

¹Національний університет водного господарства та природокористування м. Рівне

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ АВТОМОБІЛЬНИХ АКСЕСУАРІВ

Проаналізовано ринок автомобільних аксесуарів в Україні і в локальному ринку м. Рівного, його перспективи функціонування та основні фактори появи змін. Вказані впливи та залежності відповідного автоаксесуарного ринку, його розвитку, а також поточні можливості функціонування бізнесу в цій галузі. Просегментовано споживачів цього ринку та досліджено структуру, яка є мінливою, проте може допомогти при короткостроковому визначенні ємності автоаксесуарного ринку.

Стан та тенденції ринку автомобільних аксесуарів, виходячи з даних про зростаючі обсяги продажів автомобілів у 2021–2024 роках, є достатньо обнадійливими та сприятливими для ринку аксесуарів та їх споживання, оскільки вони лінійно взаємопов'язані.

Обсяги продажів автомобільних аксесуарів на відповідному ринку Рівного за останні два роки зріс на 15%. Це зумовлено як збільшенням наявної кількості автомобілів, так і розширенням асортименту аксесуарів, їх просуванням, доступністю різноманітних точок продажу – від традиційних роздрібних магазинів до різноманітних інтернет-магазинів.

Ринок автомобільних аксесуарів продовжить своє зростання через підвищення інтересу людей до власної безпеки та комфорту, тяжіння до власної індивідуалізації в нових трендах, а також через збільшення кількості автомобілів у місті та й в країні переважно з вторинного ринку, які потребують осучаснення, а інколи й модернізації. Саме тому аксесуари є незамінними. Розширення асортименту та поява нових брендovаних товарів на ринку спонукають попит.

Запропоновано декілька підходів визначення ємності ринку автоаксесуарів та відповідні методики.

Виходячи з проведеного аналізу, цей ринок можна розглядати як ринок можливостей, тобто потенційно є хороші перспективи до темпів зростання ринку автоаксесуарів. Зважаючи, що термін служби автомобілів досить тривалий, а їх сумарна кількість щорічно зростає, то і потреба в аксесуарах теж збільшується.

Аналіз вказує на потреби в підготовці відповідних фахівців для цього

ринку з метою реалізації різних інвестиційних проєктів та ухвалення різнопланових управлінських рішень.

Ключові слова: аналіз; ринок; автомобільні аксесуари; ціна; фактори впливу; управлінські рішення; ємність ринку; автомобільні аксесуари; витрати.

Постановка проблеми. Сучасні умови експлуатації автомобілів вимагають доповнення різноманітними аксесуарами та їх наявністю для зручного використання, що підкреслюють певний стиль або навіть статус власника. Автомобільні аксесуари використовується автовласником або водієм для задоволення специфічних потреб кожної особи. Сучасний споживач-водій має потребу у придбанні зручних аксесуарів для комфортного та безпечного водіння. Спостерігається постійний ріст асортименту автоаксесуарів, що формується в основному платоспроможним покупцем, тобто споживачем. Попит задовольняють продавці та виробники аксесуарів. Власне всі ці учасники і формують відповідний ринок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування ринку товарів для автомобілів аксесуарного типу досліджували наступні вчені: Раскін В. Л., Стасюк Б. Б., Мороз В. В., Єрьоміна А. В., Ткачов М. М. та інші. Водночас потрібно зазначити, що в основному дослідження проводяться в поєднанні статті витрат та обліку автомобільних аксесуарів та запасних частин до авто. Ми пов'язуємо такий стан досліджень з тим, що ринок аксесуарів розвивається і ще залишається значно меншим від ринку запчастин, проте ці ринки дуже поєднані між собою та є взаємодоповнюючими.

Незважаючи на наявність наукових розвідок та досліджень в цій сфері, маловивченими є сегменти і взаємозв'язки тенденцій та змін на ринку автомобільних аксесуарів. Отже, **метою статті** є розкриття актуальних особливостей попиту на локальному ринку автоаксесуарів м. Рівного та тенденцій в Україні.

