

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА ІСТОРІЇ ТА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
\_\_\_\_\_ (І. І. Тюрменко)  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ  
ОС «МАГІСТР»

Тема: «Документно-інформаційне забезпечення діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу (на прикладі ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»)»

Виконавець здобувач вищої освіти: Кожушко Павло Павлович ДК-221М

Керівник: доктор історичних наук, професор Тюрменко Ірина Іванівна

Нормоконтролер: кандидат історичних наук, доцент Халецька Леся Пилипівна

---

(підпис)

Київ 2023

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій

Кафедра історії та документознавства

Галузь знань – 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність – 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Освітня програма – «Документознавство та інформаційна діяльність»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ І. І. Тюрменко

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ЗАВДАННЯ

### на виконання кваліфікаційної роботи

Кожушка Павла Павловича

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Документно-інформаційне забезпечення діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу (на прикладі ТОВ «Фірма Освальд ЛТД», затверджена наказом ректора від «19» вересня 2023 р. №1834/ст»

2. Термін виконання роботи: з 25.09.2023 р. до 31.12.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків загальним обсягом 128 сторінок, з них обсяг основного тексту – 100 сторінки, список використаних джерел нараховує 116 позицій.

4. Зміст пояснювальної записки: Вступ. Розділ 1. Теоретико-методологічні засади функціонування малого бізнесу в Україні. Розділ 2. Керування інформаційно-документаційними процесами у сфері автосервісу. Розділ 3. Інформаційне забезпечення діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Висновки. Список використаних джерел. Додатки.

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: фото будівлі зовні підприємства; фото приміщення всередині; скріншот з соціальної мережи «Facebook» ТОВ «Фірма Освальд ЛТД; скріншот з соціальної мережи

«Instagram» ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»; фото сайту системи документообігу та комунікації «Schrift» підприємства; фото сайту ведення бухгалтерського обліку «Bookkeeper» підприємства.

#### 6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Визначення та обґрунтування теми кваліфікаційної роботи	02.09.2023	
2.	Оформлення завдання на виконання кваліфікаційної роботи. Складання плану роботи. Узгодження з керівником	08.09.2023	
3.	Визначення об'єкта, предмета, мети, завдань дослідження. Підбір, опрацювання, вивчення літератури та джерел з теми дослідження	18.09.2023	
4.	Виконання індивідуальних завдань з теми роботи	22.09.2023	
5.	Написання основної частини, вступу та висновків	30.09.2023	
6.	Оформлення роботи та подання її на перше читання керівникові	02.11.2023	
7.	Опрацювання зауважень та виправлення недоліків	10.11.2023	
8.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	30.11.2023	
9.	Проходження нормоконтролю	01.12.2023	
10.	Подання роботи на перевірку на плагіат	07.12.2023	
11.	Подання роботи на рецензування	11.12.2023	
12.	Подання остаточного варіанта на кафедрі	18.12.2023	
13.	Захист роботи	25.12.2023	

#### 7. Консультанти з окремих розділів

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

8. Дата видачі завдання: «8» вересня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ І. І. Тюрменко  
(підпис керівника)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ П. П. Кожушк  
(підпис випускника)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи ОС «Магістр» на тему: «Документно-інформаційне забезпечення діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу (на прикладі ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»)»: 128 сторінок, 6 ілюстрацій, 116 використаних джерел, 6 додатків.

Ключові слова: МАЛИЙ БІЗНЕС, ДОКУМЕНТ, ІНФОРМАЦІЯ, АВТОСЕРВІС, ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Об'єкт дослідження – є документно-інформаційне забезпечення малого бізнесу

Предмет дослідження – особливості організації інформаційно-документаційного забезпечення діяльності автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

Мета дослідження – полягає в узагальненні видового складу службової документації та визначенні ролі інформації в популяризації діяльності ТОВ.

Методи дослідження – у магістерському дослідженні використано як загальнонаукові, так і конкретно-наукові методи, а саме: методи аналізу та синтезу, метод спостереження, системний-функціональний метод, бібліографічний метод та метод узагальнення.

Наукова новизна полягає в уточненні видового складу документів та особливостей інформаційної та інформаційно-рекламної діяльності на підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

Практичне значення отриманих результатів полягає в рекомендаціях щодо удосконалення інформаційно-документаційних процесів в ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

У кваліфікаційній роботі визначена специфіка інформаційно-документно-забезпечення ТОВ «Фірма Освальд ЛТД», підкреслена важливість інформаційного супроводу та рекламних кампаній для підвищенні ефективності діяльності.

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

МСП – Малі та середні підприємства

ВВП – Валовий внутрішній продукт

ІДЗ – Інформаційно-документаційне забезпечення

ДСНС – Державна служба з надзвичайних ситуацій

ПЗ – Програмне забезпечення

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	7
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ</b> .....	13
1.1. Аналіз джерельної бази кваліфікаційної роботи .....	13
1.2. Методи дослідження.....	22
1.3. Державна політика і у сфері діяльності малого і середнього бізнесу: світовий та вітчизняний досвід.....	24
1.4. Специфіка діяльності автосервісних підприємств .....	32
<b>РОЗДІЛ 2 КЕРУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ДОКУМЕНТАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ У СФЕРІ В АВТОСЕРВІСУ</b> .....	37
2.1. Нормативно-правові засади керування інформаційно документаційними процесами у сфері малого бізнесу.....	37
2.2 Характеристика діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» та організація безпеки працівників і користувачів в умовах особливого стану .....	57
2.3. Аналіз документаційного забезпечення діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».....	68
<b>РОЗДІЛ 3 ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ФІРМА ОСВАЛЬД ЛТД»</b> .....	77
3.1. Роль інформатизації для створення оптимальних умов діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» .....	77
3.2. Рекламно-інформаційні кампанії підприємства .....	87
3.3. Рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».....	94
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	104
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	108
<b>ДОДАТКИ</b> .....	123

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Українська сфера автосервісу продемонструвала високий рівень розвитку у сфері обслуговування. Цей успіх визнано результатом політичних та соціально-економічних трансформацій в країні, а також зростання імпорту іноземних автомобілів. Збільшення автомобільного парку українських водіїв призвело до зростання попиту на автосервісні послуги.

Українські автосервісні підприємства здійснили швидкий розвиток у своїй діяльності, виходячи за межі простого ремонту автотранспорту. Також займаються продажем запасних частин, палива, автомобілів та навіть пропонують послуги з оренди автомобілів. Розширення спектру послуг сприяє зростанню обсягу обліку об'єктів, що вимагає перегляду облікових політик підприємств автосервісу.

Проте, дослідження та публікацій доводять, що недостатня увага надається організації та документному забезпеченню діяльності автосервісних підприємств. Питання обговорюються в основному на професійних інтернет-форумах. Законодавство, хоча регулює порядок технічного обслуговування та ремонту автотранспортних засобів, недостатньо акцентує увагу на документування таких операцій. У галузі автосервісу спостерігається активна конкуренція, що примушує підприємства постійно підвищувати якість послуг та розширювати спектр наданих послуг. Наявність магазинів, що торгують запасними частинами та іншими товарами, також є характерною рисою автосервісних підприємств. Підкреслює багатогранний характер їхньої діяльності та орієнтацію на задоволення потреб клієнтів [110, с. 1–2].

Автосервісна галузь відзначається інтенсивною конкуренцією, що стимулює підприємства постійно підвищувати якість своїх послуг і розширювати спектр наданих сервісів. У багатьох автосервісах також є магазини, які продають запасні частини та інші автомобільні товари, що є ще

однією характеристикою цієї галузі. Підкреслює різносторонність їхньої діяльності та акцент на задоволенні потреб власних клієнтів.

Ефективність підприємницької діяльності суттєво підсилюється наявністю належної документаційної бази. Документація гарантує гнучкість та результативність процесів прийняття рішень та їх здійснення, а також контроль за всією діяльністю підприємства. Створення різних видів документів виступає ключовим компонентом підприємницької роботи, оскільки вони фіксують підприємницькі дії у відповідності до норм та правил.

Підсумовуючи варто зазначити те, що автосервісна галузь в Україні є однією з найрозвинутіших у сфері обслуговування. Прогрес українських автосервісних підприємств охоплює різноманітні напрямки, включаючи розширення спектру послуг та розвиток додаткових підрозділів.

Українські автосервіси стали надавати більше різних послуг для задоволення різних потреб власників автомобілів. Включає в себе не лише технічний ремонт та технічне обслуговування, а й послуги зі зміни масла, балансування коліс, регулювання сход-розвалу, підготовку до ТО, діагностику електроніки авто, а також кузовні та лакофарбові роботи. Багато автосервісів розширили свою діяльність, додавши до основного бізнесу додаткові напрямки. Наприклад, створення власних магазинів автозапчастин, автомийок, шиномонтажних центрів або навіть прокату автомобілів. В автосервісі в Україні все більше використовується сучасне обладнання та технології для точного діагностування та ремонту автомобілів. Включає в себе комп'ютерну діагностику, використання спеціалізованих програм та обладнання для ремонту електроніки та двигунів. Однак проблеми, пов'язані з організацією та методологією обліку господарських операцій, а також обліковими аспектами ремонту та обслуговування автотранспорту, вимагають більшої уваги та вирішення. Це дослідження засноване на аналізі документів підприємства ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».



Велику увагу присвячено проблемам покращення функціонування автосервісних станцій (СТО) у наукових дослідженнях, і цим займалися науковці такі як Кужель В.П. [88], Кищун В.А. [80], Кіналь П. В. [81], Марков О. Д. [99], Сотников А.М. [112], Рудзінський В.В. [109].

Ці наукові роботи і дослідження в цій області рухалися в кілька основних напрямках:

- 1) аналіз і моделювання процесів якості обслуговування автомобілів та обслуговування клієнтів на автосервісах;
- 2) особливості бухгалтерського обліку на автосервісах підприємствах;
- 3) перспективи напрямку розвитку послуг підприємств автосервісу;
- 4) дослідження процесів на автосервісі та виявлення слабких місць у виробничих процесах.

Ці дослідження спрямовані на вдосконалення функціонування автосервісів і поліпшення якості наданих послуг.

**Зв'язок з науковими програмами, планами і темами.** Матеріал для написання кваліфікаційної роботи збирався на базі автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

**Мета дослідження** полягає в узагальненні видового складу службової документації та визначенні ролі інформації в популяризації діяльності автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

Відповідно до мети дослідження були поставлені такі **завдання**:

- 1) здійснити аналіз наукової розробки теми роботи, а також її джерельної бази;
- 2) охарактеризувати методи дослідження;
- 3) розглянути нормативно-правові засади керування інформаційно-документаційними процесами у сфері малого бізнесу;
- 4) здійснити аналіз документаційного забезпечення підприємства;

5) розробити рекомендації щодо вдосконалення документно-інформаційних процесів для підвищення ефективності діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

**Об'єкт дослідження** є документно-інформаційне забезпечення малого бізнесу.

**Предмет дослідження** – особливості організації інформаційно-документаційного забезпечення діяльності автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

**Методи дослідження.** У дослідженні використано як загальнонаукові, так і конкретно-наукові методи, а саме: методи аналізу та синтезу, метод спостереження, системно-функціональний метод, бібліографічний метод та метод узагальнення.

**Наукова новизна** полягає в уточненні видового складу документів та особливостей інформаційної та інформаційно-рекламної діяльності на підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в можливості впровадження розроблених підходів і рекомендацій діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу на прикладі ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»

1) перехід від паперової до електронної документації. Запровадження і використання електронних систем для обліку, зберігання та обміну документами;

2) використання спеціалізованих програмних систем управління автосервісом, які допомагають веденню обліку робіт, клієнтів, запчастин і фінансів;

3) автоматизація рутинних операцій і процесів, що допомагає зменшити помилки та підвищити ефективність;

4) впровадження електронних систем комунікації з клієнтами, що полегшує замовлення послуг і обмін інформацією;

5) захист конфіденційної інформації та даних клієнтів через використання сучасних методів шифрування та забезпечення кібербезпеки;

Це дозволить покращити якість документно-інформаційного забезпечення діяльності автосервісу. Результати дослідження можуть стати основою для розробки інноваційних програм і політик у сфері інформаційно-комунікативного освітнього простору, що сприятиме модернізації системи загальної середньої освіти в Україні.

**Особистий внесок.** Кваліфікаційна робота виконана самостійно і особисто здобуто всі основні результати дослідження.

**Апробація результатів.** Основні аспекти кваліфікаційної роботи були представлені на всеукраїнській науково-практичній конференції «Практичні питання функціонування і відновлення об'єктів муніципальної інфраструктури та промисловості України в сучасних умовах» (м. Київ, 16–17 листопада 2023 р.).

Деякі аспекти кваліфікаційної роботи були представлені на XXIII Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених і студентів «Політ. Сучасні проблеми науки» (м. Київ, 04 – 07 квітня 2023 р.).

**Публікації.** За результатами конференції надруковано наукові тези, які безпосередньо розкривають тему кваліфікаційної роботи.

1) Кожушко П. П., Тюрменко І.І. Первинно-облікова документація діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу. Всеукраїнської науково-практичній конференції «Практичні питання функціонування і відновлення об'єктів муніципальної інфраструктури та промисловості України в сучасних умовах». Київ: 16 – 17 листопада 2023 р. С. 215–217.

Деякі аспекти теми магістерської роботи презентовані в тезах доповіді на тему:

1) Кожушко П. П. Організація інформаційно-аналітичної діяльності в центральних органах виконавчої влади (на приклади Національної поліції

України. «Політ. Сучасні проблеми науки». Гуманітарні науки: тези доповідей XXIII Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених і студентів. Київ: НАУ, 2023. С. 176–178.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Список використаних джерел налічує 116 найменування. Загальний обсяг роботи – 128.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

### 1.1. Аналіз джерельної бази кваліфікаційної роботи

Джерельною базою кваліфікаційної роботи є, нормативно-правові документи щодо розвитку малого бізнесу і підприємництва, документи та інформаційні ресурси ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Оіційні офіційні сторінки/блоги у соціальних мережах; наукові, довідкові, навчальні видання.

Основні засади формування документно-інформаційного забезпечення діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу викладено у таких нормативно-правових документах:

Першу групу правових актів нормативної бази становлять закони, які регламентують діяльність підприємства в галузі інформації та діловодства. Правові акти, такі як Закон України «Про інформацію» [4], Закон України «Про звернення громадян» [6], Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [19], Закон України «Про Національний архівний фонд та архівні установи» [5], Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» [12], Закон України «Про обов'язковий примірник документів» [8], Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [9], Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [16], Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» [13], Закон України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності» [20], Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [17], Закон України «Про адміністративні послуги» [15], Закон України «Про захист прав споживачів» [3], Закон України «Про

основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» [14], Питання створення і роботи з кадровими документами частково розглянуті в Кодексі законів про працю України [21], фінансово-господарськими – в Господарському Кодексі [23], правовими – в Цивільному [24] та Кримінальному Кодексах [22], Постанова «Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року» [33], містять положення, які регламентуються різні види діяльності, у тому числі у сфері малого бізнесу.

Друга група нормативних актів у сфері діловодства є обов'язковими для підприємств, установ і організацій. До цих актів відносяться, насамперед, Наказ Міністерства юстиції України № 1000/5 «Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях» [29]. Ще одним важливим нормативним актом для підприємства є Типова інструкція з діловодства в міністерствах, інших центральних та місцевих органах виконавчої влади [32], та національний стандарт ДСТУ 4163:2020 «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів» [25].

Третю групу нормативної бази складають різноманітні Закони України та положення, що стосуються малого бізнесу у сфері автосервісу. Включає закони, накази та інші правові акти, які регулюють процеси технічного обслуговування, ремонту автомобілів, використання запасних частин, та функціонування автосервісу.

Забезпечення якості послуг та дотримання вимог технічної безпеки є необхідною умовою для розвитку автосервісної галузі, збільшення конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Отже, відповідність законам і актам є ключовим елементом успішної діяльності автосервісних підприємств [58, с. 23].

У ході дослідження був проаналізований офіційні сторінки фірми в інстаграмі [35] та фейсбуці [34].

Наукові публікації, які стосуються як діяльності малого бізнесу, так і його документаційного забезпечення, інформаційного супроводу та управлінської діяльності:

Питанням становлення та розвитку малого бізнесу приділено значну увагу у науковій літературі. Так, питанням інформаційного забезпечення малого бізнесу приділено увагу у статті Матліної М.М., яка зазначила, що інформаційне забезпечення (далі – ІДЗ) є важливою частиною діяльності будь-якої установи, підприємства або організації. Однак, на сьогодні не існує єдиного загальноприйнятого визначення цього терміна, і в літературі можна знайти два основних тлумачення [102 с. 2–3]:

1) перше тлумачення пов'язує ІДЗ з поняттям інформації. З цієї точки зору, ІДЗ означає сукупність процесів, що стосуються документування управлінської інформації та організації роботи з документами. Включає ефективне ведення діловодства та документообігу на підприємстві;

2) друге тлумачення пов'язане з впровадженням нових технологічних процесів, що сприяють забезпеченню ефективного діловодства та управління документами. Це означає застосування сучасних інформаційних технологій для оптимізації роботи з документами та полегшення доступу до них.

У статті Зірчака Г.П., Берназа К.І. зазначено, що основною метою системи інформаційного забезпечення малого бізнесу повинне бути економічне зростання, що виступає як ефективний засіб боротьби з інфляцією і нестабільністю. Система інформаційного забезпечення, разом із системою управління, повинна задовольняти вимоги попереджувального характеру, при цьому об'єкт і суб'єкт управління орієнтовані на зовнішнє оточення і мають здатність «передбачати» зміни [71, с. 10].

У науковій статті Адлер О.О. відзначає значущість інформації в економічному контексті, що визначається її роллю як ресурсу і товару, призначеного для задоволення інформаційних потреб. Інформація циркулює у сучасному господарстві та має різноманітні властивості, які сприяють вдосконаленню бізнес-процесів. Є не лише даними, але й інструментом, який використовується у процесах аналізу і управління, призводячи до прийняття управлінських рішень. Основні особливості економічної інформації полягають у її формі відображення, об'ємі, циклічності, системності, специфіці обробки. Грає ключову роль у процесі управління, де обмін інформацією між учасниками є важливим елементом. Ефективне використання інформації ґрунтується на трьох принципах: синтаксичному (правильна подача інформації), семантичному (змістовне сприйняття) та прагматичному (досягнення мети через інформацію). Важливо враховувати, що інформація повинна бути якісною та впливати на процеси управління. У контексті господарської діяльності підприємства, інформаційне забезпечення грає важливу роль у забезпеченні управлінських процесів, а саме у зборі, передачі, аналізі, обробці та зберіганні інформації. Такий підхід дозволяє підприємствам зменшити ризики та досягти поставлених цілей [38 с. 4].

У працях Петруня Ю.Є., Літовченко Б.В., Пасічник Т.О. зазначили, що управлінське рішення – це є результатом вибору дій, спрямованих на досягнення цілей організації та забезпечення координуючого впливу на систему управління. Успішна діяльність будь-якої організації вимагає чіткої постановки цілей і їх ефективного досягнення шляхом управлінських дій. Планування діяльності організації включає визначення цілей, засобів та ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей. Процес управління полягає в розробці та виборі управлінських рішень, які спрямовані на розв'язання конкретних проблем. Прийняття управлінських рішень відбувається суб'єктом управління, такими як



керівник організації або колегіальні органи, і має на меті досягнення загальних цілей організації [95, с. 7–10]

Окрім того було опрацьовано в роботі публікації науковців, що вивчають розвиток малого бізнесу у сфері автосервіса:

У працях Белозерцева В.С., і Сотникова А.М. зазначено, що автосервіси повинні мати належно оформлені та зареєстровані документи, такі як письмова заявка на надання послуг, договір на технічне обслуговування та ремонт, рекламацийний акт, акт приймання-здачі транспортного засобу, акт виконаних робіт та рахунок «Первинна документація». У журналі реєстрації замовлень виконуються записи про всі прийняті замовлення, що дозволяє забезпечити їх контроль та належну організацію. Розрахунки можуть проводитися як у готівковій, так і у безготівковій формі. Водночас слід враховувати обмеження щодо готівкових розрахунків для підприємств і підприємців. Деякі послуги, які надаються у присутності замовника без замовлень та приймально-здавальних актів, можуть бути виконані без необхідності оформлення документів. Це допомагає оптимізувати документообіг у підприємстві [112, с. 10].

Як зазначили вчені Юськів Б.М. та Юськів В.М., Україна має особливий статус у сфері автосервісу, і це відзначається декількома ключовими особливостями. Перш за все, автосервіс складає значну частку загального обігу автомобільного бізнесу в країні, становлячи близько 50%. Інші галузі, такі як торгівля запчастинами, продаж нових та вживаних автомобілів, ділять решту ринку. Високий рівень продажу нових автомобілів в Україні також сприяє завантаженню дилерських СТО, основні операції яких включають передпродажну підготовку, гарантійний ремонт і планове техобслуговування (ТО). Незважаючи на швидкий розвиток автосервісу, задоволення попиту на його послуги ще не є повністю можливим. По-перше, автосервіс розвинутий переважно у великих містах, де концентрується автомобільний рух та економічна інфраструктура. По-друге, близько 70% СТО схожі між собою за

технічним обладнанням, кваліфікацією персоналу, якістю запасних частин та обслуговуванням клієнтів. По-третє, багато автосервісів, включаючи авторизовані СТО, поки що не досягли статусу справжніх сервісних підприємств, і залишаються в основному об'єктами ремонту та технічного обслуговування автомобілів. По-четверте, пропозиція в автосервісній галузі нерідко формується на основі бізнес-інтересів і можливостей надавати послуги, не завжди відображаючи реальний попит клієнтів [115, с. 84–92]

Виробничим процесам у сфері автосервісу присвячена праця Кужель В.П. Зокрема, йдеться про напрями майбутнього спектру послуг автосервісу з метою розширення асортименту послуг та задоволення потреб клієнтів; про поєднання послуг з технічного обслуговування та ремонту автомобілів із сферою торгівлі може залучити нових клієнтів і розширити клієнтську базу. У праці також наголошується на необхідності розробки та впровадження нових технологічних процесів, що дозволить компаніям підвищувати якість та ефективність послуг, що надаються, та здійснити ефективно розподілити запаси ресурсів для оптимізації управління запасами та зниженню витрат. Нарешті, впровадження методів мотивації співробітників на підприємствах автосервісу допоможе залучити та утримати кваліфікованих спеціалістів. Це важливо для ефективної роботи підприємства. Всі ці фактори сприяють розвитку та конкурентоспроможності автосервісних підприємств [88, с. 1–2].

Дослідники Марков О.Д., Морозюк С.В., Веретельнікова Н.В., зазначили, що у взаємодії станцій з постачальниками розрізнення може спостерігатися залежно від розміру станції. Малі станції, пункти обслуговування та автомайстерні мають тенденцію взаємодіяти з постачальниками в операційному режимі, зокрема, виконуючи замовлення в оперативному порядку. У такому контексті важливо гарантувати, що замовлення виконуються вчасно. Для невеликих станцій зі складами або навіть без них, які не зберігають багато запасних частин, дотримання цих умов може бути важливим фактором для

забезпечення якості та ефективності обслуговування клієнтів. Однак, зі зростанням обсягу замовлень виникає більше викликів у керуванні та організації системи постачання запасних частин [99, с. 5].

Під час аналізу було проаналізовано праці науковці, які досліджували застосування сучасних інформаційних технологій на підприємстві автосервісу дозволяє розглядати нові можливості та підходи до документно-інформаційного забезпечення:

Бенько М.М. зазначил, що удосконалення систем управління на підприємствах включає в себе перехід від традиційного пасивного бухгалтерського обліку до активних форм, таких як обліково-аналітичний та контрольний облік, які сприяють інформаційній підтримці управління та прийняттю обґрунтованих рішень. Ком'ютеризовані інформаційні системи відіграють важливу роль у цьому процесі, звільняючи фахівців від рутинних завдань та надаючи їм можливість аналізувати та приймати стратегічні рішення. Важливою рисою такої системи є мінімізація часу на створення та обробку інформаційної бази даних. Побудова інформаційної системи підприємства – це складний процес, що вимагає більше, ніж тільки технічні засоби. Правильно спроектована система визначає організацію та координацію роботи персоналу, забезпечуючи ефективне функціонування підприємства та допомагаючи йому досягти своїх цілей [40, с. 12–15].

