

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА
Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-професійна програма «Підприємництво»
Денна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
ЛАЗАРУКА ОЛЕКСАНДРА ВОЛОДИМИРОВИЧА

на тему: **«РОЗВИТОК РИНКУ АВТОСЕРВІСНИХ ПОСЛУГ ТА
МОЖЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ СТАНЦІЇ ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ»**

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Лазарук О.В.*

Науковий керівник:
канд. екон. наук ,
доц. В.П.Ковтун

Робота допущена до захисту в ЕК «__» _____ 20__ р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф.

Інна РЄПІНА

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОМОБІЛЬНОГО СЕРВІСУ ЯК МЕТОДУ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛІВ.....	7
1.1 Поняття про автосервіс.....	7
1.2 Види і класифікація авто сервісних підприємств.....	14
1.3 Сучасні стратегії розвитку автосервісу в Україні.....	23
РОЗДІЛ 2. МОЖЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ СТАНЦІЙ ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ	34
2.1 Аналіз ринку автомобільного сервісу в Україні.....	34
2.2 Створення станції технічного обслуговування, як виду малого бізнесу	47
2.3 Планування станцій технічного обслуговування автомобілів	53
2.4 Система мотивації персоналу, і її реалізація у інформаційній системі автосервісного підприємства	60
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ АВТОСЕРВІСНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	65
3.1 Проблеми розвитку ринку автосервісних послуг В Україні.....	65
3.2 Перспективи розвитку автосервісу в Україні.....	69
РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТАНЦІЙ ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛІВ.....	73
4.1 Визначення технічних аспектів відкриття станції технічного обслуговування автомобілів.....	73
4.2 Організаційні аспекти відкриття станції технічного обслуговування автомобілів.....	78
4.3. Фінансово-економічні аспекти відкриття станції технічного обслуговування автомобілів.....	82
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	93

ВСТУП

Актуальність теми. Мале підприємництво є ключовим стимулом для трансформацій в економіці, допомагаючи подолати економічні кризи та сприяючи впровадженню ринкових реформ. Воно відіграє важливу роль у протидії негативним явищам в економіці та сприяє сталому позитивному розвитку суспільства. Підприємництво також виступає ключовою галуззю, забезпечуючи зайнятість, запобігаючи безробіттю та створюючи нові робочі місця.

На ринку послуг з обслуговування та ремонту автомобілів і автомобільного обладнання відбувається злиття різних господарських суб'єктів. Тут працюють великі, фінансово міцні компанії з різноманітним профілем діяльності, юридичні особи, невеликі спеціалізовані підприємства (до яких відноситься та розглядається в даній роботі), підприємці без утворення юридичної особи і просто приватні особи, що здійснюють свою діяльність в приватних гаражах без будь-якої реєстрації як суб'єкт господарської діяльності.

Останні, намагаючись витіснити конкурентів, вдаються до демпінгу, встановлюючи ціни, недосяжні для чесних підприємств, які сплачують всі відрахування. Це призводить до внутрішнього руйнування їх власного ринку, оскільки масовий клієнт, зрозуміло, прагне отримати якнайбільше за якнайменші кошти. В таких умовах нормальна конкуренція стає неможливою, порушуючи принципи чесної бізнес-взаємодії.

Найбільш повно питання розвитку малого бізнесу в автосервісі розглядається в працях таких вчених: Д. Бела, А. Тоффлера, І. Масуди, Ф. Уебстера, Ф. Махлупа, У. Пората, В. Л. Іноземцеві, І. І. Родіонова, Т. П. Ніколаєвої, А. У. Соколова, Д. Е. Шехуріна, Т. Н. Колтипіной, Е. Л. Шапіро.

Роль та значення автосервісних послуг у галузі автосервісу постійно зростає. Український автомобільний ринок свідчить про тенденції, які пророкують «сервісну революцію» у найближчі роки. Тому дослідження особливостей розвитку ринку

автообслуговування та визначення принципів та завдань для регулювання розвитку малого бізнесу в автосервісі залишається актуальним завданням.

Мета дослідження розробка теоретичних основ та практичних рекомендацій щодо розвитку ринку автосервісних послуг та можливостей відкриття станції технічного обслуговування

Завдання дослідження:

- вивчити поняття про автосервіс;
- розглянути види і класифікація авто сервісних підприємств;
- розглянути сучасні стратегії розвитку автосервісу в Україні;
- провести аналіз ринку автомобільного сервісу в Україні;
- дослідити особливості створення станції технічного обслуговування, як виду малого бізнесу;
- проаналізувати особливості планування станцій технічного обслуговування автомобілів;
- дослідити систему мотивації персоналу, і її реалізація у інформаційній системі автосервісного підприємства;
- розглянути проблеми розвитку ринку автосервісних послуг В Україні;
- розписати перспективи розвитку автосервісу в Україні;
- визначити технічні аспекти реалізації відкриття станції технічного обслуговування автомобілів;
- визначити організаційні аспекти реалізації відкриття станції технічного обслуговування автомобілів;
- визначити фінансово-економічні аспекти реалізації відкриття станції технічного обслуговування автомобілів.

Об'єктом дослідження є процес обґрунтування проєкту відкриття станції технічного обслуговування автомобілів на ринку автосервісних послуг

Предмет дослідження є сукупність теоретико-методичних та прикладних підходів щодо обґрунтування проєкту відкриття станції технічного обслуговування автомобілів на ринку автосервісних послуг

Методи дослідження. В роботі було використано системний аналіз соціально-економічних явищ, а також методи моделювання, наукової абстракції, індукції та дедукції, нормативного та позитивного аналізу і синтезу.

Теоретична значущість даної теми полягає в можливості детального вивчення еволюції ринку автосервісних послуг в умовах «сервісної революції» на українському автомобільному ринку. Аналіз особливостей розвитку цієї сфери дозволить визначити ключові тенденції та принципи, що впливають на малий бізнес в автосервісі, щоб в подальшому створити теоретичну базу для оптимізації його функціонування.

Практична значущість виокремлюється в можливості розробки конкретних стратегій та рекомендацій для суб'єктів малого бізнесу в автосервісі. Розуміння динаміки ринку та ефективне регулювання його розвитку допоможе підприємцям адаптуватися до змін, забезпечуючи сталість та конкурентоспроможність їхніх автосервісних підприємств в умовах великої різноманітності господарських суб'єктів на ринку.

Інформаційна база дослідження включає підручники, статистичні дані, нормативно-правову базу, аналіз ринкових тенденцій, аналіз споживчого попиту, економічні та соціокультурні фактори.

Наукова новизна роботи полягає у дослідженні ефективності роботи автосервісного підприємства, розробці заходів з організації дільниці з діагностики та ремонту електронних систем автомобілів.

Структура роботи складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОМОБІЛЬНОГО СЕРВІСУ ЯК МЕТОДУ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛІВ

1.1 Поняття про автосервіс

Початок історії автосервісу пов'язаний з 1908 роком у США, коли Генрі Форд започаткував виробництво моделі автомобіля «Т» у Детройті. Основною метою було зробити автомобіль доступним для щоденного використання. Форд вперше впровадив масове виробництво на конвеєрі та встановив систему технічного обслуговування і ремонту.

«Форд Т» став популярним, надаючи людям свободу пересування, і його можна було зустріти в будь-якому куточку світу. Фірмова система обслуговування включала технічне обслуговування і ремонт, проведені СТО фірми-виробника або сертифіковане фірмою-виробником СТО, що гарантувало клієнтам високий стандарт якості.

При придбанні вантажівок клієнтам пропонували одночасно укладати сервісні контракти, які включали планове технічне обслуговування, повне технічне обслуговування та ремонт. Це дозволяло отримати значні знижки на запасні частини і робочі години, а розрахунки за контрактами виконувалися рівними платежами, що полегшувало планування витрат клієнта [2,с.132].

В Європі така форма технічного обслуговування стала широко поширеною. Введення нових комп'ютерних програм для технічного обслуговування на СТО дозволило внести докладні дані про умови експлуатації клієнтських автомобілів.

Автосервіс визначає собою не лише технічну ланку обслуговування автомобілів, а й важливий компонент автомобільної індустрії, що забезпечує надійність та тривалу експлуатацію транспортних засобів. Цей сегмент послуг вирізняється великою різноманітністю та важливістю для забезпечення безпеки та

ефективного функціонування автотранспорту. Даваймо розглянемо ключові аспекти та поняття, що визначають сутність автосервісу в сучасному автомобільному галузі.

Автомобілі, що перевозять найбільший обсяг пасажирів та вантажів у всьому світі, стали невід'ємною частиною сучасної цивілізації, виконуючи різноманітні функції від виробничих завдань зі спеціальним обладнанням до обслуговування наших потреб у побуті, культурі та відпочинку.

Самі автомобілі регулярно потребують спеціального обслуговування, такого як прибирання, промивання, заправка паливом, мастилами та іншими матеріалами експлуатації. Також важливо контролювати їх технічний стан та виконувати профілактичні та ремонтно-відновні роботи, щоб уникнути передчасних відмов та несправностей, а також відновити працездатність їх агрегатів, вузлів, деталей і систем.

Хоча власники автомобілів можуть виконувати деякі прості роботи з обслуговування, такі як прибирання та промивання, а також заправка паливом, зовнішній технічний контроль, серйозні роботи щодо обслуговування та відновлення працездатності автомобілів вимагають використання технічних засобів, спеціального обладнання та інструментів, що проводяться на спеціалізованих автообслуговуючих підприємствах за участю кваліфікованих працівників [4,с.154].

Підприємницька система, спрямована на надання різноманітних комплексних послуг для автомобілів у широкодоступній формі, представлена автомобільним сервісом.

Термін «сервіс», перекладений з англійської як «послуга», на сучасному етапі в багатьох країнах світу отримав широкий розмах та відмінно виражену сутність. Сучасні автосервісні структури, які працюють як у сфері обслуговування автомобілів, так і у торгівлі запасними частинами та матеріалами, а також їхньому зберіганні, формують власну добре розвинену мережу підприємств. Спільне економічне значення автосервісу виявляється в його визначальній ролі в системі автомобільного транспорту, незалежно від форми його власності.

Використовуючи послуги автосервісу, велика кількість власників автомобілів, які регулярно користуються цими послугами, забезпечують надійність своїх транспортних засобів, отримують необхідні запасні частини та матеріали, а також отримують достовірну інформацію, що стосується технічної експлуатації та торгівлі автомобілями. Це визначається як важливий соціальний чинник, сприяючи підвищенню добробуту населення країни.

Парк особистих автомобілів, що перебуває у власності громадян, виконує значний обсяг пасажирських перевезень. Оскільки умови його експлуатації визначають специфічні особливості, це впливає на формування потоків технічних вимог і заявок на обслуговування і ремонт, визначаючи структуру системи автосервісу та її технічну базу.

Забезпечення технічної справності автомобілів здійснюється шляхом своєчасного проведення технічного обслуговування і ремонту. Підприємства системи автосервісу, такі як сервісні центри, спеціалізовані автоцентри і приватні майстри, несуть відповідальність за повний обсяг і якість виконання цих робіт [9,с.42].

Структура системи технічного обслуговування і ремонту легкових автомобілів включає ключові компоненти, базові документи і характеристики виконуваних робіт. Від моменту виробництва до списання автомобіль періодично піддається трем комплексам технічних операцій - технічному обслуговуванню та поточному ремонту при передпродажній підготовці, гарантійному та післягарантійному періодах експлуатації. Ці комплекси є основою функціонування системи автосервісу.

У сучасному світі автосервіс визнається не лише як сфера, яка забезпечує індивідуальних власників автомобілів, але і як ключовий інструмент для численних фірм та організацій. Це охоплює широкий спектр підприємств, включаючи автотранспортні компанії з вантажними автомобілями та автобусами.

Багато автотранспортних підприємств стикаються з ситуацією, коли їх власна виробнича база не здатна або не пристосована до повноцінного обслуговування

великої флоти автотранспортних засобів. У таких випадках ці підприємства вдаються до послуг автосервісу для ефективного технічного обслуговування та ремонту своєї автомобільної техніки. Це дозволяє їм зосередитися на основній діяльності, забезпечуючи надійність і ефективність флоту, не зважаючи на обмежені можливості внутрішнього технічного обслуговування [13,с.102].

Такий підхід стає ключовим для забезпечення нормального функціонування автотранспортних компаній та інших організацій, які використовують великі автопарки вантажних автомобілів та автобусів. Розуміння необхідності професійного автосервісу в цьому контексті стає стратегічною вимогою для ефективного управління транспортною інфраструктурою та забезпеченням найвищого рівня безпеки та ефективності у сфері автотранспорту.

Весь спектр послуг, які надає автосервіс, ретельно поділяється на кілька ключових груп для забезпечення повноцінного обслуговування та задоволення різноманітних потреб клієнтів.

Перша група – технічні послуги, охоплює виконання повного спектру робіт з технічного обслуговування та ремонту автомобілів. Це включає в себе не лише ТО і ТР, але й ремонт, відновлення агрегатів, вузлів, деталей, кузовів, шин, акумуляторів, приладів, а також роботи з електроустаткування та додаткових пристроїв комфорту і управління. До цієї групи також входить діагностика автомобіля та його систем, технічна допомога на стоянках, переобладнання, підготовка до технічного огляду, антикорозійна обробка та відновлення автомобілів після дорожньо-транспортної події.

Друга група – комерційні послуги, охоплює торгівлю автомобілями, запасними частинами, матеріалами та обладнанням, а також забезпеченням паливно-мастильними матеріалами.

Друга група, що становить комерційний вимір послуг автосервісу, насичена різноманітними аспектами, спрямованими на задоволення різних потреб клієнтів та партнерів у сфері автотранспорту.

По-перше, ця група включає в себе торгівельні операції автомобілями, де клієнти можуть придбати нові або вживані транспортні засоби, відповідно до своїх потреб та бюджету. Зокрема, це може охоплювати консультації щодо вибору автомобіля, його технічного стану та інших параметрів.

По-друге, комерційні послуги включають торгівлю запасними частинами. Це означає доступ до широкого асортименту автозапчастин, що дозволяє клієнтам легко знаходити та придбавати необхідні компоненти для ремонту або модернізації своїх транспортних засобів.

По-третє, в цю групу входить торгівля матеріалами та обладнанням, що використовуються в автосервісному процесі. Сюди входять мастила, оливи, фільтри, інструменти та інші необхідні матеріали для здійснення технічних робіт.

Нарешті, ця група послуг забезпечує паливно-мастильними матеріалами, включаючи пальне та мастила, що є життєво важливими компонентами для ефективної експлуатації автотранспорту.

Усі ці аспекти комерційних послуг спрямовані на створення комфортних та ефективних умов для власників автотранспорту, а також на забезпечення їхніх потреб у ремонті, обслуговуванні та модернізації транспортних засобів.

Третя група – інформаційні послуги, включає в себе забезпечення клієнтів-споживачів необхідною інформацією, рекламу послуг, вивчення ринку автосервісних послуг та адаптацію до конкретних умов.

Третя група інформаційних послуг в сфері автосервісу визначається широким спектром інструментів, спрямованих на забезпечення клієнтів-споживачів необхідною інформацією та сприяння в ефективному взаємодії з автосервісними установами.

По-перше, ця група охоплює забезпечення клієнтів інформацією про послуги автосервісу. Це може включати технічні характеристики робіт, їх вартість, терміни виконання та інші аспекти, що допомагають клієнтам приймати обґрунтовані рішення.

По-друге, до цієї групи входить реклама послуг автосервісу. Це означає використання різних маркетингових стратегій для просування автосервісних послуг, щоб залучити нових клієнтів та підтримувати існуючих.

По-третє, інформаційні послуги включають вивчення ринку автосервісних послуг. Це означає аналіз попиту та пропозиції, визначення тенденцій ринку, конкурентоспроможності та інших факторів, що впливають на галузь.

Також ця група допомагає автосервісам адаптуватися до конкретних умов ринку. Це може включати розробку нових послуг, вдосконалення сервісних процесів, а також впровадження інновацій та сучасних технологій для поліпшення якості обслуговування [15,с.151].

Усі ці заходи спрямовані на забезпечення максимальної інформованості та задоволення потреб клієнтів у сфері автосервісу, сприяючи ефективному взаємодії між споживачами і постачальниками послуг.

Сервіс (сервісна система) є комплексом засобів, методів та способів, призначених для надання платних послуг з придбання, ефективного використання, забезпечення працездатності, економічності, а також дорожньої та екологічної безпеки автотранспортних засобів протягом їхнього всього терміну служби.

Ролі в системі:

1.Виконавець: Виконавець є основним учасником, який забезпечує надання послуг відповідно до чинних правил. Це може бути підприємство, яке виконує технічне обслуговування і ремонт автотранспортних засобів для юридичних та фізичних осіб – власників автомобілів.

2.Споживач: Споживач – це особа або організація, яка використовує, придбаває або замовляє послуги з технічного обслуговування і ремонту автотранспортних засобів. Споживач може бути як фізичною особою (власником автомобіля), так і юридичною особою [17,с.167].