Постановка завдання. Щоб дослідити ринок автомобільних аксесуарів та його поведінку, необхідно визначити потенційну ємність даного ринку, визначити основні фактори впливу та залежності; проаналізувати кількість та тенденції продажу автомобілів, адже це взаємопов'язані ринки та основна база для споживання автоаксесуарних товарів.

Виклад основного матеріалу. Динаміка автомобільного ринку за останні роки є наступною. Так, упродовж 2024 року в Україні всіма

суб'єктами ринку придбано 68,8 тисяч нових легковиків. У порівнянні з попереднім 2023 роком приріст складає +9,2% [1]. Отож, в середньому за минулі 12 місяців в середньому дилери продавали близько 5,7 тис. нових легковиків щомісяця, за даними Інституту досліджень авторинку [6]. Доречно додати інформацію щодо кількісної тенденції покупок та продажів автомобілів і в попередні роки, адже це показує процес та тенденції накопичення цих товарів, тобто автомобілів. «З початку 2021 року в Україні зареєстрували 75 500 нових автомобілів, на кінець року було зафіксовано вже майже 104 000 таких автомобілів. На придбання цих автомобілів споживачі витратили більше 2,4 млрд доларів США. Важливо підкреслити, що при цьому частка вживаних автомобілів в Україні склала майже 86% від усіх легкових автомобілів, які вперше були зареєстровані в Україні. Війна 2022 року Росії проти України обрушила здобутки попередніх років, природним був шок покупців через невизначеність ситуації, війну та воєнний стан в державі, проте ринок встояв, функціонує і оживає попри всі загрози, люди не відкладають життя на потім» [6].

Щодо стану та тенденцій ринку автомобілів, виходячи з наведених даних про обсяги їх продажів у 2021–2024 роках, можна стверджувати, що ситуація є доволі обнадійливою та сприятливою для розвитку ринку відповідних аксесуарів і зростання їх споживання.

Оскільки термін служби автомобілів є досить тривалим, а їхня сумарна кількість щороку збільшується, відповідно зростає і потреба в автоаксесуарах. Ринок автоаксесуарів як у м. Рівному, так і загалом в Україні, характеризується стійкою тенденцією до накопичення попиту, що зумовлено постійними продажами автомобілів, особливо вживаних. Це підтверджує і фактичне зростання кількості придбаних транспортних засобів.

Водночас, війна Росії проти України та щоденні обстріли мирного населення призводять до пошкодження автомобілів. Унаслідок цього останніми роками, окрім традиційного попиту, сформувався ще й вимушений – обумовлений бойовими діями.

Таким чином, у нашому випадку спостерігається виразна позитивна динаміка: як нові власники автомобілів, так і досвідчені водії активно інвестують у необхідні та зручні аксесуари, прагнучи підтримувати свої транспортні засоби у належному стані та відповідати сучасним вимогам.

Аналізуючи попит і причини придбання автомобільних аксесуарів, можна зробити висновок, що вони переважно зумовлені такими факторами:

стабільний попит із тенденцією до зростання на облаштування зручностей та комфорту для водіїв і пасажирів. Багато автовласників періодично прагнуть підвищити комфортність у своїх автомобілях, оновлюючи, наприклад, чохли для сидінь, захисні килимки, аудіосистеми, освітлення тощо;

зацікавленість у персоналізації та ексклюзивності авто. Аксесуари дають змогу за відносно невеликі кошти створити індивідуальний стиль автомобіля та надати йому особливих рис;

прагнення до безпеки та функціональної практичності. Сучасні високотехнологічні аксесуари (парктроніки, GPS-трекери, відеореєстратори, камери огляду) забезпечують зручність у керуванні, підвищують поінформованість водія та стають додатковими елементами безпеки як для самого кермувальника, так і для оточення.

