

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Факультет аграрного менеджменту

ПОГОДЖЕНО

**В. о. декана факультету аграрного
менеджменту**

_____ **Анатолій ОСТАПЧУК**
(підпис) (ПІБ)

« _____ » _____ 2025 р.

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО
ЗАХИСТУ**

**Завідувач кафедри виробничого
та інвестиційного менеджменту**

_____ **Тетяна ВЛАСЕНКО**
(підпис) (ПІБ)

« _____ » _____ 2025 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему **«ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЕКТ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ З ОРЕНДИ
ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ»**

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними
проектами

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

_____ **Лідія ШИНКАРУК**
(підпис) (ПІБ)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

к.держ.упр., доцент

_____ **Анна ДЕРГАЧ**
(підпис) (ПІБ)

Виконав

_____ **Станіслав АЛЬОШИН**
(підпис) (ПІБ студента)

КИЇВ – 2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту**

к.е.н., доцент _____ Тетяна ВЛАСЕНКО
(підпис)

« _____ » _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я

**ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
ЗДОБУВАЧУ**

Альошину Станіславу Сергійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»
(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними
проектами»
(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна
(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Інвестиційний проект розвитку
компанії з оренди транспортних засобів»
затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 жовтня 2024 р. №1944
«С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру «05» грудня 2025 р.
(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-
правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела;
вітчизняні та іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Сучасний стан розвитку ринку оренди транспортних засобів.
2. Розробка бізнес-плану проекту розвитку компанії з оренди транспортних засобів.
3. Надання пропозицій з реалізації проекту.

Дата видачі завдання «21» листопада 2024 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____ Анна ДЕРГАЧ
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання _____ Станіслав АЛЬОШИН
(підпис) (прізвище та ініціали студента)

РЕФЕРАТ

Магістерська кваліфікаційна робота на тему «Інвестиційний проект розвитку компанії з оренди транспортних засобів» має складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 67 сторінки, вона містить 14 таблиць, 17 рисунків, список використаної літератури налічує 23 джерела.

В першому розділі магістерської кваліфікаційної роботи розглядаються теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку оренди транспортних засобів, аналізується сучасний стан вітчизняного та світового ринків оренди транспортних засобів та досліджується соціальна складова бізнесу.

Другий розділ роботи присвячено розробці бізнес-плану інвестиційного проекту розвитку компанії з оренди транспортних засобів «AutoRent UA»: розроблено резюме проекту, надано загальну характеристику проекту, визначено цільову аудиторію, маркетингову стратегію, а також розроблено організаційно-виробничий та фінансовий план проекту.

У третьому розділі проведено оцінку економічної ефективності та ризиків проекту.

У висновках наведено результати дослідження та обґрунтовано доцільність впровадження проекту компанії з оренди транспортних засобів «AutoRent UA».

Ключові слова: каршерінг, конкурентний профіль, концепція проекту, маркетингова стратегія, проектування, прибутковість.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРЕНДИ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ.....	10
1.1. Аналіз сучасного стану ринку оренди транспортних засобів в Україні.....	10
1.2. Тенденції розвитку світового ринку оренди транспортних засобів.....	17
1.3. Соціальна складова бізнесу з оренди транспортних засобів.....	23
РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ З ОРЕНДИ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ.....	27
2.1. Резюме проєкту	27
2.2. Загальна характеристика послуг проєкту: інноваційні рішення для розвитку ринку.....	28
2.3. Визначення цільової аудиторії та особливості ринку.....	29
2.4. Маркетинговий план: аналіз конкурентів та стратегія просування.....	32
2.5. Організаційно-виробничий план: планування ресурсів та обладнання.....	39
2.6. Фінансовий план: витрати, джерела фінансування та прибуток.....	46
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ	55
3.1. Оцінка економічної ефективності проєкту та стратегія реалізації.....	55
3.2. Оцінка ризиків та шляхи їх мінімізації.....	57
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65

ВСТУП

Розвиток компаній, що спеціалізуються на оренді транспортних засобів, а це може бути каршеринг, прокат автомобілів, лізинг тощо, є одним із найбільш динамічних та перспективних напрямків у глобальній економіці. В умовах посилення урбанізації, зростання вартості володіння власним автомобілем та необхідності забезпечення сталої мобільності, послуги оренди набувають статусу не просто додаткової опції, а структурної частини транспортної системи сучасного міста.

В Україні, в умовах післявоєнного відновлення та адаптації бізнесу до нових реалій, зростає потреба у гнучких, швидких та економічно вигідних транспортних рішеннях. Компанії та приватні особи дедалі частіше віддають перевагу оренді, мінімізуючи капітальні витрати на купівлю та утримання автопарку. Інвестиційний проєкт у цій сфері дозволяє не лише задовольнити зростаючий попит, а й сформувати сучасний, енергоефективний автопарк, сприяючи оновленню загальної транспортної інфраструктури.

Актуальність теми дослідження також обумовлена інвестиційною привабливістю галузі. Сфера прокату автомобілів демонструє високі темпи зростання в сегментах короткострокової (каршеринг) та довгострокової оренди (операційний лізинг). З погляду інвестора, такі проєкти характеризуються можливістю отримання стабільного грошового потоку, а також збереженням значної залишкової вартості активів (транспортних засобів). Таким чином, розробка детального та обґрунтованого інвестиційного проєкту є важливою для залучення необхідного фінансування та забезпечення високої дохідності капіталу.

Розвиток послуг оренди, особливо каршерингу та прокату електромобілів, безпосередньо корелює з концепцією сталого розвитку. Збільшення кількості транспортних засобів спільного користування зменшує загальну потребу міста у паркувальних місцях, знижує затори та сприяє зменшенню викидів CO₂ за рахунок оптимізації маршрутів і використання

сучасних моделей. Інвестиційний проєкт має враховувати ці аспекти, інтегруючи екологічно чистий транспорт у свою бізнес-модель.

Успішний розвиток компанії з оренди вимагає не лише закупівлі активів, але й впровадження високотехнологічних рішень, таких як цифровізація, телематика, мобільні додатки тощо, ефективного управління ризиками (страхування, технічне обслуговування) та розробки гнучкої маркетингової стратегії. Дослідження, сфокусоване на інвестиційному плануванні, дозволяє систематизувати ці складні управлінські завдання, забезпечуючи життєздатність та масштабованість проєкту.

Таким чином, розробка інвестиційного проєкту розвитку компанії з оренди транспортних засобів є своєчасною та практично значущою для економічного зростання, підвищення якості міської мобільності та ефективного використання інвестиційного капіталу в динамічному ринковому середовищі.

Питання, пов'язані з розробкою бізнес-проєктів, оцінкою їхньої інвестиційної привабливості та механізмами залучення капіталу для стимулювання соціально-економічного розвитку суспільства, ґрунтовно вивчалися та були висвітлені у працях таких науковців, як Т. Власенко, А. Дергач, М. Деліні, Т. Майорова, П. Самуельсон, Л. Шинкарук.

Метою кваліфікаційної магістерської роботи є розкриття основних елементів розроблення проєкту розвитку компанії з оренди транспортних засобів та бізнес-плану його реалізації.

Для реалізації поставленої мети було окреслено такі завдання:

- дослідити теоретичні та практичні аспекти розвитку компанії з оренди транспортних засобів;
- оцінити соціальну складову бізнесу з оренди транспортних засобів;
- розробити організаційно-виробничий план проєкту;
- дослідити конкурентне середовище проєкту;
- розробити фінансовий план проєкту;

– оцінити доцільність впровадження проєкту.

Об'єктом дослідження є процес розробки проєкту розвитку компанії «AutoRent UA».

Предметом дослідження є організація розвитку компанії з оренди транспортних засобів.

Методи дослідження. В процесі дослідження використовувались методи дослідження, що допомогли розробити проєкт розвитку компанії з оренди транспортних засобів.. У роботі були використані наступні методи: порівняння, узагальнення, систематизації, що допомогло здійснити аналіз внутрішнього та зовнішнього ринків, моделювання – для розробки моделі проєкту, аналізу та аналітичний метод – для розробки сценаріїв розвитку проєкту.

Практичне значення одержаних результатів, отримані під час дослідження, полягає у формуванні рекомендацій щодо ведення бізнесу з оренди транспортних засобів.

Інформаційна база дослідження. В основу роботи покладено комплекс інформаційних матеріалів, який охоплює: чинні законодавчі та регуляторні акти України; офіційну статистичну інформацію від Державної служби статистики України та звітність неурядових організацій; аналітичні огляди профільних структур, зокрема міжнародного рівня; науково-теоретичні доробки вітчизняних та іноземних фахівців; а також актуальні публікації та дані з відкритих інтернет-джерел.

Апробація результатів дослідження. Результати проведеного дослідження були представлені на засіданнях наукового гуртка кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту «Менеджмент і сьогодення». За матеріалами магістерської кваліфікаційної роботи опубліковано тези: «Особливості розвитку ринку транспортних послуг в Україні» у матеріалах VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору, досвід і співпраця з ЄС» та «Інвестиційні

можливості компаній з оренди транспортних засобів» у матеріалах ІХ Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти, аспірантів і молодих вчених «Роль молоді у розвитку АПК України».

Структурно магістерська кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох основних розділів та висновків. Повний обсяг дослідження становить 66 сторінок. Робота містить 14 таблиць та 17 рисунків, які ілюструють ключові положення. Перелік використаних джерел нараховує 23 позицій.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРЕНДИ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

1.1. Аналіз сучасного стану ринку оренди транспортних засобів в Україні

Ринок оренди транспортних засобів складається із різних сегментів, проте найбільш дослідженим є саме ринок оренди автомобілів, який ми розглянемо трохи згодом. За даними компанії UC.Market, ми можемо проаналізувати трохи саме ринок оренди транспортних засобів.

Згідно інформації даного ресурсу, за запитом «оренда транспортних засобів» він надав інформацію за підприємствами України за наступними КВЕДами: 77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів, 77.12 Надання в оренду вантажних автомобілів, 77.21 Прокат товарів для спорту та відпочинку, 77.22 Прокат відеозаписів і дисків, 77.29 Прокат інших побутових виробів і предметів особистого вжитку, 77.31 Надання в оренду сільськогосподарських машин і устаткування, 77.32 Надання в оренду будівельних машин і устаткування, 77.33 Надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютери, 77.34 Надання в оренду водних транспортних засобів, 77.35 Надання в оренду повітряних транспортних засобів, 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів н.в.і.у., 77.40 Лізинг інтелектуальної власності та подібних продуктів, крім творів, захищених авторськими правами.

Як бачимо, перелік КВЕДів достатньо великий й не всі з них стосуються саме ринку оренди транспортних засобів. Проте, мова йдеться про оренду. Зазначається, що всього 18255 діючих підприємств, які функціонують за даними КВЕДами, з яких 6655 компаній (різних організаційно-правових) та 11600 ФОП. Найбільше компаній за КВЕДом 77.39 Оренда інших машин – 5167. Також поширені компанії за КВЕДом 77.11 Надання в оренду автомобілів – 4278. Варто відзначити, що третю сходинку за кількістю

компаній посідає КВЕД 77.12 Надання в оренду вантажних автомобілів – 2232, а за ним йде 77.32 Оренда будівельних машин. КВЕД 77.33 Оренда офісних машин представлений 979 компаніями, 77.31 Оренда сільськогосподарських машин – 649 компаніями. Й найменш чисельними є 148 компаній за КВЕДом Оренда водних транспортних засобів та 43 компанії 77.35 Оренда повітряних транспортних засобів [9].

У таблиці 1.1 наведемо ТОП-10 компаній ринку оренди транспортних засобів за виручкою у 2024 р.

Таблиця 1.1.

ТОП-10 компаній з оренди транспортних засобів за виручкою, 2024 р.

№ з/п	Суб'єкт господарської діяльності	Основний КВЕД	Виручка, грн
1	ТОВ «Ейвенс Україна»	77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів	1519673000
2	Підприємство з іноземними інвестиціями «ВП-РЕНТ»	77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів	1433483000
3	ТОВ «Українська зернова логістика»	77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів. н.в.і.у	1261035000
4	ТОВ «Західна дистрибуційна мережа»	77.12 Надання в оренду вантажних автомобілів	1036949000
5	ТОВ «БГС РЕЙЛ»	77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів. н.в.і.у	885198000
6	ТОВ «Мостобудівельна механізація»	77.32 Надання в оренду будівельних машин і устаткування	828660000
7	ТОВ «Інвестиційна вагонна компанія»	77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів. н.в.і.у	556055000
8	ТОВ «Дорожні машини»	77.32 Надання в оренду будівельних машин і устаткування	431352000

9	ТОВ «Укррос-транс»	49.41	Вантажний автомобільний транспорт	346556000
10	ТОВ «ІТ-Техноресурс»	77.33	Надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютери	308868000

Джерело: сформовано автором на основі [9]

Як бачимо, виручка цих компаній є достатньо високою, що свідчить про дохідність ведення даного бізнесу.

За даними Statista, в 2025 р. ринок оренди автомобілів в Україні зросте до 62,55 млн дол. США. У 2030 р. ця цифра сягне 92,94 млн дол. США, а кількість користувачів послуги буде дорівнювати 1,20 млн осіб до 2030 р. [11].

Серед основних гравців ринку оренди автомобілів можемо виділити наступні компанії, які представлені на рис. 1.1.

Rental. ua

- 300+ авто всіх класів
- ціна від 950 грн
- охоплення 9 міст

ukr-prokat.com

- 300+ авто економ- та компакт-класу
- ціна від 900 грн
- охоплення 16 міст

narscars.com.ua

- 400+ авто, включно з преміум
- ціна від 900 грн
- охоплення 7 міст

bls.ua

- 150+ авто бізнес-класу
- ціна від 1100 грн
- охоплення Київ, Одеса

7cars.com.ua

- 200+ авто середнього класу
- ціна від 800 грн
- охоплення Київ, Львів, Одеса

car-rent.ua

- 100+ авто економ- та середньогокласу
- ціна від 750 грн
- охоплення Київ, Львів, Одеса

Рис. 1.1. Основні гравці ринку оренди автомобілів в Україні

Джерело: сформовано на основі [11]

Як бачимо, компанії мають свої як відмінності, так й спільні риси. Деякі з них розташовані в багатьох містах України, а деякі сконцентровані в 2-3 великих обласних столицях.

Варто відзначити, що значну частину ринку автомобілів складає саме каршерінг, який можна визначити як інноваційну модель надання послуг короткострокової (похвилинної, погодинної) оренди автомобілів, яка забезпечує користувачам можливість оперативного доступу до транспортного засобу без необхідності його придбання та утримання.

Це термін може бути від 1 години до декількох днів. Автомобілі під каршерінг можна знайти біля себе в мобільних додатках або веб-платформах. Найбільш відомі в Україні оператори каршерінгу Getmancar та Mobilecar. Їхня відмінність полягає в тому, що Getmancar володіє великим парком автомобілів та асортиментом тарифів, а Mobilecar володіє лише електромобілями.

На відміну від традиційного прокату автомобілів, каршерінг орієнтований на короткі поїздки в межах міста або визначеної зони та інтегрує у вартість послуги всі супутні витрати, такі як паливо або зарядка, страхування, технічне обслуговування та паркування.