Деталізація Ролей:

1.Виконавець: Виконавець може представляти автосервіс, який забезпечує виконання технічних робіт, а також інші платні послуги для забезпечення надійності і безпеки автомобілів. Це може бути офіційне підприємство, яке відповідає усім стандартам та вимогам.

2.Споживач: Споживач, в свою чергу, використовує ці послуги для забезпечення нормального функціонування свого автотранспорту. Він може бути як фізичною особою, що володіє автомобілем для особистого користування, так і підприємством, яке володіє автопарком для корпоративних потреб [23,с.197].

Таким чином, сервісна система в автосфері сприяє взаємодії між виконавцем і споживачем, забезпечуючи ефективне та безпечне використання автотранспортних засобів упродовж їхнього експлуатаційного терміну.

Технічна експлуатація та сервіс включають різноманітні види робіт і послуг, які можуть бути складені в різні комбінації в залежності від потреб підприємства чи клієнта. Сервісне обслуговування охоплює такі основні аспекти:

- організація та доставка автотранспортних засобів, обладнання, запасних частин і матеріалів, враховуючи потреби підприємства чи клієнта.
- покупка та продаж нових і вживаних автотранспортних засобів і агрегатів, включаючи їхню оцінку.
- проведення передпродажного обслуговування та гарантійний ремонт.
- здійснення послуг з заправки, миття, прибирання та зберігання автотранспортних засобів.
- технічне обслуговування і ремонт автотранспортних засобів під час їхньої експлуатації.
- проведення інструментального технічного огляду та підготовки до нього.
- продаж запасних частин, матеріалів, комплектуючих виробів і обладнань.
- надання автотранспортних засобів в прокат і лізинг.
- технічна допомога на лінії та евакуація.

- модернізація, переобладнання і дооснащення автотранспортних засобів, включаючи тюнінг.

- збір і утилізація відходів, які утворюються при експлуатації автотранспортних засобів, включаючи прийом і направлення списаних виробів на переробку.

- інформаційне забезпечення власників автотранспортних засобів.

- навчання і консультації персоналу автотранспортних підприємств, підприємців та фізичних осіб - власників автотранспортних засобів [26,с.154].

У сучасному автосервісному секторі різноманітні послуги технічної експлуатації виявляються невід'ємною складовою життєвого циклу автотранспортних засобів. Забезпечення клієнтів широким спектром сервісних можливостей включає в себе не лише технічне обслуговування і ремонт автомобілів, а й важливі аспекти, такі як постачання запасних частин, оцінка і торгівля транспортними засобами, а також надання послуг з експлуатації та утилізації відходів.

Важливість інформаційної складової у сучасному сервісному секторі також не може бути недооціненою. Реклама, інформаційна підтримка клієнтів, вивчення ринку та адаптація до його потреб стають стратегічними факторами для успішного функціонування автосервісних підприємств.

Усе це підкреслює важливість і необхідність розвитку та підтримки комплексної системи автосервісу, яка б не лише відповідала потребам власників автомобілів, а й сприяла загальному підвищенню ефективності, економічності та екологічної безпеки автотранспортних засобів.

1.2 Види і класифікація авто сервісних підприємств

Автосервісні підприємства в сучасному світі розгалужені та вдосконалені, надаючи різноманітні послуги для задоволення потреб власників автомобілів. Визначаючи їхню класифікацію та види, можна врахувати широкий спектр функцій, які вони виконують, від технічного обслуговування до складних ремонтних робіт та послуг з продажу запасних частин. Давайте розглянемо основні види та класифікацію автосервісних підприємств, які сприяють забезпеченню надійності та тривалого функціонування автотранспортних засобів.

Система автосервісу визначається своєрідною підсистемою, яка спрямована на підтримку автомобілів у працездатному стані. Її основне призначення — надання високоякісних послуг з технічного обслуговування, ремонту та інших технічних заходів для забезпечення безпечної експлуатації автотранспорту. Ця підсистема представлена розгалуженою мережею різноманітних підприємств автосервісу, що відрізняються за потужністю, розмірами та функціональністю.

Станції технічного обслуговування автомобілів пропонують обладнані пости, пункти самообслуговування, а також послуги з продажу запасних частин і матеріалів. Безпосередньо на цих станціях можуть здійснюватися технічні консультації з технічного обслуговування та ремонту автомобілів.

Організаційні форми технічного обслуговування та ремонту легкових автомобілів представлені різноманітним спектром. Сучасні сервісні центри є високофункціональними підприємствами, класифікованими за ступенем спеціалізації, місцезнаходженням та виробничою потужністю, враховуючи кількість виробничих постів і ділянок [28,с.167].

Залежно від географічного положення, СТОА класифікуються як міські, призначені в основному для обслуговування автопарку легкових автомобілів конкретного населеного пункту чи території, і дорожні, які забезпечують технічну допомогу автомобілям, що перебувають в дорозі.

Це поділ визначає різницю у кількості виробничих постів та технічному обладнанні СТОА. Дорожні СТОА є більш універсальними, вони мають від одного

до п'яти робочих постів і розраховані на виконання різних завдань, таких як мийка, змащення, кріплення, регулювання та виправлення дрібних поломок і несправностей, що можуть виникнути в дорозі. Також вони здійснюють заправку транспортних засобів паливом і маслом. Зазвичай дорожні СТОА будуються поруч із автозаправними станціями.

За рівнем спеціалізації автомобілів, підприємства автосервісу поділяються на комплексні (універсальні), спеціалізовані за видами робіт і самообслуговування СТОА.

Комплексні СТОА представляють собою установи, які здатні виконувати весь спектр робіт з технічного обслуговування та ремонту автомобілів. Їх можна універсальними, охоплюючи різні марки автомобілів, або спеціалізованими, спрямованими на обслуговування та ремонт конкретної марки авто. Цей підхід стає особливо актуальним у зв'язку з розширенням автопарку легкових автомобілів і зростанням різноманітності їх структури.

Універсальні комплексні СТОА мають технічні можливості та кваліфікований персонал для обслуговування та ремонту автомобілів різних марок і моделей. Вони забезпечують широкий спектр послуг, що включає діагностику, ТО, ремонт двигуна, ходової частини, електричних систем, кузовний ремонт і інше.

З іншого боку, спеціалізовані комплексні СТОА фокусуються на обслуговуванні конкретної марки автомобіля чи групи схожих марок. Вони спеціалізуються на особливостях технічного обслуговування та ремонту цих автомобілів, що дозволяє їм надавати високоякісні послуги, оптимізовані під конкретні вимоги та стандарти виробника. Такий підхід особливо важливий для власників автомобілів певної марки, оскільки гарантує спеціалізовану експертизу та високий рівень обслуговування [29,с.176].

Спеціалізовані підприємства автосервісу, які спеціалізуються на конкретних марках і моделях автомобілів, відіграють ключову роль у забезпеченні високоякісного обслуговування для власників транспортних засобів. Цей підхід

дозволяє зосередитися на унікальних характеристиках конкретного бренду та забезпечити спеціалізовані послуги, відповідні стандартам та вимогам виробника.

Одні з таких спеціалізованих підприємств працюють в гарантійний період транспортних засобів конкретних марок. Під час гарантійного періоду, обслуговування і ремонт автомобіля здійснюються відповідно до стандартів та вимог виробника. Такі підприємства зазвичай мають прямі контракти з автовиробниками і використовують тільки оригінальні запасні частини та обладнання.

Після завершення гарантійного періоду, власники автомобілів можуть звертатися до цих же спеціалізованих підприємств для отримання послуг технічного обслуговування і ремонту в післягарантійний період. У цьому випадку, підприємства можуть використовувати як оригінальні, так і після ринкові (неоригінальні) запчастини в залежності від вибору клієнта та його бюджету.

Такий розділ спеціалізованих підприємств дозволяє власникам автомобілів отримати високоякісне обслуговування, враховуючи унікальні особливості і вимоги кожної марки автомобіля.

Автосервісні підприємства можуть бути поділені на різні види залежно від спеціалізації, такі як комплексні СТО, які виконують різноманітні роботи з обслуговування та ремонту для різних марок автомобілів, та спеціалізовані підприємства, орієнтовані на певні марки чи види робіт, такі як гарантійний сервіс чи тюнінг.

Автозаправні станції (АЗС) виконують не лише функцію заправки автомобілів паливом і маслами, але й забезпечують ряд додаткових послуг, утворюючи так званий «малий сервіс». Основні послуги включають підкачку шин, очищення салону, доливання охолоджуючої рідини, а також продаж деяких запасних частин і обладнань для догляду за автомобілем [33,с.132].

Деякі АЗС пропонують широкий спектр послуг, що виходить за межі звичайного заправлення. Це може включати технічне обслуговування і поточний ремонт автомобілів. Цей підхід отримав популярність у багатьох країнах, зокрема в

США, де приблизно 16% всіх робіт з технічного обслуговування і поточного ремонту автомобілів виконуються на автозаправних станціях. Більше 70% всіх АЗС в США, їх кількість перевищує 200 тисяч, здійснюють різноманітні роботи з технічного обслуговування і поточного ремонту.

Спеціалізовані станції технічного обслуговування (СТО) загального призначення, в контексті виробничої діяльності, відповідають за аналогічний спектр послуг, як і їхні вітчизняні комплексні аналоги. Серед них найбільш перспективними є СТО, які включають в себе відділ продажу автомобілів. Продаж транспортних засобів в справному стані та з належним товарним виглядом не лише забезпечує фірмі високий ступінь престижу, але й викликає довіру споживачів. Переконаний покупець, який отримав автомобіль на такій станції, ймовірно, стане постійним клієнтом, що визначає інтереси власників даної станції.

Мережі швидкісного обслуговування призначені виключно для проведення регламентних процедур технічного обслуговування (ТО). Наприклад, компанія "Піт-Стоп" (США) пропонує широкий спектр послуг, таких як мийка автомобіля, заправка паливом, мастильними та іншими рідинами всього за 12 хвилин. Для оптимізації процесу використовуються потокові лінії з дистанційним управлінням за допомогою електронно-обчислювальних систем. Продуктивність потокової лінії сягає близько 150 автомобілів за зміну. Важливо відзначити, що вартість комплексного обслуговування на цих станціях на 25% більш доступна, ніж на звичайних автосервісах [39,с.158].

Автозаправні станції самообслуговування створюють сприятливі умови для власників автомобілів, надаючи їм робоче місце та необхідний інструмент для самостійного проведення технічного обслуговування та ремонту. Це виявляється вкрай вигідним для автовласників, оскільки технічне обслуговування обходиться на 70-80% дешевше, а ремонт - в 3-4 рази менше за вартістю порівняно з іншими станціями. Власники станцій отримують прибуток через почасову оплату за оренду устаткування, інструментів і виробничої площі, що забезпечує їх ефективність.

Поширенню концепції самообслуговування сприяє висока вартість технічного обслуговування та ремонту.

Станції самообслуговування розподіляються за призначенням на два типи: для технічного обслуговування малого обсягу і технічного обслуговування та ремонту великого обсягу з використанням діагностичного обладнання. На перших здійснюється в основному миття, змащення і заправка автомобіля, процеси яких можуть бути повністю або частково автоматизовані (за допомогою монетних автоматів для активації мийок, діагностичних стендів та іншого обладнання). Другий тип станцій надає більший спектр послуг.

Автосервіси ремонту аварійних автомобілів виникли як самостійні спеціалізовані підприємства, коли були розроблені ефективні методи та засоби відновлення пошкоджених авто, що зробило їхню діяльність економічно вигідною. Запит на ремонт кузовів і фарбування автомобілів істотно зросло внаслідок збільшення кількості дорожніх пригод та розширення автопарку [41,с.147].

Головною мотивацією створення цих станцій став високий попит на послуги з відновлення автомобілів, що зазнали значних пошкоджень кузова. Ці спеціалізовані підприємства володіють ефективними методами ремонту та використовують високопродуктивне обладнання, що дозволяє швидко та якісно відновлювати деформовані частини кузова.

Станції безпеки руху виконують примусову перевірку ключових вузлів і агрегатів, що відповідають за безпеку руху автомобіля. Навіть якщо їх кількість обмежена, застосування потокових ліній робить їх вкрай продуктивними. У ФРН, наприклад, функціонує близько 200 таких станцій, які здійснюють перевірку понад 5 мільйонів автомобілів щорічно.

Останнім часом спостерігається розвиток автоматизованих станцій контролю систем, спрямованих на забезпечення безпеки руху автомобіля. Це означає, що нові технології впроваджуються для автоматизації процесів перевірки і контролю, щоб забезпечити високий стандарт безпеки на дорозі. Ці системи можуть включати в себе

різноманітні сучасні технології, такі як системи дистанційного виявлення несправностей, контролю стабільності та антиблокувальні системи гальмування, щоб ефективно забезпечити, що автомобілі на дорозі відповідають високим стандартам безпеки[].

Експертні центри. Спрямовані на виконання конкретних операцій з технічного обслуговування або ремонту, таких як відновлення шин, автоматичної трансмісії, обслуговування акумуляторів тощо. У Сполучених Штатах їх існує понад 50 тисяч, і приблизно половина спеціалізується на ремонті і фарбуванні автомобільних кузовів. Головною перевагою цього типу центрів є те, що вузький спектр послуг дозволяє автоматизувати їхню діяльність та ефективно використовувати високопродуктивне обладнання. В Європейських країнах також зустрічаються спеціалізовані центри, проте, на відміну від американських, вони характеризуються більшою різноманітністю послуг і значною масштабістю [23,с.153].

Мобільні автосервіси - ініціатива компаній, що акцентують увагу на забезпеченні зручності обслуговування автомобілів у безпосередній близькості від місця проживання або роботи власників. Цей підхід використовує пересувні станції, які монтується на шасі вантажних автомобілів. Спеціалізований автомеханік не лише виконує технічне обслуговування та дрібний ремонт, але також надає послуги з продажу запасних частин і автообладнання. Існують два основних типи мобільних автосервісів: станції швидкої технічної допомоги, що надають обслуговування автомобілів, що потрапили в аварію або вийшли з ладу, і станції, які забезпечують технічне обслуговування автомобілів безпосередньо вдома клієнта, виконуючи технічне обслуговування і ремонт у гаражі власника [45,с.143].

Автосервіси на дорогах, часто відомі як дорожні СТО, є компактними об'єктами з 1-3 робочими постами, які зазвичай встановлюються поруч із автозаправними станціями. Розташовані на відстані близько 50 кілометрів один від одного, ці станції зазвичай оснащені барами та магазинами, доповнюючи виробничі

приміщення. Функціонально, дорожні СТО спрямовані на технічну допомогу транспортним засобам, які перебувають в подорожі.

Забезпечуючи універсальне обслуговування і ремонт легкових, вантажних автомобілів і автобусів, ці станції можуть мати від 1 до 5 робочих постів. Основні види робіт, які вони виконують, включають мийку, змащування, закріплення і регулювання, а також усунення невеликих поломок і несправностей, що можуть виникнути під час подорожі. Дорожні СТО зазвичай вбудовані в комплекс із заправними станціями для зручності користувачів.

Сервіси у містах, спеціалізовані на обслуговуванні основної кількості легкових автомобілів населення, відомі як міські СТО, відрізняються в залежності від технічного устаткування. Відмінною особливістю є обов'язковість кузовних і фарбувальних робіт на міських станціях, хоча на дорожніх вони можуть відсутні.

Міські СТО розділяються на три основні типи залежно від кількості робочих постів і роду виконуваних робіт: малі, середні і великі. Малі станції (до 10 робочих постів) надають послуги, такі як миття, експрес-діагностика, технічне обслуговування, мастильні, шиномонтажні, електрокарбюраторні, підзаряд акумуляторів, кузовні, мідницькі, підфарбовування кузова, зварювальні, поточний ремонт агрегатів, та продаж запасних частин, автообладнання і експлуатаційних матеріалів.

Середні станції (11—35 постів) виконують ті ж роботи, що і малі, додаючи повну діагностику технічного стану автомобілів та агрегатів, фарбування всього автомобіля, шпалерні роботи, заміну агрегатів, ремонт акумуляторних батарей та можливість продажу автомобілів.

Великі станції (більше 35 постів) надають повноцінний спектр обслуговування та ремонту, аналогічно середнім станціям [50,с.86-87].

Автосервісні підприємства розмаїті та спеціалізовані, надаючи різноманітні послуги для обслуговування та ремонту автомобілів. З нижче наведеної таблиці

можна здобути уявлення про різні типи СТО та їхні основні функції, які відповідають різним потребам автовласників(табл.1.1).