Автомобільні аксесуари необхідні майже всім групам автовласників, які й становлять цільову аудиторію ринку. Залежно від цілей використання автомобілів, виокремимо наступні категорії споживачів:

- власники особистих автомобілів становлять найбільшу частку на ринку споживання аксесуарів для покращення комфорту салону, його персоналізації;

- водії комерційних автомобілів, які займаються перевезеннями, зазвичай використовують спеціалізовані аксесуари, як-от пристрої для кріплення та контролю вантажів, трекери, навігаційні системи, застосунки для організації простору в авто тощо;

- нові власники авто – категорія, яка активно оновлює інтер'єр транспортних засобів. Це зумовлено тим, що новопридбані авто, особливо вживані, потребують індивідуальної адаптації шляхом додавання аксесуарів для забезпечення особистої зручності, відповідно до власних уподобань та підвищення індивідуальної безпеки.

Сегментування споживачів цього ринку та дослідження виводить на певну відсоткову структуру, яка є мінливою, проте може допомогти при короткостроковому визначенні ємності автоаксесуарного ринку.

Спостерігається наступний розподіл попиту на аксесуари за часткою ринку (%), серед різних груп споживачів: – приватні власники складають біля 70% (основні потреби комфорт, безпека, персоналізація); – комерційні перевізники 15%, (основні потреби: практичність, інформативність, додаткове обладнання); – нові власники авто 15% (задоволення індивідуальних смаків, вподобань).

Пропонуємо розглянути декілька підходів, розроблених нами для визначення ємності ринку автоаксесуарів:

1) припускаємо, що кожен другий водій купує ті чи інші автомобільні аксесуари, тож вийде формула $\epsilon_{aa} = k * N_a * C_{aa}$, де ϵ_{aa} – ємність ринку автомобільних аксесуарів (грн), k – коефіцієнт кількості активних споживачів, автокористувачів, N_a – кількість автомобілів на умовному ринку (шт.), C_{aa} – середня ціна чеку на автомобільні аксесуари (грн), що описує припущення обсягів споживання;

2) знаходимо обсяги ринку продажів автомобільних аксесуарів через припущення залежності кількості продажів і заробітної плати продавців відповідного товару. Реалії сьогодення такі, що підприємці переважно показують мінімальну заробітну плату, особливо найнятим працівникам, щоб уникати перевитрат на оподаткування. З погляду економічних обґрунтувань, це логічна практика, що стосується соціальної чи моральної складової, то це інша сфера досліджень. Отож, розрахувати ємність ринку за таким підходом пропонуємо наступним чином: $\epsilon_{aa} = \min ЗП * N_p * S_p$, де ϵ_{aa} – ємність ринку автомобільних аксесуарів (грн), $\min ЗП$ – мінімальна зарплата продавців (грн), N_p – кількість продавців на умовному ринку (шт.), S_p – показник співвідношення заробітної плати і обсягів продажу автомобільних аксесуарів (%), яка має бути вищою за точку окупності, оскільки є ще ризики непередбачених витрат ведення бізнесу. Такий підхід має право на життя, адже в ринкових умовах продавець в збиток собі працювати не буде. Відтак кількість продавців на ринку є певним індикатором попиту на автоаксесуари;

3) третій підхід визначення ємності ринку базується на прогнозі продажів залежно від аналогічних обсягів продаж у минулому періоді, тобто це прогнозний відсоток можливого продажу в плановому році відносно попереднього. $\epsilon_{aa} = Q_{pp} * I_k * (1 + ЧЗп)$, де ϵ_{aa} – ємність ринку автомобільних аксесуарів (грн), Q_{pp} – обсяг прогнозів продажів автоаксесуарів (грн), I_k – прогнозний інфляційний

коефіцієнт на плановий рік (%), *ЧЗп* – частка зростання продажів щодо кількості автомобілів на умовному ринку, або загальної їх кількості (%).

