

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Н.В. Сментина

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**  
на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності «Економіка підприємства»

на тему:

**«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ  
СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО АВТОСАЛОНУ "TRADE-IN"»**

**Виконавець**

студент ФЕУП, 45 група

Денисюк Максим Олександрович

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник**

к.е.н., доц. Клевцевич Н.А.

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ</b>	
1.1 Теоретичні основи роздрібноЇ торгівлі.....	6
1.2 Характеристика бізнес – ідеї відкриття автосалону.....	10
1.3 Правові основи організації та здійснення підприємницької діяльності в сфері торгівлі автомобілями.....	15
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ АВТОСАЛОНУ «TRADE-IN»</b>	
2.1 Аналіз ринку легкових автомобілів.....	25
2.2 Оцінка конкурентних переваг та бізнес-концепції нової торгівельної площадки.....	34
2.3 Аналіз інвестиційних та операційних витрат автосалону «Trade-in».....	43
<b>РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ</b>	
3.1 Прогнозування прибутку від комерційної діяльності автосалону «Trade-in».....	50
3.2 Розрахунок критеріїв ефективності проекту.....	57
3.3 Ризики в сфері торгівлі автомобілями та шляхи їхньої мінімізації.....	64
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>71</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>74</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Можливості для підприємництва є його енергетичним джерелом. Більш того виявлення та реалізацію можливостей можна вважати головним важелем підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Одна з найхарактерніших рис цивілізованого підприємництва полягає в тому, що кожний підприємець, котрий реалізує власні задуми, водночас здійснює господарську діяльність в інтересах суспільства. Щоб отримати більший прибуток і бути конкурентоспроможним, він повинен постійно дбати про науково-технічний прогрес, підвищувати якість товарів як виробничого призначення, так і особистого споживання і здешевлювати їх.

В умовах глобалізації світового економічного простору зростають й вимоги до підвищення наукового рівня управління бізнес – структурами на основі перегляду принципів, методів, підходів до організації роботи на усіх рівнях. Це визначається високою мінливістю сучасного середовища та складає необхідність управління бізнесом з точки зору передбачення та оцінки майбутніх його можливих станів.

Обираючи сферу діяльності майбутній підприємець повинен заздалегідь проаналізувати потреби ринку у певних видах товарів і послуг, доцільність залучення коштів ззовні, визначитись з партнерами у постачанні сировини, комплектуючих виробів тощо, з торговельними організаціями та ін. При цьому бізнес-процеси ніколи не зупиняються, отже кожен підприємець постійно знаходиться у пошуку нових ринкових сегментів та сфер діяльності.

Сфера торгівлі є однією із найбільш значущих складових економіки і відноситься до числа найбільш динамічних та рентабельних, привабливих як довгострокова інвестиція та іміджевий інструмент його власника. Але в той

же час даний сегмент ринку досить жорстко регулюється органами державної влади та є середовищем з високим рівнем конкурентної боротьби. Тому у всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг.

За останні роки сфера торгівлі відчула на собі результати економічних криз. Але, не зважаючи на усі економічні негаразди, торгівля має стійку тенденцію до зростання.

**Мета випускної роботи** - теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері торгівлі.

**Завданнями випускної роботи є:**

- охарактеризувати галузі роздрібної торгівлі товарами та тенденції її розвитку;
- охарактеризувати організаційно-правову форму та системи оподаткування майбутнього бізнесу;
- проаналізувати ринок автомобілів;
- обґрунтувати інвестиційний план відкриття автосалону;
- визначити конкурентні переваги роботи автосалону за схемою «трейд-ін»;
- спрогнозувати прибуток від реалізації;
- розрахувати показники ефективності проекту;
- проаналізувати основні ризики та шляхи їхньої мінімізації.

**Предмет дослідження** – бізнес-проекування започаткування власної справи у сфері торгівлі.

**Об'єкт дослідження** – процес обґрунтування доцільності створення автосалону в м. Одеса.

**Методи дослідження.** Як методи дослідження були використані загальні методи наукового дослідження, порівняльний аналіз – у процесі дослідження авторинку, графічні методи – для наочного відображення показників, маркетингові: SWOT-аналіз, матричний, спостереження, опитування. Розрахунки за проектом відкриття автосалону проводились з використанням програмного продукту «Проджект Експерт».