Таблиця 1.1 – Класифікація станцій технічного обслуговування автомобілів

Тип СТО	Опис
Комплексні СТО	Виконують повний комплекс робіт з обслуговування та ремонту автомобілів, можуть бути універсальними або спеціалізованими на обслуговуванні конкретних марок автомобілів.
Спеціалізовані СТО	Спеціалізуються на конкретних видах робіт або обслуговуванні певних автомобільних систем, таких як ремонт шин, автоматичної трансмісії, акумуляторів тощо.
Автозаправні станції	Надають послуги з заправки автомобілів, а також можуть виконувати додаткові роботи, такі як підкачка шин, очищення салону, продаж запасних частин та інші.
Станції самообслуговування	Власникам автомобілів надається робоче місце та інструменти для самостійного виконання робіт. Зазвичай є більш вигідними для власників авто в контексті вартості обслуговування та ремонту.
Станції ремонту аварійних автомобілів	Спеціалізуються на відновленні автомобілів, що отримали значні пошкодження кузова. Використовують ефективні методи ремонту та високопродуктивне обладнання для швидкого відновлення пошкоджених частин кузова.
Станції безпеки руху	Проводять примусову перевірку вузлів і агрегатів, що забезпечують безпеку руху автомобіля. Мають потокові лінії, що дозволяє проводити ефективну перевірку.
Пересувні станції	Мобільні станції, які обслуговують автомобілі поблизу місця проживання чи роботи власників. Є два типи: станції швидкої технічної допомоги для автомобілів, що потрапили в аварію, та станції обслуговування автомобілів вдома, які виконують ТО та ремонт в гаражі власника.
Дорожні СТО	Розташовані на відстані одна від одної близько 50 км на дорогах для технічної допомоги автомобілям в дорозі. Мають від 1 до 5 робочих постів і виконують мийні, змащувальні, кріпильні, регульовальні роботи та інші послуги.

Джерело: Складено автором на основі [36]

В таблиці представлено різні види автосервісних підприємств, кожне з яких відзначається унікальним спектром послуг та функцій. Визначаючи специфічні

характеристики кожного типу СТО, ми надаємо зрозумілу структуру для орієнтації в різноманітності обслуговування автомобілів.

Таким чином, види автосервісних підприємств різноманітні та відповідають різним потребам власників автомобілів. Від дорожніх СТО, спеціалізованих підприємств до пересувних станцій, кожен тип виконує важливу роль у забезпеченні технічної підтримки і наданні сервісу. Розуміння цих різниць дозволяє автовласникам знаходити оптимальні рішення для обслуговування та ремонту своїх автомобілів, щоб забезпечити їхню безпеку та надійність на дорозі.

1.3 Сучасні стратегії розвитку автосервісу в Україні

Україна, як країна з активно розвиваючимся автопарком, стикається з постійним попитом на якісне та ефективне автосервісне обслуговування. В контексті стрімкого технологічного розвитку та зростання конкуренції, стратегії розвитку автосервісу в Україні набувають нових вимірів, спрямованих на задоволення високих стандартів якості, інновацій та клієнтської спрямованості. Дослідження сучасних тенденцій та стратегічних підходів до автосервісної галузі в Україні дозволяє визначити ключові аспекти, що формують перспективи її подальшого розвитку.

Кожен автолюбитель розуміє важливість своєчасного обслуговування свого транспортного засобу та регулярної діагностики автомобіля. Цей комплекс заходів не лише допомагає уникнути майбутніх проблем, але й гарантує безперебійну експлуатацію автівки. Спогади про «гаражний сервіс», коли ремонт виконував досвідчений дядько Вася, можна вважати залишками минулого. Здивовано, але цей тип ремонту і досі існує [27,с.99].

Це зумовлено не тільки професіоналізмом деяких майстрів, але й бажанням власників автосервісів збільшити кількість замовлень, що, на жаль, призводить до того, що частину робіт «віддають на сторону».

Другий спосіб надання автосервісу, який активно просувається в Україні зараз, можна визначити як «американський». Відзначається він неабиякою тенденцією «технологізувати» процес ремонту у всіх його аспектах. У цьому підході всі етапи процесу строго регламентовані - технічні роботи, система документаційного супроводу, а також взаємовідносини з клієнтами. Однак важливо зауважити, що ця система також включає жорсткі вимоги до решти "галузей" авторемонту, таких як система постачання запчастин, оформлення ремонту за страховкою, обслуговування авторемонтного обладнання і багато іншого. Досягнення бездоганних відносин у всіх цих аспектах залишається поки що завданням, недосяжним для більшості вітчизняних сервісних підприємств.

Зрештою, існує третій тип автосервісу, який можна умовно назвати «британським». Його ключовою рисою є орієнтація на клієнта, незалежно від обсягів робіт. Важливо підкреслити, що ця політика спрямована не лише на те, щоб мінімізувати час очікування для «середньостатистичного клієнта», як у «американській моделі». «Британський стиль» означає, що ремонт повинен бути психологічно комфортним для власника автомобіля. Цей комфорт має підтримуватися навіть у випадках технологічних збоїв, які, на жаль, досить часто в українських умовах призводять до затримок у виконанні ремонтних робіт.

Дивно спостерігати за технічними та організаційними відтінками, які виявляються при будівництві автосервісу «британського типу». Перший важливий аспект - це розташування автосервісу, для якого, на відміну від «американського» підходу, не обов'язково розташовуватися на великих автомагістралях. Другий ключовий компонент такого сервісу - персонал. Для «британської моделі» це особливо критично, оскільки вона ставить за мету взаємодію з клієнтом з боку будь-якого працівника автосервісу. Отже, окрім високого професіоналізму, працівники

повинні мати особисті якості, що дозволяють взаємодіяти з клієнтами, одночасно захищаючи інтереси підприємства та підтримуючи його репутацію.

Третій компонент - це обладнання, використовуване при ремонті автомобілів. Зрозуміло, що воно повинно бути високотехнологічним не лише для виконання ремонтних робіт на рівні hi-tech, але й для забезпечення психологічного комфорту клієнтів. Оскільки на українському ринку обладнання від одних і тих самих виробників часто пропонується різним компаніям, вибір постачальника варто розглядати з точки зору співпраці з великими фірмами. Це дозволяє замовити широкий спектр устаткування зі значними «оптовими знижками». Крім того, це спрощує питання постачання та встановлення придбаного обладнання. Ще однією важливою складовою вибору обладнання є високий рівень гарантійного та післягарантійного обслуговування, яке надає постачальник [25,с.113-114].

Криза останніх років призвела до значного зниження попиту на послуги авторемонту на 30-40%. Основною негативною динамікою є загальний спад на ринку автотранспорту. Зокрема, корпоративні клієнти, багато з яких припинили свою діяльність або значно скоротили обсяги, найсильніше зменшили обсяг замовлень. У приватних клієнтів попит також зменшився, хоча не настільки різко, оскільки багатіші особи можуть собі дозволити новий автомобіль і вкладають більше у ремонт. Тим не менше, в автосервіси звертаються лише у випадках серйозних поломок, прагнучи заощадити. Зросла конкуренція з боку «гаражних сервісів», які пропонують ремонт і технічне обслуговування автомобілів за більш доступними цінами.

Вартість імпортованих запчастин також зросла на 30%, що змушує компанії переглядати свої тарифи. Тривалість ремонту збільшилася через порушення логістики імпортованих поставок, а небажання компаній утримувати великі складські запаси збільшило терміни виконання замовлень. Співпраця з постачальниками запчастин є викликом, оскільки кількість великих і надійних постачальників обмежена, і компанії вимушені пристосовуватися до їх умов. Це обмеження

викликає труднощі з утриманням повного асортименту необхідних запчастин на складі, і значна їх частина замовляється за допомогою каталогів, збільшуючи тим самим терміни ремонту. Забезпечити стандартний запас запчастин можуть собі дозволити лише сервісні підрозділи дилерів найбільших автовиробників, для яких це є обов'язковою вимогою.

Однією з актуальних напрямків, на який спрямовують свою увагу багато авторемонтних майстерень, є обслуговування парку державних органів і великих компаній. Для участі в тендерах потрібно залучати спеціальних менеджерів, які не лише відстежують їх проведення, але й забезпечують підготовку необхідної документації.

Ще однією значущою нішою є обслуговування автопарків транспортних і виробничих компаній, які виявили, що вартість утримання власних сервісів перевищує вартість аутсорсингу. Тим самим, ринкові ціни на аутсорсинг цієї функції стали більш конкурентоспроможними [18,с.123].

Колись приваблива ніша, пов'язана з обслуговуванням автомобілів у зв'язку з аварійними випадками, зараз пов'язана з великим ризиком через затримки виплат від страхових компаній. Ще однією проблемою є розбіжність між оцінкою шкоди від страховика і фактичною собівартістю ремонту в конкретному сервісі.

Незалежні авторемонтні компанії вистачає якості обслуговування та гарантійних послуг. Їх асортиментна політика спрямована на розширення спектру наданих послуг, щоб гарантувати повне обслуговування техніки клієнтів.

Незважаючи на тимчасові труднощі, ніша послуг автосервісу залишається неповною і відкритою для розвитку малого та середнього бізнесу. За даними компанії "Pro-consulting" в Україні зареєстровано понад 10 млн. транспортних засобів, і згідно зі статистикою продажів, до кінця 2023 року український ринок може досягти 709 тис. автомобілів. Такий ріст продовжуватиметься декілька років, поки рівень автомобілізації не досягне хоча б 500 авто на 1000 жителів (порівняно з поточним рівнем - 130 авто на 1000 чоловік). При такому стрімкому зростанні

авторинку виникає проблема недостатнього обслуговування автопарку, і забезпеченість СТО в Україні залишається на рівні 50-60% від загальних потреб.

Авторемонт – це складний та відповідальний процес, який вимагає від підприємця не лише організаторських здібностей, а й глибокого розуміння матеріальної частини автомобіля, його експлуатаційних характеристик і правильної методики усунення різних несправностей. Концепція авторемонтної майстерні як ідеї для малого бізнесу стає дуже затребуваною, оскільки багато автолюбителів періодично звертаються до СТО для отримання допомоги [16,с.192].

Причини обрання цієї послуги різноманітні:

- вичерпався ресурс.
- зійшла з ладу запчастина або вузол.
- відбулося механічне пошкодження кузовного елемента.

Для виконання кожного виду робіт важлива присутність кваліфікованого фахівця, який вміло здійснює ремонт. Таким чином, при створенні бізнес-плану для даної ідеї слід звертатися за консультацією до експертів в даній галузі.

Якщо є проблеми з мотором, вони повинні бути вирішені мотористом; якщо потрібно провести кузовні роботи, тоді зварник та рихтувальник допоможуть у вирішенні проблеми. Таким чином, при організації СТО підприємець повинен чітко визначити, які види робіт він планує виконувати. Оптимальним варіантом є комплексне обслуговування, починаючи від діагностики і закінчуючи заміною запчастин, але це передбачає наявність спеціального обладнання та кваліфікованого персоналу, які зможуть впоратися з завданням будь-якої складності.

В межах організації СТО підприємець може інвестувати в діагностичне обладнання, що дозволить виявляти несправності на ранніх стадіях. Це сприятиме оперативній заміні вузлів та деталей, які вийшли з ладу, подовжуючи терміни експлуатації транспортного засобу.

Також як один з варіантів бізнес ідеї спеціалізації СТО – проведення планового ТО. Станція техобслуговування, крім діагностики і ремонту, може робити

заміну масла і фільтрів, що є досить затребуваним у автолюбителів. Для фахівців це не складна процедура, і тому в день можна обслуговувати велику кількість машин.

Зазвичай, бюджетні автомобілі, виготовлені на українських підприємствах під брендом «АВТОЗА3», стають більш доступними для населення та найчастіше зустрічаються на вітчизняних дорогах. Таким чином, вказана ідея бізнесу в Україні може стати вигідним шляхом для отримання прибутку. Ці автомобілі часто потребують ремонту як ходової частини, так і двигуна, і для якісного обслуговування автомобілів «АВТОЗА3» необхідно залучення фахівця [5,с.192].

Отже, при створенні бізнесу з авторемонтних робіт підприємцю важливо звернути увагу на транспортні засоби вітчизняного виробництва. Однак це не означає, що власнику бізнесу слід відмовитися від ремонту автомобілів інших брендів, оскільки для якісної автодопомоги потребують різні моделі транспортних засобів. Маленький автосервіс, яким він повинен бути, тільки розвивається. Це не просто станція технічного обслуговування; це цілісний комплекс, що включає в себе магазин, кафе, мийку, пілосос для автомобіля, телевізор, кімнату відпочинку та спостереження за процесом ремонту, а іноді навіть готель та автостоянку. Зазвичай такий комплекс розташований біля дороги, має привабливий зовнішній вигляд, неонові вивіски та високопрофесійний персонал обслуговування.

У розвинених країнах малі автосервіси розвиваються, головним чином, як сімейні бізнеси та на території заправочних комплексів. Подібні тенденції відзначаються й у нас, але наразі ці ідеї ще не здійснені. Для успішного розвитку малого автосервісу необхідно внести зміни до законодавства та обов'язково сертифікувати його фахівців. Ця ситуація виникає з того, що власники автомобілів, які виступають як споживачі послуг, і самі автосервіси, мають не найкраще економічне становище. Приймаючи рішення щодо технічного стану автомобіля, вони керуються не лише технічними потребами, а й власними можливостями. Дослідження та досвід свідчать про те, що власники автомобілів часто уникають відвідування автосервісу. За звітами, лише 16% власників автомобілів звертаються

до автосервісу для профілактичних робіт, тоді як інші звертаються лише у випадках очевидної несправності, коли автомобіль перестає рухатися. Через принцип економії, власники намагаються обирати більш доступні автосервіси. Цю тенденцію визначає не лише велика кількість старих автомобілів, але й збільшенням кількості старих іноземних авто в автопарку. На сьогоднішній день такі автомобілі становлять переважну більшість в структурі автопарку, а їх власники мають обмежені фінансові можливості [3,с.171].

Як було відзначено раніше, особистий власник автомобіля і сам автосервіс не єдині, хто зацікавлений у їхньому існуванні. Місцева влада, зокрема губернатор, також має великий інтерес до цього автосервісу, оскільки він вирішує проблеми безробіття і знімає соціальну напругу.

Один із наслідків цього - надто низький рівень безпеки на дорозі, що, включаючи невідповідний технічний стан автомобілів у експлуатації (приблизно 20% випадків), повинен був би бути вирішений автосервісом. Серед чинників, які негативно впливають на безпеку руху через автосервіс, можна виділити невідповідність технічного рівня СТО вимогам обслуговування та ремонту сучасних автомобілів, а також низький рівень кваліфікації працівників, які працюють в неавторизованому сервісі.

Серед інших факторів, які призводять до низького рівня безпеки на дорозі через автосервіс, варто відзначити недостатнє інформаційне забезпечення, незадовільні умови роботи та несумісність їх із вимогами та стандартами, а також використання несертифікованих частин, невідповідність технологій та відсутність відомостей про них. За весь час кількість підприємств автосервісу зростає на 10-15% щорічно. З приводу їх стану, за винятком окремих випадків, відзначається відсутність поліпшень, а відносно персоналу, через його дефіцит, ситуація лише погіршується. 95% СТО в Україні є самостійними та не мають законного доступу до технічної інформації. Тільки 35% СТО, які є авторизованими сервісами, є взірцем технологій, організації та сервісу в галузі автосервісу. 95% універсальних,

спеціалізованих та малих СТО розвиваються без державної підтримки. Це привело до того, що 90% персоналу в цій галузі не спеціалізовано, і практично стільки ж СТО не відповідають вимогам не лише клієнтів, але і регламентації [6,с.149].

Для зміни ситуації в сфері автосервісу необхідно спроектувати державну концепцію його розвитку, яка базується на кількох ключових положеннях.

1.Автосервіс повинен стати не лише місцем обслуговування та ремонту автомобілів, а й центром технічного нагляду за їхнім технічним станом. Одержавши право на технічний контроль автомобілів, автосервіс отримує велику відповідальність за їхній технічний стан під час експлуатації.

2.Може бути створена організація, яка вирішуватиме питання автосервісу, над якими окремі підприємства не в змозі самотійно працювати. Такою організацією в Європейському союзі є «Спілка підприємств автосервісу». Її завдання включають розробку вимог до підприємств автосервісу та їх відповідність цим вимогам.

3.Для оцінки відповідності вимогам підприємства автосервісу може бути розроблена і затверджена методика класифікації.

4.3 огляду на відповідальність за технічний стан автомобіля, персонал автосервісу повинен бути сертифікований на право виконання робіт, пов'язаних із безпекою руху.

5.Підприємства автосервісу також повинні бути сертифіковані, оскільки лише кваліфікований та сертифікований фахівець у відповідних умовах виробництва може гарантувати якість обслуговування та ремонту, а також безпеку руху.

6. На законодавчому рівні слід прийняти концепцію розвитку автосервісу як сфери, яка забезпечить безпеку руху, враховуючи вимоги до якості обслуговування та ремонту автомобілів та реальний стан на ринку.

