            | 69 221,40    | 137 240,77         |
| 11     | 68 420,83         | 800,57              | 69 221,40    | 68 819,95          |
| 12     | 68 819,95         | 401,45              | 69 221,40    | 0,00               |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.14 видно, що розрахунок ведеться за кожний місяць року: на основі розрахованої суми кредиту та суми відсотка за кредит визначається сума платежів за кожний місяць. Розрахунки свідчать, що за умови, що кредит береться на 1 рік під 7% річних, щомісячний платіж складатиме 69221,4 грн.

## 2.4. Формування поточних витрат на функціонування студії

Для функціонування детейлінг студії «CarXDetail» необхідно сформувати поточні витрати.

До матеріальних витрат на функціонування детейлінг студії «CarXDetail» планується включити витрати на: витрати на автошампуні, автохімію, витрати на миючі засоби для інтер'єру, витрати полірувальні засоби та витрати на плівку.

Планується закуповувати автошампуні в компанії Koch Chemie.

Засоби та автошампуні для миття автомобілів від Koch Chemie підходять як для використання в автомийках безконтактного типу, так і для професійного детейлінгу в спеціалізованих автоцентрах. Миючі засоби для миття автомобілів Koch Chemie є найкращими у своєму класі як для професійного, так і особистого використання. Рекомендована до застосування такими виробниками як Mercedes-Benz, BMW, AUDI, Volkswagen[36].

В додатку А представлена загальна сума на матеріальні витрати.

З додатку А слідує, що загальна сума матеріальних витрат на функціонування детейлінг студії «CarXDetail» в місяць планується у сумі 64854,50 грн.

Вінілова плівка замовляється окремо під кожного клієнта, тому що клієнт обирає колір, матеріал та якість плівки, тому плівка не закупається заздалегідь, бо неможливо передбачити, що вибере клієнт.

Для функціонування детейлінг студії «CarXDetail» необхідно сформувати штатний розклад.

Планований штатний розклад представлений у таблиці 2.16.

З таблиці 2.16 слідує, що в детейлінг студії «CarXDetail» усього 6 посадових ставок.

Детейлери складають більшу частину персоналу з 4 ставки, а менеджери займають лише 2 ставки.

Таблиця 2.16

## Штатний розклад

| Посада   | Кількість посадових ставок | Заробітна плата за місяць без ЄСВ, грн | Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн |
|----------|----------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------|
| Детейлер | 4                          | 60000                                  | 73200                                |
| Менеджер | 2                          | 20000                                  | 24400                                |
| Усього   | 6                          | 80000                                  | 97600                                |

*Джерело:* складено автором.

З таблиці 2.16 слідує, що сума заробітної плати працівників з ЄСВ за місяць функціонування студії буде складати 97600 грн.

До суми поточних витрат входять амортизаційні відрахування.

Сума амортизаційних відрахувань буде розраховуватися за допомогою прямолінійного методу.

В таблиці 2.17 представлені розрахунки річних амортизаційних відрахувань.

З таблиці 2.17 слідує, що сума амортизаційних відрахувань за рік функціонування студії буде складати 3174 грн.

Таблиця 2.17

## Розрахунок амортизаційних відрахувань

| Назва                                                      | Кількість, одиниць | Вартість активу, грн/од. | Вартість активу, грн | Залишкова вартість, грн | Термін служби, років | Сума амортизаційних відрахувань, грн |
|------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------------------|
| 1                                                          | 2                  | 3                        | 4                    | 5                       | 6                    | 7                                    |
| Насос високого тиску Hawk 15.20                            | 2                  | 35000                    | 70000                | 0                       | 5                    | 1129                                 |
| Полірувальна машина RUPES BigFoot iBrid Polisher HLR15 BAS | 1                  | 23000                    | 23000                | 0                       | 5                    | 370                                  |
| Пилосос (дві турбіни)                                      | 1                  | 25000                    | 25000                | 0                       | 5                    | 403                                  |
| Пилосос миючий                                             | 1                  | 20000                    | 20000                | 0                       | 5                    | 322                                  |

Продовження табл. 2.17

| 1                                                                            | 2 | 3     | 4     | 5    | 6 | 7    |
|------------------------------------------------------------------------------|---|-------|-------|------|---|------|
| Компресор повітряний                                                         | 1 | 22000 | 22000 | 0    | 5 | 354  |
| Ноутбук<br>Asus<br>Vivobook<br>16X<br>K3604ZA-<br>MB108 16”<br>indie black   | 1 | 22000 | 22000 | 5000 | 5 | 274  |
| Пістолети високого тиску в зборі з швидко знімними з'єднаннями та форсунками | 2 | 20000 | 40000 | 0    | 5 | 322  |
| Сума амортизації                                                             | - | -     | -     | -    | - | 3174 |

Джерело: складено автором

До складу поточних витрат входять комунальні витрати.

Розрахунок витрат на комунальні послуги за місяць та за рік функціонування студії представлені у таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

Розрахунок витрат за комунальні послуги за місяць та за рік функціонування студії

| Статті витрат       | Тариф, грн | Витрати за місяць, грн | Витрати за рік, грн |
|---------------------|------------|------------------------|---------------------|
| 1                   | 2          | 3                      | 4                   |
| Водопостачання      | 35,16      | 8119,80                | 97437,60            |
| Електроенергія      | 7,50       | 2297,32                | 27567,84            |
| Опалення            | 1521,21    | 1451,58                | 17419               |
| Зв'язок та Інтернет | 400        | 400                    | 4800                |
| Вивіз сміття        | 61,21      | 367,26                 | 4407,12             |
| Усього              | -          | 15143,38               | 151631,56           |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.18 слідує, що загальна сума комунальних витрат за рік функціонування студії буде складати 15143,38 грн.

Розрахунок витрат за використання електроенергії приведений у таблиці 2.19.

Таблиця 2.19

Планований розрахунок на використання електроенергії за місяць функціонування студії

| Пристрій             | Потужність | Використання, годин на тиждень | Витрати, грн/місяць |
|----------------------|------------|--------------------------------|---------------------|
| Насос високого тиску | 17         | 30                             | 16,62               |
| Полірувальна машинка | 500        | 5                              | 81,47               |
| Пилосос              | 3300       | 14                             | 1505,78             |
| Компресор            | 900        | 10                             | 293,45              |
| Інше                 | -          | -                              | 400                 |
| Усього               | -          | 69                             | 2297,32             |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.19 слідує, що загальна сума витрат за використання електроенергії за місяць складає 2297,32 грн.

Планований розрахунок на використання води за місяць функціонування студії.

Використання води насосами високого тиску складає 30 літрів у хвилину. Працюючи 30 годин у неділю, тобто 1800 хвилин, апарат використає 54 куба води. На даний момент ціна води за кубічний метр складає 35,16 грн, з цього можна зробити висновок, що 1894,64 грн вийде на оплату води у неділю, або 8119,80 грн в місяць.

Розрахунок витрат на опалення детейлінг студії приведений у таблиці 2.20.

Розрахунок суми витрат за використання опалення за місяць функціонування студії здійснювався на середньомісячного рівня потужностей для обігріву.

Таблиця 2.20

Планований розрахунок суми витрат за опалення за місяць функціонування студії

| Місяць   | Середньомісячний рівень потужностей для обігріву, квт/місяць | Сума витрат, грн/місяць |
|----------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Листопад | 1650                                                         | 2771                    |
| Грудень  | 2357                                                         | 3959                    |
| Січень   | 2357                                                         | 3959                    |
| Лютий    | 2357                                                         | 3959                    |
| Березень | 1650                                                         | 2771                    |
| Всього   | -                                                            | 17419                   |

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.20 слідує, що за 5 місяців використання опалення детейлінг студія витратить 17419 грн. Так як опалення потрібно лише 5 місяців у рік то, можемо розрахувати, що у середньому в місяць ціна за опалення складатиме 1451,58 грн.

На основі вище наведених розрахунків, сформуємо суму поточних витрат за місяць та за рік функціонування детейлінг студії.

У таблиці 2.21 представлені розрахунки загальної суми поточних витрат на функціонування студії.