Байкарова О.О., Тарасюк Л.М. визначили, що упровадження інформаційних технологій на підприємстві веде до формування нової корпоративної культури та стратегічної переорієнтації. Використання комп'ютерних систем для управління, стратегічного розвитку, адміністрування, обліку, планування та аналізу сприяє зростанню інформаційних потреб та відкриває можливості для встановлення зв'язків із партнерами, клієнтами та владними структурами через мережу. Це призводить до збільшення інвестицій у

комп'ютерні технології і розширює інформаційний простір, доступний для підприємства [44, 177–180].

Також під час аналізу було проаналізовано праці, які стосуються проблем менеджменту та маркетингу діяльності малого бізнесу:

Дячун О.Д. зазначил, що маркетингова діяльність пов'язана з досягненням цілей продажу і впливає на інші служби підприємства, такі як технічні, постачальницькі та фінансові. Маркетинговий мікс (товар, ціна, дистрибуція, просування) служить основою маркетингу та повинен бути спрямований на успішний продаж товарів. Продажі, з одного боку, є ключовою частиною маркетингу, і, з іншого боку, є його метою. Успішні продажі вимагають тісних контактів та координації між співробітниками в маркетингу. Однією з стратегій маркетингу є забезпечення максимальних обсягів продажу протягом всього життєвого циклу товару. Продажі визначають зміст інших видів діяльності підприємства, утворюючи спільну стратегію та спрямовуючи її виконання в напрямку досягнення цілей продажу [64, с. 3–4].

Зозульов О.В. визначив, що центральним елементом маркетингової стратегії є товар або послуга, який визначає конкурентоспроможність компанії на ринку. Для аналізу концепції товару існує п'ять моделей, які взаємодоповнюють одна одну. Перша модель оцінює, наскільки технологія задоволення потреб споживачів відповідає їхній поведінці. Друга модель оцінює фізичну реалізацію товару на певний період часу. Третя модель розглядає товар в контексті його динаміки та розвитку технології. Четверта модель досліджує сприйняття товару споживачем, а п'ята модель визначає необхідні ресурси для створення товару. Цей підхід дозволяє комплексно оцінювати конкурентоспроможність товару і покращувати його якість у майбутньому [72, с. 57–63].

Отже можна зробити такий висновок, джерельна база кваліфікаційної роботи складається із Законів України, Положень, Постанов Кабінету Міністрів

України, статей, посібників, монографій діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу. Така база є повною та вичерпною для дослідження і вивчення теми роботи. Закони та нормативно-правові акти, такі як Закон України «Про автомобільний транспорт» Наказ № 615 «Про Правила надання послуг з технічного обслуговування і ремонту колісних транспортних засобів» та інші, відіграють важливу роль у регулюванні діяльності автосервісів у сфері автосервісу. Надають правову базу для функціонування цього бізнесу та встановлюють правила та вимоги, які повинні дотримуватися автосервісами. Основні висновки щодо впливу цих законів на малий бізнес у сфері автосервісу в Україні такі:

1) технічні вимоги: Закон України «Про автомобільний транспорт» встановлює технічні вимоги до якості технічного обслуговування і ремонту автотранспортних засобів, включаючи вимоги до матеріалів, обладнання та кваліфікації персоналу автосервісу. Сприяє безпеці на дорозі та якості послуг, наданих автосервісами;

2) захист прав споживачів: Закон України «Про захист прав споживачів» регулює права та обов'язки споживачів послуг автосервісу, включаючи вимоги до якості послуг та захист прав споживачів. Створює важливий механізм захисту інтересів клієнтів автосервісу;

3) документування та облік: Наказ Міністерства інфраструктури України №615 «Про Правила надання послуг з технічного обслуговування і ремонту колісних транспортних засобів» регламентує порядок документування, оплати, права й обов'язки сторін у договорі про технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів. Сприяє відкритості та прозорості у відносинах між автосервісом і клієнтами.

Загалом, ці нормативно-правові акти надають важливий структуру для функціонування автосервісу в Україні, забезпечують впорядкованість діяльності та високий стандарт якості послуг, наданих автосервісами. Також гарантують

права та інтереси споживачів та встановлюють відповідальність за невиконання вимог.

Отже, система нормативно-інформаційного забезпечення має важливе значення для ефективності та конкурентоспроможності автосервісних підприємств. Вона сприяє забезпеченню стабільної діяльності, вдосконаленню обслуговування та утриманню якісних фахівців, що разом сприяють розвитку цієї галузі та задоволенню потреб клієнтів.

## **1.2. Методи дослідження**

Дослідницькі методи можна класифікувати на два основних типи: перший тип загальнонаукові, які можуть використовуватися як у емпіричних, так і в теоретичних дослідженнях. Другий тип конкретно-наукові, які застосовуються в конкретних галузях наукової діяльності. У дослідження використовувались методи, які дозволили вирішити поставлені завдання.

Метод наукового дослідження – це система розумових і практичних кроків або процедур, спрямованих на вирішення конкретних завдань у процесі здобуття знань, з урахуванням певної мети. Як мета, так і завдання дослідження визначаються суспільними або науковими потребами і внутрішніми вимогами науки.

Методи аналізу та синтезу використовувалися для аналізу наукових джерел, нормативно-правової, що дозволило отримати комплексне розуміння проблеми документно-інформаційного забезпечення. За допомогою цих методів всебічно охарактеризовано інформаційне наповнення сторінок у соціальних мережах: оперативність розміщення інформації, її доступність, актуальність, повнота, тощо.

Метод спостереження – найважливіший метод збору первинної інформації шляхом безпосередньої фіксації подій та умов, у яких вони

протікають. Метод спостереження використаний під час збору інформації про роботу малого бізнесу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Був вивчений видовий склад документів, обсяг документообігу, порядок оброблення документів та їх зберігання, організації ділових процесів.

Для дослідження офіційних сторінок у соціальних мережах автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» був застосований системно-функціональний метод. За допомогою цього методу всебічно охарактеризовано діяльність підприємства, чим воно займається, структура підприємства.

Кожне дослідження має завершуватися висновками, і для цього використовується метод узагальнення. Метод дозволяє визначити загальні характеристики та властивості певних елементів і перейти від окремих фактів до загальних висновків. Спроможність отримати узагальнене знання є важливою для глибшого розуміння реальності і проникнення в її сутність. Цей метод дозволив узагальнити та сформулювати конкретні результати, які стосуються теми дослідження та закономірностей документообігу в малому бізнесі у сфері автосервісу.

Бібліографічний метод використовувався для пошуку, збору та упорядкування списку використаних джерел та літератури. Застосування бібліографічного методу дозволило систематизувати та посилатися на використані джерела, що підтримує наукову обґрунтованість та достовірність дослідження.

Отже, ці методи дозволили глибоко аналізувати та оцінити якість та ефективність інформаційного забезпечення офіційних сторінок автосервісу у соціальних мережах, а також з'ясувати, як вони відповідають нормативним вимогам та стандартам. Комбінація цих методів сприяє здобуттю більш об'єктивних та комплексних результатів дослідження. Зважаючи на викладене, варто вказати на те, що для досягнення поставленої мети та завдань під час

дослідження задіяно низку наукових методів дослідження. Це дозволило досягти поставленої мети і вирішити завдання кваліфікаційної роботи.

### **1.3. Державна політика і у сфері діяльності малого і середнього бізнесу: світовий та вітчизняний досвід**

У розвинутих країнах, малі підприємства відіграють достатньо суттєве значення в економіці. Наприклад, у США, Великобританії та інших розвинених країнах, малий бізнес становить ключовий сектор економіки. Ці підприємства відіграють важливу роль у наданні послуг та створенні робочих місць. Зазвичай, вони спеціалізуються у певних галузях та забезпечують індивідуальні послуги для громадян. Ефективність їх діяльності визначається кількістю клієнтів, що потребує високої якості товарів і послуг. Малі підприємства є платформою для реалізації творчого потенціалу та активності мільйонів громадян, а їхні продукти та послуги забезпечують ринок необхідними товарами, сприяючи розвитку економіки та задоволенню потреб споживачів. В різних розвинених країнах, таких як США, Франція, Європейський Союз, Італія та Японія, малі та середні підприємства (МСП) складають значну частку загальної працездатної популяції, що свідчить про їх велике соціальне та економічне значення. МСП відіграють важливу роль у формуванні ВВП цих країн завдяки обсягу продукції та послуг, які вони створюють. Чим більша їх частка у ВВП, тим важливіший їх внесок у забезпечення економічного зростання та стабільності [52 с.1–3].

У 2022 році Україна отримала статус кандидата на вступ до Європейського Союзу, що стало важливим кроком у розвитку її відносин з Європейським Союзом. Це рішення відкрило нові можливості для майбутнього приєднання України до європейської спільноти. Також підштовхнуло владу до подальших реформ у країні та зробило Україну привабливішою для інвесторів, які бачать в її інтеграції до ЄС нові можливості. Доцільно зазначити також і про



те, що у порівнянні з Україною, країни Європейського Союзу акцентують увагу на зростанні малих підприємств до середнього або великого рівня, вважаючи це пріоритетною стратегією розвитку.

Ситуація в Україні станом на 10 жовтня 2023 свідчить про те, що країна вже понад 594 дні бореться з російським військовим вторгненням. Внаслідок масових нападів на мирне населення близько 10,5 мільйонів людей були вимушені залишити свої домівки, переселитися в безпечні райони в межах країни або навіть виїхати за кордон. Більше 400 підприємств у регіонах, де тривають бойові дії, були змушені призупинити свою діяльність, принаймні 200 з них вже вдалося відновити виробничий процес. Ця війна має серйозний вплив на всі сфери життя України, включаючи економіку. Малі та середні підприємства особливо вразливі в цій ситуації через їхню меншу стійкість і обмежені ресурси у порівнянні з великими корпораціями.

Аналіз результатів опитування серед підприємців на початку 2023 року свідчить про загальну погіршену бізнес-ситуацію порівняно з попередніми роками. За 2023 рік лише 26% підприємців відчують задоволення від свого бізнесу, що менше, ніж було у 2021 році, коли 33% були задоволені. З іншого боку, 58% підприємців виражають незадоволення станом свого бізнесу, що є збільшенням порівняно з попереднім роком, коли цей показник становив 52%. Однак варто врахувати, що стан економіки країни є основною причиною цієї погіршеної ситуації. Наразі 42% підприємців вважають економічну ситуацію несприятливою, а 29% навіть катастрофічною. Це є відображенням важкої економічної обстановки в країні, яка погіршилася через війну.

Тим не менш, важливо зауважити, що під час активної фази пандемії коронавірусу, оцінки стану економіки були ще менш позитивними. У той час 44% респондентів вважали стан економіки катастрофічним. Таким чином, хоча ситуація у бізнесі погіршилася, вона все ще залишається кращою, ніж під час пандемії. Загалом, цей аналіз показує, що підприємці стикаються з серйозними

викликами у 2023 році через несприятливу економічну ситуацію в країні, але ця ситуація все ж є трохи кращою, ніж в період пандемії.

Схоже на підходи в інших країнах, в Україні також ключовими критеріями для класифікації підприємств як малих, середніх або великих є кількість працівників та обсяг реалізованої продукції. Українські критерії класифікації малих підприємств найбільш подібні до європейських, що є впевненим кроком в напрямку євроінтеграції, оскільки це вимагає адаптації стандартів управління та регулювання бізнесу України до європейських норм. У цьому контексті відповідно до класифікації ЄС, підприємства вважаються малими, якщо обсяг їхніх активів не перевищує 10 млн євро (для мікропідприємств - 2 млн євро), а великими – якщо обсяг активів перевищує 43 млн євро [46, с. 15].

Враховуючи необхідність адаптації умов діяльності вітчизняних малих підприємств до вимог ЄС, українські науковці все більше звертають увагу на проведення порівняльного аналізу діяльності малих підприємств в Україні та ЄС, з метою визначення заходів для їхньої синхронізації з метою забезпечення життєздатності та розвитку українських малих підприємств.

У створенні умов для розвитку та підтримки МСП держава відіграє важливу роль, забезпечуючи конкурентоспроможність національної економіки та ефективну регуляторну політику. Підтримка різних форм підприємництва, зокрема малого бізнесу, сприяє розвитку економічної системи країни та наближає її до споживачів. Навіть у часи складних умов, таких як воєнні роки, важливо забезпечувати підтримку та стимулювання розвитку МСП, щоб забезпечити їх стійкість та внесок у економічний розвиток країни.

Багато підприємців 76% мають намір розширити свій бізнес у 2023 році в Україні, незважаючи на виклики. З них 28% планують розширити свою географію, 26% планують відкрити нові сфери діяльності, 25% планують вийти на закордонні ринки, а ще 21% розглядають можливість зміни кількості

співробітників. Для реалізації цих планів більшість підприємців (67%) планують отримати нові фінансові ресурси. В основному розраховують на власні кошти (30%) та субсидії (21%). Користуються також кредитами, але в меншій мірі (10%). Примітно, що порівняно з 2021 роком частка кредитів у фінансуванні малого та середнього підприємництва зменшилася втричі, на кредити покладалися 32% підприємств. Фінансування залишається актуальною темою для малого та середнього бізнесу, але багато підприємців відзначають складність отримання банківських кредитів. 59% опитаних підприємців вважають, що банківське фінансування недоступне або важкодоступне, що більше, ніж у 2021 році, коли так вважали 40% підприємств.

Державне регулювання малого підприємництва створює сприятливий бізнес-клімат для розвитку цього сектора. Охоплює різноманітні економічні, соціальні, організаційні, правові та політичні заходи, спрямовані на підтримку та стимулювання малого бізнесу, що сприяє економічному зростанню. Одним із інструментів державного регулювання в Україні є спрощена система оподаткування, обліку та звітності для МСП, запроваджена з 1999 року. Ця система допомагає зменшити податкове навантаження та спрощує бухгалтерський облік, а також сприяє створенню сприятливих умов для ефективної підприємницької та комерційної діяльності [113, с. 1–2].

В Європі малому бізнесу надається підтримка з боку держав та шляхом спеціальних програм, які координує Європейський Союз. Фінансування цих заходів здійснюється за рахунок різних джерел, зокрема зі Структурних фондів ЄС, таких як Фонд регіонального розвитку та Соціальний фонд. Додаткову підтримку надають держави через податкові пільги та сприятливі кредитні умови для інноваційних підприємств, проектів з екологічною спрямованістю та для тих, що діють у менш розвинених регіонах. Роль у фінансовому підтриманні малого бізнесу відіграють також національні Торгівельно-промислові палати та Асоціації малого бізнесу. У країнах Скандинавії держава є основним

постачальником фінансової допомоги малому бізнесу, забезпечуючи субсидії та прямі позики для підприємців-початківців. Ця фінансова підтримка надає можливість розвивати їхні проекти [52, с. 1–2].

У Великобританії акцент робиться на спеціальних програмах підтримки малого бізнесу, які сприяють розвитку різноманітних сфер діяльності цих підприємств. В Італії, зокрема, фінансову підтримку малого бізнесу здійснюють через субсидії та пільгове кредитування різних напрямків діяльності, а також підтримують кооперативи та об'єднання підприємств [52, с. 1–2].

Всі ці підходи націлені на забезпечення сталого розвитку малого бізнесу в різних європейських країнах, підтримку інновацій, економічного зростання та сприяння соціально важливим проектам.

Отже, Аналізуючи структуру малого підприємництва з урахуванням фізичних і юридичних осіб, можна зробити висновок, що більша частка в малому та мікропідприємстві припадає на фізичних осіб-підприємців. Такі дані свідчать про зменшення кількості мікропідприємств-юридичних осіб, що може бути наслідком труднощів, з якими зіштовхнулися малі підприємства у визначенні раціональної стратегії на ринку, оптимізації виробничих процесів та здійсненні превентивних заходів для зменшення впливу економічних кризових явищ та високого податкового навантаження.

Умови, створені в державі для діяльності малих підприємств, можуть бути нестабільними та несприятливими як для реалізації їх потенціалу загалом, так і для розвитку спеціалізованих знань та навичок працівників у цій сфері. За даними Краснокутської Н.С., наявність унікальних компетенцій та досвіду є основою для формування стійкої конкурентної переваги в малих підприємствах. Однак порівняльна статистика зосередженості кваліфікованої робочої сили у сфері малого бізнесу в Україні та за кордоном свідчить про менший інтерес українських працівників до роботи в малих підприємствах. Наприклад, у 2019-2021 році на кожні 10 тисяч наявного населення в Україні припадало 421

суб'єкт малого підприємництва, тоді як у країнах Європейського Союзу цей показник складає у середньому 570 малих підприємств. Опитування малих підприємств країн Єврозони щодо питання «доступу до фінансування» виявило, що великий відсоток фірм у таких країнах, як Греція (61%), Іспанія та Італія (по 50%), і в меншій мірі Португалія (40%), вважають цю проблему досить актуальною (оцінка від 7 до 10 балів за 10-ти бальною шкалою). У той же час відповідний відсоток в Німеччині та Бельгії становить близько 30%, а в Фінляндії – до 24%. Відзначається, що для 55% фірм у Фінляндії, 45% у Бельгії та 43% в Німеччині та Австрії доступ до фінансування не є нагальною проблемою (оцінка від 1 до 3 за трьохбальною шкалою) [41, с. 13].

Формування ефективного та якісного забезпечення підприємств, включаючи малі бізнеси, можливе тільки за умови наявності сприятливого бізнес-середовища. Бізнес-середовище включає в себе соціально-економічну ситуацію, ступінь економічної свободи, податковий примус, можливості для формування та використання фінансових ресурсів. Поняття «бізнес-середовище» включає в себе сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів діяльності підприємства, які в значній мірі впливають на його функціонування. Відношення до бізнес-середовища включає також взаємозв'язок та взаємодію з суб'єктами економіки.

Міністерство економіки України у співпраці з партнерами з розвитку та міжнародними організаціями активно реалізує низку проєктів для підтримки українського бізнесу. Зокрема, USAID має програму «Конкурентоспроможна економіка України» [36], яка спрямована на допомогу стартапам, малим і середнім підприємствам у зміцненні конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринках. Міжнародна організація з міграції та інші партнери запровадили грантову програму для мікро- та малих підприємств для відновлення бізнесу та робочих місць. Також є проєкт «Застосування та імплементація Угоди про асоціацію між ЄС та Україною у сфері торгівлі», який

спрямований на покращення умов для підвищення конкурентоспроможності малих та середніх підприємств, які прагнуть вийти на ринок ЄС. Крім того, діє програма «Придатність до партнерства з Німеччиною», яка надає українським підприємцям можливість підвищити професійні навички у сфері бізнесу та розширити ділові стосунки з іноземними партнерами. Для зручності бізнесу існує портал «Дія.Бізнес», де підприємці можуть відстежувати різноманітні фінансові можливості та обирати програму, яка відповідає їхнім потребам [36].

Нестабільність законодавства є серйозною проблемою, оскільки непередбачувані зміни можуть значно ускладнити планування діяльності малих підприємств і створити надмірні витрати на виконання нових вимог чи відповідних нормативів. Високий рівень податкового тиску також може важко покладатися на плечі малих підприємств, особливо в умовах, коли вони ще не досягли стабільності та високого рівня доходів. Це може обмежувати їх можливості для інвестування у розвиток та збільшення конкурентоспроможності. Корупція є серйозним загрозливим чинником, який може великою мірою підточувати довіру до бізнес-середовища. Може призвести до непрозорих умов конкуренції, дискримінації та недотримання правил гри. Відсутність підтримки розвитку з боку державної та місцевої влади може ускладнювати доступ малих підприємств до фінансування, консультаційних послуг, інфраструктури тощо, що є важливим для їхнього зростання.

Під час написання кваліфікаційної роботи було проаналізовано SWOT-аналіз малих підприємств України (див. Додаток Е).

Результати проведених досліджень та оцінки експертів показали сильні та слабкі сторони, можливості та загрози бізнес-середовища в Україні, в якому працюють малі підприємства SWOT-аналіз підтвердив, що досягнення стратегічних цілей розвитку малих підприємств передбачає ряд заходів [110, с. 2–4]:

- 1) використання переваг співробітництва з ЄС для спрощення процедур

створення та здійснення фінансової діяльності малих підприємств;

2) збільшення доходів підприємств шляхом виходу на нові ринки споживання;

3) запровадження державної підтримки розвитку технічних галузей для повернення кваліфікованих кадрів;

4) зупинення відтоку кадрів шляхом створення системи гарантій захисту трудової діяльності та стимулювання продуктивності праці;

5) використання залучених кредитних ресурсів для інновацій з метою зменшення витрат на енергію та ресурси у виробництві;

6) використання бізнес-кластерів для подолання проблем локальності ринків збуту та високої конкуренції.

Отже, дослідження даної інформації дозволяє зробити висновок, що зарубіжні компанії докладно та систематично здійснюють внутрішньофірмове планування сектору малого та середнього підприємництва. Це передбачає розробку різних рівнів планів для різних рівнів управління, що дозволяє адаптувати розвиток підприємства під різні обставини. Незважаючи на труднощі, цей підхід дозволяє підприємствам бути більш гнучкими та адаптованими до змін. В Україні є обмеження, які ускладнюють використання можливостей фінансового планування. Однак пропонується покращити законодавчу базу для підтримки планування, а також сприяти інноваційним розробкам, що сприятиме більш ефективному розвитку малого бізнесу. Для цього важливо створити ефективні фінансові механізми та сприяти розвитку підприємницького потенціалу. Було укладено меморандум для покращення бізнес клімату в Україні. Даний меморандум укладено між декількома об'єднаннями підприємців «CEO Club Ukraine, Бізнес-спільнота Board, Спілка Українських Підприємців, Торгово-промислова палата України» [36] з метою обговорення та підтримки ключових принципів економічної політики після воєнного конфлікту в Україні. За підписами представників цих об'єднань

виокремлені декілька важливих аспектів. По-перше, російська військова агресія проти України вплинула на багато галузей української економіки та призвела до серйозних викликів для країни, включаючи глибокий економічний спад, руйнування інфраструктури, масову міграцію, інфраструктурні руйнації та звуження логістичних можливостей у зовнішній торгівлі. По-друге, для відновлення економіки України потрібні широкомасштабна дерегуляція, інвестиції, значні людські ресурси та підприємницька активність. Відновлення та прискорене зростання економіки України не можливі на традиційних засадах, і потрібна нова економічна політика, що враховує економічну свободу. По-третє, учасники меморандуму вважають, що відновлення української економіки та її прискорене зростання має здійснюватися за участю та коштом українських підприємців, і вони вважають, що мають право та обов'язок брати участь у формулюванні та впровадженні економічних політик разом з українською державою та міжнародними організаціями. Меморандум встановлює загальні принципи спільної роботи та спільної підтримки економічної політики в Україні після воєнного конфлікту.

#### **1.4. Специфіка діяльності автосервісних підприємств**

Автотранспорт в сучасному світі відіграє важливу роль у підтриманні мобільності та зручності життя населення. Автомобілі стали не лише засобом транспорту, але й частиною нашого повсякденного життя, важливим елементом господарського розвитку та підтримки багатьох галузей індустрії. Однак, разом із зростанням автомобільного парку і складністю сучасних автомобілів, збільшується і потреба у високоякісному обслуговуванні та ремонті транспортних засобів.

Саме в цьому контексті набуває важливості діяльність автосервісних підприємств. Ці організації відіграють критичну роль у забезпеченні безпеки,



надійності та ефективності автотранспорту. Специфіка їхньої діяльності включає в себе ряд особливостей і завдань, що вимагають високої кваліфікації персоналу, спеціалізованого обладнання та дотримання вимог безпеки та якості.

Зростає важливість маркетингу в умовах трансформації економічних відносин та модернізації підприємств в Україні, методи маркетингу залишаються надзвичайно багатими для підприємств у сфері автосервіса. Маркетинг вимагає глибокого розуміння правил та стратегій у сферах планування, аналітичних способів просування продукції чи послуг. Маркетинг стає важливою складовою успішної діяльності підприємств в умовах сучасних економічних трансформацій і вимагає глибоких знань та компетенцій у цій галузі [116, с. 7–8].

Маркетинг – це комплексний процес, який включає в себе розробку, просування та продаж товарів чи послуг з метою задоволення потреб і бажань споживачів [116, с. 10–11].

Важливу роль у діяльності підприємств автосервісу відіграє безперервне збільшення автомобілів у місті, а крім того покращення рівня життя населення дозволяє купувати громадянам автомобілі, відповідно, ці автовласники будуть потенційними клієнтами компанії. При оцінці враховуються також тенденції останнього року, тобто тимчасове зниження ринку внаслідок кризи.