7.У сучасний час 95% універсальних автосервісів лишаються поза досяжністю технологічної інформації. Їх бажання отримувати прибуток призводить до використання обхідних шляхів для здобуття технічних даних. І все це було б припустимо, якщо не стосувалося питань безпеки руху та життя людей. Не зовсім

зрозуміло, чому держава не приділяє уваги цьому аспекту, коли 95% підприємств автосервісу, які виконують роботи з обслуговування та ремонту автомобілів, не мають доступу до технологічної інформації. Адже автомобілі, які були імпортовані в Україну 5-6 років тому, вже не використовують послуг авторизованих сервісних центрів, а обслуговуються на універсальних підприємствах.

8.Управління підприємствами автосервісу, більшість з яких (не лише в Україні) є малими, з чисельністю персоналу до 5 чоловік, реалізується власниками самостійно, які, за винятком кількох випадків, не мають необхідних знань і досвіду для ефективного управління [13,с.109].

У контексті сучасних викликів автомобільної галузі в Україні, розробка ефективних стратегій розвитку автосервісу стає критично важливою задачею. З урахуванням аналізу визначених аспектів, пропонуємо стратегічні напрямки, які можуть сприяти вдосконаленню галузі та підвищенню якості обслуговування. Нижче подано таблицю, яка систематизує ці стратегії та надає короткі висновки для кожного напрямку розвитку(табл.1.2.).

Таблиця 1.2 – Аспекти розвитку автосервісу в Україні

Номер	Аспект розвитку автосервісу в Україні	Зміст аспекту	Висновки
1	Доступ до технологічної інформації	Забезпечення 95% універсальних СТО доступом до технологічної інформації	Значимість цього аспекту виходить за межі економічного інтересу, оскільки безпека руху і життя людей вимагають обов'язкового доступу до важливих технічних даних.
2	Управління підприємствами автосервісу	Самостійне управління малими підприємствами, недостатня підготовка власників	Рекомендація щодо оперативної та вибіркової підготовки власників, обов'язкової щодо законодавства та регулювань.
3	Підготовка персоналу	Проблеми в підготовці персоналу через специфіку технічних посад	Необхідність спеціалізованих програм та центрів, які задовольняють конкретні потреби виробників.

Джерело: Складено автором на основі [50]

Продовження таблиці 1.2

4	Організація системи турботи про автомобіль	Відповідальність за технічний стан автомобіля	Розгляд можливості впровадження системи, яка базується на взаємовигідних відносинах між клієнтами та автосервісом, враховуючи державні програми.
5	Забезпечення технічної безпеки автомобіля	Концепція забезпечення якості обслуговування та ремонту	Необхідність розробки концепції, яка базується на державних програмах та сприяє взаємовигідним відносинам між споживачем та автосервісом.

У висновку можна відзначити, що в контексті динамічного ринку автосервісу в Україні важливо впроваджувати ретельно розроблені стратегії, спрямовані на підвищення ефективності та покращання якості послуг. Розглянуті стратегічні напрямки, засновані на аналізі існуючих проблем та потреб галузі, визначають важливі пункти для подальшого розвитку.

Стратегічні напрямки, такі як удосконалення доступу до технологічної інформації для універсальних СТО, залучення державних ініціатив до формування стандартів та сертифікації, а також активізація програм підготовки персоналу, створюють базу для розвитку високотехнологічних та конкурентоздатних автосервісних підприємств.

За допомогою відповідних стратегічних заходів можна досягти не тільки економічного зростання галузі, але і підвищити рівень технічної безпеки автотранспорту. Однак успішна реалізація цих стратегій вимагатиме спільних зусиль галузевих представників, державних органів та освітніх установ для створення стабільного та інноваційного екосистеми автосервісу в Україні.

РОЗДІЛ 2. МОЖЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ СТАНЦІЙ ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ

2.1 Аналіз ринку автомобільного сервісу в Україні

Розвиток ринку автосервісних послуг в Україні стикається з рядом важливих проблем, що визначаються як економічними, технічними, так і соціокультурними чинниками. Серед цих викликів можна виділити віну в Україні з 2022 року, неоднорідність якості обслуговування, нестабільність законодавчого середовища та відсутність чіткої стратегії розвитку для вітчизняних автосервісних підприємств. Ці аспекти ускладнюють формування ефективної системи авторемонту та обслуговування автотранспорту в країні.

Внаслідок ухвалення Закону України від 1 липня 2014 року № 1961-IV "Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів" страхові компанії виявляють інтерес до співпраці з авторизованими ремонтними підприємствами. Однак пошуки партнерів не завжди призводять до успіху, оскільки вони зацікавлені в співпраці з підприємствами, які володіють сучасним обладнанням та висококваліфікованим персоналом і при цьому можуть надавати послуги за доступною ціною. На жаль, кількість таких підприємств наразі обмежена [1].

З урахуванням збільшення автопарку і зміни у підході власників транспортних засобів до обслуговування – від самообслуговування до звернення до спеціалізованих фахівців, стає очевидним дефіцит кваліфікованих ремонтників. Попит на автосервіс виявляється значно вищим, ніж пропозиція. Ситуація нагадує передреволюційний період, коли покупці вже не бажають взятися за власний ремонт, а вітчизняні постачальники транспортних засобів, не маючи власних сервісних

структур, не можуть задовольнити це зростаюче вимогливе питання. Нестача сервісу для техніки, яку продають, стає нагальною проблемою.

Ринок настійно потребує термінового та ефективного розширення числа підприємств, спрямованих на ремонт та обслуговування транспортної техніки, а також установ навчання для майбутніх водіїв, механізаторів і ремонтників. Зростаюча нестача таких підприємств, а також фірм, які спеціалізуються на створенні навчальних матеріалів та посібників з ремонту, виробництва запасних частин та супутніх товарів, створить понад два мільйони нових робочих місць.

Успішна організація сервісних інфраструктур для забезпечення ефективної економіки стає стратегічним завданням. Сервісним підприємствам рекомендується об'єднатися в союзи, щоб захищати свої інтереси на рівні обласних адміністрацій та в уряді. Асоціації та спілки підприємців, що діють на ринку техніки, повинні активно сприяти прийняттю необхідних нормативних актів для сприяння розвитку цієї галузі економіки.

Важливо враховувати і примусові заходи. Умови сертифікації роздрібною торгівлі технікою повинні включати вимоги до наявності нормативних потужностей у торгових підприємств щодо після продажного ремонту та обслуговування, а також належних запасів запасних частин. Також вимагається наявність дилерських договорів з постачальниками, які визначають повноваження та території діяльності. Сертифікація оптової торгівлі технікою повинна передбачати створення регіональних складів запасних частин на заводах не далі половини відстані до місць розташування ремонтних підприємств в кожній області для оперативного задоволення їхніх потреб. Заводи повинні користуватися стабільною торговельною політикою, спрямованою на співпрацю з малими сервісними підприємствами, а також створення потужних служб для підготовки сучасних техніко-інформаційних матеріалів та професійного навчання ремонтників [43,с.133].

Перед тим, як глибше аналізувати ринок автосервісу в Україні, слід відзначити ключові особливості та тенденції ринку нових автомобілів, оскільки ці два сегменти

тісно взаємопов'язані. У зв'язку з початком війни в 2022 році ринок нових авто в Україні зазнав значних змін, викликаючи переосмислення виробничих стратегій. Падіння продажів нових автомобілів створює домінуючий контекст для ринку автосервісу, зокрема збільшуючи попит на послуги обслуговування та ремонту для старіючого автопарку. Давайте розглянемо це взаємозв'язок для кращого розуміння впливу подій на обидва ринки.

Ринок нових авто і ринок автосервісу взаємопов'язані в ряді аспектів, і зміни на одному можуть впливати на інший. Нижче проаналізуємо деякі аспекти, які пояснюють цю взаємодію:

1.Зменшення продажів нових авто - збільшення попиту на автосервіс:

- зменшення обсягів продажу нових автомобілів може призвести до збільшення кількості старих авто на дорогах.
- старі автомобілі, які вийшли з гарантії, потребують більше обслуговування і ремонту.

2.Стан автопарку - визначальний фактор для ринку автосервісу:

- склад та стан автопарку, які включають як нові, так і старі авто, визначають розмір і потенційний попит на автосервісні послуги.

3.Технічний прогрес і нові технології:

- завдяки новим технологіям, сучасні автомобілі можуть вимагати більше кваліфікованого обслуговування.
- розвиток автоматизованих систем і електричних транспортних засобів може впливати на специфіку ремонтних робіт.

4.Ефективність автосервісу - чинник для вибору нового автомобіля:

- якість та доступність автосервісу може вплинути на вибір покупців під час покупки нового авто.

5.Економічні умови і зміни у споживчому південні:

- у складних економічних умовах покупці можуть відкладати покупку нового авто, вибираючи обслуговування і ремонт існуючого транспортного засобу [47,с.198].

Взаємодія цих двох ринків створює динаміку, де зміни на одному ринку можуть створювати нові виклики чи можливості для іншого. Наприклад, розвиток нових технологій у виробництві авто може визначати необхідність спеціалізованих послуг в автосервісі.

Після початку війни в Україні у 2022 році ринок нових автомобілів відчув суттєві турбуленції та перетворення. Загальна кількість проданих нових легкових авто значно зменшилася порівняно з попереднім роком, створюючи нові виклики для автовиробників та покупців. Це падіння в розділі продажів нових авто також вплинуло на ринок автосервісу, надаючи йому новий контекст та завдання. Давайте розглянемо, як ці динамічні зміни впливають на взаємодію між ринками, враховуючи збільшення потреб у послугах обслуговування і ремонту старіючого автопарку(табл.2.1).

Таблиця 2.1 – Динаміка продажів автомобільних Брендів в Україні за 2022 рік

Марка	2022 рік	%	2021 рік	%	22 / 21 %
TOYOTA	6 973	17.40%	15 235	14.71%	-54.23%
RENAULT	4 015	10.02%	13 452	12.98%	-70.15%
VOLKSWAGEN	3 080	7.69%	4 099	3.96%	-24.86%
SKODA	2 836	7.08%	6 178	5.96%	-54.10%
HYUNDAI	2 355	5.88%	4817	4.65%	-51.11%
BMW	1 801	4.49%	2 962	2,86%	-39.20%
MERCEDES-BENZ	1 772	4.42%	2 987	2.88%	-40.68%
MITSUBISHI	1 673	4.17%	4 251	4.10%	-60.64%
CHERY	1 640	4.09%	4646	4.48%	-64.70%
NISSAN	1 193	2.98%	4777	4.61%	-75.035^
KIA	1 174	2.93%	9134	8.82%	-87.15%
PEUGEOT	947	2.36%	3568	3.44%	-73.46%
AUDI	887	2.21%	2 026	1,96%	-56.22%
SUZUKI	821	2.05%	3 769	3.64%	-78.22%
LEXUS	763	1.90%	1 858	1.79%	-58.93%
MAZDA	703	1.75%	2 999	2,89%	-76.56%
DONG FENG	640	1.60%	148	0,14%	332,43%
HAVAL	612	1.53%	922	0,89%	-33.62%
VOLVO	582	1.45%	1 196	1,15%	-51.34%

CITROEN	498	124%	1 577	1,52%	-68.42%
Others	5111	12.75%	13 003	12.55%	-60,69%
Всього	40 076	100,00%	103 604	100,00%	-61,32%

Джерело: Складено автором на основі [30]

2022 рік українського ринку автомобілів привертає увагу: загалом, продано 40 076 нових легкових авто та 4 285 легко-комерційних одиниць. Це спостереження супроводжує понад 60% відмітне зниження порівняно з попереднім роком. Втім, вкінці 2022-го року, у грудні, спостерігалася цікава тенденція – зростання на 28% в порівнянні із попереднім місяцем.

Лідерство на авторинку 2022-го року впевнено утримали автомобілі Toyota. Вдало склалися відома репутація, розширений асортимент та розвинена дилерська мережа, а також оперативне відновлення постачань забезпечили бренду першість. Безумовно, активна політика розширення модельного ряду гравла в кузові, як Toyota RAV4 Adventure, успішний випуск Toyota Land Cruiser 300, а також дебют автомобілів Lexus LX та Lexus NX на українському ринку сприяли цьому успіху.

На другому місці в загальному рейтингу брендів – Renault, з продажем понад 5,1 тис. автомобілів, де лідерство впевнено утримує Renault Duster. Послідовно слідують Volkswagen (3,4 тис.), SKODA (2,8 тис.), та Hyundai (2,6 тис.) – ось перелік п'ятірки найбільш впливових брендів на ринку нових авто за результатами 2022 року.

Отже, аналіз ринку автомобілів в Україні у 2022 році розглянутий через призму ряду визначних тенденцій. Періодичний спад у березні-квітні 2022 року та подальша певна стабілізація влітку та осінню 2022року свідчать про нестабільність, обумовлену ситуацією в країні. Наголошено на проблемах з постачанням авто та зростаючій популярності китайських електрокарів [30].

Не менш важливою тенденцією є реструктуризація роботи дилерської мережі. Внаслідок повномасштабної війни в березні 2022 року багато дилерських центрів тимчасово закрилися, але поступово відновлювали роботу, починаючи з сервісу та

знову відкриваючи можливості для покупок. Зазначається, що численні дилери в різних містах стали об'єктом агресії, розграбувань та руйнувань, зокрема в Херсоні, Миколаєві, Запоріжжі, Краматорську, Харкові, Маріуполі.

Серед позитивних нотаток варто відзначити нові відкриття дилерських центрів, таких як Stellantis Україна (Peugeot, Citroen, Opel), Mitsubishi та Suzuki, навіть у умовах повномасштабної війни.

Крім того, компанії продемонстрували активну громадянську позицію, надаючи допомогу українцям. Кошти виділялись на благодійні цілі, а автомобілі передавались для потреб Збройних Сил та інших силових структур. Деякі імпортери, такі як Stellantis та Hyundai, організували безкоштовне обслуговування на своїх автосервісах та ремонт авто для критичної інфраструктури та військових, водночас забезпечуючи транспортні засоби для гуманітарної допомоги та тимчасового проживання біженцям на власних майданчиках [30].

У сучасних умовах, під час воєнних дій, важливість сервісного обслуговування та ремонту автомобілів стає надзвичайно актуальною для їхніх власників. Функціонування надійного та справного автотранспорту стає суттєвою перевагою в умовах високого ризику. Однак, несприятлива економічна ситуація часто обмежує можливість виконання повноцінного сервісу, змушуючи здійснювати лише найнеобхідніші роботи.

На сучасному етапі стан автомобільного сервісу в Україні визначається низкою чинників, про які розповіли провідні оператори нашого внутрішнього ринку. Внаслідок воєнних подій кількість автомобілів, що потребують ремонту, зросла, проте загальна кількість автотранспорту в Україні зменшилася. Частина транспортних засобів була знищена в районах бойових дій та під час повітряних обстрілів, а інша частина залишилася за межами країни разом із своїми власниками.

В Україні сьогодні діє близько 12000 станцій технічного обслуговування. Більшість з них є незалежними, однак вже існує чимало СТО, які входять до складу автосервісних мереж.

Для досягнення успіху в автосервісній галузі не обов'язково входити до мережі, і на вітчизняному ринку успішно функціонує чимало незалежних СТО. Але часто самотійно працюючі автомайстерні не завжди можуть досягти необхідного рівня результативності без підтримки відповідних ресурсів. Здобуття доступу до знань, широкого асортименту запчастин, сучасного обладнання, участь в навчальних програмах і багато іншого – чи завжди власник має відповідні час і ресурси для цього? Вступаючи в автосервісну мережу, ви отримуєте підтримку від сильного партнера, який оцінить вашу автомайстерню, запропонує рішення, впровадження яких призведе до численних переваг. Зрозуміло, що вирішення питання про вступ до конкретної мережі не є легким [30].

З метою збереження існуючого клієнтського базису та привертання нових клієнтів, фахівці фірмових СТО активно впроваджують спеціальні програми, орієнтовані як на гарантійний, так і на постгарантійний період експлуатації автомобілів. Ці програми враховують особливості військового часу та враховують потреби клієнтів у надійних і якісних послугах з обслуговування автотранспорту.

Компанією «Єврокар» відзначено, що частина автопарку Skoda залишила територію України, інша була втрачена внаслідок військових подій. Важливо відзначити, що транспортні засоби, які надходили в Україну для потреб фронту під нульовим розмитненням та за участі волонтерів, не впливають на обсяги звернень до фірмового сервісного центру. Ремонт та технічне обслуговування цих автомобілів часто виконуються на безоплатних або волонтерських засадах, зокрема, це стосується не лише технічного обслуговування, але й заміни або ремонту життєво важливих вузлів та агрегатів. У загальному контексті можна констатувати зменшення навантаження на сервісні центри порівняно з попереднім роком.

У компанії «АВТ Баварія Україна» зафіксовані втрати до 40% в загальній кількості машинозаїздів порівняно із січнем-вереснем 2021 року, але порівняно з попереднім роком, різниця між кількістю заїздів за серпень і вересень 2022 року та

аналогічним періодом 2021 року скоротилася на -25%, що свідчить про поступове поліпшення ситуації.