Таблиця 2.21

Загальні поточні витрати на функціонування студії

| Найменування статті витрат    | Витрати за місяць, грн | Витрати за рік, грн | Питома вага, % |
|-------------------------------|------------------------|---------------------|----------------|
| 1                             | 2                      | 3                   | 4              |
| 1. Матеріальні витрати        | 64854,50               | 778254              | 23,95          |
| 2. Заробітна плата (з ЄСВ)    | 97600                  | 1171200             | 36,05          |
| 3. Амортизаційні відрахування | 3174                   | 38088               | 1,17           |
| 5. Комунальні платежі         | 15143,38               | 151631,56           | 5,59           |
| 6. Виплати за кредитом        | 24701,68               | 296420,16           | 9,12           |

Продовження табл. 2.21

| 1            | 2                | 3                  | 4     |
|--------------|------------------|--------------------|-------|
| 7. Реклама   | 59250            | 98750              | 21,88 |
| Інші витрати | 6000             | 72000              | 2,21  |
| Усього       | 315243<br>206522 | 3140579<br>2270423 | 100   |

Джерело: сформовано автором.

З таблиці 2.21 слідує, що загальна сума поточних витрат за місяць функціонування студії планується у сумі 270723,56 грн, а за рік 2606343,72 грн. Найбільшу питому вагу в загальній сумі займають заробітна плата 36,05% та матеріальні витрати 23,95%.

#### Висновки до розділу 2.

1. Планується відкриття детейлінг студії «CarXDetail» за юридичною адресою: м. Одеса вул. Дальницька 11.

Приміщення для студії буде братися в оренду загальною площею 100 м<sup>2</sup>.

Новостворювана детейлінг студія «CarXDetail» буде надавати послуги: детейлінг та хімчистка; поліровка; покриття захисним покриттям; обклеювання плівкою і тонування.

2. Проведена оцінка внутрішніх конкурентних переваг студії «CarXDetail» свідчить, що підприємства-конкуренти: Diamond Detailing Studio та Немо Detailing мають найвищі ціни серед конкурентів та найкращу якість. Планується, що CarXDetail буде встановлювати ціни нижчі або такі ж самі, як у інших студій-конкурентів, якість послуг, які планується надавати буде на найвищому рівні. Серед інших переваг «CarXDetail» є високий рівень якості продукції партнерів-постачальників. Високий рівень професіоналізму співробітників новоствореної студії.

3. Сума стартового капіталу на створення студії планується у сумі 1127259 грн. Власний капітал складатиме 100000 гривень, що становить основний капітал для проєкту. Однак, для успішної реалізації необхідно додаткове фінансування.

Планується звернутися за отриманням гранту в Євробота у розмірі 250000 грн, який допоможе забезпечити додаткові ресурси. Проте, щоб розширити масштаб проекту, потрібно взяти у банку ТАСКОМБАНК кредит на суму 800 000 грн.

4. Загальна сума сформованих поточних витрат за місяць функціонування студії планується у сумі 270723,56 грн, а за рік 2606343,72 грн. Найбільшу питому вагу в загальній сумі займають заробітна плата персоналу з ЄСВ 36,05% та матеріальні витрати 23,95%.

### РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ СТУДІЇ «CarXDetail»

#### 3.1. Розрахунок та аналіз показників ефективності проєкту

Для розрахунку показників ефективності проєкту створення детелінг студії, необхідно розрахувати прибуток та грошовий потік за роками життєвого циклу проєкту.

Для розрахунку показників ефективності проєкту потрібно спрогнозувати обсяги реалізації послуг за роками життєвого циклу проєкту детейлінг студії «CarXDetail», який зображений в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Прогнозована виручка від реалізації робіт на послуг

| Стаття доходу                                     | 2025 рік   | 2026 рік   | 2027 рік   | 2028 рік   | 2029 рік   |
|---------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Реалізації послуг з миття авто, грн               | 1006200,00 | 1106820,00 | 1217502,00 | 1339252,20 | 1473177,42 |
| Реалізації послуг з поліровки авто, грн           | 192 000,00 | 211 200,00 | 232 320,00 | 255 552,00 | 281 107,20 |
| Реалізації послуг з захисного покриття авто, грн  | 222 000,00 | 244 200,00 | 268 620,00 | 295 482,00 | 325 030,20 |
| Реалізації послуг з обклеювання авто плівкою, грн | 3102000,00 | 3412200,00 | 3753420,00 | 4128762,00 | 4541638,20 |
| Всього                                            | 4522200,00 | 4974420,00 | 547 862,00 | 6019048,20 | 6620953,02 |

Джерело: сформовано автором.

За даними таблиці 3.1, можна зробити висновок, що виручка від реалізації послуг, які буде надавати студія за перший рік існування складатиме 4522200 грн і з кожним роком зростає.

Зростання обсягу реалізації послуг обумовлено тим, що студія стане впізнаваною на ринку за рахунок надання якісних робіт, також завдяки

підвищення клієнтської бази, постійному вдосконаленню та партнерству та співпраці з різними компаніями.

Розрахуємо прибуток та грошовий потік за роками реалізації проєкту.

Розрахунок суми грошового потоку представлений в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Розрахунок грошового потоку за роками життєвого  
циклу детейлінг студії «CarXDetail».

| Показники                                  | За роками реалізації проєкту |              |              |              |               |
|--------------------------------------------|------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
|                                            | 1-ий рік                     | 2-ий рік     | 3-ий рік     | 4-ий рік     | 5-ий рік      |
| Виручка від реалізації послуг, грн         | 4 522 200,00                 | 4 974 420,00 | 5 471 862,00 | 6 019 048,20 | 6 620 953,02  |
| Єдиний податок, грн                        | 226 110,00                   | 248 721,00   | 273 593,10   | 300 952,41   | 331 047,65    |
| Поточні витрати, всього, грн у тому числі: | 3140579                      | 2270423      | 2270423      | 2270423      | 2270423       |
| Амортизаційні відрахування, грн            | 3 174,00                     | 3 174,00     | 3 174,00     | 3 174,00     | 3 174,00      |
| ЄСВ «за себе», грн                         | 22096,8                      | 23643,84     | 23645        | 23645        | 23645         |
| Фінансовий результат (прибуток), грн       | 1 133 414,20                 | 2 431 632,16 | 2 904 200,90 | 3 424 027,79 | 3 995 837,37  |
| Грошовий потік, грн                        | 1 136 588,20                 | 2 434 806,16 | 2 907 374,90 | 3 427 201,79 | 3 999 011,37  |
| Накопичений грошовий потік, грн            | 1 136 588,20                 | 3 571 394,36 | 6 478 769,26 | 9 905 971,05 | 13 904 982,42 |

Джерело: складено автором.

Проаналізуємо розрахунок показників, які надані в таблиці 3.3.

Сума виручки від реалізації послуг новоствореної студії розрахована вище в таблиці 3.1 і представлена за роками реалізації проєкту.

Планується, що студія буде функціонувати на спрощеній системі оподаткування: третя група платників єдиного податку. Ставка єдиного податку 5%, не платник ПДВ.

Поточні витрати за рік функціонування студії розраховані в таблиці 2.21.

Так як новостворена студія буде функціонувати як ФОП, то необхідно сплачувати єдиний соціальний внесок (ЄСВ) «за себе». Сума ЄСВ «за себе» буде на основі мінімального розміру.

Відповідно до листа Міністерства фінансів від 07.08.2023 р. № 04110-08-2/21527 прогнозний розмір мінімальної заробітної плати: з 01 січня 2025 року складатиме 8 370 грн; з 01 січня 2026 року – 8 956 грн [42].

Мінімальна заробітна плата в 2025 році планується у сумі 8370 грн за місяць. Таким чином, ЄСВ «за себе» у 2025 році буде складати 22096, 8 грн.

Мінімальна заробітна плата в 2026 році планується у сумі 8956 грн за місяць. Таким чином, ЄСВ «за себе» у 2026 році буде складати 23643, 84 грн.

За останні роки реалізації проєкту ЄСВ «за себе» планується у тому же розмірі як і в 2026 році через відсутності даних.

Фінансовий результат від реалізації послуг студії розраховується як різниця між виручкою від реалізації послуг і всіма витратами за роками реалізації проєкту. Таким чином, прибуток від реалізації послуг за перший рік буде складати 1 133 414,20 грн.

Грошовий потік від реалізації послуг розраховується як сума отриманого прибутку і сумою амортизаційних відрахувань. Таким чином, грошовий потік від реалізації послуг за перший рік функціонування студії буде складати 1 136 588,20 грн.

На основі проведених розрахунків грошового потоку, розрахуємо показники ефективності проєкту створення детейлінг студії.