Головними моментами, що відрізняють каршерінг від класичної оренди є тривалість оренди, яка може складати від кількох хвилин до кількох годин, повна автоматизація всіх етапів процесу оренди через мобільний додаток та локалізація, яка транспортні засоби розміщені у вільному доступі в межах робочої зони сервісу.

Виділяють дві основні моделі функціонування каршерінгових систем, що визначають логістику та інвестиційні потреби: стаціонарний та вільний каршерінг. В першому випадку модель передбачає, що користувач бере автомобіль на одній визначеній паркувальній станції, зазвичай поблизу метро, вокзалів чи бізнес-центрів і має повернути його на ту саму станцію. В другому – модель є більш сучасною та гнучкою. Користувач може знайти доступний

автомобіль у будь-якій точці в межах визначеної робочої зони міста і залишити його у будь-якій дозволений точці цієї ж зони.

Обидві моделі мають як переваги, так і недоліки. Якщо при стаціонарному каршерінгу висока прогнозованість розташування автопарку, нижчі операційні витрати на переміщення автомобілів та чіткий контроль за паркуванням, проте існує обмеження свободи пересування для користувача, неможливість залишити авто біля кінцевої точки маршруту, то при вільному каршерінгу існує максимальна зручність для користувача, висока інтеграція в міську транспортну систему при високих витратах на диспетчеризацію та переміщення автопарку, а також складність контролю за дотриманням правил паркування.

Процес надання послуги каршерінгу є повністю цифровим та складається з таких послідовних етапів як реєстрація та верифікація, при якій користувачу послуг необхідно мати мобільний додаток, пошук та бронювання з відображенням доступних автомобілів, їхній рівень палива та місце розташування, початок оренди та доступ до автомобіля, сама експлуатація транспортного засобу та завершення оренди і повний розрахунок. Таким чином, каршерінг є складною інвестиційно-технологічною системою, успіх якої залежить від ефективності IT-інфраструктури та якості автопарку.

Каршерінг набирає значних обертів в силу наступних причин, які зображено на рис. 1.2.

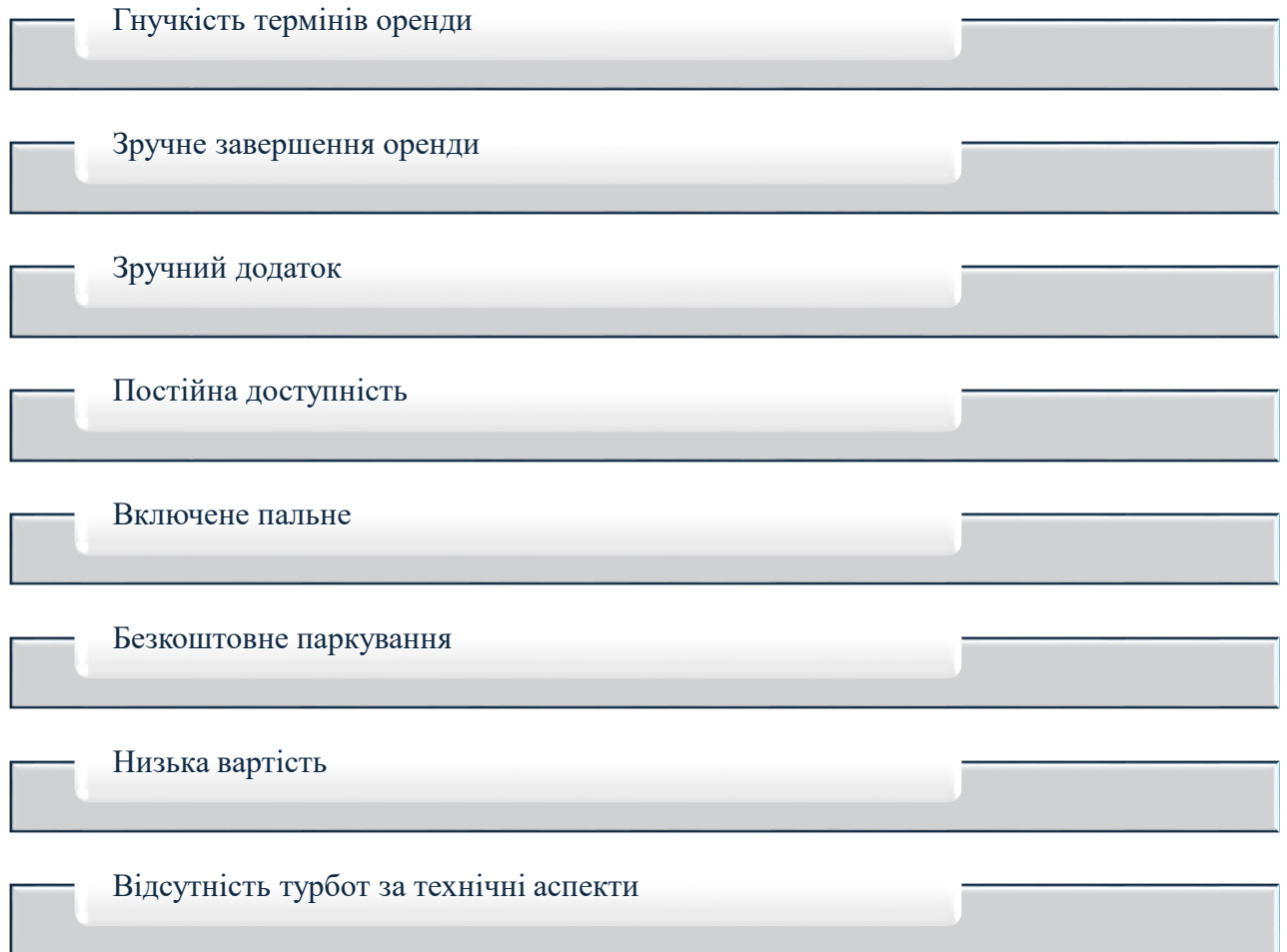


Рис. 1.2. Переваги каршерінгу

Джерело: сформовано автором на основі [12]

Також можна виділити інші моделі оренди автомобіля, які унаочнимо на рис. 1.3.

Оренда під таксопарк	<ul style="list-style-type: none"> • Співпраця між власниками автомобілів і таксопарками задля використання останніми в обмін на комісію чи орендну плату.
Оренда з водієм	<ul style="list-style-type: none"> • Оренда автомобіля разом з водієм, який може бути найманим співробітником компанії оренди автомобілів.
Оренда на довгий термін	<ul style="list-style-type: none"> • Це оренда на тривалий період, зазвичай від кількох місяців до кількох років.
Оренда спільним власникам	<ul style="list-style-type: none"> • Кілька осіб об'єднуються для спільної оренди автомобіля.
Оренда для спеціальних заходів	<ul style="list-style-type: none"> • Оренда автомобіля під певні заходи або випадки, наприклад, весілля, випускні, переїзд в інше місто тощо.

Рис. 1.3. Моделі оренди автомобілів

Джерело: сформовано автором на основі [12]

Як бачимо, на ринку оренди автомобілів є різні моделі даної послуги, які залежать від потреб та можливостей клієнтів. В цілому, проведений аналіз відобразив, що ринок розвивається, складається з достатньо великої кількості компаній, які здають транспортні засоби різних видів в оренду, але переважно представлений орендою автомобілів. Нами проаналізовано та зауважено, що однією з найбільш вагомих часток ринку автомобілів є ринок крашерінгу, який поряд із іншими моделями оренди відіграє значну роль в розвитку ринку оренди транспортних засобів.

1.2. Тенденції розвитку світового ринку оренди транспортних засобів

Світовий ринок оренди транспорту у 2024 році оцінюється в 74,7 мільярда доларів США, що відображає міцну основу для майбутнього розширення. Очікується, що з 2025 по 2035 рік ринок зростатиме щорічно на 4,05 відсотка. До 2035 року оцінка ринку, як очікується, досягне 115,5 мільярда доларів США, що свідчить про значний потенціал зростання.

Ринок оренди автомобілів наразі зростає дуже швидкими темпами. Це зростання здебільшого пояснюється потребою в гнучкому транспорті. Зміщення в бік міських районів та схильність до послуг мобільності також є важливими факторами цього зростання. Крім того, зростаюча стурбованість питанням сталого розвитку спонукає клієнтів до оренди, а не володіння автомобілем. Це пояснюється тим, що оренда є більш сприятливою для навколишнього середовища. Розвиток технологій також був дуже корисним. Це дуже важливо, особливо з впровадженням мобільних додатків, які спрощують процеси бронювання та управління.

Те саме стосується збільшення ділових поїздок та розширення туризму в кількох регіонах, оскільки це продовжує підвищувати попит на послуги оренди.

Нові можливості на ринку оренди автомобілів включають співпрацю з сервісами спільного використання автомобілів та додавання електричних та гібридних автомобілів до автопарків. Через зростання екологічних проблем впровадження зелених технологій привабить більше клієнтів, які шукають екологічно чисті варіанти. Розширення в регіони, що розвиваються, де кількість володіння транспортними засобами все ще низька, також пропонує значні перспективи. Наслідки пандемії змінили поведінку споживачів, з набагато більшим акцентом на гнучкість та безпеку варіантів подорожей, які сервіси оренди можуть легко забезпечити.

Нові тенденції показують перехід до специфічної оренди, зокрема фургонів та автомобілів класу люкс, для задоволення потреб різних сегментів ринку.

Люди люблять послуги передплати, оскільки вони дозволяють користувачам отримувати повну персоналізовану увагу без фінансового тягаря володіння транспортним засобом. Ще однією тенденцією, що розвивається, є впровадження безконтактних технологій у процес оренди, що підвищує зручність та безпеку для клієнтів. Ці інновації створюють та підтримують зрушення в традиційній галузі оренди автомобілів, зосереджуючись на тому, чого хочуть споживачі, та на використанні технологій.

Зростання впровадження технологій завдяки підвищеному попиту на зручні транспортні рішення є основним рушійним фактором ринку [23].

На рис. 1.4 наведемо обсяг ринку оренди автомобілів млрд. дол. США з прогнозом до 2035 р.

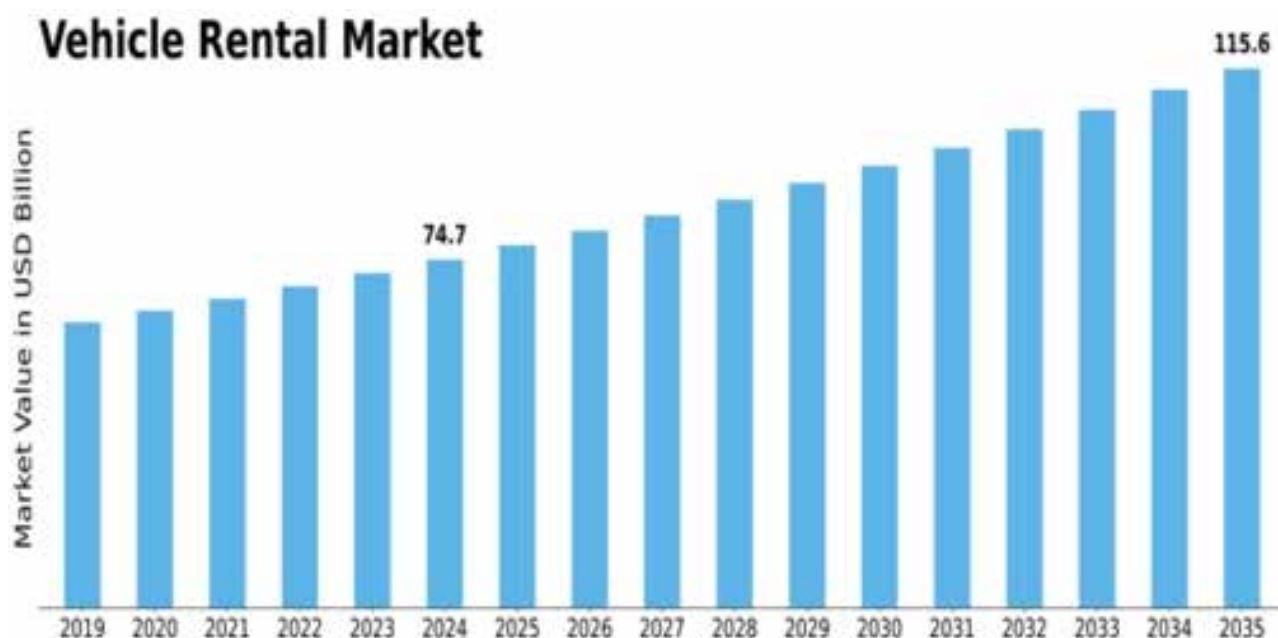


Рис. 1.4. Обсяг ринку оренди автомобілів, млрд. дол. США

Джерело: [23]

Світовий ринок прокату автомобілів продовжував зростати у 2024 році та, за прогнозами, збереже темпи зростання до 2029 року. Прогнозується, що вартість світового ринку зросте на 20% протягом 2024-2029 років і досягне 108 мільярдів доларів США в останньому році. Зростання ринку туризму та високий попит у країнах, що розвиваються, та розвинених країнах підтримуватимуть зростання.

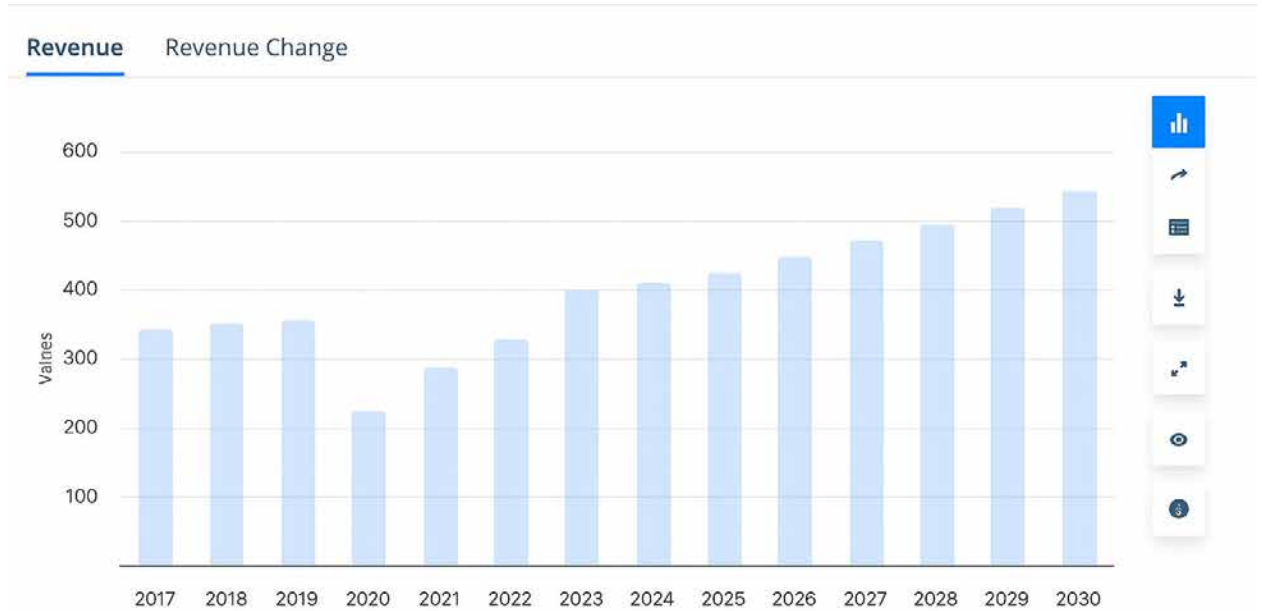
США залишаються найбільшим у світі ринком прокату автомобілів і, за прогнозами, збережуть свої позиції до 2029 року, коли, як очікується, вони захоплять 40% світового ринку прокату автомобілів. Сильний туристичний сектор, розвинена мережа прокату автомобілів та зростання доходів споживачів будуть стимулювати зростання. Однак короткострокова економічна невизначеність може затьмарити перспективи.