У компанії «Стеллантіс Україна» відзначається середня зниженість завантаженості авторизованих сервісних центрів брендів Групи Stellantis на близько 30% у порівнянні з 2021 роком. За позитивним рухом свідчить динаміка, яка почала покращуватися вже з другої половини поточного року. На додаток, дилерські центри брендів PEUGEOT, CITROEN та OPEL надають безкоштовний ремонт автомобілям державної та комунальної власності [30].

У компанії «Ніссан Мотор Україна» відмічається значне зменшення кількості відвідувань СТО - близько 50% порівняно із схожим періодом минулого року. Ситуація з завантаженістю дилерських СТО Mitsubishi різна залежно від регіону: на Сході та Півдні значний спад (>50%), у Центрі та Північі - просідання на рівні 15%-20%, на Заході - підтримання минулорічного рівня або навіть його зростання в деяких регіонах.

Подібна тенденція спостерігається і на СТО Subaru. Компанія «Субару Україна» відзначає зменшення відвідуваності на близько 45%, переважно через зменшення заїздів у східних та південних областях.

Таблиця 2.2 – Динаміка ринку автомобільного сервісу в Україні: втрати та тенденції

Компанія (автосервіс)	Втрати (січень- вересень 2021 vs 2022 рр.)	Різниця заїздів (серпень-вересень 2022 vs 2021 рр.)	Динаміка (з другої половини 2022 р.)	Особливості
«АВТ Баварія Україна»	До 40%	-25%	Поліпшення ситуації	Пропонують спеціальні програми для збереження клієнтів
«Стеллантіс Україна»	Середні втрати - 30%	Покращення з другої половини 2022 р.	Зниження завантаженості	Надають безкоштовний ремонт державним та комунальним автомобілям

«Ніссан Мотор Україна»	Зменшення на близько 50%	Значне зменшення відвідувань	Регіональні відмінності	Зафіксоване значне зменшення
------------------------------	-----------------------------	---------------------------------	----------------------------	------------------------------------

Джерело: Складено автором на основі [32]

Продовження таблиці 2.2

«Mitsubishi»	Різна динаміка в регіонах	Різна динаміка в регіонах	Регіональна специфіка	Значний спад на сході та півдні, просідання на центрі та півночі, підтримка на заході
«Subaru Україна»	Зменшення на близько 45%	Регіональні відмінності	Зменшення відвідуваності	Зниження відвідуваності, особливо в східних та південних регіонах
«Сврокар»	Частина машин виїхала за межі України а частина знищена внаслідок бойових дій	Різна динаміка в регіонах	Поліпшення ситуації	Ремонт та інші роботи нерідко виконуються на волонтерських засадах.

Ринок автомобільного сервісу в Україні вказує на значний вплив економічних, соціальних та політичних факторів на функціонування компаній. Компанії, представлені в таблиці, відзначаються різною динамікою втрат та змінами в обсягах обслуговування автомобілів.

«АВТ Баварія Україна» втратила до 40%, проте спостерігається поліпшення ситуації з другої половини 2022 року, що може бути пов'язане із впровадженням спеціальних програм для збереження клієнтів.

Компанія «Стеллантіс Україна» зазнала середніх втрат на рівні 30%, але відзначається позитивною динамікою у завантаженості сервісів з другої половини 2022 року та надає безкоштовний ремонт державним та комунальним автомобілям.

«Ніссан Мотор Україна» зафіксувала значне зменшення кількості заїздів, близько 50%, а Mitsubishi відзначає різну динаміку в регіонах, з регіональною специфікою.

«Subaru Україна» показала зменшення на близько 45%, при цьому регіональні відмінності виявилися суттєвими.

У більшості автосервісів, представлених різними автомобільними брендами, зафіксовано зменшення кількості заїздів на технічне обслуговування. Ступінь відвідуваності значно впливає на регіональні особливості, де розташований кожен сервісний центр. Треба відзначити позитивний тренд: ситуація з завантаженням СТО поступово покращується.

Узагальнюючи, ринок автомобільного сервісу в Україні переживає значні труднощі, проте окремі компанії успішно адаптуються до складних умов і намагаються зберегти свою клієнтську базу через впровадження спеціальних програм та акцій.

Також варто розглянути та проаналізувати незалежні автосервісні мережі які займаються обслуговуванням будь яких марок автомобілів та особливості їх роботи в Україні.

У 2022-2023 роках незалежні автосервісні мережі в Україні, такі як AD Автосервіс, АТЛ автосервіс, AUTODOC, Бош Сервіс та Nexus Auto, виявляють велику адаптивність до складних умов на ринку, спричинених військовим конфліктом. Під час цього періоду вони активно реагують на збільшену завантаженість, забезпечуючи не лише якісний сервіс, але й гарантії на надані послуги та деталі. Окрім того, багато з них виявляють ініціативу у наданні допомоги Збройним Силам України, а також здійснюють співпрацю з великими виробниками

автозапчастин та іншими гравцями на ринку для забезпечення спеціальних умов на закупівлю та маркетингової підтримки[30].

Захоплюючи всі більше сфери автомобільної індустрії, автосервісні мережі грають важливу роль у забезпеченні надійного обслуговування автотранспорту. У цій таблиці представлено огляд кількох провідних незалежних від бренду мереж, вказано кількість учасників та основні послуги, що надаються, демонструючи різноманітність та особливості автосервісної ландшафту в Україні у 2022-2023 роках(табл.2.3).

Таблиця 2.3 – Огляд незалежних автосервісних мереж в Україні (2022-2023 рр.)

Мережа Автосервісів	Кількість Учасників	Основні Послуги
AD Автосервіс	50 (легкові) / 35 (комерційні)	Діагностика, обслуговування, ремонт, кузовні роботи, фарбування
AUTODOC	380	Ремонт підвіски, гальмівної системи, комп'ютерна діагностика, заміна оливи, ТО
Бош Сервіс	109 (93 Авто Сервіс, 9 Дизель Сервіс, 7 Дизель Центр)	Комп'ютерна діагностика, ремонт систем, перевірка акумуляторів, ремонт електрообладнання, ТО
Nexus Auto	35 (Nexus Auto Service) / 20 (Nexus Auto Shop) / 5 (Nexus Truck Service) / 8 (Nexus Truck Shop)	Закупівля дистриб'юторів автотоварів, ремонт ходової частини, регламентне обслуговування
Партнер ELIT	180	Універсальні автосервіси, деякі мають спеціалізацію по маркам авто, онлайн запис та комунікація з клієнтами

Джерело: Складено автором на основі [31]

Подана таблиця надає глибокий взгляд на різноманіття незалежних від брендів по обслуговуванню автосервісних мереж в Україні протягом 2022-2023 років. Зростання кількості учасників та розмаїття послуг свідчать про динаміку ринку. Ці автосервіси виходять за рамки звичайного обслуговування, пропонуючи інноваційні рішення та стратегії, які відповідають викликам автомобільної індустрії. Разом з тим, важливо визначити, що розвиток автосервісу в Україні визначається не лише розширенням мереж, але й вдосконаленням якості послуг та підтримкою для автовласників у непередбачуваних умовах, наприклад, під час війни.

На сучасному українському ринку, незалежні автосервіси переважають, оскільки вітчизняні виробники автомобілів ще не вкладають достатньо зусиль у створення високотехнологічних власних сервісних мереж. Цей тренд буде актуальним ще довгий час і зміниться лише з виходом нових моделей українських автомобілів, ремонт яких вимагатиме професіоналізму, недосяжного для самодіяльних майстрів. Така ж ситуація із сучасними імпортними та місцевими автомобільними моделями останніх років.

Український ринок автосервісу потребує не тільки розширення у сенсі використання передового обладнання, представленого новинками на а втотехсервісі, але і значного підвищення кваліфікації персоналу, надання їм навчань з високоспеціалізованих аспектів взаємодії з клієнтами.

Сьогодні, автосервіс вже давно вийшов за межі ринку базарно-гаражного рівня і активно розвивається, як технологічно, так і структурно. Це пов'язано зі входженням на автомобільний ринок відомих іноземних брендів, які послідовно створюють власні мережі СТО з власним обладнанням, спеціалізованими на обслуговуванні іноземних авто. Зростає популярність і спеціалізованих підприємств, що виконують окремі види робіт або спеціалізуються на продажу діагностичного обладнання та запчастин.

З іншого боку, внесок іноземних компаній у ринок автосервісу України залишається обмеженим, становлячи всього 1,5%. Вони поки не визначають

головних трендів, але надалі можуть зробити значний внесок у розвиток цього сектору.

Спеціалізовані автосервіси залишаються рідкістю; натомість поширені так звані "саморобні" станції, які вміло здійснюють ремонт автомобілів будь-яких марок і надають різноманітні послуги.

Ця ситуація в автосервісі пояснюється неоднорідністю та старінням вітчизняного автопарку, а також нерівномірним розподілом сервісних можливостей у глибинці. Сучасні сервісні можливості не завжди знаходять свій шлях до віддалених регіонів, але придорожні сервіси активно розвиваються, штовхаючись вперед геометрично.

У деяких областях до 80% всіх автосервісів мають технічне обладнання невисокої якості, працівники мають низький рівень кваліфікації, і відповідно, якість наданих послуг залишає бажати кращого. Зазвичай, споживачі цих сервісів здобувають запчастини для ремонту на автобазарі або в невеличких магазинах, що знаходяться в тому ж районі. Таким чином, невеликі автосервіси технічного обслуговування і авторинки існують, будучи взаємозалежними.

Аналіз ринку автомобільного сервісу в Україні розкрив різноманітні аспекти та особливості функціонування автосервісних мереж у 2022-2023 роках. Зокрема, незалежні мережі, такі як AD Автосервіс, AUTODOC, Бош Сервіс, та Nexus Auto, виявили високий рівень популярності та активності на ринку. Ці компанії пропонують широкий спектр послуг, включаючи ремонт і технічне обслуговування різних марок автомобілів, а також підтримку та навчання для партнерських СТО.

Участь у мережах, таких як AD Автосервіс і AUTODOC, надає додаткові переваги для автосервісів, зокрема, маркетингову підтримку, технічне навчання та спеціальні умови на закупівлю деталей. Бош Сервіс, який є всесвітньою мережею мультибрендових СТО, також відзначається великою кількістю учасників української мережі.

Партнер ELIT представляє європейську мережу мультибрендових СТО з різноманітними послугами та спеціалізацією за марками автомобілів. Зауважимо, що на деяких територіях географічна нерівномірність в розвитку автосервісів може виявитися проблематичною, особливо в контексті якості обладнання та кваліфікації працівників.

У контексті обслуговування автомобілів на придорожніх сервісах відзначається їхня значущість в геометричному прогресії, однак відзначається проблемами у різних регіонах, де технічне оснащення та рівень кваліфікації працівників може залишати бажати кращого [32].

Підсумовуючи, ринок автомобільного сервісу в Україні потребує подальшого розвитку та покращення, зокрема за рахунок вдосконалення технічного обладнання, підвищення кваліфікації персоналу та розширення географічного охоплення. Зростання популярності незалежних автосервісів та їхня співпраця в рамках мереж свідчать про потенціал для позитивних тенденцій у цьому сегменті.

2.2 Створення станції технічного обслуговування, як виду малого бізнесу

Створення станції технічного обслуговування транспортних засобів є перспективним видом малого бізнесу, особливо для початківців. Забезпечуючи послуги планового технічного обслуговування та ремонту без значних фінансових вкладень, цей бізнес може здобути популярність серед клієнтів, що шукають надійний та доступний сервіс для своїх автомобілів.

Для ефективної функціонування автосервісу, створеного без значних фінансових витрат, характерним є надання обмеженого спектру послуг з ремонту

транспортних засобів, зокрема, планового технічного обслуговування. Підходяща ідея для тих, хто тільки розпочинає свій бізнес.

В даному випадку не потрібне спеціалізоване обладнання або дорогий інструмент; достатньо мати «яму» або підйомник для проведення операцій заміни масла та фільтрів (паливних, повітряних, масляних). Зазвичай один фахівець може впоратися з цими завданнями, тому необхідність численного персоналу не становить тягар для підприємця [21,с.94].

Якщо підприємець має фінансові ресурси для розвитку свого бізнесу, його першочергові інвестиції спрямовуються на придбання сертифікованого обладнання та високоякісної апаратури. За допомогою цих вкладень, підприємець отримує можливість здійснювати ремонт популярних брендових автомобілів, для яких обов'язково необхідне сертифіковане обладнання. Це може включати в себе підйомники, діагностичне обладнання, вакуумні компресори та зварювальні апарати. Інвестування в балансувальні верстати та шиномонтажне обладнання також є важливою стратегією, оскільки ці види робіт завжди популярні. Визначення, в яку саме сферу інвестувати, залишається на розсуді підприємця, але при правильній організації бізнесу інвестиції в обладнання для СТО швидко окупаються, перетворюючись на стійкий та високо доходне джерело прибутку.

Сучасна ситуація в Україні відрізняється від західноєвропейської, але малий бізнес у нашій країні активно розвивається, проявляючи ознаки відновлення після економічної кризи. Збільшення кількості автомобілів веде до зростання попиту на послуги станцій технічного обслуговування. При відкритті такої станції підприємцю доведеться стикнутися із рядом викликів, таких як документування, отримання дозволів, реєстрація як юридичної особи, пошук приміщення та придбання обладнання.

Розглянемо основні етапи створення СТО та розпишемо їх особливості.

1)Реєстрація

Оплата послуг на автосервісі зазвичай здійснюється двома методами: готівково та безготівково. Для проведення безготівкових транзакцій власникові достатньо отримати статус суб'єкта підприємницької діяльності при реєстрації. Це дозволяє автоматично отримати ліміт на безготівковому рахунку у розмірі 500 тис. гривень.

Документи, що дозволяють вашу діяльність, необхідно зібрати до того як починати роботу СТО:

- Витяг про реєстрацію як підприємця;
- Ліцензія;
- Дозвіл на роботу від голови адміністрації району;
- Свідоцтва про реєстрацію в пенсійному фонді та фонді соціального страхування;
- Договір оренди на що використовується приміщення, або документ, що підтверджує право власності на вже наявне приміщення;
- Санітарно-епідеміологічна документація.
- Деякі документи з цього списку можна оформити досить швидко, але для отримання дозвільної документації потрібно буде пройти ряд численних бюрократичних процедур.

ФОП - найпростіша форма малого бізнесу для тих, хто веде свою справу в Україні. Діяльність таких підприємців здійснюється на підставі Виписки про державну реєстрацію.

Для відкриття підприємця спочатку потрібно зареєструватися у державного реєстратора. Для цього йому потрібно надати паспорт та ПІН [11,с.40].

Якщо ви хочете працювати за спрощеною системою оподаткування, після реєстрації вам буде потрібно протягом 10 днів прийти в податкову і написати відповідну заяву.

2) Вибір місця розташування СТО

Оптимальними для розміщення автосервісного бізнесу вважаються певні локації, такі як територія автозаправочних станцій, гаражні кооперативи та двоповерхові приміщення з видимістю з траси. Важливу роль відіграють район міста та інтенсивність автомобільного руху. Особливо вигідними вважаються місця біля доріг, які ведуть до бізнес-центру міста, а також маршрути в'їзду-виїзду з областей офісів, розважальних закладів, супермаркетів та маршрути до приміських котеджів.

Для отримання відповідної локації можна використовувати різні методи, такі як оренда нежитлового фонду на один рік, покупка готового приміщення без обладнання, придбання готового приміщення з устаткуванням, покупка земельної ділянки для будівництва СТО, або оренда комерційного приміщення на термін від 3 до 5 років [49,с.229].

Запропоновані варіанти включають комерційні опції купівлі чи оренди місця та приміщення, оскільки державна оренда може нести ризики через корупційні аспекти та бюрократію. Наслідком перебудов міст є те, що придбання ділянки під забудову чи бізнес "під ключ" може стати неефективним, з урахуванням прив'язаності СТО до трас.

У даному контексті рекомендується розглядати варіанти оренди комерційних приміщень, які зменшують ризики та спрощують взаємодію з потенційними орендарями, спрямовуючи їх інтерес у продовження термінів користування приміщенням [11,с.42].

3)Обслуговування

Для забезпечення ефективного та безперебійного функціонування СТО необхідно укласти ряд контрактів щодо її технічного забезпечення. Конкретно, це стосується угод з енергетичними постачальниками для забезпечення електроенергією (розходи становлять орієнтовно від 2500 до 3500 гривень щомісяця для СТО з площею до 100 м², трьома робочими боксами та 7 майстрами при напрузі 380 В). Також потрібні угоди щодо водопостачання та водовідведення (в середньому витрати орієнтовно складають від 300 до 350 гривень на місяць) та вивезення сміття

(одноразовий вивіз коштує орієнтовно 90 гривень за стандартний сміттєвий контейнер).

4)Обладнання

При виборі обладнання рекомендується придбати нове від надійних виробників. У випадку, якщо виникає підстава використовувати б/у обладнання, краще взяти з собою досвідченого фахівця для подвійної перевірки його стану. Оптимальним варіантом є придбання нового обладнання з гарантійним терміном від виробника. Важливо враховувати, що масштаб торгівлі не завжди є критерієм вигідності; часто великі компанії продають свої товари дорожче, ніж менші посередники та перекупники.

