

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
спеціальність
галузь знань

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ І МАРКЕТИНГ
051 Економіка
05 Соціальні та поведінкові науки

Форма навчання: _____ денна _____
очна (денна), заочна, дистанційна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «ДОМІНАНТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО
РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ»

(назва теми)

здобувача _____ Дідик Дмитра Андрійовича _____

(ПІБ, підпис)

Науковий керівник: д. е. н. професор Оболенська Тетяна Євгенівна
(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(*nidnuc*)

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією
з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: д. е. н. професор Циганкова Тетяна Михайлівна
(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(*nidnuc*)

Київ 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ І МАРКЕТИНГ

Спеціальність

051 Економіка

Галузь знань

05 Соціальні та поведінкові науки

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

Т.М. Циганкова

(підпис) (ініціали, прізвище)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Т.М. Циганкова

(підпис) (ініціали, прізвище)

20__ р.

20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачі вищої освіти **Дідику Дмитру Андрійовичу**
(прізвище, ім'я, по батькові)

очної (денної)

форми навчання

очної (денної), заочної, дистанційної

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

**на тему «ДОМІНАНТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ
ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "_18_" вересня 2024 р. № 1604-ст

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах АТ «ПКМЗ», статей і наукових робіт українських та іноземних науковців, статистичних баз (The World Bank, OECD Data), довідкових джерел ЄС, СОТ, звітів та прогнозів консалтингових та інформаційних компаній, матеріали виробничої практики тощо

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ВЖИВАНИХ
	(назва розділу)
Розділ 2	АНАЛІЗ ДОМІНАНТ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ
	(назва розділу)
Розділ 3	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ
	(назва розділу)

Об'єкт дослідження:	процес функціонування світового ринку вживаних автомобілей
Предмет дослідження:	домінанти і тенденції розвитку світового ринку вживаних автомобілів
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	обґрунтування домінант і перспектив розвитку ринку вживаних автомобілей

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	з'ясувати сутність поняття ринку вживаних автомобілів: визначення та основні характеристики
	визначити фактори, що впливають на формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів
	обґрунтувати сучасні тенденції розвитку світового ринку вживаних автомобілей
У розділі 2	визначити географічну структуру ринку: основні регіони та країни-лідери
	встановити стратегічних гравців та конкурентне середовище на ринку вживаних автомобілів
	визначити вплив глобальних економічних та екологічних факторів на ринок
У розділі 3	визначити перспективи впровадження електромобілів та гібридних моделей на ринку вживаних авто
	встановити роль міжнародної торгівлі та електронної комерції у майбутньому ринку вживаних автомобілів
	визначити екологічні вимоги та їхній вплив на структуру та перспективи ринку

**Завдання підготувала
наукова керівниця**

(підпис)

Т.Є. Оболенська

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

**Завдання одержав
здобувач**

(підпис)

Д.А. Дідик

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна магістерська робота містить 81 сторінку, 20 таблиць, 15 рисунків, список літератури з 30 найменувань, 1 додатку.

ДОМІНАНТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ

Об'єктом дослідження є процес функціонування світового ринку вживаних автомобілей.

Предметом дослідження є домінанти і тенденції розвитку світового ринку вживаних автомобілів.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи є обґрунтування домінант і перспектив розвитку ринку вживаних автомобілей.

Завданнями роботи є:

- з'ясувати сутність поняття ринку вживаних автомобілів: визначення та основні характеристики;
- визначити фактори, що впливають на формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів;
- обґрунтувати сучасні тенденції розвитку світового ринку вживаних автомобілей;
- визначити географічну структуру ринку через виділення основних регіонів та країн-лідерів;
- встановити стратегічних гравців та конкурентне середовище на ринку вживаних автомобілів;
- визначити вплив глобальних економічних та екологічних факторів на ринок;
- визначити перспективи впровадження електромобілів та гібридних моделей на ринку вживаних авто;
- встановити роль міжнародної торгівлі та електронної комерції у майбутньому ринку вживаних автомобілів;
- визначити екологічні вимоги та їхній вплив на структуру та перспективи ринку.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що дане дослідження дозволяє ідентифікувати нові можливості для зростання та розвитку на світовому ринку вживаних автомобілів

Період виконання кваліфікаційної магістерської роботи – 2023-2024 рр.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи 2024.

Рік захисту роботи 2024

Ключові слова: ринок вживаних автомобілів, вживані автомобілі, конкурентне середовище, міжнародна торгівля, електронна комерція, екологічні вимоги

Рецензія
на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача вищої освіти

ДІДІКА ДМИТРА АНДРІЙОВИЧА

Тема: **ДОМІНАНТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ**
ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи і доцільність її розроблення:

Тема роботи є надзвичайно актуальною у сучасних умовах, оскільки світовий ринок вживаних автомобілів за останні роки зазнав значних змін, що пов'язані з різними економічними, соціальними та екологічними факторами. Зокрема, глобалізація, розвиток цифрових платформ і новітніх технологій, зростання попиту на електричні та гібридні автомобілі, а також екологічні вимоги визначають сучасний розвиток цього ринку. Дослідження цієї теми важливе для розуміння перспектив розвитку ринку вживаних автомобілів та сприяє розробці практичних рекомендацій для бізнесу і регуляторів.

Якість проведеного дослідження:

Дослідження виконано на високому рівні. Автор провів детальний аналіз факторів, що впливають на ринок вживаних автомобілів, таких як економічні та екологічні аспекти, глобалізація і цифровізація. Використано різноманітні методи дослідження, зокрема порівняльний аналіз, економіко-математичне моделювання, що дозволяє отримати обґрунтовані висновки щодо майбутніх тенденцій розвитку цього ринку. Робота ґрунтується на солідній інформаційній базі, включаючи статистичні дані міжнародних організацій і дослідження ринкових аналітиків.

Позитивні риси кваліфікаційної роботи:

Високий рівень аналізу сучасних тенденцій світового ринку вживаних автомобілів, зокрема в контексті цифровізації та екологічних вимог. Оригінальність підходів до розгляду впливу глобальних факторів на розвиток ринку, що сприяє розширенню наукового розуміння цієї теми. Практична значимість роботи, оскільки автор надав рекомендації щодо використання цифрових платформ та розвитку екологічно чистих автомобілів. Систематизована структура роботи, яка дозволяє чітко висвітлити основні аспекти досліджуваної теми.

Зауваження:

Недостатньо глибоко розглянуті конкретні кейси країн, що ефективно адаптувались до нових реалій цифровізації та екологічних вимог на ринку вживаних автомобілів.

Потрібно більш детально розглянути регуляторну політику у різних країнах, оскільки вона значно впливає на розвиток ринку вживаних автомобілів.

У роботі можна було б більше уваги приділити прогностичним моделям розвитку ринку на основі наданих даних.

Практична значимість висновків і рекомендацій:

Висновки та рекомендації автора мають значну практичну цінність для аналізу і прогнозування розвитку ринку вживаних автомобілів, а також для формування стратегії підприємств, що працюють на цьому ринку. Рекомендації щодо впровадження електричних і гібридних моделей, а також розширення онлайн-торгівлі, можуть бути корисними для компаній і організацій, що прагнуть ефективно функціонувати в умовах змінюваної економічної ситуації

Місце роботи та посада рецензента

Науковий ступінь, учене звання (*за наявності*)

(підпис, ПІБ)

Підпис засвідчую:

(посада, підпис)

Місце печатки організації, де працює рецензент

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ.....	10
1.1 Поняття ринку вживаних автомобілів: визначення та основні характеристики.....	10
1.2 Фактори, що впливають на формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів.....	18
1.3 Світовий ринок вживаних автомобілів: історія розвитку та сучасні тенденції.....	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОМІНАНТ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ.....	34
2.1 Географічна структура ринку: основні регіони та країни-лідери.....	34
2.2 Стратегічні гравці та конкурентне середовище на ринку вживаних автомобілів.....	43
2.3 Вплив глобальних економічних та екологічних факторів на ринок.....	49
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ.....	54
3.1 Перспективи впровадження електромобілів та гібридних моделей на ринку вживаних авто.....	54
3.2 Роль міжнародної торгівлі та електронної комерції у майбутньому ринку вживаних автомобілів.....	62
3.3 Екологічні вимоги та їхній вплив на структуру та перспективи ринку.....	66
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

Світовий ринок вживаних автомобілів за останні десятиліття зазнав значних змін, що зумовлено різними економічними, соціальними та технологічними факторами. Зростання попиту на вживані автомобілі спостерігається в багатьох країнах, адже вони стають доступнішими для широкого кола споживачів. У контексті глобалізації та цифровізації економіки, ринок вживаних автомобілів також адаптується до нових реалій, включаючи зростання онлайн-торгівлі та зміну споживчих уподобань.

Серед основних домінант ринку можна виділити збільшення попиту на доступні автомобілі, зростання надійності техніки, а також вплив екологічних факторів, які сприяють популяризації електромобілів. Водночас, перспективи розвитку ринку вживаних автомобілів обумовлені подальшою інтеграцією цифрових платформ, змінами в регуляторній політиці, а також можливостями фінансування.

У цьому контексті важливо проаналізувати ключові тенденції, які формують сучасний ринок вживаних автомобілів, а також окреслити основні перспективи його розвитку в умовах швидко змінюваного економічного середовища.

Питання функціонування ринку вживаних автомобілів вивчалось такими вченими-практиками, як: Антонюк О., Андрєєв О.В., Герчаківський С.Д., Дима О.О., Томчук О. Ф., Куліковська А. та інші. Зважаючи на їх доробок, питання і сьогодні до кінця не вивчене.

Метою дослідження є обґрунтування домінант і перспектив розвитку ринку вживаних автомобілей.

Для досягнення поставленої мети, потрібно виконати наступні завдання:

- з'ясувати сутність поняття ринку вживаних автомобілів: визначення та основні характеристики;

- визначити фактори, що впливають на формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів;

- обґрунтувати сучасні тенденції розвитку світового ринку вживаних автомобілей;
- визначити географічну структуру ринку: основні регіони та країни-лідери
- встановити стратегічних гравців та конкурентне середовище на ринку вживаних автомобілів;
- визначити вплив глобальних економічних та екологічних факторів на ринок;
- визначити перспективи впровадження електромобілів та гібридних моделей на ринку вживаних авто;
- встановити роль міжнародної торгівлі та електронної комерції у майбутньому ринку вживаних автомобілів;
- визначити екологічні вимоги та їхній вплив на структуру та перспективи ринку.

Предметом дослідження є домінанти і тенденції розвитку світового ринку вживаних автомобілів.

Об'єктом дослідження є процес функціонування світового ринку вживаних автомобілей.

Інформаційна база дослідження складається з різноманітних джерел, таких як: статистичні дані міжнародних організацій, дослідження ринкових аналітиків, звіти автомобільних асоціацій, а також наукові статті та публікації, що висвітлюють актуальні питання ринку вживаних автомобілів.

Методи дослідження включають: аналіз і синтез, порівняльний аналіз, економіко-математичне моделювання, а також методи прогнозування, що дозволяють оцінити майбутні тенденції розвитку ринку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ

1.1 Поняття ринку вживаних автомобілів: визначення та основні характеристики

Автомобільна мобільність є надзвичайно важливою для багатьох людей, але висока вартість нових автомобілів змушує багатьох звертати увагу на вторинний ринок.

Вартість вживаних автомобілів, як правило, нижча, а широкий вибір моделей сприяє конкуренції. Вторинний ринок також відіграє вагомий роль в економіці, підтримуючи галузі, пов'язані зі збутом та обслуговуванням автомобілів.

Вторинний ринок автомобілів є суттєвою частиною автомобільної індустрії, що охоплює продаж вживаних автомобілів з попередніми власниками. Світовий ринок легкових автомобілів можна представити у вигляді такої схеми:

$$\text{Автовиробник} \rightarrow \text{Імпортёр} \rightarrow \text{Дилер} \rightarrow \text{Субдилер} \rightarrow \text{Експортёр} \rightarrow \text{Споживач.} \quad (1.1)$$

Проведемо характеристику учасників ланцюга поставок вживаних автомобілів:

1. Автовиробники. Це компанії, які займаються розробкою, проектуванням і виробництвом автомобілів. Вони відповідають за створення нових моделей, забезпечують їхні технічні характеристики, якість та безпеку. Автовиробники також можуть пропонувати програми повернення автомобілів, що надає споживачам можливість повернути свій автомобіль після закінчення терміну використання.

2. Імпортёр. Імпортёр - це компанія або представник, який займається імпортом автомобілів з інших країн. Імпортёри беруть на себе обов'язки з доставки транспортних засобів на внутрішній ринок, забезпечують документальне оформлення, митні процедури та необхідні сертифікати. Імпортёри часто співпрацюють з автовиробниками, щоб отримати автомобілі за вигідними умовами.

3. Дилер. Дилер - це компанія або особа, які купують автомобілі в імпортёрів або безпосередньо у автовиробників для подальшого продажу споживачам. Дилери забезпечують широкий спектр послуг, включаючи продаж нових і вживаних автомобілів, обслуговування, а також фінансові послуги. Дилери створюють шоуруми, де потенційні покупці можуть оглядати автомобілі, проводити тест-драйви та отримувати консультації.

4. Субдилер. Субдилери - це компанії або індивідуальні підприємці, які здійснюють продаж автомобілів, закуплених у дилерів. Вони часто працюють у регіонах, де дилери не мають своїх представництв. Субдилери можуть спеціалізуватися на певних марках або типах автомобілів і виконують аналогічні функції, забезпечуючи зручність придбання автомобілів для споживачів у віддалених або менш населених районах.

5. Експортёр. Експортёр - це компанія або особа, яка займається продажем автомобілів за межі країни. Вони організовують усі процеси, пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю, включаючи логістичні аспекти, митне оформлення, документацію та реалізацію автомобілів на зарубіжних ринках. Експортёри часто працюють зі спеціалізованими ринками в інших країнах, де попит на певні моделі може бути вищим.

6. Споживач. Споживачі - це кінцеві покупці вживаних автомобілів, які можуть бути фізичними особами або юридичними особами (компанії). Вони приймають рішення про купівлю автомобілів, оцінюючи їхню якість, вартість, технічні характеристики та інші важливі фактори [3].

Споживачі можуть здійснювати покупки через дилерів, субдилерів або

онлайн-платформи, а також мають можливість отримувати фінансування, страхування та сервісні послуги.

Тож, ринок вживаних авто є важливою складовою автомобільної індустрії та економіки загалом. Він охоплює продаж, купівлю та обмін автомобілів, які вже були у використанні, та включає безліч учасників, таких як: приватні особи, автомобільні дилери та аукціонні платформи [17].

Перш ніж розглядати основні характеристики ринку вживаних авто, потрібно з'ясувати сутність цього поняття, а саме «ринок вживаних авто».

На сьогодні, існує достатня кількість визначень зазначеної категорії. Основні з них наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Дефініції категорії «ринок вживаних авто»

Автор, джерело	Визначення
Антонюк О.І. [3]	Сектор автомобільної індустрії, що спеціалізується на продажу, купівлі і обміні автомобілів, які уже були у використанні, включаючи легкові, вантажні та інші типи транспортних засобів
Юринець О.В. [28]	Сукупність економічних відносин, через які відбувається вторинна взаємодія між суб'єктами ринку для обміну автомобілів на грошові кошти
Визначення автора	Частина ринку, де здійснюється реалізація автомобілів, які мають попередніх власників, та охоплює всі стадії угоди, від оцінки вартості до передачі прав власності

Отже, можна виділити наступні найбільш поширені підходи до розуміння змісту категорії «ринок вживаних авто»:

1. Галузевий підхід. Цей підхід акцентує увагу на галузевій спеціалізації, зосереджуючи увагу на тому, що ринок вживаних авто є частиною автомобільної індустрії, яка включає в себе продаж, купівлю і обмін різних типів транспортних засобів, що вже були у використанні (легкові, вантажні тощо). Таким чином, даний підхід підходить до визначення категорії з точки зору секторальної класифікації ринку.

2. Економічний підхід. Цей підхід сфокусований на економічних процесах обміну та транзакцій між суб'єктами ринку, включаючи покупців і продавців.

3. Нами запропоновано процесний підхід до розуміння сутності даної

категорії. Сформована нами дефініція поєднує стадії угоди від оцінки вартості до передачі прав власності, акцентуючи увагу на самому процесі купівлі-продажу вживаних автомобілів (акцент робиться на всіх етапах реалізації автомобіля).

Основними аспектами ринку вживаних авто є:

1. Вживані автомобілі зазвичай коштують менше нових, що робить їх більш доступними для широкого кола споживачів, особливо для молоді або малозабезпечених сімей. Це дозволяє багатьом людям стати власниками автомобілів, що полегшує їх мобільність.

2. Ринок вживаних автомобілів пропонує широкий спектр моделей, марок, років випуску та технічних характеристик. Споживачі мають можливість обирати серед багатьох марок і моделей автомобілів, які вже були у використанні, включаючи як популярні бренди, так і рідкісні або преміум моделі.

3. Зростання популярності вживаних автомобілів впливає і на продажі нових авто. Багато споживачів відкладають покупку нових автомобілів на більш пізній термін, чекаючи зниження цін або поліпшення ситуації з постачанням. Це створює серйозні виклики для автовиробників, які вже страждають через дефіцит чипів і матеріалів.

Щоб залишатися конкурентоспроможними, багато компаній намагаються прискорити перехід до електромобілів, пропонуючи більш привабливі умови для покупців, такі як субсидії або спеціальні лізингові програми. Однак, навіть на ринку електромобілів конкуренція з боку вживаних авто зростає [17].

Так, на ринку вживаних авто представлені автомобілі різних років випуску, що дозволяє знайти варіанти як новіших моделей, так і старіших, бюджет інших транспортних засобів.

Покупці можуть вибирати автомобілі з різними об'ємами двигунів, трансмісіями (автоматичні або механічні), паливними системами (бензинові, дизельні, гібридні, електричні), що відповідають їхнім потребам та бюджету (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 Основні характеристики автомобілів залежно від віку

Вік автомобіля	Пробіг (км)	Стан	Ціна
До 3 років	До 50 000	Майже новий стан	Висока
3-7 років	50 000 – 150 000	Добрий стан	Середня
Більше 7 років	Понад 150 000	Потребує обслуговування	Низька

Джерело: [9]

Вік та пробіг автомобіля – це ключові фактори, що визначають його вартість на ринку. Молоді автомобілі, що були у використанні до 3 років, зазвичай мають менший знос та більший залишковий ресурс, ніж старі автомобілі, що експлуатувалися понад 7 років.

Крім того, автомобілі на вторинному ринку можуть мати різний технічний стан — від незначно вживаних транспортних засобів до тих, які потребують ремонту чи відновлення, що також впливає на їхню ціну та умови покупки.

Таким чином, ринок вживаних автомобілів пропонує варіанти для будь-якого бюджету та уподобань, забезпечуючи великий вибір як для тих, хто шукає економічні рішення, так і для поціновувачів певних брендів чи моделей. Це дозволяє споживачам знайти автомобіль, що відповідає їхнім потребам і фінансовим можливостям [58].

3. Якість та технічний стан вживаних автомобілів можуть значно варіюватися. Споживачі повинні проводити ретельну оцінку та перевірку автомобілів перед покупкою. Технічний стан автомобіля багато в чому залежить від того, як і в яких умовах він використовувався попередніми власниками. Автомобілі, що експлуатувалися у важких умовах (погані дороги, агресивна манера водіння), можуть мати значний знос деталей.

Так, важливим показником вживаного автомобіля є кількість кілометрів, які автомобіль пройшов. Чим більше пробіг, тим вищий знос основних компонентів — двигуна, підвіски, трансмісії тощо.

Автомобілі, які регулярно проходили технічне обслуговування на офіційних або якісних СТО, зазвичай мають кращий технічний стан. Повна сервісна історія

може свідчити про належний догляд та своєчасне усунення несправностей. Автомобілі, що зазнали значних аварій або серйозних пошкоджень, можуть мати структурні або технічні дефекти, навіть якщо їх відновили. Це може негативно впливати на їх надійність і довговічність.

Залежно від віку автомобіля та його технічних характеристик, деякі компоненти (наприклад, гальма, зчеплення, підвіска) можуть потребувати заміни. Це важливий аспект при виборі автомобіля, оскільки заміна зношених деталей може стати додатковими витратами.

Є певна залежність експлуатації автомобіля залежно від регіонального розміщення його власника. Так, автомобілі, які використовувалися в регіонах з суворими кліматичними умовами (сильні морози, спека, висока вологість), можуть мати корозію кузова, зношеність електронних компонентів та інші проблеми.

Таким чином, перед покупкою вживаного автомобіля важливо ретельно перевіряти його технічний стан, включаючи історію обслуговування, пробіг, стан кузова та основних систем. Це дозволить уникнути небажаних витрат у майбутньому та забезпечить більш надійний вибір.

4. Ринок вживаних автомобілів підлягає різним законодавчим нормам, які стосуються безпеки, екології, а також прав споживачів. Дані норми можуть варіюватися від країни до країни, що впливає на умови ведення бізнесу та захист прав споживачів. Так, вживані автомобілі повинні проходити обов'язковий технічний огляд для підтвердження їхнього відповідного технічного стану. Це включає перевірку на справність гальмівної системи, підвіски, рульового управління, світлових приладів тощо.

Деякі країни вимагають сертифікацію відповідності автомобіля стандартам безпеки. В Україні, наприклад, при ввезенні автомобілів з-за кордону, необхідно отримати сертифікат відповідності технічним вимогам.

Крім того, автомобілі повинні відповідати певним екологічним стандартам щодо викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище. У країнах ЄС,

наприклад, діють стандарти Євро (від Євро-1 до Євро-6), які встановлюють обмеження на рівень викидів CO₂ та інших забруднюючих речовин. В Україні також діють вимоги до стандартів викидів для автомобілів (додаток В).

Крім того, законодавство передбачає правила утилізації старих автомобілів. Наприклад, в ЄС існує вимога утилізації автомобілів за допомогою спеціальних центрів, де їх безпечно розбирають для зменшення екологічного впливу.

У деяких країнах, законодавство захищає покупців вживаних автомобілів, надаючи право на певний гарантійний термін після покупки. Це може включати обмежену гарантію на ключові компоненти автомобіля (двигун, трансмісію).