Основними показниками, які визначають доцільність інвестиційного проєкту є: чиста поточна вартість, індекс прибутковості проєкту, рентабельність інвестицій, внутрішня ставка прибутковості та термін окупності.

Розрахунок показників економічної ефективності детейлінг студії представлений в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

## Показники економічної ефективності проєкту

| Показники економічної ефективності        | За роками життєвого циклу проєкту |              |              |              |              |
|-------------------------------------------|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                           | 1-й рік                           | 2-й рік      | 3-й рік      | 4-й рік      | 5-й рік      |
| 1. Стартовий капітал, грн                 | 1127259                           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         |
| 2. Грошовий потік, грн                    | 1 136 588,20                      | 2 434 806,16 | 2 907 374,90 | 3 427 201,79 | 3 999 011,37 |
| 3. Ставка дисконтування, 24%              | 0,24                              | 0,24         | 0,24         | 0,24         | 0,24         |
| 4. Поточна вартість грошового потоку, грн | 916090,0                          | 1582624,0    | 1523462,0    | 1449706,0    | 1363663,0    |
| 6. Чиста поточна вартість за 5 років, грн | < 0                               | -            | -            | -            | 5708289,0    |
| 7. Внутрішня норма прибутковості, %       | -                                 | -            | -            | -            | 65,2         |
| 8. Індекс прибутковості, коефіцієнт       | -                                 | -            | -            | -            | 6,07         |
| 9. Рентабельність інвестицій, %           | -                                 | -            | -            | -            | 5,07         |
| 10. Термін окупності, рік                 | -                                 | -            | -            | -            | 1,26         |

Джерело: сформовано автором.

Проаналізуємо розраховані показники доцільності проєкту створення детелінг студії.

Сума стартового капіталу складає 1127259 грн і розрахована в таблиці 2.9

Сума грошового потоку за роками реалізації проєкту створення детелінг студії розрахована в таблиці 3.2.

Ставка дисконту в сфері детейлінгу складає 24 %.

Чиста поточна вартість (NPV) розраховується за п'ять років, як різниця між приведеним до сьогоднішньої вартості майбутнього грошового потоку за період експлуатації інвестиційного проєкту і сумою початкових інвестицій (інвестиційних витрат) на реалізацію проєкту [41, с.157].

Чиста поточна вартість (NPV) за перший рік є негативною. За п'ять років NPV дорівнює 5708289,0 грн, це свідчить, що проєкт є ефективним, проєкт вартий своїх витрат і приносить додатковий дохід.

Внутрішня норма прибутку є найбільш складним показником оцінки ефективності реальних інвестиційних проєктів. Вона характеризує рівень прибутковості конкретного інвестиційного проєкту, який виражається дисконтною ставкою, за якою майбутня вартість грошового потоку від інвестицій приводиться до сьогоднішньої вартості інвестиційних витрат [41, с.174].

Внутрішню ставку доходу можна охарактеризувати і як дисконтну ставку, при якій чиста сьогоднішня вартість в процесі дисконтування буде приведена до нуля.

Для проєкту створення студії внутрішня норма прибутку складає 65,2 %, вона значно перевищує ставку відсотка за кредитом, це означає, що проєкт є привабливим для інвесторів.

Індекс прибутковості показує відносну прибутковість проєкту або дисконтовану вартість грошових надходжень від проєкту в розрахунку на одиницю вкладень.

Для проєкту створення студії індекс прибутковості складає 6,07, це означає, що проєкт є ефективний і його можна рекомендувати для реалізації. Рентабельність інвестицій за проєктом складає 5,07%.

Термін окупності проєкту створення детейлінг студії складає 1 рік і 4 місяці.

Розраховані показники ефективності проєкту свідчать, що проєкт є доцільним для реалізації.

### 3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

Ризик – невизначена подія або умова, настання якої негативно або позитивно позначається на цілях проєкту, включаючи його зміст, розклад, якість, вартість та ін.

Відомий ризик – ризик, який був ідентифікований та проаналізований. Невідомі ризики вимагають формування управлінських резервів.

Проблема – негативний ризик, що настав.

Оцінка ризиків буває 2 типів: якісна оцінка ризиків, кількісна оцінка ризиків.

Якісна оцінка ризиків передбачає:

- 1) застосування якісних інструментів аналізу;
- 2) розстановку пріоритетів щодо потенційних ризиків;
- 3) спостереження за тенденціями розвитку ризиків;
- 4) швидкість та наочність.

Кількісна оцінка ризиків:

- 1) оцінює ймовірність ризику точними показниками;
- 2) визначає наслідки та вплив на цілі проєкту;
- 3) визначає загальний ризик проєкту;
- 4) дуже ретельна.

До якісної діагностики ризиків можна віднести 4 методи які зображені на рис. 3.1.

З рис. 3.1 слідує, методами якісної діагностики ризиків є такі методи: Метод Дельфі; Діаграма Ішікаві; «5 чому»; Root cause analysis.

Метод Дельфі – це процес прогнозування або прийняття рішень, який використовується для досягнення консенсусу серед експертів шляхом послідовного опитування. Основна ідея полягає в тому, щоб залучити групу експертів з різними знаннями та досвідом і попросити їх зробити прогноз або висловити свої думки щодо конкретного питання чи проблеми [43].

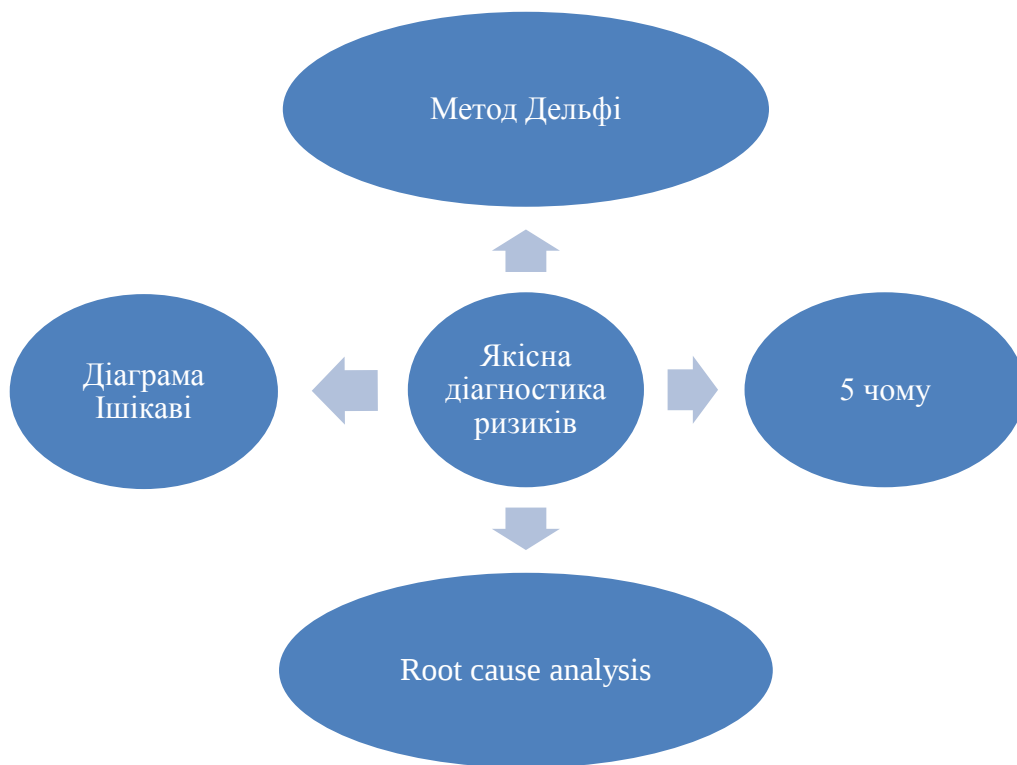


Рис. 3.1. Чотири методи якісної діагностики ризиків.

*Джерело:* складено автором.

Метод Дельфі використовується в ситуаціях, коли немає чіткої або однозначної відповіді на питання і коли необхідно зібрати думки і експертні оцінки великої кількості людей. Він може бути застосований у різних областях, включаючи бізнес, науку, технології, соціальні науки та інші.