Прогнозується, що Латинська Америка стане одним з найдинамічніших регіонів для прокату автомобілів, завдяки зростаючому туристичному сектору та покращенню макроекономічних умов. Прогнозується, що такі ринки, як Бразилія, Колумбія та Мексика, нададуть найбільші можливості для зростання компаній з прокату автомобілів протягом наступних п'яти років.

Очікується, що оренда автомобілів для відпочинку становитиме 55% світової ринкової вартості оренди автомобілів у 2025 році. Оренда автомобілів для відпочинку має більший потенціал зростання в майбутньому, особливо на ринках, що розвиваються, та в найпопулярніших туристичних центрах. Це особливо помітно на ринках, що розвиваються, таких як Бразилія, Малайзія, Індія чи В'єтнам.

Світова галузь прокату автомобілів залишається концентрованою, причому 5 провідних компаній генерують 65% загального доходу станом на 2024 рік. Однак концентрація значно варіюється в різних країнах. Більшість країн, що розвиваються, все ще мають низький рівень концентрації, що свідчить про великий невикористаний ринковий потенціал та можливості для нових учасників ринку прокату автомобілів [22].

На рисунку 1.5 унаочнимо прогноз розвитку світової галузі прокату автомобілів за обсягом доходів за іншим статистичним джерелом.



Notes: Data was converted from local currencies using average exchange rates of the respective year.

Most recent update: черв. 2025 р.

Source: Statista Market Insights

Рис.1.5. Розвиток світової галузі оренди автомобілів за доходом та прогноз до 2030 р.

Джерело: [19]

Прогнозується, що дохід на світовому ринку прокату автомобілів досягне 106,37 млрд доларів США до 2025 року.

Крім того, очікується щорічний темп зростання на 5,00% між 2025 і 2030 роками, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 135,75 млрд доларів США до 2030 року. Також очікується, що до 2030 року кількість користувачів на цьому ринку досягне 776,96 млн користувачів.

Крім того, прогнозується, що до 2030 року 75% загального доходу, отриманого на ринку прокату автомобілів, буде отримано через онлайн-продажі.

Варто зазначити, що у світовому порівнянні очікується, що Сполучені Штати генеруватимуть найбільший дохід на цьому ринку, з прогнозованим доходом у розмірі 33 млрд доларів США у 2025 році.

У Сполучених Штатах компанії з прокату автомобілів адаптуються до зростання послуг спільного користування автомобілями, пропонуючи більш гнучкі варіанти оренди та програми лояльності.

Ринок прокату автомобілів за останні роки значно зростає. Уподобання клієнтів щодо зручних та гнучких варіантів транспорту зумовили попит на оренду автомобілів. Крім того, зростання популярності автомобільних подорожей сприяло розширенню ринку.

Уподобання клієнтів: Клієнти все частіше шукають зручні та гнучкі варіанти транспорту. Прокат автомобілів надає можливість подорожувати у власному темпі та досліджувати різні місця призначення. Це особливо приваблює мандрівників, які віддають перевагу контролю над своїми маршрутами та насолоджуються свободою самостійних подорожей. Крім того, прокат автомобілів пропонує зручність транспортування від дверей до дверей, позбавляючи необхідності покладатися на розклади громадського транспорту чи послуги спільного використання автомобілів.

Тенденції на ринку: Однією з помітних тенденцій на ринку прокату автомобілів є зростання популярності платформ онлайн-бронювання. Клієнти можуть легко порівнювати ціни, варіанти автомобілів та умови оренди від різних постачальників, що полегшує пошук найкращої пропозиції. Онлайн-платформи також пропонують зручність бронювання та управління бронюванням з будь-якого місця, що робить процес ефективнішим як для клієнтів, так і для компаній з прокату. Ще однією тенденцією на ринку є зростаюча популярність електричних та гібридних автомобілів. Оскільки сталий розвиток стає дедалі важливішим питанням, клієнти шукають екологічно чисті варіанти транспорту. Компанії з прокату автомобілів реагують на цей попит, розширюючи свої автопарки, включаючи електричні

та гібридні автомобілі. Очікується, що ця тенденція продовжиться, оскільки все більше країн і міст впроваджують політику щодо скорочення викидів вуглецю та сприяння сталому транспорту.

Місцеві особливості: У деяких країнах ринок прокату автомобілів залежить від місцевих особливостей. Наприклад, у країнах з добре розвиненою туристичною галуззю, таких як Франція чи Італія, прокат автомобілів користується великим попитом через велику кількість туристів, які відвідують популярні місця. Аналогічно, у країнах з величезними ландшафтами та мальовничими маршрутами, таких як Сполучені Штати чи Австралія, прокат автомобілів популярний серед мандрівників, які хочуть дослідити природну красу країни.

Основні макроекономічні фактори: На зростання ринку прокату автомобілів також впливають основні макроекономічні фактори. Економічна стабільність та рівень доходу відіграють значну роль у визначенні попиту на прокат автомобілів. Коли економіка процвітає, а споживачі мають більший дохід, вони частіше витрачають кошти на туристичні та транспортні послуги, включаючи прокат автомобілів. Крім того, такі фактори, як низькі ціни на паливо та сприятливі обмінні курси, також можуть впливати на доступність та привабливість оренди автомобілів як для внутрішніх, так і для міжнародних мандрівників. На завершення, ринок оренди автомобілів зростає завдяки перевагам клієнтів щодо зручності та гнучкості, а також розвитку платформ онлайн-бронювання. Зростаюча популярність електричних та гібридних автомобілів також стимулює розвиток ринку. Місцеві особливі обставини, такі як туристична галузь та географічні особливості, додатково сприяють попиту на оренду автомобілів. Економічна стабільність та рівень доходу, що надається, є основними макроекономічними факторами, що впливають на ринок. Загалом, очікується, що ринок оренди автомобілів продовжуватиме зростати, оскільки клієнти шукають зручні та гнучкі варіанти транспорту для своїх потреб у подорожах [19].

1.3. Соціальна складова бізнесу з оренди транспортних засобів

Для визначення соціальної складової даного виду бізнесу та того позитивного ефекту, який він несе для соціуму розглянемо спочатку основні категорії споживачів. Серед цих основних споживачів послуг оренди автомобілів можна виділити наступні категорії, які зображено на рис. 1.6.

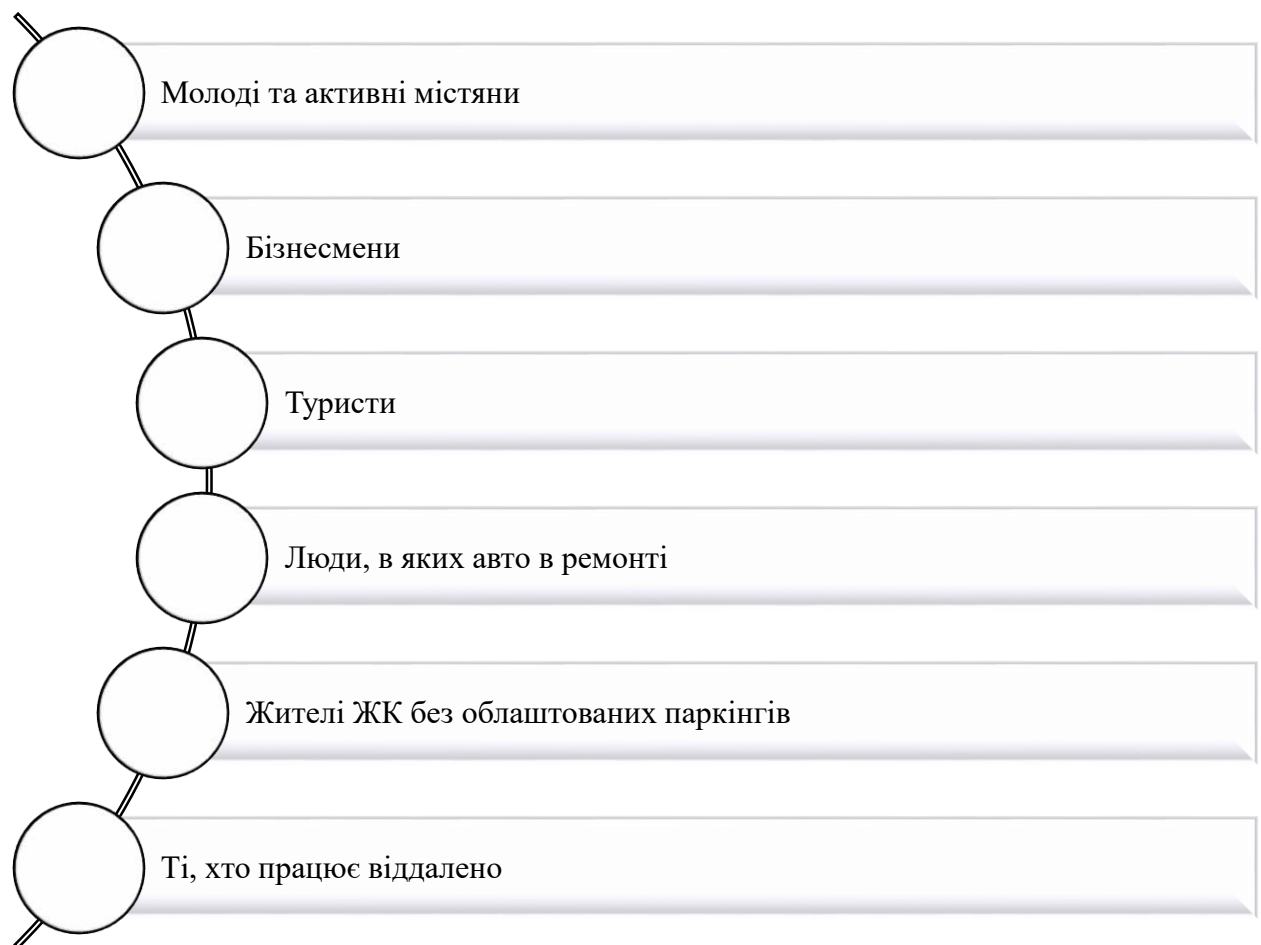


Рис. 1.6. Деякі категорії споживачів послуг оренди автомобілів

Джерело: сформовано автором на основі [12]

Як бачимо, спектр людей, які звертаються за послугами до цих компаній достатньо широкий, що є позитивним, адже велика кількість людей отримує покращення якості життя через споживання даної послуги.

Якщо ми візьмемо навіть просто факт створення підприємства з надання транспортних засобів в оренду, то позитивний соціальний ефект буде проявлятися в створенні нових робочих місць, виплаті заробітної плати працівникам, оплаті послуг партнерам та постачальникам, сплата податків тощо. Тобто, це все те, що має довгостроковий позитивний ефект на економіку та соціум.

Також важливим соціальним аспектом діяльності є підвищення доступності транспорту. Дана діяльність дозволяє пересуватись людям, які не мають власного автомобілю чи автомобіль яких знаходиться в ремонті, чи люди, які прибули до даного місця без власного авто (наприклад, туристи). Надання автомобілів чи інших видів транспорту в оренду дозволяє значно підвищити мобільність населення, інтегруватись в соціум, підвищити продуктивність своєї праці та ін.

Окремо тут можна розглянути приклад туристів, які завдяки оренді транспортних засобів можуть значно підвищити якість свого відпочинку, збільшити кількість місць, в яких вони побували. Для країни-реципієнта це вигідно ще в тому, що збільшує грошові надходження й не тільки для тієї компанії, яка надає послуги, але й по всім місцях перебування туристів. Тобто, це сприяє розвитку економіки країни, що, безумовно, має й соціальний ефект.

Ми не можемо не згадати про позитивний соціальний внесок в розвиток навколишнього середовища та довкілля. Зменшення кількості приватного транспорту напряму впливає на зменшення заторів в містах та викидів. За оцінками Transport & Environment, схеми спільного використання автомобілів, як від точки до точки, так і у вільному плаванні, також призводять до зменшення кількості володіння автомобілями, а дослідження показують, що на кожен спільний автомобіль, доданий до автопарку, замінюється від 5 до 15 автомобілів. Це підтверджується й іншими дослідженнями [17, 18]. Відповідно, таким чином, значно підвищується якість життя в містах, так як зменшується кількість заторів. Це пришвидшує роботу бізнесу та економіки, в

цілому. Також покращується стан довкілля через зменшення машин в заторах та загальної кількості автомобілів.

Також, варто відзначити, що в асортименті компаній з оренди автомобілів зростає частка електромобілів й самі компанії стимулюють їхнє використання, що має позитивний соціальний та виховний момент, а також знижує вуглецевий слід.

Немаловажним аспектом такої діяльності є також й сприяння раціональному використанню та споживанню транспорту, так як споживач сплачує за фактичне використання, що змінює саму культуру споживання та формує її сталий характер.

Також важливою є співпраця компаній з оренди автомобілів з волонтерськими організаціями. Так, можна навести приклад CarRent, яка є соціально відповідальною та надає таку послугу як «Оренда авто для гуманітарних та волонтерських організацій». Для благодійних та волонтерських організацій, які замовляють автомобілі для виконання соціальних функцій, компанія CarRent надає спеціальні умови оренди.

Практика співпраці з волонтерами та спеціалістами різних ГО відображає популярність оренди авто для наступних цілей:

- перевезення малогабаритних гуманітарних вантажів з розподільчих центрів до місць призначень;
- перевезення гуманітарної допомоги за адресами отримувачів;
- поїздки керівників організацій та спеціалістів з діловою та організаційною метою;
- перевезення соціально-незахищених верств населення до місць їхнього призначення [8].

Окрім цього, важливим також є згадування покращення якості життя через цифрові інструменти, які використовуються даними компаніями та інноваційні практики, що значно спрощують життя користувачів та забезпечують їхній захист та безпеку. Це реалізується через можливість використання мобільних додатків, що роблять доступними послуги

цілодобово, а також сервіси верифікації особи, безконтактних платежів, рейтинги користувачів тощо.

Таким чином, ми бачимо значний позитивний соціальний ефект від діяльності компаній з оренди транспортних засобів.

РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ З ОРЕНДИ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

2.1. Резюме проєкту

Ідеєю нашого проєкту є відкриття ТОВ «AutoRent UA» - підприємства з оренди автомобілів у франшизу від BLS Rental Agency. Вибір даної компанії обумовлений гарним іміджем компанії BLS та пізнаваністю серед клієнтів.