**Інформаційна база дослідження.** У якості інформаційної бази дослідження застосовувались матеріали кон'юнктурних досліджень аналітичних компаній, офіційні статистичні матеріали, законодавчі та нормативні документи, наукова література, періодичні видання та Інтернет-джерела.

## ВИСНОВКИ

В результаті розгляду теоретичних та практичних питань щодо створення бізнесу в торгівельній сфері у випускній роботі зроблено наступні висновки.

1. Завершальною фазою товарного обігу, під час якої здійснюється передання товару кінцевому споживачеві для задоволення його потреб в обмін на гроші, є роздрібна торгівля. Під роздрібною торгівлею розуміють підприємницьку діяльність з продажу товарів та послуг на підставі усного або письмового договору купівлі-продажу безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їхнього особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків. Підгрунття роздрібною торгівлі становить торговельна діяльність.

2. Одним з найбільш прибуткових напрямів роздрібною торгівлі є продаж автомобілів, у тому числі за схемою «трейд-ін». «Трейд-ін» — це обмін автомобіля, що перебував в експлуатації, на новий або інший автомобіль з пробігом. Основними клієнтами автосалону «трейд-ін» стануть представники середнього класу. Кращим варіантом для територіального розташування будь-якого автосалону є окрема будівля біля траси з панорамними вікнами на проїжджу частину. Не є винятком й салон «трейд-ін». Його планується розташувати на вул. Отамана Головатого 115, де є наявності відповідне приміщення.

3. Реалізація бізнес-ідеї потребує створення ТОВ «АТО» (Auto Trade Odessa). Засновниками нового підприємства виступатимуть 2 фізичні особи, які особисто будуть приймати участь у бізнес-процесах. У контексті КВЕД діяльність з продажу автомобілів за схемою «трейд-ін» відноситься до розділу 45 «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт». Для здійснення підприємницької діяльності планується обрати загальну систему оподаткування.

4. У 2017 році в Україні було продано близько 80 тис. нових авто, що на 23% більше ніж у 2016 р. і на 73% - ніж у 2015 р. Не можна не відзначити й тенденцію значного зростання автомобільного імпорту вживаних іномарок. Йдеться як про ті, що ввозяться за пільговими акцизами, так і про ті, які знаходяться на тимчасовій іноземній реєстрації (найчастіше польській та литовській).

5. На ринку автомобілів особливо сильно конкуренція відчувається на рубежі зміни модельного року, коли кожен постачальник прагне зробити свою пропозицію максимально привабливим для покупця за рахунок знижок, подарунків тощо. Окремим джерелом конкурентних переваг стає й впровадження інновацій, зокрема торгівля за схемою «trade-in». Означену послугу для своїх клієнтів в Одесі вже надають декілька автомобільних дилерів.

6. Для відкриття автосалону «трейд-ін» потрібні сумарні початкові інвестиції у розмірі 114,5 тис. грн. Джерелами інвестицій виступають власні кошти автора бізнес – ідеї та залучені кошти сторонніх інвесторів. Постійні витрати складатимуть 63 тис. грн. на місяць, а основна частка у їхній структурі належить витратам на оплату праці та оренді.

7. Обсяг доходів автосалону «Trade-in» залежить насамперед від обсягів збуту та розміру комісійної винагороди від дилерів при продажу нових авто, а також частки у прибутку партнерського салону вживаних авто «АвтоХаус» в межах послуги – «Площадка комісійних автомобілів».

8. Згідно плану за 1-й рік роботи автосалон «Trade-in» отримає дохід у розмірі 54,5 тис дол. або 1417 тис. грн. за курсом НБУ. Дані балансу кеш-флоу доводять той факт, що в 2019 році проект стає прибутковим, а на 01.07.2021 року баланс готівки складе понад 536 тис. грн.

9. Згідно інтегральних критеріїв проект також є ефективним. Зокрема, дисконтований термін окупності проекту складає 19 місяців. Чистий

приведений дохід – понад 297 тис. грн., індекс прибутковості – 2,14. Внутрішня норма прибутковості у 117 % свідчить про певний запас міцності проекту.