Основні етапи методу Дельфі включають [43]:

- 1) формулювання питання або проблеми;
- 2) вибір групи експертів;
- 3) проведення раундів опитування, де експерти надають свої прогнози або думки;
- 4) аналіз та узагальнення результатів;
- 5) повторення опитування або додаткові раунди, якщо необхідно, для досягнення консенсусу або уточнення прогнозів.

Метод Дельфі може бути корисним інструментом для прийняття рішень в умовах невизначеності та складності, а також для виявлення тенденцій і знаходження кращих рішень на основі експертних знань і думок.

Діаграма Ішікава, також відома як діаграма "великої риби" або "діаграма причин і наслідків", є інструментом японського якісного менеджменту, розробленим Каору Ішікава в 1960-х роках. Вона допомагає ідентифікувати та візуалізувати причини певного проблеми або явища. Діаграма Ішікава допомагає команді або групі аналізувати причини, які призводять до певного результату, та виявляти ключові фактори, які слід враховувати для вирішення проблеми [44].

Основною особливістю діаграми Ішікава є її структура, яка нагадує рибину. По горизонталі розташовані "вуса" риби, які представляють різні фактори, що можуть бути причиною проблеми. Зазвичай ці фактори поділяються на п'ять категорій, які називаються "5S" [44].

1. Співробітники (люди): фактори, пов'язані з людьми, які можуть впливати на виникнення проблеми.

2. Системи: фактори, пов'язані з процесами та системами, які можуть спричиняти проблеми.

3. Способи роботи: фактори, пов'язані з методами або процедурами, що можуть призводити до проблеми.

4. Середовище (оточення): фактори, пов'язані з оточуючим середовищем, які можуть впливати на проблему.

5. Матеріали (сировина, обладнання): фактори, пов'язані з матеріалами або обладнанням, які можуть спричиняти проблему.

Кожен з цих факторів може мати підкатегорії та конкретні причини. Аналізуючи ці фактори, команда може виявити ключові причини проблеми та розробити стратегію для її вирішення.

Метод "5 чому" – це техніка аналізу кореневих причин, яка допомагає виявити глибокі причини проблеми шляхом послідовного запитання "чому" не менш як п'ять разів. Цей метод був розроблений Тайічі Оно в рамках японського

виробничого процесу Toyota Production System (TPS) і широко застосовується в якості інструмента для вирішення проблем та уникнення їх повторення [45].

Основна ідея методу полягає в тому, щоб зрозуміти не лише поверхневі або очевидні причини проблеми, але й її глибокі корені. Часто перші відповіді на запитання "чому" вказують лише на симптоми проблеми, тоді як застосовуючи метод "5 чому", можна дійти до її основи.

Аналіз кореневих причин (Root Cause Analysis, RCA) - це систематичний підхід до виявлення та розуміння глибоких причин подій або проблем. Метою RCA є виявлення основних чинників, що лежать в основі проблеми, яка може включати несправності, помилки або неполадки в системах, процесах або продуктах [46].

До основних етапів аналізу кореневих причин зазвичай відносяться наступні [46].

1. Визначення проблеми або події. Перший крок передбачає чітко сформулювати проблему або подію, яка потребує аналізу.

2. Збір даних. На цьому етапі збираються всі доступні дані, пов'язані з подією чи проблемою. Це може включати інформацію про час, місце, учасників, впливи та інші відомості.

3. Аналіз фактів. Зібрані дані аналізуються для виявлення основних чинників, які спричинили подію чи проблему. Цей етап може включати використання різних інструментів, таких як діаграма Парето, діаграма причин і наслідків, аналіз причинно-наслідкових зв'язків тощо.

4. Визначення кореневих причин. На цьому етапі ідентифікуються основні причини, що лежать в основі проблеми. Це можуть бути технічні, організаційні, процесні, людські чи інші чинники.

5. Розробка заходів управління. Після визначення кореневих причин розробляються і реалізуються заходи для управління та виправлення цих причин. Ці заходи можуть включати в себе внесення змін до процесів, навчання персоналу, впровадження нових технологій тощо.

6. Моніторинг та перевірка. Останній етап - це моніторинг і перевірка результатів впроваджених заходів для переконання в їх ефективності та відсутності повторення проблеми.

Root cause analysis (RCA) є важливим інструментом для покращення якості, безпеки та ефективності у різних галузях, включаючи виробництво, медицину, технічне обслуговування, інженерію та інші. Він дозволяє організаціям уникати повторення проблем та покращувати свої процеси на основі здобутого розуміння кореневих причин [46].

До кількісної діагностики ризиків можна віднести чотири методи які зображені на рис. 3.2.

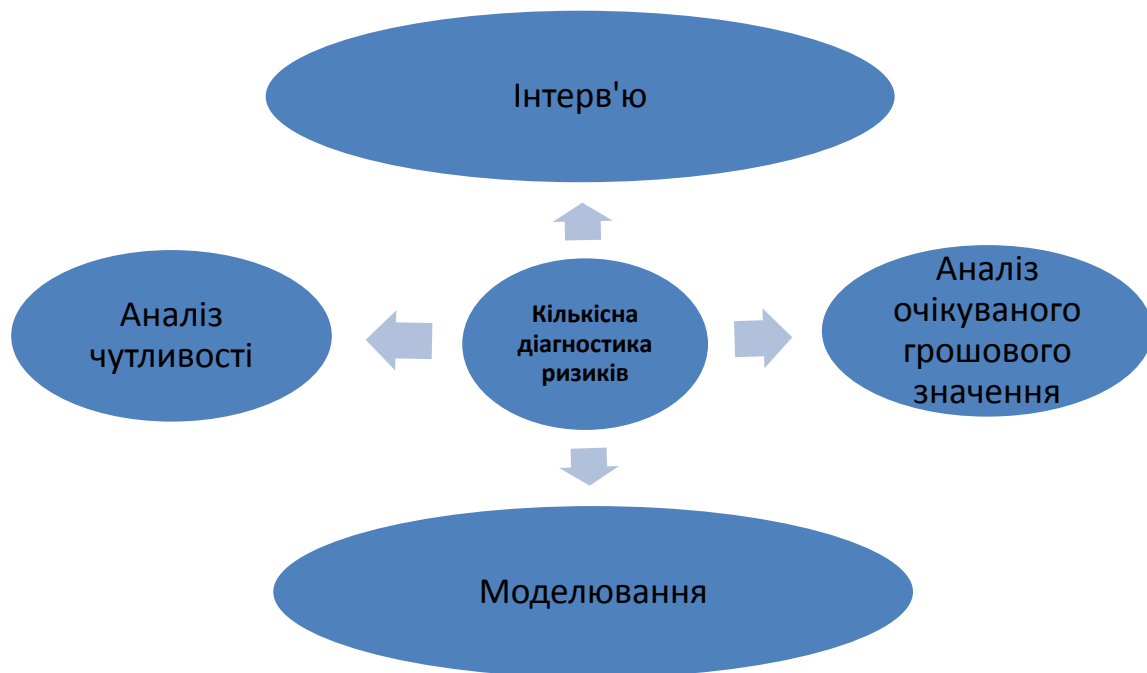


Рис. 3.2. Чотири методи кількісної діагностики ризиків.

*Джерело:* складено автором.

На рис. 3.2 зображено чотири методи кількісної діагностики ризиків: метод аналізу чутливості; метод інтерв'ю; метод моделювання та метод аналізу очікуваного грошового значення.

Метод аналізу чутливості – це інструмент, який використовується для визначення та оцінки впливу змін у вихідних параметрах або вхідних змінних на

результати моделі або системи. Цей метод допомагає виявити, які параметри є найбільш важливими або чутливими до змін, а також визначити, як ці зміни можуть вплинути на кінцевий результат [47].

Основні кроки аналізу чутливості включають наступні етапи.

1. Визначення параметрів. Перш ніж розпочати аналіз, потрібно визначити всі параметри або змінні, які впливають на систему або модель.

2. Встановлення базового сценарію. Це вихідний сценарій, який буде використовуватися як початкова точка для порівняння. У цьому сценарії всі параметри приймають свої базові значення.

3. Зміна параметрів. Параметри змінюються або варіюються один за одним або у комбінаціях, і кожен раз оцінюється вплив цих змін на результат.

4. Оцінка впливу. Після зміни параметрів оцінюється вплив на кінцевий результат або вихідні показники. Це може включати оцінку змін у величині, напрямку та часі досягнення результату.