Коливання попиту та зростання ціни на автомобільні аксесуари демонструють певну усталеність через інфляційні процеси та відповідне зростання витрат на виробництво товарів. Дослідження вказують, що у 2023 році ціни підвищилися на 8% порівняно з попереднім роком. Зростання цін відбувається в основному з двох причин – це збільшення вартості матеріалів через інфляційні процеси, що відбивається на собівартості наступних товарів та послуг і, по-друге, бажання збільшення частки прибутку, яке компенсується знижками та іншими маркетинговими заходами.

Аналізуючи статистику кількості автовласників у м. Рівне, для розуміння потенціалу і прогнозування досліджуваного ринку доцільно спостерігати за кількістю автомобілів у місті та провести сегментацію їх власників. Тож станом на 2023 рік, у Рівному зареєстровано близько 80 тис. автомобілів, і їх кількість щорічно має приріст на 3–5%. Із них по структурі: приватні власники для особистого користування становлять 85% від загальної кількості зареєстрованих автомобілів; власники бізнес-компаній та підприємці, комерційні перевізники – близько 15%. Аналіз авторинку вказує що 2024 рік був доволі успішним, враховуючи фактор війни, адже в існуючих сегментах відбувалося зростання продажів, хоча в кінці року відбулося сповільнення. Загалом за рік автопарк України збільшився на понад 300 тисяч легкових і вантажних машин, а вартість їх склала понад 25 млрд доларів. З них частка вживаних авто зросла на 4% відповідно до минулого року, бо постановка на облік їх утричі більше, аніж нових легковиків – 222,1 тис. [7].

Обсяги продажів автомобільних аксесуарів на відповідному ринку Рівного за останні два роки зріс на 15% [4]. Це зумовлено як збільшенням наявної кількості автомобілів, так і розширенням асортименту аксесуарів та їх просуванням і доступністю різноманітних точок продажу – від традиційних роздрібних магазинів до різноманітних інтернет-магазинів.

Згідно з традиційним аналізом, ринок автомобільних аксесуарів продовжуватиме зростати завдяки зростанню інтересу споживачів до безпеки та комфорту, прагненню до індивідуалізації відповідно до нових трендів, а також збільшенню кількості автомобілів у містах і країні. Переважно йдеться про транспортні засоби з вторинного ринку, які потребують осучаснення чи модернізації, де аксесуари

270

відіграють ключову роль. Крім того, розширення асортименту та поява нових брендovаних товарів на ринку додатково стимулюють попит.

Важливо провести аналіз постачальників нашого товару за предметом дослідження. Виробників є достатньо багато, але все ж є лідери за прийнятними критеріями. Глобальними основними постачальниками автомобільних аксесуарів виступають виробники Китаю та Європейського Союзу. Зазвичай Китай пропонує великий асортимент бюджетних масових товарів, а ЄС постачає більш якісні, надійніші аксесуари, виготовлених з дотриманням широкого спектру стандартів, які орієнтовані на вимогливих клієнтів.

У результаті загального аналізу асортименту та цін на основні категорії автомобільних аксесуарів за виробничим походженням спостерігаються такі тенденції:

1) автоаксесуари виготовлені у Китаї: – інтер'єрні аксесуари (чохли для сидінь, органайзери, ароматизатори за ціною від 50 до 1600 грн за одиницю); – електроніка (відеореєстратори, зарядні пристрої, GPS-навігатори по ціні від 400 до 7500 грн); – декоративні елементи (накладки, вінілові наклейки, освітлення для салону з цінами від 30 до 700 грн) [2];

2) автоаксесуари європейського виробництва: – електроніка преміум-сегменту (парктроніки, професійні навігаційні системи, автозвукові системи за ціною від 2500 до 19000 грн); – безпекові аксесуари (аптечки, аварійні знаки, професійні відеореєстратори, парктроніки, спеціальні рідини за цінами від 500 до 4000 грн [3].