Окрім того, діяльність автосервісних підприємств специфічна і включає в себе ряд основних аспектів та завдань. Головними функціями автосервісу є обслуговування, ремонт і діагностика автомобілів з метою забезпечення їх безпеки, надійності та ефективності. А також варто виділити наступні функції:

- 1) діагностика та ремонт: автосервісні підприємства проводять роботи з діагностики та ремонту різних систем автомобіля, таких як двигун, трансмісія, гальмівна система, електроніка та інші. Вони мають висококваліфікованих механіків та технічний персонал для виконання цих робіт;

2) заміна та обслуговування запчастин: автосервіси надають послуги заміни та обслуговування запчастин. Вони можуть використовувати оригінальні або після монтажні запчастини, залежно від вибору клієнта;

3) технічне обслуговування: регулярне технічне обслуговування автомобіля допомагає підтримувати його в гарному робочому стані і запобігати можливим поломкам. Автосервіси проводять заміну мастил, фільтрів, свічок запалювання та інших елементів;

4) робота з клієнтами: провідні автосервіси ведуть активну комунікацію з клієнтами, надаючи консультації щодо потреб автомобіля, обсягу робіт і вартості. Здійснюють записи на обслуговування та ремонт, видають документи про виконану роботу;

5) використання спеціального обладнання: автосервісні підприємства використовують спеціальне діагностичне та ремонтне обладнання, таке як сканери для зчитування кодів помилок, стенди для випробування гальм, підйомні майданчики та інше;

6) дотримання нормативів та стандартів: автосервіси повинні дотримуватися вимог щодо безпеки та якості робіт, які встановлені законодавством та виробниками автомобілів;

7) оновлення та навчання персоналу: сучасні автомобілі використовують складну технологію, тому персонал автосервісу повинен постійно навчатися та оновлювати свої навички, щоб впоратися з сучасними автомобільними системами;

8) управління запасами: автосервіси повинні керувати запасами запчастин та матеріалами, щоб завжди мати необхідні компоненти для ремонту.

Специфіка діяльності автосервісних підприємств може включати різні види послуг і операцій, пов'язаних з обслуговуванням автомобілів. Автосервісне підприємство відзначається різноманітністю послуг та операцій, пов'язаних з технічним обслуговуванням автомобілів. Серед них технічне

обслуговування, яке включає в себе періодичну перевірку та обслуговування авто, заміну масла, фільтрів, свічок, а також ремонт гальм та підвіски. Діагностика, яка виявляє проблеми та несправності за допомогою спеціальних інструментів. Ремонт та заміна окремих автодеталей, таких як двигун, трансмісія, гальма та амортизатори. Шиномонтаж, який включає в себе заміну та балансування шин, а також ремонт шин з проколами. Виправлення кузовних пошкоджень, включаючи ремонт та фарбування кузова, видалення царапин та боротьбу з корозією. Крім того, проведення електричних робіт, діагностика та ремонт електричної системи, включаючи проводку, аккумулятори, стартери, генератори та електронні системи. Усі ці операції важливі для забезпечення надійності та безпеки автомобілів, а також задоволення потреб власників у збереженні їхніх транспортних засобів.

Отже, залежно від розміру та спеціалізації автосервісного підприємства, підприємство може надавати різноманітні та додаткові послуги, такі як автомийка, полірування кузова, реставрація інтер'єру, обслуговування та ремонт електроніки, а також продаж автозапчастин та аксесуарів. Також слід враховувати, що автосервісні підприємства можуть спеціалізуватися на обслуговуванні певних марок та моделей автомобілів.

Таким чином, у першому розділі проаналізовано нормативні-правові документи, котрі стосуються проблематики дослідження. Зокрема, Закони України, Постанови та Положення Кабінету Міністрів та локальні документи, які створюють нормативно-правову основу формування діяльності документно-інформаційного забезпечення малого бізнесу у сфері автосервісу.

Серед ключових джерел, які були враховані в ході дослідження, можна виділити наступні:

1) законодавчі та нормативно-правові акти, такі як Закон України «Про підприємництво», «Про захист прав споживачів», «Про автомобільний транспорт» та інші, надають правовий каркас для діяльності автосервісів та вимоги до їх інформаційного забезпечення;

2) Рішення Кабінету Міністрів України, місцеві регулюючі акти містять конкретні вимоги до документно-інформаційного забезпечення малих бізнесів у галузі автосервісу;

3) наукові публікації: роботи вчених та дослідників, які досліджують розвиток малого бізнесу у сфері автосервісу, допомагають розуміти тенденції, проблеми та можливості цієї галузі;

4) інформаційні технології: вивчення використання сучасних інформаційних технологій у підприємствах автосервісу дозволяє розглядати нові можливості та підходи до документно-інформаційного забезпечення;

5) аналіз цих джерел дозволив визначити ключові аспекти документно-інформаційного забезпечення малого бізнесу у сфері автосервісу.

## РОЗДІЛ 2

### КЕРУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ДОКУМЕНТАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ У СФЕРІ В АВТОСЕРВІСУ

#### 2.1. Нормативно-правові засади керування інформаційно документальними процесами у сфері малого бізнесу

В наш час є велика важливість документів у функціонуванні малого бізнесу та будь-якого підприємства, організації або установи. Документи не тільки відображають діяльність організації, але також використовуються у процесі прийняття рішень. Зрозуміло, що у сучасному світі з'являється все більше нових форм службових документів, йде оновлення їх видового складу, тому діловодство та інформаційно-документальне забезпечення стають особливо актуальними [102, с. 3–4].

Документальне забезпечення організації виступає як основна складова управління. Головна мета – забезпечити швидку та ефективну роботу організації. Для цього використовуються системи документації та документування, що дозволяє організувати та контролювати хід виконання управлінських рішень.

Усвідомлення значення документів та правильне їх оформлення, а також впровадження прогресивних технологій у інформаційно-документальне забезпечення допоможуть підприємствам, установам та організаціям забезпечити ефективність своєї роботи і реалізувати специфічні завдання. Всі ці процеси забезпечують управлінський процес, який сприятиме ефективній роботі та прийняттю рішень [102, с. 4–5].

Перша група законодавчих та нормативно-правових актів має на меті встановлення загальних принципів та правил, які регулюють створення, обробку, зберігання та використання документів на підприємстві. Сприяє

організації документообігу та забезпеченню архівного контролю, а також сприяє переходу до використання електронної документації. Ця група актів важлива для забезпечення порядку та ефективності ділових процесів у підприємстві.

Друга група нормативних актів у сфері діловодства, які є обов'язковими для малого бізнесу автосервіса, включає в себе широкий спектр правил, стандартів, які визначають порядок функціонування цих підприємств та забезпечують їхню діяльність в рамках закону та вимог до безпеки. Ці нормативні акти спрямовані на регулювання різних аспектів діловодства та послуг, наданих автосервісом.

Третя група нормативної бази стосується регулювання діяльності малого бізнесу в автосервісній галузі та включає різноманітні закони, накази та інші правові акти. Ця група нормативних актів охоплює широкий спектр аспектів, пов'язаних з технічним обслуговуванням, ремонтом автомобілів, використанням запасних частин та функціонуванням автосервісних підприємств. Такі правові акти визначають правила та стандарти, які мають дотримуватися автосервісами, забезпечуючи безпеку та якість послуг, а також захищаючи права споживачів та інтереси підприємців у цій галузі. Ця група нормативної бази є важливою для створення стійких та конкурентоспроможних умов для розвитку малого бізнесу в автосервісному секторі та забезпечення дотримання норм та стандартів у цій галузі.

Нормативні-правові акти, які стосуються документознавчих проблем:

В Законі України «Про Національний архівний фонд та архівні установи» передбачалась необхідність впровадження чітких правових засад для організації діловодства в державі. Головною метою цього було встановлення єдиної нормативної бази для створення та обробки управлінської документації і роботи з офіційними документами, незалежно від того, чи вони зафіксовані на папері, кіно-, відео- та фотоплівці, електронних носіях чи інших матеріалах. Закон

також передбачав встановлення відповідальності за порушення чинного законодавства з метою запобігання втраті та незаконному знищенню службових документів в підприємствах, установах і організаціях незалежно від їх форми власності та організаційно-правових форм. Крім того, проєкт закону регулював питання використання української та інших мов у справочинстві. Основна мета цього законопроєкту полягала в створенні структурованої системи для збереження, організації та забезпечення доступу до важливої державної документації з метою збереження історичної спадщини та забезпечення прозорості та дотримання правопорядку в цьому процесі.

Розділ I «Загальні положення» цього закону визначає основні терміни та поняття, які використовуються в тексті закону, і формулює основні завдання закону. Цей розділ важливий для створення юридичної бази, яка регулює обов'язковий примірник документів та його систему. Основні терміни та поняття, які визначаються в статті 1, включають «обов'язковий примірник документів», «система обов'язкового примірника документів», «документ», «тиражований документ», «патентні документи», «виробник документів», «одержувач обов'язкового примірника документів», та «національний інформаційний фонд України».

Закон також регулює інформаційні відносини, пов'язані із функціонуванням системи обов'язкового примірника документів, що включає в себе порядок доставляння, зберігання та використання цих примірників. Нарешті, закон встановлює обов'язки і права виробників документів та одержувачів документів, щоб забезпечити ефективне функціонування системи обов'язкового примірника документів в Україні. Весь цей розділ допомагає створити правовий каркас для забезпечення доступу до інформації та збереження важливих документів для суспільства і держави.

Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» (2003 р.) був прийнятий з метою регулювання використання

електронних документів та встановлення норм та принципів електронного документообігу. Цей закон встановлює правові засади для здійснення електронного документообігу, включаючи використання електронних підписів та електронних архівів. Згідно з цим законом, електронний документ має таку ж юридичну силу, як і його паперовий аналог [12]. Закон спрямований на забезпечення використання електронних документів у правовому контексті та підтримку автентичності через використання електронного підпису. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» визначає стандарти та вимоги до електронного підпису, регулює процедури його використання та встановлює правовий статус електронних підписів. Закон також встановлює норми для проведення електронного документообігу, включаючи створення, передачу, приймання, зберігання та обробку електронних документів. Досягнення конфіденційності, цілісності та доступності інформації в електронному документообігу також включено у ці норми. В Законі узгоджені вимоги до створення та зберігання електронних архівів. Також регламентує процедури зберігання, пошуку, доступу та видачі електронних документів з електронних архівів. Закон встановлює правила взаємодії між суб'єктами електронного документообігу та органами влади, включаючи засвідчення документів, забезпечення автентичності та перевірку юридичної сили електронних документів.

Наказ Міністерства юстиції України № 1000/5 «Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях» [29], містить важливі вимоги та стандарти стосовно створення та оформлення управлінських документів. Він наголошує на наступних ключових аспектах:

- 1) відповідність правовому статусу установи: документ підкреслює



важливість того, щоб управлінські документи відображали правовий статус конкретної установи. Означає, що документи повинні відповідати повноваженням та функціям установи відповідно до законодавства та її статуту;

2) наказ наголошує, що право на створення та затвердження документів визначається актами законодавства, статутами установи, положеннями про структурні підрозділи та посадовими інструкціями. Визначає процедури та ієрархію прийняття та затвердження управлінських рішень;

3) документ визначає, що управлінські документи мають відповідати уніфікованим формам, які встановлені національними стандартами та нормативно-правовими актами. Сприяє стандартизації і послідовності в структурі документів;

4) компетенція та види розпорядчих документів: документ зазначає, що право на видання певного виду розпорядчого документа визначається у статуті установи та залежить від її правового статусу. Також вказує на можливість прийняття рішень як на підставі єдиноначальності, так і на колегіальних засіданнях;

5) наказ наголошує на важливості використання спеціальних бланків та реквізитів, які відповідають вимогам Типової інструкції з діловодства. Вказується, що розміщення реквізитів на бланках повинно відповідати встановленим стандартам [32].

Загалом, Наказ Міністерства юстиції України № 1000/5 створює правову основу для організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, підприємствах, установах і організаціях з врахуванням стандартів і правил, що забезпечують ефективну та правомірну роботу цих установ [29].

При роботі з документами в автосервісі використовуються положення ДСТУ 4163:2020 «Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Цей стандарт встановлює вимоги до організації та ведення

документації в усіх сферах діяльності. Зокрема, в ДСТУ визначено склад реквізитів документів; вимоги до змісту та місця розташування реквізитів у документах; вимоги до бланків та оформлення документів; вимоги до виготовлення документів. Стандарт ДСТУ 4163:2020 замінив ДСТУ 4163:2003. Новий стандарт врахував зміни, які відбулися в системі документування діяльності організації та її структуруванні. Визначає основні принципи організації документів, зокрема, класифікацію, систематизацію та нумерацію документів. Стандарт також визначає вимоги до оформлення та зберігання документів, забезпечуючи їх доступність та збереження належним чином.

Одним з ключових аспектів ДСТУ 4163:2020 є встановлення вимог до структури документів, включаючи заголовки, реквізити та зміст. Надає рекомендації щодо оформлення заголовків документів, включаючи зазначення назви документа, дати, номеру та розміщення реквізитів. Це сприяє єдності та стандартизації оформлення документів, спрощує їх пошук та розуміння. ДСТУ 4163:2020 також встановлює вимоги до зберігання та знищення документів. Надає рекомендації щодо створення архівного обліку, ведення реєстрів документів, а також забезпечує встановлення строків зберігання документів відповідно до їх важливості та законодавчих вимог [25].

Загалом, ДСТУ 4163:2020 є важливим інструментом для організацій будь-якої сфери діяльності, який сприяє стандартизації та ефективному веденню документації. Допомогає покращити організацію та доступність документів, забезпечує їх збереження та зручний пошук, а також відповідає вимогам законодавства щодо зберігання та знищення документів [25].

«Класифікатор управлінської документації» НК 010:2023 (далі – КУД) є інструментом, розробленим для уточнення кодів позначення видів управлінських документів у метаданих електронних документів. Використовується для систематизації та уніфікації управлінської документації, зокрема уніфікованих форм документів (УФД), які затверджуються

центральними органами виконавчої влади або іншими державними органами. Головними об'єктами класифікації в КУД є УФД, які належать до сфери управління центральних органів виконавчої влади або інших державних органів. КУД містить класи та види управлінських документів, які є загальними для більшості юридичних осіб, незалежно від їх організаційно-правової форми та форми власності

КУД містить такі класи УСД з їх кодovими позначеннями:

- 1) організаційно-розпорядча документація (код 01);
- 2) первинно-облікова документація (код 02);
- 3) банківська документація (код 03);
- 4) фінансова документація (код 04);
- 5) документація із праці, соціальних питань і соціального захисту населення (код 05);
- 6) бухгалтерсько-облікова документація (код 06);
- 7) документація з Пенсійного фонду (код 07) [31].

Основна мета КУД полягає у встановленні класифікаційної схеми для управлінської документації, спрощенні процесу створення документів та фіксації інформації в уніфікованих формах, таких як бланки. Важливою перевагою використання КУД є можливість стандартизації та узгодженості управлінської документації, що сприяє ефективному обміну та зберіганню документів. КУД допомагає забезпечити однозначність ідентифікації та розподілу документів, а також сприяє покращенню системи управління документацією [31].

У малому бізнесі можуть бути різні класи управлінської документації. З огляду на надані класи які були зазначені вище та їх кодovі позначення, ось які класи і коди можуть бути відповідними для малого бізнесу автосервісу:

1) організаційно-розпорядча документація (код 01): цей клас включає в себе статут компанії, рішення засновників, положення про структуру підприємства, розпорядчі документи внутрішнього призначення;

2) первинно-облікова документація (код 02): сюди входять документи, що стосуються обліку автозапчастин, замовлень від клієнтів, акти прийому-передачі автомобілів для ремонту;

3) фінансова документація (код 04): в цей клас входить рахунки, розрахунки з постачальниками та клієнтами, фінансові звіти та інші фінансові документи;

4) бухгалтерсько-облікова документація (код 06): цей клас включає в себе бухгалтерську звітність, бухгалтерські журнали, податкові декларації, тощо;

5) уніфікована система документації з пенсійного забезпечення грає важливу роль в автосервісі, забезпечуючи облік і підтримку трудових стосунків працівників (код 07): серед цих документів, гарантійний лист про перерахування коштів на рахунок органів Пенсійного фонду України відображає фінансовий аспект сплати пенсійних внесків. Довідки про заробітну плату та трудовий стаж необхідні для розрахунку пенсійних виплат. Ці документи підтверджують робочий стаж і доходи працівників. Заява про реєстрацію юридичної особи у системі надання послуг в електронній формі визначає статус страхувальника та його обов'язки перед Пенсійним фондом. Уніфікована система документації забезпечує відповідність законодавчим вимогам та забезпечує правильне пенсійне забезпечення працівників автосервісу, забезпечуючи їхню соціальну підтримку та законність управління персоналом.

Зазвичай, малі автосервіси використовують класи документації для внутрішнього управління та ведення бізнесу. Звісно, конкретна документація може відрізнитися в залежності від специфіки автосервісу та його потреб

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» відіграє важливу роль в діяльності будь-якого підприємства, включаючи автосервіси. Цей закон регулює бухгалтерський облік та фінансову звітність підприємств в Україні і встановлює стандарти і правила, які повинні дотримуватися при веденні бухгалтерського обліку та складанні фінансових звітів [9].

У частині 2 статті 9 Закону «Про бухгалтерський та фінансову звітність в Україні» [9], зазначено, що у внутрішньоукраїнських рахунках-фактурах, які використовуються для оформлення первинних документів у бухгалтерському обліку, існують певні обов'язкові реквізити. Окрім вже зазначених реквізитів, які включають у себе номер документу та дату його складання, також необхідно вказувати:

1) назва документу: даному випадку, це може бути «рахунок», «рахунок-фактура», або інші відповідні терміни, які чітко ідентифікують цей документ як рахунок-фактуру;

2) дата складання: вказання точної дати складання рахунку-фактури є обов'язковим і важливим для правильного обліку фінансових операцій та визначення строків оплати;

3) назва підприємства, від імені якого складений документ: ця інформація включає ім'я або найменування підприємства, яке виставляє рахунок-фактуру. Це робить документ ідентифікованим та вказує на власника чи постачальника послуг або товарів;

4) підписи та посади осіб, які відповідальні за оформлення: усі рахунки-фактури повинні мати підписи осіб, які відповідають за їх складання, а також вказані посади цих осіб. Забезпечує легальну валідність документу та вказує на осіб, які несуть відповідальність за його зміст.

Загалом, ці обов'язкові реквізити допомагають забезпечити ясність і достовірність рахунків-фактур, а також дотримання нормативних вимог щодо бухгалтерського обліку і фінансової звітності в Україні.

Нормативні-правові акти, які стосуються проблем підприємницької діяльності:

Один із ключових нормативних документів, який використовується у своїй діяльності підприємство у сфері автосервісу, є Закон України «Про підприємництво» (1991 р.). Встановлює загальні принципи підприємницької діяльності, включаючи засади документування та обліку діяльності підприємств [2].

Стаття 3 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» визначає мету та принципи державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні. Мета державної політики полягає у кількох основних завданнях: створенні сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва, підвищенні конкурентоспроможності суб'єктів малого і середнього бізнесу, стимулюванні інвестиційної та інноваційної активності, підтримці просування продукції і послуг на ринки, а також забезпеченні зайнятості населення через підтримку підприємницької ініціативи громадян.

У свою чергу, принципи державної політики в цій сфері включають в себе декілька важливих аспектів. Передбачають ефективну підтримку малого і середнього бізнесу, доступність державної підтримки для суб'єктів цих категорій, участь представників цього сектору і громадських організацій у формуванні та реалізації державної політики, створення рівних можливостей для участі у програмах розвитку малого і середнього бізнесу, ефективне використання бюджетних коштів, відкритість і прозорість процедур надання державної підтримки та доступність інфраструктури підтримки для всіх суб'єктів цього сектору. Стаття закону визначає ключові принципи та цілі, які визнаються важливими для розвитку малого і середнього підприємництва в Україні, і вказує на зобов'язання держави в цій галузі.

Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» (2012 р.) надає значний стимул для росту малого бізнесу в країні. Створює сприятливе законодавче середовище, забезпечує фінансову підтримку, спонукає до інновацій та надає необхідні ресурси для успішної підприємницької діяльності [10].

Стаття 1 Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» визначає основне поняття – дозвільну систему. Дозвільна система охоплює усі законодавчо урегульовані відносини, які виникають між дозвільними органами, адміністраторами системи та суб'єктами господарювання у процесі видачі, переоформлення та анулювання документів дозвільного характеру. Ця стаття закріплює ключовий аспект дозвільної системи, а саме її функціонування як сукупності відносин та процедур, які регулюють процес отримання необхідних дозволів та документів для здійснення господарської діяльності. Такий підхід визначає основу для подальшого регулювання та розвитку дозвільної системи, забезпечуючи її прозорість і легкість взаємодії між різними сторонами [13].

Згідно з Законом України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» (2005 р.) у ст. 1 зазначені основні терміни дозвільної системи, такі як:

1) дозвільна система у сфері господарської діяльності – це система законодавчо регульованих відносин між дозвільними органами (органи, що надають дозволи), адміністраторами (особи, відповідальні за адміністрування цієї системи) та суб'єктами господарювання (підприємства та підприємці), які стосуються видавання документів дозвільного характеру, їх переоформлення та анулювання.

2) дозвільні органи – це органи та посадові особи, які мають право законодавчо видавати документи дозвільного характеру суб'єктам господарювання.

3) документ дозвільного характеру – це конкретний вид документа, такий як дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво тощо, який надає суб'єкту господарювання право на виконання певних дій в господарській сфері. Цей документ може бути в паперовій або електронній формі і є обов'язковим для суб'єкта господарювання, щоб займатися певним видом господарської діяльності чи виконувати певні дії в господарській сфері [13].

Документ дозвільного характеру в автосервісі є необхідним для законного проведення різних аспектів господарської діяльності в цій галузі. Надає суб'єктам автосервісу право виконувати певні дії та послуги.

Стаття 3 Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [17] встановлює основні принципи, на яких ґрунтується державна політика щодо ліцензування в Україні. Перший принцип – «принцип єдиної державної системи ліцензування» вказує на необхідність встановлення єдиного переліку видів господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню, та мінімізацію документів, необхідних для отримання ліцензії. Принцип спрямований на спрощення процедур та зниження бюрократії в процесі ліцензування. Другий принцип – «принцип територіальності» – визначає, що ліцензія, видана органом ліцензування, діє на його адміністративній території. Означає, що ліцензія, видана одним органом, може не розповсюджуватися на всю країну, а лише на конкретну територію, на якій цей орган діє. Третій принцип – «принцип дотримання законності» – наголошує на тому, що ліцензування повинно бути виключно засобом державного регулювання, передбаченим законом, і обмежуватися визначеними нормативними актами. До ліцензування підлягають лише види господарської діяльності, які можуть становити загрозу різним аспектам життя і безпеки держави. Четвертий принцип – «принцип пріоритетності захисту прав, законних інтересів» – закликає враховувати і захищати права і інтереси громадян, життя, здоров'я людини, природне середовище та безпеку держави, які можуть бути порушені



внаслідок певних видів господарської діяльності. Ліцензування застосовується тільки тоді, коли інші засоби регулювання є недостатніми для досягнення вищевказаних цілей. Таким чином, ця стаття визначає важливі принципи, які спрямовані на забезпечення ефективного ліцензування підприємства відповідно до закону та на захист різних інтересів у сфері господарської діяльності [17].

Нормативні-правові акти, які стосуються інформаційних проблем:

В роботі автосервісу часто використовується «документи та інформація» і тому дуже важливо знати, як захищати цю інформацію згідно з Закону України «Про інформацію» (1992 р.) у статті 1 було зазначено, що документ – це передбачена законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання і поширення інформації шляхом фіксації на папері, кіно-, відео-, фотоплівці або на іншому носіїві [4].

У статті 1 Закону України «Про інформацію» також були ще зазначені терміни про інформацію та захист інформації. Інформація охоплює будь-які дані або відомості, незалежно від того, чи зберігаються вони на паперових носіях або у цифровій формі. Можуть бути текстові документи, зображення, відео, аудіофайли, дані баз даних, тощо. Захист інформації стає особливо важливим у цифрову епоху, коли обробка, передача та збереження інформації стали надзвичайно швидкими та доступними завдяки комп'ютерним технологіям. Захист інформації – це комплекс заходів та політик, спрямованих на забезпечення безпеки і надійності інформації. Процес включає в себе правові аспекти, адміністративні рішення, організаційні політики, технічні заходи та інші методи, які мають на меті зберегти інформацію від несанкціонованого доступу, зберегти її цілісність та забезпечити належний порядок доступу до неї.