Для стандартного СТО 100 м2, 3-х робочих боксів та семи майстрів потрібно:

- гаражне устаткування: підйомники, пневмоустаткування, маслозміне обладнання, очисне обладнання.
- зварювальне устаткування.
- обладнання для діагностики.
- робочий інструмент.

5)Персонал

Один з найважливіших етапів у створенні та ефективному управлінні автосервісним центром (СТО) є найм персоналу, і це завдання може виявитися складним. Підбір працівників для бізнесу вимагає особистої уваги, де практична сторона співбесіди є формальністю, а випробувальний термін триває один місяць [8,с.123].

Важливо враховувати середні зарплати, оскільки автосервісна сфера надає можливість майстрам отримувати достойну винагороду від постійних клієнтів. При найманні працівників рекомендується враховувати такі поради та ставки:

1.Найм професійних майстрів (з досвідом роботи від 5 років) на постійній основі для роботи в чотирьох напрямках автосервісу (шиномонтаж, ремонт ходової,

двигуна, електрики, діагностика по інжекторам) - 4 особи. Зарплата: від 7500 гривень на місяць + чайові.

2. Найм професійних майстрів (з досвідом роботи від 1 до 5 років) на постійній основі для роботи в трьох напрямках автосервісу - 3 особи. Зарплата: від 6500 гривень на місяць + чайові.

3. Бухгалтера рекомендується навчати в сім'ї (направити на курси, в університет дружину, дочку, сестру) зі ставкою при частковій зайнятості - 8500 гривень на місяць.

4. Охорону пропонується наймати за контрактом із охоронною фірмою на зміну (сутки / троє) - 5500 гривень на місяць.

5. Директор-адміністратор отримує від 9000 гривень. Важливо планувати відпустку влітку, коли спостерігається зниження обсягів послуг з обслуговування авто, але є замовлення на профілактику та ремонт. У такий період рекомендується узгодити колективні відпустки на 15 днів. Цей підхід дозволить СТО працювати з максимальною ефективністю, а майстри, які відпочивають, не залишатимуть пустого місця в робочому процесі.

Таким чином, створення станції технічного обслуговування (СТО) є перспективним видом малого бізнесу. СТО, спеціалізована на ремонті транспортних засобів, відкриває широкі можливості для підприємців, особливо для тих, хто цікавиться автомобільною сферою.

Вдале місцезнаходження, компетентний вибір персоналу, а також ретельне планування фінансових витрат та послуг можуть забезпечити стабільний розвиток бізнесу. З урахуванням постійного зростання автомобільного парку та попиту на послуги технічного обслуговування, СТО може стати надійним джерелом прибутку. Вибір сучасного обладнання, висока якість виконання робіт, а також засвоєння новітніх технологій у ремонті автомобілів сприяють підвищенню конкурентоспроможності бізнесу.

Отже, створення СТО може стати важливим кроком для підприємця в автомобільній галузі, забезпечуючи якісне обслуговування транспортних засобів та привабливі умови для клієнтів.

2.3 Планування станцій технічного обслуговування автомобілів

Проектування станції технічного обслуговування автотранспорту (СТОА), так само, як і для автомобільно-транспортних підприємств (АТП), включає розробку генерального плану, компоновальних схем для споруд, а також планування розташування цехів і дільниць. Вибір конкретного планувального рішення визначається типом, призначенням і виробничою потужністю станції, а також видами та марками обслуговуваних автомобілів і видами робіт, які виконуються.

В якості основних нормативних документів при виконанні технологічних розрахунків та розробці планувальних рішень використовуються Положення про технічне обслуговування і ремонт рухомого складу автомобільного транспорту, Основні норми технічного проектування (ОНТП) і відповідні будівельні норми та правила (СНіПи).

При розробці проектних рішень для станцій технічного обслуговування (СТО), основні вимоги включають:

1.Мінімізація витрат: Забезпечення ефективного використання ресурсів та мінімізація витрат на будівництво та подальшу експлуатацію станції. Для мінімізації витрат на будівництво та подальшу експлуатацію СТО ми вибрали вискоефективні LED-світильники, які забезпечують значний заощадження електроенергії. Також ми використовуємо екологічно чисті будівельні матеріали, виготовлені з урахуванням принципів відповідальної виробничої практики, що дозволяє не лише ефективно використовувати ресурси, але й сприяє сталому розвитку. Оптимізоване внутрішнє

планування станції дозволяє нам максимально ефективно використовувати простір і забезпечує зручні умови для роботи персоналу та обслуговування клієнтів.

2.Планування відповідно до технологічних вимог: Відповідність планування обраній схемі виробничого процесу та технологічному розрахунку для ефективності та ефективності виконання робіт. Наприклад, оптимізоване розташування робочих ділянок та обладнання сприяє зменшенню часу переходу між етапами обслуговування, що позитивно впливає на загальну ефективність робіт та задоволення клієнтів.

3.Максимальне використання типових проектних рішень: Використання типових рішень для стандартизації і спрощення проектування та будівництва. Наприклад, застосування стандартних конструкцій та технічних рішень дозволяє зберегти час і ресурси, забезпечуючи ефективність у використанні проектних рішень для різноманітних функціональних елементів станції.

4.Уніфікація конструкцій та об'ємно-планувальних рішень: Створення єдиної системи уніфікованих конструкцій та об'ємно-планувальних рішень для спрощення будівництва та обслуговування.

5.Гнучкість та можливість модернізації: Забезпечення гнучкості виробничих процесів та можливості швидкої модернізації та реконструкції у змінних зовнішніх умовах.

6.Створення зручних умов для клієнтів: Розміщення приміщень для клієнтів, виробничих та побутових зон з урахуванням комфорту та зручностей для клієнтів. Розташування приймального офісу та зони очікування забезпечує легкий доступ для клієнтів, а ергономічне розміщення виробничих і побутових приміщень сприяє комфорту та ефективності обслуговування. Крім того, створюються зони для інтерактивного спілкування, що підвищує задоволення клієнтів від сервісу та зміцнює їхню довіру.

7.Раціональне використання площі: Ефективне використання площі підприємства для максимізації продуктивності та ефективності виробничих

процесів. Оптимізоване розташування обладнання та виробничих дільниць сприяє ефективній організації простору, що дозволяє забезпечити оптимальні умови для виконання завдань та підвищує загальний рівень продуктивності на площі підприємства [14,с.38].

При розробці концепції генерального плану станції технічного обслуговування (СТО), важливо передбачити ізолюваність території станції від міського транспорту та пішоходів. Зазначено, що поза межами цієї території може бути влаштована відкрита стоянка для автомобілів клієнтів і персоналу, автозаправна станція (АЗС) і зона миття. Важливо розташовувати АЗС і миття так, щоб автомобілі обслуговувалися без заїзду у виробничу зону, щоб уникнути перетину транспортних потоків з основними потоками в'їзду і виїзду на станцію. Нормативні відстані і ширина проїзду визначаються з урахуванням габаритів обслуговуваних автомобілів, а також враховуються рекомендації для автотранспортних підприємств (АТП).

Додатково, планування генерального плану СТОА передбачає окремі складські приміщення для зберігання шин, мастильних і лакофарбних матеріалів, а також інших горючих матеріалів. Враховуючи європейський досвід, де площа забудови території станцій може становити 50% від їхньої загальної площі, пропонується зберігати високі стандарти ефективного використання простору.

Для дорожніх СТОА рекомендується обирати дільниці біля автомобільних доріг з напруженими транспортними потоками в населених пунктах або поруч з ними. Це сприяє зменшенню витрат на внутрішньовиробничі комунікації та полегшує управління персоналом із забезпеченням укомплектованості працівників. Дорожні СТОА часто включаються в комплекс з АЗС [44].

У випадку дорожніх станцій, які обслуговують міжміські і міжнародні автомобільні перевезення та розташовані біля великих вантажоутворюючих і вантажоотримуючих центрів, окрім технічного обслуговування і ремонту автомобілів, а також сервісних послуг для водіїв і пасажирів, можуть бути створені вантажні станції або термінали для сортування, зберігання і доставки вантажів. Такі

станції можуть виступати ключовими базовими точками для організації передових форм перевезень на великі відстані, таких як естафетні перевезення або система тягових плечей. Планування території і площі виробничих приміщень для обробки і зберігання вантажів на таких станціях технічного обслуговування і ремонту автомобілів (СТОА) здійснюється відповідно до вимог, що ставляться до вантажних станцій і терміналів, залежно від обсягів виконуваних робіт.

Планування виробничих зон, цехів і ділянок станції технічного обслуговування автомобілів:

Взаємодія виробничих цехів, ділянок і зон на автосервісній станції (СТО) відіграє ключову роль у забезпеченні відповідності технологічному процесу та ефективному управлінню виробництвом. Згідно з нормами ОНТП і СНіП, передбачається наявність окремих виробничих приміщень для різних видів робіт, таких як миття і прибирання, технічне обслуговування і ремонт, ремонт двигунів, агрегатів, механічних та електротехнічних робіт, кузовний ремонт, і інші [37,с.223].

Для середніх і малих станцій допускається виконання різних технологічно сумісних видів робіт в одному приміщенні. Наприклад, на СТОА з менше ніж 10 постами можливе виконання робіт з ремонту двигунів, агрегатів, слюсарно-механічних, електротехнічних ремонтів та інших видів робіт в одному приміщенні(рис.2.1).

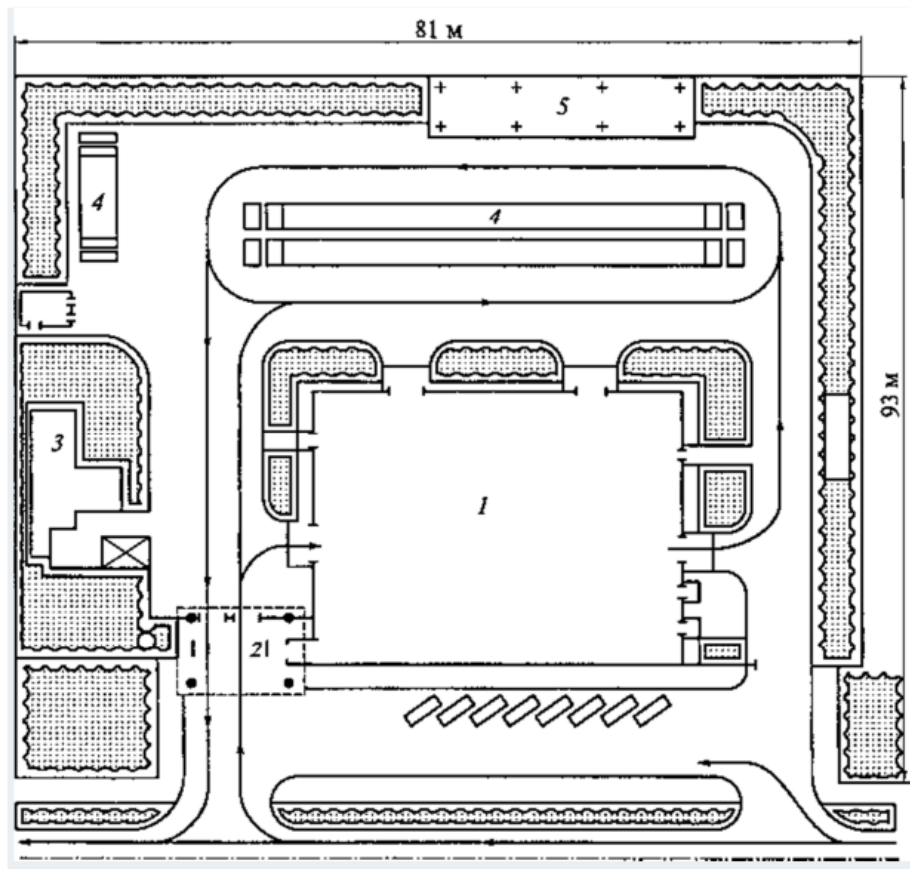


Рисунок 2.1 – Приклад схеми генплану міської станції на 10 робочих постів: 1 — виробничий корпус; 2 — пост приймання і видачі автомобілів; 3 — очисні споруди; 4 — відкрита стоянка; 5 — навіс для автомобілів [46]

Ключовою частиною при розробці компоувального плану є зона технічного обслуговування і ремонту (ТО і ПР), яка повинна мати технологічні зв'язки з усіма іншими підрозділами(рис.2.2).

Приміщення для клієнтів рекомендується розташовувати поблизу ділянки прийому і видачі автомобілів і ділянки діагностування. Клієнт повинен мати можливість бути присутнім при діагностуванні і складанні наряду на обслуговування і ремонт автомобіля.

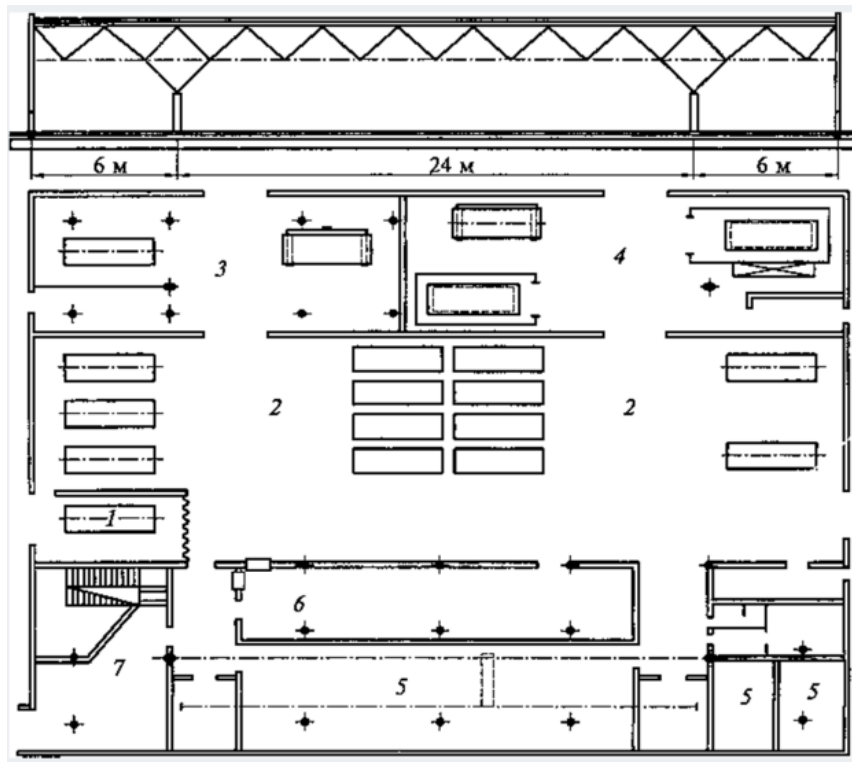


Рисунок 2.2 – Компонувальний план виробничого корпусу СТОА на 10 робочих постів з поперечним розрізом: 1 — пост миття автомобілів; 2 — зона обслуговування і ремонту автомобілів; 3 — кузовна дільниця; 4 — дільниця фарбування; 5 — виробничі цехи і дільниці; 6 — складські приміщення; 7 — приміщення для клієнтів [46].

При проектуванні і будівництві СТОА доцільно використати типові проекти, які розроблені у великій кількості для станцій різних типів і потужності. Використання типових проектів дозволяє значно скоротити терміни проектування і здешевити будівництво підприємства. Типовий проект вибирається з урахуванням параметрів технологічного розрахунку і особливостей регіону (сейсмічність, кліматичні умови та ін.). Вибраний типовий проект прив'язується до місцевості. За даними інженерних досліджень розробляються і проектуються фундаменти, визначаються місця підключення і розробляються внутрішньовиробничі комунікації і так далі.

У практиці проектування і будівництва станцій разом із залізобетонними конструкціями дуже часто використовуються легкі збірні металеві конструкції, що дозволяє значно скоротити вартість і терміни будівництва (рис. 2.1, 2.2). Представлений вище типовий проект станції на 10 робочих постів розрахований на виконання комплексу робіт по обслуговуванню і ремонту легкових автомобілів з добовою пропускною спроможністю 16 — 20 автомобілів.

При плануванні невеликого СТО, а саме на трьох робочих постах передбачає зручне розташування основних виробничих цехів, включаючи дільниці з миття та прибирання, технічного обслуговування і ремонту. Зони обслуговування автотранспорту повинні бути оптимально впорядковані для забезпечення ефективності робочого процесу та комфорту для клієнтів. Такий проект також передбачає відповідні інженерні комунікації та зони для зберігання необхідного обладнання та матеріалів (рис. 2.3).