5. Аналіз результатів. Після проведення аналізу параметрів оцінюється їхнє значення та важливість. Це дозволяє визначити, які параметри мають найбільший вплив на результати і які є найбільш важливими для управління або оптимізації.

Метод аналізу чутливості широко використовується у різних галузях, включаючи науку, інженерію, фінанси, бізнес та інші. Він допомагає виявляти ключові фактори, які впливають на результати, та приймати обґрунтовані рішення на основі аналізу впливу різних варіантів і змін.

Аналіз очікуваного грошового значення (Expected Monetary Value, EMV) - це метод оцінки ризиків у проектному управлінні та прийнятті рішень, який базується на ймовірностях та вартості наслідків різних альтернатив. EMV дозволяє кількісно оцінити потенційний дохід або втрати, пов'язані з альтернативними варіантами дій або ризиками [48].

Основні кроки аналізу EMV включають наступні етапи.

1. Ідентифікація можливих подій або сценаріїв. Спочатку потрібно визначити всі можливі події або сценарії, які можуть вплинути на проект чи прийняття рішення.

2. Оцінка ймовірності кожної події. Для кожної ідентифікованої події визначається ймовірність її виникнення. Це може бути виражено у відсотках або у вигляді ймовірнісних розподілів.

3. Визначення вартості наслідків. Для кожної події визначається вартість або величина наслідків, які вона може мати для проекту чи прийняття рішення.

4. Розрахунок очікуваного грошового значення. Для кожної події розраховується її EMV, яке обчислюється як добуток ймовірності настання події на вартість її наслідків.

5. Прийняття рішення. Після розрахунку EMV для кожного сценарію або альтернативи можна приймати рішення на основі очікуваного грошового значення. Як правило, альтернатива з найбільшим очікуваним грошовим значенням розглядається як найбільш вигідна.

Аналіз очікуваного грошового значення дозволяє управлінцям та проектним менеджерам раціонально оцінити ризики та приймати обґрунтовані рішення, базуючись на їх впливі на доходи чи витрати проекту. Він широко використовується в проектному управлінні, фінансах, бізнес-аналізі та інших галузях.

Реєстр ризиків проекту створення детейлінг студії представлений в Додатку Б

На основі додатку Б, можна зробити висновок, що найбільш небезпечні ризики це: ризик мобілізації працівників, виключення світла, затримки в роботі через поломку обладнання.

На рис 3.3 представлена оцінка ризиків детелінг студії.



Рис. 3.1. Оцінка ризиків детейлінг студії.

*Джерело: сформовано автором.*

Рис. 3.3 дозволяє зробити висновок, що найбільш небезпечні ризики це: ризик мобілізації працівників, виключення світла, затримки в роботі через поломку обладнання.

В додатку В представлена характеристика стейкхолдерів проекту.

Характеристика стейкхолдерів починається з виділення посадових осіб.

На основі додатку В, можна зробити висновок, що найважливішими стейкхолдерами для студії детейлінгу є власник, менеджер, працівники, клієнти та місцева влада, оскільки вони мають найвищий рівень впливу та залучення. Вони також мають значний вплив на ресурси студії, що відображено у загальному балі.

Щоб зменшити негативний вплив від стейкхолдерів, які можуть мати потенційно негативний вплив на підприємство, таких як конкуренти, сусіди або соціальні мережі, важливо враховувати такі події.

1. Встановити комунікацію. Забезпечити відкриті лінії комунікації з цими стейкхолдерами, щоб розуміти їхні потреби та заперечення.

2. Залучення до діалогу. Запропонувати зустрічі та обговорення, щоб виявити можливі проблеми та спільно шукати рішення.

3. Стратегічне планування. Розробити стратегії, які враховують інтереси цих стейкхолдерів, та плани дій на випадок їхнього негативного впливу.

4. Моніторинг та адаптації. Регулярно переглядати вплив стейкхолдерів та адаптувати стратегії відповідно до змін у їхній поведінці або вимогах.

Важливо пам'ятати, що негативний вплив може бути перетворений на позитивний через ефективне управління відносинами зі стейкхолдерами та відкритість до змін.

### Висновки до розділу 3.

1. Розрахунок показників доцільності свідчить, що проєкт створення детейлінг студії є доцільним для реалізації.

Чиста поточна вартість (NPV) за п'ять років дорівнює 5708289,0 грн, це свідчить, що проєкт є ефективним, проєкт вартий своїх витрат і приносить додатковий дохід. Для проєкту створення студії внутрішня норма прибутку складає 65,2 %, вона значно перевищує ставку відсотка за кредитом, це означає, що проєкт є привабливим для інвесторів. Індекс прибутковості складає 6,07, це означає, що проєкт є ефективний і його можна рекомендувати для реалізації. Рентабельність інвестицій за проєктом складає 5,07%. Термін окупності проєкту створення детейлінг студії складає 1 рік і 4 місяці.

2. Проведений аналіз з можливих ризиків свідчить, що найбільш небезпечні ризики це: ризик мобілізації працівників, виключення світла, затримки в роботі через поломку обладнання.

Плануються заходи щодо запобігання ризиків. Основними заходами мінімізації ризиків при створенні і функціонування студії з надання детейлінгових послуг є: придбання генератора для безперебійного функціонування новоствореної студії; регулярне технічне обслуговування обладнання; приймання на роботу працівників які не можуть бути мобілізовані, або повернулися з фронту; оптимізація процесів роботи.

## ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі досліджуються теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування підприємницької діяльності у сфері детейлінгу та зроблено наступні висновки.

1. Актуальність бізнес-ідеї започаткування власної справи у сфері детейлінгу полягає у зростанні попиту на професійні послуги догляду за автомобілями. Сучасні власники авто все більше розуміють важливість регулярного та якісного догляду за своїм транспортним засобом. Розвиток культури автодогляду створює нові можливості для бізнесу в галузі детейлінгу. Крім того, зростаюча конкуренція та вимоги до якості послуг змушують власників бізнесу шукати нові технології та інноваційні підходи. Також важливо враховувати зростання свідомості про екологічні аспекти, що стимулює попит на екологічно чисті методи та продукти у сфері детейлінгу. Такі фактори роблять цю галузь перспективною для розвитку бізнесу.

2. Новостворена студія з надання детейлінгових послуг буде функціонувати за КВЕДом 45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів.

Для організації діяльності у сфері детейлінгу в Україні необхідно дотримуватися певних умов щодо до території, виробничих і допоміжних приміщень, споруд; щодо освітлення і електробезпеки; щодо санітарно-побутових приміщень; щодо зберігання транспортних засобів.

Необхідно отримати всі необхідні дозволи для ведення бізнесу в автомобільній галузі. Це може включати реєстрацію як підприємства та отримання необхідних документів від податкових та регулюючих органів.

Оскільки детейлінг вимагає специфічних знань та навичок, важливо мати професійну підготовку або досвід у цій сфері. Це може включати навчання в спеціалізованих курсах або отримання сертифікатів від відомих організацій.

3. Новостворена студія з надання детейлінгових послуг буде мати статус – фізична особа підприємець. Функціонувати за юридичною адресою: м.Одеса вул. Дальницька 11. Планується, що студія буде функціонувати на спрощеній

системі оподаткування: третя група платників єдиного податку. Ставка єдиного податку 5%, не платник ПДВ.

4. Планується відкриття детейлінг студії «CarXDetail» за юридичною адресою: м. Одеса вул. Дальницька 11.

Приміщення для студії буде братися в оренду загальною площею 100 м<sup>2</sup>.

Новостворювана детейлінг студія «CarXDetail» буде надавати послуги: детейлінг та хімчистка; поліровка; покриття захисним покриттям; обклеювання плівкою і тонування.

5. Проведена оцінка внутрішніх конкурентних переваг студії «CarXDetail» свідчить, що підприємства-конкуренти: Diamond Detailing Studio та Немо Detailing мають найвищі ціни серед конкурентів та найкращу якість. Планується, що CarXDetail буде встановлювати ціни нижчі або такі ж самі, як у інших студій-конкурентів, якість послуг, які планується надавати буде на найвищому рівні. Серед інших переваг «CarXDetail» є високий рівень якості продукції партнерів-постачальників. Високий рівень професіоналізму співробітників новоствореної студії.