Також, продавці вживаних автомобілів зобов'язані надавати покупцям точну інформацію про технічний стан, пробіг, історію автомобіля (зокрема про аварії або ремонти). Недобросовісна поведінка або приховування важливої інформації може бути підставою для анулювання угоди або відшкодування.

Потрібно відмітити і те, що законодавство передбачає покарання за фальсифікацію документів, пов'язаних з автомобілями (наприклад, корекція показників пробігу, підробка сервісної історії), щоб захистити покупців від шахрайських дій.

Вживані автомобілі, які імпортуються з інших країн, підлягають митному контролю, сплаті податків та зборів. Крім того, вони повинні відповідати місцевим стандартам безпеки та екології (наприклад, відповідність нормам викидів). Багато країн вимагають ліцензування компаній, що займаються продажем вживаних автомобілів. Це дозволяє підвищити прозорість ринку та захистити права покупців. Державні органи здійснюють контроль за діяльністю таких компаній для запобігання шахрайству та порушенням прав споживачів.

Отже, законодавчі норми, що регулюють ринок вживаних автомобілів, спрямовані на забезпечення безпеки, екологічних стандартів та захисту прав споживачів. Це дозволяє гарантувати, що автомобілі, які продаються, відповідають мінімальним вимогам якості та безпеки, а також захищає покупців від можливих ризиків або шахрайства.

5. Ринок вживаних автомобілів сприяє розвитку економіки через створення робочих місць, щорічну сплату податків та інвестиції в інфраструктуру. Також вживані автомобілі можуть мати менший вплив на навколишнє середовище порівняно з виробництвом нових автомобілів.

6. З розвитком технологій та зміною споживчого попиту, ринок вживаних автомобілів зазнав змін. Зокрема, зростає попит на електромобілі та гібриди, що також впливає на структуру ринку (рис. 1.1).

Отже, ринок вживаних автомобілів виконує важливу роль як у економічному, так і в соціальному житті суспільства. Він забезпечує доступність транспортних засобів, підтримує сталий розвиток автомобільної індустрії та сприяє економічній активності. При цьому, як і в будь-якому іншому сегменті ринку, важливо дотримуватися принципів добросовісності, прозорості та відповідальності.

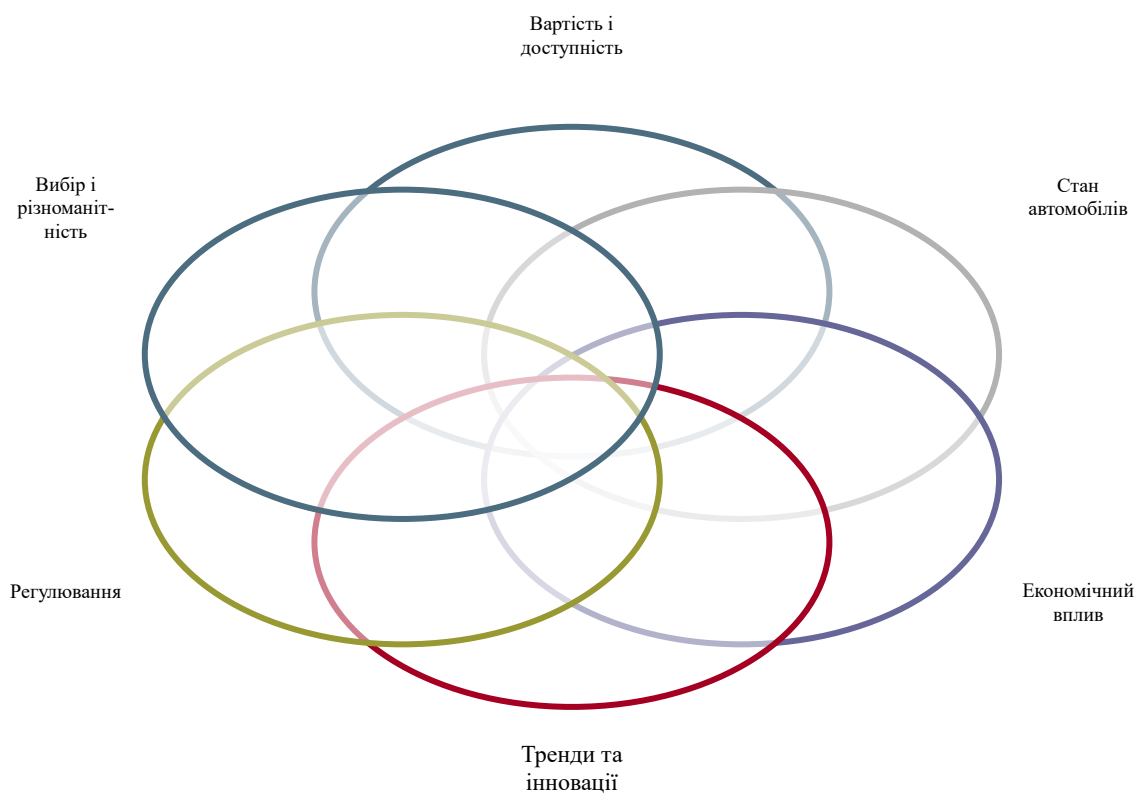


Рисунок 1.1 – Основні аспекти ринку вживаних авто

Джерело: розроблено автором самостійно

Окрім економічних факторів, вживані автомобілі пропонують ряд переваг, які роблять їх привабливими для потенційних покупців. По-перше, їх вартість набагато нижча, завдяки чому можна придбати автомобіль у хорошому стані за значно менші гроші порівняно з новими моделями. По-друге, багато сучасних автомобілів мають тривалий термін служби, що забезпечує їх надійність навіть через кілька років після виходу з виробництва.

По-третє, вторинний ринок пропонує різноманітні моделі, включаючи й ті, що вже зняті з виробництва. Це надає покупцям можливість не лише обирати серед новітніх технологічних рішень, але й звертати увагу на класичні моделі, які пройшли перевірку часом.

Нарешті, процес купівлі вживаного автомобіля зазвичай є швидшим і простішим, ніж придбання нового, що особливо важливо в умовах нестачі товарів на ринку.

1.2 Фактори, що впливають на формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів

Формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів є складним процесом, на який впливають різноманітні економічні, соціальні та технологічні фактори. У сучасному світі автомобільна промисловість стикається з безліччю викликів, які безпосередньо впливають на вибір споживачів та на кількість автомобілів, доступних на ринку. Важливою складовою цього процесу є зміна споживчих переваг, що відбувається під впливом інновацій і тенденцій, такі як зростання усвідомлення екологічних проблем і економії пального.

Формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів — це складний процес, в якому взаємодіють численні економічні, соціальні та технологічні фактори. У зв'язку з динамічними змінами в сфері автомобільної промисловості та розвитку ринку, важливо зрозуміти, що конкретні умови можуть суттєво вплинути на поведінку як покупців, так і продавців. Аналіз цих чинників

дозволяє прогнозувати зміни на ринку та приймати обґрунтовані рішення.

Один із найважливіших аспектів, що визначає попит на вживані автомобілі, — це економічні умови в країні. Споживчі настрої тісно пов'язані з доходами населення, рівнем безробіття та загальною економічною стабільністю. У періоди економічного зростання люди мають більше ресурсів для покупки автомобілів, тоді як під час економічної кризи попит може суттєво знизитися. Отже, наявність стабільних економічних умов є важливим чинником для позитивної динаміки ринку вживаних автомобілів.

Технологічний прогрес також відіграє важливу роль у формуванні пропозиції на ринку. Екологічні норми, запроваджені в багатьох країнах, змушують виробників впроваджувати нові технології в автомобільний сектор, що, в свою чергу, впливає на популярність певних моделей.

Наприклад, зростання інтересу до електромобілів та економічних двигунів може призвести до зниження попиту на традиційні автомобілі з бензиновими двигунами.

Соціальні фактори, такі як зміни в стилі життя та вподобання споживачів, також впливають на ринок вживаних автомобілів. Сучасні покупці все частіше шукають не просто транспортний засіб, а автомобіль, що відповідає їхнім цінностям, наприклад, екологічності чи зручності [15].

Таким чином, популярні стають автомобілі з високими стандартами безпеки, економічні моделі або транспортні засоби, оснащені сучасними технологіями.

На закінчення, ринок вживаних автомобілів є дуже чутливим до змін у законодавчій та політичній сферах. Зміни в податковій політиці, митні регуляції, відповідні закони можуть суттєво вплинути на доступність вживаних автомобілів та їх ціни.

Розуміння цих комплексних факторів допомагає як покупцям, так і продавцям адаптуватися до умов ринку і приймати зважені рішення, що в свою чергу сприяє стабільному розвитку сектора вживаних автомобілів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Фактори, що впливають на формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів

Фактор	Характеристика
Економічні фактори	
Доходи населення	Зменшення доходів збільшує попит на дешевші вживані авто
Рівень інфляції та курс валют	Зростання інфляції та девальвація валюти підвищують ціни на імпортовані авто, що стимулює попит на внутрішні пропозиції
Кредитні умови	Покращення умов кредитування збільшує доступність вживаних авто
Соціальні та демографічні фактори	
Демографічні зміни	Молодь та міське населення частіше обирають доступні вживані авто
Споживчі вподобання автомобілів (нові технології, надійність тощо)	Споживачі різних вікових груп мають різні вподобання щодо
Ставлення до престижу та екології	У певних країнах нові авто мають статусний характер, але вживані авто популярніші через економічну вигоду
Технічні фактори	
Технічний стан вживаних авто	Попит залежить від стану авто, пробігу та якості обслуговування
Інновації та технології	Нові технології (електромобілі, гібриди) можуть змінювати попит на старі моделі
Регуляторні та законодавчі фактори	
Екологічні вимоги	Нові екологічні стандарти знижують попит на старі авто, що не відповідають вимогам
Податки та мита	Зниження імпортних мит стимулює збільшення пропозиції вживаних авто з-за кордону
Реєстраційні збори та обмеження	Законодавчі зміни можуть впливати на продажі та пропозиції старих автомобілів
Фактори пропозиції	
Пропозиція нових автомобілів	Нові моделі сприяють збільшенню кількості вживаних авто на ринку, оскільки власники продають старі авто
Лізинг і оренда	Закінчення лізингових договорів поповнює ринок новішими вживаними авто
Імпорт уживаних авто	Імпорт вживаних авто з-за кордону збільшує пропозицію на внутрішньому ринку

Джерело: розроблено автором самостійно

Отже, можна сказати, що на ринку вживаних автомобілів формування попиту та пропозиції є результатом взаємодії багатьох чинників, що впливають на загальний стан цього сегмента. Виявлено, що економічні фактори, такі як рівень доходів населення та інфляція, прямо корелюють з готовністю споживачів інвестувати в автомобілі. У періоди економічного зростання попит на вживані авто зростає, тоді як в умовах рецесії, навпаки, може зменшуватися.

Технологічний прогрес також суттєво впливає на ринок, змушуючи покупців оцінювати не тільки вартість, а й інноваційні рішення, такі як екологічні стандарти та нові технології, які стають критеріями вибору під час покупки. Зміна споживчих вподобань у бік екологічності та сучасних технологій відкриває нові можливості для виробників і продавців. Тож, технологічний прогрес постійно змінює автомобільну промисловість, впливаючи не лише на виробництво нових авто, але й на ринок вживаних автомобілів. За останні десятиліття інновації в автомобільній сфері суттєво змінили пріоритети споживачів, а також вимоги до автомобілів.

Одна з найбільш значних змін на ринку автомобілів — це впровадження електромобілів та гібридних автомобілів. Протягом останнього десятиліття спостерігається значне зростання продажу електромобілів, що змінює динаміку ринку вживаних автомобілів. Попит на електромобілі продовжує зростати завдяки урядовим програмам підтримки, екологічним стимулам та покращенню інфраструктури зарядних станцій.

З розвитком технологій збільшується кількість доступних на ринку вживаних електромобілів. Вони стають більш доступними для середнього споживача, оскільки ціни на нові моделі все ще залишаються відносно високими.

Завдяки високій надійності електромобілів, особливо в частині електродвигунів та батарей (які мають більший ресурс експлуатації), вживані електромобілі можуть зберігати високий рівень якості навіть через кілька років після експлуатації.

Інший значущий аспект технологічного прогресу в автомобільній індустрії — це розвиток систем автономного керування та допомоги водієві (ADAS). Хоча повністю автономні автомобілі ще не стали масовими, елементи таких систем уже використовуються в багатьох сучасних моделях авто.

Споживачі, які купують вживані автомобілі, все частіше звертають увагу на наявність систем допомоги водієві, таких як адаптивний круїз-контроль, система автоматичного екстреного гальмування, система утримання в смузі руху тощо. Автомобілі, оснащені такими системами, мають вищу вартість на вторинному

ринку через підвищену безпеку та комфорт.

Автомобілі, які не оснащені сучасними системами безпеки та автоматизації, стають менш привабливими для споживачів, що призводить до зниження їх вартості на ринку. Це означає, що швидкість морального старіння авто значно збільшується в епоху швидкого технологічного прогресу.

Значний вплив на ринок вживаних автомобілів має розвиток інтернет-технологій та цифровізація. Завдяки сучасним платформам для продажу автомобілів, споживачі можуть значно швидше знайти потрібну модель, а також оцінити стан автомобіля за допомогою онлайн-інструментів.

Багато платформ, таких як AutoTrader, OLX та інші, полегшують покупцям і продавцям взаємодію на ринку вживаних автомобілів. Покупці можуть переглядати велику кількість варіантів, порівнювати ціни, здійснювати відео огляди автомобілів, що суттєво спрощує процес купівлі-продажу.

Завдяки розвитку технологій оцінки стану автомобіля, таких як Carfax або AutoCheck, покупці можуть отримати повну історію авто (аварії, ремонти, пробіг), що підвищує прозорість ринку. Це допомагає покупцям уникати автомобілів із сумнівною історією або прихованими дефектами.

Сучасні автомобілі оснащуються безліччю «розумних» технологій, що дозволяють їм бути підключеними до інтернету та взаємодіяти з іншими транспортними засобами або інфраструктурою. Такі системи, як CarPlay, Android Auto, віддалене керування авто через мобільний додаток, а також функції автопарковки, стають все більш важливими для сучасних покупців.

Споживачі, які обирають вживані автомобілі, шукають машини з сучасними можливостями підключення. Тому автомобілі з інтеграцією мобільних додатків або голосовими помічниками отримують більшу увагу.

Автомобілі, які не мають можливості підключення до інтернету або інтеграції з сучасними додатками, втрачають свою привабливість на вторинному ринку значно швидше, ніж моделі, оснащені такими технологіями [3].

Отже, технологічний прогрес має величезний вплив на ринок вживаних автомобілів, змінюючи не лише переваги споживачів, але й саму структуру ринку.

Розвиток електромобілів, систем автономного керування, інтернет-технологій та підключених систем підвищує вимоги до вживаних автомобілів і створює нові тренди на ринку. Автомобілі, які не відповідають сучасним технологічним стандартам, втрачають свою конкурентоспроможність на вторинному ринку, тоді як ті, що інтегрують нові технології, стають більш популярними і цінними.

Соціальні та демографічні фактори, в свою чергу, формують особливості попиту. Молоде і міське населення все більше схильється до вибору доступних вживаних авто, в той час як традиційні уявлення про престиж можуть впливати на рішення в інших вікових групах.

Соціальні та демографічні фактори є одними з ключових чинників, що впливають на ринок автомобілів, особливо вживаних. Вони формують попит, споживчі вподобання та впливають на ринкову поведінку. У цьому розділі розглянемо основні аспекти впливу соціальних та демографічних факторів на ринок вживаних автомобілів.

Демографічні зміни, такі як зміни у віковій структурі населення, урбанізація, рівень доходів, освітній рівень та кількість домогосподарств, суттєво впливають на ринок автомобілів. Кожен з цих чинників має власну роль у формуванні попиту та пропозиції на ринку вживаних авто.

Так, зміни у віковій структурі населення визначають групи споживачів, що найчастіше купують автомобілі. Молодь і люди середнього віку зазвичай мають більший попит на автомобілі, тоді як старше покоління може обмежувати або зменшувати кількість покупок.

1) Молодь (18-35 років). Ця група є активним покупцем вживаних автомобілів через обмежені фінансові ресурси та готовність до компромісу щодо моделі та стану авто.

2) Середній вік (35-55 років). У цій віковій групі покупці шукають більш надійні автомобілі з кращими характеристиками, часто готові витратити більше на новіші вживані авто.

3) Старше покоління (55+). Люди цієї вікової категорії купують автомобілі рідше, але вони схильні шукати комфортні моделі з високим рівнем безпеки.

Таблиця 1.4 – Вікові групи покупців та їхні характеристики на ринку вживаних автомобілів

Вікова група	Основні характеристики	Попит на автомобілі
Молодь (18-35 років)	Обмежений бюджет, активний спосіб життя	Економічні, компактні авто
Середній вік (35-55)	Вищі доходи, потреба в сімейних авто	Седани, позашляховики
Старше покоління (55+)	Безпека, комфорт, знижена мобільність	Авто з високим рівнем безпеки

Джерело: [9]

Міграція населення до міст створює нові потреби у транспорті. В умовах щільної урбанізації спостерігається зростання попиту на компактні, економічні та екологічно чисті автомобілі, особливо вживані, через високу доступність і дешевшу ціну порівняно з новими моделями.

1) Великі міста: попит на малі та економічні автомобілі через обмеження паркування та трафіку.

2) Малі міста і села: переважно вибирають більш універсальні авто (позашляховики, кросовери), які зручні для подорожей та перевезення товарів.

Схема впливу урбанізації на попит вживаних автомобілів наведена нижче.

[Компактні авто] → [Попит у великих містах]

[Позашляховики] → [Попит у малих містах та сільських районах]. (1.1)

Соціальні фактори, такі як зміни в стилі життя, цінності, екологічна свідомість, рівень освіти та споживча поведінка, також відіграють значну роль у формуванні ринку автомобілів. Ці чинники впливають на рішення споживачів щодо купівлі автомобілів, включно з їхньою готовністю вибирати вживані моделі замість нових.

Зміни в соціальних пріоритетах призвели до того, що споживачі починають більше звертати увагу на економічні та екологічно чисті автомобілі, зокрема вживані електромобілі та гібриди.

Все більше людей віддають перевагу екологічним транспортним засобам,

зокрема електромобілям, гібридам та авто з низьким рівнем викидів CO₂ [7].

Зростання цін на нові автомобілі підштовхує людей до купівлі вживаних авто, які часто є більш доступними за ціною.

Освітній рівень безпосередньо впливає на здатність споживачів аналізувати ринок та приймати зважені рішення щодо купівлі автомобіля. Освічені споживачі зазвичай ретельніше підходять до вибору авто, проводять більше досліджень та порівнянь, враховуючи екологічні та технічні характеристики.

Таблиця 1.5 – Соціальні фактори та їхній вплив на ринок вживаних автомобілів

Соціальний фактор	Опис впливу	Вплив на ринок
Екологічна свідомість	Прагнення до зниження шкідливих викидів	Попит на електромобілі та гібриди
Економічна раціональність	Орієнтація на заощадження коштів	Попит на дешевші вживані автомобілі
Зміна пріоритетів	Важливість комфортності та безпеки	Попит на авто з високим рівнем безпеки

Джерело: [9]

Дохід населення — один із ключових факторів, що визначає можливості споживачів щодо купівлі автомобіля. У періоди економічних сплесків зростає попит на нові автомобілі, тоді як під час економічних спадів або криз споживачі більше звертають увагу на ринок вживаних авто. У періоди економічної нестабільності, коли рівень безробіття підвищується, споживачі схильні вибирати дешевші варіанти авто, що збільшує попит на вживані автомобілі. У країнах із сильним середнім класом покупці мають стабільний рівень доходів, що сприяє зростанню попиту на вживані авто середньої цінової категорії.

Взаємозв'язок між рівнем доходів та попитом на вживані автомобілі наведено нижче.

$$\begin{aligned}
 &[\text{Високий дохід}] \rightarrow [\text{Попит на нові авто}] \rightarrow [\text{Середній дохід}] \rightarrow [\text{Попит на авто} \\
 &\quad \text{середньої цінової категорії}] \rightarrow [\text{Низький дохід}] \\
 &\quad \rightarrow [\text{Попит на дешеві вживані авто}].
 \end{aligned}
 \tag{1.2}$$

Соціальні та демографічні фактори мають великий вплив на ринок вживаних автомобілів, формуючи попит та споживчі вподобання. Демографічні зміни, такі як вікова структура населення та урбанізація, визначають потреби в різних типах автомобілів. Соціальні фактори, зокрема зміни в стилі життя, екологічна свідомість та економічна ситуація, безпосередньо впливають на рішення споживачів щодо купівлі вживаних авто.

Регуляторні та законодавчі зміни відзначаються значним впливом на ринок. Екологічні вимоги та зміни в податковій політиці можуть і збільшувати, і зменшувати доступність певних моделей автомобілів, впливаючи на їх ціну та популярність. Порівняння впливу різних регуляторних заходів наведено в табл. 1.6.

Таблиця 1.6 – Порівняння впливу різних регуляторних заходів

Захід	Позитивний вплив	Негативний вплив
Введення жорсткіших екологічних стандартів	Зменшення викидів, стимулювання попиту на нові авто	Збільшення вартості нових авто, обмеження вибору для споживачів
Посилення технічного огляду	Збільшення безпеки на дорогах, виведення з експлуатації старих авто	Збільшення витрат для власників авто
Програми утилізації	Зменшення кількості старих авто, стимулювання попиту на нові авто	Можливі зловживання програмами
Податкові пільги на нові авто	Збільшення попиту на нові авто, стимулювання виробництва	Можливі бюджетні втрати

Джерело: [9]

Отже, формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів залежить від кількох ключових факторів. По-перше, економічна ситуація у країні значно впливає на купівельну спроможність населення. В умовах економічної нестабільності та високого рівня інфляції споживачі часто обирають вживані автомобілі, оскільки вони є більш доступними. Це зменшує попит на нові автомобілі і, відповідно, стимулює зростання ринку вживаних авто.

По-друге, зміни у споживчих вподобаннях також грають важливу роль. Сучасні покупці все частіше акцентують увагу на надійності та доступності

автомобілів, а не лише на їхніх новітніх технологічних можливостях. Це стосується не тільки молодих водіїв, але й людей з досвідом, які прагнуть знайти оптимальне співвідношення ціни та якості. Як наслідок, певні моделі, які користуються популярністю завдяки своїй надійності, можуть швидко зникати з ринку.