Назва проєкту	AutoRent UA
Організаційно-правова форма компанії	ТОВ
Основним послуги, що реалізуються	<ul style="list-style-type: none"> – короткострокова та довгострокова оренда автомобілів; – оренда автомобілів з водієм; – оренда преміум-класу для корпоративних клієнтів
Міста діяльності	Київ, Львів, Одеса
Організаційна структура	функціональна
Кількість працівників на 3-й рік проєкту	10 осіб
Основні фінансові та інвестиційні показники проєкту: Обсяг початкових інвестицій	27 800 000 грн.
Прогноз доходів компанії:	
1-й рік –	8 200 000 грн.,
2-й рік –	12 000 000 грн.,
3-й рік –	14 700 000 грн.

Загальна кількість власних авто на кінець періоду проекту	60 шт.
NPV проекту за оптимальним сценарієм	6 100 000 грн.
IRR проекту за оптимальним сценарієм	21,5%
DPP проекту за оптимальним сценарієм	2,7 роки
Фінансування проекту планується за наступними джерелами:	
а. власних коштів компанії	10 000 000 грн. (36%)
б. банківський кредит (під 15% річних на 3 роки)	17 800 000 грн. (64%)

2.2. Загальна характеристика послуг проекту

Як було зауважено, ідеєю нашого проекту є відкриття ТОВ «AutoRent UA» - підприємства з оренди автомобілів у франшизу від BLS Rental Agency.

Мета проекту полягає у створенні компанії з надання в оренду легкових автомобілів у великих містах України, зокрема в Києві, Львові та Одесі. Вибір даних міст обумовлений їх значенням в економічному, туристичному, культурному розвитку країни. Ці місця є центром уваги багатьох мандрівників, інвесторів, підприємців. Крім того, населення даних міст є високим, що спричинює високий попит на послугі таксі, так як не всі можуть собі дозволити мати власний автомобіль. Але важливим є розвиток також й ринку оренди.

Основним послугами нашої компанії ТОВ «AutoRent UA» стануть:

- короткострокова та довгострокова оренда автомобілів;
- оренда автомобілів з водієм;
- оренда преміум-класу для корпоративних клієнтів.

Ці послуги є основним нашим асортиментом, які ми заклали для проведення подальших розрахунків. Проте, цей список не є вичерпним й ми, звичайно, можемо виконувати послуги за індивідуальним запитом.

В подальшому ми можемо перейти також й на інші послуги, як-то оренда електросамокатів, оренда під події тощо.

2.3. Визначення цільової аудиторії та особливості ринку

Важливим при плануванні бізнесу є визначення її цільової аудиторії, що дозволить більш якісно підійти до організації та реалізації комунікацій з потенційними споживачами послуг. В нашому випадку ми визначили таку цільову аудиторію нашого проекту:

- туристи та бізнес-мандрівники;
- місцеві жителі без власного транспорту;
- компанії, що потребують службових автомобілів.

Дані групи клієнтів збігаються здебільшого з тими споживачами послуг, які були виділені в першому розділі. Нам здається логічним, що цільова аудиторія є саме така, так як специфіка міст, де ми плануємо відкриватись цілком відповідає всім характеристикам, яким притаманні дані групи осіб.

Для аналізу особливостей ринку оренди автомобілів нами було здійснено пошук за ключовими словами «оренда авто в Києві» (Львові, Одесі). Результати пошуку представлені на рисунках.

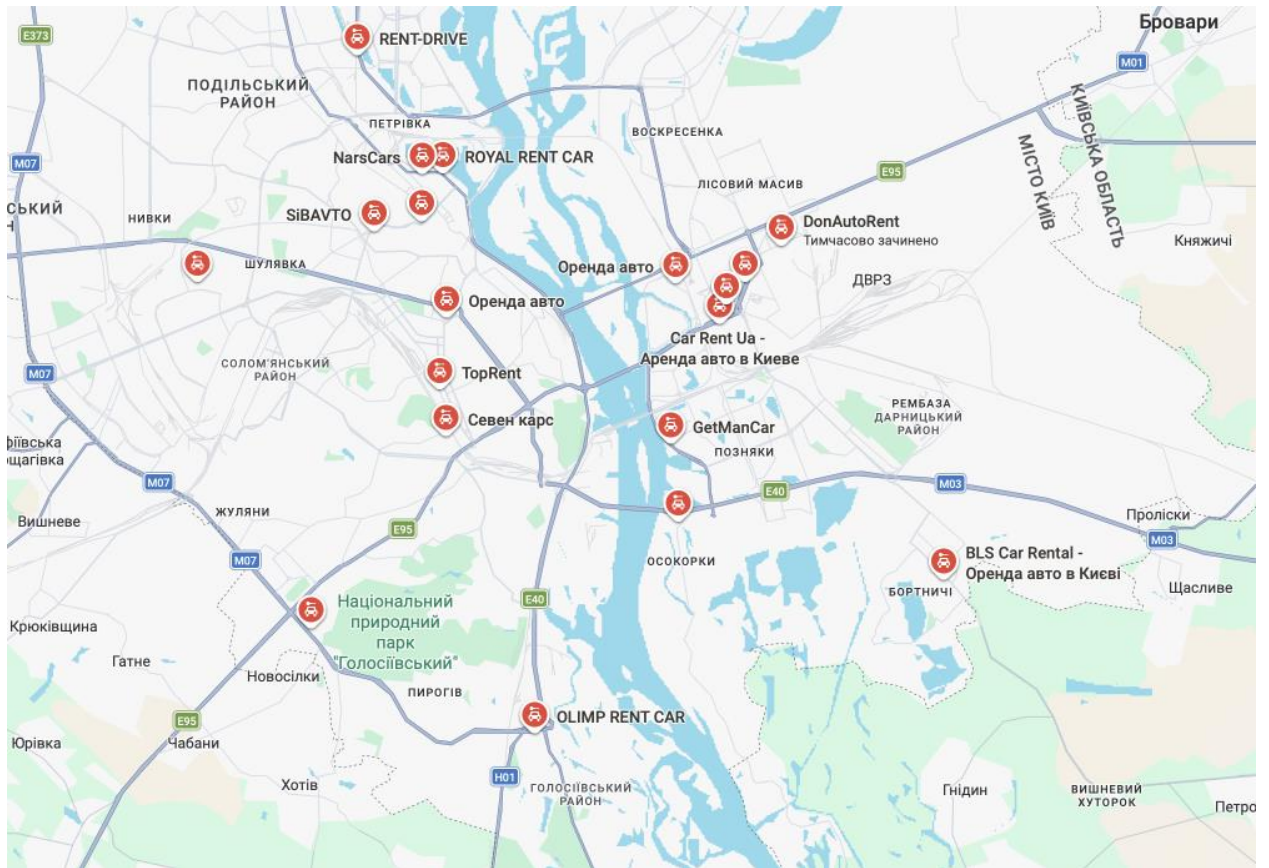


Рис. 2.1. Результати пошуку в Google за словами «оренда авто Київ»

Джерело: гугл-карти

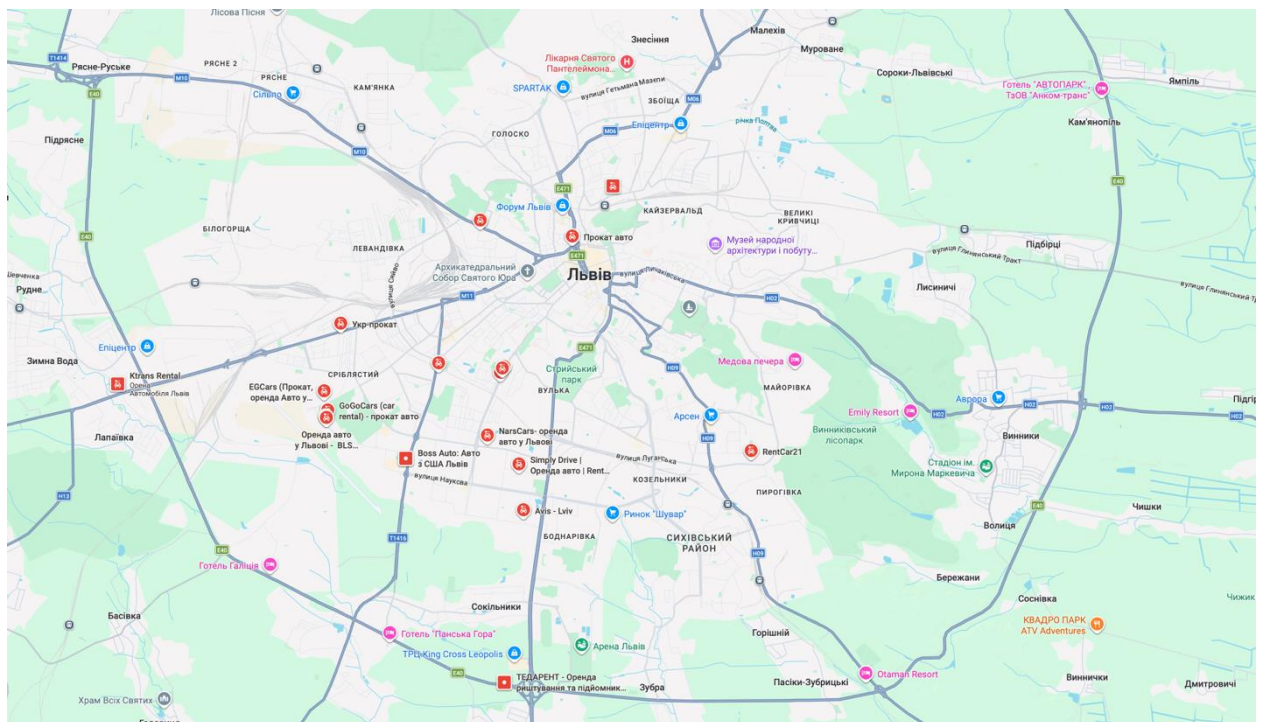


Рис. 2.2. Результати пошуку в Google за словами «оренда авто Львів»

Джерело: гугл-карти

Як бачимо, ринки оренди авто в трьох обраних місцях представлені різною кількістю підприємств в даному секторі бізнесу. Але, варто відмітити, що він не відрізняється високою насиченістю компаній. З урахуванням масштабів даних міст та кількості населення, нам здається цілком можливим відкриття ще однієї компанії, яка здійснюватиме якісні послуги та зможе посісти вагоме місце на ринку оренди авто в даних населених пунктах.

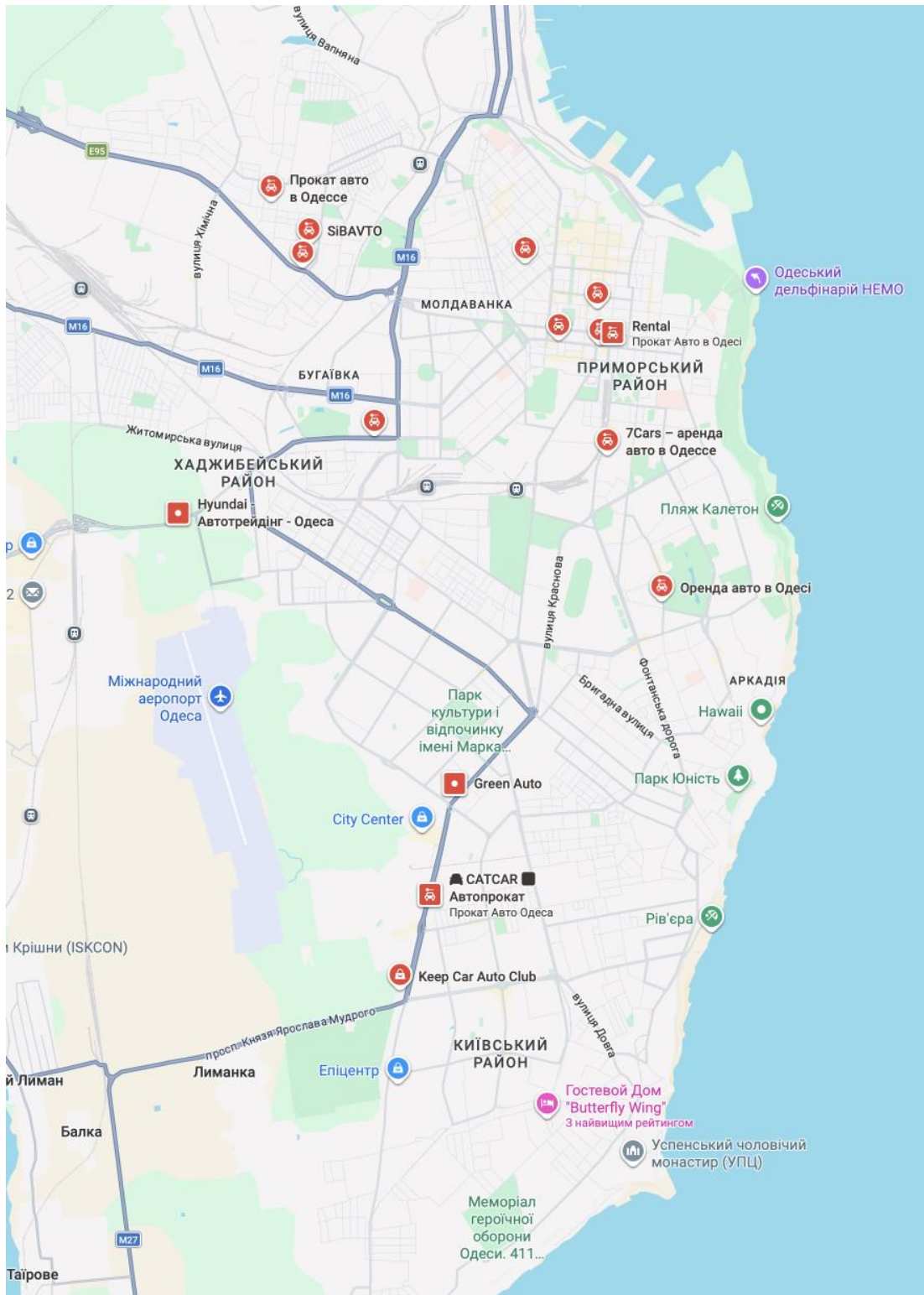


Рис. 2.3. Результати пошуку в Google за словами «оренда авто Одеса»

Джерело: гугл-карти

2.4. Маркетинговий план: аналіз конкурентів та стратегія просування

Для визначення ринкової позиції інвестиційного проєкту компанії з оренди транспортних засобів «AutoRent UA» та формування стійкої конкурентної переваги нами здійснено ідентифікацію прямих, непрямих конкурентів та товарів-замінників, визначено фактори успіху проєкту та побудовано матрицю конкурентного профілю для кількісної оцінки конкурентної сили.

Отже, в таблиці 2.1 нами систематизовано групи основних конкурентів на ринку оренди транспортних засобів.