6. Сума стартового капіталу на створення студії планується у сумі 1127259 грн. Власний капітал складатиме 100000 гривень, що становить основний капітал для проєкту. Однак, для успішної реалізації необхідно додаткове фінансування. Планується звернутися за отриманням гранту в Євробота у розмірі 250000 грн, який допоможе забезпечити додаткові ресурси. Проте, щоб розширити масштаб проєкту, потрібно взяти у банку ТАСКОМБАНК кредит на суму 800 000 грн.

7. Загальна сума сформованих поточних витрат за місяць функціонування студії планується у сумі 270723,56 грн, а за рік 2606343,72 грн. Найбільшу питому вагу в загальній сумі займають заробітна плата персоналу з ЄСВ 36,05% та матеріальні витрати 23,95%.

8. Розрахунок показників доцільності свідчить, що проєкт створення детейлінг студії є доцільним для реалізації.

Чиста поточна вартість (NPV) за п'ять років дорівнює 5708289,0 грн, це свідчить, що проєкт є ефективним, проєкт вартий своїх витрат і приносить

додатковий дохід. Для проекту створення студії внутрішня норма прибутку складає 65,2 %, вона значно перевищує ставку відсотка за кредитом, це означає, що проект є привабливим для інвесторів. Індекс прибутковості складає 6,07, це означає, що проект є ефективний і його можна рекомендувати для реалізації. Рентабельність інвестицій за проектом складає 5,07%. Термін окупності проекту створення детейлінг студії складає 1 рік і 4 місяці.

9. Проведений аналіз з можливих ризиків свідчить, що найбільш небезпечні ризики це: ризик мобілізації працівників, виключення світла, затримки в роботі через поломку обладнання.

Плануються заходи щодо запобігання ризиків. Основними заходами мінімізації ризиків при створенні і функціонування студії з надання детейлінгових послуг є: придбання генератора для безперебійного функціонування новоствореної студії; регулярне технічне обслуговування обладнання; приймання на роботу працівників які не можуть бути мобілізовані, або повернулися з фронту; оптимізація процесів роботи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Що таке детейлінг? Автомойка Traffic: веб-сайт. URL: <https://traffickiev.com/chto-takoe-detejling/#:~:text=%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%83%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%83,%D0%B8%20%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BC%D1%83%D1%82%D1%81%D1%8F%20%D1%81%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20%D0%BD%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%B9%20%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B9%D0%BA%D0%B8> (дата звернення: 01.02.2024).
2. Авторинок України в першому кварталі 2023 року: Toyota, електрокари, зростання продажів. IT community: веб-сайт. URL: <https://itc.ua/articles/avtorynok-ukrayny-v-pervom-kvartale-2023-goda-toyota-elektrokary-rost-prodazh/> (дата звернення: 01.02.2024).
3. КВЕД-2010: Клас 45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів. KVED.UKRSTAT: веб-сайт. URL: [https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/45/KVED10\\_45\\_20.html](https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/45/KVED10_45_20.html) (дата звернення: 01.02.2024).
4. Платники єдиного податку 3 групи. Головне управління ДПС у Закарпатській області: веб-сайт. URL: <https://zak.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/605383.html> (дата звернення: 01.02.2024).
5. Віск, Сілант або Керамічне покриття – який засіб краще? Сайт міста Полтави: веб-сайт. URL: <https://www.0532.ua/list/381015> (дата звернення: 02.02.2024).
6. Найперший автомобіль у світі: фото та історія. AUTO24: веб-сайт. URL: [https://auto.24tv.ua/ru/camyj\\_pervyj\\_avtomobil\\_v\\_mire\\_foto\\_istoriya\\_n21033](https://auto.24tv.ua/ru/camyj_pervyj_avtomobil_v_mire_foto_istoriya_n21033) (дата звернення: 02.02.2024).

7. MEGUIAR'S – 120 років досвіду полірування! MEGUIAR'S: веб-сайт. URL: <https://meguiars.com.ua/o-nas> (дата звернення: 02.02.2024).
8. Menzerna's history. Detailing Wiki: веб-сайт. URL: <https://www.detailingwiki.org/manufacturers/menzerna/> (дата звернення: 02.02.2024).
9. Що таке детейлінг? Історія. Publish Україна: веб-сайт. URL: <https://publish.com.ua/transport/shcho-take-detejling.html> (дата звернення: 02.02.2024).
10. Блиск та Захист з Turtle Wax: Історія, Асортимент та Переваги. Tandemshop: веб-сайт. URL: <https://tandemshop.com.ua/ua/a490454-blesk-zaschita-turtle.html> (дата звернення: 05.02.2024)
11. DuPont de Nemours, Inc. Wikipedia: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/DuPont> (дата звернення: 05.02.2024).
12. Iconcar, дітейлінг Київ - ТОП 20. Топ 20 довідка та відгуки: веб-сайт. URL: <https://top20.ua/kyiv/avto-moto/avtomoyki/iconcar-kompleks.html> (дата звернення: 05.02.2024).
13. Про затвердження Правил охорони праці на автомобільному транспорті : Постанова Міністерства надзвичайних ситуацій в Україні від 09.07.2012 р. № 964. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1299-12#Text> (дата звернення: 05.02.2024).
14. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.03.2003 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2003, № 31-32, ст. 263. (дата звернення: 05.02.2024).
15. Основи бізнесу: навч. посіб/за ред. Н.В. Сментини. Харків: «Діса плюс», 2021. 424 с.
16. Документи банку. Ліцензії. Корисні матеріали. ТАСКОМБАНК: веб-сайт. URL: <https://tascombank.ua/docs/#5ab9ee2e2b6801fbd34c08c4> (дата звернення: 09.02.2024).

17. Які платники єдиного податку можуть бути платниками ПДВ? Головне управління ДПС у м. Києві. веб-сайт. URL: <https://kyiv.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/603991.html#:~:text=%D0%92%D1%96%D0%B4%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D1%94%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F,%D0%9F%D0%94%D0%92%20%D0%B4%D0%BE%20%D1%81%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%83%20%D1%94%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%83> (дата звернення: 09.02.2024).

18. Податковий Кодекс України від 2.12.2010 р. № 2755-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення: 09.02.2024).

19. Войтович І. Ф. Оцінка та управління бізнес-проектами. К.: КНЕУ, 2005. 320 с.

20. Осадча Н. М. Організаційно-економічні засади розвитку підприємства у сучасних умовах. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2015. № 4 (221). С. 154-157.

21. Детейлінг-Студія Stek Odesa – тонування, захист і оновлення вашого авто. Stek Odesa: веб-сайт. URL: [https://stek.odessa.ua/?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjw57exBhAsEiwAaIxaZom7Jv4Jk2Q5jSwwcKJ287HtS2U01diohbxQaJnMxzPHEOteuIguOhoC21sQAvD\\_BwE](https://stek.odessa.ua/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw57exBhAsEiwAaIxaZom7Jv4Jk2Q5jSwwcKJ287HtS2U01diohbxQaJnMxzPHEOteuIguOhoC21sQAvD_BwE) (дата звернення: 10.03.2024).

22. Автомобільні плівки, детейлінг. Aves Auto: веб-сайт. URL: <https://avesauto.ua/> (дата звернення: 10.03.2024).

23. Carsky детейлінг студія – оновлення, відновлення і захист вашого автомобіля. Carsky : веб-сайт. URL: <https://carsky.odessa.ua/> (дата звернення: 10.03.2024).

24. Mr. Cap. The car appearance. Restyling experts. Mr. Cap.: веб-сайт. URL: <http://www.mrcap.com.ua/> (дата звернення: 10.03.2024).
25. Car Detail Lab майстер детейлінгу. Car Detail Lab: Веб-сайт. URL: <https://cardetaillab.ua/> (дата звернення: 10.03.2024).
26. Ваша машина сятиме незалежно від пробігу. DIAMOND DETAILING STUDIO: веб-сайт. URL: <https://www.diamond-detailing.com.ua/> (дата звернення: 10.03.2024).
27. ДЕТЕЙЛІНГ-ОДЕСА Лабораторія LIMARD пропонує безліч послуг з детейлінгу в Одесі. LIMARD: веб-сайт. URL: <https://www.limard.com/20738-2/> (дата звернення: 10.03.2024).
28. Автомийка в NEMO. CAR WASH & DETAILING NEMO: веб-сайт. URL: <https://odessa.nemohotels.com/poslugi/car-wash-detailing-nemo-3/> (дата звернення: 11.03.2024).
29. Дергалюк Б.В., Парфенюк М.В. Формування системи управління фінансовою політикою на підприємстві в контексті її адаптації до змін навколишнього середовища. *Ефективна економіка*. 2017 № 12. С.156-166. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5951> (дата звернення: 11.03.2024).
30. Стало відомо, скільки автомобілів нараховується в Україні на 1000 осіб: хто є лідерами. ТСН: веб-сайт. URL: <https://tsn.ua/auto/news/ukrayina/stalo-vidomo-skilki-avtomobiliv-nalichuyetsya-v-ukrayini-na-1000-osib-hto-ye-liderami-1749733.html> (дата звернення: 11.03.2024).
31. Що таке SWOT-аналіз? Дія Бізнес: веб-сайт. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz> (дата звернення: 15.03.2024).
32. Що таке PESTLE-аналіз і навіщо він маркетологу? Laba: веб-сайт. URL: <https://laba.ua/blog/1618-hto-takoe-pestle-analiz-i-zachem-on-marketologu> (дата звернення: 15.03.2024).
33. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб./ за заг. ред. д.е.н. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с.