По-третє, вплив мають також фактори, пов'язані з технологічним прогресом та змінами в екологічних вимогах. Автомобілі, що відповідають сучасним стандартам екологічності або ж обладнані певними технологіями, можуть здобувати більшу популярність. Також варто зазначити, що широка різноманітність моделей на вторинному ринку дозволяє споживачам знайти не лише новітні, але й класичні стани, що додає ще більше гнучкості та вибору в сегменті вживаних автомобілів.

Таким чином, ринок вживаних автомобілів є складною системою, що реагує на численні фактори. Взаємозв'язок між економічними умовами, технологічними змінами, соціальними вподобаннями та регуляторними вимогами вказує на необхідність для всіх учасників ринку уважно аналізувати ці чинники, щоб ухвалювати обґрунтовані та стратегічні рішення.

Розуміння цих аспектів є ключем до ефективного функціонування в області купівлі-продажу вживаних автомобілів і допоможе забезпечити стабільний розвиток цього сегмента ринку.

1.3 Світовий ринок вживаних автомобілів: історія розвитку та сучасні тенденції

Світовий ринок вживаних автомобілів є одним з найбільших і найдинамічніших сегментів автомобільного ринку. Його стан та тенденції розвитку значно впливають на загальну ситуацію в автомобільній промисловості.

Цей ринок характеризується високою конкуренцією, постійними змінами технологій та зростаючими вимогами споживачів. Для успішного функціонування

на цьому ринку необхідно розуміти його особливості, тенденції та фактори, що впливають на нього.

Ринок вживаних автомобілів пройшов довгий шлях від невеликих локальних продажів до глобального ринку з мільйонними оборотами. Сучасні технології та зміни в споживчих пріоритетах продовжують трансформувати цей ринок, відкриваючи нові можливості для учасників ринку.

Так, автомобільний ринок розпочав свою історію в XIX столітті, коли був винайдений перший автомобіль, що поклало початок автомобілебудуванню. Розвиток цього ринку залежав від численних технічних змін у конструкціях та агрегатах автомобілів, а також від вдосконалення виробничих технологій, яке відбувається й сьогодні [15].

Перші автомобілі були двомісними, але з зростанням попиту та конкуренції на ринку почали вироблятися моделі на чотирьох осіб. У ранні роки автомобільного ринку не було відомих брендів, і ціни на перші автомобілі були досить високими, що робило їх недоступними для широких мас. Проте з часом автомобілі перетворилися з предметів розкоші на продукцію масового споживання.

Німеччина стала першою країною, де виник автомобільний ринок — саме там Карл Бенц створив перший автомобіль і запустив його в продаж. Незабаром Франція також почала виробництво автомобілів, а пізніше автомобілебудування розвивалося в США, Великій Британії, Канаді та інших країнах [23].

Спочатку лідером у виробництві автомобілів була Франція з приблизно 15 000 випущених одиниць, в той час як США посідали друге місце з 9 000 автомобілів.

Однак вже через 26 років Америки стала домінувати в автомобільному виробництві, випускаючи 85% загального світового обсягу. Основними автомобільними марками того часу були Ford і Morgan.

Таким чином, автомобільний ринок пройшов значний шлях розвитку, від початкових етапів до сучасних масштабів виробництва та споживання (табл. 1.7).

Таблиця 1.7 – Етапи становлення ринку вживаних автомобілів

Етап розвитку	Період	Основні характеристики
1. Поява ринку вживаних автомобілів	Початок ХХ століття – 1950-ті роки	- Перші продажі вживаних авто з'явилися разом із масовим виробництвом автомобілів. - Основна мета – доступність автомобілів для більш широких верств населення. - Торгівля вживаними авто відбувалася переважно між фізичними особами.
2. Формалізація ринку	1950-1970-ті роки	- Поява перших дилерів вживаних автомобілів. - Формування структурованих автосалонів, що займаються продажем як нових, так і вживаних авто. - Зростання попиту на доступні транспортні засоби у післявоєнний період.
3. Масове поширення ринку	1980-1990-ті роки	- Бурхливе зростання ринку вживаних автомобілів завдяки збільшенню кількості автовласників. - Вживані авто стали основною альтернативою новим автомобілям через значну різницю в ціні. - Початок автоматизації процесів продажу та перевірки технічного стану автомобілів.
4. Глобалізація ринку	2000-ті роки	- Зростання міжнародної торгівлі вживаними автомобілями, що відкриває нові ринки в Азії та Африці. - Посилення регуляцій щодо екологічних стандартів, які вплинули на торгівлю вживаними авто. - Розвиток інтернет-платформ для продажу автомобілів.
5. Цифровізація та онлайн-продажі	2010-ті – до сьогодні	- Розвиток онлайн-платформ та автосалонів, що пропонують послуги покупки вживаних авто через Інтернет. - Зростання довіри до онлайн-угод завдяки впровадженню систем гарантій та перевірки стану автомобілів. - Поява можливості здійснювати угоди без фізичної присутності покупця у автосалоні.
6. Екологічні зміни та перехід до електромобілів	2020-ті – майбутнє	- Зростання попиту на електромобілі та їх поступовий вплив на ринок вживаних авто. - Посилення екологічних норм стимулює обмін традиційних автомобілів на більш екологічні альтернативи. - Цифровізація продовжує трансформувати ринок через впровадження нових технологій та сервісів.

Джерело: [9]

Стрімкий розвиток автомобільної промисловості також продемонстрував швидке зростання ринку вживаних автомобілів.

Із зростаючим визнанням лідируючої позиції країни в галузі нових енерготранспортних технологій у світі та впровадженням ефективної та плавної політики щодо ринку вживаних автомобілів, ринок вживаних автомобілів почав зазнавати позитивних змін: експорт нових вживаних автомобілів є сильним, і міжрегіональний розподіл стає все швидшим і швидшим.

З появою великих дистриб'юторських компаній також з'явився вплив бренду вживаних автомобілів, і таким чином ринок вступив в епоху різноманітної конкуренції.

До 2025 року вартість європейського ринку вживаних автомобілів досягне 503 мільярдів євро, що є зростанням у порівнянні з 460 мільярдами євро у 2022 році. За останні сім років цей ринок зріс майже на 60%.

Попит на вживані автомобілі збільшився через тривалу нестачу нових моделей, спричинену скороченням виробництва, що триває вже кілька років. За даними Європейської асоціації автовиробників (ACEA), у 2022 році в ЄС було виготовлено 10,8 мільйона легкових автомобілів, що на 24% менше, ніж у 2019 році, до початку пандемії.

Зниження обсягів виробництва є наслідком багатьох факторів, серед яких – кліматична політика ЄС, пандемія та війна в Україні. Спад почався ще у 2018 році, коли автовиробники почали пристосовуватися до жорсткіших екологічних стандартів щодо викидів CO₂ та поступово переходили на виробництво електромобілів. Виробництво авто з двигунами внутрішнього згоряння продовжують скорочувати, оскільки їх планують повністю зняти з виробництва до 2035 року [20].

Пандемія Covid-19 ще більше ускладнила ситуацію, порушивши ланцюги поставок, що спричинило дефіцит мікропроцесорів. Війна в Україні також посилює проблеми з постачанням запчастин і підняла ціни на енергоносії. Як

зазначає Рох Барановські, багато заводів простоюють через брак комплектуючих, а ринок отримує недостатню кількість нових автомобілів. Це призвело до того, що багато водіїв або відмовляються від покупки нового авто, або обирають вживані автомобілі. Зростання цін на нові авто через інвестиції у екологічні проекти робить їх менш доступними, підштовхуючи споживачів до вторинного ринку.

Експерти Bain & Company прогнозують, що проблеми з мікро чіпами поступово вирішуються, але війна в Україні продовжуватиме впливати на постачання сировини, зокрема електропроводки. Тим часом, зростання попиту на вживані автомобілі підвищує їх вартість. Середня ціна вживаного авто в ЄС зросла на 27% з 2019 року і досягла 14 тисяч євро у 2022 році, а до 2025 року очікується, що вона збільшиться до 15 тисяч євро [10].

Зростання популярності електромобілів не вплине негативно на ринок вживаних авто. Досвід Скандинавії свідчить, що ширший вибір електромобілів сприяє активнішій пропозиції вживаних автомобілів, оскільки водії швидше обмінюють свої машини на нові з екологічних міркувань.

Цифровізація також суттєво змінить ринок вживаних автомобілів. Очікується, що все більше угод укладатимуться онлайн. Якщо у 2020 році лише 1% вживаних авто продавалися через онлайн-автосалони, то до 2025 року ця частка може досягти 6%. Основним завданням дилерів стане створення механізмів довіри до онлайн-продажів, що вимагатиме інвестицій у розвиток цифрових платформ і співпрацю з місцевими партнерами.

Отже, аналіз світового ринку вживаних автомобілів показує, що цей сегмент розвивався поступово протягом кількох етапів, починаючи з перших продажів у XX столітті до сучасної ери цифровізації. Головними факторами, які вплинули на ринок, були:

1. Історичний розвиток. Масове виробництво автомобілів у період початку XX століття створило умови для появи ринку вживаних авто. Спочатку торгівля вживаними автомобілями була неформальною і здійснювалася між фізичними особами, проте вже в середині XX століття з'явилися перші дилери, що спеціалізувалися на торгівлі як новими, так і вживаними авто.

2. Післявоєнне зростання. Після Другої світової війни попит на доступні транспортні засоби значно зріс, що стимулювало розвиток ринку вживаних автомобілів. В цей час були створені структуровані автосалони, що заклали основу сучасної моделі ринку.

3. Масове поширення. В кінці XX століття ринок вживаних автомобілів значно зріс, ставши основною альтернативою новим авто завдяки значній різниці в ціні. Зросла автоматизація та цифровізація процесів купівлі-продажу, що прискорило розвиток ринку.

4. Сучасні тенденції. На початку XXI століття ринок вживаних автомобілів глобалізувався, а міжнародна торгівля вживаними авто відкрила нові можливості для ринків в Африці та Азії. Цифровізація дозволила значно збільшити частку онлайн-продажів, що стало особливо актуальним у 2010-ті роки.

5. Екологічні зміни. У 2020-х роках почався перехід до електромобілів, що стимулювало зміни в ринку вживаних авто. Суттєве зростання попиту на екологічні транспортні засоби та зниження виробництва автомобілів з двигунами внутрішнього згоряння впливають на структуру ринку. Крім того, проблеми з постачанням нових автомобілів через пандемію та війну в Україні підвищили попит на вживані авто (рис. 1.2).

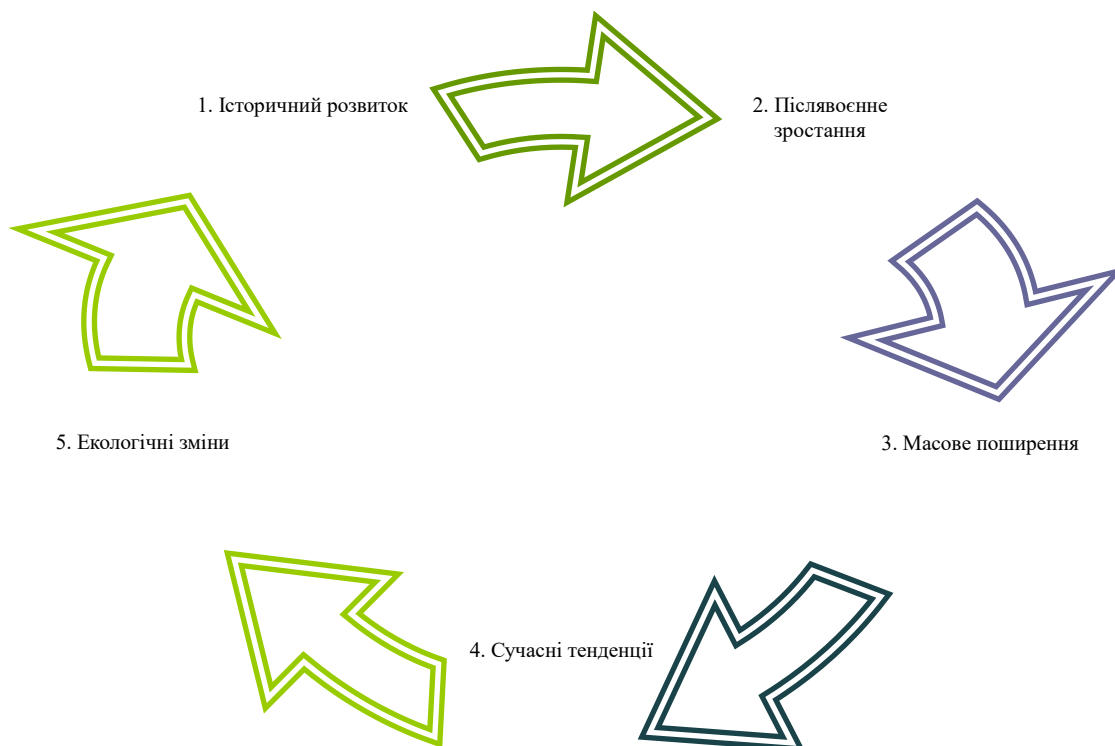


Рисунок 1.2 – Етапи розвитку ринку вживаних автомобілів

Джерело: розроблено автором самостійно

Тож, ринок вживаних автомобілів пройшов довгий шлях розвитку, від неструктурованих продажів між фізичними особами до глобалізованого ринку з онлайн-продажами.

Основними драйверами зростання цього ринку стали масове виробництво, постійна еволюція технологій, екологічні вимоги та економічні кризи.

Цифровізація, електромобілі та міжнародна торгівля відіграватимуть ключову роль у подальшому розвитку ринку.

Прогнози показують, що до 2025 року ринок вживаних автомобілів у світі продовжить зростати, що пов'язано з нестачею нових автомобілів і зростанням попиту на електромобілі.

Сучасні тенденції на ринку вживаних автомобілів значно змінилися під впливом технологічних інновацій, які дозволяють покупцям отримувати більше інформації про авто через онлайн-платформи. Інтернет зробив процес купівлі та продажу вживаних автомобілів простішим і швидшим, з'явилися численні онлайн-ринкові платформи, що дозволяють покупцям знайти та порівняти різні

пропозиції. Це також сприяло зростанню популярності автомобілів з електричними та гібридними двигунами на вторинному ринку.

Нещодавно ринок вживаних автомобілів також суттєво змінився через пандемію COVID-19, що призвела до перебоїв у постачанні нових автомобілів. Багато покупців, які раніше планували купити новий автомобіль, змушені були звернутися до вживаних авто через дефіцит. Це призвело до зростання цін на вживані автомобілі і збільшення конкурентоспроможності ринку, але водночас підвищило актуальність питання якості та надійності.

На сьогодні світовий ринок вживаних автомобілів продовжує демонструвати динамічний розвиток. З акцентом на екологічність та нові технології, попит на вживані електромобілі та гібриди зростає. Очікується, що в майбутньому світ стане свідком подальшого зростання ринку вживаних автомобілів, оскільки споживачі продовжують шукати більш доступні і сталі варіанти транспорту, а також адаптуються до змін у економічному середовищі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДОМІНАНТ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ

2.1 Географічна структура ринку: основні регіони та країни-лідери

Географічна структура ринку вживаних автомобілів описує розподіл продажів, пропозиції та споживання вживаних автомобілів у різних регіонах світу. Ця структура формується під впливом ряду факторів, які визначають особливості ринку в кожній країні чи регіоні. Географічна структура ринку вживаних автомобілів включає різні регіони світу, де попит на них сформований під впливом популярності, економічних умов та соціальних факторів.

Тож, основні регіони та країни-лідери в ринку вживаних автомобілів включають:

Основні регіони:

1. Північна Америка. А) США: один з найбільших ринків вживаних автомобілів у світі. Велика кількість автомобілів на ринку вторинних продажів, широкий вибір моделей, включаючи американські, японські та європейські марки. Б) Канада: також має розвинений ринок вживаних автомобілів, з перевагою японських та американських марок.

Особливостями даного ринку є те, що США – один з найбільших ринків вживаних автомобілів у світі завдяки великому попиту та відносно високій мобільності населення. Крім внутрішнього ринку, США також є значним експортером вживаних автомобілів до інших країн, зокрема до Латинської Америки та Африки [23].

2. Європа. А) Німеччина: найбільший ринок вживаних автомобілів в Європі. Німецькі автомобілі, такі як Volkswagen, BMW та Mercedes, користуються великою популярністю. Б) Франція та Італія: значні ринки для вживаних автомобілів, з локальними виробниками (Renault, Fiat) і популярними іноземними марками.

Особливостями ринку є те, що він є одним із найбільших ринків вживаних автомобілів у світі. Висока частка експорту старих автомобілів із Західної Європи до країн Центральної та Східної Європи (Польща, Україна, Румунія тощо). Німеччина є лідером за кількістю експорту та внутрішніх продажів вживаних автомобілів [15].

3. Азія. А) Японія: великий експортер вживаних автомобілів, з великою кількістю автомобілів на внутрішньому ринку. Японські автомобілі мають хорошу репутацію за надійність і довговічність. Б) Китай: зростаючий ринок вживаних автомобілів через збільшення покупок нових автомобілів у попередні роки; на ринку починають з'являтися більше вживаних автомобілів.

Особливостями даного ринку є те, що Японія є одним із найбільших експортерів вживаних автомобілів у світі, відправляючи значну кількість авто до Африки, Океанії, Азії (зокрема, до Росії, Казахстану) та навіть до США. Китайський ринок вживаних автомобілів стрімко розвивається через збільшення

рівня добробуту населення.

4. Латинська Америка. А) Бразилія: важливий ринок вживаних автомобілів, хоча місцеві виробники і міжнародні бренди змагаються за частку ринку. Б) Мексика: швидко зростаючий ринок вживаних автомобілів, з великим попитом на автомобілі, що імпортуються з США.

Особливостями даного ринку є те, що Латинська Америка є значним ринком для вживаних автомобілів, особливо через обмежений доступ до нових авто та високі ціни на них. Багато вживаних автомобілів імпортуються з США та Європи, а в Мексиці існує значний внутрішній ринок вживаних авто.

5. Африка. А) Південноафриканська Республіка: найбільший ринок вживаних автомобілів на континенті, де автомобілі часто імпортуються з Європи та Японії. Б) Нігерія: зростаючий попит на вживані автомобілі через обмежені можливості для покупки нових.

Особливостями даного ринку є те, що Більшість автомобілів, які використовуються в Африці, є вживаними та імпортуються з Європи, Японії та США. Попит зростає через доступність вживаних автомобілів у порівнянні з новими, а також через слабкий розвиток власного виробництва автомобілів на континенті.

Окрему групу становлять такі країни-лідери, як: Австралія, Нова Зеландія.

Особливостями їх є те, що у Новій Зеландії значна частина автомобільного ринку складається з вживаних автомобілів, багато з яких імпортуються з Японії. Австралія має також великий ринок вживаних авто з фокусом на внутрішній продаж.

Отже, експорт із розвинених країн до країн, що розвиваються. Західноєвропейські, північноамериканські та азійські країни-лідери відправляють великі обсяги вживаних автомобілів на ринки Африки, Східної Європи та Латинської Америки.

Ринки багатьох регіонів все більше переходять до онлайн-платформ для торгівлі вживаними автомобілями. Така структура ринку відображає загальні

економічні і транспортні потреби різних регіонів світу, а також рівень доходів населення і доступ до нових автомобілів.

Країнами-лідерами на ринку вживаних авто є:

– США: найбільший ринок, де вживані автомобілі складають значну частину автомобільного парку.

– Японія: популярний експортер вживаних авто, з репутацією надійності.

– Німеччина лідер у Європі, де продаж вживаних автомобілів залишається високим.

– Бразилія та Мексика: основні ринки в Латинській Америці (рис. 2.1).

Цей ринок активно змінюється, оскільки в розвинутих країнах зростає тенденція до електромобілів, що також вплине на структуру ринку вживаних автомобілів в майбутньому.

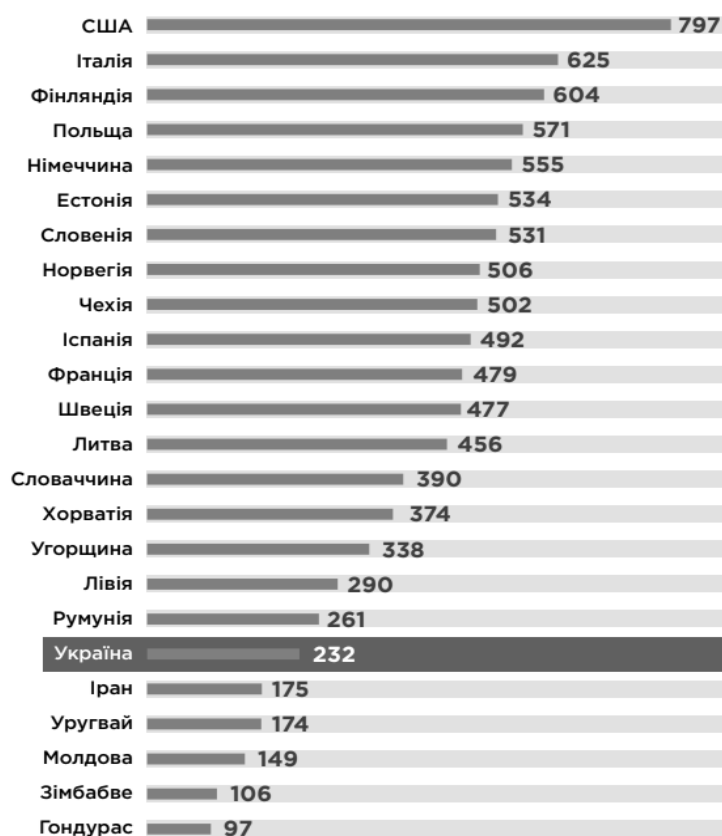


Рисунок 2.1 – Кількість авто на 1000 жителів у деяких країнах світу

Джерело: [43]

У 2024 році ринок вживаних автомобілів оцінюється в 1,78 трильйона

доларів США, а до 2031 року очікується, що він досягне 2,73 трильйона доларів США, зростаючи з загальним річним темпом зростання на 6,3% з 2024 року по 2031 рік.