Таблиця 2.1

Основні конкуренти компанії «AutoRent UA»

Вид	Сектор	Характеристика
Прямі конкуренти	Каршерінг	Місцеві оператори каршерінгу, що працюють за моделлю вільного каршерінгу. Їхня конкурентна перевага полягає у гнучкості та похвилинній тарифікації
Прямі конкуренти	Традиційна оренда	Компанії, які пропонують довгостроковий прокат на добу і більше. Вони домінують при бізнес-поїздках та туризмі
Непрямі конкуренти	- сервіси замовлення таксі: Bolt, Uber, Uklon;	Вони задовольняють потребу у швидкому пересуванні, але не дають повного контролю над маршрутом та часом

	- оренда самокатів або велосипедів	
Товари- замінники	Власний та громадський транспорт	

Джерело: сформовано автором

Факторами успіху для інвестиційного проекту у сфері оренди транспортних засобів є технологічна досконалість, цінова політика та якість автопарку. Розглянемо їх більш детально.

Отже, технологічна досконалість та наявність зручного мобільного додатку, за допомогою якого відбувається швидке бронювання, а також стабільність його роботи та наявність додаткових функцій, таких як оцінка стилю водіння або автоматичне нарахування бонусів в сучасних реаліях постійного розвитку технологічних інновацій є одним із головних факторів успіху проекту. Але не менш важливими показниками успішності на ринку оренди транспортних засобів є цінова конкурентоспроможність та прозорість. І тут важливим є не тільки розмір тарифу, але й відсутність прихованих комісій, чіткість умов страхування та лояльність до штрафних санкцій.

Новизна та технічний стан автомобілів, наявність авто різних класів, а також електромобілів або гібридів дозволяє задовольнити ширший спектр потреб і тим самим підвищити власну конкурентоспроможність. А рівень довіри до бренду, частота та якість комунікації, ефективність програм лояльності – все це реально можливо лише при якісній розробці маркетингової стратегії.

Для побудови матриці конкурентного профілю, враховуючи вищеперераховані фактори успіху, візьмемо наш інвестиційний проект «AutoRent UA», провідний сервіс таксі Bolt та оператора каршерінгу Mobilecar.

Таблиця 2.2

Матриця конкурентного профілю

Фактори успіху	R	AutoRent UA		Bolt		Mobilecar	
		V	VR	V	VR	V	VR
1. Технологічна платформа	0,25	4	1,0	4	1,0	5	1,25
2. Цінова конкурентоспроможність	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
3. Географічне покриття та логістика	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45
4. Якість, вік та різноманітність автопарку	0,3	4	1,2	2	0,6	4	1,2
5. Маркетингова активність та впізнаваність	0,1	3	0,3	5	0,5	4	0,4
Рейтинг	1,0	-	3,9	-	3,3	-	3,9

де R – вага;

V – бал;

VR – оцінка

Джерело: сформовано автором

Загальна оцінка AutoRent UA складає 3,9, що значно вище, ніж у таксі Bolt, але й дорівнює оцінці Mobilecar, хоча дана компанія й не новачок на українському ринку. Наші конкурентні переваги за рахунок високої оцінки всіх показників, але поки що наше слабке місце це маркетинг. Тому стратегія

просування AutoRent UA базується на всіх конкурентних перевагах, виявлених у матриці.

Просування проєкту буде здійснюватися через комплекс цифрових та офлайн-каналів, які забезпечать як масове охоплення, так і цільове залучення.

Каналами просування будуть:

- SEO та контекстна реклама:
 - ✓ оптимізація сайту та додатку під цільові запити типу «оренда авто без водія», «каршерінг недорого» або «прокат електромобілів»; створення високоякісного контенту про правила та переваги користування сервісом для підвищення органічного трафіку;
 - ✓ запуск платних кампаній із гнучкими ставками, націлених на гарячі запити; використання ремаркетингу для повернення користувачів, які встановили додаток, але не завершили реєстрацію;
- Соціальні мережі (Facebook, Instagram):
 - ✓ таргетована реклама, яка націлена на платоспроможну аудиторію за інтересами (технології, подорожі, міська інфраструктура); використання креативів, що демонструють зручність каршерінгу для щоденних справ і коротких поїздок;
 - ✓ контент-стратегія, а саме публікація візуально привабливого контенту з акцентом на автопарк та lifestyle користувачів. Проведення розіграшів та інтерактивних опитувань для підвищення залученості.
- Співпраця з туристичними агентствами:
 - ✓ партнерські програми через укладення договорів з місцевими та міжнародними туристичними операторами для інтеграції послуги оренди у туристичні пакети. Це забезпечить стабільний потік клієнтів у сезони відпусток та підвищить середній чек;
 - ✓ спеціальні пропозиції, а саме надання туристичним агентствам промокодів або фіксованих знижок для їхніх клієнтів, які

прибувають до міста та потребують мобільності на час перебування;

– Програми лояльності та CRM

- ✓ формування системи бонусів через заохочення користувачів за тривале користування, запрошення друзів;
- ✓ персоналізовані пропозиції, а саме розсилка знижок та спеціальних тарифів на основі аналізу історії поїздок клієнта.

Загальний бюджет на маркетингову діяльність та просування проєкту фіксується на рівні 10% від загального інвестиційного бюджету проєкту.

Розподіл бюджету на маркетинг буде виглядати наступним чином:

- Цифрові канали (SEO та контекстна реклама): 50%
- Соціальні мережі та PR: 30%
- Партнерські програми та співпраця з агентствами: 10%
- Програми лояльності та CRM: 10%

Такий розподіл дозволить на етапі запуску забезпечити швидке охоплення та конверсію через платні канали, одночасно закладаючи фундамент для довгострокової органічної присутності (SEO) та стабільного потоку клієнтів (партнерства).

SWOT-аналіз дозволяє систематизувати внутрішнє середовище проєкту (сильні та слабкі сторони) та зовнішнє середовище (можливості та загрози), формуючи основу для подальшого стратегічного планування та управління ризиками.

SWOT-аналіз проєкту AutoRent UA представлено на рис. 2.4.

Отже, сильні сторони проєкту є внутрішніми конкурентними перевагами, які компанія може використовувати для досягнення своїх цілей:

- гнучка цінова політика означає можливість оперативно адаптувати тарифи відповідно до попиту та сезонності. Це дозволяє залучати різні сегменти цільової аудиторії – від короткострокових міських поїздок до довгострокової оренди для бізнесу чи туризму;

– наявність високотехнологічного мобільного додатку, що забезпечує швидку реєстрацію, бронювання, дистанційний доступ до авто та онлайн-оплату. Це мінімізує операційні витрати на персонал і підвищує зручність для кінцевого споживача, що є критичним фактором успіху в сучасному каршерінгу.

– різноманітність моделей та класів транспортних засобів дозволяє задовольнити широкий спектр потреб і диверсифікувати ризики, пов'язані з паливними витратами, наприклад, через гібридні або електричні моделі.



Рис. 2.4. SWOT-аналіз проєкту

Джерело: сформовано автором

Слабкі сторони проєкту, в свою чергу, є внутрішніми обмеженнями, які необхідно мінімізувати або компенсувати за рахунок сильних сторін. Слабкими сторонами нашого проєкту є:

- значні капітальні витрати на формування автопарку, розробку та впровадження технологічної платформи, а також на страхування та ліцензування. Це вимагає залучення значного інвестиційного капіталу на етапі запуску;

- залежність від сезонності, так як піковий попит спостерігається у весняно-літній період та під час свят, тоді як в осінньо-зимовий період попит може суттєво знижуватися, що створює проблему нерівномірного завантаження активів;

- потреба в постійному обслуговуванні обумовлена високими експлуатаційними витратами, включаючи регулярний технічний огляд, ремонт, миття, заправку та переміщення автомобілів по місту. Це вимагає розробки ефективної та дорогої логістичної служби.

Щодо можливостей проєкту, то це ті сприятливі зовнішні фактори, які компанія може використати для зростання. В ашому проєкті вони наступні:

- успішна бізнес-модель, відпрацьована в одному місті, може бути масштабована на сусідні, які ще не насичені подібними сервісами;

- партнерство з готелями, а саме створення ексклюзивних умов оренди для гостей готелів, що дозволяє залучити цільовий сегмент туристів та бізнес-мандрівників без додаткових маркетингових витрат на їх пошук;

- інтеграція штучного інтелекту для прогнозування попиту, використання телематики для контролю стилю водіння та впровадження електромобілів для зниження експлуатаційних витрат.

Загрози є потенційно несприятливими факторами зовнішнього середовища проєкту, яких слід уникати або мінімізувати їх вплив. Розглянемо основні загрози проєкту:

- конкуренція з великими гравцями. Вихід на ринок національних чи міжнародних операторів оренди/каршерінгу, які мають більші фінансові ресурси та досвід;

- зміни в законодавстві, адже введення нових або посилення існуючих регуляторних норм щодо використання міських парковок,

страхування чи ліцензування каршерінгової діяльності, може підвищити операційні витрати;

– економічна нестабільність, яка виникає через непередбачувані коливання курсу валют, що в свою чергу впливає на вартість придбання нових авто та запчастин, інфляція або зниження платоспроможності населення, що може призвести до падіння попиту на послуги оренди.

2.5. Організаційно-виробничий план: планування ресурсів та обладнання

При плануванні нашого проєкту необхідним є планування його початкових інвестиційних ресурсів, поточних витрат, а також важливим є розрахунок витрат на оплату праці чи Фонду оплати праці.

Спочатку визначимо обсяг витрат на відкриття нашого проєкту. Так, для повноцінного функціонування нам необхідно закупити 20 автомобілів середнього класу. Також, в сучасних умовах важливо в своєму автопарку мати електромобілі. Поки ми плануємо частку електромобілів 1:3, тобто закупити 10 електромобілів. Необхідним в таких умовах роботи із електромобілями є й придбання зарядних станцій. За нашими розрахунками нам буде достатньо 4 шт. зарядних станцій. Однією з відмітних рис та позитивних характеристик для компаній є наявність мобільного застосунку та працююча CRM-система. Нами також планується розробка даних позицій для підвищення власної конкурентоспроможності.

При відкритті компанії необхідно буде також навчання персоналу, адже функціонування підприємства в сфері оренди авто має свою специфіку.

Важливою складовою при відкритті будь-якої компанії є початкові маркетингові витрати. Нами планується наполеглива робота над маркетинговою кампанією підприємства з метою активного просування нашого продукту. Для цього буде спланована робота маркетологів, яка дозволить досягти цільової аудиторії проєкту.

Також нами заплановано резервний фонд, який передбачено в обсязі 5% від загальної суми початкових інвестицій. Цей фонд стає свого роду непередбачуваними витратами, які можуть бути спрямовані на ті статті витрат, які було неможливо врахувати на етапі планування діяльності, або туди, де відбулось незаплановане збільшення показників.

Такими чином, в початкові інвестиції ми заклали витрати на придбання автопарку нашої компанії, зарядних станцій, витрати на розробку CRM-системи, а також на розробку мобільного застосунку та ін. В загальному обсязі вони становлять 27 800 000 млн грн. Що здається цілком реальною цифрою для відкриття такого бізнесу.

Узагальнимо наші початкові інвестиційні витрати у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Початкові інвестиційні витрати ТОВ «AutoRent UA»

Стаття витрат	Сума (грн)
Закупівля 20 авто середнього класу (700 тис. грн/од.)	14 000 000
Закупівля 10 електромобілів (1 млн грн/од.)	10 000 000
Зарядні станції (4 шт. × 300 тис. грн)	1 200 000
Розробка CRM-системи + мобільного застосунку	800 000
Навчання персоналу	100 000
Маркетинг і просування	400 000
Резервний фонд (5% від загальної суми)	1 300 000
Разом	27 800 000

Джерело: власні розрахунки

У табл. 2.6 наведемо інвестиційні витрати в євро на період 4 роки на відкриття компанії з урахуванням лізингу.

Таблиця 2.6

Інвестиційні витрати проєкту за 4 роки, євро

Основні статті витрат	Сума, євро
Загальна площа	30 м ²
Ремонт приміщення	5 000
Вивіска	1 000
Вартість всіх авто для 1-го місяця роботи	240 000
Меблі	1 200
Обладнання	1 000
Офісна техніка, комп'ютери та каси	2 700
Сигналізація (охоронна та пожежна)	500
Відеоспостереження	500
Авансовий платіж з оренди (за останні місяці)	1 000
Первісний закуп витратних матеріалів	300
Ліцензії, патенти, програмне забезпечення, юридичне оформлення	500

Рекламна кампанія до відкриття	2 500
Паушальний внесок	0
Інше	0
РАЗОМ	256 200
Разом з урахуванням лізингу	224 700
Загальні інвестиції за 4 роки	1 981 200
Загальні інвестиції за 4 роки з урахуванням лізингу	660 700

Джерело: власні розрахунки

Як бачимо, загальні інвестиційні витрати за 4 роки складають більшу суму в перерахунку на гривню. Варто відмітити, що паушальний внесок не передбачається. На рис. 2.5 унаочнимо інвестиційні витрати на 4 роки за статтями витрат.

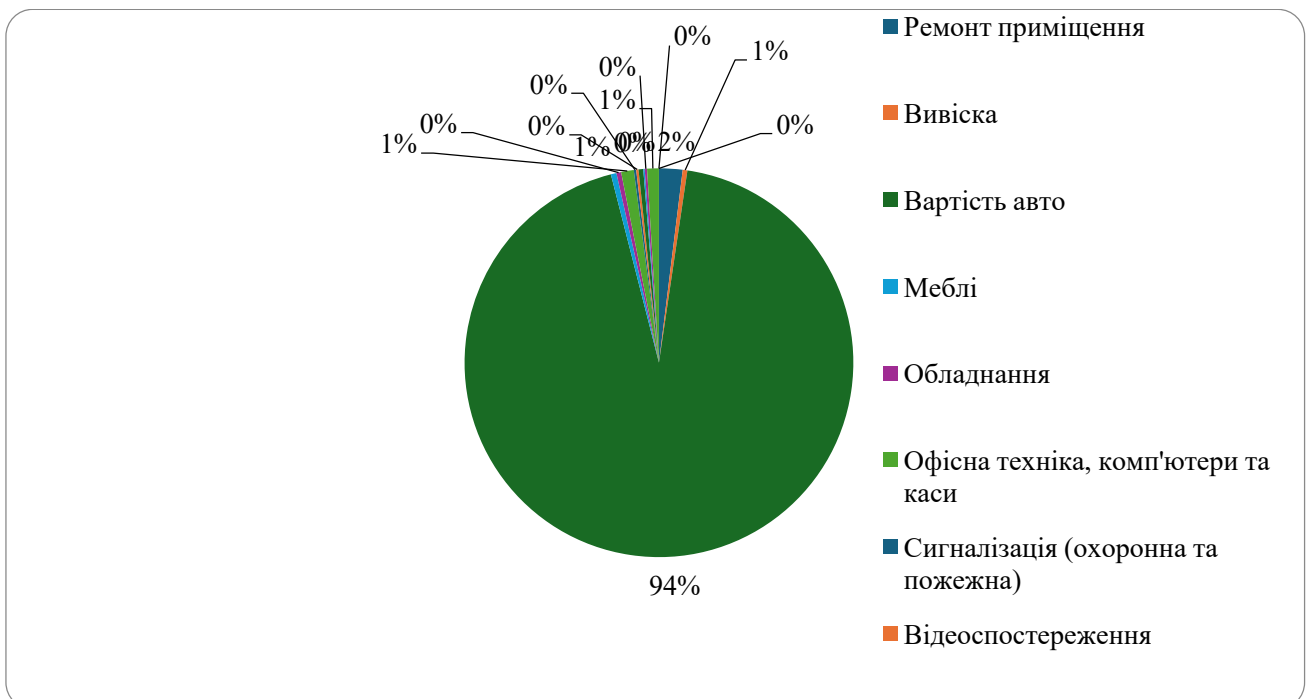


Рис. 2.5. Інвестиційні витрати проекту за статтями витрат

Джерело: власні розрахунки

Після розгляду інвестиційних витрат проекту перейдемо до розрахунку поточних витрат компанії. Представимо їх у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Поточні витрати проекту

Стаття витрат	Рік 1 (грн)	Рік 2 (грн)	Рік 3 (грн)
Зарплата персоналу	2 400 000	2 520 000	2 646 000
Технічне обслуговування	1 000 000	1 050 000	1 100 000
Амортизація	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Витрати на паливо/зарядку	1 200 000	1 260 000	1 320 000
Інші витрати	600 000	630 000	660 000
Разом	7 000 000	7 260 000	7 526 000

Джерело: власні розрахунки

Значну частину витрат складають витрати на оплату роботи персоналу, які дорівнюють 34% усіх поточних витрат на рік.