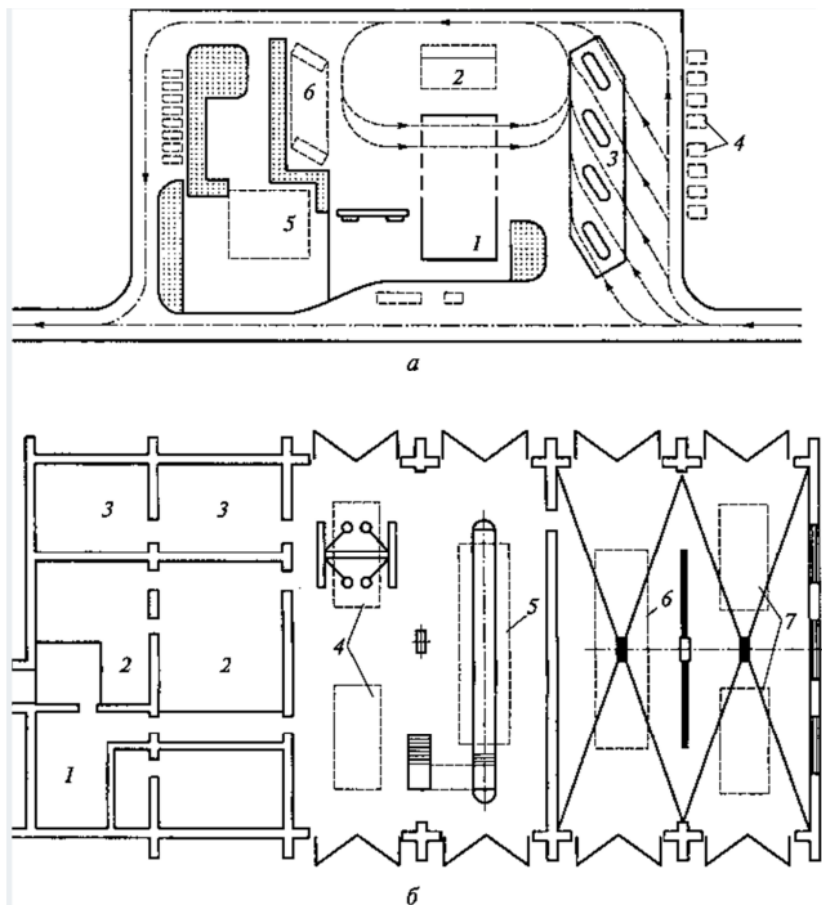


Рисунок 2.3 – Типовий проект дорожньої станції на три робочі пости: а — схема генерального плану: 1 — головний корпус; 2 — очисні споруди; 3 — заправні островці; 4 — резервуари для палива і масла; 5 — кафетерій; 6 — стоянка автомобілів; б — компоновальний план головного корпусу: 1 — приміщення для клієнтів; 2, 3 — виробничі, побутові і складські приміщення; 4, 5 — пости кріпильно-мастильних і регулювальних робіт; 6 — пост миття автобусів; 7 — пост миття легкових автомобілів [46]

На (рис. 2.3) наведено генеральний та компоновальний плани виробничого корпусу дорожньої станції, об'єднаної з автозаправною станцією, яка спроектована для технічного обслуговування легкових автомобілів і автобусів. Автозаправна ділянка станції обладнана автономними в'їздами та виїздами. Виробничий корпус розподілений на три сегменти: один для прибирально-мийних постів, інший – для мастильних, регулювальних і ремонтних постів, та третій – для службових, побутових і складських приміщень.

2.4 Система мотивації персоналу, і її реалізація у інформаційній системі автосервісного підприємства

Вдосконалення результативності автосервісних підприємств визначається, переважно, ефективністю мотивації їхнього персоналу, як вказують дослідження результатів діяльності відповідних підприємств. Оскільки кожен працівник автосервісу безпосередньо взаємодіє з клієнтами, сумлінність, ввічливість та зацікавленість (або мотивація) персоналу мають суттєвий вплив на кількість повторних клієнтів, середній чек та імідж підприємства.

У сучасних умовах конкурентоспроможність кожного автосервісного підприємства вимагає наявності конкурентних переваг для збереження клієнтів та

досягнення високих економічних результатів. Збільшення прибутків і їх стабілізація залежать від частки постійних клієнтів, оскільки саме вони забезпечують стабільний потік доходу.

Збереження клієнтів, на яких були витрачені кошти на маркетингові заходи, та їх перетворення в постійних клієнтів вирішальні для оптимізації витрат і стабілізації прибутковості. Реалізація ефективної системи мотивації персоналу, супроводжувана інформатизацією всіх бізнес-процесів та використанням маркетингового підходу, призводить до значного підвищення продуктивності персоналу на 200%, при збільшенні витрат на оплату праці лише на 30% [48,с.183].

На жаль, дуже часто виникає ситуація, коли працівники автосервісів та керівництво (або власники бізнесу) не розуміють, що досягнення найвищих економічних показників можливе лише при встановленні взаємовигідних відносин між керівництвом і персоналом, таким як майстри-приймальники та автомеханіки. На жаль, це часто призводить до невмотивованості працівників, що, в свою чергу, впливає на ефективність робіт, які виконуються на СТО: вони можуть виконувати роботи низької якості в сферах технічного обслуговування (ТО) та ремонту, працювати «повз касу», не віддавати клієнту старі запчастини, або навіть красти нові запчастини та інше.

Для підвищення ефективності автосервісних підприємств досить ефективно є впровадження бальної системи, де співробітник отримує бали за виконання конкретних завдань, що входять до його обов'язків, і ці бали формують його заробітну плату або преміальну частину заробітної плати. Цей підхід дозволяє ефективно керувати поведінкою співробітників, ставити перед ними конкретні завдання для підвищення якості обслуговування [40,с.116]. Для успішного впровадження цієї системи важливо чітко визначити стратегічні цілі підприємства, розробити систему ключових показників ефективності (KPI), встановити критерії оцінки діяльності співробітників та розробити систему бонусів і заохочень для них.

Для досягнення найкращих результатів на автосервісі необхідно впровадити комплекс заходів:

1.Комплексна автоматизація бізнес-процесів: Використання сучасних інформаційних технологій для автоматизації усіх аспектів діяльності, включаючи облік клієнтів, замовлення запчастин, технічні процеси обслуговування та ремонту автомобілів. Це сприятиме ефективному управлінню та збільшить продуктивність.

2.Розроблення чітких алгоритмів дій для персоналу СТО: Створення стандартів та процедур для кожного етапу обслуговування і ремонту. Це дозволить уніфікувати робочі процеси та забезпечити високий стандарт обслуговування для кожного клієнта.

3.Реалізація підприємницької моделі мотивації співробітників: Встановлення системи мотивації, яка базується не лише на фінансових стимулах, але й на визнанні, можливості професійного росту та особистого розвитку. Це стимулює персонал до високої ефективності та відданості компанії.

4.Контроль усіх бізнес-процесів: Систематичний моніторинг і контроль усіх етапів роботи, щоб уникнути некоректних практик, таких як ремонти «повз касу». Чітка внутрішня перевірка сприятиме підтриманню високих стандартів обслуговування.

5.Контроль робочого часу співробітників: Встановлення системи обліку робочого часу для ефективного управління графіками праці, вчасного приходу та відходу співробітників. Це допоможе оптимізувати використання робочого часу та підтримувати дисципліну на робочому місці [38,с.193].

Найефективніші способи мотивації персоналу автосервісу:

1. Прив'язка до кваліфікації

Умовно персонал автосервісу можна поділити на кілька груп за рівнем кваліфікації:

1 розряд – це досвідчені, часто вузькоспрямовані фахівці, які можуть не тільки виконати складні роботи, а й навчати інших працівників.

2 розряд – це рядові механіки, які можуть самостійно виконувати основні роботи та зазвичай становлять більшу частину персоналу.

3 розряд – це стажери, новачки та інші працівники, які потребують підвищення кваліфікації та досвіду.

У більшості випадків різниця у зарплаті для працівників різних розрядів є стандартною практикою. Однак, щоб зробити цей елемент більш ефективним у сфері мотивації, рекомендується встановити чіткі критерії переходу між розрядами. Прив'яжіть ці критерії до конкретного часу (в нормогодинах або місяцях), щоб працівники мали чітке уявлення про те, скільки часу їм потрібно витратити для отримання необхідного досвіду та переходу на новий рівень.

Введення внутрішніх іспитів дозволить працівникам вищого рівня оцінювати результати та сприяти саморозвитку. Надайте персоналу можливість одночасно підвищувати свої навички та заробляти більше. Різниця у ставці для кожного розряду стане додатковим стимулом для самовдосконалення та більш ефективної праці. Ця система є поширеною практикою в середніх і великих автосервісах. Вона може працювати в обидві сторони: якщо норма годин не досягається, розряд може бути знижений. Також можливо розглядати можливість введення додаткових розрядів чи бонусів при переході на новий рівень. Однак важливо чітко визначити правила нарахування та переходу між розрядами, щоб система мотивації була прозорою та зрозумілою для всіх працівників [24,с.376].

3. Прив'язка до виконаних послуг/проданих товарів

Даний метод можна розглядати як додатковий чинник мотивації або навіть основний, встановивши відсоткову ставку за додатковий обсяг продажів чи наданих послуг. Основною вимогою є справедливе визначення розміру процентних бонусів поруч із основною заробітною платою. Також важливо забезпечити рівні можливості для всіх працівників і визначити умови, що відповідають механікам, приймальникам і менеджерам.

Наприклад, RemOnline автоматично враховує обсяг заробітної плати з урахуванням усіх додаткових відсоткових бонусів. У програмі можна одноразово налаштувати відсотки від продажу чи наданих послуг, щоб уникнути складних розрахунків заробітної плати вручну щомісяця.

3. Прив'язка до показників

Даний метод дозволяє уникнути проблем зі складними розрахунками. Просто визначте показники, які повинні бути досягнуті до кінця кожного місяця, та встановіть фінансові пороги у випадку виконання або невиконання плану [19].

4. Додаткові бонуси

Система мотивації часто залежить від творчості керівника, особливо, коли мова йде про додаткові бонуси, не пов'язані з основною зарплатою. Такі стимули можуть включати додаткові премії за відпрацьований стаж у конкретному автосервісі (1, 2, 3 роки). Також це можуть бути бонуси за відмову від куріння, підтримання чистоти на робочому місці чи інші невеликі стимули, спрямовані на створення позитивного робочого середовища [22,с.108-109].

Наприклад, премії за досягнення певного стажу можуть бути такими: 1 рік – 1000 грн, 2 роки – 2000 грн, 3 роки – 3000 грн. Бонуси за дотримання чистоти та порядку можуть включати щомісячний бонус у розмірі 500 грн за бездоганність робочого місця.

Таким чином, приємні бонуси не лише компенсують можливі труднощі роботи в автосервісі, але й підкреслюють важливість кожного працівника для підприємства, сприяючи створенню позитивного робочого клімату.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ АВТОСЕРВІСНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

3.1 Проблеми розвитку ринку автосервісних послуг В Україні

Україна стикається з рядом серйозних проблем у розвитку ринку автосервісних послуг. Високі витрати на технічне обслуговування, недостатній рівень сервісної якості, а також вплив військових подій з 2022 року створюють значні виклики для галузі, обмежуючи її потенціал для стійкого росту і розвитку.

Слід відзначити наступні проблеми розвитку ринку автосервісних послуг в Україні:

1) Низька якість обслуговування.

Низька якість обслуговування в автосервісних центрах часто виникає через недостатню кваліфікацію персоналу та використання застарілих технологій. Недбалість у підготовці працівників та невикористання сучасних методів ремонту можуть призвести до неповноцінного вирішення технічних проблем. Це, в свою чергу, негативно впливає на задоволення клієнтів, порушуючи їхню довіру та зменшуючи лояльність до сервісного центру. Низька кваліфікація автомеханіків і використання застарілих обладнань можуть призвести до неправильної діагностики та ремонту автомобілів. Якщо працівники не володіють достатнім рівнем професійної підготовки або не використовують сучасні технології, це може призвести до втрати якості робіт і виникнення додаткових проблем під час експлуатації автотранспорту клієнтів. Такі ситуації ставлять під загрозу репутацію автосервісу та можуть призвести до втрати клієнтів, які шукають надійні та якісні послуги [9,с.43].

2) Високі витрати на технічне обслуговування.

Високі витрати на технічне обслуговування автомобілів можуть бути обумовлені кількома чинниками, серед яких вплив воєнних подій, інфляції та інші економічні труднощі. У зв'язку з воєнним конфліктом, можливі обмеження в постачанні запчастин, зростання вартості пального та підвищення цін на обслуговування через збільшення плати за працю. Це призводить до збільшення витрат для власників автомобілів, оскільки автосервіси змушені перераховувати ціни на свої послуги.

Крім того, інфляційний тиск може спричинити зростання цін на автомобільні матеріали, обладнання та робочу силу, що в свою чергу також призводить до збільшення вартості технічного обслуговування. Клієнти, внаслідок цього, стикаються з необхідністю витратити більше коштів на збереження ефективності та безпеки своїх автомобілів.

Загалом, високі витрати на технічне обслуговування у контексті воєнних конфліктів та інфляції стають серйозним фактором, який впливає на фінансові можливості та споживчу активність власників автотранспорту.

3) Недостатній розвиток технічної інфраструктури.

Недостатній розвиток технічної інфраструктури у сфері автосервісних послуг в Україні може бути виявлений у відсутності сучасного обладнання та технологічних нововведень, а також обмеженій доступності до необхідних ресурсів. Наприклад, багато автосервісів можуть не мати високоякісного діагностичного обладнання, що ускладнює точне визначення несправностей автомобілів та збільшує час їх усунення.

Технічна застарілість обладнання може призводити до обмежених можливостей виконання робіт і впливати на якість сервісу. Крім того, низький рівень автоматизації та відсутність віддалених систем управління можуть ускладнювати ведення обліку, планування робіт та взаємодію з клієнтами [11,с.41].

Для покращення ситуації необхідно впровадження сучасних технологій та обладнання в автосервіси, надання фінансової підтримки для їх оновлення та

навчання персоналу. Такий крок сприятиме підвищенню ефективності та конкурентоспроможності автосервісних підприємств.

4) Проблеми з кадрами.

Проблеми з кадрами у сфері автосервісних послуг в Україні стають більш актуальними через ряд обставин, зокрема вплив війни та міграції. За часів конфлікту багато чоловіків були мобілізовані на військовий фронт, що призвело до відчутного зменшення кількості кваліфікованих робочих кадрів у даній сфері.

Погіршення економічної ситуації та збільшення рівня зайнятості спричинили відтік кваліфікованих працівників в інші галузі або навіть за кордон. Крім того, еміграційні процеси, спричинені війною, призвели до відсутності необхідних спеціалістів на внутрішньому ринку праці.

Для розв'язання проблем з кадрами важливо вжити заходів, що включають в себе підтримку ініціатив з професійної підготовки та перепідготовки персоналу, створення привабливих умов праці, а також реалізацію програм для залучення та утримання фахівців у сфері автосервісу.

5) Недостатня конкуренція.

Недостатня конкуренція у сфері автосервісних послуг в Україні може бути спричинена обмеженим числом компаній, які активно конкурують за клієнтів, або ж відсутністю інновацій та високих стандартів обслуговування.

Наприклад, облаштування автосервісу з обмеженим функціоналом, відсутність сучасного обладнання чи високих технічних стандартів можуть призводити до того, що компанії не відчують потреби у поліпшенні своїх послуг або зниженні цін для привертання клієнтів.

Під час початку війни в Україні, багато автосервісних підприємств тимчасово припинили свою діяльність через низку факторів, таких як економічна нестабільність, загроза безпеки, обмеження руху та інші важливі обставини. Це призвело до зменшення доступності автосервісних послуг для клієнтів та збільшення

труднощів у забезпеченні якісного технічного обслуговування автотранспорту [14,с.42].

Наприклад, багато сервісних центрів та майстерень, розташованих у зонах конфлікту, змушені були призупинити свою роботу через руйнування, евакуацію персоналу або втрату доступу до необхідних ресурсів. Це стало причиною тимчасової недостатності послуг у сфері автосервісу та обслуговування автотранспорту.

6)Війна від 2022 року в Україні.

Війна, яка почалася в Україні у 2022 році, суттєво вплинула на розвиток автосервісних послуг у країні. Спершу, вона призвела до значного зниження мобільності населення через обмеження руху та загрозу особистої безпеки. Це призвело до меншої потреби у технічному обслуговуванні автотранспорту, оскільки багато власників автомобілів уникали подорожей.

Крім того, війна спричинила руйнування і пошкодження автомобільних інфраструктурних об'єктів, таких як дороги і мости, що ускладнило доступ до автосервісів і взагалі обмежило їхню діяльність.

Умови військового конфлікту також призвели до великої кількості відсутності робочої сили у сфері автосервісу через виїзд багатьох чоловіків на фронт або в інші безпечні регіони. Це стало перешкодою для нормального функціонування багатьох автосервісних підприємств, призводячи до зменшення їхньої ефективності та обслуговування клієнтів [30].

Дані ці фактори взаємодіють, створюючи складні умови для розвитку автосервісної галузі в контексті військового конфлікту в Україні.