Ринок вживаних автомобілів продовжує бути великим і зростає через зростання середнього віку транспортних засобів та через зростання цін на нові автомобілі, що створює тиск на бюджет споживачів. Протягом 2021-2023 років ринок вживаних автомобілів стабільно зростає. Кілька тенденцій стимулюють цей ринок, зокрема через тривалу пандемію, збільшення переваги володіння особистим транспортним засобом перед громадським транспортом, а також зростання середнього віку транспортних засобів. Оскільки нові автомобілі стають дорожчими, багато покупців переходять на ринок вживаних автомобілів, що призводить до формування стабільного попиту на них. Онлайн-продаж вживаних автомобілів і розширений досвід цифрових покупок також сприяли спрощенню процесу купівлі вживаних автомобілів для багатьох споживачів світу.

Північна Америка займає найбільшу частку світового ринку вживаних автомобілів, домінуючи над 30% продажів всього світу. Сам розмір країни та кількість зареєстрованих транспортних засобів, що експлуатуються, значно збільшує обсяги перепродажу щороку. У таких великих міських центрах, як Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Чикаго, є відомі дилери вживаних автомобілів, які задовольняють попит по всій країні. З понад 250 мільйонами автомобілів на американських дорогах, постійна пропозиція обміну і повернення в оренду підтримує списки та конкурентоспроможні ціни на вторинному ринку.

Помітним ринком зростання, який швидко стає регіональною силою, є Мексика. Будучи однією з 10 найкращих виробників автомобілів у світі, Мексика з кожним роком відчуває зростання кількості власників автомобілів. Зростання доходів у столичних районах, таких як Мехіко, відкриває споживчий потенціал для імпорту вживаних автомобілів із США та місцевих автопарків, які досягають перепродажу.

Якщо проаналізувати структуру імпорту вживаних легкових автомобілів у

2023 році за країнами, то лідером стала США, з якої Україна імпортувала 158 тисяч автомобілів, що становить 26,1% від загальної кількості.

На другій позиції опинилася Польща — 123 тисячі автомобілів, що складає 20,3% [60]. Варто зазначити, що Польща часто виступає як "транзитна зона" для машин, які надходять із Західної Європи [24].

Третє місце займає Німеччина, звідки було імпортовано 76 тисяч автомобілів, що становить 12,5%. Четверту позицію займає Литва, яка також є популярною транзитною країною. У 2021 році українці купили 72 тисячі автомобілів (11,8%) у Литві завдяки вигідному податковому законодавству. На п'ятому місці розташована Естонія з 26 тисячами машин (4,2%), а слідом йдуть Словаччина з 12 тисячами (1,9%) та Угорщина з 10 тисячами (1,7%) автомобілів [52].

Окрему увагу заслуговують автомобілі з Південної Кореї, з якої в 2021 році було імпортовано 14 тисяч авто (2,3%).

Протягом цього року також ввозилися автомобілі з Грузії — 10 тисяч, що становить 1,6%.

Грузія відома своєю бізнес-моделлю, яка дозволяє купувати та підготовлювати автомобілі для подальшого продажу в Україні завдяки лояльним законам і низьким податкам (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Імпорт вживаних легкових автомобілів в Україну за країнами у 2023 році [25]

Місце	Країна	Кількість автомобілів	Відсоток від загальної кількості
1	США	158,000	26.1%
2	Польща	123,000	20.3%
3	Німеччина	76,000	12.5%
4	Литва	72,000	11.8%
5	Естонія	26,000	4.2%
6	Словаччина	12,000	1.9%

7	Угорщина	10,000	1.7%
8	Південна Корея	14,000	2.3%
9	Грузія	10,000	1.6%
Інші	Інші країни	92,000	15.2%
Разом	Всього	605,000	100%

Джерело: [20]

Інші країни, не включені в топ-10, становлять 15,2% від загального обсягу імпорту, або 92 тисячі автомобілів (рис. 2.2).

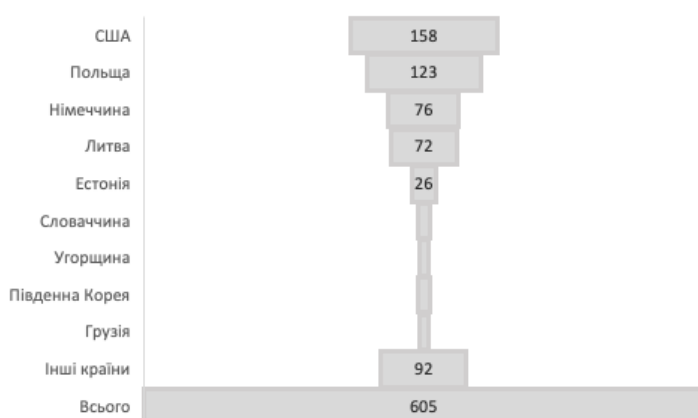


Рисунок 2.2 – Імпорт вживаних легкових автомобілів в Україну за країнами у 2023 році

Джерело: розроблено автором самостійно

Новинами промисловості вживаних автомобілів у світі є наступне: у червні 2023 року Jardine Cycle, інвестиційна компанія, пов'язана з гонконгською Jardine Matheson, об'єдналась з автомобільним ринком Південно-Східної Азії Carro. Разом вони планують розширити асортимент якісних вживаних автомобілів Carro

та покращити цифрові технології, які пропонує Republik Auto.

У серпні 2022 року Lexus, дочірня компанія Toyota Motor Corporation, глобального виробника автомобілів зі штаб-квартирою в місті Тойота, Японія представила програму сертифікації Lexus в Індії. Цей стратегічний крок покликаний допомогти нинішнім власникам автомобілів Lexus отримати кращу вартість перепродажу своїх автомобілів.

У серпні 2021 року Audi є дочірньою компанією Audi AG, німецького виробника автомобілів, що спеціалізуються на автомобілях класу люкс, оголосила про свій намір подвоїти кількість салонів марки із 7 до 14 до кінця року, підтримуючи продаж вживаних автомобілів, поряд із існуючою мережею з понад 40 автосервісів по всій країні.

У серпні 2021 року Mahindra First Choice Wheels (MFCW) стала дочірньою компанією Mahindra Group, одного з провідних транснаціональних конгломератів Індії. Це партнерство дозволяє Mahindra оцінювати транспортні засоби та виявляти пошкодження за допомогою передових технологій на ринку вживаних авто.

Отже, географічна структура ринку вживаних автомобілів демонструє значну різноманітність, з різними економічними і соціальними факторами, що впливають на попит і пропозицію в кожному регіоні. Ось кілька ключових висновків:

США та Північна Америка залишаються найбільшими ринками вживаних автомобілів, з великим внутрішнім попитом та значним експортом, зокрема до Латинської Америки та Африки. США є одним з лідерів експорту вживаних авто, що впливає на глобальну структуру ринку.

Європа, особливо Німеччина, є важливим регіоном з активними внутрішніми продажами та значним експортом автомобілів до країн Центральної і Східної Європи. Автомобілі з Західної Європи, зокрема з Німеччини, є популярними у країнах Східної Європи та СНД.

Азія, зокрема Японія, залишається провідним експортером вживаних

автомобілів завдяки надійності та довговічності своїх транспортних засобів. Китайський ринок також демонструє швидке зростання, що підкреслює динамічний розвиток цієї галузі в регіоні.

Латинська Америка (Мексика, Бразилія) має стабільний попит на вживані автомобілі, більшість з яких імпортуються із США. У регіоні спостерігається зростання кількості автомобілів, що відповідає зростанню доходів населення.

Африка продовжує покладатися на імпорт вживаних автомобілів, особливо з Європи, Японії та США, через обмежений доступ до нових транспортних засобів та слабкий розвиток власного виробництва.

Україна є значним імпортером вживаних автомобілів, особливо зі США, Польщі та Німеччини, що відображає тенденції у Східній Європі щодо зростання ринку через доступніші ціни на вживані авто.

Однією з основних причин зростання ринку вживаних автомобілів у Європі став глобальний дефіцит мікрочипів, який почався у 2020 році через пандемію COVID-19. Через зупинку або уповільнення виробництва чипів, що є важливими компонентами для сучасних автомобілів, виникли суттєві затримки у випуску нових машин. Мікрочипи необхідні для роботи різних електронних систем автомобілів, таких як системи безпеки, навігація, управління двигуном тощо.

Нестача чипів спричинила значні затримки у виробництві нових автомобілів, через що багато покупців, які планували придбати нові машини, були змушені перейти на вторинний ринок. За даними автомобільних асоціацій, у 2022-2023 роках продажі нових автомобілів знизилися на 15-20% порівняно з попередніми роками, тоді як попит на вживані авто зріс на понад 30%. Дефіцит чипів також змусив автовиробників скоротити обсяги виробництва та відкласти випуск нових моделей, що ще більше загостило ситуацію на ринку.

Крім дефіциту мікросхем, значний вплив на зміни в попиті на автомобільному ринку також має зростання цін на нові автомобілі. Підвищення вартості сировини, таких як сталь, алюміній і пластмаса, а також зростання цін на електроніку сприяло тому, що виробники автомобілів змушені були підвищити

ціни на свої нові моделі. Згідно з дослідженнями, у 2023 році ціни на нові автомобілі підвищилися в середньому на 10-15%, що залежить від країни та бренду [61].

Ця ситуація спонукала багатьох потенційних покупців звертати увагу на вживані автомобілі, які не лише є більш доступними за ціною, але й зазвичай мають менший час очікування. Наприклад, у деяких європейських країнах придбання нового автомобіля може займати до шести місяців унаслідок затримок у виробництві та доставці, що робить варіант покупки вживаного автомобіля більш привабливим.

Загальні тенденції ринку включають збільшення популярності електромобілів у розвинених країнах, що вплине на структуру ринку вживаних автомобілів у майбутньому, а також зростання онлайн-платформ, що спрощує процес купівлі-продажу автомобілів у всьому світі.

Таким чином, ринок вживаних автомобілів продовжує демонструвати стабільне зростання через економічні переваги та доступність у порівнянні з новими авто, зокрема в країнах, що розвиваються.

2.2 Стратегічні гравці та конкурентне середовище на ринку вживаних автомобілів

Ринок вживаних автомобілів є одним з найбільш динамічних сегментів автопрому. Його особливість полягає в тому, що на нього впливають як загальноекономічні фактори, так і специфічні тенденції автомобільного ринку. Розуміння стратегічних гравців та конкурентного середовища на цьому ринку є ключовим для успішної діяльності будь-якого учасника.

На ринку вживаних автомобілів можна виділити таких основних гравців:

1. Офіційні дилери: представники автовиробників, які пропонують програми trade-in, сертифіковані вживані автомобілі.
2. Незалежні дилери: підприємства, які спеціалізуються на купівлі та

продажу вживаних автомобілів.

3. Приватні продавці: фізичні особи, які продають свої автомобілі.
4. Онлайн-платформи: інтернет-майданчики, що об'єднують продавців і покупців.
5. Автомобільні аукціони: платформи для оптової торгівлі вживаними автомобілями.

Український ринок вживаних автомобілів демонструє цікаві тенденції. Хоча більшість продажів припадає на внутрішній ринок, спостерігається стійкий тренд на зростання попиту на автомобілі з Європи та США. Цей факт пояснюється їхньою відносною вигідністю для українських споживачів.

Динаміка покупок вживаних автомобілів (рис. 2.3) – фрагмент.

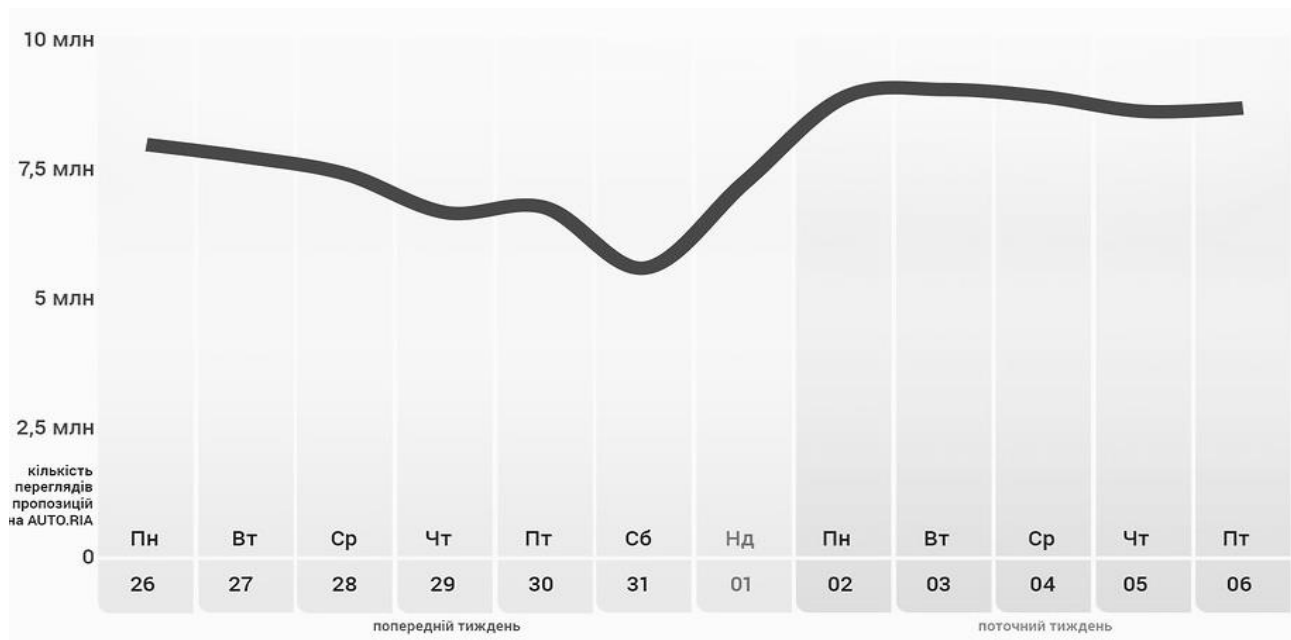


Рисунок 2.3 – Динаміка покупок вживаних автомобілів

Джерело: [2]

На основі графіка, можна зробити такі висновки щодо динаміки покупок вживаних автомобілів: загальна кількість переглядів пропозицій коливається в межах від 7 до 8 мільйонів переглядів за день. Це свідчить про стабільний інтерес до ринку вживаних автомобілів. У період вихідних днів (29-31 жовтня) спостерігається зниження активності користувачів до рівня трохи нижче 7

мільйонів переглядів. Це типово для ринку, оскільки більшість людей менше приділяють увагу покупкам автомобілів на вихідних. Помітне зростання кількості переглядів до близько 9 мільйонів у неділю. Це може бути пов'язано з тим, що люди використовують вихідний для більшого перегляду пропозицій та пошуку автомобілів. Після пікового зростання в неділю, кількість переглядів повертається на стабільний рівень приблизно 7,5-8 мільйонів і залишається в межах цього діапазону протягом наступних днів [1].

Загалом динаміка показує стабільний інтерес до ринку вживаних автомобілів із певними коливаннями у вихідні дні та після них.

Водночас, аналіз віку автопарку свідчить про його омолодження. Якщо кілька років тому середній вік зареєстрованого автомобіля в Україні становив 22 роки, то вже у 2021 році цей показник скоротився до 11 років. Це свідчить про зростаючу зацікавленість українців у сучасніших моделях. При цьому, більшість автомобілів в Україні належать до низького та середнього цінового сегмента, що підтверджується рейтингом найпопулярніших моделей на вторинному ринку. Цей факт пояснюється середнім рівнем доходу населення (рис. 2.4).

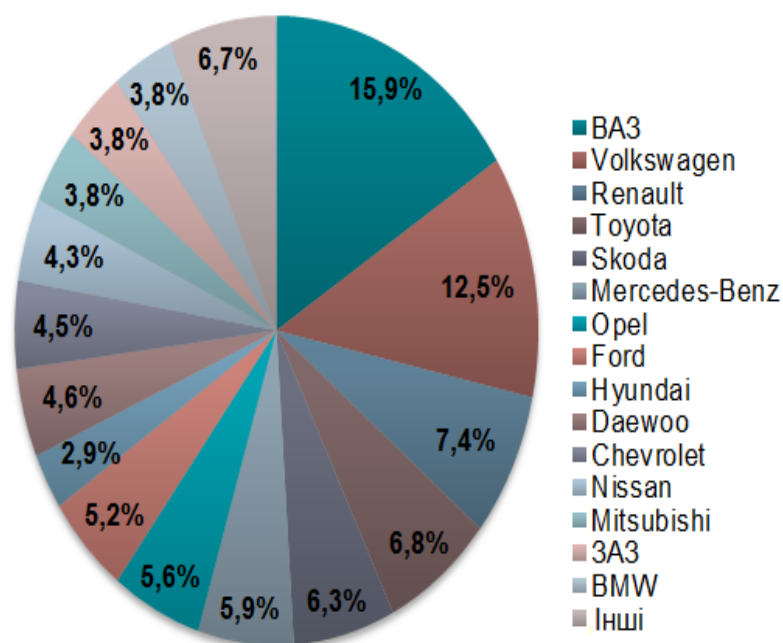


Рисунок 2.4 – Найпопулярніші марки автомобілів на вторинному ринку вживаних автомобілів в Україні на 2023 рік

Джерело: [38]

Переважають угоди купівлі-продажу на внутрішньому ринку: 76% легковиків з пробігом було придбано всередині країни. У кількісному вираженні це 72,8 тис. Частка імпорту авто з пробігом із-за кордону вкотре зросла, й склала 24% (22,9 тис.), хоч кількісно це менше на 514 легковиків, ніж було імпортовано місяцем раніше.

У грудні 2023 року, українці уклали 72,8 тисячі угод купівлі-продажу вживаних легковиків, що на 4,9% більше порівняно з попереднім місяцем. Найбільшу активність продемонстрували мешканці Києва, де було зареєстровано 11,7 тисяч угод. Київська та Львівська області зайняли друге та третє місця відповідно.

Незважаючи на сезонні коливання, загальна тенденція на ринку вживаних авто в Україні свідчить про поступове зниження обсягів продажів.

Середні ціни в Україні за 2023 рік у різних сегментах наведено на рис. 2.5.

Рисунок 2.5 – Середні ціни в Україні за 2023 рік у різних сегментах

Джерело: [38]

Регіональна динаміка ринку вживаних авто в Україні демонструє, що найбільш активними покупцями залишаються мешканці великих міст та обласних центрів.

Зараз в Україні ринок уживаних автомобілів становить 93% від загальної кількості автомобілів, що купуються. Цікаво, що нові автомобілі найчастіше купують юр. особи, а вживані автомобілі – фіз. особи. До того ж юр. особи використовують такий фінансовий інструмент як лізинг, а фіз. особи – кредит. Регіональна структура ринку вживаних авто в Україні за 2023 рік наведено на рис. 2.6.

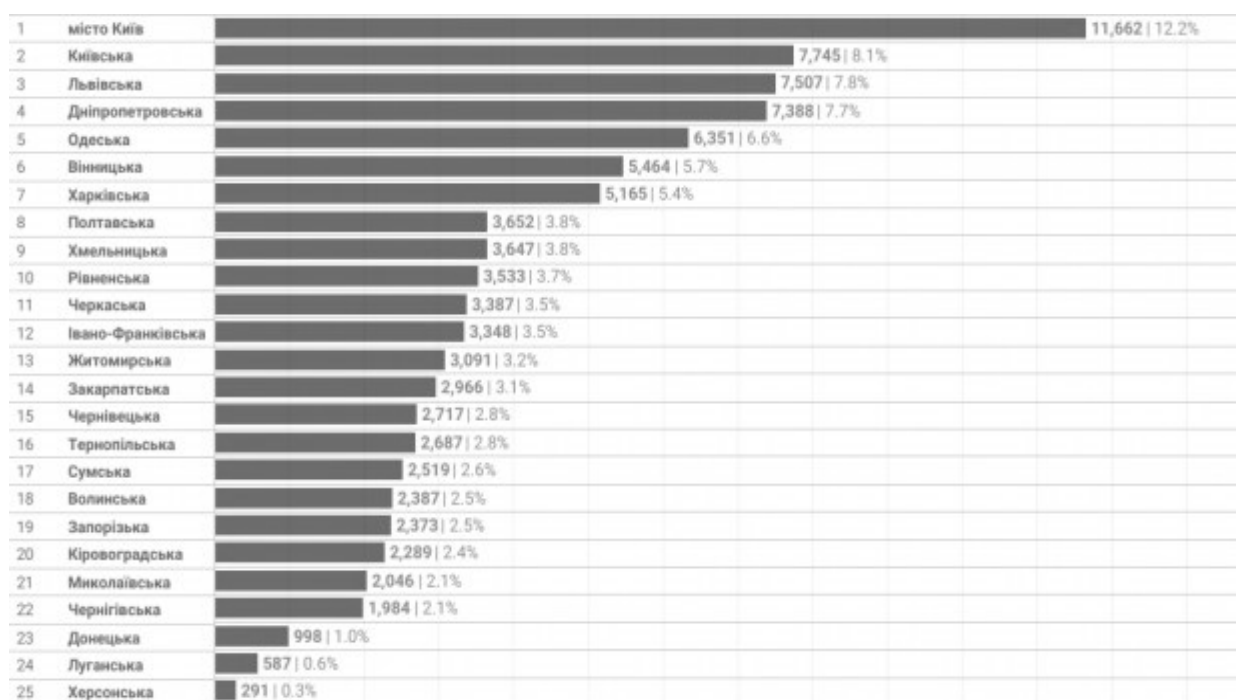


Рисунок 2.6 – Регіональна структура ринку вживаних авто в Україні за 2023 рік

Джерело: [2]

Конкурентне середовище на ринку вживаних автомобілів характеризується високим рівнем конкуренції, різноманітністю пропозицій та постійною зміною правил гри.

Основні фактори, що впливають на конкурентне середовище:

- 1) економічна ситуація: рівень доходів населення, доступність кредитів, інфляція;

- 2) законодавство: податкова політика, митні тарифи, вимоги до екологічності автомобілів;
- 3) технологічний прогрес: поява нових моделей автомобілів, розвиток технологій безпеки та комфорту;
- 4) географічні особливості: регіональні відмінності в попиті на автомобілі;
- 5) поведінка споживачів: зміна пріоритетів покупців, зростання вимог до якості та сервісу.