10. Впродовж життєвого циклу проекту поріг рентабельності циклічно змінюється. Якщо в першому повноцінному році функціонування він складає 4 комісійні винагороди та 3 участі у прибутках – тобто 7 угод, то на кінець реалізації проекту цей показник дещо зменшується. Є й певні специфічні ризики ведення комерційної діяльності пов'язані зі схемою «трейд-ін». Зокрема, прийом автомобіля з пробігом пов'язаний із ризиком придбати автомобіль, який потрапляв у ДТП або юридично «брудний».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

2. Андрейченко А.В. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник/ Горбаченко С.А., Кучеренко В.Р., Андрейченко А.В., Карпов В.А., Грінченко Р.В. - О: ОНЕУ, 2014.- 345 с.
3. Аналіз автомобільного ринку України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
4. Афанасьєв М.В. Проектний аналіз: конспект лекцій / М.В. Афанасьєв, І.Я. Іпполітова ; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2014. — 260 с.
5. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навчальний посібник / [Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Білий М.М., Мозіль О.І.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2015. – 160с.
6. Бек Ш. Авто настрой / Шавкат Бек // Бизнес. – 2012. – №5. – С.136. – 138
7. Балджи М.Д. Управління економічними ризиками в інноваційній діяльності підприємств / М.Д. Балджи // Науковий вісник ОНЕУ: зб. наук. пр. – Одеса, 2013. – Вип. 18 (197). – С.5-14.
8. Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми: Метод. і орг. аспекти упр. / Укр. акад. зовніш. торгівлі. — К.: [Логос], 2015. — 145с.
9. Велигорский В.Ф. High живе. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.business.ua/articles/ /automarket/3929/print/>
10. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт: основы ориентированного на рынок управления компанией / П. Винкельманн. – М. : Издательский дом Гребенникова, 2006. – 469 с.
11. В Україні на 50% зросли продажі нових автомобілів [Електронний ресурс].  
Режим доступу:

- <http://korrespondent.net/business/financial/3691435-v-ukrayne-na-50-vyroslyprodazhy-novykh-avtomobylei>
12. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проєктів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапринт, 2013.- 241с.
  13. Грабар І.Г. Система технологій і основи бізнес-планування: Навч. посіб. для студ. вищ. техн. навч. закл. / І.Г. Грабар, В.Є. Титаренко; Житомир. інж.-технол. ін-т. — Житомир, 2012. — 128 с.
  14. Гросул В. А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_gum/Vzhdtu\\_econ/2010\\_3\\_1/54.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_1/54.pdf)
  15. Добрава Н.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства / Н. В. Добрава // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матер. четвертої міжнарод. конф. 2015 р. - Одеса: Атлант, 2015. - С.29-30.
  16. Добровидова М. А. Эффективные технологии повышения лояльности потребителей / М. А. Добровидова // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2003. — № 3. — С. 48–53.
  17. Закон України про автомобільний засіб [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>
  18. Іванова Л.О. Показники ринкової кон'юнктури / Л.О. Іванова. — Л.: Вид-во Львів. комерц. акад., 2004. — С.190-194.
  19. Кабмін прийняв концепцію розвитку легкового автомобілебудування до 2020 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://news.infocar.ua/kabmin\\_prinyal\\_konsepciyu\\_razvitiya\\_legkovogo\\_avtomobilestroeniya\\_do\\_2020\\_goda\\_87179.html](http://news.infocar.ua/kabmin_prinyal_konsepciyu_razvitiya_legkovogo_avtomobilestroeniya_do_2020_goda_87179.html)
  20. Касьянов Я. Економіка «титанів» на товарних ринках України / Я. Касьянов // Маркетинг в Україні. — 2017. — № 4. — С. 28–33.

- 21.Ковпак Е.О. Прогнозування обсягів продажу нових автомобілів в Україні / Е.О. Ковпак // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 2(18). – С. 82-88.
22. Кратт О.А. Вибір методів діагностики кон'юнктури / О.А. Кратт // Економіка пром-сті. — 2013. — N 2. — С. 31-37. 16.
- 23.Лагутін, В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія / В. Д. Лагутін. – К. : КНТЕУ, 2016. – 327 с.
- 24.Лошенко І. Р. Маркетингове управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства / І. Р. Лошенко // Економічні науки. — Луцьк, 2017. — Вип. 4 (14) : Серія : Економіка та менеджмент. — С. 194-203.
- 25.Маркітан О.С. Управління проектами в підприємницьких структурах: навчальний посібник / Кучеренко В.Р., Маркітан О.С., Горбаченко С.А., Левинський С.В.- О: Астропринт, 2013.- 268с.
- 26.Омельченко А.В. Визначення основних напрямків розвитку автомобільного транспорту на довгострокову перспективу / А.В. Омельченко // Вісник національного транспортного університету. – 2014 №17, Ч. 1. – С. 71- 73.
- 27.Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 28.Підсумки авторинку України за 2015 рік: різке скорочення продажів і звичний лідер [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.segodnya.ua/economics/avto/itogi-avtorynka-ukrainy-za-2015-godrezkoe-sokrashchenie-prodazh-i-privychnyy-lider-680501.html>
- 29.Прохницька Г.Л. Основні кон'юктуроутворюючі фактори вітчизняного ринку легкових автомобілів / Г.Л. Прохницька // Актуал. пробл. економіки. — 2015. — № 9. — С. 98-108.