Отже, основна мета захисту інформації – це запобігти несанкціонованому доступу до неї, втраті чи пошкодженню інформації, а також забезпечити конфіденційність та цілісність даних. Для досягнення цих цілей використовуються різноманітні стратегії та технології, включаючи шифрування,

аутентифікацію користувачів, резервне копіювання даних, фізичні засоби захисту (наприклад, біометричні системи), політики доступу та інші заходи. Загалом, захист інформації є важливим аспектом сучасного життя, оскільки вірогідність загрози для інформації постійно зростає, і заходи щодо її захисту стають необхідними для забезпечення безпеки як особистої, так і корпоративної інформації.

Стаття 2 Закону України «Про рекламу» [7] регулює сферу застосування цього закону і визначає, які відносини становлять предмет його дії. Закон визначає рекламу для цілей цього закону як рекламу, що розповсюджується та споживається на території України. Означає, що положення Закону про рекламу стосуються рекламних матеріалів та дій, які впливають на українських споживачів або діють на території України. Також вказані додаткові ознаки, які допомагають визначити її як рекламу, призначену для українських споживачів. Зокрема, це включає наявність доступу до реклами з України, пропозицію рекламованих товарів особам, які перебувають на території України, використання державної мови в рекламі, наявність місцезнаходження продавця рекламованого товару або рекламодавця в Україні, доступність послуг доставки товарів в Україну та інші ознаки, які вказані у законодавстві.

Отже, стаття 2 Закону про рекламу чітко визначає, які види реклами підпадають під дію цього закону та які обставини роблять рекламу об'єктом регулювання. Спрямовано на забезпечення контролю та регулювання рекламних дій та матеріалів на території України з метою захисту споживачів та дотримання стандартів реклами [7].

В роботі були використані нормативні-правові документи, якими автосервіс керується в процесі діяльності, зокрема:

Закон України «Про автомобільний транспорт» (ст. 16, 22, 25–27), [11], в якому встановлені технічні вимоги щодо ремонту і техобслуговування, ті чи інші особливості договору щодо техобслуговування та ремонту, певні

обов'язки, а також відповідальність виконавця послуг автосервісу та права замовника послуг автосервіса.

Наказ Міністерства інфраструктури України №615 «Про Правила надання послуг з технічного обслуговування і ремонту колісних транспортних засобів» [30], які серед іншого регламентують взаємовідносини між замовниками та виконавцями послуг автосервіса, встановлюють порядок документування, оплати, права й обов'язки сторін тощо.

Положення Міністерства транспорту України №102 «Про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту» [28], що містить поняття технічного обслуговування, ремонту тощо. Додатково, існують інші нормативно-правові акти та закони, що також визначають правила та умови функціонування автосервісу в Україні.

Статті 16, 22, 25–27 Закону України «Про автомобільний транспорт» регулюють різні аспекти діяльності автосервісу, зокрема [11]:

1) стаття 16: визначає основні поняття, що використовуються у Законі, зокрема поняття «трудові відносини персоналу автомобільного транспорту»;

2) стаття 22: встановлює вимоги до якості технічного обслуговування і ремонту автотранспортних засобів, включаючи вимоги до матеріалів, обладнання та кваліфікації персоналу автосервісу;

3) статті 25–27: регулюють умови укладання договору про технічне обслуговування і ремонт автотранспортних засобів, відповідальність за якість наданих послуг, обов'язки та права виконавця послуг та замовника послуг;

4) Закон України «Про технічний регламент та оцінку відповідності»: встановлює вимоги до технічного обладнання, матеріалів та процедур, які використовуються при технічному обслуговуванні та ремонті автотранспортних засобів [18]. Будь-які інші нормативно-правові акти, котрі власне можуть стосуватися безпеки дорожнього руху, екологічних норм, стандартів безпеки та інших аспектів, пов'язаних з автосервісом.

Вищевказані закони та нормативні акти створюють правовий каркас для діяльності автосервісу, визначаючи права та обов'язки учасників процесу, вимоги до якості послуг, технічних стандартів та безпеки. Відповідальність за порушення нормативів та стандартів створює стимули для автосервісів дотримуватися вимог до якості обслуговування та безпеки. Підтримуючи ці норми і принципи, автосервіси мають можливість підвищити рівень довіри споживачів, зберегти добре ім'я та репутацію на ринку. Також сприяє виключенню некваліфікованих дій та забезпечує забезпечення високої якості технічних послуг, яка, у свою чергу, позитивно впливає на безпеку дорожнього руху та загальний стан автотранспортних засобів.

Важливо зазначити, що виконавець не має права нав'язувати замовнику додаткові платні послуги, які не були передбачені у договорі. Замовник має право вимагати виконання лише тих робіт, які були попередньо узгоджені. Ці елементи договору про технічне обслуговування і ремонт транспортного засобу є важливими для забезпечення чіткості, взаєморозуміння та визначення відповідальності між сторонами [11].

Доцільно зазначити про те, що нормативно-правові засади керування інформаційно-документаційними процесами у галузі автосервісу включають ряд законів, постанов, положень та стандартів, які регулюють збір, обробку, зберігання та передачу інформації та документів у цій галузі. Дотримання цих нормативно-правових актів має на меті забезпечити високу якість обслуговування, дотримання стандартів безпеки, захист прав споживачів та ефективне управління діяльністю автосервісних підприємств. Забезпечення відповідності нормативно-правовим вимогам у сфері документно-інформаційного забезпечення є ключовим для ефективної діяльності автосервісних підприємств, забезпечення безпеки дорожнього руху та задоволення потреб споживачів.

Нормативні-правові акти, які пов'язані з правами громадян, які використовують послуги автосервіса:

Щодо діяльності автосервісів, нормативно-правовий акт «Про звернення громадян» (1996 р.) [6] набуває особливої ваги. Закон регулює процедуру відновлення прав та захисту законних інтересів громадян в разі порушення їхніх прав підприємствами, установами чи організаціями. Це надає громадянам можливість взаємодіяти з підприємствами та установами в межах законодавчо встановленої процедури. Зокрема, закон визначає доступні способи звернень, включаючи електронну пошту, онлайн-форми, поштову адресу та особистий прийом. Важливою частиною цього акту є процедура розгляду скарг громадян на неприйнятні рішення або незадовільне обслуговування. Закон також визначає обов'язки установ щодо обробки звернень, забезпечення конфіденційності особистих даних громадян та передачі звернень між органами [6].

Закон України «Про захист прав споживачів», який не набрав чинності, але був проголосований Верховною Радою України був спрямований не лише на захист прав споживачів, а й на обов'язки підприємців щодо надання чесної та прозорої інформації про товар і послуги (ст. 15) [3]. Стосується і підприємств, які здійснюють виробничу діяльність у сфері автосервісу. Закон «Про автомобільний транспорт» встановлює вимоги до якості обслуговування, технічного обслуговування та ремонту автотранспортних засобів. Дотримання цих вимог сприяє забезпеченню безпеки дорожнього руху та високої якості надання послуг споживачам. Постійний розвиток технологій вимагає впровадження сучасних інформаційних систем у діяльність автосервісних підприємств. Вимоги до цифрової обробки і зберігання даних також знаходять своє відображення в нормативно-правових актах. Закон України «Про захист прав споживачів»: регулює права та обов'язки споживачів послуг автосервісу, включаючи вимоги до якості послуг та захист прав споживачів [3].

Окремо було виділено проблему та проаналізовано «Кодекси України», які стосуються діяльності підприємства:

Кодекс законів про працю України [21]:

- 1) регулює трудові відносини між працівниками та роботодавцями. Включає в себе правила про умови праці, оплату праці, відпустки, права та обов'язки працівників та роботодавців;
- 2) має значуще вплив на створення та обробку кадрових документів, оскільки визначає правові стандарти у сфері праці;
- 3) стаття 48 – визначає зміст трудового договору, який є одним з основних кадрових документів;
- 4) стаття 60 – визначає порядок прийняття працівника на роботу, який також передбачає оформлення кадрових документів;
- 5) стаття 61 – визначає порядок оформлення трудової книжки, яка є одним з найважливіших кадрових документів;
- 6) стаття 107 – визначає порядок надання щорічної відпустки, який також передбачає оформлення кадрових документів;
- 7) стаття 116 – визначає порядок звільнення працівника з роботи, який також передбачає оформлення кадрових документів.

Господарський Кодекс України [23]:

- 1) регулює господарську діяльність, включаючи фінансові та господарські аспекти. Визначає правила стосовно укладання угод, ведення бухгалтерського обліку та фінансової звітності;
- 2) важливий для підприємств, оскільки впливає на фінансові та господарські аспекти управління персоналом та бізнесом загалом.

Цивільний Кодекс України [24]:

- 1) кодекс визначає правила та принципи цивільних відносин у суспільстві. Включає в себе правила про угоди, власність, права та обов'язки громадян та юридичних осіб;

2) важливий при укладанні трудових угод та інших документів, пов'язаних з кадровими питаннями.

3) стаття 88 – визначає, що статут є внутрішнім документом юридичної особи, який визначає її правовий статус, порядок її створення, діяльності та припинення [24];

4) стаття 89 – визначає, що статут юридичної особи повинен містити такі відомості: найменування юридичної особи; місцезнаходження юридичної особи; предмет і цілі діяльності юридичної особи; порядок управління юридичною особою; порядок формування майна юридичної особи; умови реорганізації та припинення діяльності юридичної особи [24].

Кримінальний Кодекс України [22]:

1) визначає кримінальні злочини та відповідальність за них. Включає в себе правила щодо злочинів проти особистості, майна та інших правових норм;

2) хоча цей кодекс не безпосередньо пов'язаний з кадровими документами, важливий для забезпечення законності та безпеки на робочому місці.

Цілісний аналіз ролі зазначених кодексів у контексті діяльності автосервісу в Україні, є важливим правовим каркасом для управління персоналом та діловими відносинами на підприємстві. Перш за все, Кодекс законів про працю України (КЗпПУ) визначає умови праці працівників автосервісу, встановлюючи норми стосовно робочого часу, оплати праці, відпусток та інших аспектів трудових відносин. Це важливо для забезпечення справедливих та відповідних умов праці на підприємстві. Господарський Кодекс України, регулює угоди з постачальниками та клієнтами, що мають суттєве значення для фінансового стану автосервісу. Цивільний Кодекс визначає правила укладання та виконання угод з клієнтами щодо обслуговування автомобілів та ремонту, встановлюючи права та обов'язки сторін, а Кримінальний Кодекс регулює питання безпеки та відповідальності за

можливі порушення на підприємстві. Такий комплексний правовий підхід демонструє, що автосервіс повинен суворо дотримуватися відповідних норм і стандартів, щоб забезпечити законність та безпеку своєї діяльності та управління персоналом, що в свою чергу сприяє успішному функціонуванню підприємства в умовах сучасного законодавства.

Отже, документи мають велике значення для ефективного функціонування малого бізнесу та підприємств усіх сфер. Документи не лише відображають діяльність організації, але й є основою для прийняття рішень. У сучасному світі, де постійно з'являються нові форми документів і традиційні форми оновлюються, документно-інформаційне забезпечення управління стають особливо актуальними. Також важливо враховувати нормативні акти, які регулюють документообіг і специфічні аспекти сфери діяльності, наприклад, автосервісного бізнесу. Ці нормативні акти визначають вимоги до структури, оформлення, зберігання та використання документів. Включають в себе нормативно-технічну документацію, правила та положення, а також внутрішні документи підприємства.

Нормативно-правові засади керування інформаційно-документаційними процесами в автосервісній галузі є важливими для забезпечення якості послуг, та взаєморозуміння між сторонами. Визначають вимоги до документування, обліку, зберігання та обробки інформації, а також встановлюють правила доступу до документів та відповідальність за їх використання та збереження. Законодавчі та нормативно-правові акти встановлюють основні принципи та правила, які стосуються управління документообігом та інформаційними потоками, і важливі для успішної та стабільної діяльності автосервісів. Розуміння і дотримання цих нормативно-правових актів сприяє підвищенню якості обслуговування, забезпеченню безпеки на дорозі та задоволенню потреб споживачів.



## **2.2. Характеристика діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» та організація безпеки працівників і користувачів в умовах особливого стану**

Підприємництво краще відображає сутність, цілі та функції самого поняття «підприємництво», ніж термін «мале підприємництво». Відзначається, що «мале підприємництво» може бути більш обмеженим і спеціалізованим, тоді як «підприємництво» є більш загальним і універсальним терміном. Також зазначається, що в світовій практиці існують різні критерії для класифікації підприємництва як «малого підприємництва». Ці критерії можуть включати чисельність персоналу, розмір статутного капіталу та фінансові показники діяльності. Це вказує на те, що визначення «малого підприємництва» може різнитися в залежності від контексту та регіону. Узагальнюючи, текст підкреслює важливість термін «підприємництво» і вказує на різноманітність підходів до класифікації підприємств за розмірами та іншими параметрами [57, с. 1–3].

Отже, підприємництво – це процес створення, управління та розвитку бізнесу з метою отримання прибутку. Включає в себе ризики, інновації, організаційні навички та уміння використовувати різні ресурси для досягнення успіху на ринку. А мале підприємництво – це форма підприємницької діяльності, яка характеризується малою масштабністю та обсягами виробництва, невеликим числом співробітників і обмеженими фінансовими ресурсами. Ця категорія бізнесу включає в себе дрібні фірми, сімейні підприємства, стартапи та інші малі підприємства.

Малі підприємства зазвичай підтримують тісний контакт з клієнтами, що дозволяє їм швидко адаптуватися до потреб клієнтів і забезпечувати продукцію, яку споживачі віддають перевагу. Малі підприємства, змушені конкурувати з великими фірмами, зазвичай є більш гнучкими і здатними швидко адаптуватися до змін на ринку. Постійно шукають нові способи зниження витрат. Дрібні

підприємства, у яких немає великої внутрішньої бюрократії, можуть підтримувати низькі накладні витрати. Малі підприємства часто зосереджуються на знаходженні нових ніш на ринку, що дозволяє їм розвиватися та отримувати прибуток. Малі підприємства змушені постійно адаптуватися до змін у технологіях та покупців, що сприяє їхній інноваційній активності. Малі підприємства можуть утворювати об'єднання для спільного розвитку, що допомагає їм конкурувати з великими гравцями на ринку. Зазначимо, що недоліками малого бізнесу є обмежений стартовий капітал та складність отримання банківського кредиту оскільки комерційні банки не завжди співпрацюють з малими підприємствами [57, с. 1–3].

Отже, мале підприємництво є однією з форм підприємництва, відрізняючись за своїми обмеженими масштабами, чисельністю персоналу і фінансовими ресурсами, а також своєю спроможністю до швидкого адаптування до змін і використання інноваційного потенціалу.

Повна офіційна назва цього підприємства – ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Назва підприємства походить від давньоанглійського імені Osweald: «божество, ас» + weald, wald «влада; володар, що володіє». Підприємство було засноване 5 жовтня 1993 року і зараз володіє значним досвідом у галузі своєї діяльності. Юридична адреса ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» знаходиться за адресою: вул. Російська 42/15. Основним нормативно-правовим актом, що регулює функціонування цього товариства з обмеженою відповідальністю в Україні, є Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» № 2275-VIII від 6 лютого 2018 року [13]. Цей закон встановлює правила та умови діяльності підприємства в рамках цієї юридичної форми. Засновником ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» є фізична особа, громадянка України на ім'я «Кожушко Оксана Володимирівна». Це є характерним аспектом для даного підприємства, оскільки у відповідності до законодавства України, Товариство з обмеженою відповідальністю може бути засновано однією або декількома

особами. На підприємстві в даний час працює 10 осіб. Структура автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»:

1) власник підприємства зазвичай має керівну роль в компанії і приймає стратегічні рішення. Власник може також виступати в якості менеджера, особливо в невеликих автосервісах;

2) технічний персонал: це включає механіків, автомайстрів, автослюсарів та інших технічних фахівців, які проводять обслуговування та ремонт автомобілів;

3) приймальний персонал: ці співробітники зазвичай вітають клієнтів, обговорюють їхні проблеми з автомобілем та реєструють їх для обслуговування;

4) персонал по закупівлі та управління запасами: вони відповідають за закупівлю автозапчастин, інвентаря та інструментів, а також за управління запасами;

5) маркетинг і продаж: це включає маркетингових фахівців, які просувають автосервіс та привертають нових клієнтів, а також менеджера по продажам;

6) фінансовий персонал: ці особи відповідають за фінансову звітність, рахунки, податки та інші фінансові аспекти компанії;

7) обслуговуючий персонал: це прибиральники та технічні працівники, які доглядають за приміщеннями та обладнанням;

Обов'язки кожного співробітника визначаються його посадою та фаховими навичками. Головним завданням автосервісу є надання послуг з обслуговування автомобілів та продажу запчастин.

ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» отримує необхідні ліцензії для здійснення діяльності. Це підприємство виконує різноманітні види діяльності, пов'язані з автомобілями, такі як продаж запасних частин, ремонт, тюнінг, підготовка до продажу та інші послуги. Доцільно зазначити про те, що документно-інформаційні процеси відіграють важливу роль у досягненні цих цілей,

забезпечуючи збір, обробку, передачу та зберігання інформації. Однією з компаній, яка ретельно використовує ці процеси для досягнення високої ефективності, є ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». У цьому контексті, розгляд ролі документно-інформаційних процесів в підвищенні ефективності діяльності даного підприємства стає актуальним завданням.

Представлені види робіт виконується з урахуванням всіх технічних вимог та умов, з безпосереднім використанням сучасного технологічного обладнання провідних фірм. Окрім того можливе надання додаткових послуг: встановлення навігаційних систем, додаткового обладнання, регулювання фар та інше.

При проектуванні автосервісу важливим моментом є оцінка ринку збуту послуг. Як свідчить досвід товариства, переоцінка ринку збуту призводить до неминучого руйнування компанії. Товариство має хороше та зручне місце розташування, де кількість компаній конкурентів зведено до мінімуму.

Приватні власники легкових автомобілів є потенційними клієнтами. Вибір оптимального місця для розташування станції має велике значення, оскільки він може впливати на доступність для клієнтів, потенційний обсяг попиту та конкурентні переваги підприємства. Проблематика вибору оптимального розташування станції обслуговування автомобілів відбувається з урахуванням різних чинників, таких як географічне положення, демографічні характеристики, транспортна інфраструктура, конкуренція та інші.

Річний пробіг автомобіля у середньому становить 17 тисяч. км. Таким чином, ТО-1 усі автомобілі проходять 2 рази на рік, а ТО-2 –  $\frac{1}{3}$  автомобілів. За статистикою, 15% нових автомобілів мають дефекти, зважаючи на зазначене, ринки збуту послуг є досить перспективними для ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

З наростанням впливу світової фінансової кризи на світові автомобільні ринки, найбільшим автовиробникам стало складніше реалізовувати свою продукцію. У такій ситуації найбільш продуктивним шляхом збуту легкових автомобілів, посередників є створення дилерської мережі. Значне зменшення

доходів спонукає автодилерів у різний спосіб підвищувати ефективність своєї діяльності.

Багаторічний досвід діяльності як великих, так і середніх та малих автомобільних підприємств за кордоном показав, що кінцевий ефект від використання дилерів, що зв'язують споживача та виробника, значно вище, ніж виробництво виробником своєї збутової мережі. Логічно, що збутові структури найбільших автоконцернів вдаються до відкриття дилерських центрів у різних країнах світу.

Будівля автосервісу є добре помітною та привабливою для учасників руху дорогою «потенційним клієнтам». Розташування автосервісу недалеко від перехрестя головних доріг з великими потоками транспорту, аби фронтальна частина будівлі, демонстраційний зал, вхід для клієнтів виходили на прилеглі дороги. Під'їзд до головного входу, парковок і ділянок після продажного обслуговування є добре видно відвідувачам, аби полегшити їхнє пересування, також є гарне покриття та належна розмітка, забезпечений легкий доступ з вулиці та яке є широким щодо безпечного проїзду. Відстань до діючих автосервісів дорогами загального користування становить не менше 5 км.

Необхідно зазначити те, що автомобілі з кожним роком стають складнішими, тому всі важче знаходити механіків із потрібними знаннями всіх аспектів ремонту. Варто заохочувати спеціалізацію співробітників, організуючи в групи (бригади). В групах індивідуальна кваліфікація зростає швидше, а подальше навчання поглиблює знання. Швидкий прогрес у галузі автомобільних технологій призводить до зростання вимог до кваліфікації та знань механіків. Внаслідок цього виникає виклик у пошуку та залученні кваліфікованих фахівців, які володіють необхідними знаннями та навичками для ефективного обслуговування сучасних автомобілів [114, с. 16].

При аналізі вказаних сфер діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» можна узагальнити дані, отримані в результаті проведеного спостереження:

1) підприємство пропонує послуги тюнінгу, доробки та доукомплектування автомобілів з метою покращення їх характеристик або зовнішнього вигляду. Може зацікавити клієнтів, які мають бажання індивідуально налаштувати свої транспортні засоби;

2) підприємство надає послуги виготовлення, придбання, монтажу та налагодження додаткового та спеціального обладнання для автомобілів. Діяльність передбачає обладнання автомобілів функціональними деталями та спеціальними пристроями відповідно до вимог клієнтів.

Підприємство здійснює торгово-закупівельну та посередницьку діяльність, яка може включати торгівлю запасними частинами, а також посередництво при купівлі та продажу автомобілів. Організація автостоянки є ще однією з функцій підприємства, яка полягає в наданні послуг паркування для автомобілів, зокрема для клієнтів, які потребують тимчасового зберігання своїх транспортних засобів. Підприємство спеціалізується на ремонті та технічному обслуговуванні автотранспортних засобів, що важливо для забезпечення якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Додатково, ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» орендує виробничі приміщення для своєї діяльності, що може бути економічно вигідним для мінімізації витрат на розвиток та підтримку. Наразі кількість співробітників становить 10 осіб. Важливим аспектом є те, що підприємство взаємодіє з різними видами клієнтів, включаючи як фізичних, так і юридичних осіб. Значна кількість клієнтів базується в місті Київ та його околицях, що свідчить про орієнтацію бізнесу на цей регіон.

Місце підприємства в системі автосервісів може бути різним залежно від його спеціалізації, розміру та рівня обслуговування. Проте, місце ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» включає наступні аспекти:

1) підприємство діє на ринку автосервісних послуг, де конкурує з іншими гравцями, такими як авторизовані сервісні центри, незалежні

автосервіси та інші групи. Конкуренстоспроможність підприємства залежить від якості послуг, цінової політики, репутації та рівня клієнтського сервісу;

2) успіх підприємства в системі автосервісів значною мірою залежить від його здатності залучати та утримувати клієнтів. Це може бути досягнуто через високу якість обслуговування, персоналізований підхід, розумну цінову політику та інші заходи;

3) підприємство залучає та навчає професіональний персонал, який володіє необхідними навичками та знаннями для ефективного виконання ремонтних робіт та обслуговування автомобілів. Кваліфікований персонал є ключовим фактором успіху підприємства;

4) підприємство має доступ до якісних запасних частин та обладнання для забезпечення якісного обслуговування. Ефективне управління запасами та постачальниками є важливим аспектом діяльності підприємства;

5) підприємство ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» постійно вдосконалюють свої процеси та впроваджують нові технології для покращення якості обслуговування та оптимізації виробничих процесів.

Таким чином, аналіз компанії ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» вказує на його різноманітну діяльність в галузі автомобільної техніки, продажу запчастин а також їх оптову закупку, готовність ефективно співпрацювати з клієнтами та споживачами, а також на підтримку малого бізнесу шляхом надання орендованих виробничих площ.

Діяльність підприємства, орієнтоване на широкий спектр послуг, пов'язаних з автомобільною галуззю, що здатне бути конкурентним та привабливим для різних категорій клієнтів. Компанія також встановлює взаємовідносини з різними типами споживачів, що збільшує її потенціал у сфері автомобільного бізнесу.

Окрім того, варто зазначити про те, що у сучасному становищі нашої держави, після повномасштабної російської воєнної агресії проти України

24.02.2022, безпека громадян та захист їхнього життя стають однією з найважливіших пріоритетів для України. Воєнний стан вимагає підвищеної уваги до безпеки об'єктів підприємств малого бізнесу у тому числі і автосервісів.

В таких умовах важливо забезпечити ефективну організацію безпечного середовища на цих об'єктах, щоб захистити персонал та мешканців від потенційних загроз та ризиків. Аналіз проведення організації безпечного середовища об'єктів адміністративних установ під час воєнного стану є невід'ємною складовою стратегії забезпечення безпеки.

В загальному варто зазначити про те, що важливою задачею для керівників автосервісів у тому числі і керівника ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» є забезпечення безпечного простору і превентивних заходів щодо власної безпеки та безпеки усіх працівників. Керівники забезпечують наявність повноцінного обладнаного укриття та запасних виходів, що дозволить працівникам швидко та безпечно евакуюватися у випадку ракетної загрози. Регулярна перевірка та підтримка цих безпечних просторів також є важливим аспектом.