Для проведення детального аналізу конкурентного середовища необхідно враховувати такі аспекти:

- ідентифікація конкурентів передбачає визначення прямих і непрямих конкурентів;
- аналіз сильних і слабких сторін конкурентів передбачає визначення конкурентних переваг і недоліків кожного гравця;
- оцінка ринкової частки передбачає визначення частки ринку, яку займає кожен конкурент;
- аналіз маркетингових стратегій передбачає вивчення маркетингових інструментів, які використовують конкуренти;
- прогнозування поведінки конкурентів це передбачення можливих дій конкурентів у майбутньому.

Для успішної конкуренції на ринку вживаних автомобілів підприємства використовують різноманітні стратегії:

1. Стратегію диференціації, яка передбачає виділення своєї пропозиції за рахунок унікальних характеристик автомобілів, високого рівня сервісу, додаткових послуг.
 2. Стратегія лідерство за витратами передбачає забезпечення найнижчих цін на ринку за рахунок оптимізації процесів, масштабної діяльності.
 3. Стратегія фокусування передбачає спеціалізацію на вузькій ніші
- Проведемо аналіз конкурентного середовища на ринку вживаних автомобілів в

Україні за 2023 рік (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Аналіз конкурентного середовища на ринку вживаних автомобілів в Україні за 2023 рік

Показник	Значення	Джерело
Обсяг ринку вживаних автомобілів в Україні у 2023 році	Понад 1 млн одиниць	AUTO-Consulting
Частка офіційних дилерів на ринку	Близько 2,5%	AUTO-Consulting
Частка незалежних дилерів на ринку	Близько 50%	Оцінка експертів
Частка приватних продавців на ринку	Близько 47,5%	Оцінка експертів
Найпопулярніші марки вживаних автомобілів	Toyota, Volkswagen, Renault	AUTO-Consulting

Джерело: [2]

Можна виділити наступні основні тенденції:

1. Зростання популярності онлайн-платформ для продажу автомобілів.
2. Збільшення попиту на електромобілі та гібриди.
3. Зміцнення позицій офіційних дилерів за рахунок розвитку програм trade-in.
4. Посилення конкуренції серед незалежних дилерів.

Тож, ринок вживаних автомобілів є динамічним і конкурентним середовищем, яке постійно змінюється. Для успішної діяльності на цьому ринку компанії повинні постійно аналізувати конкурентне середовище, адаптувати свої стратегії та пропонувати клієнтам унікальні пропозиції.

2.3 Вплив глобальних економічних та екологічних факторів на ринок

Глобальний ринок – це складна система, що постійно змінюється під впливом різних факторів. Серед них особливо важливу роль відіграють економічні та екологічні чинники. Вони можуть як стимулювати розвиток ринку, так і гальмувати його.

Економічні фактори мають безпосередній вплив на попит та пропозицію на ринку. До основних економічних факторів належать:

- 1) Макроекономічна стабільність: рівень інфляції, ставки процентів,

обмінні курси валют впливають на купівельну спроможність споживачів та вартість виробництва.

2) Економічний цикл: під час економічного зростання попит на товари та послуги зростає, а під час спаду – знижується.

3) Доходи населення: зростання доходів населення стимулює попит, особливо на товари та послуги не першої необхідності.

4) Державна політика: податкова політика, митні тарифи, субсидії та інші заходи державного регулювання впливають на вартість продукції та конкурентоспроможність підприємств.

5) Технологічні зміни: нові технології можуть створювати нові ринки.

Таблиця 2.3 – Вплив економічних факторів на ринок

Фактор	Позитивний вплив	Негативний вплив
Зростання ВВП	Збільшення попиту	Можливе зростання інфляції
Зниження процентних ставок	Збільшення інвестицій	Можливі спекулятивні бульбашки
Девальвація національної валюти	Збільшення експорту	Зростання імпорتنих цін
Технологічні інновації	Створення нових продуктів та ринків	Збільшення конкуренції

Джерело: розроблено автором самостійно

Екологічні фактори стають все більш важливими для бізнесу та споживачів. До основних екологічних факторів належать:

1) Зміна клімату: екстремальні погодні явища, підвищення рівня моря та інші наслідки зміни клімату впливають на виробництво та споживання.

2) Дефіцит природних ресурсів: вичерпання природних ресурсів може призвести до зростання цін та обмеження виробництва.

3) Забруднення довкілля: забруднення повітря, води та ґрунту може призвести до підвищення витрат на очищення та утилізацію відходів.

4) Екологічне законодавство: збільшення вимог до екологічної безпеки продукції та виробництва [11].

5) Соціальна відповідальність бізнесу: споживачі все частіше віддають перевагу продуктам компаній, які дбають про довкілля.

Таблиця 2.4 – Вплив екологічних факторів на ринок

Фактор	Позитивний вплив	Негативний вплив
Зростання свідомості споживачів щодо екологічних проблем	Збільшення попиту на екологічно чисту продукцію	Збільшення витрат на виробництво екологічно чистої продукції
Впровадження нових екологічних технологій	Зменшення викидів забруднюючих речовин, підвищення енергоефективності	Високі початкові інвестиції
Збільшення податків на забруднення	Стимулювання впровадження екологічних технологій	Збільшення виробничих витрат

Джерело: розроблено автором самостійно

Ще одним важливим чинником, що сприяє зростанню ринку вживаних автомобілів, є загальна економічна нестабільність та інфляційні процеси. Після пандемії світова економіка зіткнулася з різноманітними викликами, серед яких високі показники інфляції в багатьох європейських країнах. Це, у свою чергу, призвело до зниження купівельної спроможності населення і підштовхнуло споживачів шукати більш економічно вигідні альтернативи.

Внаслідок цього, багато європейців почали обирати вживані автомобілі як спосіб заощадити, оскільки нові автомобілі стали недоступними для значної частини покупців.

Окрім того, змінилися пріоритети на ринку: сучасні споживачі все більше акцентують увагу на надійності та доступності автомобілів, а не лише на їхніх новітніх технологічних функціях [11].

Економічні та екологічні фактори тісно взаємопов'язані. Наприклад, зростання свідомості споживачів щодо екологічних проблем може стимулювати розвиток нових технологій, що, в свою чергу, сприятиме економічному зростанню. З іншого боку, економічні кризи можуть призвести до послаблення екологічних стандартів.

Прикладами впливу глобальних факторів на ринок є пандемія COVID-19: Пандемія призвела до глобальної економічної кризи, що вплинуло на попит на різні товари та послуги. Водночас, зросла зацікавленість у товарах для

дистанційної роботи та онлайн-покупок.

Зміна кліматичних умов призвела до зростання попиту на енергоефективні прилади та послуги, а також до розвитку відновлюваних джерел енергії.

Торгові війни між країнами призводять до зростання цін на товари, обмеження доступу до ринків та зниження інвестицій.

Отже, глобальні економічні та екологічні фактори мають значний вплив на розвиток ринку. Компанії, які враховують ці фактори у своїй діяльності, мають більше шансів на успіх.



Рисунок 2.7 – Взаємозв'язок економічних та екологічних факторів

Джерело: розроблено автором самостійно

Для того, щоб адаптуватися до мінливих умов ринку, підприємствам необхідно постійно моніторити зміни в зовнішньому середовищі та розробляти відповідні стратегії.

На основі проведеного аналізу можна зробити кілька ключових висновків щодо впливу економічних та екологічних факторів на глобальний ринок. По-перше, економічні чинники, такі як макроекономічна стабільність, економічні цикли та доходи населення, мають прямий вплив на купівельну спроможність та

споживчий попит. Наприклад, під час економічного зростання зростає попит на товари, тоді як під час спаду споживачі стають обережнішими у витратах. Це особливо відчувається на ринку вживаних автомобілів, де економічна нестабільність підштовхує споживачів до пошуку більш доступних альтернатив.

По-друге, державна політика та регулювання, включаючи податки, субсидії та митні тарифи, також відіграють важливу роль у формуванні ринкових умов. Наприклад, зниження процентних ставок може стимулювати інвестиції та сприяти зростанню економіки, але водночас несе ризики виникнення фінансових бульбашок. Технологічні інновації відкривають нові ринки, проте водночас загострюють конкуренцію між гравцями на ринку.

Третім важливим аспектом є екологічні чинники, що стають усе більш актуальними для сучасного бізнесу. Підприємства зіштовхуються з викликами, пов'язаними з впровадженням екологічно чистих технологій та дотриманням екологічного законодавства. Зміна клімату, дефіцит природних ресурсів та забруднення навколишнього середовища впливають на виробничі процеси та збільшують витрати, пов'язані з впровадженням екологічних стандартів. Водночас зростання свідомості споживачів щодо екологічних проблем стимулює попит на екологічно чисту продукцію.

Четвертим важливим аспектом є взаємозв'язок між економічними та екологічними факторами. Наприклад, економічні кризи можуть призвести до зменшення уваги до екологічних стандартів, тоді як стабільне економічне зростання сприяє розвитку нових екологічних технологій. Тому бізнесам важливо враховувати ці два аспекти одночасно, аби залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Нарешті, глобальні події, такі як пандемія COVID-19, зміна клімату та торгові війни, наочно демонструють важливість адаптації до зовнішніх викликів. Компанії, які здатні швидко реагувати на зміну ринкових умов та впроваджувати стратегії, спрямовані на підвищення енергоефективності та екологічної безпеки, матимуть більше шансів на успіх у майбутньому.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ

3.1 Перспективи впровадження електромобілів та гібридних моделей на ринку вживаних авто

В останні роки ринок електромобілів (EV) і гібридних автомобілів набирає обертів у всьому світі. Зростаюча популярність електромобілів та гібридів суттєво впливає на ринок вживаних автомобілів. З кожним роком все більше таких транспортних засобів з'являється на вторинному ринку, створюючи нові можливості та виклики для покупців і продавців. Це відображає загальну тенденцію переходу на більш екологічно чисті технології в транспортному секторі.

Електромобілі та гібриди набирають популярності через:

1) Низькі або відсутні викиди шкідливих речовин роблять електромобілі та гібриди привабливими для екологічно свідомих споживачів.

2) Вартість електроенергії, як правило, нижча за вартість палива, що робить експлуатацію електромобілів більш економічно вигідною в довгостроковій перспективі.

3) Багато країн пропонують податкові пільги, субсидії та інші стимули для купівлі електромобілів та гібридів.

4) Постійне вдосконалення батарей та збільшення їхньої ємності, а також розвиток зарядної інфраструктури роблять електромобілі більш практичними у використанні.

Особливості ринку вживаних електромобілів та гібридів:

1) Вища вартість: нові електромобілі та гібриди, як правило, коштують дорожче за традиційні автомобілі з ДВЗ. Однак, на вторинному ринку ціна на них знижується швидше, що робить їх більш доступними.

2) Збереження батареї: Одним з ключових факторів, який впливає на вартість вживаного електромобіля, є стан батареї. Її ємність з часом зменшується, що може вплинути на запас ходу.

3) Зарядна інфраструктура: Важливим аспектом при купівлі вживаного електромобіля є розвиненість зарядної інфраструктури в регіоні проживання.

4) Менша кількість пробігу: Як правило, електромобілі та гібриди мають менший пробіг, ніж бензинові або дизельні автомобілі того ж віку, що є їхньою перевагою.

Переваги покупки вживаного електромобіля або гібрида

1) В порівнянні з новим автомобілем, вживаний електромобіль або гібрид коштує значно дешевше.

2) На ринку представлені моделі з різним ступенем зношування батареї, що дозволяє підібрати автомобіль відповідно до своїх потреб і бюджету.

3) Деякі країни пропонують додаткові стимули для покупки вживаних електромобілів.

Ризики покупки вживаного електромобіля або гібрида:

1. Важливо ретельно перевірити стан батареї перед покупкою, оскільки її заміна може бути дорогою.

2. На ринку вживаних електромобілів та гібридів може бути менший вибір моделей, ніж серед традиційних автомобілів.

3. Для деяких водіїв перехід на електромобіль може вимагати певного часу для адаптації.

Основні етапи потрапляння електромобілів та гібридів на вторинний ринок наведено на схемі 3.1.

Виробництво → Первинний ринок (1-3 роки) → Лізинг або продаж →
Вторинний ринок (3-5 років). (3.1)

Перевагами і викликами для електромобілів та гібридів на вторинному ринку є:

1. Переваги для покупців (низька вартість експлуатації, екологічність, можливі субсидії).
2. Проблеми, які постають перед покупцями (знос батареї, обмежена інфраструктура зарядок, вартість заміни батарей) [54].

Таблиця 3.1 – Порівняння витрат на електромобілі та звичайні авто на вторинному ринку

Категорія	Електромобіль	Гібридний автомобіль	Традиційний автомобіль
Вартість палива	Низька (зарядка)	Помірна	Висока
Заміна батареї (через 8-10 років)	Висока (але рідко)	Середня	Немає
Вартість обслуговування	Низька (менше частин)	Вища через дві системи	Середня
Екологічні субсидії	Можливі	Можливі	Відсутні

Джерело: розроблено автором самостійно

В Україні ринок електромобілів також демонструє зростання, зокрема, на ринку вживаних автомобілів. Основними факторами цього процесу є зниження витрат на обслуговування, підвищення екологічної свідомості споживачів, а також зміни в регулюванні ринку.

Ринок автомобілів із традиційними двигунами внутрішнього згоряння поступово поступається місцем транспортним засобам із альтернативними джерелами енергії. Головними причинами цього є:

- 1) Зростання цін на пальне.

- 2) Посилення екологічних стандартів.
- 3) Державні ініціативи та програми стимулювання переходу на електромобілі.
- 4) Розширення інфраструктури для зарядки електромобілів.
- 5) Підвищення доступності електромобілів на ринку вживаних авто.

Згідно зі статистичними даними, у 2023 році кількість електромобілів у світі перевищила 10 мільйонів одиниць. При цьому очікується, що до 2030 року ця цифра досягне 145 мільйонів. В Україні, за даними Авто-Ріа, кількість реєстрацій електромобілів у 2022 році збільшилася на 50% у порівнянні з 2021 роком, що демонструє позитивну динаміку попиту на цей тип транспорту.

У зв'язку із швидким розвитком технологій, електромобілі нових моделей з'являються на ринку досить часто, що стимулює продаж старих моделей на вторинному ринку. Основними країнами-донорами вживаних електромобілів для України є такі країни, як США та Німеччина, де існують урядові програми стимулювання обміну старих авто на нові, що також сприяє росту вторинного ринку електротранспорту.

З кожним роком ціни на вживані електромобілі знижуються, що робить їх більш доступними для середньостатистичного покупця [55]. Наприклад, у 2023 році середня ціна на вживані електромобілі знизилася на 15% порівняно з попереднім роком. Така динаміка пов'язана з технологічним прогресом та розширенням ринку.

Таблиця 3.2 – Ціни на вживані електромобілі в Україні у 2023 році

Модель електромобіля	Середня ціна, \$	Вік автомобіля (середній)	Пробіг, км
Nissan Leaf	13 000	3 роки	50 000
Tesla Model 3	29 000	4 роки	70 000
BMW i3	18 000	5 років	60 000
Renault Zoe	12 000	4 роки	45 000
Hyundai Ioniq	22 000	3 роки	55 000

Джерело: [33].

На основі наданих даних можна зробити такі висновки: ціни на вживані електромобілі в Україні демонструють значну варіативність, що залежить від

багатьох факторів, включаючи марку, модель, рік випуску, пробіг та загальний стан автомобіля.

Моделі від преміальних брендів, таких як Tesla та BMW, мають суттєво вищу середню вартість порівняно з більш масовими моделями, наприклад, Nissan Leaf та Renault Zoe. Це пов'язано з престижністю бренду, додатковими функціями та більш високими технологічними характеристиками.

У США попит на електромобілі зростає, зокрема через надання урядом податкових пільг та субсидій на купівлю таких авто, що також впливає на ринок вживаних автомобілів [56].

Основні чинники, що впливають на ціноутворення вживаних електромобілів у США: а) оскільки акумулятори мають обмежений термін служби, стан батареї є критично важливим фактором, що впливає на вартість автомобіля; автомобілі з більшим пробігом зазвичай дешевші, хоча для електромобілів цей фактор часто менш важливий, ніж для авто з двигуном внутрішнього згоряння; популярні моделі, такі як Tesla, Chevrolet Bolt, Nissan Leaf, тримаються на вищому ціновому рівні навіть на ринку вживаних авто.

Таблиця 3.3 – Приблизні ціни на вживані електромобілі у США (2023 рік)

Модель	Рік випуску	Середня ціна (\$)	Пробіг (миль)
Tesla Model 3	2019-2021	32,000 - 40,000	30,000 - 50,000
Nissan Leaf	2018-2020	16,000 - 22,000	20,000 - 40,000
Chevrolet Bolt EV	2018-2020	18,000 - 25,000	25,000 - 50,000
Ford Mustang Mach-E	2021	40,000 - 45,000	15,000 - 30,000
BMW i3	2017-2019	18,000 - 24,000	30,000 - 45,000

Джерело: [59].

Як видно з табл. 1.3, Tesla Model 3 залишається найдорожчим варіантом серед вживаних електромобілів через популярність марки та інноваційні технології. Nissan Leaf та Chevrolet Bolt EV є більш доступними моделями, що приваблюють тих, хто шукає бюджетний електромобіль.

2. Ціни на вживані електромобілі в Європі

Європейський ринок електромобілів у 2023 році також активно розвивається під впливом екологічних стандартів та заходів стимулювання купівлі "зелених"

авто. Європейські ціни на вживані електромобілі можуть варіюватися залежно від країни, наявності державних субсидій, а також ринку праці та економічних умов.

Основні чинники ціноутворення вживаних електромобілів у Європі:

1) Державні субсидії та податкові пільги. Уряди країн Європи активно стимулюють перехід на екологічно чистий транспорт, що впливає на вартість вживаних автомобілів.

2) Інфраструктура зарядних станцій. У країнах з розвиненою інфраструктурою для електромобілів ціни можуть бути дещо вищими через більший попит.

3) Пробіг та стан авто. Як і в США, технічний стан та пробіг автомобіля є визначальними факторами.

Таблиця 3.4 – Приблизні ціни на вживані електромобілі в Європі (2023 рік)

Модель	Рік випуску	Середня ціна (євро)	Пробіг (км)
Renault Zoe	2018-2020	15,000 - 22,000	25,000 - 50,000
Tesla Model 3	2019-2021	35,000 - 45,000	30,000 - 50,000
BMW i3	2017-2019	17,000 - 24,000	30,000 - 50,000
Volkswagen ID.3	2020-2021	30,000 - 35,000	20,000 - 40,000
Nissan Leaf	2018-2020	16,000 - 22,000	30,000 - 45,000

Джерело: [20].

У Європі Renault Zoe є однією з найпопулярніших моделей через свою доступність та компактні розміри, що робить її зручною для міського використання. Tesla Model 3 та Volkswagen ID.3 тримаються на вищому ціновому рівні завдяки їхнім технічним характеристикам і статусу престижних брендів.

Ціни на вживані електромобілі у 2023 році варіюються залежно від моделі, пробігу та ринку (США чи Європа). У США електромобілі таких брендів, як Tesla, Chevrolet, та Nissan, залишаються найпопулярнішими на вторинному ринку. У Європі особливо популярними є Renault Zoe, Volkswagen ID.3, та Tesla Model 3. Незважаючи на різницю в цінах між регіонами, загальна тенденція до зростання попиту на вживані електромобілі продовжує визначати перспективи ринку.

Перевагами електромобілів на ринку вживаних авто можна виділити наступні:

1) Економія на паливі. Власники електромобілів мають можливість значно економити на витратах на паливо, оскільки електроенергія значно дешевша за бензин або дизель.

2) Зменшення витрат на технічне обслуговування. Електромобілі мають меншу кількість рухомих частин, що знижує ризик поломок і витрати на сервіс.

3) Доступ до екологічних зон. У багатьох країнах існують зони з обмеженим доступом для автомобілів із традиційними двигунами внутрішнього згоряння. Електромобілі можуть вільно переміщатися в таких зонах, що підвищує їхню привабливість для міських жителів.

4) Державні субсидії та пільги. В Україні діють програми державної підтримки для власників електромобілів, що включають зниження митних зборів та інші пільги [58].

Викликами для впровадження електромобілів на вторинному ринку є:

1 Висока початкова вартість. Незважаючи на зниження цін на вживані електромобілі, їхня початкова вартість все ще залишається вищою порівняно з традиційними бензиновими та дизельними авто, що може стримувати частину потенційних покупців.

2 Обмежена інфраструктура зарядки. Хоча інфраструктура зарядних станцій для електромобілів активно розвивається, у багатьох регіонах України вона ще не досягла необхідного рівня. Це створює проблеми для власників електромобілів, особливо у віддалених регіонах.

3 Зниження ємності батареї з часом. Однією з найбільших проблем для електромобілів є поступова втрата ємності акумулятора. Батареї електромобілів втрачають до 20% своєї ємності протягом перших 5 років експлуатації, що може впливати на дальність поїздок та привабливість автомобіля на вторинному ринку.

З огляду на позитивну динаміку розвитку інфраструктури зарядки та підвищення рівня обізнаності споживачів щодо екологічних проблем, очікується подальше зростання попиту на вживані електромобілі. За прогнозами аналітиків, до 2025 року частка електромобілів на вторинному ринку в Україні може

збільшитися до 15%.

Взаємозв'язок між розвитком інфраструктури і попитом на електромобілі наведено далі:

Розширення інфраструктури зарядок → Зменшення «зарядної тривоги» →
Більший попит на вживані електромобілі. (3.2)

Фактори, які впливають на рішення покупців на вторинному ринку

- 1) Вартість заміни батареї.
- 2) Термін служби електромобіля в порівнянні з традиційними авто.
- 3) Можливі страхи покупців перед інноваціями та новими технологіями.

Таблиця 3.5 – Основні фактори, що впливають на вибір електромобіля на вторинному ринку

Фактор	Значення для покупців	Коментарі
Знос батареї	Високий ризик	Найбільша турбота щодо довговічності
Розвиток зарядної інфраструктури	Середній ризик	Покращується у великих містах
Вартість зарядки	Низький ризик	Набагато дешевше за паливо
Субсидії та податкові пільги	Середній вплив	Може бути стимулом для покупки

Джерело: [20].