34. Будівельна компанія NewStroy ремонтно-будівельна компанія. NewStroy: веб-сайт. URL: <https://newstroy.com.ua/uk/> (дата звернення: 20.03.2024).
35. Автомийка під ключ: обладнання, проектування та будівництво. Aquageotech: веб-сайт. URL: <https://www.aquageotech.com.ua/>. (дата звернення: 20.03.2024).
36. Автохімія та автокосметика Koch-Chemie. Koch-Chemie: веб-сайт. URL: <https://koch-chemie.com.ua/> (дата звернення: 20.03.2024).
37. Епіцентр Національна мережа торговельних центрів. Епіцентр: веб-сайт. URL: <https://epicentrk.ua/> (дата звернення: 20.03.2024).
38. Експерти у сфері інтернет-маркетингу. Bogat.Digital: веб-сайт. URL: [https://bogat.digital/ru/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=bd-%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82digitalagency1.04.24-%D1%80%D1%83&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwuJ2xBhA3EiwAMVjkVHTQ5DVd51pB1\\_sw5mHUT8gvTS8F5j\\_msjizGJRGBWPhbLHiJOicRoC2OQQA\\_vD\\_BwE](https://bogat.digital/ru/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=bd-%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82digitalagency1.04.24-%D1%80%D1%83&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwuJ2xBhA3EiwAMVjkVHTQ5DVd51pB1_sw5mHUT8gvTS8F5j_msjizGJRGBWPhbLHiJOicRoC2OQQA_vD_BwE). (дата звернення: 20.03.2024).
39. Урядова програма безповоротних грантів для створення та розвитку власного бізнесу. Єробота: веб-сайт. URL: <https://erobota.diia.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2024).
40. Доступні кредити 5-7-9%. ТАСКОМБАНК: веб-сайт. URL: [https://tascombank.ua/smb/credits/dostupni\\_kredyty\\_5-7-9](https://tascombank.ua/smb/credits/dostupni_kredyty_5-7-9) (дата звернення: 20.03.2024).
41. Проектний аналіз: навчальний посібник /за ред. проф. Карпова В.А. К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.
42. Про підготовку бюджетних запитів на 2024–2026 роки: Лист Міністерства фінансів України від 07.08.2023 р. №04110-08-2/21527. URL: <https://www.zarplata.co.ua/?p=11907> (дата звернення 30.03.2024).
43. Метод Дельфі як метод кількісної оцінки думки експертів. Його переваги та недоліки. Студентська бібліотека: веб-сайт. URL: <https://studies.in.ua/soc-ekzam/3314-metod-delf-yak-metod-klksnoyi-ocnki-dumki-ekspertv-yogo-perevagi-nedolki.html> . (дата звернення 30.03.2024).

44. Приклад діаграми Ісікаві. AhaSlides: веб-сайт. URL: <https://ahaslides.com/uk/blog/ishikawa-diagram-example/> (дата звернення 30.03.2024).

45. Метод "5 Чому" (5 Why). Bpigroup: веб-сайт. URL: <https://bpigroup.com.ua/uk/blog/virishennya-problem-metod-5-chomu-5w1h-i-diagrama-isikavi/> (дата звернення 30.03.2024).

46. Аналіз кореневих причин (Root Cause Analysis). Maxym Zosym: веб-сайт. URL: <https://www.maxzosim.com/root-cause-analysis/#:~:text=%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%85%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B8%D0%BD%20%2D%20%D1%86%D0%B5%20%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B5,%D0%BD%D0%B0%20%D1%83%D1%81%D1%83%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%96%20%D0%BB%D0%B8%D1%88%D0%B5%20%D1%97%D1%97%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%BA%D1%96%D0%B2.> (дата звернення 30.03.2024).

47. Метод аналізу чутливості. MegaLib.com.ua: веб-сайт. URL: [http://megalib.com.ua/content/209\\_63Metod\\_analzy\\_chytlivosti.html](http://megalib.com.ua/content/209_63Metod_analzy_chytlivosti.html) (дата звернення 30.03.2024).

48. Аналіз очікуваної грошової вартості (Expected Monetary Value (EMV)). Pmb: веб-сайт. URL: <https://pmb.com.ua/uk/slovar-terminov/analiz-ozhidaemoj-denezhnoj-stoimosti-expected-monetary-value-emv-analysis/> (дата звернення 30.03.2024).

# ДОДАТКИ

## Додаток А

## Загальна сума матеріальних витрат на функціонування студії

| Стаття матеріальних витрат                                                      | Кількість, одиниць | Ціна, грн | Використання в місяць, одиниць | Загальна сума, за місяць, грн | Загальна сума, за рік, грн |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| 1                                                                               | 2                  | 3         | 4                              | 5                             | 6                          |
| Матеріальні витрати на придбання автошампуней                                   |                    |           |                                |                               |                            |
| Active Foam шампунь піна для миття авто з ароматом сандалу 21 кг                | 1                  | 4730      | 0,3                            | 1419                          | 17028,00                   |
| PreWash B шампунь для безконтактного миття, видалення комах 33 кг               | 1                  | 8730      | 0,2                            | 1746,00                       | 20952,00                   |
| Acid Shampoo A кислотний шампунь для керамічних лаків та покриттів 22 кг        | 1                  | 8100      | 0,2                            | 1620,00                       | 19440,00                   |
| ProtectorWax консервуючий віск преміум-класу 10 л                               | 1                  | 7970      | 0,4                            | 3188,00                       | 38256,00                   |
| Orange Power очищувач і засіб для виведення плям від клею, масел, комах, бітуму | 1                  | 1540      | 0,7                            | 1078,00                       | 12936,00                   |
| Mehrzweckreiniger універсальний очисник 11 кг                                   | 1                  | 2950      | 0,3                            | 885,00                        | 10620,00                   |
| Всього витрат на автошампуні                                                    | 6                  | 34020     | -                              | 9936                          | 119232                     |
| Матеріальні витрати на придбання миючих засоби для інтер'єру                    |                    |           |                                |                               |                            |
| NanoMagicPlastCare відновлення кольору зовнішнього пластику, гуми               | 2                  | 995       | 1,5                            | 1492,50                       | 17910                      |
| Motorplast консервант двигуна 0.5 л                                             | 1                  | 615       | 1                              | 615                           | 7380                       |
| Magic Wheel Cleaner Очищувач для всіх видів дисків                              | 1                  | 980       | 1                              | 980                           | 11760                      |