Працівників постійно інформують про процедури дій у випадку надзвичайних ситуації, про потенційні загрози ракетної та будь-якої іншої небезпеки та про необхідність дотримання безпечних процедур. Регулярне проведення навчань та тренінгів щодо розпізнавання та поводження з мінами та вибуховими пристроями може збільшити свідомість і підготовленість працівників у разі виникнення ситуації. Розповсюдження інформації про розпізнавання вибухових пристроїв та мін, їхні види та методи дії, може допомогти підготувати працівників до можливих сценаріїв. Керівники автосервісу співпрацюють з «Державною службою з надзвичайних ситуацій (ДСНС)» для організації спільних заходів щодо безпеки. Це дає можливість обмінюватися інформацією, проводити спільні тренування та навчання, співпрацювати під час екстрених ситуацій.



На підприємстві діє Типова Інструкція «Організація безпеки працівників і користувачів в умовах особливого стану»: перший розділ містить інформацію про «Загальні положення», згідно з якої: підприємство зобов'язане забезпечити безпеку працівників і користувачів в разі виникнення надзвичайних ситуацій, пов'язаних з повітряною безпекою, такими як хімічні викиди, дим, гази, частки пилу, радіоактивне опромінення та інші повітряні загрози [104].

Другий розділ містить інформацію про «Характеристики можливих ситуацій». У цьому розділі описуються потенційні небезпеки на об'єкті та прилеглий території, включаючи можливість руйнування або інші негативні наслідки, які можуть виникнути під час надзвичайної ситуації.

Третій розділ містить інформацію про «Процедури інформування персоналу». У цьому розділі описані способи сповіщення адміністраторів, у тому числі відповідальної особи, у неробочий час.

Четвертий розділ містить інформацію про «Дії при повітряній безпеці» у цьому розділі описані основні дії при повітряній безпеці такі як: вихід до безпечних зон або укриття, закриття вікон і дверей для запобігання проникненню небезпечних речовин, використання індивідуальних засобів захисту, таких як захисні маски, одяг і рукавиці, взаємодії з евакуаційними шляхами і засобами попередження.

П'ятий розділ містить інформацію про «Порядок розміщення персоналу в захищених спорудах». У цьому розділі роз'яснюється, що у разі виникнення небезпечної ситуації, пов'язаної загрозою ракетної небезпеки, ураження хімічними або радіоактивними речовинами, усі працівники повинні евакуюватися в укриття цивільного захисту.

Шостий розділ містить інформацію про «Порядок видачі засобів індивідуального захисту». У цьому розділі зазначається, що засоби індивідуального захисту видаються після отримання відповідного наказу або за рішенням керівника підприємства (зазначається місце видачі). Працівники, які

отримують такий пристрій, повинні перевірити свій статус і зробити вибір, щоб він завжди залишався при собі або на роботі.

Сьомий розділ містить інформацію про «взаємодію з владою та екстреними службами». У цьому розділі зазначається, що підприємство повинно мати чіткі контактні дані для взаємодії з місцевими владами та екстреними службами для отримання допомоги та інструкцій у разі повітряної безпеки.

Восьмий розділ містить інформацію про «Дотримання протиепідемічних заходів у разі загрози поширення небезпечних інфекційних захворювань». У цьому розділі зазначається, що у разі виникнення загрози поширення небезпечної інфекційної хвороби на території підприємства або поблизу неї всі працівники зобов'язані неухильно виконувати вимоги санітарно-епідеміологічної служби щодо проведення невідкладних профілактичних заходів, зокрема вакцинації, ізоляції, і лікування. Крім того, важливо дотримуватися всіх рекомендацій, спрямованих на запобігання поширенню інфекції.

Дев'ятий розділ містить інформацію про «Збереження матеріальних цінностей у періоди загрози та надзвичайних ситуацій» у цьому розділі зазначається, що усі працівники компанії повинні вживати заходів для захисту критичних цінностей у разі виникнення загрози або надзвичайної ситуації. Заходи щодо захисту або ліквідації наслідків повинні враховувати можливість запобігання або пом'якшення можливих збитків підприємству.

Десятий розділ містить інформацію про «Особливості поведінки працівників під час загрози». У цьому розділі зазначається, що у разі виникнення загрози хімічного зараження необхідно повідомити всіх працівників і відвідувачів на території підприємства. Вентиляцію та кондиціонування необхідно вимкнути, вікна та двері закрити, приміщення опечатати. Вихід із будівлі заборонено до прийняття адміністративного розпорядження. Процедури

забезпечення засобами індивідуального захисту та інші заходи повинні здійснюватися відповідальним персоналом. При виникненні пожежі працівники повинні дотримуватися інструкцій з пожежної безпеки та проводити евакуацію згідно з планом.

Забезпечення безпеки працівників і користувачів підприємства вимагає ретельно розроблених планів дій, систем моніторингу, навчання та практичних навичок щодо взаємодії з евакуаційними шляхами та індивідуальними засобами захисту. Запровадження чітких інструкцій та проведення навчань і тренувань є надзвичайно важливими для підготовки персоналу та користувачів до дій в умовах повітряної безпеки. Крім того, необхідно забезпечити належні засоби індивідуального захисту, медичні пости та контакти з екстреними службами. Важливою складовою є також здатність до швидкого реагування, координація дій персоналу та співпраця з владами та екстреними службами. Відзначається, що проведення оцінки та аналізу подій і заходів щодо повітряної безпеки допомагає покращити підготовку та реагування на подібні ситуації у майбутньому (див. Додаток В).

Отже, під час аналізу можна сказати що Типова інструкція підприємства ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» спрямована на забезпечення безпеки працівників і захист важливих цінностей у надзвичайних ситуаціях. Персонал повинен бути готовий реагувати на різноманітні надзвичайні ситуації, включаючи пожежу, повітряну тривогу, радіоактивне забруднення та інфекційні захворювання.

Узагальнюючи можна сказати, що підприємство ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» є товариством з обмеженою відповідальністю, заснованим однією фізичною особою, і зареєстровано в Україні. Надає широкий спектр послуг, пов'язаних з автомобілями, включаючи реалізацію запасних частин, ремонт, тюнінг, передпродажну підготовку і багато інших. Підприємство розташовано в зручному місці, що сприяє залученню клієнтів. Важливо враховувати конкуренцію на ринку незалежних автосервісів і правильно оцінювати ринок

збуту, щоб уникнути проблем. Підприємство також має земельну ділянку, де розташоване автосервіс. Усе це вказує на те, що «Фірма Освальд ЛТД» має потенціал для успішної діяльності, але потребує обережного планування та управління для досягнення стабільності та успіху на конкурентному ринку.

### **2.3. Аналіз документального забезпечення діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»**

Робота з документами на сучасних підприємствах є невід'ємною та важливою частиною їхньої діяльності. Документи охоплюють як інформацію, що надходить ззовні, так і внутрішню інформацію, яку компанія створює та обробляє. Ефективність, продуктивність та надійність функціонування підприємства в значній мірі залежать від організації документообігу. Сучасний технічний механізм для роботи з документами базується на використанні комп'ютерної техніки. Підключені до мережі комп'ютери забезпечують централізований доступ та обробку документів, керівництво документацією та координацію між відділами компанії [42, с. 2–4].

Управління документами включає в себе такі завдання, як робота з документами на паперових носіях, керування документами та передача їх. Система управління документами допомагає ефективно зберігати та обробляти дані. Водночас інформаційні технології можуть поліпшити організацію процесів управління документами, зробивши їх більш структурованими, організованими та доступними для співробітників [42, с. 3–4].

Принципи роботи підприємства, від яких залежить [102, с. 3]:

1) ефективність діяльності підприємства: ІДЗ допомагає забезпечити належний рівень документованості процесів, що сприяє кращій координації та контролю за виконанням завдань. Дозволяє підприємствам ефективніше виконувати свої функції та досягати стратегічних цілей;

2) економічність роботи підприємства: добре організована система ІДЗ дозволяє знизити витрати на документообіг та документування. Ефективне використання інформаційних технологій, цифрові та автоматизовані системи збереження та обробки документів можуть зменшити витрати на папір, принтери, друкарські послуги та інші ресурси;

3) оперативність реагування на певні дії: завдяки ефективному ІДЗ, документи швидше обробляються та передаються відповідальним особам для аналізу, реакції та вжиття необхідних заходів. Забезпечує більш оперативну роботу всієї організації та можливість швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі;

4) культура праці працівників на підприємстві: добре організована система ІДЗ сприяє впорядкованості та систематизації роботи, що може позитивно вплинути на культуру праці. Працівники легше знаходять та отримують необхідну інформацію, що сприяє більшій відповідальності, ефективності та задоволеності роботою [102, с. 3].

У секторі автомобільних послуг діловодство для малих і середніх підприємств є ключовою складовою частиною діяльності, спрямованої на організацію та управління документами. Незалежно від масштабу компанії, управління документацією є необхідним для забезпечення порядку, контролю та збереження інформації.

Основною метою ведення діловодства на малих автосервісних підприємствах є створення організованого та структурованого підходу до документації та інформаційного потоку. Дозволяє компаніям планувати та контролювати свою діяльність, забезпечувати якість своїх послуг, створювати прозорість та розуміння зі своїми клієнтами та партнерами [106, с. 20].

У будь-якій ремонтній організації, особливо в автосервісі, для підтвердження виконання послуги потрібний бланк замовлення-наряду (див. Додаток Г).

Управлінська документація є важливим інструментом для впливу на процеси та результати діяльності. Сприяє оптимізації управління і забезпечує взаємодію між підрозділами організації [108, с. 61–63]. Організаційно-розпорядча документація в автосервісному бізнесі є однією з важливих категорій управлінських документів. Документи встановлюють функції, обов'язки та права органів управління та працівників протягом значного періоду. Є основними документами, які регулюють організаційну структуру, завдання, функції, обов'язки, права та відповідальність керівництва та персоналу автосервісу. Документи використовуються для здійснення управлінської діяльності в автосервісі, а також для оперативного керівництва цим бізнесом. Допомагають встановити порядок в організації, регламентують процеси та взаємодію між працівниками, сприяючи ефективному функціонуванню автосервісного підприємства.

На підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» організаційно-розпорядча документація відіграє важливу роль у регулюванні управлінських процесів та забезпеченні внутрішньої дисципліни. Ось більш детальний розгляд кожного виду документів:

1) статут підприємства визначає правовий статус та основні положення ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Містить інформацію про назву підприємства, його місцезнаходження, цільову діяльність, організаційну структуру, порядок ухвалення рішень, а також права та обов'язки засновників і керівництва підприємства [19, 24];

2) засновницький (установчий) договір цей документ визначає права і обов'язки засновників компанії, умови співпраці, розподіл прибутку, процедуру ліквідації, а також інші важливі аспекти відносин між учасниками ТОВ [55];

3) структура і штатна чисельність визначає підрозділи, департаменти та їх функціональні обов'язки. Штатна чисельність включає інформацію про кількість працівників у кожному відділі, їх посади та кваліфікацію [20];

4) інструкція з діловодства ця інструкція встановлює правила та процедури оформлення та обробки документів в організації. Визначає відповідальність за збереження інформації та забезпечення конфіденційності [31].

5) посадова інструкція працівника, кожному працівнику надається посадова інструкція, де визначаються його обов'язки, функції, відповідальність та повноваження на конкретній посад [26];

6) план роботи працівника цей документ містить розклад робочого дня, завдання та цілі, які ставляться перед працівником. Допомогає керівництву в моніторингу та контролі за виконанням робочих завдань [26].

Ця організаційно-розпорядча документація допомагає ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» забезпечувати впорядкованість у внутрішніх процесах та дотримання внутрішніх стандартів і правил, що є важливим для успішної діяльності підприємства.

Первинні документи в автосервісній діяльності створюються під час господарських операцій, наприклад, коли клієнт доставляє автомобіль на станцію технічного обслуговування або забирає запчастини.

Первина облікова документація на підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» [104]:

1) заявки на технічне обслуговування та ремонт: ці документи відображають потреби клієнтів у послугах автосервісу. Містять інформацію про автомобіль, характер робіт, терміни і інші деталі;

2) замовлення-наряди: такі документи використовуються для реєстрації та оформлення замовлень на конкретні ремонтні роботи або обслуговування. Вказують на обсяг робіт, матеріали, терміни виконання та інші важливі деталі [104];

3) акт виконаних робіт – це офіційний документ, який фіксує результати виконання робіт або послуг після завершення процесу виконання.

Має декілька важливих функцій. У цьому документі описуються всі дії, які були виконані під час послуги . Включає в себе різноманітні кроки, процеси та дії, які були важливими для досягнення результатів. Акт виконаних робіт порівнює фактичні результати з тими, які передбачалися або вимагалися у вихідних угодах чи специфікаціях. Допомагає впевнитися, що всі вимоги були виконані належним чином. Акт виконаних робіт служить як доказ того, що послуга була завершена згідно з угодою. Обов'язкової форми акта виконаних робіт немає. Тому підрядник може скласти його на свій розсуд. Це важливо для оплати робіт та подальшого звітування (див. Додаток Д);

4) журнали обліку: ці документи використовуються для систематичного відстеження робіт, матеріалів, запасних частин та інших аспектів діяльності автосервісу. Серед них є журнал попереднього запису, журнал видачі запасних частин, журнал резервування запасних частин. Журнал попереднього запису використовується для фіксації всіх звернень клієнтів, які потребують обслуговування або ремонту. Кожна заявка реєструється в журналі разом із зазначенням інформації про клієнта, автомобіль, вид послуги, дату та час звернення. Журнал допомагає встановити порядок в прийманні замовлень та розподілі робіт між майстрами. Журнал видачі запасних частин у цьому журналі реєструються всі видачі запасних частин, які використовуються під час ремонту або обслуговування автомобілів. Включає інформацію про кількість, вид і вартість запасних частин, а також той автомобіль, для якого вони були використані. Допомагає контролювати використання запасних частин та поповнення запасів. Журнал резервування запасних частин використовується для фіксації резервування або замовлення необхідних запасних частин. Кожне резервування включає інформацію про вид частини та їх необхідну кількість, термін використання та дату замовлення.

Банківська документація на підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» [9]:



1) рахунки-фактури ці документи видаються після завершення робіт і вказують вартість послуг, використані матеріали та інші фінансові деталі. Є основою для розрахунків з клієнтами [9];

2) розрахунковий чек цей документ використовується для реєстрації та документування операцій, пов'язаних з оплатою послуг, товарів або інших транзакцій на автосервісі.

Документаційні процеси в ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» відбуваються за таким порядком:

1) прийом заявок: клієнти можуть подавати заявки на обслуговування автомобілів через телефон, електронну пошту або особисто в офісі. Співробітник реєструють дату, обсяг робіт, деталі замовлення та контактну інформацію клієнта;

2) формування документів: заявки перетворюються на відповідні документи, які включають робочі листи, акти виконаних робіт, рахунки на оплату та інші документи, відповідно до вимог сервісного центру та законодавства;

3) реєстрація документів: створені документи реєструються в спеціальній системі для контролю документообігу. Кожен документ може бути пронумерований та підписаний відповідальними особами;

4) обробка замовлень: робочі листи передаються механікам або технічним спеціалістам, які виконують ремонтні роботи. Після завершення робіт механіки складають акти виконаних робіт з описом проведених процедур та використаних матеріалів;

5) підготовка рахунків: на підставі актів виконаних робіт створюються рахунки на оплату, які надсилаються клієнтам. Рахунки містять вартість робіт, використані матеріали та додаткові послуги;

6) облік оплат: оплата рахунків вноситься клієнтами, і ця інформація фіксується в системі для контролю фінансових потоків та стану заборгованості.

Внутрішні документи ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» використовує стандартний формат А4, що сприяє систематизації та зручному обміну інформацією всередині організації. Кожен документ містить в собі реквізити, такі як назва підприємства, вид документа, місце його складання, точна дата та номер. Важливо зауважити, що ці документи генеруються електронно за допомогою програми «Microsoft Word», що не лише спрощує процес їх створення, але і дозволяє забезпечити легкість внутрішнього обміну, підсилюючи ефективність організаційної взаємодії (див. Додаток Б).

Кадрова документація в автосервісі включає в себе набір документів та записів, які пов'язані з управлінням персоналом. Ця документація необхідна для правильної організації роботи персоналу, ведення кадрових справ та забезпечення дотримання законодавства.

Складові кадрової документації в автосервісі включають такі види документів [21]:

1) трудові договори: це основний документ, який фіксує умови праці між автосервісом та працівниками. Включає інформацію про обов'язки, заробітну плату, графік роботи та інші аспекти працевлаштування [21];

2) кадрові картки: це індивідуальні файли для кожного працівника, де зберігається особиста інформація, копії паспортів, контактні дані, інформація про освіту, попередні місця роботи, кваліфікації;

3) заяви та клопотання: ці документи використовуються працівниками для подачі заяв, наприклад, щодо відпустки, змін у графіку роботи, перенесення на іншу посаду [21];

4) журнали обліку робочого часу: використовуються для фіксації годин, які працівники проводять на робочому місці, а також для реєстрації перерв, робочих змін, святкових днів та інших важливих подій;

5) накази та розпорядження: документи, які регламентують процеси працевлаштування, звільнення, переведення та інші адміністративні рішення, пов'язані з персоналом.

Отже, можна зробити наступні висновки відносно використання різних форм документів та записів виробничого характеру в діловодстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» різні форми документів допомагають забезпечити системність та структурованість у діловодстві. Кожен документ виконує певну функцію та має свою власну структуру, що сприяє організованому веденню робіт та контролю. Використання журналів попереднього запису та замовлення нарядів допомагає ефективно розподілити робочий час та ресурси. Журнали для кузовних робіт, записи на установку запасних частин та звіт-заявки допомагають забезпечити контроль якості виконаної роботи та дотримання узгоджених строків. Заявки на матеріально-технічне постачання, замовлення-наряди та звіт-заявки важливі для фінансового контролю та контролю рахунків, оскільки вони дозволяють відстежувати витрати та генерувати рахунки для клієнтів.

Таким чином, у другому розділі кваліфікаційної роботи було проведено детальний аналіз нормативно-правової бази, яка регулює діяльність підприємств у сфері автосервісу в Україні. Виявлено, що законодавство визначає загальні принципи підприємницької діяльності, створює сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу, регулює дозвільну систему і ліцензування господарської діяльності в цій галузі. Використання різних форм документів та записів виробничого контролю в діловодстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» сприяє системності, структурованості та ефективному контролю виробничих процесів, що допомагає підприємству забезпечити якість та безпеку робіт у сфері автосервісу та дотримання нормативів. ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» займається наданням послуг у сфері автосервісу та продаж запчастин, що включає ремонт

та обслуговування транспортних засобів. Підприємство ставить перед собою завдання забезпечити якість та безпеку наданих послуг, а також дотримуватися вимог нормативно-правової бази, зокрема в галузі технічного обслуговування і ремонту автотранспорту. Документаційне забезпечення включає різні форми записів, які допомагають систематизувати робочий процес, контролювати якість виконаної роботи та ведення фінансового обліку. Умови особливого стану, вимагали додаткових заходів щодо безпеки працівників та користувачів. Тому на підприємстві було запроваджено Типову інструкцію «організації безпеки працівників і користувачів в умовах особливого стану». Загалом, ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» володіє системною документацією та прагне дотримуватися вимог законодавства для забезпечення якості та безпеки своєї діяльності.

## РОЗДІЛ 3

### ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ФІРМА ОСВАЛЬД ЛТД»

#### **3.1. Роль інформатизації для створення оптимальних умов діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»**

Інформація важлива як ресурс в економічних процесах і організації підприємницької діяльності. Використовується для аналізу, прийняття управлінських рішень та виробництва. З одного боку, економічна інформація представляється відомостями та даними, які обробляються та передаються для аналізу та прийняття управлінських рішень. З іншого боку, вона розглядається як ресурс, вартість якого включається в витрати виробництва. Економічна інформація має специфічні риси, такі як форма відображення, об'ємність, циклічність, застосування натуральних та відносних показників, а також особливості обробки. Визначається як ключовий елемент управління. Процес управління передбачає збір, передачу, обробку та зберігання інформації, а ефективність управлінських рішень визначається здатністю управлінця аналізувати та інтерпретувати цю інформацію вчасно. Управлінське прийняття рішень базується на постійній обробці інформації [40, с. 1–3].

Основною метою системи інформаційного забезпечення малого бізнесу повинне бути економічне зростання, що виступає як ефективний засіб боротьби з інфляцією і нестабільністю. Система інформаційного забезпечення, разом із системою управління, повинна задовольняти вимоги попереджувального характеру, при цьому об'єкт і суб'єкт управління зорієнтовані на зовнішнє оточення і мають здатність «передбачати» зміни. З урахуванням важливості малого бізнесу у створенні ефективної ринкової економіки та низького рівня розвитку цього сектора в Україні, виникає необхідність переорієнтувати

систему державної підтримки розвитку малого бізнесу на науково-обґрунтовану систему їх інформаційного забезпечення. Це допоможе знизити ступінь невизначеності в підприємницькій діяльності та підвищити її ефективність [71, с. 292–297].

Підтримка ефективних інформаційних систем також є важливою складовою інформаційно-документаційного забезпечення. Системи можуть включати автоматизовані програми для управління даними, електронні системи обробки документів, бази даних для зберігання інформації про клієнтів, виробництво, фінанси тощо. Покращують ефективність управління, допомагають у здійсненні аналізів та прогнозуванні, а також сприяють покращенню комунікації з клієнтами та партнерами.

Враховуючи швидкий розвиток технологій та зростання обсягу інформації, важливо також забезпечити відповідну кібербезпеку та захист від несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації.

Інформаційна технологія включає в себе засоби, методи та процеси, які об'єднуються у технологічний процес, спрямований на збір, зберігання, обробку, виведення та розповсюдження інформації з метою полегшення процесів використання інформаційних ресурсів та підвищення їхньої надійності та ефективності.

Ефективна обробка даних неможлива без застосування різноманітних технічних засобів, таких як комп'ютери, пристрої введення-виведення, оргтехніка, засоби зв'язку, обладнання для створення мереж. З розвитком технологій комп'ютери стають потужнішими, а водночас доступними, що дозволяє їх використання в різних сферах. Комп'ютери вже мають вбудовані засоби для комунікації, швидкісні модеми, великі обсяги пам'яті, засоби введення-виведення для зображень, що дає можливість створювати високоякісне відео, а також пристрої для розпізнавання голосу та рукописного тексту [99, с. 63].

Склад і типи комп'ютерів у фірмі в автосервісі можуть різнитися в залежності від різних факторів, таких як розмір компанії, її специфічні потреби та бюджет. На підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» використовуються такі типи комп'ютерів:

1) комп'ютери для адміністративних завдань: використовуються для організаційних завдань, таких як управління персоналом, фінансовий облік, обслуговування клієнтів та адміністративна робота. Офісні ПЗ програми, які використовуються на підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД», такі як Microsoft Office або Google Workspace, бухгалтерське програмне забезпечення QuickBooks, CRM-системи для керування відносинами з клієнтами;

2) діагностичні комп'ютери: використовуються для зчитування і аналізу електронних систем автомобілів, виявлення поломок і встановлення діагнозу. Спеціалізоване ПЗ для автомобільних діагностичних пристроїв, такі як Autel MaxiSys, Launch X431, Car scanner або OEM-програмне забезпечення для конкретних марок автомобілів;

3) комп'ютери для складу запчастин: використовуються для ведення обліку запчастин, замовлення, інвентаризації та контролю над запасами. Спеціалізоване ПЗ для керування запасами та складською облік, таке як AutoFluent;

4) касові та облікові системи: використовуються для ведення обліку фінансів, розрахунків з клієнтами та іншої фінансової діяльності. Фінансове програмне забезпечення, таке як QuickBooks.

Ліцензійність ПЗ може варіюватися в залежності від законодавства та політики компанії. У більшості випадків для легального використання ПЗ рекомендується мати ліцензію, особливо для великих автосервісів, де дотримання закону є важливим аспектом бізнесу. Ліцензійне ПЗ зазвичай надає доступ до оновлень та технічної підтримки, що може бути критичним для

безперебійної діяльності автосервісу. На підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» використовується тільки ліцензовані програми для ведення діяльності.

Більшість науковців погоджуються з твердженням, що інформаційне забезпечення означає сукупність методів, засобів, ресурсів та потоків інформації. Складається з комплексної системи показників [100, с. 1–3].