Схема Топ-5 популярних моделей електромобілів на вторинному ринку наведена нижче:

Tesla Model 3 → Nissan Leaf → BMW i3 → Chevrolet Bolt →
Renault Zoe. (3.3)

Прогноз зростання продажів електромобілів на вторинному ринку (2024-2028 роки) наведено в табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – Прогноз зростання продажів електромобілів на вторинному ринку (2024-2028 роки)

Рік	Прогнозоване зростання, %
-----	---------------------------

2024	15%
2025	20%
2026	25%
2027	30%
2028	35%

Джерело: [20].

Отже, можна сказати, що ринок вживаних електромобілів і гібридів має великі перспективи через загальний перехід на «зелені» технології та розвиток інфраструктури.

Основні виклики включають знос батареї та відносну новизну технологій, що може викликати занепокоєння у покупців.

Підвищення доступності зарядних станцій та збільшення державних стимулів сприятимуть збільшенню попиту на вживані електромобілі.

Оскільки автовиробники продовжують випускати нові моделі електромобілів та гібридів із покращеними характеристиками, це сприяє оновленню парку електромобілів на вторинному ринку. Крім того, зростає кількість гібридних автомобілів, які стають популярною альтернативою для тих, хто ще не готовий повністю відмовитися від традиційного пального.

Отже, ринок вживаних електромобілів та гібридних моделей в Україні має значний потенціал для розвитку, особливо на тлі глобальних трендів електрифікації транспорту та зростання екологічної свідомості населення. Попит на вживані електромобілі поступово збільшується, що створює сприятливі умови для розширення цього сегменту ринку. Однак існує низка викликів, таких як недостатня інфраструктура зарядки та зниження ємності акумуляторів, які потребують вирішення для повноцінної інтеграції електромобілів у повсякденне життя українських споживачів.

3.2 Роль міжнародної торгівлі та електронної комерції у майбутньому ринку вживаних автомобілів

З кожним роком міжнародна торгівля та електронна комерція відіграють дедалі важливішу роль у розвитку глобальної економіки. Однією з галузей, на яку ці процеси впливають найсильніше, є ринок вживаних автомобілів. Завдяки інтеграції цифрових технологій, глобалізації, спрощенню логістичних процесів та доступу до міжнародних ринків, ринок вживаних автомобілів стає все більш мобільним, прозорим та доступним для споживачів по всьому світу. Розглянемо, як міжнародна торгівля та електронна комерція впливають на ринок вживаних авто, якими є його перспективи розвитку, та які виклики можуть виникнути в майбутньому.

Міжнародна торгівля вживаними автомобілями має глобальний характер і сприяє перенесенню автомобілів з розвинених ринків на ринки країн, що розвиваються. За даними Організації Об'єднаних Націй (ООН), у 2021 році більше 80% вживаних автомобілів, що експортуються, потрапляли з таких країн, як Японія, США та країни Європейського Союзу, до країн Африки, Азії та Латинської Америки.

Основними факторами, що стимулюють зростання міжнародної торгівлі вживаними автомобілями, є:

- 1) Різниця в доходах між країнами: покупці з країн із нижчим рівнем доходів частіше обирають вживані автомобілі через їхню нижчу вартість.
- 2) Застарілі екологічні та технічні стандарти у розвинених країнах стимулюють продаж авто на інші ринки, де вимоги менш жорсткі.
- 3) Покращення умов транспортування та спрощення митних процедур сприяють розвитку міжнародної торгівлі.

Електронна комерція кардинально змінила правила гри на ринку вживаних авто, дозволивши покупцям отримати доступ до світового ринку автомобілів. Глобальні платформи, такі як eBay Motors, Copart, дозволяють споживачам переглядати автомобілі з усього світу, порівнювати ціни, здійснювати покупки та організовувати доставку автомобіля прямо до свого регіону.

Таблиця 3.7 – Топ-країни-експортери та імпортери вживаних автомобілів у

2023 році

Країна-експортер	Кількість експортованих авто (тис. шт.)	Країна-імпортер	Кількість імпортованих авто (тис. шт.)
1	2	3	4
Японія	1 200	Кенія	250
США	800	Нігерія	180
1	2	3	4
Німеччина	600	Казахстан	160
Південна Корея	500	ОАЕ	130
Канада	450	Україна	120

Джерело: [20].

Перевагами міжнародної торгівлі вживаними автомобілями є:

- 1) Доступ до більшої кількості варіантів: завдяки міжнародній торгівлі покупці можуть обирати автомобілі з усього світу, а не лише з місцевого ринку.
- 2) Конкурентні ціни: міжнародна конкуренція серед продавців допомагає підтримувати ціни на автомобілі на прийнятному рівні.
- 3) Підвищення рівня якості автомобілів: більшість автомобілів, що експортуються з розвинених країн, мають високий рівень якості та відповідність екологічним стандартам.

Електронна комерція дозволяє споживачам здійснювати покупки швидше та зручніше, забезпечуючи доступ до детальної інформації про автомобілі, їхній технічний стан, ціну та інші характеристики. Крім того, завдяки онлайн-платформам, процес купівлі-продажу стає прозорішим, а покупці отримують можливість порівнювати різні варіанти авто.

У світі існує кілька ключових платформ, що спеціалізуються на продажу вживаних автомобілів через інтернет. До них належать:

- 1) eBay Motors: одна з найбільших платформ для продажу автомобілів, що пропонує широкий вибір як нових, так і вживаних авто.
- 2) Copart: аукціонна платформа, що спеціалізується на продажу вживаних та аварійних автомобілів.
- 3) Cars.com: надає можливість пошуку автомобілів з різних країн та

регіонів.

Завдяки зростанню інтернет-торгівлі, покупці вживаних автомобілів отримали доступ до багатьох переваг:

1) Простота та зручність: покупки можна здійснювати онлайн без необхідності особистого відвідування автосалонів.

2) Більший вибір автомобілів: електронна комерція відкриває доступ до автомобілів з інших країн та регіонів, що значно збільшує вибір.

3) Зниження витрат: електронні платформи дозволяють знизити транзакційні витрати, що робить процес покупки дешевшим.

Згідно з даними Statista, у 2022 році через електронні платформи було продано понад 10 мільйонів вживаних автомобілів у всьому світі. Очікується, що до 2025 року ця цифра зросте до 15 мільйонів.

Таблиця 3.8 – Динаміка зростання продажу вживаних авто через електронну комерцію (2020-2024)

Рік	Кількість проданих авто (млн шт.)
2020	7,5
2021	8,3
2022	10
2023	11,5
2024	13

Джерело: [20].

Незважаючи на прогрес у міжнародній торгівлі та електронній комерції, логістичні процеси, такі як транспортування та митне оформлення автомобілів, все ще можуть створювати труднощі для споживачів, особливо у менш розвинених країнах. Крім того, доставка автомобілів на великі відстані може бути досить дорогою.

Одним із головних ризиків при купівлі вживаних автомобілів через інтернет є можливість отримати авто з прихованими дефектами або технічними несправностями. Тому споживачам необхідно бути особливо уважними під час перевірки технічного стану автомобіля та вибору надійних постачальників.

Отже, міжнародна торгівля та електронна комерція відіграють ключову

роль у майбутньому розвитку ринку вживаних автомобілів. Вони дозволяють покупцям отримати доступ до широкого вибору автомобілів, порівнювати ціни, здійснювати покупки з комфортом і знижувати транзакційні витрати. Однак, разом із численними перевагами, існують певні ризики, пов'язані з якістю авто та логістичними процесами.

Тому для забезпечення ефективного функціонування ринку важливо впроваджувати сучасні технології перевірки авто, удосконалювати логістику та підвищувати рівень прозорості торгівельних операцій.

3.3 Екологічні вимоги та їхній вплив на структуру та перспективи ринку

Сучасні глобальні тенденції розвитку економіки все більше орієнтовані на забезпечення екологічної стійкості та захисту довкілля. Внаслідок цього, екологічні вимоги дедалі частіше стають визначальним фактором у різних галузях, зокрема на ринку товарів і послуг. Однією з таких галузей є автомобільний ринок, де вимоги щодо зниження рівня викидів шкідливих речовин та впровадження енергоефективних технологій значно впливають на структуру пропозицій та попиту.

Одним із потенційних позитивних ефектів зростання ринку вживаних автомобілів є збільшення кількості електромобілів на вторинному ринку. Це може позитивно вплинути на екологію, знижуючи викиди CO₂ та сприяючи зменшенню забруднення повітря. Проте зростання продажів старих бензинових та дизельних авто може мати зворотний ефект, оскільки такі автомобілі, як правило, мають вищий рівень шкідливих викидів. Відповідно, необхідно більше зусиль у напрямку стимулювання покупки більш екологічних транспортних засобів навіть на вторинному ринку.

На сьогоднішній день існують кілька основних екологічних стандартів, що регулюють викиди транспортних засобів:

- Євро-6 (Європейський Союз) – один із найжорсткіших стандартів,

який передбачає значне обмеження викидів оксидів азоту (NO_x), твердих часток і вуглекислого газу (CO₂);

- CAFE (Corporate Average Fuel Economy, США) – стандарт, який визначає вимоги до середньої паливної ефективності транспортних засобів, що виробляються компаніями;
- національні екологічні стандарти країн – наприклад, Китай, Індія та інші країни також вводять власні екологічні стандарти, що передбачають зменшення рівня шкідливих викидів.

Таблиця 3.9 – Порівняння екологічних стандартів у різних регіонах світу

Регіон	Стандарт	Ліміт CO ₂ (г/км)	Ліміт NO _x (мг/км)	Впровадження
Європа	Євро-6	95	80	2015
США	CAFE	121	-	2020
Китай	China 6	117	60	2021
Японія	JP 2020	105	70	2020

Джерело: [33].

Введення жорсткіших екологічних стандартів змінює структуру ринку вживаних автомобілів. Основні зміни стосуються таких аспектів, як:

1. Скорочення пропозиції старих автомобілів. Автомобілі, що не відповідають новим екологічним стандартам, поступово виводяться з ринку або забороняються для експлуатації в деяких регіонах. Це призводить до зниження пропозиції старих автомобілів з високими викидами.

2. Зростання попиту на екологічні автомобілі. Покупці стають більш свідомими щодо екологічності авто, а також зважають на можливі податкові пільги та знижки для власників електромобілів чи гібридів.

3. Зростання частки електромобілів і гібридів. Вживані електромобілі та гібриди стають дедалі популярнішими через стимулюючі заходи урядів, наприклад, субсидії на купівлю таких авто.

Проблема застарілого автопарку в Україні через розвиток ринку вживаного

авто є гострою та потребує негайного вирішення. Велика кількість старих вживаних автомобілів є значним джерелом шкідливих викидів, що негативно впливає на екологію та здоров'я населення.

Шляхи вирішення цієї проблеми полягають у оновленні автопарку. Існує декілька підходів до цього процесу:

1. Заміна транспортного засобу: повний виведення старого авто зі складу та заміна його на новий, з меншими викидами.

2. Модернізація: установка додаткового обладнання на існуючий транспортний засіб для зменшення шкідливих викидів (наприклад, фільтри сажі для дизельних автомобілів).

3. Заміна джерела тяги: заміна двигуна та системи вихлопу, а також можлива зміна типу палива (наприклад, переобладнання бензинового автомобіля на газове паливо).

Процес оновлення може бути як добровільним, так і примусовим.

Добровільні програми зазвичай передбачають фінансову підтримку власників старих автомобілів для придбання нових або модернізації існуючих.

Примусові програми можуть включати обмеження експлуатації старих автомобілів у певних зонах або підвищення податків на їхнє використання.

Міжнародна рада з чистого транспорту виділяє ключові вимоги до успішних програм оновлення автопарку:

1. Екологічність нових автомобілів: перехід на максимально чисті транспортні засоби.

2. Реалістичність очікуваних результатів: програма має бути ефективною та досягати поставлених цілей.

3. Фінансова ефективність: оптимізація витрат на реалізацію програми.

4. Баланс між національними та місцевими інтересами: врахування потреб різних регіонів країни.

5. Додаткові програми: можливість використання додаткових інструментів для посилення ефекту основної програми.

Вплив екологічних вимог на структуру ринку вживаних автомобілів

наведено в табл. 3.10.

Таблиця 3.10 – Вплив екологічних вимог на структуру ринку вживаних автомобілів

Екологічний фактор	Вплив на ринок	Зміна структури ринку
Євро стандарти викидів	Заборона на експлуатацію старих авто	Зниження пропозиції старих авто
Обмеження викидів CO ₂	Підвищення попиту на екологічні авто	Зростання частки гібридів та електромобілів
Стандарти паливної ефективності	Підвищення попиту на економічні авто	Переорієнтація на менш паливомісткі авто

Джерело: [33].

Введення жорсткіших екологічних стандартів змінює структуру ринку вживаних автомобілів. Основні зміни стосуються таких аспектів, як:

1. Автомобілі, що не відповідають новим екологічним стандартам, поступово виводяться з ринку або забороняються для експлуатації в деяких регіонах. Це призводить до зниження пропозиції старих автомобілів з високими викидами.

2. Покупці стають більш свідомими щодо екологічності авто, а також зважають на можливі податкові пільги та знижки для власників електромобілів чи гібридів.

3. Вживані електромобілі та гібриди стають дедалі популярнішими через стимулюючі заходи урядів, наприклад, субсидії на купівлю таких авто.

Оновлення автопарку є необхідним кроком для покращення екологічної ситуації в Україні. Досвід інших країн показує, що ефективні програми оновлення повинні бути комплексними та враховувати різноманітні фактори. Важливо розробити та впровадити такі програми з урахуванням специфіки українського ринку та можливостей державного бюджету.

Приклади програм з оновлення (заміни) автотранспорту вживаного наведено в табл. 3.11.

Таблиця 3.11 – Приклади програм з оновлення (заміни) автотранспорту вживаного

Програма	На які ТЗ направлена	Орієнтовний розмір середньої субсидії	Додаткові програми, які використовувалися для підсилення
США: Каліфорнія: Програма Карла Мойера	Різні типи ТЗ, включаючи недорожню інфраструктуру	\$28 000 на ТЗ	Обов'язкова модернізація ТЗ з високим рівнем забруднення
США: підтримка споживача в переробці і заощадженні (CARS)	Легкові автомобілі	\$ 3 500 – \$4500 на ТЗ	Ні

Продовження таблиці 3.11

США: національна кампанія чистого дизеля (NCDC)	Вантажні автомобілі	\$9 400 на ТЗ	Н
Німеччина: бонус на утилізацію	Легкові автомобілі	\$3 500	Зони низьких викидів
Китай: Національна програма утилізації транспортних засобів	Легкові і вантажні автомобілі	Залежить від типу ТЗ від \$980 до \$2940	Обов'язкове обмеження максимального віку автомобіля
Мексика: Програма модернізації федерального наземного транспорту	Вантажні автомобілі на федеральних магістралях	До 15% вартості заміни ТЗ	Ні
Мексика: Мехіко сіті: Програма заміни мікроавтобусів на нові автобуси	Міські автобуси	До \$7 700	Ні
Чилі: Обміняй свою вантажівку	Вантажні автомобілі	Від \$8 000 до \$24 000 в залежності від категорії ТЗ	Частково: міністерство випустило декрет про впровадження зони низьких викидів, але вона не була впроваджена.

Джерело: [13].

Незважаючи на наявні стимули для придбання електромобілів, їхня частка на ринку вживаних авто в Україні залишається незначною (3,5%). Це свідчить про те, що фокусування виключно на електромобілях не є достатнім для вирішення гострих екологічних проблем, пов'язаних з автомобільним транспортом.

Для досягнення суттєвого покращення екологічної ситуації необхідно змінити вектор державної політики. Ключовими напрямками мають стати:

1. Оновлення автопарку: зменшення середнього віку автомобілів за рахунок стимулювання заміни старих, забруднюючих довкілля транспортних засобів на нові, більш екологічні.

2. Обмеження імпорту старих автомобілів: введення жорсткіших вимог до екологічних стандартів для імпортованих автомобілів з метою зменшення потоку застарілих транспортних засобів на український ринок.

3. Сприяння доступності нових автомобілів: забезпечення сприятливих умов для виробництва та імпорту нових, екологічно чистих автомобілів, як вітчизняного, так і іноземного виробництва.

Суворі екологічні вимоги стимулюють автомобільних виробників до перегляду своїх виробничих стратегій.

Відповідно до нових стандартів, компанії все більше орієнтуються на виробництво:

- електромобілів – повністю електричні транспортні засоби, що мають нульові викиди шкідливих речовин;
- гібридних автомобілів – транспортних засобів, що поєднують традиційний двигун внутрішнього згоряння з електродвигуном для зменшення рівня викидів;
- автомобілів із підвищеною паливною ефективністю – традиційних автомобілів з ДВЗ, які відповідають високим екологічним стандартам завдяки вдосконаленню технологій.

Основний фокус зміщено на електричні та гібридні моделі, що є найбільш перспективними з огляду на суворі екологічні вимоги.

Зростання попиту на електромобілі та гібридні транспортні засоби є прямим наслідком посилення екологічних стандартів та підвищеної обізнаності споживачів щодо захисту довкілля. Наприклад, за даними Міжнародного енергетичного агентства (IEA), у 2022 році кількість проданих електромобілів по всьому світу зросла на 40% порівняно з 2021 роком.

Таблиця 3.12 – Динаміка продажу електромобілів у світі, 2019–2023 рр.

Рік	Кількість проданих електромобілів (млн шт.)
2019	2,1
2020	3,2
2021	5,0
2022	7,1
2023	9,5 (прогноз)

Джерело: [51]

Як видно з табл. 3.12, продажі електромобілів зростають щорічно, що свідчить про збільшення їхньої частки на світовому ринку. Це зумовлено не лише екологічними стандартами, але й зростанням інвестицій у розробку інфраструктури для зарядки електромобілів.

Крім збільшення кількості електромобілів, важливу роль у майбутньому відіграватимуть технологічні інновації, спрямовані на підвищення ефективності та екологічності традиційних транспортних засобів. Наприклад, використання нових матеріалів, які зменшують вагу автомобіля, дозволяє знижувати споживання палива та викиди CO₂.

Хоча електромобілі поступово стають все доступнішими, їхня вартість залишається однією з основних перешкод для масового впровадження. Водночас уряди багатьох країн активно стимулюють попит на такі автомобілі, пропонуючи податкові пільги та субсидії для покупців електричних транспортних засобів.

Таблиця 3.13 – Стимулюючі заходи урядів країн для купівлі екологічних авто

Країна	Субсидія на купівлю електромобіля (\$)	Податкові пільги
Німеччина	7 500	5 років
Франція	6 000	3 роки
США	7 500	Знижка на дохід
Китай	3 500	2 роки

Джерело: [51]

Окрім державної підтримки, важливим фактором, що впливає на споживчий вибір, є підвищена увага до захисту навколишнього середовища серед населення. Молодші покоління частіше обирають екологічно чисті автомобілі, навіть якщо їхня ціна є вищою за традиційні аналоги.

Екологічні вимоги не лише змінюють поточну структуру ринку, але й відкривають нові перспективи для його розвитку в майбутньому.

Основні тенденції розвитку включають:

1. Зростання частки екологічних авто. У зв'язку з посиленням екологічних норм та обмежень, частка вживаних електромобілів та гібридів буде поступово зростати. Це призведе до зміни структури попиту: все більше покупців будуть орієнтуватися на автомобілі з низькими викидами або нульовими викидами.

2. Додаткові регулювання та податкові пільги. Уряди країн можуть продовжувати стимулювати купівлю екологічних автомобілів через податкові пільги, що знизить вартість володіння екологічними автомобілями.

3. Технологічний прогрес. Розвиток технологій у сфері акумуляторів, зменшення вартості виробництва електромобілів і покращення інфраструктури зарядних станцій стимулюватимуть подальший розвиток цього сегмента.

Таблиця 3.14 - Основні перспективи ринку вживаних автомобілів у контексті екологічних вимог

Перспектива	Характеристика
Зростання частки екологічних авто	Збільшення попиту на електромобілі та гібриди
Додаткові регулювання	Введення податкових пільг та обмежень на старі авто
Технологічний прогрес	Покращення характеристик електромобілів, зниження ціни

Джерело: [30].

Поряд з перспективами, ринок вживаних автомобілів стикається з певними викликами:

1. Вартість екологічних автомобілів. Хоча екологічні автомобілі набувають популярності, їхня початкова вартість може бути вищою порівняно з традиційними авто, що може стримувати попит на вживані екологічні моделі.

2. Обмеження на експлуатацію старих авто. Зниження попиту на автомобілі старих моделей, що не відповідають новим екологічним стандартам, може призвести до збільшення витрат на їх утилізацію та зменшення їхньої залишкової вартості.

Отже, екологічні вимоги суттєво впливають на структуру та перспективи ринку вживаних автомобілів, стимулюючи перехід до екологічних та економічних автомобілів. Перспективи розвитку ринку вживаних авто безпосередньо залежать від швидкості

Отже, зростання екологічних вимог значно впливає на ринок автомобілів, спонукаючи виробників до впровадження нових технологій та виробництва екологічно чистих транспортних засобів. Основний акцент робиться на розвиток електромобілів та гібридних авто, що відповідають суворим стандартам викидів.

Екологічні вимоги значно впливають на структуру та перспективи ринку автомобілів, особливо вживаних. Під тиском регуляторних норм, таких як стандарти викидів (наприклад, Євро-6 у Європі), виробники все більше переходять на розробку та виробництво екологічно чистих транспортних засобів. Це стимулює збільшення кількості електромобілів на вторинному ринку, адже багато країн вводять стимули для відмови від авто з двигунами внутрішнього згоряння та заохочують використання електротранспорту.

Зростаючі екологічні вимоги також ведуть до зменшення попиту на автомобілі з високими рівнями шкідливих викидів, що впливає на їхні ціни. Автомобілі, які не відповідають сучасним стандартам, втрачають свою ринкову цінність, у той час як електромобілі та гібридні авто стають все популярнішими на вторинному ринку. Така тенденція стимулює як покупців, так і продавців переходити на екологічно чистіші варіанти транспорту.

Перспективи ринку вживаних автомобілів залежать від подальших екологічних регуляцій. Посилення обмежень щодо викидів, податкові пільги для екологічно чистих авто та розвиток інфраструктури для зарядки електромобілів будуть сприяти збільшенню пропозиції та попиту на вживані електромобілі, що зробить їх домінуючим сегментом на ринку в найближчому майбутньому.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження, можна зробити наступні висновки:

1. Ринок вживаних автомобілів - частина ринку, де здійснюється реалізація автомобілів, які мають попередніх власників, та охоплює всі стадії угоди, від оцінки вартості до передачі прав власності.