30. Сайт автоклуб «Autoua» [Електронний ресурс]. Режим доступу:  
[http://law.autoua.net/documents/car\\_registration/212.html](http://law.autoua.net/documents/car_registration/212.html)
31. Сайт автоцентр «УкрАВТО» [Електронний ресурс]. Режим доступу:  
<http://kartek.ukravto.ua/news/2742>
32. Сайт інтернет-енциклопедія «Вікіпедія» [Електронний ресурс].  
Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%8A%D1%8E%D0%BD%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0>
- 34.
33. Сайт інформативна-аналітична група «AutoConsulting» [Електронний ресурс].  
Режим доступу: <http://autoconsultant.com.ua/ukrainnews/view/1024/>
34. Сайт український автомобільний портал «Kermo» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://kermo.org/klasy-avtomobiliv/>
35. Сайт федерація роботодавців автомобільної галузі «FRA» [Електронний ресурс]. Режим доступу:  
<http://fra.org.ua/ru/pc/priesstsientr/ofitsial-nyie-soobshchieniia/vidbulasia-pries-konfierentsiia-na-tiemuproblemi-avtorinku-ukrayini-pidsumki-roku-i-proghnoz-na-2017>
36. Скибінський С. В. Сегментування ринку в інвестиційних проектах / Скибінський С.В., Скибінський О.С. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2015. — 135 с.
37. Сокол С. Українська класифікація легкових автомобілів / С. Сокол, Г. Ханенко // Маркетинг в Україні. – 2012. – №1. – С.33–37.
38. Сплеск імпорту автотранспорту у вересні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=37318>
39. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : монографія / [Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець,

- Г. Л. Піратовський та ін.] ; за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 334 с.
40. У 2017 році авторинок чекає зростання: чи стануть автомобілі дешевше [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://odnako.su/news/finance/-557881-v-2017-godu-avtorynok-zhdet-roststanut-li-avtomobili-deshevle/> 49.
41. У вересні на авторинку зафіксований рекорд продажів нових автомобілів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=37202>
42. У листопаді в Україні рекордно зросли продажі нових автомобілів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=37662>
43. Український авторинок в березні виріс на 98% [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=35768>
44. Український авторинок почав 2016 рік з росту на 19% [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=35288>
45. Чикусова М. Аналіз автомобільного ринку України / М. Чикусова // Маркетинг в Україні. – 2012. – №1. – С. 38–45.
46. Шемет А.Д. Стандартизація як метод регулювання якості товарів: її використання для інноваційних форм торгівлі / А.Д. Шемет // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво . — 2011. — Вип. 1. — С. 172-176.
47. Шемет А.Д. Передумови виникнення та розвитку нових форм торгівлі / А.Д. Шемет // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво . — 2010. — Вип. 2. — С. 228-232.
48. Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного функціонування споживчого ринку [Електронний ресурс].

– Режим доступу:

[www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/En\\_oif/2012\\_9\\_3/64.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/En_oif/2012_9_3/64.pdf)

- 49.Шинкаренко О.М. Оцінка ризиків інвестиційних проектів / О.М. Шинкаренко // Пробл. науки . — 2016. — № 9. — С. 7-12.
- 50.Шумаєва О.О. Використання моделювання ситуацій для оцінки ризику та ефективності інвестиційних вкладень / О.О. Шумаєва, В.А. Світлична, Т.О. Малярчик // Наук. пр. Донец. нац. техн. ун-ту. Сер. Обчисл. техніка та автоматизація . — 2013. — Вип. 21. — С. 143-148.
- 51.Юринець О.В. Тенденції та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі України у післякризовий період / О.В. Юринець, О.Я. Марущак // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. – № 754. – С. 99-105.