## Додаток А (продовження)

| 1                                                                                            | 2  | 3       | 4   | 5       | 6     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------|-----|---------|-------|
| Pol Star очищення тканин, алькантари, ніжної чи зношеної шкіри, консервація текстилю 1 л     | 1  | 430     | 0,6 | 258     | 3096  |
| Всього витрат на придбання миючих засоби для інтер'єру                                       | 6  | 3020    | -   | 3345,50 | 40146 |
| Матеріальні витрати на засоби догляду за салоном                                             |    |         |     |         |       |
| RefreshCockpitCare молочко для догляду за пластиком                                          | 1  | 820     | 1   | 820     | 9840  |
| Leather Star догляд за шкірою, шкіряним салоном, шкіряними виробами                          | 1  | 765     | 1   | 765     | 9180  |
| SpeedGlassCleaner засіб для очищення скла                                                    | 1  | 625     | 1   | 625     | 7500  |
| Fresh Up засіб для усунення неприємних запахів                                               | 1  | 785     | 0,5 | 392,50  | 4710  |
| Fleckenwasser засіб для виведення плям універсальний для текстилю, шкіри, пластику, лаку 1 л | 1  | 570     | 1   | 570     | 6840  |
| Всього витрати на засоби догляду салону                                                      | 10 | 6585,00 | -   | 6518    | 78216 |
| Матеріальні витрати на засоби полірування                                                    |    |         |     |         |       |
| Полірувальна паста HeavyCut H9.02 1 л                                                        | 1  | 2100    | 0,4 | 840     | 10080 |
| Fine Cut Pad напівтвердий полірувальний круг 45 мм                                           | 2  | 215     | 2   | 430     | 5160  |
| Heavy Cut Pad твердий полірувальний круг 45 мм                                               | 2  | 250     | 2   | 500     | 6000  |
| Polish & Sealing Pad м'який полірувальний круг 45 мм                                         | 2  | 230     | 2   | 460     | 5520  |

## Додаток А (продовження)

|                                                                              |    |        |     |          |        |
|------------------------------------------------------------------------------|----|--------|-----|----------|--------|
| LAMMFELL-PAD<br>хутряний<br>полірувальний круг<br>80 мм                      | 2  | 375    | 2   | 750      | 9000   |
| CRAFT TAPE 110° C<br>високотемпературна<br>автоматична стрічка<br>19мм x 50м | 1  | 75     | 1   | 75       | 900    |
| Всього витрат на<br>засоби полірування                                       | 10 | 3245   | -   | 3055     | 36660  |
| Матеріальні витрати на закупівлю плівки                                      |    |        |     |          |        |
| Тонерувальна плівка                                                          | 1  | 9500   | 1   | 9500     | 114000 |
| Антигравійна плівка                                                          | 1  | 65000  | 0,5 | 32500    | 390000 |
| Вінілова плівка                                                              | -  | -      | -   | -        | -      |
| Всього витрат на<br>закупівлю плівки                                         | 2  | 74500  | -   | 42000    | 504000 |
| Всього матеріальних<br>витрат                                                | 34 | 121370 | -   | 64854,50 | 778254 |

*Джерело: сформовано автором*

## Додаток Б

## Реєстр ризиків проєкту детейлинг студії

| Номер ризику | Опис                                          | Оцінка ймовірності | Оцінка впливу | Інтегральна оцінка | Стратегія   | Дії                                                            |
|--------------|-----------------------------------------------|--------------------|---------------|--------------------|-------------|----------------------------------------------------------------|
| 1            | 2                                             | 3                  | 4             | 5                  | 6           | 7                                                              |
| 1            | Виключення світла                             | 7                  | 5             | 35                 | Прийняття   | Придбання генератора                                           |
| 2            | Відключення води                              | 3                  | 7             | 21                 | Прийняття   | Придбання баків для води                                       |
| 3            | Відтік забезпеченого населення за кордон      | 4                  | 7             | 24                 | Зниження    | Зниження цін                                                   |
| 4            | Пошкодження автомобіля працівниками           | 2                  | 6             | 12                 | Зниження    | Якісне навчання працівників                                    |
| 5            | Влучення ракети або шахеда                    | 1                  | 9             | 9                  | Зниження    | Вибирати розташування детейлінгу у безпечних місцях            |
| 6            | Негативні відгуки                             | 2                  | 5             | 10                 | Зниження    | Якісне навчання працівників                                    |
| 7            | Ризик мобілізації працівників                 | 6                  | 7             | 42                 | Ухилення    | Приймати на роботу працівників які не можуть бути мобілізовані |
| 8            | Логістичні ризики                             | 2                  | 5             | 10                 | Прийняття   | Мати декілька поставників                                      |
| 9            | Нестача часу для обслуговування всіх клієнтів | 5                  | 2             | 10                 | Збільшення  | Розширення або найм нових працівників                          |
| 10           | Перевищення витрат на матеріали               | 4                  | 5             | 20                 | Мінімізація | Контроль закупівель                                            |

## Додаток Б (продовження)

| 1  | 2                                               | 3 | 4 | 5  | 6            | 7                                             |
|----|-------------------------------------------------|---|---|----|--------------|-----------------------------------------------|
| 11 | Затримки в роботі через поломку обладнання      | 5 | 6 | 30 | Мінімізація  | Регулярне технічне обслуговування обладнання  |
| 12 | Пошкодження лакофарбового покриття              | 3 | 7 | 21 | Мінімізація  | Використання якісних матеріалів та обладнання |
| 14 | Порушення термінів надання послуг               | 5 | 5 | 25 | Мінімізація  | Оптимізація процесів роботи                   |
| 15 | Несанкціонований доступ до автомобілів клієнтів | 2 | 9 | 18 | Попередження | Встановлення системи безпеки                  |

*Джерело:* складено автором.

## Додаток В

## Характеристика стейкхолдерів проекту

| № | Ім'я стейкхолдера     | Внутрішній/зовнішній | Рівень       | Рівень (бал) | Вплив на проект (бал) | Загальна оцінка | Що йому потрібно чи які є заперечення?     | Що від нього потрібно?                                             | Ризик                                                                |
|---|-----------------------|----------------------|--------------|--------------|-----------------------|-----------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2                     | 3                    | 4            | 5            | 6                     | 7               | 8                                          | 9                                                                  | 10                                                                   |
| 1 | Власник підприємства  | внутрішній           | лідуючий     | 5            | 5                     | 10              | прибуток, стабільність, розвиток бізнесу   | стратегічне керівництво, інвестиції                                | відсутність стратегічного керівництва, можливі фінансові проблеми    |
| 2 | Директор підприємства | внутрішній           | лідуючий     | 5            | 5                     | 10              | ефективне управління, виконання цілей      | управління діяльністю підприємства, прийняття рішень               | відсутність ефективного управління, невиконання цілей                |
| 3 | Менеджер              | внутрішній           | підтримуючий | 4            | 4                     | 8               | чіткі цілі, ресурси для виконання проєктів | управління проєктами, координація роботи команди                   | неуспішне виконання проєктів, відсутність координації роботи команди |
| 4 | Працівники            | внутрішній           | нейтральний  | 3            | 4                     | 7               | стабільна зарплата, безпечні умови праці   | висока продуктивність, якість роботи                               | зниження продуктивності, погіршення якості роботи                    |
| 5 | Бухгалтер             | внутрішній           | підтримуючий | 4            | 4                     | 8               | чітка інформація про фінансові операції    | точність у веденні бухгалтерії своєчасні звіти                     | помилки в бухгалтерії проблеми з фінансовою звітністю                |
| 6 | Менеджер з персоналу  | внутрішній           | підтримуючий | 4            | 4                     | 8               | чіткі критерії для найму і звільнення      | ефективне управління персоналом, підбір кваліфікованих працівників | проблеми з наймом і звільненням, низька мораль персоналу             |

## Додаток В (продовження)

| 1  | 2                        | 3         | 4                | 5 | 6 | 7  | 8                                  | 9                                                           | 10                                                                  |
|----|--------------------------|-----------|------------------|---|---|----|------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 7  | Місцева влада            | зовнішній | непроінформовані | 5 | 5 | 10 | Дотримання законодавства           | видача ліцензій                                             | проблеми з законодавством через відсутність регулювання             |
| 8  | Постачальники обладнання | зовнішній | непроінформовані | 4 | 5 | 9  | своєчасна оплата, стабільний попит | якісне обладнання для мийки авто, гарантійне обслуговування | проблеми з поставками, погіршення якості обладнання                 |
| 9  | Рекламні агентства       | зовнішній | нейтральний      | 3 | 3 | 6  | оплата за послуги, чіткі вимоги    | ефективні рекламні кампанії, приваблення нових клієнтів     | неуспішні рекламні кампанії, проблеми з привабленням нових клієнтів |
| 10 | Партнери                 | зовнішній | підтримуючий     | 4 | 4 | 8  | взаємовигідна співпраця, довіра    | співпраця, взаємна підтримка                                | відсутність співпраці, втрата взаємної підтримки                    |
| 11 | Клієнти                  | зовнішній | лідуючі          | 5 | 5 | 10 | якісні послуги, доступні ціни      | покупка послуг, позитивні відгуки                           | зниження продажів, втрата репутації                                 |

Джерело: розроблено автором.