Останні роки в Україні супроводжуються значним розширенням автомобільного парку, що призводить до зростання попиту на послуги підприємств СТО. Такий розвиток справляє тиск на потребу у фахівцях з ремонту автомобілів різних марок, а також вимагає збільшення обсягу запасних частин та витратних матеріалів.

На автосервісних підприємствах існують спільні проблеми, до яких відносяться облік клієнтів та автомобілів, облік та аналіз виконаних робіт, ведення обліку матеріальних цінностей, кадровий облік та заробітна плата, а також генерація документів (замовлення-наряди, рахунки, накладні, акти виконаних робіт тощо) та бухгалтерський облік. Вирішення цих питань вимагає утримання великого штату співробітників, таких як бухгалтери, обліковці, комірники, менеджери на різних рівнях тощо [76, с. 100].

Однак навіть за наявності великого штату працівників у системі обліку можуть виникати помилки, а аналітичні можливості залишаються обмеженими. Застосування інформаційних технологій визнається як ефективний спосіб оптимізувати роботу підприємств. Для підтримки оперативного обліку та контролю, які б відповідали сучасним стандартам бізнесу, необхідне наявність програмного забезпечення, яке здатне позитивно вплинути на результативність функціонування підприємства.

Для вирішення задач обліку та управління комплексно часто застосовують спеціалізовані інформаційні системи, відомі також як фірмові програми. Тим не менше, ці програми зазвичай спеціалізуються на конкретних марках



автомобілів, а їх вартість робить їх недосяжними для багатьох автосервісних центрів.

Документована інформація визначає якість управління, і управлінські рішення повинні бути перетворені на якісну, чітку і зрозумілу інформацію, в якісний службовий документ. Організація роботи з документами впливає на якість роботи апарату управління та культуру праці управлінців і фахівців. Управління документами стає одним з головних факторів конкурентоспроможності організації [75, с. 1–5].

Деякі підприємства намагаються створити власні бази даних клієнтів, запасних частин та автоматизувати бухгалтерію, використовуючи програми, як Microsoft Access або Excel, однак це часто виявляється недостатнім. Шляхом вирішення цієї проблеми є використання спеціалізованих інформаційних систем, які спроможні покращити управління підприємством через забезпечення доступу до достовірної та повної інформації щодо операційного та фінансового обліку, та допомогти приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Як практика вказує, інтегровані інформаційні системи для автосервісів мають автоматизувати різні сфери діяльності, такі як ведення обліку ремонтних робіт, трудових витрат, взаєморозрахунків з клієнтами та партнерами, кадрова справа, складська діяльність та зарахування зарплат. Одночасно, ці системи повинні забезпечити оперативний, бухгалтерський і податковий облік в єдиній програмі з можливістю використання документів у залежності від ролей та функцій.

Ці інформаційні системи мають бути гнучкими і підходити як для малих автосервісів з обмеженим обсягом обчислювальних ресурсів, так і для великих підприємств з розгалуженою мережею. Важливо, щоб базувалися на сучасних технологіях, таких як системи управління базами даних, що забезпечують надійну роботу з великими об'ємами даних, швидкий доступ до них та забезпечують безпеку зберігання [82, с. 30].

Сучасна інформаційна система має здійснювати відстеження стану документів та подій, пов'язаних з обслуговуванням і ремонтом автомобілів. Вона повинна ефективно використовувати системні довідники для встановлення цін, нормо-годин і розцінок на ремонтні роботи.

Також важливо, щоб система оптимізувала час обслуговування клієнтів, контролюючи наявність необхідних матеріалів і готовності документів. Дані про клієнтів мають зберігатися та аналізуватися для системи заохочення клієнтів. Підтримка повторних ремонтів та контроль якості деталей є також важливими аспектами. Аналіз даних про зміни в роботі автосервісу допомагає ефективно управляти ресурсами та трудовитратами [66, с. 52].

Окрім вищевказаного система має раціонально використовувати кошти на запасні частини та ефективно формувати замовлення. Швидке створення оперативних звітів у реальному часі є ще однією важливою характеристикою. Застосування аналітичних засобів для комплексного аналізу даних є необхідним. Важливо, щоб система спрощувала процес формування документів і розрахунку заробітної плати. Забезпечення надійного захисту даних від витоку та збоїв є критичним завданням. При цьому система повинна бути простою для використання навіть для користувачів з обмеженими навичками роботи на комп'ютері, не потребувати значних технічних ресурсів та знижувати загальні витрати на впровадження та супровід.

Саме ж діловодство представляє собою комплексний процес, спрямований на систематичне документування адміністративної інформації та організацію діяльності зі службовими документами. Основні завдання, які вирішує діловодство, включають забезпечення оптимального документообігу, ефективне створення та обробку документів, їхнє акуратне зберігання та забезпечення доступу до них [93, с. 88].

Загалом інформація відіграє важливу роль як ресурс у економічних процесах та організації підприємницької діяльності.

Використовується для проведення аналізу, прийняття управлінських рішень та організації виробництва. З одного боку, економічна інформація складається з фактів та даних, які обробляються для подальшого аналізу та прийняття управлінських рішень. З іншого боку, ця інформація розглядається як ресурс, вартість якого враховується у витратах виробництва.

Економічна інформація характеризується певними особливостями, такими як форма відображення, обсяг, циклічність, використання натуральних та відносних показників, а також особливості обробки. Інформація є ключовим елементом управління.

Процес управління передбачає збір, передачу, обробку та зберігання інформації, а ефективність управлінських рішень визначається здатністю управлінця аналізувати та інтерпретувати цю інформацію своєчасно.

Більшість дослідників погоджуються з твердженням, що інформаційне забезпечення означає систему методів, ресурсів, засобів та потоків інформації. Система включає комплекс показників, які можна класифікувати за кількома критеріями:

- 1) потоки інформації: різні способи організації документообігу та обміну інформацією всередині організації та ззовні;
- 2) системи кодування та класифікації інформації: методи та правила для структурування та систематизації інформації для легкого доступу та пошуку;
- 3) уніфікована система документації: стандартизовані формати «Для створення текстових електронних документів PDF/A-1 (\*.pdf); для створення фото-електронних документів TIFF (\*.tif); для створення аудіоданих аудіовізуальних електронних документів FLAC (\*.flac); для інкапсуляції даних аудіовізуальних електронних документів Matroska (\*.mkv); для створення відеоданих аудіовізуальних електронних документів MPEG-4 AVC/H.264 у

FFmpeg» та типи документів, які використовуються для зберігання та обміну інформацією;

4) інформаційні масиви або файли: носії інформації (наприклад, комп'ютерні флешки, які можуть мати різний рівень структурованості.

Вказаний підхід підкреслює різноманітні аспекти та складові інформаційного забезпечення, що допомагають забезпечити ефективний обіг та використання інформації в організації [101, с. 69].

На автосервісі ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» використовується офіційна ліцензована програма «Car Scanner» (Сканер автомобіля) – це спеціалізоване програмне забезпечення, призначене для діагностики та моніторингу стану автомобілів. Програма надає користувачеві доступ до різних параметрів та даних, пов'язаних з роботою автомобіля, а також може виконувати різноманітні функції для аналізу та вирішення проблем із транспортним засобом.

Основні характеристики та функції програми «Car Scanner» можуть включати наступне:

1) сканування помилок (OBD-II): програма дозволяє зчитувати діагностичні коди помилок (DTC) з системи управління двигуном, трансмісією, гальмами та іншими системами автомобіля;

2) параметри живлення: дає можливість переглядати реальний час параметрів автомобільної системи, таких як швидкість обертання двигуна, температура охолоджуючої рідини, споживана пального тощо;

3) графіки та діаграми: програма може візуалізувати дані у формі графіків і діаграм, що допомагає аналізувати зміни параметрів автомобіля з часом;

4) тестування компонентів: «Car Scanner» може виконувати деякі функції тестування, такі як перевірка форсунок, соленоїдів трансмісії та інших компонентів;

- 5) зчитування і скидання DTC: ви можете зчитувати діагностичні коди помилок та скидати їх після виправлення проблем;
- 6) підтримка різних протоколів: програма може працювати з різними протоколами зв'язку, такими як WiFi, Bluetooth, USB або через адаптер OBD-II;
- 7) сумісність з різними автомобілями: «Car Scanner» може підтримувати різні марки та моделі автомобілів, що робить її універсальною для власників різних авто;
- 8) експорт даних: програма дозволяє експортувати дані діагностики для подальшого аналізу або зберігання;
- 9) оновлення бази даних: база даних програми може оновлюватися для підтримки нових автомобільних моделей та систем.

Також у програмі «Car Scanner» можна отримати документ «звіт» про стан автомобіля, а також цю програму часто використовують в автомобільних сервісних центрах, автомайстернях. Дозволяє швидко і точно визначити проблеми з автомобілем та надати рекомендації щодо їх усунення.

На ринку доступно багато програмних рішень, які можуть бути самостійними програмами або додатковими компонентами до універсальних систем, наприклад, продукти на базі платформи «VERDI», системи «TurboService2, «LogicStar-Avto», «AIC». ПЗ підприємства для спеціалізованого обладнання охоплює програмне забезпечення для різноманітних засобів, таких як сканери, мотор-тестери, газоаналізатори, димоміри, ПЗ для чіп-тюнінгу, вимірювальні системи кузовного ремонту тощо. Зазвичай таке ПЗ постачається разом з відповідним обладнанням. Часто програмне забезпечення цього типу виконує не лише основні діагностичні функції, але і надає довідкові та навчальні можливості. Основні довідкові компоненти включають інформаційно-довідкові бази даних для діагностики та ремонту, електронні каталоги запчастин, довідники нормо-годин, довідники щодо геометричних розмірів автомобілів тощо. Варто зазначити про те, що саме неавторизовані

(мультимарочні) бази містять в собі інформацію про багато марок автомобілів (розробники намагаються охопити всі доступні марки).

Необхідно зазначити те, що саме для забезпечення діяльності малого бізнесу у сфері автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» використовується різноманітне інформаційне обладнання та методології. Включає в себе використання різних інструментів та технологій для збору, обробки, зберігання та використання інформації з метою покращення всіх аспектів діяльності підприємства.

Також важливим є належне зберігання інформації. Включає в себе дані про проведені обслуговування та ремонти, використані запасні частини тощо. Ця інформація не тільки допомагає у внутрішньому обліку, але й надає можливість аналізувати тенденції та планувати в майбутньому.

Залучення соціальних мереж та відгуків клієнтів – інший важливий компонент. Присутність в соціальних мережах допомагає побудувати довіру та залучити нових клієнтів. Рекламні кампанії в інтернеті та соціальних мережах можуть великою мірою сприяти збільшенню популярності та обігу підприємства.

Для здійснення ефективного фінансового обліку та аналізу фінансового стану підприємства використовуються системи фінансового обліку, що допомагають контролювати доходи та витрати, оцінювати рентабельність послуг та здійснювати бюджетування.

Ці елементи інформаційного забезпечення допомагають підвищити ефективність та конкурентоспроможність малого автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД», полегшуючи оптимізацію процесів та покращуючи взаємодію з клієнтами.

Отже, у сфері автосервісу ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» використовуються інтегровані інформаційні системи, які автоматизують різні сфери діяльності, такі як ведення обліку ремонтних робіт, трудових витрат, взаєморозрахунків з

клієнтами та партнерами, кадрова справа, складська діяльність та зарахування зарплат. Одночасно, ці системи повинні забезпечити оперативний, бухгалтерський і податковий облік в єдиній програмі з можливістю використання документів у залежності від ролей та функцій.

### **3.2. Рекламно-інформаційні кампанії підприємства**

Реклама – це спосіб просування товарів і послуг, який полягає у публічному інформуванні та спонсорському сприянні певних продуктів або послуг від імені конкретного виробника чи спонсора з метою впливу на цільову аудиторію. Може приймати різні форми, включаючи рекламні банери, телевізійні ролики, радіорекламу, рекламні статті, соціальні медіа кампанії та багато інших [85, с. 72].

Рекламні кампанії є складними і багатоетапними процесами, оскільки вони включають в себе організаційні та технічні заходи з метою створення певного рівня продажів, реагування на зміни на ринку, конкурентоспроможності, формування позитивного іміджу підприємства і його бренду. Виконання рекламних кампаній потребує значних фінансових, матеріальних і інтелектуальних ресурсів. Головна мета реклами полягає в тому, щоб споживачі мали чітке уявлення про характеристики товару чи послуги, розуміли їх переваги та були стимульовані до їхньої покупки. Реклама є важливим інструментом у бізнесі та допомагає підтримувати та розвивати популярність продукції та брендів на ринку [92, с. 64].

Закон України «Про рекламу» [7] визначає ключові принципи, які регулюють рекламну діяльність в країні. Стаття 7 цього Закону встановлює такі принципи [7]:

1) законність: реклама повинна дотримуватися законів та правопорядку України;

2) точність і достовірність: реклама повинна містити точну та достовірну інформацію про рекламований продукт або послугу;

3) запобігання шкоді споживачеві: реклама не повинна завдавати шкоди споживачам. Означає, що реклама не повинна вводити в оман, створювати незаслужені очікування або потенційно завдавати шкоди фізичному чи психологічному стану споживачів;

4) збереження довіри суспільства до реклами: реклама не повинна порушувати довіру суспільства до реклами загалом. Означає, що реклама повинна дотримуватися високих стандартів і не використовувати методи, які можуть спричинити негативні уявлення про рекламу як таку;

5) добросовісна конкуренція: реклама повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції. Означає, що реклама не повинна використовувати недобросовісні методи для вигоди власних продуктів або послуг;

6) етичні стандарти і моральні норми: реклама не повинна містити інформацію або зображення, які порушують етичні, гуманістичні і моральні норми, або нехтує правилами пристойності. Стосується вмісту реклами і засобів його представлення;

7) захист дітей: реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди. Це означає, що реклама не повинна використовувати методи, які можуть бути шкідливими для фізичного чи психологічного розвитку дітей [7].

Рекламно-інформаційні кампанії автотранспортних підприємств є однією із важливих складових їхньої діяльності. Кампанії мають на меті не лише привернення уваги потенційних клієнтів, але і побудову позитивного іміджу компанії, сприяння розвитку бренду, інформування про послуги та акції, а також залучення нових клієнтів і підтримання вже існуючих. Нижче розглянемо деякі ключові аспекти рекламно-інформаційних кампаній автотранспортних підприємств.



Один з перших і важливих кроків в рекламно-інформаційній кампанії – це вибір медіумів та каналів комунікації. Автотранспортні підприємства можуть використовувати різноманітні медіуми, такі як телебачення, радіо, інтернет, соціальні мережі, рекламні дощівки, виставки, білборди тощо. Вибір медіумів повинен базуватися на цільовій аудиторії та бюджеті компанії.

Окрім того ж рекламні кампанії допомагають автотранспортним підприємствам будувати та підтримувати свій бренд. Допомагають створити враження про компанію, її цінності та якість послуг. Засоби реклами, такі як логотипи, слогани, корпоративний стиль, рекламна продукція – важливі для створення впізнаваності та довіри серед споживачів.

Аналіз етапів розгляду рекламної кампанії виглядає наступним чином:

Формування цілей просування [107, с. 2–3]:

- 1) визначення цілей просування, які повинні бути зорієнтовані на ознайомлення потенційних споживачів з продукцією і підтримку збуту. Це є ключовим завданням рекламної кампанії;
- 2) рекламна кампанія має бути комплексною, враховуючи економічні, соціально-психологічні, естетичні та інші аспекти;
- 3) цілі рекламної кампанії можуть бути коротко-, середньо- і довгостроковими, а також можуть спрямовуватися на розширення ринків збуту, стимулювання нового попиту та інші завдання.

Розроблення стратегії просування:

- 1) розробка стратегії включає в себе визначення того, який утилітарний і психологічний зміст повинна мати реклама, щоб споживач віддавав перевагу даному товару перед конкуруючими марками;
- 2) виділяють два типи рекламних стратегій: раціоналістичну і емоційну. Раціональна реклама спрямована на інформативну взаємодію з споживачем, тоді як емоційна реклама прагне викликати емоційну реакцію.

Визначення бюджету просування:

- 1) обрано метод визначення бюджету, який враховує відсоток від суми продажу, з рекомендацією використовувати 2% від суми продажу;
- 2) бюджет розподіляється на різні види просування (рекламу, стимулювання збуту) в залежності від поставлених цілей і завдань.

Планування просування:

- 1) планування рекламної кампанії повинно базуватися на фундаментальному аналізі, який об'єднує комплексне розуміння маркетингових аспектів бізнесу та оцінку впливу факторів на результати дій;
- 2) враховується тиск конкурентів через зниження цін і використання знижок як інструмента стимулювання збуту [107, с. 2–3].

Реклама дозволяє автотранспортним підприємствам інформувати клієнтів про свої послуги та акції. Наприклад, компанія може рекламувати знижки на ремонтні роботи, обслуговування, або нові послуги, такі як прокат автомобілів. Це допомагає залучити увагу клієнтів та стимулює їх до звернення до компанії.

Основним розповсюдженням реклами в малому приватному підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» є соціальні мережі, ведеться сторінка в інстаграмі [35], фейсбуці [34]. Там викладаються пости та фото автосервіса, персоналу, ремонт автомобілів. Рекламні кампанії можуть служити інструментом для взаємодії з клієнтами. Наприклад, компанія може використовувати соціальні мережі для спілкування з клієнтами, відповіді на їхні запити та запитання. Це підвищує рівень задоволення клієнтів та сприяє їхній лояльності до бренду. Важливою частиною рекламно-інформаційних кампаній є моніторинг та оцінка їхньої ефективності. Аналіз результатів допомагає визначити, які канали та стратегії найбільше працюють, і дозволяє внести необхідні корективи в майбутні кампанії.

Зважаючи на постійну зміну ринкових умов і технологічних трендів, рекламні кампанії мають бути гнучкими і реагувати на нові можливості та виклики. Постійний аналіз та вдосконалення рекламних стратегій можуть

допомогти автотранспортним компаніям залишатися конкурентоспроможними і досягати позитивних результатів у своїй галузі. Крім того, важливо пам'ятати про важливість вимірювання не лише кількісних показників, але і якості взаємодії з клієнтами. Збільшення лояльності клієнтів та позитивний імідж компанії також можуть бути ключовими результатами успішних рекламних кампаній.

У кінці-кінців, реклама є інвестицією у майбутнє підприємства, і її ефективність визначається не лише короткостроковими продажами, але і довгостроковими перевагами, які вона приносить. Тому продумана рекламна стратегія та її системний аналіз є невід'ємною частиною успішної діяльності автотранспортних підприємств. Рекламні кампанії сприяють побудові і зміцненню бренду компанії. Коли клієнти регулярно бачать інформацію про вашу компанію і її послуги, це допомагає підвищити свідомість про бренд.

Варто зазначити про те, що успішні рекламні кампанії можуть привертати нових клієнтів і спонукати існуючих користувачів до повторних покупок або використання ваших послуг. Якщо реклама надійна і відповідає реальним можливостям вашої компанії, вона може сприяти підвищенню довіри споживачів. Довгостроковий успіх ґрунтується на довірі клієнтів. Рекламні кампанії можуть допомогти створити стабільну позицію на ринку. Коли вас відомо і впізнають, конкуренти стають менш загрозливими, а ви можете легше управляти цінами і обсягами продажів.

Крім вищевказаного рекламні кампанії можуть стимулювати зростання підприємства і його розвиток. Можуть створювати можливості для розширення асортименту послуг або для входу на нові ринки.

Рекламна кампанія є невід'ємною складовою економіки і важливим інструментом на ринку. Виконує дві основні функції: інформаційну та стимулюючу попит на продукцію. Інформаційна функція полягає в тому, щоб ознайомити потенційних споживачів з продукцією та послугами підприємства,

надати їм необхідну інформацію для прийняття рішення про покупку. Стимулююча функція спрямована на збільшення попиту на товари чи послуги шляхом акцій, знижок, та інших заходів [107, с. 3].

Загалом, рекламно-інформаційні кампанії є важливою частиною діяльності автотранспортних підприємств. Допомагають компаніям залучати клієнтів, будувати бренд та інформувати про свої послуги. Успішні рекламні кампанії можуть позитивно вплинути на розвиток та успішність підприємства на ринку автотранспортних послуг.

Рекламні кампанії в інтернеті та соціальних мережах дійсно мають великий потенціал для збільшення популярності та обігу підприємства. Інтернет надає можливість дотримуватися різноманітних стратегій реклами, спрямованих на різні аудиторії, а також вимірювати ефективність рекламних заходів за допомогою аналітики.

Оцінка рентабельності послуг та бюджетування також є важливими аспектами фінансового управління. Розуміння, які послуги чи продукти приносять найбільший прибуток, дозволяє підприємству оптимізувати свою діяльність та вдосконалювати стратегію. Бюджетування допомагає планувати витрати на майбутні періоди, забезпечуючи фінансову стійкість підприємства.

У сучасному бізнесі інтернет та соціальні мережі є незамінними інструментами для просування продуктів та послуг. Інтернет дозволяє точно визначити свою цільову аудиторію за допомогою різноманітних критеріїв, таких як вік, стать, інтереси, місцезнаходження тощо. Допомагає спрямовувати рекламу на саме тих, хто може бути зацікавлений у вашому продукті чи послугі.

Підприємці часто використовують соціальні мережі для просування свого бізнесу та отримання відгуків від клієнтів.

Відгуки – це, коментарі та оцінки, які люди залишають про ваш автосервіс на соціальних мережах або на інших платформах, таких як Google Maps або

спеціалізовані сайти для відгуків. Відгуки можуть бути як позитивними, так і негативними, і відображають думки та досвід клієнтів щодо наданої послуги.

Підприємство ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» звертає увагу на негативні відгуки дуже важливо. Негативні відгуки можуть вказувати на проблеми або недоліки в роботі вашого автосервісу, які потребують уваги та виправлення. Ігнорувати негативні відгуки може призвести до погіршення репутації та втрати клієнтів. Був такий випадок на підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» «Клієнт, Андрій, звернувся до автосервісу з проблемою СНЕСК-лампочки на автомобілі. Після першого візиту виявлено помилку датчика обертання коленвала, яку успішно виправлено. У другому візиті виявлено проблеми зі зчепленням, включаючи заміну диска, кошика зчеплення та інших деталей. Однак, після робіт, симптоми погіршилися, а ручка перемикачів передач відмовила. Автосервіс взяв на себе відповідальність, запропонував усунути недолік безкоштовно і надав рекомендації щодо тестової поїздки. Клієнту було запропоновано безкоштовне ТО для виправлення ситуації» [35].

Для визначення пропорції негативних і позитивних відгуків на автосервіс, спершу потрібно аналізувати відгуки і розподілити їх на три категорії: позитивні, негативні і нейтральні. Позитивні відгуки включають в себе ті, які висловлюють задоволення і позитивні враження від обслуговування на автосервісі. Можуть бути відгуки про високу якість робіт, швидкий сервіс, привітний персонал. Негативні відгуки вказують на незадоволення або проблеми, які клієнти зазнали під час обслуговування. Можуть бути вказівки на погану якість робіт, затримки, некомпетентність персоналу. Нейтральні відгуки включають в себе відгуки, де клієнти можуть бути або задоволені, але не виражають цього в яскравих емоціях, або вони можуть бути безвідомі відносно автосервісу. Після розподілу відгуків на ці категорії, компанія рахує кількість відгуків в кожній категорії і знаходить їхню пропорцію. Наприклад, у компанії є 20 позитивних відгуків, 5 негативних і 10 нейтральних, то пропорція буде

наступною: 20:5:10. Це означає, що на кожних п'ять негативних відгуків припадає 20 позитивних і 10 нейтральних відгуки. Така інформація може бути корисною для аналізу репутації автосервісу і вдосконалення його роботи.

Ефективність реклами може бути оцінена за допомогою різних метрик, включаючи збільшення кількості клієнтів, збільшення обсягу замовлень та збільшення прибутку. Підприємство ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» запустила рекламну кампанію в соціальних мережах, а також було роздруковано рекламні листівки компанії. Після запуску реклами, компанія помітила зростання обсягу резервацій на обслуговування автомобілів та збільшення кількості позитивних відгуків від клієнтів, які звернулися до нього через рекламу. Свідчить про те, що реклама мала позитивний ефект на бізнес (див. Додаток А).

Отже, загалом, моніторинг відгуків, уважне ставлення до негативних відгуків та аналіз їх пропорції можуть допомогти покращити репутацію автосервісу та забезпечити його стабільний розвиток. Рекламні кампанії можуть бути ефективним інструментом для залучення нових клієнтів та підвищення свідомості про ваш бренд, якщо розроблені та налаштовані правильно. В інтернеті і соціальних мережах можна відстежувати ефективність рекламної кампанії в реальному часі, аналізувати конверсію, кількість кліків, взаємодію користувачів та інші показники. Соціальні мережі дозволяють вести активний діалог з аудиторією, відповідати на їх запитання та отримувати зворотній зв'язок. Це сприяє покращенню взаємодії та збільшенню лояльності клієнтів.