Все більше продавців та й виробників надають перевагу, окрім традиційного реального продажу, торгівлі онлайн. Така тенденція створює для покупців можливість придбавати товари безпосередньо у виробника, що зазвичай дозволяє знаходити їх за нижчими цінами. Водночас виникає проблема суттєвих змін на реальному ринку руху товарів, зумовлених розвитком онлайн-торгівлі. У цьому новітньому процесі простежуються як позитивні, так і негативні аспекти взаємодії продавця та покупця. Для зручності розглянемо у табличній формі переваги та недоліки (таблиця).

Таблиця

Аналіз можливостей і обмежень онлайн-торгівлі

№	Переваги (позитиви)	Недоліки
1	Швидкий доступ до інформації щодо асортименту та техніко-технологічних характеристик (ТТХ) товару	Онлайн-візуалізація не завжди відповідає дійсності та очікуванням покупця щодо якості товарів
2	Зниження ціни за рахунок зменшення кількості посередників в ланцюгу поставки товарів	-
3	Підвищення конкуренції на всіх ринках, що впливає на оптимізацію цін на товар та на адекватність торгових надбавок	Поштовх до ризику виробництва та постачання товару низької якості (фірм та товарів «одноденок»)
4	Зручності при здійсненні замовлення та розрахункових операціях (оплати) за товар та його доставку	Вклинення недобросовісних фірм та шахрайських схем при передоплаті: - непостачання товару (обман); - доставка неякісного товару

Висновки. Розвиток онлайн-торгівлі та традиційних продажів зумовлює появу суттєвої різниці у цінах на один і той самий товар на спільному ринку. Логічно це можна пояснити фактичними витратами на логістику та продажі (утримання мережі для продаж та просування товару). Перевагами традиційної торгівлі є можливість безпосередньо оглянути товар, оцінити його якість, підібрати оптимальний варіант за співвідношенням «ціна–якість», здійснити оплату й отримати продукцію одразу, а також оформити гарантію. Водночас суттєвим недоліком роздрібної торгівлі є вищі ціни порівняно з онлайн-продажами. Натомість онлайн-торгівля має свої ризики: отримання товару гіршої якості, ніж заявлено в пропозиції; сумнівність або відсутність можливості повернення коштів; тривалий термін постачання. Однак ці ризики часто компенсуються значно нижчими цінами, що виступає вагомим стимулюючим чинником.

Аналіз обсягів продажів автомобільних аксесуарів у м. Рівному за 2021–2024 роки показує стійку позитивну динаміку:

2021 рік – 85 тис. од., приріст 4%;

2022 рік – 93 тис. од., приріст 9%;

2023 рік – 107 тис. од., приріст 15% [4]. Зростання обсягів продажів свідчить про те, що власники авто в м. Рівному достатньо активно купують аксесуари для своїх транспортних засобів. Це вказує на можливість для подальшого розширення бізнесу в цій сфері.

1. Український ринок легкових авто: підсумки 2023 року. URL: <https://eauto.org.ua/news/480-ukrajinskiy-rinok-legkovih-avto-z-probigom-pidsumki-2023-roku> (дата звернення: 01.05.2025). 2. Аналізу глобального ринку засобів для догляду за авто. URL: <https://univdatos.com/uk/liquid-car-care-market/> (дата звернення: 06.11.2024). 3. Впровадження засобів відеореєстрації як елемента програми підвищення безпеки дорожнього руху. URL: <https://api.dspace.khadi.kharkov>. <https://tinylink.info/11V-j> (дата звернення: 07.05.2025). 4. Робота інтернет-магазину з продажу авто запчастин в умовах цифрової економіки. URL: <https://tinylink.info/11V-M> (дата звернення: 01.05.2025). 5. Ринок автозапчастин в Україні. URL: <https://tinylink.info/1671e> (дата звернення: 01.05.2025). 6. Стасюк Б. Б. Аналіз основних тенденцій на автомобільному ринку України. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Сер. Економічні науки* : зб. наук. праць. Рівне : НУВГП, 2023. Вип. 2 (102). С. 275–285. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/27738/>. (дата звернення: 01.05.2025). 7. Продажі авто в Україні за 2024 рік – найпопулярніші нові та вживані авто (focus.ua). URL: <https://tinylink.info/11W25> (дата звернення: 08.05.2025).