2. Основними аспектами ринку вживаних авто є: 1. Вживані автомобілі зазвичай коштують менше нових, що робить їх більш доступними для широкого кола споживачів, особливо для молоді або малозабезпечених сімей. Це дозволяє багатьом людям стати власниками автомобілів, що полегшує їх мобільність. 2. Ринок вживаних автомобілів пропонує широкий спектр моделей, марок, років випуску та технічних характеристик. Споживачі мають можливість обирати серед багатьох марок і моделей автомобілів, які вже були у використанні, включаючи як популярні бренди, так і рідкісні або преміум моделі.

3. Окрім економічних факторів, вживані автомобілі пропонують ряд переваг, які роблять їх привабливими для потенційних покупців. По-перше, їх вартість набагато нижча, завдяки чому можна придбати автомобіль у хорошому стані за значно менші гроші порівняно з новими моделями. По-друге, багато сучасних автомобілів мають тривалий термін служби, що забезпечує їх надійність навіть через кілька років після виходу з виробництва. По-третє, вторинний ринок пропонує різноманітні моделі, включаючи й ті, що вже зняті з виробництва. Це надає покупцям можливість не лише обирати серед новітніх технологічних рішень, але й звертати увагу на класичні моделі, які пройшли перевірку часом.

Нарешті, процес купівлі вживаного автомобіля зазвичай є швидшим і простішим, ніж придбання нового, що особливо важливо в умовах нестачі товарів на ринку.

4. Формування попиту та пропозиції на ринку вживаних автомобілів залежить від кількох ключових факторів. По-перше, економічна ситуація у країні значно впливає на купівельну спроможність населення. В умовах економічної нестабільності та високого рівня інфляції споживачі часто обирають вживані автомобілі, оскільки вони є більш доступними. Це зменшує попит на нові автомобілі і, відповідно, стимулює зростання ринку вживаних авто. По-друге, зміни у споживчих вподобаннях також грають важливу роль. Сучасні покупці все частіше акцентують увагу на надійності та доступності автомобілів, а не лише на їхніх новітніх технологічних можливостях. Це стосується не тільки молодих водіїв, але й людей з досвідом, які прагнуть знайти оптимальне співвідношення ціни та якості. Як наслідок, певні моделі, які користуються популярністю завдяки своїй надійності, можуть швидко зникати з ринку. По-третє, вплив мають також фактори, пов'язані з технологічним прогресом та змінами в екологічних вимогах. Автомобілі, що відповідають сучасним стандартам екологічності або ж обладнані певними технологіями, можуть здобувати більшу популярність. Також варто зазначити, що широка різноманітність моделей на вторинному ринку дозволяє споживачам знайти не лише новітні, але й класичні стани, що додає ще більше гнучкості та вибору в сегменті вживаних автомобілів.

5. Сучасні тенденції на ринку вживаних автомобілів значно змінилися під впливом технологічних інновацій, які дозволяють покупцям отримувати більше інформації про авто через онлайн-платформи. Інтернет зробив процес купівлі та продажу вживаних автомобілів простішим і швидшим, з'явилися численні онлайн-ринкові платформи, що дозволяють покупцям знайти та порівняти різні пропозиції. Це також сприяло зростанню популярності автомобілів з електричними та гібридними двигунами на вторинному ринку.

6. Нещодавно ринок вживаних автомобілів також суттєво змінився через пандемію COVID-19, що призвела до перебоїв у постачанні нових автомобілів. Багато покупців, які раніше планували купити новий автомобіль, змушені були

звернутися до вживаних авто через дефіцит. Це призвело до зростання цін на вживані автомобілі і збільшення конкурентоспроможності ринку, але водночас підвищило актуальність питання якості та надійності. На сьогодні світовий ринок вживаних автомобілів продовжує демонструвати динамічний розвиток. З акцентом на екологічність та нові технології, попит на вживані електромобілі та гібриди зростає. Очікується, що в майбутньому світ стане свідком подальшого зростання ринку вживаних автомобілів, оскільки споживачі продовжують шукати більш доступні і сталі варіанти транспорту, а також адаптуються до змін у економічному середовищі.

8. Загальні тенденції ринку включають збільшення популярності електромобілів у розвинених країнах, що вплине на структуру ринку вживаних автомобілів у майбутньому, а також зростання онлайн-платформ, що спрощує процес купівлі-продажу автомобілів у всьому світі. Таким чином, ринок вживаних автомобілів продовжує демонструвати стабільне зростання через економічні переваги та доступність у порівнянні з новими авто, зокрема в країнах, що розвиваються.

9. Ринок вживаних електромобілів та гібридних моделей в Україні має значний потенціал для розвитку, особливо на тлі глобальних трендів електрифікації транспорту та зростання екологічної свідомості населення. Попит на вживані електромобілі поступово збільшується, що створює сприятливі умови для розширення цього сегменту ринку. Однак існує низка викликів, таких як недостатня інфраструктура зарядки та зниження ємності акумуляторів, які потребують вирішення для повноцінної інтеграції електромобілів у повсякденне життя українських споживачів.

10. Перевагами електромобілів на ринку вживаних авто можна виділити наступні: 1. Економія на паливі. Власники електромобілів мають можливість значно економити на витратах на паливо, оскільки електроенергія значно дешевша за бензин або дизель. 2. Зменшення витрат на технічне обслуговування. Електромобілі мають меншу кількість рухомих частин, що знижує ризик поломок і витрати на сервіс. 3. Доступ до екологічних зон. У багатьох країнах існують зони

з обмеженим доступом для автомобілів із традиційними двигунами внутрішнього згоряння. Електромобілі можуть вільно переміщатися в таких зонах, що підвищує їхню привабливість для міських жителів. 4. Державні субсидії та пільги. В Україні діють програми державної підтримки для власників електромобілів, що включають зниження митних зборів та інші пільги.

11. Електронна комерція кардинально змінила правила гри на ринку вживаних авто, дозволивши покупцям отримати доступ до світового ринку автомобілів. Глобальні платформи, такі як eBay Motors, Copart і Cars.com, дозволяють споживачам переглядати автомобілі з усього світу, порівнювати ціни, здійснювати покупки та організовувати доставку автомобіля прямо до свого регіону.

12. На сьогоднішній день існують кілька основних екологічних стандартів, що регулюють викиди транспортних засобів: Євро-6 (Європейський Союз) – один із найжорсткіших стандартів, який передбачає значне обмеження викидів оксидів азоту (NOx), твердих часток і вуглекислого газу (CO₂); CAFE (Corporate Average Fuel Economy, США) – стандарт, який визначає вимоги до середньої паливної ефективності транспортних засобів, що виробляються компаніями; національні екологічні стандарти країн – наприклад, Китай, Індія та інші країни також вводять власні екологічні стандарти, що передбачають зменшення рівня шкідливих викидів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Автомобільний ринок України: підсумки 2022 року, плани на 2023-й. URL: <https://itc.ua/ua/articles/avtomobilnyj-rynok-ukrayiny-pidsumky2022-roku-plany-na-2023-j>
2. Аналітичне дослідження вторинного авторинку України. URL: <https://eauto.org.ua/news/13-analitichne-doslidzhennya-vtorinnogo-avtorinku-ukrajini>
3. Аналітичне дослідження вторинного ринку України. [Електронний ресурс] – Інститут досліджень авторинку. Режи доступу - <https://eauto.org.ua/news/13-analitichne-doslidzhennya-vtorinnogo-avtorinkuukrajini>
4. Антонюк О. Автотранспорт: суть та структура. Ділова Швейцарія. 2019. № 3. С. 57–58.
5. Андронік О. Л., Криворучко Д. М. Управління в умовах швидких інновацій та зовнішніх факторів в автомобільній галузі. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2022. № 4(83). С. 119-126. DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2022.4.16>
6. Андрощук Г. COVID-19: вплив на електронну комерцію. Всеукраїнське професійне юридичне видання «Юридична газета» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yurgazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmacevtika/covid19-vpliv-naelektronnu-komerciyu.html>
7. В ЄС оголосили «війну» автомобільним вихлопам. [Електронний ресурс] – Україна 24. Режим доступу - <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/avto/v-es-obyavili-voynu-avtomobilnym-vyhlopam-1223758.html>

8. Від перекупів до комісійної торгівлі: як розвиватиметься в Україні ринок вживаних автомобілів. - [Електронний ресурс] – РБК Україна. Режим доступу - <https://auto.rbc.ua/ukr/show/iviv-1638948071.htm>
9. Данилишин Б.М. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / Б.М. Данилишин. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2010. 308 с
10. Державне регулювання викидів CO₂ та споживання енергії дорожнім транспортом: Європейський досвід та перспективи України. [Електронний ресурс] – Міністерство інфраструктури України Н.Хілл, Е. Віндіш, О. Клименко. 28.10.2016. Режим доступу - file:///C:/Users/innat/Downloads/3-climaeast-presentation_energyco2_transport.pdf
11. Дослідження протекціонізму автомобільної галузі України. [Електронний ресурс] – Інститут досліджень авторинку. Режим доступу - <https://eauto.org.ua/news/8-doslidzhennya>
12. Жигулі і іномарки: хто найбільше забруднене повітря? [Електронний ресурс] – Економічна правда. Режим доступу - <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/07/17/663036/>
13. Європейський ринок вживаних авто зростатиме та йтиме в онлайн — дослідження. [Електронний ресурс]. Режим доступу - <https://eauto.org.ua/news/373-yevropeyskiy-rinok-vzhivanih-avto-zrostatime-ta-ytime-v-onlayn-doslidzhennya>
14. Еколого-транспортні проблеми сучасної України. Електронний режим. Режим доступу: https://icps.com.ua/assets/uploads/images/files/ecology_a4_ukr.pdf
15. За повний 2021 рік українці придбали рекордні 517 тис. вживаних автомобілів та 8,5 тис. електромобілів. [Електронний ресурс] –ІТС ua. Режим доступу - <https://itc.ua/news/za-povnij-2021-rik-ukrayinczi-pridbali-rekordni-517-tis-vzhivanih-avtomobiliv-46-ta-85-tis-elektromobiliv-19/>
16. Іванова Л. О., Вовчанська О.М. Основні детермінанти розвитку кон'юктури світового ринку автомобілів. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2020. № 4 (36). С. 88-99. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-4-5821>
17. Імпорт авто з пробігом: топ-20 «свіжопрігнаних» легковиків початку

2023-го. URL: <https://eauto.org.ua/news/480-ukrajinskiy-rinok-legkovih-avto-z-probigom-pidsumki-2023-roku>

18. КМ України Постанова КМ «Про внесення змін до Методики визначення середньоринкової вартості легкових автомобілів» від 21.06.2017 N 428

19. Класифікація легкових автомобілів. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/57622/> (дата звернення: 01.05.2024)

20. Ковалевський Л., Коровайченко Н. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан, особливості та перспективи розвитку. URL: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2015/5-6%20\(82-83\)/7.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2015/5-6%20(82-83)/7.pdf)

21. Коломієць І. Ф., Рифяк Р. Р. Ринок автомобілів в Україні: особливості функціонування і розвитку. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір, Вип. 1 (99). С. 546-554.

22. Кондратьєв В. Б. Автомобільна промисловість у країнах, що розвиваються. — DOI: http://www.perspektivy.info/history/avtomobilnaja_promyshlennost_v_razvivajushihisa_stranah_2013-08-23.htm

23. Куліковська А.С. Моделювання впливів факторів на формування ціноутворення автомобілів з пробігом під час війни: курсова робота / за к.р. Черноусової Ж.Ч Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, кафедра економ кібернетики 2023. 28 с.

24. Луценко О. Автоексперт – 2009: результати експертного опитування топ-менеджменту українських автомобільних компаній. Маркетинг в Україні. 2009. № 1. С. 13–14.

25. Ладуба Т.Ю. Інтернаціоналізація автомобільної промисловості в умовах зростання національних економік // Міжнародна економічна політика. – 2010. – № 1-2 (12-13). – С. 184-209.

26. Мнацаканова В.Г. Короткий огляд ключових технологічних інновацій автомобільної промисловості // Питання інноваційної економіки. –2020. – Том 10. № 1. – С. 345–362.

27. Малюта І. А., Небаба Н. О., Колісник А. Е. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан і тенденції розвитку. Агросвіт. 2020. № 7. С. 111-116. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.7.111
28. Мороз Л. А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників. Вісник Нац. ун-ту “Львів. політехніка”. 2012. С. 154-159
29. Мельник Ю.М. Сценарний підхід впровадження стратегії розвитку в промисловості. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2018. Т. 23, Вип. 3. С. 30-38.
30. Національна екологічна політика. [Електронний ресурс] – Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. Режим доступу - <https://mepr.gov.ua/timeline/Nacionalna-ekologichna-politika.html>
31. Онищук О., Бучацький С., Новицький О, Малищук В.. Ринок вживаних транспортних засобів в Україні: сучасний стан та перспективи 2021 р.
32. Переглянути вимоги екостандартів «Євро», але тільки для нових авто. Ще одна «автомобільна» ідея від нардепів. [Електронний ресурс] – FUTO RIO. Режим доступу - <https://auto.ria.com/uk/news/autolaw/246835/peresmotrettrebovaniya-ekostandardov-evro-no-tolko-dlya-novykh-avt.html>
33. Підсумковий звіт. Розробка національної транспортної політики щодо регулювання викидів CO₂ та споживання енергії дорожнім транспортом в Україні. Надається у складі завдання CEEF2015-043-UA Служби експертної підтримки проекту Clima East: «Розвиток потенціалу у розробці Національної політики щодо регулювання викидів CO₂ та споживання енергії дорожнім транспортом в Україні». 2018 р.
34. Правила охорони праці на автомобільному транспорті, зареєстровані в Міністерстві юстиції України 01.08.2012 за № 1299/21611, яким присвоєно кодування НПАОП 0.00-1.62-12.
35. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року. [Електронний ресурс] – Розпорядження Кабінету Міністрів України

від 30.05.2018 №430. Режим доступу - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80#Text>

36. Проноза П.В. Світове автомобілебудування: сучасні тенденції та перспективи розвитку / П.В. Проноза // Бізнес Інформ. – 2015. С. 118- 125

37. Ринок вживаних авто в Україні продемонстрував різкий спад: основні причини та ТОП 10 моделей. [Електронний ресурс] – Фокус. Режим доступу - <https://focus.ua/uk/auto/505239-rynok-bu-avto-v-ukraineprodeemonstriroval-rezkiy-spad-osnovnye-prichiny-i-top-10-modeley>

38. Сайт з продажу автомобілів в Україні. URL: <https://auto.ria.com/uk/>

39. Світовий ринок легкових автомобілів та глобальна економіка [Електронний ресурс]. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 3 (25). – С. 144-149. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n3.html>

40. Степанюк О. С. АНАЛІЗ ДАНИХ ПРО РИНОК ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [file:///C:/Users/PK/Downloads/8905-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-17878-1-10-20200929%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PK/Downloads/8905-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-17878-1-10-20200929%20(1).pdf)

41. Утилізація вішедших из експлуатації автомобилей. Електронний ресурс] – Вікінг Моторз. Режим доступа - <https://viking-motors.ua/eco/>

42. Чому в Україні прийдеться контролювати викиди вуглекислого газу на рівні с європейськими країнами. [Електронний ресурс] – НВ Україна. Режим доступу - <https://nv.ua/ukraine/events/pochemu-ukraine-pridetsja-kontrolirovatvybrosy-uhlekisloho-haza-na-urovne-s-evropejskimi-stranami-2499780.html>

43. Шуба М., Шуба О. Світовий ринок легкових автомобілів: особливості та тенденції розвитку. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics, 2023, 4: 178-187. URL: <https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe/article/view/137/101>

44. Що змінить нова кліматична мета України до 2030 року. [Електронний ресурс] – Екодія. Режим доступу - <https://ecoaction.org.ua/shchozminyt-nova->

klimatychna-meta.html

45. Юринець О. В. «Тенденції та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі України у після кризовий період». Вісник Національного університету «Львівська політехніка. 2013.

46. Ціни на авто знизилися, проте обвалу не відбулося. Підсумки 2022. URL: <https://eauto.org.ua/news/254-cini-na-avto-znizilisya-prote-obvalu-nevidbulosya-pidsumki-2022>

47. Як нові екологічні норми ЄС відобразяться на українському автомобільному ринку. [Електронний ресурс] – НВ Україна. Режим доступу - <https://nv.ua/auto/news/nerastamozhennye-avtomobili-v-ukraine-2500353.html>

48. Який обсяг автомобільного ринку України у 2023 році очікують головні оператори: <https://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=54980>

49. Як змінилися ціни на авто в Україні? Підсумки січня. URL: <https://eauto.org.ua/news/271-yak-zminilisya-cini-na-avto-v-ukrajini-pidsumki-sichnya>

50. 5:1 на користь секонд-хенду: як змінився авторинок України. [Електронний ресурс] – Економічна правда. Режим доступу - <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/03/4/657691/>.

51. International Energy Agency: IEA [Електронний ресурс] –Режим доступу - <https://www.iea.org/>

52. Gavazza, Alessandro, Alessandro Lizzeri, and Nikita Roketskiy. 2014. "A Quantitative Analysis of the Used-Car Market." *American Economic Review*, 104 (11): 3668–3700. DOI: 10.1257/aer.104.11.3668

53. By Jiawei Chen, Susanna Esteban, and Matthew Shum. When Do Secondary Markets Harm Firms?. *American Economic Review*, 2013, 103(7): 2911–2934 <http://dx.doi.org/10.1257/aer.103.7.2911>

54. Theodora Konstantinou, Debapriya Chakraborty, Julia Beatriz Gutierrez Lopez. Understanding the used vehicle market and its implications for electric vehicles. 36th International Electric Vehicle Symposium and Exhibition (EVS36) Sacramento, California, USA, June 11-14, 2023. https://evs36.com/wp-content/uploads/finalpapers/FinalPaper_Konstantinou_Theodora.pdf

55. T. Turrentine, G. Tal, and D. Rapson, "The Dynamics of Plug-in Electric Vehicles in the Secondary Market and Their Implications for Vehicle Demand, Durability, and Emissions," Apr. 2018, Accessed: Mar. 21, 2023. [Online]. Available: <https://escholarship.org/uc/item/8wj5b0hn>

56. The Impact of Tax Rebate on Used Car Market: Evidence from Thailand. Noparumpa, Tim, and Kanis Saengchote. "The Impact of Tax Rebate on Used Car Market: Evidence from Thailand." *International Review of Finance* (2016). file:///C:/Users/PK/Downloads/eScholarship%20UC%20item%208wj5b0hn%20(1).pdf

57. D. Chakraborty, K. Buch, and G. Tal, "Cost of Plug-in Electric Vehicle Ownership: The Cost of Transitioning to Five Million Plug-In Vehicles in California," Jun. 2021, doi: 10.7922/G257199D. file:///C:/Users/PK/Downloads/dot_56474_DS1.pdf

58. David Genesove. Adverse Selection in the Wholesale Used Car Market. *Journal of Political Economy*. Vol. 101, №. 4 (Aug., 1993), pp. 644-665 (22 pages). Published By: The University of Chicago Press <https://www.jstor.org/stable/2138742>

59. Y. Cozco Mauri, F. P. Cayo Cayo, J. P. Valencia Jara, and H. U. Bustinza Torres, "Used Car Price Prediction", *Innov. softw.*, vol. 4, no. 2, pp. 136-152, Sep. 2023.