### **3.3. Рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД»**

Сутність інформаційно-документаційного забезпечення полягає у забезпеченні виробничих та управлінських процесів підприємства необхідною інформацією у правильний час, в правильному місці та в правильній формі.

Крім того зміст інформаційно-документаційне забезпечення полягає у тому, щоб забезпечити всі виробничі та управлінські процеси підприємства необхідною інформацією в потрібний момент, на відповідному рівні якості та відповідно до вимог. Включає в себе не лише забезпечення доступу до важливих даних, а й їх збір, обробку, зберігання та передачу, необхідну для виконання завдань і функцій підприємства [76, с. 2–4].

Однією з ключових функцій інформаційно-документаційного забезпечення є створення та підтримка системи документування, яка охоплює всі процеси роботи з документами від їх створення і обробки до зберігання та знищення. Належне забезпечення інформаційно-документними ресурсами є основою для ефективного управління ресурсами, підвищення конкурентоспроможності, розширення ринкових можливостей та досягнення стабільного розвитку підприємства [85, с. 16].

В сучасному бізнес-середовищі, де конкуренція зростає з кожним днем, ефективне управління та оптимізація діяльності стають ключовими завданнями для підприємств, незалежно від їх розміру.

Варто зазначити про те, що в розвинутих країнах, малі підприємства відіграють достатньо суттєве значення в економіці. Наприклад, у США, Великобританії та інших розвинених країнах, малий бізнес становить ключовий сектор економіки. Підприємства відіграють важливу роль у наданні послуг та створенні робочих місць. Зазвичай, вони спеціалізуються у певних галузях та забезпечують індивідуальні послуги для громадян [51, с. 1–4].

Однією з компаній, яка ретельно використовує ці ресурси для досягнення високої ефективності, є ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». У цьому контексті, розгляд ролі документно-інформаційних процесів в підвищенні ефективності діяльності даного підприємства стає актуальним завданням.

Документно-інформаційні процеси є не лише засобом збереження інформації, але й потужним інструментом для оптимізації робочих процесів,

поліпшення взаємодії між підрозділами, підвищення якості обслуговування клієнтів та прийняття обґрунтованих рішень керівництвом. В даному контексті, важливо розглянути те, як саме документно-інформаційні процеси сприяють покращенню комунікації в компанії, забезпечують ведення документації обліковості, сприяють оптимізації робочих процесів та забезпечують документування виробничих процесів у відповідності з вимогами стандартів та нормативних актів.

Доцільно вказати на тому, що програмне забезпечення (далі – ПЗ) ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» для управління та обліку включає різні категорії, такі як бухгалтерське ПЗ «Bookkeeper» онлайн бухгалтерія, ПЗ для автоматизації бізнес-процесів «Microsoft Power Automate» ця платформа дозволяє автоматизувати різноманітні завдання та процеси на підприємстві, та інші. Всі програми на підприємстві ліцензовані. ПЗ підприємства ТОВ «Фірма Освальд ЛТД», включає офісні програми для редагування текстових документів та роботи з електронною поштою «Microsoft Office, LibreOffice», браузер «Google Chrome», антивірусне ПЗ для комп'ютерного захисту «McAfee», графічні редактори «Adobe Photoshop, GIMP», мультимедійне програмне забезпечення «VLC Media Player, Adobe Premiere Pro», операційні системи «Windows, macOS» і ПЗ для управління базами даних «Microsoft SQL Server, MySQL». ПЗ «Schrift» – це система документообігу, яка зараз впроваджується на підприємстві.

Bookkeeper – це сучасний онлайн-сервіс для ведення бухгалтерського обліку. Це дозволяє компаніям, приватним підприємцям і некомерційним організаціям усіх податкових категорій зручно та легко відстежувати свою діяльність і подавати звіти з будь-якого пристрою. Сервіс надає функціонал для вирішення поточних завдань для малого та середнього бізнесу та некомерційних організацій. За допомогою цієї віддаленої бухгалтерії користувачі можуть самостійно здійснювати бухгалтерські завдання, такі як



продажі, закупівлі, облік товарно-матеріальних цінностей, касові та банківські операції, нарахування заробітної плати та цивільно-правових договорів, облік основних засобів тощо, а також подавати електронні звіти.

Багато програмних продуктів цього спектру забезпечують інтеграцію з каталогами запасних частин, що дозволяє автоматично включати ціни та моделі деталей у бухгалтерські документи, а також з вимірювальними базами нормо-годин для автоматичного завантаження номенклатури робіт та розрахунку їх вартості.

Рекомендації щодо автоматизації документообігу в автосервісному підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» можна розглядати як поетапне вдосконалення процесу роботи з документами і впровадження електронних технологій:

1) на першому етапі основний акцент робиться на фіксації етапів проходження документів та їх статусу в базі даних. Основна мета – створення системи для обліку та пошуку документів «упровадження автоматизованої системи документообігу (АСД)» ця система полегшує контроль над внутрішніми документами і дозволяє генерувати звіти для отримання інформації про стан виконання документів. На цьому етапі, фактично, створюється електронна база для документообігу, і важливою є можливість зберігати та відстежувати документи;

2) на другому етапі впроваджується можливість додавати до електронних реєстраційних карток «електронні образи документів». Означає, що документ стає доступним у цифровому вигляді, наприклад, в формі сканованого зображення. Полегшує доступ до оригіналу документа і дозволяє працювати з ним в електронній формі. Отже, на цьому етапі документообіг отримує значну ступінь цифровизації;

3) на третьому етапі автоматизація стає більш повною. Система дозволяє циркулювати електронними документами, тобто створювати,

опрацьовувати, відправляти, передавати, одержувати, зберігати і використовувати електронні документи. Важливою особливістю цього етапу є можливість перевірки цілісності та підтвердження факту одержання документів. Електронний документообіг дозволяє організації значно більш ефективно та швидко обмінюватися інформацією, зменшуючи потребу в паперових документах.

4) на четвертому етапі потрібно впровадити систему обліку клієнтів. Це дозволить зберігати інформацію про клієнтів, їхні автомобілі та виконані роботи.

5) на п'ятому етапі потрібно зпровадити «базу знань». Це дозволить співробітникам автосервісу швидко знаходити інформацію про ремонт і обслуговування автомобілів. Це допоже швидко ремонтувати автомобілі, та скоротити час ремонту. База знань повинна включати інформацію про різні марки і моділі автомобілів, а також про типові проблеми та їх вирішення.

Згідно з вищезазначеними рекомендаціями підприємство ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» зараз займається впровадженням нової системи «Schrift» для документообігу та полегшення документно-інформаційних процесів та бізнес-процесів, яка допоже підвищити ефективність підприємства [37].

Українська компанія ТОВ «Острін ЛТД» розробила програму «Schrift» – це система документообігу, спрямована на вдосконалення роботи та комунікації в зростаючому бізнесі. На офіційному сайті є хелп-центр для підтримки програмного забезпечення [37]. В основі цієї системи лежить організація документів, завдань і комунікації в ефективний і структурований спосіб. Основні функції Schrift включають в себе:

1) документообіг: schrift допомагає впорядковувати та керувати документами в організації. Означає, що всі документи можуть бути легко збережені, відсортовані і доступні для необхідних користувачів.

2) управління завданнями: система дозволяє створювати та відстежувати завдання, розподіляти їх серед робочої групи, встановлювати терміни виконання і контролювати процес їх виконання.

3) комунікація: schrift спрощує внутрішню комунікацію в організації. Користувачі можуть обмінюватися повідомленнями, обговорювати проекти та завдання, інтегрувати засоби комунікації в одній системі.

4) статистика і аналітика: система надає засоби для аналізу діяльності та використання ресурсів в організації. Допомагає приймати обґрунтовані рішення та оптимізувати бізнес-процеси.

Програма Schrifit надає користувачам можливість отримувати важливі сповіщення на свою електронну пошту щодо дій, пов'язаних з їх обліковим записом. Ці повідомлення включають в себе інформацію про запити на відновлення пароля, спроби незаконного доступу до облікового запису, спроби зміни email (логіна), а також можливість видалення акаунту. Допомагає користувачам бути завжди в курсі щодо подій, які стосуються їхнього облікового запису, і надає можливість приймати необхідні заходи для забезпечення безпеки свого акаунту.

Автоматизація документообігу в автосервісному підприємстві дозволяє покращити контроль, прискорити процеси та зменшити помилки в обробці документів. Особливо на третьому етапі, коли відбувається повний перехід до електронного документообігу, організація може значно підвищити продуктивність та зменшити витрати часу та ресурсів, що пов'язані із створенням і обробкою паперових документів. Schrifit спрямований на підвищення продуктивності, полегшення спільної роботи та забезпечення більш ефективного управління документами та завданнями в бізнесі. Ця система допомагає покращити організацію та сприяє зростанню бізнесу шляхом оптимізації рутинних процесів і поліпшення комунікації в колективі.

Відомо, що сучасне підприємництво вимагає найвищого рівня організації та управління, особливо в умовах зростаючої конкуренції та швидкозмінних ринкових умов. В такому середовищі, оптимізація процесів, підвищення ефективності та збільшення задоволеності клієнтів стають стратегічно важливими завданнями для кожного підприємства.

Розгляд вагомої ролі документно-інформаційних процесів у діяльності ТОВ «Освальд ЛТД» дає змогу краще розібратися у механізмах використання інформації для підвищення продуктивності. Документно-інформаційні процеси стали не тільки інструментом передачі даних, а й потужним ресурсом для управлінських рішень, взаємодії з клієнтами та покращення комунікаційних зв'язків як всередині компанії, так і зовні.

Документно-інформаційні процеси є достатньо необхідною складовою сучасної діяльності будь-якої компанії. У разі ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» допомагають управлінцям та співробітникам ефективно обмінюватись даними, інформацією та знаннями для прийняття обґрунтованих рішень.

Впровадження документно-інформаційної системи «schrift» дозволяє автоматизувати рутинні завдання, зменшити ризик помилок та прискорити обробку даних. Це сприяє збільшенню ефективності внутрішніх процесів ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» та ресурсозбереженню. Крім того, документно-інформаційна система «schrift» дозволяє зберігати та організовувати великий обсяг даних. Усе це допомагає співробітникам компанії легко знаходити необхідну інформацію, що впливає на прийняття швидких та обґрунтованих рішень. Ефективність таких систем дозволяє вирішувати завдання спільної роботи над документами та проєктами. Сприяє покращенню комунікації та взаєморозуміння між різними підрозділами ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

Документація є важливою для збереження знань, історії та досвіду компанії. Правильна організація документів допомагає забезпечити доступ до важливої інформації в майбутньому. Саме використання документно-

інформаційних систем допомагає забезпечити конфіденційність та цілісність даних. Авторизація, обмеження доступу та інші заходи допомагають уникнути несанкціонованого доступу до важливої інформації. Дозволяє виявляти слабкі місця та вдосконалювати робочі процеси для досягнення кращих результатів.

Документно-інформаційні процеси є важливою складовою підвищення ефективності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Процеси включають збір, обробку, передачу та зберігання інформації в різних форматах. Визначено документно-інформаційні процеси, що сприяють підвищенню ефективності підприємства, включають:

1) покращення комунікації: документно-інформаційні процеси забезпечують якісний та оперативний обмін інформацією між всіма рівнями та відділами компанії. Сприяє уникненню непорозумінь, покращує співпрацю та спільну діяльність;

2) ефективне управління: інформація, що передається через документно-інформаційні процеси, допомагає керівництву приймати обґрунтовані та інформовані рішення. Аналіз даних допомагає виявляти тенденції, прогнозувати попит та планувати ресурси;

3) оптимізація робочих процесів: ефективні документно-інформаційні процеси дозволяють швидко розподіляти завдання, виконувати роботу згідно з завданнями, встановлювати пріоритети та уникнення затримок;

4) забезпечення внутрішньої документації: документи допомагають вести облік робіт, використаних матеріалів, технічних характеристик, термінів виконання. Сприяє контролю над виконанням робіт, плануванню ресурсів та уникненню несподіваних ситуацій.

5) взаємодія з клієнтами: документно-інформаційні процеси допомагають вести облік замовлень, запитів, звернень клієнтів. Допомагає забезпечити якісну обробку запитів та оперативні відповіді, а також зберігати історію взаємодії з клієнтами;

б) забезпечення документованості: ефективні документно-інформаційні процеси дозволяють вести документований облік всіх аспектів діяльності підприємства, що є необхідною умовою для відповідності стандартам та регуляція;

7) підвищення якості обслуговування: інформація, яка міститься в документах, сприяє покращенню якості виконання робіт, уникненню помилок та непорозумінь зі замовниками.

Отже, ефективні чинники розвитку автосервісу, які використовує підприємство ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» для розвитку, і в майбутньому розширення своєї діяльності: технологічні інновації: спостерігається постійний розвиток технологій у сфері автосервісу, включаючи впровадження автоматизації та ефективних інструментів діагностики авто; зростання попиту: автомобільний парк постійно зростає, що створює попит на автосервісні послуги; послуги підтримки: попит на додаткові послуги, такі як консультації з обслуговування автомобіля та регулярний технічний огляд, також зростає; екологічні та регуляторні вимоги: зростання екологічних стандартів і вимоги до безпеки створюють можливість для автосервісів, які можуть надавати послуги з екологічного обслуговування автомобілів; конкуренція: завжди існує конкуренція в галузі автосервісу, і компаніям потрібно стежити за новими технологіями та підходами, щоб залишатися конкурентоспроможними; кадри: ефективний персонал є ключовим для успішної діяльності автосервісу; важливо мати якісну команду та надавати регулярну підготовку працівникам; регуляторна вимоги: сфера автосервісу підлягає регуляції і змінам в законодавстві, тому важливо слідкувати за оновленнями в цій галузі; споживачі: потреби і очікування споживачів також можуть змінюватися, і компаніям слід адаптувати свої послуги до них; екологічні стандарти: зростають вимоги до впровадження екологічно чистих практик у сфері автосервісу, що може потребувати інвестицій у відповідну технологію та навчання персоналу.

Таким чином, у третьому розділі проаналізовано роль інформатизації для створення оптимальних умов діяльності підприємства ТОВ «Фірма Освальд ЛТД», який є ключовим аспектом, оскільки допомагає забезпечити доступ до необхідних даних та ресурсів для прийняття обґрунтованих рішень, покращує організацію процесів та сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства. Також були розглянуті рекламно-інформаційні кампанії підприємства, які є важливі для позиціонування бренду та залучення клієнтів, що відіграє значущу роль в конкурентному середовищі. Рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності полягають в полегшенні документообігу та забезпеченні доступності важливої інформації, що сприяє кращому управлінню та підвищенню якості роботи підприємства. Запровадження системи «Schrift» для документообігу та оптимізації інформаційних процесів в ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» є кроком у правильному напрямку, спрямованим на підвищення продуктивності і покращення управління на підприємстві. Ця система допомагає організувати документообіг, управління завданнями та комунікацію в ефективний і структурований спосіб. Впровадження автоматизації документообігу може значно покращити контроль, спростити процеси та зменшити помилки в обробці документів, особливо після переходу до електронного формату. Загалом, ця ініціатива сприяє більш ефективному управлінню та поліпшенню комунікації в колективі, що допомагає забезпечити конкурентоспроможність підприємства в сучасному бізнес-середовищі. Таким чином, всі ці аспекти грають важливу роль у загальному успіху ТОВ «Фірма Освальд ЛТД» на ринку.

## ВИСНОВКИ

У даній роботі розглядається джерельна база кваліфікаційної роботи, пов'язаної з інформаційно-документаційним забезпеченням малих підприємств у галузі автосервісу. Основні джерела інформації включають нормативно-правові документи щодо розвитку малого бізнесу і підприємництва, а також документні та інформаційні ресурси ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Зазначається, що правова база складається з трьох груп правових актів. Перша група включає закони, які регулюють загальні засади політики держави в галузі інформації та діловодства. Друга група включає обов'язкові для підприємств правові акти з діловодства, такі як «Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях». Третя група включає різноманітні закони та положення, які регулюють сферу автосервісу, зокрема технічне обслуговування, ремонт автомобілів, використання запасних частин і функціонування автосервісу. Ці нормативні акти важливі для забезпечення якості послуг і дотримання вимог технічної безпеки у галузі автосервісу, що є важливою умовою для успішної діяльності підприємств цієї галузі. Під час аналізу наукових публікацій, які відносяться до малого бізнесу, його документаційного забезпечення, інформаційного супроводу та управлінської діяльності, було виявлено велику кількість досліджень, що розглядають різні аспекти цих областей. Деякі науковці зосереджуються на розвитку малого бізнесу загалом, включаючи аналіз його інформаційного супроводу та управління. Інші дослідження фокусуються на застосуванні інформаційних технологій в автосервісній галузі, що відкриває нові можливості для документаційного забезпечення. Крім того, важливим є аналіз праць, що стосуються менеджменту та маркетингу в малому бізнесі. Широка база досліджень надає важливі відомості та інсайти для покращення



документаційних та інформаційних процесів у сфері автосервісу та малого бізнесу загалом.

У роботі були використані наукові методи, які сприяли вирішенню поставлених завдань та отриманню результатів. Це – методи аналізу та синтезу для розгляду наукових джерел та нормативно-правової бази; метод спостереження для збору первинної інформації щодо документообігу та роботи підприємства, системно-функціонального метод для вивчення діяльності підприємства; метод узагальнення для формулювання висновків та узагальнень. Крім того, бібліографічний метод використовувався для оформлення та систематизації використаних джерел та літератури. Використання цих методів дозволило отримати обґрунтовані та достовірні результати дослідження, що важливо для вивчення та розуміння проблеми документо-інформаційного забезпечення малого бізнесу в сфері автосервісу.

У роботі розглянуто нормативно-правові засади керування інформаційно-документаційними процесами в сфері малого бізнесу в Україні, проаналізовані локальні документи фірми. Була визначена організаційно-розпорядча документація підприємства, яка відіграє ключову роль у регулюванні управлінських процесів та забезпеченні внутрішньої дисципліни. Документи включають статут, засновницький договір, структуру і штатну чисельність, інструкцію з діловодства, посадові інструкції працівників та плани роботи. Документація щодо штату підприємства надали інформацію про організаційну структуру та персонал. Інструкція з діловодства та посадові інструкції встановлюють правила оформлення документів та посадові обов'язки працівників. Плани роботи працівників допомагають у керуванні та контролі за їхньою діяльністю. Організаційно-розпорядча документація сприяє впорядкованості внутрішніх процесів та дотриманню стандартів і правил, що є важливим для успішної діяльності підприємства. У контексті автосервісної діяльності, первинно-облікові документи включають заявки на технічне

обслуговування, замовлення-наряди, акти виконаних робіт та журнали обліку. Заявки відображають потреби клієнтів у послугах, а замовлення-наряди реєструють роботи та матеріали. Акти виконаних робіт фіксують результати та порівнюють їх із вихідними угодами. Журнали обліку допомагають систематично відстежувати роботи та матеріали. Ця документація не тільки дозволяє ефективно керувати автосервісом, але й служить доказом виконання робіт та оплати. Банківська документація включає рахунки-фактури для розрахунків з клієнтами та розрахункові чеки для фіксації операцій оплати. Документи є важливими для фінансової взаємодії підприємства з клієнтами та банками. Кадрова документація включає різноманітні види документів, такі як трудові договори, кадрові картки, заяви, журнали обліку робочого часу, накази та розпорядження, і є необхідною для забезпечення правильної організації роботи персоналу та ведення їхніх кадрових справ. Документація допомагає встановлювати умови праці, веде облік особистих даних працівників, реєструє зміни в графіках та інші важливі події. Сприяє ефективному управлінню кадровим потенціалом та забезпечує дотримання законодавчих норм у сфері праці. Усі ці документи і процеси сприяють впорядкованості та ефективності діяльності ТОВ «Фірма Освальд ЛТД», а також допомагають контролювати процеси, забезпечують правильну внутрішню організацію та гарантують дотримання стандартів і правил, що є важливим для успішної роботи підприємства.

Розроблено рекомендації щодо стратегії вдосконалення документообігу в автосервісному підприємстві ТОВ «Фірма Освальд ЛТД». Зокрема, це – автоматизація та впровадження електронних технологій. На першому етапі рекомендується створити систему для обліку та пошуку документів шляхом впровадження автоматизованої системи документообігу (АСД). Система дозволить зберігати і відстежувати документи, а також контролювати їх статус у базі даних. Другий етап передбачає введення можливості додавати електронні

копії документів до реєстраційних карток, що сприятиме цифровій трансформації документообігу. На третьому етапі автоматизація стає більш повною, дозволяючи обробку та обмін електронними документами з можливістю перевірки цілісності та підтвердження факту одержання. На четвертому етапі необхідно впровадити систему обліку клієнтів. Сприятиме зберіганню важливої інформації про клієнтів, їхні автомобілі та виконані роботи. Система дозволить підприємству вести облік своїх клієнтів більш ефективно, покращить обслуговування та допоможе підтримувати стійкі відносини з клієнтами. На п'ятому етапі важливо впровадити «базу знань», яка надасть співробітникам автосервісу швидкий доступ до інформації про ремонт і обслуговування автомобілів. Сприятиме прискоренню робіт і скороченню часу на ремонт автомобілів. Впровадження програмної системи «Schrift» від української компанії ТОВ «Острін ЛТД» може сприяти здійсненню цих рекомендацій, полегшуючи документно-інформаційні процеси та підвищуючи ефективність підприємства. Розглядаючи основні функції «Schrift», можна виділити облік та управління документами, управління завданнями, поліпшену внутрішню комунікацію та можливості для статистики та аналітики, що сприяють оптимізації бізнес-процесів.

Отже, документно-інформаційне забезпечення є необхідною складовою для успішної діяльності малого бізнесу в автосервісі, а також сприяє підвищенню якості обслуговування, оптимізації процесів, здатності адаптуватися до змін та збільшенню ефективності управлінських рішень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Законодавчі та нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996, № 30, ст. 141 Поточна редакція 01.01.2020. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 3.09.2023).
2. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 1991, № 14, ст.169 Поточна редакція. 11.02.2022. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12/ed20220211#Text> (дата звернення: 3.09.2023).
3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05. 1991, № 30, ст.380} Поточна редакція 19.11.2022. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 5.09.2023).
4. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ: Поточна редакція 31.03.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
5. Про Національний архівний фонд та архівні установи: Закон України від 24.12.1993. № 3814-ХІІ: Поточна редакція 01.01.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12#Text> (дата звернення: 7.09.2023).
6. Про звернення громадян: Закон України від 02.10.1996 № 47, ст.256 Поточна редакція 07.09.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 2.09.2023).

7. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 Поточна редакція 02.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
8. Про обов'язковий примірник документів: Закон України від 09.04.1999, № 22-23, ст.199 Поточна редакція 13.12.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-14#Text> (дата звернення: 9.09.2023).
9. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999. Поточна редакція 01.07.2021. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 4.10.2023).
10. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні: Закон України від 21.12.2000 № 2157-III: Поточна редакція 10.06.2012. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2157-14#Text> (дата звернення: 23.09.2023).
11. Про автомобільний транспорт: Закон України від 05.04.2002 № 22, ст.105) Поточна редакція 23.03.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14/ed20230323#Text> (дата звернення: 20.09.2023).
12. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 25.05.2003 № 1591-IX: Поточна редакція 01.08.2022. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15/ed20220801#Text> (дата звернення: 5.09.2023).
13. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності: Закон України від 06.09.2005. Поточна редакція 28.04.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2806-15#Text> (дата звернення: 10.09.2023).

14. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007. Поточна редакція 08.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text> (дата звернення:15.10.2023).
15. Про адміністративні послуги: Закон України від 06.09.2012 Поточна редакція 27.07.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17#Text> (дата звернення:14.10.2023).
16. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 Поточна редакція 03.09.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення:18.10.2023).
17. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015. Поточна редакція 14.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення: 28.09.2023).
18. Про технічний регламент та оцінку відповідності: Закон України від 15.01.2015 № 14, ст.96 Поточна редакція 01.01.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19#Text> (дата звернення: 2.10.2023).
19. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України № 2275-VIII 06.02.2018: Поточна редакція 01.01.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text> (дата звернення: 4.10.2023).
20. Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності: Закон України від 19.05.2021 Поточна редакція 01.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3392-17#Text> (дата звернення: 25.10.2023).