REFERENCES:

1. Ukrainskyi rynok lehkovykh avto: pidsumky 2023 roku. URL: <https://eauto.org.ua/news/480-ukrajinskiy-rinok-legkovih-avto-z-probigom-pidsumki-2023-roku> (data zvernennia: 01.05.2025). 2. Analizu hlobalnoho rynku zasobiv dlia dohliadu za avto. URL: <https://univdatos.com/uk/liquid-car-care-market/> (data zvernennia: 06.11.2024). 3. Vprovadzhennia zasobiv videoreiestratsii yak elementa prohramy pidvyshchennia bezpeky dorozhnoho rukhu. URL: <https://api.dspace.khadi.kharkov>. <https://tinylink.info/11V-j> (data zvernennia: 07.05.2025). 4. Robota internet-mahazynu z prodazhu avto zapchastyn v umovakh tsyfrovoy ekonomiky. URL: <https://tinylink.info/11V-M> (data zvernennia: 01.05.2025). 5. Rynok avtozapchastyn v Ukraini. URL: <https://tinylink.info/1671e> (data zvernennia: 01.05.2025). 6. Stasiuk B. B. Analiz osnovnykh tendentsii na avtomobilnomu rynku Ukrainy. *Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia. Ser. Ekonomichni nauky* : zb. nauk. prats. Rivne : NUVHP, 2023. Vyp. 2 (102). S. 275–285. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/27738/>. (data zvernennia: 01.05.2025). 7. Prodazhi avto v Ukraini za 2024 rik – naipopuliarnishi novi ta vzhivani avto (focus.ua). URL: <https://tinylink.info/11W25> (data zvernennia: 08.05.2025).

Stasiuk B. B. [1; ORCID ID: 0000-0002-0859-5681],
Senior Lecturer

¹*National University of Water Management and Environmental Engineering, Rivne*

ANALYSIS OF TRENDS IN THE FUNCTIONING OF THE LOCAL AUTOMOTIVE ACCESSORIES MARKET

The automotive accessories market in Ukraine has been analyzed with a focus on the local market of Rivne, its functioning prospects, and the key factors driving change. The study identifies the main influences and interdependencies affecting market development, as well as current business opportunities in this sector. Consumer segments have been outlined, and the market structure – though dynamic – has been examined, providing a basis for short-term estimations of its capacity.

The state and trends of the automotive accessories market, based on car sales data from 2021 to 2024, demonstrate steady growth, which is promising for the further expansion of accessory consumption given their linear interconnection. In Rivne, sales volumes of automotive accessories have increased by 15% over the past two years. This growth is driven by the rising number of vehicles, particularly from the secondary market, as well as by the expansion of the product assortment, its active promotion, and broader availability through both traditional retail stores and online platforms.

The market is expected to continue its upward trajectory, fueled by growing consumer interest in safety and comfort, as well as the tendency toward personalization in line with modern trends. The continuous expansion of product ranges and the introduction of new branded goods further stimulate demand.

Several approaches to estimating the market capacity for automotive accessories have been suggested, along with relevant methodological considerations. Based on the conducted analysis, the market can be regarded as one of opportunities, with favorable conditions for future growth. Considering the long service life of cars and the steady annual increase in their total number, the demand for accessories will continue to rise. The findings also highlight the need for adequately trained specialists in this sector to ensure effective implementation of investment projects and informed managerial decision-making.

Keywords: analysis; market; automotive accessories; price; influencing factors; management decisions; market capacity; automotive accessories; costs; automobile market; price; influencing factors.

Отримано: 10 травня 2025 року
Прорецензовано: 15 травня 2025 року
Прийнято до друку: 04 липня 2025 року