60. Bartłomiej. (2020). The import of used cars to Poland after EU accession. *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, 34(2), 130–144. <https://doi.org/10.24917/20801653.342.9>

61. Chuanan Chen; Lulu Hao; Cong Xu "Comparative analysis of used car price evaluation models," *AIP Conf. Proc.*, vol. 1839, no. May 2017, 2017, doi: 10.1063/1.4982530

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця 1

Огляд спеціальної літератури

№ з/п	Джерело	Основні проблемні питання та пропозиції
1.	52	We quantitatively investigate the allocative and welfare effects of secondary markets for cars. An important source of gains from trade in these markets is the heterogeneity in the willingness to pay for higher-quality (newer) goods, but transaction costs are an impediment to instantaneous trade. Calibration of the model successfully matches several aggregate features of the U.S. and French used-car markets. Counterfactual analyses show that transaction costs have a large effect on volume of trade, allocations, and the primary market. Aggregate effects on consumer surplus and welfare are relatively small, but the effect on lower-valuation households can be large.
2.	53	To investigate whether secondary markets aid or harm durable goods manufacturers, we build a dynamic model of durable goods oligopoly with transaction costs in the secondary market. Calibrating model parameters using data from the US automobile industry, we find the net effect of opening the secondary market is to decrease new car manufacturers' profits by 35 percent. Counterfactual scenarios in which the size of the used good stock decreases, such as when products become less durable, when the number of firms decreases, or when firms can commit to future production levels, increase the profitability of opening the secondary market.
3.	54	New car sales is the primary metric for measuring electric vehicle (EV) adoption growth. However, to enable mass market penetration, EV adoption in the used car market will play a crucial role. The used vehicle market is relatively under-studied or studied for a specific study area. By analyzing consumer expenditure survey data, we aim to understand the new versus used vehicle choice behavior and the consequent cost of vehicle ownership on a national scale. Applying discrete choice modeling, we find the factors influencing purchase behavior for used and new cars or larger vehicles, as well as the characteristics of vehicle buyers. Using these characteristics, the vehicle ownership cost is estimated to provide insights regarding EV affordability and the potential of the used EV market in the future. The results can help understand the characteristics of used vehicle owners and design policies to address equity concerns regarding the transition to EVs.
4.	55	California is one of the first markets in the world to have a significant secondary

		market for plug-in electric vehicles (PEVs), which includes both battery electric vehicles (BEVs) and plug-in hybrid electric vehicles (PHEVs). This study examines the status of the nascent secondary PEV market in California. The authors examine who purchases these vehicles and how used PEVs are utilized. They examine the role of PEV purchase incentives both via surveys of used PEV buyers and through econometric analysis of detailed micro data. Results suggests that California PEV buyers have significantly higher incomes than the average household. If California seeks to broaden the used PEV market, lower income buyers must be brought into the market. On this count, the used PEV market appears to be beneficial, attracting buyers with slightly lower incomes than in the new PEV market. Results also indicate that used PHEV owners (and, more precisely, short-range used PEV owners) are charging their vehicles less than they could. In addition, results show that early used PEV buyers have significant knowledge gaps, such as being unaware of new PEV purchase incentives, which reduce their ability to compare price options. Overall, the early used PEV buyers were satisfied with the PEV technology and would redo their purchase or buy another PEV. This bodes well for the future of the PEV market. High occupancy vehicle stickers were a powerful motivator for a subset of PHEV used buyers, perhaps due to the lack of new stickers being available at the time of and preceding the survey. Our econometric analysis shows that the presence of new BEV purchase subsidies correlates with a small net outflow of used PEVs to states that do not offer new BEV subsidies. If this modest exit of PEVs grows overtime, it could make it more difficult to achieve state level environmental goals, such as local pollution abatement or state-level GHG reduction targets.
5.	56	Tax incentives are one of the most important fiscal tools at the government's disposal that can be used to influence the economy. Often, policies are targeted to spur investment in durable goods. In this article, we focus on the impact that a primary-market tax incentive has on the secondary market for durable goods – specifically, the automobile market. Using a first-car tax rebate scheme implemented in Thailand in 2011 as a natural experiment, we find that the policy reduces the listing prices of used cars in the tax-eligible category by 6.75% to 10.31%.
6.	57	Total cost of ownership (TCO) studies are generally used as a tool to understand how and when plug-in electric vehicle (PEV) technology will reach cost parity with conventional fuel vehicles. Post cost-parity, the PEV market should be able to sustain without government intervention. The researchers present here a detailed analysis of vehicle manufacturing costs and marketlevel TCO accounting for technology uncertainties, behavioral heterogeneity, and key decision parameters of automakers. Using the estimates of the vehicle manufacturing costs, they estimate the cost of electrification of California's LDV fleet to achieve the state's net-zero emission goal by 2045. The results suggest that PEVs may not be cost competitive even in 2030 without stronger policy support and automakers initiative. Moreover, TCO is not a single number, and the cost of electrification will vary across the population based on the cost of vehicles available in the market, their charging capabilities at home and public, and energy costs. The TCO estimates and the cost of fleet electrification analysis not only has important implications for policymakers but can also offer a foundation for understanding the effect of market dynamics on the cost-competitiveness of the PEV technology.
7.	58	This paper presents an empirical investigation of adverse selection in the wholesale used car market. New car dealers (who sell both new and used cars) differ from used car dealers (who sell only used cars) in the propensity to sell trade-ins on the wholesale market. Models of adverse selection suggest that the dealer type that sells a higher proportion of its trade-ins on the wholesale market will sell, on average, cars of higher quality and receive in return a higher price. A

		survey of dealers' wholesale behavior and prices collected at a wholesale auction are used to test this prediction. I find weak evidence for adverse selection.
8.	59	On several occasions when a second-hand car is sold, the exact price is not known due to various factors, with which it can be sold at less or more value than it is actually worth, you will lose both buyers and sellers who try to calculate the value by intuition or with his knowledge in cars, but this sometimes fails. Then, with the help of organizing the data in a database, and comparing them with the help of software, we were able to get a much more accurate price, taking into account different factors that could modify the price of the car, such as time of use and quality. of the different parts, among others, achieving a much more accurate price than just using intuition.
9.	60	The purpose of the article is to identify the volume and spatial structure of imports of used cars to Poland during the first 15 years of membership in the European Union, using data from the Central Register of Vehicles. The article attempts to answer three key research questions: (1) What was the volume of imports of used cars to Poland in the period 2004-2018 against the background of the volume of imports into other selected countries and in relation to the level of sales of new cars? (2) From where (which countries) to where (which regions of Poland) were used cars imported? (3) How does the import of used cars affect the age structure of passenger cars in Poland? The conclusions of the study are as follows. In the period 2004-2018, nearly 12 million used cars were imported to Poland, which makes Poland the world leader in this field. The changes in the volume of imports were mainly influenced by the economic slowdown and lowering of consumers' income levels, vehicle scrapping programs in Western Europe (which reduced the supply of older cars in these countries) and the value of the zloty against the euro. Most cars were imported from Germany, and the main gateways for imported cars were the so-called "car crescent", located mainly in the Wielkopolska region. The average age of imported cars varied from around 8.5 to around 11 years and increased the average age of cars in Poland.
10.	61	An accurate used car price evaluation is a catalyst for the healthy development of used car market. Data mining has been applied to predict used car price in several articles. However, little is studied on the comparison of using different algorithms in used car price estimation. This paper collects more than 100,000 used car dealing records throughout China to do empirical analysis on a thorough comparison of two algorithms: linear regression and random forest. These two algorithms are used to predict used car price in three different models: model for a certain car make, model for a certain car series and universal model. Results show that random forest has a stable but not ideal effect in price evaluation model for a certain car make, but it shows great advantage in the universal model compared with linear regression. This indicates that random forest is an optimal algorithm when handling complex models with a large number of variables and samples, yet it shows no obvious advantage when coping with simple models with less variables.

1. Gavazza, Alessandro, Alessandro Lizzeri, and Nikita Roketskiy. 2014. "A Quantitative Analysis of the Used-Car Market." *American Economic Review*, 104 (11): 3668–3700. DOI: 10.1257/aer.104.11.3668
2. By Jiawei Chen, Susanna Esteban, and Matthew Shum. When Do Secondary Markets Harm Firms?. *American Economic Review*, 2013, 103(7): 2911–2934 <http://dx.doi.org/10.1257/aer.103.7.2911>

3. Theodora Konstantinou, Debapriya Chakraborty, Julia Beatriz Gutierrez Lopez. Understanding the used vehicle market and its implications for electric vehicles. 36th International Electric Vehicle Symposium and Exhibition (EVS36) Sacramento, California, USA, June 11-14, 2023. https://evs36.com/wp-content/uploads/finalpapers/FinalPaper_Konstantinou_Theodora.pdf
4. T. Turrentine, G. Tal, and D. Rapson, "The Dynamics of Plug-in Electric Vehicles in the Secondary Market and Their Implications for Vehicle Demand, Durability, and Emissions," Apr. 2018, Accessed: Mar. 21, 2023. [Online]. Available: <https://escholarship.org/uc/item/8wj5b0hn>
5. The Impact of Tax Rebate on Used Car Market: Evidence from Thailand. Noparumpa, Tim, and Kanis Saengchote. "The Impact of Tax Rebate on Used Car Market: Evidence from Thailand." *International Review of Finance* (2016). [file:///C:/Users/PK/Downloads/eScholarship%20UC%20item%208wj5b0hn%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PK/Downloads/eScholarship%20UC%20item%208wj5b0hn%20(1).pdf)
6. D. Chakraborty, K. Buch, and G. Tal, "Cost of Plug-in Electric Vehicle Ownership: The Cost of Transitioning to Five Million Plug-In Vehicles in California," Jun. 2021, doi: 10.7922/G257199D. file:///C:/Users/PK/Downloads/dot_56474_DS1.pdf
7. David Genesove. Adverse Selection in the Wholesale Used Car Market. *Journal of Political Economy*. Vol. 101, №. 4 (Aug., 1993), pp. 644-665 (22 pages). Published By: The University of Chicago Press <https://www.jstor.org/stable/2138742>
8. Y. Cozco Mauri, F. P. Cayo Cayo, J. P. Valencia Jara, and H. U. Bustinza Torres, "Used Car Price Prediction", *Innov. softw.*, vol. 4, no. 2, pp. 136-152, Sep. 2023.
9. Bartłomiej. (2020). The import of used cars to Poland after EU accession. *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, 34(2), 130–144. <https://doi.org/10.24917/20801653.342.9>
10. Chuan-can Chen; Lulu Hao; Cong Xu "Comparative analysis of used car price evaluation models," *AIP Conf. Proc.*, vol. 1839, no. May 2017, 2017, doi: 10.1063/1.4982530

ДОДАТОК Б

АНОТАЦІЯ

ДІДІК Д.А. ДОМІНАНТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ.

У кваліфікаційній роботі досліджуються основні домінанти та перспективи розвитку світового ринку вживаних автомобілів, зокрема, вплив економічних, соціальних та технологічних факторів на його трансформацію.

Окреслено тенденції, такі як зростання попиту на доступні та екологічно чисті автомобілі, а також вплив глобалізації та цифровізації на розвиток онлайн-торгівлі. Робота включає аналіз ключових факторів, що визначають попит і пропозицію, вивчає конкурентне середовище, роль електромобілів та гібридних моделей, а також екологічні вимоги до ринку.

Пропонується оцінка майбутніх тенденцій з урахуванням впливу міжнародної торгівлі та регуляторних змін. Висвітлено географічну структуру ринку та основні регіони-лідери. Використано різноманітні методи дослідження, зокрема, економіко-математичне моделювання та прогнозування розвитку ринку.

Ключові слова: ринок вживаних автомобілів, попит, пропозиція, електромобілі, цифровізація, глобалізація, екологічні фактори, онлайн-торгівля, тенденції розвитку, міжнародна торгівля.

SUMMARY

Didyk D.A. DOMINANTS AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE WORLD USED CAR MARKET.

The qualification work examines the main dominants and prospects for the development of the world used car market, in particular, the impact of economic, social and technological factors on its transformation.

Trends are outlined, such as the growth of demand for affordable and environmentally friendly cars, as well as the impact of globalization and digitalization on the development of online trading. The work includes an analysis of key factors that determine demand and supply, studies the competitive environment, the role of electric cars and hybrid models, as well as environmental requirements for the market.

An assessment of future trends is proposed, taking into account the impact of international trade and regulatory changes. The geographical structure of the market and the main leading regions are highlighted. Various research methods are used, in particular, economic and mathematical modeling and forecasting of market

development.

Keywords: used car market, demand, supply, electric cars, digitalization, globalization, environmental factors, online trading, development trends, international trade.

ДОДАТОК В

Таблиця 2

Граничні норми викидів бензинових та дизельних автомобілів за стандартами «Euro»

	Рік впроваджен ня	CO (оксид вуглероду), г/км	HC-NOx (гідрокарбона ти на оксиди азоту), г/км	HC (гідрокарбонат и), г/км	NOx (оксид и азоту, г/км	PM (сажа), г/км
Бензинові автомобілі						
Euro 1	1992	2,72	0,97	-	-	-
Euro 2	1996	2,2	0,5			
Euro 3	2000	2,3	-	0,20	0,15	-
Euro 4	2005	1,0	-	0,1	0,08	-
Euro 5	2008	1,0		0,1	0,06	0,05
Euro 6	2013	1,0		0,1	0,06	0,05
Дизельні автомобілі						
Euro 1	1992	2,72	0,97			0,14
Euro 2	1996	1,0	0,7			0,08
Euro 3	2000	0,64		0,56	0,5	0,05
Euro 4	2005	0,5		0,3	0,25	0,025
Euro 5	2008	0,5		0,23	0,18	0,05
Euro 6	2013	0,5		0,17	0,08	0,05

«Euro 2» або EC96 був введений в січні 1996 року і всі автомобілі вироблені з січня 1997 році повинні були відповідати новому стандарту. Головне завдання Євро 2 - боротьба за зменшення кількості незгорілих вуглеводнів у вихлопних газах і підвищення ККД двигунів. Крім того, були посилені норми викидів CO і сполук азоту - NOx. Стандарт торкнувся як бензинові, так і дизельні автомобілі.

Дідик Д. А

. «Міжнародна торгівля і маркетинг», 1 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівний – д.е.н.,

професор кафедри міжнародної торгівлі маркетингу Яценко О. М

.

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА В РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Актуальність. Цифрова економіка в розвитку міжнародних економічних відносин набула великого значення в останні десятиліття. Швидкий технологічний прогрес та поширення цифрових технологій створили нові можливості для співпраці та обміну інформацією між країнами.

Цифрові інструменти дозволяють підвищувати ефективність та швидкість міжнародних транзакцій, сприяють розвитку електронної комерції та забезпечують доступ до глобальних ринків для бізнесу будь-якого розміру. Цифрова технологія також перетворила міжнародну торгівлю. Електронні платформи для здійснення торгових операцій стали загальноприйнятими серед бізнесу та споживачів, забезпечуючи швидкий і зручний доступ до товарів і послуг з усього світу. Більше того, цифрові інструменти дозволяють впроваджувати інновації та модернізувати традиційні галузі економіки, що сприяє зростанню конкурентоспроможності країн на міжнародному ринку. У сфері фінансів, цифрові технології впливають на міжнародні валютні операції, спрощуючи процеси оплати, переказу коштів та управління фінансами. Блокчейн і криптовалюти, наприклад, відкривають нові можливості для міжнародних

фінансових транзакцій, знижуючи витрати та покращуючи безпеку операцій [1].

Постановка завдання. Зростання цифрової економіки також породжує нові виклики та проблеми в міжнародних економічних відносинах. Однією з найбільших проблем є питання 183 щодо цифрової розбіжності між розвиненими та розвиваючимися країнами. Розвинені країни зазвичай мають більший доступ до цифрових технологій та ресурсів, що створює нерівність у доступі до глобальних ринків і можливостей для розвитку. У світлі цього, розвиток міжнародних стандартів і регуляцій є важливим завданням для забезпечення справедливого та рівного доступу до цифрових можливостей для всіх країн. Крім того, необхідна співпраця між країнами у сфер [2, 10].

Викладка результатів дослідження. Сьогодні розвиток інформатизації насамперед пов'язаний з впровадженням цифрових комунікаційних технологій і платформ, основою яких є Інтернет і мобільні пристрої. Сектори економіки, засновані на інформаційних і комунікаційних технологіях, називаються «цифровою економікою». Існують два основні підходи до визначення ролі і місця цифровізації в сучасних економічних системах. Перший підхід трактує сучасний етап впровадження інформаційно-технологічних досягнень як еволюційний, тоді як другий підхід розглядає його як революційний. Згідно з другим підходом, цифрова економіка виступає основою Четвертої промислової революції, оскільки чітко простежується зміна базової технології та ознаки зміни техніко-економічної парадигми.

Концепція "Розумного міста" (Smart City) набирає популярності у світі. Її мета – підвищити ефективність міських служб за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. На даний момент понад 2500 міст реалізують проекти Smart City, інтегруючи різні підсистеми, такі як інтелектуальна транспортна система, геоінформаційна система, електронна поліція, система безпеки, електронна освіта та електронна охорона здоров'я. Цифровізація змінює картину конкуренції та розмиває межі секторів економіки.

Цифрові лідери, такі як Google, Apple, Facebook і Amazon, диктують перехід до цифрової парадигми, змінюючи спосіб, яким клієнтам пропонуються продукти

та послуги. Нове покоління споживачів очікує постійної доступності та швидкої доставки послуг. Тому компанії зосереджуються на створенні рішень, які краще задовольняють потреби клієнтів, підвищуючи доступність, зручність використання та персоналізуючи послуги [3, 9].

В умовах цифрової економіки операції здійснюються в електронному вигляді, що призводить до створення віртуальних взаємин між бізнес-партнерами та іншими суб'єктами віртуального ринку в рамках бізнес-моделей B2B (Business-To-Business»), B2C (Business To-Consumer) і B2G (Business- To-Government). Так, в світі щорічний оборот електронної торгівлі «B2C» становить 1,4 трлн доларів США, електронна торгівля між компаніями досягає 16 трлн доларів США. Великобританія як провідний лідер цифрової економіки активно створює інфраструктуру, котра забезпечує розвиток інноваційних рішень шляхом залучення широкого кола розробників зацікавлених у розвитку цифрової галузі. Так наприклад, Code4Health – це ініціатива, яку підтримують сервіси NHS England та NHS Digital, щоб максимально використовувати цифрові інструменти та технології для забезпечення безпечної, якісної та ефективної допомоги, тобто інформувати всіх учасників спільноти охорони здоров'я: громадян, пацієнтів, опікунів, медичних працівників та технічних фахівців про можливості цифрових технологій та надавати їм інструменти, знання та вміння співпрацювати для розробки та впровадження високоякісних цифрових рішень [4, с. 39].

Платформа Code4Health моделює середовище для розробки цифрових рішень в медицині. Розробники можуть кодувати, створювати додатки, тестувати свої ідеї. Платформа сприяє навчанню для розробки нових медичних сервісів. Впровадження цифрових технологій дає економіці: Нове джерело ВВП; Ефективніше використання ресурсів; Створення вітчизняних когнітивних систем; Розробку технології блокчейну.

Відставання в регулюванні цифрових технологій в Україні призводить до ізоляції, неможливості надання конкурентоспроможних послуг і втрати контролю над фінансовими операціями [6].

Законодавство України має увійти в ногу з США та Європою, формуючи

нормативне регулювання в таких сферах, як: електронна торгівля, розподілені дані, електронні розрахунки, криптовалюта, машинне навчання і штучний інтелект [5]. Для максимально швидкого розвитку цифрової економіки в Україні необхідно акцентувати увагу на таких ключових напрямках, як транспорт, енергетика, телекомунікації, обробка даних, надання державних послуг. Такий підхід дозволить побудувати єдиний цифровий простір, який об'єднає всі галузі і сектори економіки. Умовно всі ці напрямки можна об'єднати в дві екосистеми: сервіс для споживачів і сервіс для виробників, технологічний базис яких становить комунікативне ядро. Інфраструктурний функціонал ядра включатиме сукупність таких елементів, як хмарне зберігання, платіжні сервіси, «великі масиви даних», кібербезпека. Створенню технологій «великих масивів даних» сприятиме накопичення великого обсягу інформації, в тому числі державного значення.

Всі потреби користувача забезпечує екосистема споживача, яка включає в себе: спілкування (Facebook, Twitter), новини (Google), дозвілля (YouTube), покупки (AliExpress, Amazon, Avito). Ця платформа характеризує зручність і функціональність отримання різних послуг та інформації для потенційного споживача. Інша цифрова платформа спрямована на ведення бізнесу через віртуальний простір за допомогою наступних сервісів: бухгалтерія (jSolutions), логістика (4Logist), маркетинг (AliExpress), аналітика (Qlik Sense). Використання цих платформ для бізнесменів є гарантією швидкої організації бізнесу, підвищення ефективності ведення бізнесу, а також зменшення витрат на виготовлення продукції і надання послуг [7, с. 15].

Цифрова платформа – підприємство, що забезпечує взаємовигідні взаємодії між сторонніми виробниками і споживачами. Вона дає відкриту інфраструктуру для учасників і встановлює нові правила. Тобто, цифрова платформа – це група технологій, які використовуються в якості основи, що забезпечує створення конкретизованої та спеціалізованої системи цифрової взаємодії, забезпечена високими технологіями бізнес-модель, котра створює вартість, полегшуючи обміни між двома або більшою кількістю взаємозалежних груп учасників.

Взаємозв'язок перерахованих платформ цифрової економіки сприяє зручності зберігання і обміну інформацією між учасниками екосистеми за допомогою віртуального простору. Більш того, така побудова платформ призводить до значного підвищення прозорості, гнучкості і керованості всієї економіки країни [4, 8].

Висновки. Одночасне використання «проривних» технологій, інновацій в техніці і економіці для забезпечення модернізації вітчизняної промисловості – одне з актуальних завдань стратегічного розвитку України. Розробка і впровадження інтелектуальних інформаційних систем, проектування аналітичних платформ прийняття управлінських рішень, застосування інформаційно-комунікаційних технологій передачі та обробки даних, Big Data, «туманні обчислення» (Fog-технології), технології Інтернету речей (Internet of Things, IoT) управління даними, застосування корпоративних інформаційних систем для управління ресурсами підприємства – найактуальніші завдання розвитку і модернізації вітчизняної промисловості.

Ключовими факторами в цифровій трансформації економіки, що формують найближче майбутнє, є інформаційні технології, які умовно розділені на 4 блоки: інтернет-речі, в тому числі індустриальні, хмарні обчислення, розвиток робототехніки, штучний інтелект; великі масиви даних і адитивні технології 3D; технології зв'язку, квантові і суперкомп'ютерні технології; технології блокчейн, кіберфізичні системи, цифрове проектування і моделювання. Цифрова економіка – це дійсно новий щабель розвитку економічної системи України. Важливо доцільно розпорядитися цим феноменом, який дозволить створити новий світ, цифрове майбутнє.

Список використаних джерел

1. На шляху до Єдиного цифрового ринку ЄС: електронна комерція, телекомунікації, довірчі послуги. URL: <https://ucerp.org.ua/doslidzhennya/na-shlyahu-do-yedynogo-czyfrovogo-rynku-yeselektronna-komercziya-telekomunikacziyi-dovirchi-poslugy.html> (дата звернення: 20.05.2024).

2. Цифрова трансформація економіки України в умовах війни. Січень 2024 року. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/tsyfrova-transformatsiya-ekonomiky-ukrayiny-vumovakh-viyny-sichen-2024> (дата звернення: 20.05.2024).
3. Карчева Г. Т., Огородня Д. В., Опенько В. А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. Фінансовий простір. 2017. № 3 (27). С. 13- 21.
4. Копитко М. І. Сучасні концепції управління та економічного розвитку. Львів: ЛьвУВС, 2021. 232 с.
5. Максимова М. В. Система фінансового менеджменту в умовах розвитку цифрової економіки. Ефективна економіка, 2019. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/60.pdf (дата звернення: 20.05.2024).
6. Штучний інтелект в українському банківському секторі: можливість чи необхідність? URL: <https://www.oschadbank.ua/news/stucnij-intelekt-v-ukrainskomu-bankivskomu-sektori-mozlivist-ci-neobhidnist> (дата звернення: 20.05.2024).
7. Бруханський Р. Ф. Розвиток цифровізації обліку, оподаткування, аналізу і контролю в управлінні підприємства: монографія. Тернопіль, 2021. 194 с.
8. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 20.05.2024).
9. Tsygankova T., Yatsenko O., Obolenska T., Gordieieva T., Osadchuk V. (2023). INFLUENCE OF INDUSTRY 4.0 ON STRATEGIES OF COMPANIES ENTERING THE GLOBAL MARKET OF DATA INTEGRATION SERVICES. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu. 2023, (2):141-148 - <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-2/141>
10. Яценко О. М., Тананайко Т. С. Вплив цифровізації міжнародної торгівлі на економічний розвиток країн. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 2. С. 260 269. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-2-38>. URL: <http://ujae.org.ua/vplyvtsyfrovizatsiyi-mizhnarodnoyi-torgivli-na-ekonomichnyj-rozvytok-krayin/>