Діяльність компанії зі здачі автотранспорту в оренду є неможливою без технічного обслуговування, витрати на яке складають на рік трохи більше 1 000 000 грн.

Амортизація є другою за розміром стаття поточних витрат, що обґрунтовується необхідністю амортизації автопарку. Дані витрати є постійними та складають щороку 1 800 000 грн.

Також, поточними витратами проекту є витрати на паливо та зарядку автомобілів (в залежності від типу автомобіля).

Інші витрати дорівнюють 8,5% від решти витрат та спрямовані на покриття інших статей витрат, які не передбачені ані цим планом, ані планом початкових інвестицій.

При дослідженні специфіки діяльності нашої компанії необхідним є наведення організаційної структури проєкту та Фонду оплати праці. Організаційну структуру наведемо на рис. 2.6.

Наведена структура є функціональною за своїм змістом та передбачає залучення в штат мінімальної кількості осіб, а саме: менеджерів та водіїв. Бухгалтер, маркетолог, юрист та інші спеціалісти будуть залучені на умовах аутсорсингу.

Кількість менеджерів та водіїв буде залежати від обсягу замовлень, але попередньо в перший рік буде найнято по 2 працівника відповідно в кожену структуру, з подальшим зростанням щороку.

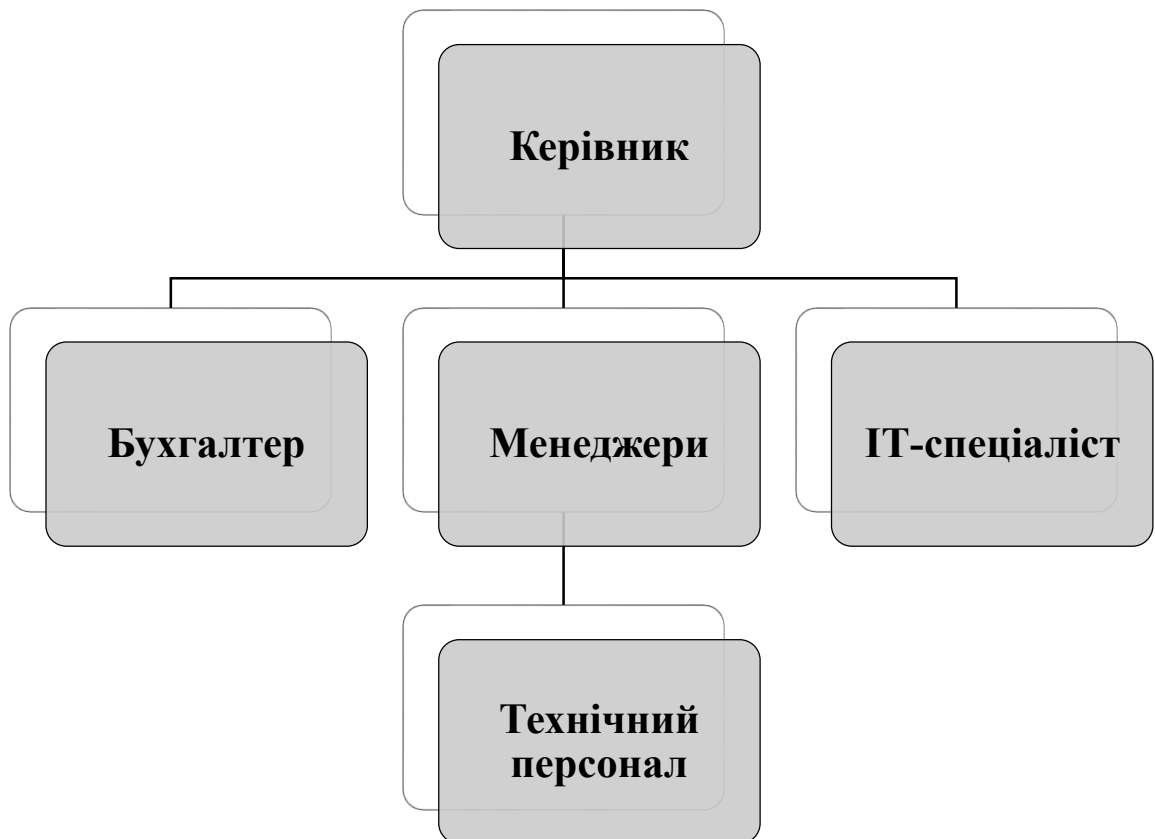


Рис. 2.6. Організаційна структура проєкту

Джерело: власна розробка

У таблиці 2.8 представимо фонд оплати праці ТОВ «AutoRent UA».

Таблиця 2.8

Фонд оплати праці ТОВ «AutoRent UA», EUR

Посадові одиниці	Загальна кількість працівників, чол.				Фіксований оклад на місяць у одного співробітника однакової посади за 1-й рік роботи, EUR/міс.	Середній розмір мотивації на місяць у одного співробітника за 1-й рік роботи, EUR/міс.	Середня зарплата одного співробітника на місяць за 1-й рік роботи, EUR/міс.
	на кінець 1-го року роботи	на кінець 2-го року роботи	на кінець 3-го року роботи	на кінець 4-го року роботи			
Керівник	0				0	0	0
Менеджер	2	3	5	5	1 000	16	1 016
Водій	2	3	5	5	700	16	716
РАЗОМ	4	6	10	10	2 166		

Джерело: власна розробка

Таблиця унаочнює заробітну плату, яку ми очікуємо сплачувати в нашому проєкті. Керівнику заробітна плата не передбачена, так як він буде брати участь в розподілі прибутку компанії. Й на період перших років зарплату не отримуватиме, щоб швидше покрити інвестиційні витрати.

Далі перейдемо до аналізу фінансового плану проєкту.

2.6. Фінансовий план: доходи, прибуток та джерела фінансування проекту

Для розрахунку основних фінансових та інвестиційних показників проекту, які відображають його ефективність чи, навпаки, недоцільність запуску, необхідним є наведення основних показників доходності проекту.

У табл. 2.9 представимо основні заплановані показники по доходах проекту на 1 місяць. Розрахунки та прогноз здійснювався в євро.

Варто зазначити, що наші розрахунки ми здійснювали за 3 сценаріями: песимістичний, реалістичний та оптимістичний прогноз. Різниця між ними складає 10%, де за 100% взятий реалістичний прогноз.

Як бачимо, на місяць передбачається отримання виручки 4501 євро, що є доволі немалою сумою. Проте, враховуючи наші початкові інвестиції та поточні витрати, варто більш глибоко дослідити доходну частину компанії, щоб потім більш ґрунтовно проводити розрахунок інвестиційної привабливості.

Таблиця 2.9

Показники виручки компанії за 1 місяць, євро

Товарні групи / групи послуг	Середня вартість*	План по відсотку завантаження (реалістичний план рахується як повне завантаження * на відповідний % виходу продажів на планові показники та на % впливу сезону на завантаження),%	Середньо місячна виручка по групі (для ОДНОГ О авто) (1-й місяць роботи)*	Середньо місячна виручка по додатковим послугам, % від виручки по кожній групі	Середньо місячна виручка по додатковим послугам	Загальна виручка по групі (для всіх авто) за 1-й місяць роботи (для загальної кількості авто на 1-й місяць роботи)*

Украї нська	EUR/ день	Прогноз по виручці			Прогноз по виручці - реалістич ний		Прогноз по виручці - реалістич ний	Прогно з по виручці - реаліст ичний
		песиміс тичний	реаліст ичний	оптиміс тичний				
Comf ort	40	90%	100%	110%	372	10%	37	1 228
Suv 2x4	55	90%	100%	110%	512	10%	51	1 125
Suv 4x4	70	90%	100%	110%	651	10%	65	2 148
РАЗОМ								4501

Джерело: власна розробка автора

В табл. 2.10 ми навели відсоток виходу продажів на планові показники в залежності від параметру сезонності. Прогноз зроблений помісячно протягом першого року та по роках до 6 року включно.

Таблиця 2.10

Параметри сезонності та виходу продажів на планові показники та подальше зростання обсягів продажів

Порядковий номер місяця від початку роботи	Відсоток виходу продажів на планові показники, %
1	50,00%
2	57,14%
3	62,50%
4	55,56%
5	77,78%
6	75,00%
7	71,43%
8	83,33%
9	85,71%

10	83,33%
11	83,33%
12	85,71%
2-й рік роботи	93,68%
3-й рік роботи	101,19%
4-й рік роботи	109,62%
5-й рік роботи	118,06%
6-й рік роботи	126,49%

Джерело: власна розробка автора

Як видно з таблиці 2.10 на 100% запланованих продажів ми можемо вийти вже на 3-й рік роботи підприємства. Хоча й у другий рік цифра вже є достатньо високою – 93,68%. Починаючи з 4-го року роботи, відсоток виходу на заплановані показники є вже вагомо вищим.

У табл. 2.11 представимо основні статті доходу ТОВ «AutoRent UA» протягом перших 3-х років. А на рис. 2.7 (а-є) унаочнимо структуру виручки за кожний рік роботи підприємства протягом перших 6 років.

Таблиця 2.11

Прогноз доходів ТОВ «AutoRent UA» по роках

Показник	Рік 1 (грн)	Рік 2 (грн)	Рік 3 (грн)
Середня виручка з одного авто/рік (80 тис. грн)	2 400 000	2 520 000	2 646 000
Загальна кількість авто — 30	7 200 000	10 800 000	13 200 000
Доходи від мобільного сервісу / підписок	1 000 000	1 200 000	1 500 000
Разом	8 200 000	12 000 000	14 700 000

Джерело: власна розробка

Рисунок 2.7 (а-є) представляє собою структуру виручки за її основними складовими-витратами: поточні витрати компанії, витрати на стоянку, мийку, хімчистку тощо, а також до цієї структури відноситься й обсяг чистого прибутку, який залишається в компанії після виплати всіх витрат.

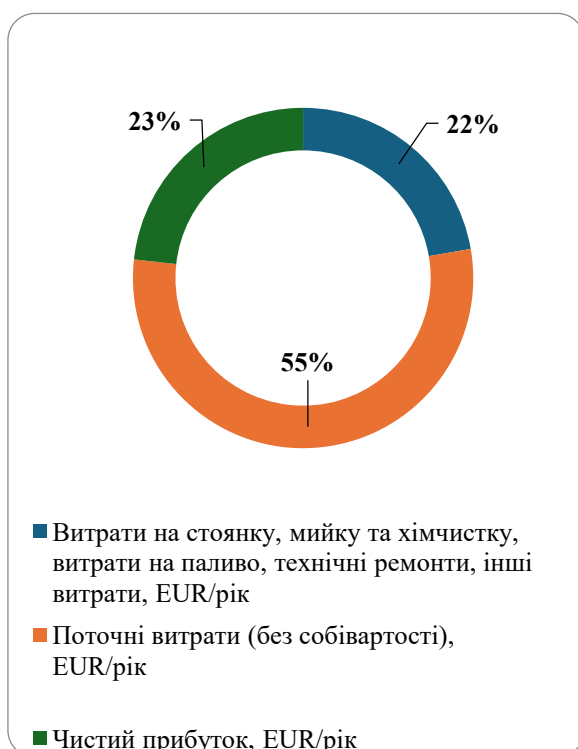


а) Структура виручки за 1-й рік роботи

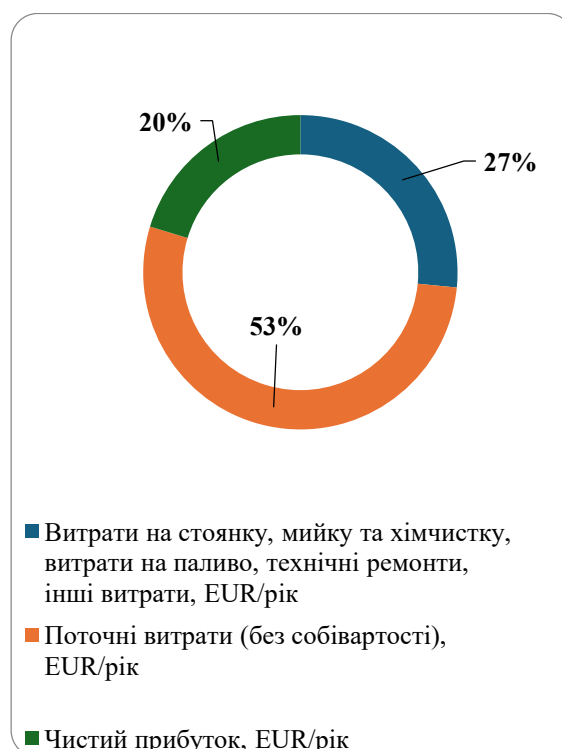
б) Структура виручки за 2-й рік роботи



в) Структура виручки за 3-й рік
роботи



г) Структура виручки за 4-й рік
роботи



д) Структура виручки за 5-й рік
роботи

є) Структура виручки за 6-й рік
роботи

Рис. 2.7. Структура виручки компанії за 6 років діяльності

Джерело: власна розробка автора

Як бачимо, чистий прибуток компанії генерується вже з другого року життя проєкту. Проте, вагомо відчутне зростання відбуваються на 5-му році проєкту, коли чистий прибуток досяг цифри 23% в структурі виручки компанії.

З урахуванням отриманої виручки та розрахованих витрат, ми можемо представити зміну основних виробничих показників ТОВ «AutoRent UA» (рис.2.8).

Загальна кількість ВЛАСНИХ авто на кінець 4-го року
60
Загальна кількість ВЛАСНИХ авто у операційному лізингу на кінець 4-го року
22
Загальна кількість ВЛАСНИХ авто у фінансовому лізингу на кінець 4-го року
30
Загальна кількість авто ІНВЕТОРІВ на кінець 4-го року
19
Загальна кількість авто на кінець 4-го року
79

Рис. 2.8 Основні виробничі показники діяльності після розрахунку показників доходу

Джерело: власна розробка

Також, у таблиці 2.12 представимо основні показники чистого прибутку нашого проєкту. Проведені показними дозволили навести середньомісячний чистий прибуток по проєкту, середньомісячний чистий прибуток інвестора, рентабельність проєкту, середню рентабельність вкладеного капіталу за 10 років.