21. Кодекс законів про працю України: Кодекс України від 10.12.1971. Поточна редакція 01.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 3.11.2023).
22. Кримінальний кодекс України: Кодекс України від 05.04.2001. Поточна редакція 05.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 4.11.2023).
23. Господарський кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003 Поточна редакція 08.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 6.11.2023).
24. Цивільний кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003. Поточна редакція 05.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 8.11.2023).
25. ДСТУ 4163:2020 «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів» від 01.07.2020 р. № 144 з 1 вересня 2021 року набрав чинності URL: <https://zakon.help/article/nacionalnii-standart-dstu-41632020-derzhavna?menu=82>. (дата звернення: 4.10.2023).
26. Про затвердження нової редакції Порядку підготовки організаційних документів в Головному управлінні державної служби України та його територіальних органах: Наказ Голодержслужби України від 27.10.2006 № 356. Поточна редакція 27.10.2006. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0356351-06> (дата звернення: 8.11.2023).
27. Про затвердження Переліку типових документів, що створюються під час діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування, інших установ, підприємств та організацій, із зазначенням строків зберігання документів: Наказ Міністерства юстиції України від 12.04.2012. № 578/5.

Поточна редакція 02.04.2013. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0571-12#Text> (дата звернення: 7.11.2023).

28. Про затвердження Положення про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту: Наказ від 30.03.98 № 102. Поточна редакція 30.03.1998. База даних «Законодавство України». URL: [https://zakononline.com.ua/documents/show/196406\\_\\_196471](https://zakononline.com.ua/documents/show/196406__196471) (дата звернення: 6.09.2023).

29. «Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях»: Наказ від 18.16.2015 № 1000/5. Поточна редакція 03.06.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0736-15#Text> (дата звернення: 7.09.2023).

30. Про затвердження Правил надання послуг з технічного обслуговування і ремонту колісних транспортних засобів: Наказ від 28.11.2014 № 615 Поточна редакція 28.11.2014. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1609-14#Text> (дата звернення: 9.09.2023).

31. Про затвердження «Класифікатора управлінської документації НК 010:2021» Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України: від 12.03.2021 № 526-21 Поточна редакція 12.03.2021. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0526915-21#Text> (дата звернення: 19.09.2023).

32. Деякі питання документування управлінської діяльності: Постанова Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 55 Поточна редакція 01.12.2022. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.09.2023).

33. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року: Постанова від 03.03.2021. Поточна редакція 04.05.2023. База даних



«Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 11.09.2023).

**Офіційні сайти/портали підприємств, установ, організацій та їхні офіційні сторінки у соціальних мережах**

34. *Офіційна сторінка у соціальній мережі «Фейсбук»* URL: <https://www.facebook.com/groups/681575570621144> (дата звернення: 10.09.2023).

35. *Офіційна сторінка у соціальній мережі «Інстаграм»* URL: [https://instagram.com/\\_service\\_oswald\\_?igshid=MjEwN2IyYWYwYw==](https://instagram.com/_service_oswald_?igshid=MjEwN2IyYWYwYw==) (дата звернення: 11.09.2023).

36. Національна платформа малого та середнього бізнесу URL: <https://platforma-msb.org/> (дата звернення: 7.10.2023).

37. Система документообігу Schrifт для зростаючого бізнесу URL: <https://schrift.ostrean.com/ukr/> (дата звернення: 19.09.2023).

**Наукові, навчальні та довідкові видання:**

38. Адлер О. О. Роль та особливості організаційно-інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності сучасного підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8400> (дата звернення: 17.09.2023).

39. Брич В. Я., Момот Є. В. Прийняття управлінських рішень: навч. посіб. посібник ; за ред. Ю. Є. Петруні. 3-тє вид., переробл. і доп. Дніпропетровськ. Університет митної справи та фінансів, 2015. 209 с. URL: [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_104\\_95052646.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_104_95052646.pdf) (дата звернення: 17.09.2023).

40. Бенько М.М. Інформаційні системи і технології в бухгалтерському обліку: монографія. Київ: Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2010. 336 с. URL:

<https://knute.edu.ua/file/MTc=/00fe89dcf255176477f44d6060ac7347.pdf> (дата звернення: 3.09.2023).

41. Биков, О. М. Особливості взаємодії транснаціональних корпорацій та реального сектора національних економік країн БРІКС. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*: Серія: Економічні науки. Випуск 31: у 2-х частинах. Ч. II. Том 1 С. 111–117.

42. Благой В.В., Сазанова Е.В. Документаційне забезпечення управління підприємством. *Харківський національний університет будівництва та архітектури*. 2018 № 5.1 (57.1) С. 1-4 URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/5.1/1.pdf>. (дата звернення: 15.09.2023).

43. Бондаренко В. Інформаційна безпека сучасної держави: концептуальні роздуми. URL: <https://www.crime-research.ru/articles/strateg>. (дата звернення: 9.09.2023).

44. Байкарова О. О., Тарасюк Л. М. Інформаційні технології – засіб оптимізації діяльності підприємств. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2013. №11. С. 177–182. URL: [file:///D:/Kitonv\\_2013\\_11\\_32.pdf](file:///D:/Kitonv_2013_11_32.pdf) (дата звернення: 18.10.2023).

45. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2013. 396 с.

46. Вачевський, М. В. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики: Навч. посібник для студ. 256 с.

47. Верба В. А. Проєктний аналіз: підручник для студ. економіч. спец. Київ: КНЕУ, 2000. 322 с.

48. Вівчарик О., Вітровий А. Основні проблеми та шляхи розвитку малого бізнесу в автосервісі. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції за участю іноземних студентів «Розвиток аграрного бізнесу в умовах глобалізації»* 15-17 квітня 2016 р. Тернопіль, ТНЕУ, 2016. С. 42–44.

49. Вітровий А. О. Напрямки розвитку автосервісу в Україні. *Збірник тез доповідей наукової конференції професорсько-викладацького складу «Економічні, правові, інформаційні та гуманітарні проблеми розвитку»*. Тернопіль, ТНЕУ, 2009. С. 26–28.
50. Вишня В. Б. Інформаційне забезпечення юридичної діяльності: навч. посіб.: у 2 ч. Дніпро. ДДУВС, 2006. Ч. 1. 164 с.
51. Вороная Н. Організація документообігу на підприємстві. *Податки-Бухоблік*. 2016. №102. С. 53–60 URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/December/issue-102/article-24076.html> (дата звернення: 4.11.2023).
52. Гончарук Т.В. Зарубіжний досвід розвитку підприємства структур та можливості цього використання в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. № 9. С. 1–4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5772> (дата звернення: 6.09.2023).
53. Гевко Р. Б., Вітровий А. О. Основні організаційно-технічні принципи створення і модернізації СТО. *Матеріали наукової конференції професорсько викладацького складу «Економічні, правові, інформаційні та гуманітарні проблеми розвитку України в умовах проведення системних реформ»*. Секція № 6. Удосконалення економічного механізму в агропромисловому комплексі при різних умовах власності. 11 квітня 2012р. Тернопіль, ТНЕУ, 2012, С. 40–42.
54. Гірняк О. С. Менеджмент: теоретичні основи і практикум. Київ. 2013. 336 с.
55. Грудницька С. М. Сутність і поняття установчого договору. *Вісник академії адвокатури*. 2019. №3. С. 50–57. URL: [https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/13183/1/Grudnytska\\_50-57.pdf](https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/13183/1/Grudnytska_50-57.pdf) (дата звернення: 28.09.2023).
56. Горідчина М. В. Корпоративні фінанси /зарубіжний досвід і втчизняна практика: навч. посібник. 232 с.

57. Гриненко А. Ю., Черняєва О. В. Сутність і значення малого підприємництва у світовій економіці. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 3 (08). 2017. С. 1–6.
58. Григор М. К. Проблемні питання організації ефективної роботи відділу маркетингу. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*: Серія: Економічні науки. Випуск 3. С. 103–106.
59. Дейнега І. О. Регіональні особливості формування комплексу маркетингу сільського зеленого туризму. *Актуальні проблеми економіки : науково-економічний журнал*. 2016. № 9 С. 184–194.
60. Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. Київ: ЦУЛ, 2009. 440 с.
61. Дращиця С. А. Електронна комерція: навчал. посібник. Львів: Новий Світ-2000, 2015. 182 с.
62. Дудар Т. Маркетинг відносин в системі агробізнесу у контексті викликів євроінтеграційних процесів. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. № 1. С. 22 – 34.
63. Дурняк Б. В., Пасека М. С., Майба Т. М. Управління запитами в системах документообігу: монографія. Львів. Укр. акад. друкарства, 2016. 192 с.
64. Дячун О. Продаж у системі маркетингу: природа, функції та види. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. № 3. С. 106-113. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu\\_2016\\_3\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2016_3_12) (дата звернення: 29.10.2023).
65. Євсейцева, О. С., Новіков Д. В. Сучасні методики прогнозування кон'юнктури ринку та їх використання при проведенні маркетингових досліджень. *Економіка та держава*. 2016. № 5. С. 97–100.

66. Єрьоміна Н. В. Проектування баз даних: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2008. 208 с.
67. Загорецька О. Засвідчення службових документів. *Довідник секретаря та офіс-менеджера*. 2009. № 1. С. 10–18.
68. Загной М. О. Основи економічних знань: навчальний посібник. Київ: 2014. 335 с.
69. Замула І. В. Аналіз рентабельності екологічної чистоти продукції при маркетинговому дослідженні. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 8. С. 317–322
70. Запольський, А. К., Салюк А.І. Основи екології: підручник для студ. техніко-технологічних спец. вищ. навч. закл. за ред. К. М. Ситника. Київ: Вища школа, 2004. 382 с.
71. Зірчак Г., Берназ К. Інформаційне забезпечення діяльності малого підприємства. *Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації*. Одеський національний політехнічний університет. Одеса. 2017 С. 292–298 URL: [https://opu-konf.at.ua/2017/ganna\\_zirchak-katerina\\_bernaz.pdf](https://opu-konf.at.ua/2017/ganna_zirchak-katerina_bernaz.pdf) (дата звернення: 25.09.2023).
72. Зозульов О. В. Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару. *Маркетинг и реклама*. 2017. № 1. С.58–65.
73. Зозульов О. В. Теоретично-методологічні засади формування міжнародних маркетингових стратегій на ринку електронної комерції в умовах глобалізації. *Маркетинг и реклама*. 2016. № 7/8 С. 53.
74. Іванов Ю. Б., Кравченко Ю. І., Хеменко М. М. Вступ до бізнесу. Київ. 1995. 252 с.
75. Іванова Т.В. Документаційне забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування в Україні. *Науковий вісник Академія муніципального управління*. 2010 С. 1–7 URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286628258.pdf>. (дата звернення: 19.10.2023).

76. Ірина Б. Основи діловодства. Навчально-методичне видання для курсантів та студентів 2–3 курсів. Львів. 2020. С. 1–76. URL: <https://books.ldubgd.edu.ua/index.php/ed/catalog/download/116/80/354-1?inline=1> (дата звернення: 10.10.2023).
77. Ільченко Т. В. До питання маркетингового забезпечення планування збуту продукції підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 4. С. 57–60.
78. Іщенко І. І., Терещенко С. П. Оцінка економічної ефективності виробництва та затрат. Київ.: Вища школа, 2011. 187 с.
79. Карась О.Б. інструмент розвитку конкурентних переваг. *Журнал європейської економіки*. 2016. № 4. С.468–475.
80. Кищун В.А. Автосервіс у сучасних ринкових умовах. *Вісник Українського державного університету водного господарства та природокористування: Збірник наукових праць*. Рівне: Видавництво УДУВГП, 2014, вип. 2 (26). С. 316–322.
81. Кіналь П. В. Механізми підвищення технічного рівня підприємств автосервісу. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції за участю іноземних студентів «Розвиток аграрного бізнесу в умовах глобалізації»* 15-17 квітня 2016р. Тернопіль, ТНЕУ, 2016, С. 92–93.
82. Курников У. П. Технологічне проектування підприємств автомобільного транспорту. Навч. посібник. Київ. Вища школа, 2013.
83. Кльоба Л. Г. Маркетинговий підхід до вдосконалення управління банківською кредитною діяльністю. *Економіка та держава*. 2016. № 5. С. 77–81.
84. Коваленко В. В. Маркетинг: навчальний посібник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. Львів, 2011. 266 с.
85. Карпенко А.В., Хацер М.В. Сутність та місце реклами в діяльності підприємства в ринкових умовах. *Держава та регіони*. 2020. №1. С.70–74.

86. Кулешов С. Документаційні ресурси інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у місцевому органі державної влади. *Наукові праці національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*. Київ. 2007. № 18. С. 231–240.
87. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: навч. посіб. Київ: МАУП, 2014. 224 с.
88. Кужель В.П. Перспективи напрямку розвитку послуг підприємств автосервісу. *Сучасні технології та перспективи розвитку автомобільного транспорту*. Вінниця, 2022 С. 1–2
89. Костів Б.І. Експлуатація автомобільного транспорту: підруч. Львів: Світ, 2010. 496 с.
90. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів і послуг: навчал. посібник для студ. вищ. навч. закл. Львів, 2016. 295 с.
91. Комова М. В. Українська документознавча термінологія: шляхи творення та функційні особливості. Львів: Львівська політехніка, 2016. 316 с.
92. Компанієць Т.І. Вплив реклами на просування споживчих товарів в умовах сучасного ринку. *Економіка та управління підприємствами*. 2014. № 3 (27). С. 63–67.
93. Лега Ю. Г., Щерба А. І., Дербенцев Д. О. Моделювання оптимальних маркетингових стратегій підприємства. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Економічні науки. Випуск 19: у 2-х частинах. Ч. I С. 3–7
94. Легенчук С.Ф., Вольська К.О., Вікун О.В. Документування в бухгалтерському обліку: процесний підхід: монографія. Івано Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2016. 228 с. URL: [https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/29727/mod\\_resource/content/1/%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F.pdf](https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/29727/mod_resource/content/1/%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F.pdf). (дата звернення: 20.10.2023).

95. Літовченко Б. В., Петруня Ю. Є., Говоруха В. Б. Прийняття управлінських рішень: навчальний посібник. за ред. Ю.Є. Петруні. Дніпропетровськ: АМСУ, 2015. 189 с.
96. Макарова М. В., Гаркуша С. В. Інформаційні технології в діловодстві: навч. метод. посіб. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2013. 109 с.
97. Марчук Ю. Документознавство і актуальні проблеми державного управління. *Вісн. Кн. палати*. 2007. № 1. С. 50–51.
98. Мищак А. Досвід оперативно-організаційної та методичної роботи щодо інформаційного забезпечення управлінських рішень. *Наукові праці національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*. Київ. 2006. № 16. С. 67–72.
99. Марков О. Д., Морозюк С. В., Веретельнікова Н. В. Форми організації виробництва в автосервісі як засіб оптимізації часу виконання. *Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія*. 2010. Вип. 7. С. 138–144. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal\\_2010\\_7\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2010_7_31) (дата звернення: 11.09.2023).
100. Миколюк О. А., Бобровник В. М. Особливості інформаційного забезпечення управління підприємством. *Економічні науки*. 2021. С. 1–5 URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-07.pdf> (дата звернення: 1.09.2023).
101. Марценюк Л. В. Маркетингові дослідження щодо визначення обсягів туристичних перевезень залізничним транспортом. *Економіка та держава: міжнародний науково-практичний журнал*. 2016. № 12. С. 39–46.
102. Матліна М. М. Інформаційно-документаційне забезпечення діяльності канцелярії виробничого підприємства. *Гуманітарний часопис* 2012. № 3. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOW](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOW)



NLOAD=1&Image\_file\_name=PDF/gumc\_2012\_3\_16.pdf (дата звернення: 21.09.2023).

103. Мельник Ю. Документно-інформаційне забезпечення управлінської діяльності міської ради. 2013. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2013/>.

104. Первинно-облікова документація. Поточний архів ТОВ «Фірма Освальд ЛТД».

105. Павелко О. В. Спрощення обліку на підприємствах малого бізнесу. Національний університет водного господарства та природокористування. 2017 С. 1–6 URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/151.pdf>. (дата звернення: 29.09.2023).

106. Попчук О. В. Документне забезпечення управлінської діяльності організацій: навч. посіб. Рівне: Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. 2012. 116 с.

107. Пантелеєва О. С. Етапи організації рекламної кампанії. 2012 С. 1–3

108. Прокопець Л. В. Діловодство як складова управлінської діяльності. 2017. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/4\\_2017/14.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/4_2017/14.pdf). (дата звернення: 20.10.2023).

109. Рудзінський В. В. Транспортні засоби: Навчальний посібник. Київ: НТУ, 2009. 136 с.

110. Ромус Я. В. Особливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні: SWOT – Аналіз. *Ефективна економіка* № 9, 2015 С. 1–5 URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4319> (дата звернення: 9.10.2023).

111. Сахно В. П., Сирота В.І. Автомобілі. Основи конструкції, теорія: Навч. посібник. Київ: Арістей, 2007. 288 с.

112. Сотников А. М., Белозерцев В. С. Особливості бухгалтерського обліку на автосервісах підприємствах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. С. 1–5 <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/49.pdf> (дата звернення: 10.10.2023).

113. Стешенко О. О. Державне регулювання розвитку малого бізнесу в сучасних умовах. 2018. С. 1–7 URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/3\\_08\\_uk/18.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/3_08_uk/18.pdf) (дата звернення: 1.10.2023).
114. Цетнар Л. Аналіз інтеграції маркетингових комунікацій підприємств-виробників. Вісник Тернопільського національного економічного університету : науковий журнал. 2016. № 3 С.113–121
115. Юськів Б. М., Юськів В. М. Аналіз внутрішнього потенціалу автосервісного підприємства в рамках логістичної концепції. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. №52. С. 84–93. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/61661/57391> (дата звернення: 4.11.2023).
116. Яворська Л. В., Храбатин О. І Маркетинг: навчал. посібник. за наук. ред. О. А. Тимчик. Київ: Видавництво, 2014. 284 с.

## ДОДАТКИ

### ДОДАТОК А

РЕКЛАМНА КОМПАНІЯ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФІРМА ОСВАЛЬД ЛТД»

[35]

**\_service\_oswald\_**  
Ren · On My Own (Speed)



**АВТОСЕРВІС  
"ОСВАЛЬД"**

Наші послуги :

- заміна масла
- діагностика
- шиномонтаж
- ремонт гальм

**ЗНИЖКА  
60%**

+380 [redacted]  
+380 [redacted]

Академіка Горбунова №11

**АВТОСЕРВІС  
«ОСВАЛЬД»**



- Комп'ютерна діагностика
- Ремонт ходової частини
- Заміна гальмівних колодок
- Заміна амортизаторів



**+38067  
+38098**

**Академіка Горбунова №11**

ДОДАТОК Б  
ВНУТРІШНІЙ ДОКУМЕНТ ТОВ «ФІРМА ОСВАЛЬД ЛТД» [104]

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ  
«ФІРМА ОСВАЛЬД ЛТД»**

**НАКАЗ**

17.09.2023 р. м. Київ [REDACTED]

**Про прийняття на роботу**  
[REDACTED]

**ПРИЙНЯТИ:**

[REDACTED] на посаду менеджера з 17 вересня 2023 р. з посадовим окладом 10000 грн.

Підставою заява [REDACTED] з 17.09.2023 р.

Директор [REDACTED]

З наказом ознайомлений:  
[REDACTED]

17.09.2023

**ДОДАТОК В**  
**ТИПОВА ІНСТРУКЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БЕЗПЕКИ ПРАЦІВНИКІВ І**  
**КОРИСТУВАЧІВ В УМОВАХ ОСОБЛИВОГО СТАНУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**  
**ТОВ «ФІРМА ОСВАЛЬД ЛТД» [104]**



**ДОДАТОК Г**  
**ЗАМОВЛЕННЯ-НАРЯД ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФІРМА ОСВАЛД ЛТД»**  
**[104]**

**Заказный наряд № 104 от 2 апреля 2021 г. (104)**  
 Дата составления: 02.04.2021  
 Дата выполнения: 02.04.2021  
 Адрес: г. Киев, ул. Г. Савченко, 20С  
 Контакт: 097 96 2021

Выполнено: Службой Судов Палат

Должность: СДП  
 Адрес: № 104

**Передан работы, на материалы заказчика**

№	Краткое наименование работ (генераль)	Вид работ (по КСР)	Единица измерения	Количество работ (по КСР)	Цена за единицу	Сумма без НДС	Всего
1	Служба Судов Палат	КСР	шт	1	200	200	200

**Итого:** Сумма без НДС: 200,00; Всего: 200,00

**Заказчик (заказчик), на материалы заказчика**

№	Краткое наименование работ (генераль)	Вид работ (по КСР)	Единица измерения	Количество работ (по КСР)	Цена за единицу	Сумма без НДС	Всего
1	Служба Судов Палат	КСР	шт	4	10000	40000	40000

**Итого:** Сумма без НДС: 40000,00; Всего: 40000,00

**ВАРИАНТ:**

Сумма без НДС	Всего	Заказчик (заказчик)
40000,00	40000,00	40000,00

**Итого, грн:** 40000,00

Место для печати (подпись) Заказчика (заказчик) и исполнителя (исполнитель)  
 Заказчик (заказчик) и исполнителя (исполнитель) (подпись)  
 Адрес: г. Киев, ул. Г. Савченко, 20С  
 Контакт: 097 96 2021

Подпись: \_\_\_\_\_  
 Подпись: \_\_\_\_\_

**ДОДАТОК Д**  
**АКТ ПРИЙОМУ-ПЕРЕДАЧІ ВИКОНАНИХ РОБІТ [104]**

**ВИКОНАВЕЦЬ:**  
 ТОВ «Формат Салонів» ТТД  
 ЄДРРНОУ 21541144  
 Адреса: м. Київ вул. Російська, 42/3\*  
 тел. 044 933 28 00

**ЗАКАЗНИК:**  
 [Redacted]

**АКТ № 1**  
 прийому-передачі виконаних робіт (модуль нос-04)

Між цими сторонами здійснено оформлення виконаних і прийнятих замовником, у складі даного акту, робіт, що виконані за умовами договору № 01/01/01/2023 р.

№	Назва роботи (опис, умови виконання)	Кл. код	Кл. код	Ціна	Сума
1	«Роботи з монтажу нос-04»	400-00	1	600,00	600,00
<b>Разом:</b>					<b>600,00</b>

Вартість робіт виконана на суму (словами): **Шістьсот 00 коп.**

Роботи виконані належним чином, згідно з технічними умовами на об'єкті по акту.  
 Діяє гарантія в з'язі з виконанням, її умови для замовника на виконання.

**Виконавець:** [Redacted]  
**Замовник:** [Redacted]

## ДОДАТОК Е

### SWOT АНАЛІЗ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТ УКРАЇНИ [110, с. 2–4].

<b>Сильні сторони:</b>	<b>Слабкі сторони:</b>
<p>1. Гнучкість та швидкість прийняття рішень: малі підприємства можуть виявити високу адаптивність і швидкість реакції на зміни в ринкових умовах або внутрішні фактори.</p> <p>2. Близькість до клієнтів: малі підприємства часто мають можливість надавати більш персоналізовані послуги та продукти, оскільки вони ближче до своїх клієнтів.</p> <p>3. Можливість інновацій: вони можуть легше впроваджувати нові ідеї та технології без складних корпоративних процедур.</p>	<p>1. Обмежені ресурси: малі підприємства часто обмежені фінансовими та людськими ресурсами для розвитку та розширення.</p> <p>2. Вразливість до економічних коливань: вони можуть бути більш вразливими до економічних криз, оскільки не мають такого рівня стабільності, як великі компанії.</p> <p>3. Обмежена можливість масштабування: малі підприємства можуть мати обмежені можливості для розширення своєї діяльності на нові ринки або території.</p>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<p>1. Підвищення попиту: зростання економіки або зміна споживчих тенденцій можуть створити нові можливості для росту підприємства.</p> <p>2. Підтримка держави: уряд може надавати різноманітні пільги та програми підтримки для малих підприємств.</p> <p>3. Розширення ринкових ніш: можливість виявити нові ніші на ринку або конкурувати з великими гравцями у вузьких сегментах ринку.</p>	<p>1. Конкуренція: зростаюча конкуренція може створювати тиск на ціни та прибуток.</p> <p>2. Регулювання: зміни в законодавстві та регулювання можуть стати обтяжливими для малих бізнесів.</p> <p>3. Війна: може суттєво вплинути на малий бізнес в різних аспектах і відобразитися на його діяльності, економіці та перспективах розвитку.</p>