Таблиця 2.12

Основні показники чистого прибутку AutoRent UA

	Середньомісячний чистий прибуток по проєкту в цілому, EUR/міс.	Середньомісячний чистий прибуток інвестора, EUR/міс.	Рентабельність проєкту (чистий прибуток / виручка), %	Середня рентабельність вкладеного капіталу за 10 років ((чистий прибуток - інвестиції) / інвестиції), % річних
1-й рік роботи	-2 189	1 975	0%	16%
за 1-й рік роботи після виходу на точку беззбитковості	-660	2 784	0%	
2-й рік роботи	3 918	6 066	8%	
3-й рік роботи	7 596	10 719	10%	
4-й рік роботи	8 668	14 042	8%	
5-й рік роботи	22 665	14 917	23%	
6-й рік роботи	20 745	15 669	20%	
Вихід на самоокупність (точку беззбитковості) з початку роботи, міс.	6 міс.		Окупність інвестицій без інвестицій у авто та витратні матеріали (які є оборотними коштами), міс.:	20

Окупність інвестицій з початку роботи по проєкту в цілому, міс.	55 міс.	Окупність інвестицій з початку роботи (з урахуванням долі партнера у прибутку по проєкту), міс.	59
---	---------	---	----

Джерело: власна розробка

Дана таблиця свідчить, що за деякими показниками підприємство починає отримувати позитивні результати ще з 1-го року, проте, за всіма показниками воно виходить на позитивну характеристику лише, починаючи з 2-го року, що цілком корелює із графіком на рис. 2.9. Варто відмітити, що позитивна динаміка з 2-го року не зупиняється та відображає стабільний приріст.

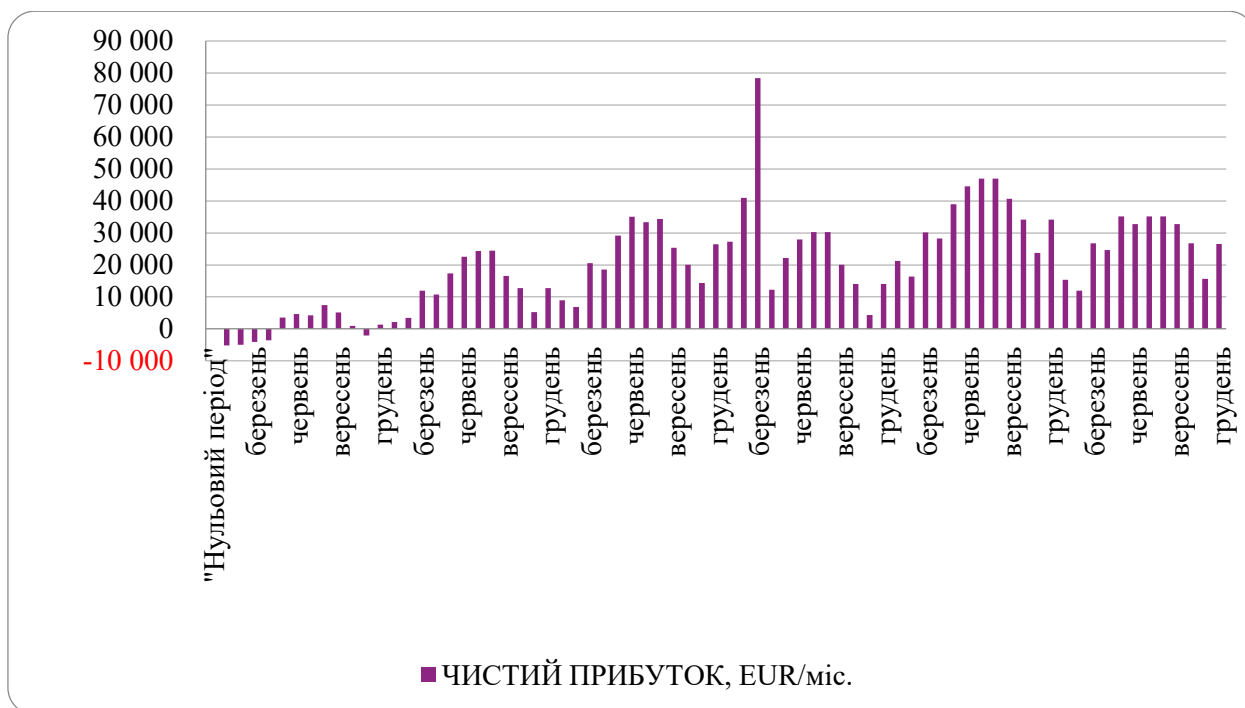


Рис. 2.9. Динаміка чистого прибутку

Джерело: власна розробка

Рисунок наочно відображає позитивну динаміку чистого прибутку ТОВ «AutoRent UA» з 2-го року діяльності проекту. Ми бачимо, стійку сезонність даного бізнесу, проте, позитивна динаміка не зупинялась.

Відносно інвестиційних ресурсів проект, то зазначимо, що фінансування проекту планується здійснити за рахунок:

с. власних коштів компанії — 10 000 000 грн;

д. банківського кредиту — 17 800 000 грн (під 15% річних на 3 роки).

Тобто, власні кошти компанії складуть 36%, а залучені – 64%.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ

3.1. Оцінка економічної ефективності проєкту та стратегія реалізації

Для повнішої оцінки інвестиційного проєкту компанії «AutoRent UA» було здійснено аналіз трьох сценаріїв розвитку подій: песимістичного, оптимального та позитивного.

1. *Песимістичний сценарій: уповільнення зростання попиту, підвищення вартості автівок, зниження рентабельності.*
2. *Оптимальний сценарій: прогнознi значення доходів і витрат на основі поточної динаміки ринку.*
3. *Позитивний сценарій: швидке зростання попиту, вигідні умови закупівель, розширення на нові ринки.*

Для проведення розрахунків інвестиційної привабливості проєкту, варто навести динаміку руху грошових коштів компанії (рис. 3.1.).

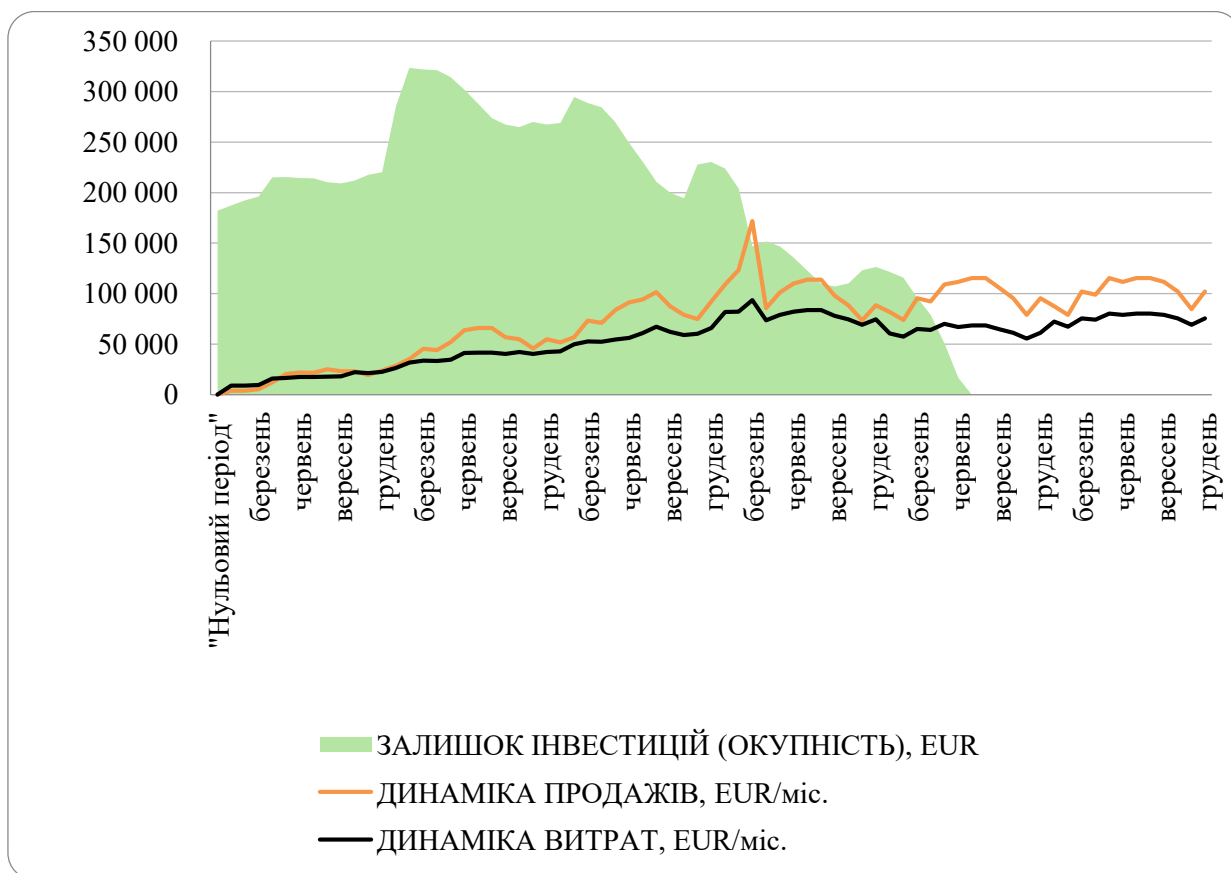


Рис. 3.1. Динаміка руху грошових коштів

Джерело: власна розробка

Даний рисунок дає можливість наочно побачити динаміку продажів та витрат компанії, різниця між якими дозволяє повертати інвестиційні кошти та в результаті вийти на окупність проєкту.

Для розрахунку інвестиційної привабливості необхідним є розрахунок показників NPV, IRR, DPP тощо.

Результати розрахунку наведені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Показники інвестиційної привабливості проєкту

Сценарій	NPV (грн)	IRR (%)	Окупність (роки)
Песимістичний	2 100 000	15,3%	3,6
Оптимальний	6 100 000	21,5%	2,7
Позитивний	10 800 000	28,4%	2,1

Джерело: власна розробка

NPV дає можливість побачити, на яку суму ми можемо розраховувати через певний період часу з урахуванням виплат інвесторам та поточних витрат. Так, за нашими сценаріями ці суми різняться. За оптимальним він дорівнюватиме 6 100 000 грн. А окупність саме за цим сценарієм є 2,7 роки.

Варто відзначити, що термін окупності різниться вагомо в залежності від сценарію розрахунку. Й цілком логічним є те, що за песимістичним він є найбільшим. Проте різниця між не є пропорційною з іншими сценаріями.

Внутрішня норма доходності (IRR) також змінюється відповідно до сценарію. Причому, варто відмітити, що тут різниця не є критичною. При оптимальному сценарії IRR дорівнює 21,5%. З урахуванням окупності протягом 2,7 років, позитивним NPV, можна вважати, що даний проєкт є інвестиційно привабливим незалежно від великого розміру інвестицій.

3.2. Оцінка ризиків та шляхи їх мінімізації

Успішна реалізація проєкту з оренди транспортних засобів «AutoRent UA» вимагає систематичного підходу до ідентифікації, оцінки та управління потенційними загрозами. Нижче наведено ключові категорії ризиків проєкту та детальний опис їхнього впливу (рис. 3.2).

Ринокві ризики	<ul style="list-style-type: none"> • Зниження попиту на оренду автомобілів
Фінансові ризики	<ul style="list-style-type: none"> • Коливання валютного курсу • Підвищення процентних ставок
Операційні ризики	<ul style="list-style-type: none"> • Поломки автомоблів, нещасні випадки
Правові ризики	<ul style="list-style-type: none"> • Зміни в законодавстві щодо оренди автомобілів

Рис. 3.2. Ризики проєкту

Джерело: власна розробка

Отже, зниження попиту на оренду автомобілів – це різновид зовнішнього ринкового ризику, який може бути спричинений економічним спадом, зменшенням туристичного потоку, зростанням популярності альтернативних видів транспорту або зміною споживчих звичок. Вплив даного ризику доволі високий, оскільки призводить до прямого зниження операційного доходу, тобто виручки, проєкту. Недозавантаження автопарку призводить до збільшення терміну окупності інвестицій та потенційних

збитків, оскільки постійні витрати (страхування, обслуговування, кредитні платежі) залишаються незмінними.

Ще одним зовнішнім ризиком є ризик, який впливає на грошові потоки, рентабельність та вартість капіталу проєкту, і це – фінансовий ризик. Він може виражатися у коливанні валютного курсу, якщо закупівля транспортних засобів, запчастин або обслуговування проводиться у іноземній, а дохід генерується у національній валюті. Ступінь впливу даного ризику високий, адже різке знецінення національної валюти збільшує вартість автопарку (основних засобів) та операційних витрат на імпортовані запчастини. Це також підвищує розмір боргового навантаження, якщо кредити були взяті у валюті, та знижує фінансову стійкість проєкту.

Ще одним фінансовим ризиком є ризик підвищення процентних ставок через зростання облікової ставки Національного банку або комерційних банків, що веде до подорожчання залучених кредитних ресурсів (лізингу, банківських позик). Ступінь впливу в даному випадку – середній, адже збільшення витрат на обслуговування боргу (кредитних платежів), що зменшує чистий прибуток та рентабельність інвестицій (ROI). Це робить проєкт менш привабливим для потенційних інвесторів.

Операційні ризики – це ризики, пов'язані з внутрішніми процесами, технічною експлуатацією та людським фактором. Технічні несправності, що виникають через знос або неправильну експлуатацію клієнтами, а також дорожньо-транспортні пригоди, що призводять до пошкодження активів говорять про такий ризик, як поломки автомобілів, нещасні випадки. Потенційний вплив даного ризику на проєкт є достатньо високим, адже призводить до зростання витрат на ремонт та страхування, втрати доходу через виведення транспортного засобу з експлуатації на час ремонту. Часті поломки також можуть негативно вплинути на репутацію сервісу.

Зовнішні ризики, пов'язані зі змінами в регуляторному середовищі, призводять до появи правових ризиків, таких як зміни в законодавстві щодо оренди автомобілів. Тобто, прийняття нових або зміна існуючих законів,

постанов та місцевих регулювань, наприклад, щодо вимог до ліцензування, оподаткування, правил паркування чи експлуатації каршерінгу може на високому рівні призвести до необхідності терміново переобладнати автопарк або переглянути бізнес-модель. Для прикладу: введення додаткових зборів за паркування у центрі міста або посилення вимог до страхування. Це підвищує операційні та капітальні витрати, ускладнюючи діяльність.

Управління ризиками передбачає розробку та реалізацію заходів, спрямованих на зниження ймовірності виникнення ризикових подій та зменшення їхнього потенційного негативного впливу.

Для протидії виявленим загрозам нами розроблено чотири ключові стратегії, які безпосередньо спрямовані на нейтралізацію основних загроз проєкту та формують основу системи управління ризиками проєкту (рис. 3.3).

Отже, перша стратегія – страхування автопарку. Ця стратегія мінімізує ризик фінансових втрат, пов'язаних з ремонтом або повною втратою активів через ДТП або викрадення, перекладається на страхову компанію. Це стабілізує грошові потоки проєкту, захищає інвестиційний капітал та дозволяє перекласти фінансові наслідки повних або часткових втрат активів на страхові компанії, захищаючи інвестиційний капітал від катастрофічних збитків.

Друга стратегія – регулярне технічне обслуговування, передбачає впровадження суворого графіка планового технічного обслуговування та діагностики, що перевищує мінімальні вимоги виробника, використання якісних запчастин та сертифікованих сервісних центрів. Систематичне ТО знижує ймовірність технічних поломок, що, своєю чергою, зменшує час простою автомобілів та запобігає аварійним ситуаціям, що також підвищує репутацію сервісу. Цей захід є стратегією уникнення та зниження ризику, що зменшує ймовірність виникнення технічних поломок та простоїв, а також знижує ймовірність дорожньо-транспортних пригод.

Наступна стратегія – юридичний супровід діяльності, яка передбачає постійний моніторинг змін у законодавстві, наприклад, оподаткування, ліцензування, правила дорожнього руху тощо, а також розробка юридично

бездоганних договорів оренди, що захищають інтереси компанії. Стратегія контролю та захисту, яка забезпечує відповідність діяльності нормативним вимогам, мінімізує правові ризики та захищає інтереси компанії в договірних відносинах із клієнтами. Своєчасна адаптація бізнес-процесів до нових норм, наприклад, податкових, дозволяє уникнути штрафів та зупинки діяльності. Чіткі договори мінімізують ризик фінансових втрат від недобросовісних клієнтів.

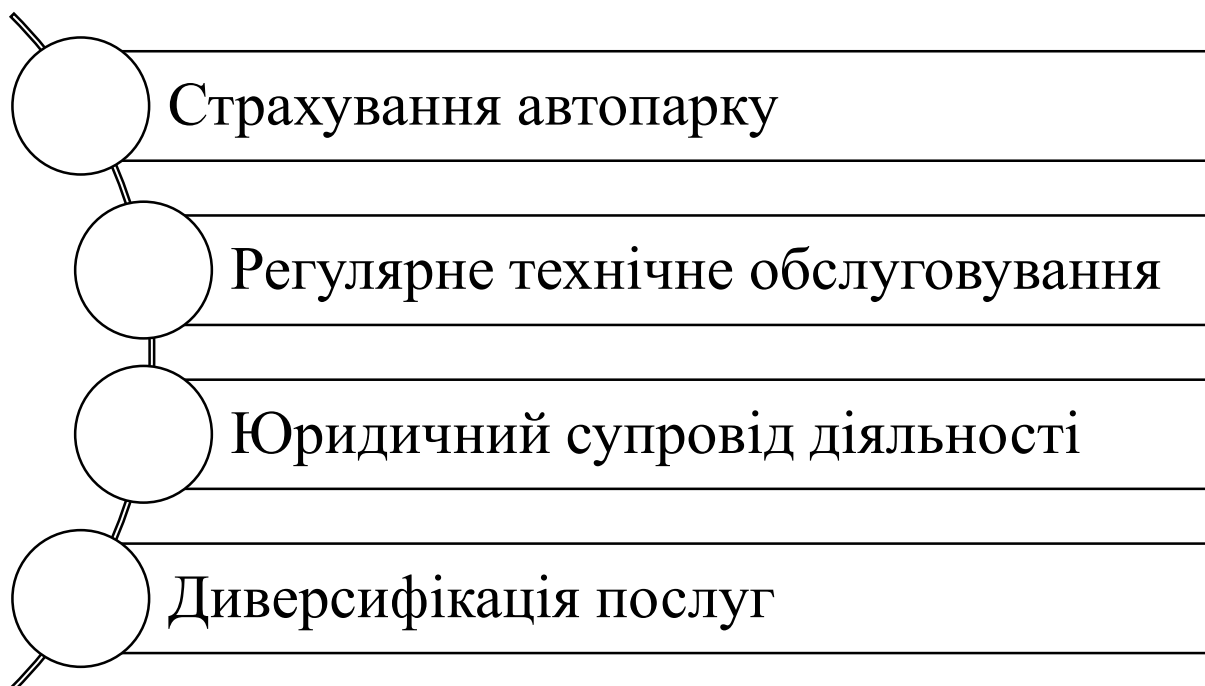


Рис. 3.3. Стратегії мінімізації ризиків

Джерело: власна розробка

Стратегія диверсифікації послуг – ключова стратегія розподілу ризику, яка полягає у розширенні спектра пропозицій (короткострокова/довгострокова оренда, корпоративне обслуговування). Вона підвищує стійкість до ринкових коливань, забезпечуючи стабільність грошових потоків з різних сегментів ринку. Стратегія передбачає розширення пропозиції за рахунок включення різних сегментів: короткострокова оренда, довгострокова оренда, корпоративне обслуговування, а також спеціалізовані транспортні засоби, наприклад, вантажні фургони, електромобілі. Механізм мінімізації – розподіл

ризиків. Створення кількох незалежних джерел доходу. Якщо попит знижується в одному сегменті (наприклад, туристична короткострокова оренда), дохід може бути підтриманий за рахунок іншого (наприклад, корпоративна довгострокова оренда). Це підвищує стійкість проєкту до циклічних коливань ринку.

Ці чотири стратегії є основою для побудови ефективної системи управління ризиками у нашому інвестиційному проєкті.

Отже, комплексний аналіз інвестиційного проєкту з надання послуг оренди транспортних засобів дозволив ідентифікувати та класифікувати низку ризиків, здатних суттєво вплинути на фінансову стійкість та кінцевий інвестиційний дохід. Впровадження стратегій мінімізації ризиків дозволить не лише ефективно мінімізувати вплив найбільш критичних ризиків, але й підвищити загальну інвестиційну привабливість проєкту за рахунок забезпечення його прогнозованості та фінансової стійкості. Управління ризиками, таким чином, стає не лише захисним механізмом, але й елементом підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання магістерської роботи «Інвестиційний проєкт розвитку компанії з оренди транспортних засобів» були успішно вирішені всі поставлені завдання, що дозволило створити комплексну, фінансово обґрунтовану модель розвитку компанії в умовах динамічного ринку.

1. Бізнес з оренди транспортних засобів розвивається швидкими темпами, як в Україні, так й у всьому світі. Можна спостерігати позитивні тенденції протягом останніх років та не менш позитивні прогнози. Найбільш великим сегментом даного ринку є сегмент оренди автомобілів. Додатково можна виділити таку послугу як каршерінг, який наразі отримує дуже широкого розвитку.

2. Соціальна складова даного бізнесу є достатньо відмітною, так як можна спостерігати позитивний соціальний ефект в різних напрямках: від залучення в повноцінне життя різних верств населення, до допомоги гуманітарним та волонтерським організаціям. Важливим результатом є покращення стану навколишнього середовища, адже цей бізнес напряду впливає на кількість власних авто та зниження заторів на дорогах та викидів. Також, варто відзначити, що важливим є те, що частка електромобілів в автопарку компаній з надання оренди щороку збільшується, що говорить про відповідальне ставлення щодо своєї діяльності.

3. На основі аналізу потреб ринку та ресурсного забезпечення було розроблено організаційно-виробничий план інвестиційного проєкту. Цей план передбачає чітку функціональну структуру компанії, де ключова увага приділяється відділам управління автопарком, IT-супроводу та клієнтському сервісу. Виробничий план включає графіки поповнення та оновлення автопарку, розширення сервісної інфраструктури, а також стандарти якості технічного обслуговування. Розроблена організаційна модель є гнучкою, що дозволяє швидко адаптуватися до змін попиту та забезпечує ефективне використання інвестиційних ресурсів на всіх етапах реалізації проєкту.

4. Дослідження конкурентного середовища показало, що ринок оренди транспортних засобів є висококонкурентним, проте має значні ніші для зростання. Визначено ключових прямих конкурентів, це великі міжнародні та місцеві прокатні компанії та непрямих, таких як таксі-сервіси, громадський транспорт тощо. Конкурентні переваги проєкту базуються на пропозиції оптимального співвідношення ціна/якість, високій технологізації послуг, наприклад, онлайн-бронювання, електронний документообіг та формуванні спеціалізованого автопарку, націленого на конкретні цільові групи наприклад, корпоративний сегмент або електромобілі. Результати аналізу сформували основу для розробки ефективної цінової та маркетингової стратегії проєкту.

5. На основі організаційно-виробничого плану та прогнозу продажів був розроблений детальний фінансовий план проєкту на визначений період. Розрахунки чистого грошового потоку, інвестиційного капіталу та операційних витрат підтвердили фінансову стійкість проєкту. Фінансова модель проєкту демонструє високу ефективність інвестицій. Такі показники, як чиста теперішня вартість (NPV) у розмірі 6 100 000 грн. та внутрішня норма дохідності (IRR) на рівні 21,5%, що значно перевищує середньогалузеву ставку, підтверджують високу рентабельність вкладень.

Таким чином, проведені розрахунки свідчать про те, що проєкт не лише самоокупний, але й здатний генерувати значний прибуток, забезпечуючи надійну основу для його реалізації та подальшого розвитку.

6. У рамках дослідження було проведено комплексну оцінку ризиків, що можуть вплинути на реалізацію інвестиційного проєкту. Ідентифіковано ключові групи ризиків: фінансові (валютні коливання, зміна ставок кредитування), операційні (пошкодження автопарку, крадіжки, простої), ринкові (зміна попиту, дії конкурентів) та законодавчі. Розроблено багаторівневу систему управління ризиками, що включає обов'язкове повне страхування, створення резервного фонду, диверсифікацію парку за класами автомобілів та використання інтегрованих систем для постійного моніторингу

стану транспортних засобів. Запропоновані заходи дозволяють мінімізувати вплив негативних факторів та підвищити стійкість проєкту.

Таким чином, оцінка доцільності впровадження проєкту є позитивною. Проєкт розвитку компанії з оренди транспортних засобів є фінансово життєздатним, інвестиційно привабливим та забезпечує високу дохідність на вкладений капітал, що робить його рекомендованим для реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гайкова Т.В., Мороз О.В., Олексієнко С.Р. Аналіз перспектив розвитку проєкту каршерінгу. Центральнoукраїнський науковий вісник. Технічні науки. 2023. Вип. 7(38), ч.І. URL : [https://mapiea.kntu.kr.ua/pdf/7\(38\)_I/28.pdf](https://mapiea.kntu.kr.ua/pdf/7(38)_I/28.pdf)
2. Гальона І., Махлай А. Ринок транспортних послуг: поняття та ознаки. Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення: матеріали інтернет-конференції. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ru/article/id-1386/>
3. Дергач А., Альошин С. Інвестиційні можливості компаній з оренди транспортних засобів. Роль молоді у розвитку АПК України [Електронний ресурс]: зб. матеріалів ІХ міжнар. наук.-практ. конф. (15-16 квітня 2025 р.). Київ: НУБіП України, 2025. С.36-38 . PDF-формат; мережеве видання; інституційний репозитарій
4. Дергач А.В., Альошин С.С. Особливості розвитку ринку транспортних послуг в Україні. Агропромисловий комплекс України: сучасний стан та перспективи розвитку. Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору, досвід і співпраця з ЄС. Збірник матеріалів VIII міжнар. наук.-практ. конф. Київ: НУБіП України, 2025. С.153-156. PDF-формат; мережеве видання; інституційний репозитарій
5. Євроінтеграція ринку послуг автомобільного транспорту: урядовий законопроект № 4560 схвалено до другого читання. Урядовий веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/yevrointehratsiia-rynku-posluh-avtomobilnoho-transportu-uriadovyi-zakonoproekt-4560-skhvaleno-do-druho-ho-chytannia>
6. Єрмоленко Т. Каршеринг та райдшеринг – майбутнє міської мобільності. Delo.ua: онлайн-медіа. URL : <https://delo.ua/auto/karsering-ta-raidsiring-maibutnje-miskoyi-mobilnosti-455292/>

7. Найкращі компанії з оренди автомобілів в Україні: огляд, ціни та поради з вибору. Оцінка. Україна: вебсайт. URL: <https://xn--80atid4b5f.xn--j1amh/%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%89%D1%96-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97-%D0%B7-%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8-%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE/>
8. Оренда авто для волонтерських організацій. CarRent.ua. URL: <https://car-rent.ua/uk/korporatyvnym-klientam/orenda-avto-dlya-volonterskyh-organizacij/>
9. Оренда і лізинг в Україні. YC.Market Catalog. URL : <https://catalog.youcontrol.market/orenda-i-lizynh>
10. Повний гайд з оренди автомобіля в Україні: Що потрібно знати? NarsCars: веб-сайт. URL: <https://narscars.com.ua/ua/blog/nuzhnoznat/povnij-gajd-z-orendi-avtomobilya-v-ukrayini>
11. Проценко Г. Сервіс оренди авто в Україні – важливість вибору та кому можна довіряти. Rental.ua. 11 листопада 2025 р. URL : <https://rental.ua/ua/info/servis-orendy-avto-v-ukraini>
12. Ринок каршерінгу в Україні. In Venture. URL : <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/rinok-karsheringu-v-ukrayini>
13. Сервіси оренди транспорту – майбутнє міст чи тимчасові іграшки? Хмарочос: вебсайт. URL : <https://hmarochos.kiev.ua/2018/11/14/servisi-orendi-transportu-maybutnye-mist-chi-timchasovi-igrashki/>
14. Топ-10 компаній по оренді та каршерінгу України 2025. Ukrainian Business Award: вебсайт. URL : <https://uba.top/rental-and-car-sharing-companies/>
15. Чому варто вкласти гроші в оренду авто? Real Partners: вебсайт. URL : <https://www.realcarfinance.com.ua/new/investiciyi-v-avtobiznes-a-same---v-orendu-avto-z-pravom-vikupu>

16. Шинкарук Л.В., Деліні М.М., Суханова А.В., Алексеева К.А. Управління бізнес-проектами: навчальний посібник для студентів зі спеціальності 073 «Менеджмент». Київ : НУБіП, 2021. 325 с.
17. Does sharing cars really reduce car use? Transport&Environment. URL: https://www.transportenvironment.org/uploads/files/Does-sharing-cars-really-reduce-car-use-June202017.pdf?utm_source=chatgpt.com
18. Number cars in car sharing schemes. European Environment Agency. URL : https://www.eea.europa.eu/en/circularity/thematic-metrics/consumer/number-cars-in-car-sharing-schemes-1?utm_source=chatgpt.com
19. Statista. URL : https://www.statista.com/outlook/mmo/shared-mobility/car-rentals/worldwide?srsId=AfmBOoqBSw_R5aUSdwTk7hbXK80RdESnRq9lypq6DvSwn36u4r8JfZwu
20. The Rise of the Global Car Rental Market. Trav Heir. URL : <https://www.travheir.com/the-rise-of-the-global-car-rental-market/>
21. Shynkaruk L.V., Dielini M.M., Vlasenko T.O., Dergach A.V. Investment management: study guide for students of the specialty 073 «Management». Kyiv: NULES, 2023. 336 p.
22. The World Market for Car Rental. URL : <https://www.euromonitor.com/the-world-market-for-car-rental/report>
23. Vehicle Rental Market. Market Research Future. URL : <https://www.marketresearchfuture.com/reports/vehicle-rental-market-43655>