Перераховані проблеми, з якими стикаються вітчизняні СТО, свідчать, що поки не сформовані умови, необхідні для розвитку СТО в Україні, враховуючи його активну роль в економіці, головною причиною даних проблем на даний момент є війна в Україні спричинена російською агресією.

3.2 Перспективи розвитку автосервісу в Україні

Україна спостерігає постійне зростання автомобільного парку, що визначає важливі перспективи розвитку автосервісної галузі. Запровадження новітніх технологій, розширення спектру послуг та удосконалення кваліфікації персоналу є ключовими чинниками, що формують перспективний шлях розвитку автосервісу в країні.

Слід відзначити, що стійка тенденція зростання автомобільного парку населення сприяє постійному розвитку автосервісної галузі та вимагає вдосконалення виробничо-технічної бази для поліпшення якості технічного обслуговування і ремонту. Згідно зі статистикою, наразі 70% території України залишається без автосервісних закладів, при цьому незалежні автосервіси обслуговують від 80% до 97% автомобілів у різних областях.

Більшість підприємств автосервісу є невеликими, з чисельністю персоналу від 3 до 5 осіб та обмеженою потужністю в 1-2 пости. До того ж, персонал автосервісів в основному має непрофільну кваліфікацію, і тільки 10% отримали формальне підтвердження своєї кваліфікації [32].

При розгляді шляхів розвитку автосервісу, необхідно враховувати акцент на удосконалення технологій обслуговування, зокрема, у сфері автомобільної електроніки. Одним із ключових напрямків розвитку є вирішення питань ремонту електронних систем, з основним фокусом на розширенні завдань діагностики вузлів та агрегатів.

Зокрема, серед основних стратегій розвитку підприємств автосервісу визначаються: визначення перспективного розширення спектру послуг, комбінування технічного обслуговування і ремонту автомобілів з торгівельним сектором, впровадження нових технологічних процесів, нормування запасів ресурсів для технічного обслуговування та ремонту, а також впровадження систем мотивації працівників.

Наведемо деякі перспективні напрямки розвитку послуг підприємств автосервісу:

1) Однією з перспективних галузей в технологіях відновлення і ремонту є застосування адитивних технологій, також відомих як «тривимірний друк», для створення унікальних деталей під час ремонту та тюнінгу автомобіля. Автомеханікам для успішного використання цих технологій необхідно володіти знаннями та розумінням процесів створення прототипів на основі 3D-проектів, використання програмного забезпечення 3D-CAD. Важливо вміти коректно встановлювати параметри друку, редагувати вироби та розуміти процес створення та збірки деталей, включаючи створення креслень за допомогою програмного забезпечення 3D-CAD та визначення їх розмірів. Крім того, фахівець повинен мати глибокі знання щодо характеристик, ризиків та обробки матеріалів, таких як герметизуюча смола, ламінувальна смола, деревна целюлоза та полілактид, використовуючи їх для моделювання.

2). Одним з найперспективніших видів технічних впливів на автомобіль є тюнінг легкового автомобіля, спрямований на покращення його споживчих властивостей і зовнішнього вигляду.

Термін «тюнінг автомобіля» відноситься до технічних впливів на транспортний засіб, спрямованих на зміну його якостей відповідно до побажань власника, за умови невеликих змін у експлуатаційних характеристиках. Особливо популярним стає тюнінг силового агрегату для покращення динаміки та економічності автомобіля, а також тюнінг ходової частини для підвищення

керованості та плавності ходу [34]. Ці технології сприяють підвищенню енергоефективності автомобіля.

У процесі тюнінгу для поліпшення зовнішнього вигляду, комфорту та ходових якостей автомобіля можуть проводитися різноманітні види робіт та послуги. Наприклад:

- поліпшення характеристик двигуна за допомогою чіп-тюнінгу, використання турбонаддува та змін фаз газорозподілу.

- вдосконалення трансмісії та ходової частини за допомогою установки коробок передач з пониженим рядом шестерень, заміни головної передачі, встановлення газових амортизаторів та коліс більшого діаметру.

- покращення гальмівної системи та рульового керування шляхом встановлення дискових гальмів, підсилювачів рульового механізму і т. д.

- Декоративна обробка інтер'єру салону, встановлення додаткового обладнання для підвищення безпеки руху та інші тюнінгові елементи [35,с.178].

Особливу увагу слід приділити організації робіт з тюнінгу, включаючи планування, взаємозв'язок модернізації, технічний контроль та оцінку залишкового ресурсу вузлів та автомобіля. Використане обладнання та інструменти для тюнінгу взаємозамінні з тими, які використовуються для ремонту.

Для організації дільниці з модернізації підвіски можна використовувати основу дільниці поточного ремонту. На цій дільниці слід передбачити принаймні два пости:

- пост установки тюнінг-комплектів, оснащений 2-стійковим підйомником та монтажно-демонтажним обладнанням.

- пост регулювання кутів коліс, обладнаний 4-стійковим підйомником та стендом для перевірки кутів встановлення коліс.

Під час виконання робіт з нанесення оригінальних малюнків на кузови автомобілів рекомендується використовувати екрани для відгородження відповідних постів та облаштовувати ділянку потужною місцевою вентиляцією. Роботи, пов'язані

з фарбуванням автомобілів, можна виконувати у фарбувальному відділенні станції технічного обслуговування.

Оскільки стрімко зростає кількість електромобілів та гібридних автомобілів, важливо звернути увагу на обслуговування та ремонт автомобілів з гібридною силовою установкою та електромобілів. Це включає в себе не лише традиційний ремонт, а й роботи з обслуговування та оновлення електричних компонентів автомобілів.

Послуги повного детейлінгу, охоплюють як зовнішню, так і внутрішню обробку автомобіля, стають дуже популярними. До цих послуг входить:

- детальне чищення та відновлення екстер'єру автомобіля.
- глибоке очищення та підтримання в чистоті інтер'єру автомобіля.
- покращення естетичних характеристик, включаючи тюнінгові елементи та нанесення захисних покриттів.

Важливо відзначити, що підготовка автомобілів до різних спортивних змагань зазвичай не входить до сфери обслуговування автотранспортних засобів. Ці роботи виконуються у спеціалізованих майстернях, оскільки вони вимагають специфічних навичок та обладнання для досягнення високого стандарту якості [10,с.27-28].

На основі аналізу наданих автосервісних послуг виокремлюються три потенційні стратегії розвитку підприємств цієї галузі: розширення асортименту наданих послуг, реконструкція існуючих приміщень та будівництво нових будівель і філій. Сучасні вимоги до розвитку автосервісу вимагають від власників та проектувальників розв'язання завдань як прямого (при якому підрозділи та саме підприємство проектується враховуючи аналіз послуг і застосованих технологій), так і зворотного (при якому, виходячи з наявних приміщень, обираються технології та визначається спеціалізація автосервісного підприємства) характеру при технологічному проектуванні та розвитку автосервісних підприємств. Зрозуміло, що зворотне завдання виявляється більш складним та частіше зустрічається на практиці.

Таким чином, перспективи розвитку автосервісу в Україні обумовлені необхідністю постійного адаптування до сучасних технологічних та екологічних вимог, розширенням асортименту послуг, інтеграцією новітніх технологій та підвищенням кваліфікації фахівців. Це відкриває шлях до стійкого росту та конкурентоспроможності галузі, сприяючи покращенню рівня обслуговування автовласників в країні.

РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТАНЦІЙ ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛІВ

4.1 Визначення технічних аспектів відкриття станції технічного обслуговування автомобілів

Проаналізувавши ринок, на мою думку потрібно відкрити станцію діагностики та ремонту електронних систем автомобілів. Це пов'язано з кількома причинами:

- ця послуга досить затребувана на ринку;
- постійні клієнти СТО будуть із задоволенням ним користуватися;
- це дасть змогу залучити нових клієнтів як на цю послугу, так і на комплекс послуг у цілому;
- робота з діагностики електронних систем добре вписується в загальний профіль діяльності малого підприємства;
- працівники СТО мають відносно високу кваліфікацію в цій області, для підвищення кваліфікації необхідно пройти лише незначні курси;

- малий бізнес має можливість додатково орендувати виробничі приміщення для розміщення цієї території.

Обсяг реалізації цього проекту буде прийнятий середнім для даного виду діяльності, тобто 3 роки.

Усунути ту чи іншу несправність в автомобілі в основному нескладно. І зазвичай на відносно короткий час. Ця аксіома справедлива лише за трьох умов: відомо, як, чим і що саме потрібно робити. Якщо з першими двома умовами, як правило, проблем не виникає, то третя часто може стати справжнім каменем спотикання. Перш за все, це проблеми, пов'язані з двигуном або електронними системами, якими у великій кількості оснащені сучасні автомобілі. На перший план сьогодні виходить правильне визначення причин поломок і несправностей в роботі автомобілів, що дає право навіть говорити про створення нової спеціальності в автосервісі – діагностики. Зараз практично всі автомобілі оснащені електронними системами уприскування палива, що значно підвищило попит на послуги, пов'язані з діагностикою технічного стану та ремонтом цих автомобілів.

Так звані системи керування двигуном (СКД) передусім вимагають ретельної діагностики. Технічний стан даної системи управління двигуном автомобіля є найважливішим фактором, який впливає на тягово-швидкісні показники автомобіля в цілому. У сучасних умовах діагностика технічного стану та ремонт СКД практично неможливі без використання спеціального технічного обладнання, більшість з якого складають вимірювальні прилади.

Там же можна складати всілякі головоломки про вибір діагностичного приладу, потім довго мучитися в пошуках відповіді і вирішувати проблему, якому з цих приладів віддати перевагу. Або ви можете піти більш простим і природним шляхом. Які саме засоби діагностики двигуна і його систем сьогодні використовуються і що саме можна за допомогою них діагностувати, дізнатися нескладно. А тому розуміють, що для повної діагностики двигуна

потрібен певний набір обладнання. І коли ви це зрозумієте, створіть конфігурацію, яка найкраще відповідатиме цим конкретним потребам.

Всі прилади для діагностики СКД можна розділити на кілька груп, кожна з яких призначена для виконання свого комплексу завдань. Ці групи можна визначити приблизно так:

- 1) Сканери;
- 2) Вимірювальне обладнання;
- 3) Різні тестери двигунів.

По-перше, газоаналізатор вважається найнеобхіднішим обладнанням, а на СТО найкраще купувати чотирикомпонентний з розрахунковим коефіцієнтом лямбда (λ). Без цього приладу діагностика двигуна, як основного агрегату автомобіля, практично неможлива. Вибираючи модель з можливістю електровимірювання, послуга частково покриває можливості мотор-тестера. Компресійний манометр і манометр паливної системи – досить дешеві прилади, але приємні дрібнички в діагностичному наборі. Найпростіша установка для форсунок омивача допоможе вам при виникненні проблем з діагностикою через погану якість робочої суміші в перевірених автомобілях.

Інше питання, яке вирішує СТО, яка зі станцій краще мобільна чи стаціонарна.

Якщо СТО обладнує станцію діагностики та ремонту електронних систем безпосередньо на території, то вона повинна забезпечити можливість обладнання навколо комп'ютера. Такий підхід дозволить створити один діагностичний комплекс зі сканера, тестера двигуна і газоаналізатора з подальшою можливістю оновлення програмного забезпечення. Крім того, на комп'ютері можна розмістити величезну базу обслуговуваних автомобілів, що стане величезною підмогою для діагностики.

Якщо планується проведення польових робіт (технічна допомога на дорозі), то необхідно забезпечити можливість роботи пристрою від бортової мережі автомобіля. Хоча використання ноутбука дозволить вам залишатися мобільним і користуватися вищезгаданими перевагами персонального комп'ютера.

Велика кількість різних марок автомобілів і їх вік накладає ряд обмежень на вибір комплектації. Перш за все, це стосується вибору сканера. Як було сказано вище, сканер жорстко прив'язаний до марки автомобіля, а рік випуску автомобіля і марка «бортового комп'ютера» впливають на якість і можливість або неможливість діагностики як такої. При виборі сканера основна увага приділяється переліку марок автомобілів і року випуску, які підтримує сканер, комплекту кабелів для підключення до роз'єму управління автомобілем, а також можливості зміни його програмного забезпечення і розширення його можливостей. . Особливу увагу ми приділяємо сканерам, які працюють з комп'ютером, що дає практично необмежені можливості для оновлення програмного забезпечення, а при необхідності потрібно лише докупити кабель.

Для ефективної роботи даної станції, крім вищевказаного обладнання, необхідно також:

- Домкрат двостійковий вантажопідйомністю 2,5 т для легкових автомобілів - 1 шт.;
- Редукторні рейки вантажопідйомністю 300 кг. - 2 шт.;
- Домкрат мобільний вантажопідйомністю до 2 тонн - 1 шт.;
- Зарядний пристрій і пускова установка - 1 шт.;
- Слюсарні верстати - 2 шт.;
- Набір ручних інструментів.

Дослідження ринку запропонованого пристрою показало наступне. Продаж обладнання, яке нас цікавить, його встановлення, обслуговування та ремонт, а також навчання персоналу та технічну підтримку здійснюють найбільші компанії:

- «Ам-Євро»;
- «Барклай-Авто»;
- «Діаком-Авто»;
- «Діамакс Холдинг»;

Для полегшення розрахунків розраховану суму, необхідну для придбання обладнання, округлимо до значення 500 тис. грн. Амортизація ми розраховуємо обладнання виходячи з того, що за три роки його залишкова вартість зменшиться на 50%. Відповідно, щомісяця буде

Пристрій	Ціна грн
----------	----------

зароблятися 1,5% або 5800 гривень.

План розміщення обладнання складається виробником. Площа майданчика дозволяє працювати з двома автомобілями одночасно. Тому бажано, щоб діагностично-ремонтна станція мала два паркомісця. Загальна площа становитиме 55 м².

Оренд на плата 5000 грн/міс. Усі витрати на обслуговування сайту будуть підсумовані в таблиці 4.1.

Універсальний діагностичний комплекс ДТС-25.2.	243750
Набір для вимірювання тиску палива ID-U	14750
Обладнання для очищення паливної системи бензинових і дизельних двигунів Carbon Cleaner System III.	63600
Підйомник стаціонарний 2-х стійковий П4-Т-СП	95 500
Рейка гідравлічна СТХ-1 2 шт.	26800
Підйомник роликовий гідравлічний К 4845	4000
Стіл робочий 22.2-25-G 5015 2 шт.	32700
Зарядний пристрій і стартер (прибл.)	3500
Набір ручного інструменту (прибл.)	12 000
Всього:	496600

Таблиця 4.1 – Витрати на утримання діагностичного відділення

Джерело: сформовано автором

4.2 Організаційні аспекти відкриття станції технічного обслуговування автомобілів

Основною метою самодіагностики є пошук і виявлення несправних систем автомобіля і двигуна зокрема. Відновлення контакту в ланцюзі того чи іншого датчика часто заважає провести «капітальний» ремонт двигуна, тому якість діагностики залежить в першу чергу від людини, від діагноста. Від цього також залежить реакція клієнта. Тому спочатку варто освоїти всі премудрості процесу. Для цього існують спеціальні курси, при виборі яких варто звернути увагу на наступне:

- навчання повинні проводитися висококласними наставниками;

- програма навчання повинна включати основні теоретичні питання про роботу всіх автомобільних систем і підсистем двигуна внутрішнього згоряння (вузли, датчики, виконавчі механізми тощо);
- практичні заняття як невід'ємна частина програми навчання мають проходити в реальних умовах СТО і бажано з використанням обладнання, на якому працівники працюватимуть у майбутньому.

При купівлі обладнання важливо враховувати можливість виробника проводити підготовчі курси для підготовки фахівців та іншу підтримку, яку можуть надати тільки ті виробники, які підходять до цієї сфери діяльності з усією серйозністю. І найголовніше, не варто забувати, що швидка та грамотна діагностика, вміння точно визначити причину проблеми з автомобілем сприятиме зростанню авторитету СТО і, як наслідок, збільшенню кількості вдячних клієнтів.

Тому ми рекомендуємо компанії направити двох своїх найбільш кваліфікованих співробітників на навчання з подальшим переведенням на цей вид діяльності. І найняти ще 2 людини на колишні посади. Що закономірно призведе до зростання витрат у компанії в цілому. Ці витрати можна сміливо віднести до створюваного підрозділу.

З навчанням персоналу ситуація приблизно така ж, як і з обладнанням. Вирішуємо навчити двох співробітників на курсах Діамакс Холдинг. Вартість навчання становитиме 11 000 грн.

Заробітна плата виробничого персоналу відрядна і становить 40% від суми, сплаченої клієнтом за виконану роботу.

Утримання та обслуговування додаткових приміщень потребуватиме кошти на виробничий персонал у сумі 1500 гривень на місяць.

Витрати на рекламу є одним з головних затрат підприємства. Так як це не велике підприємство, витрати на рекламу складуть 1500 грн на місяці. Вони включають виготовлення візитівок та закупівля банера.

Дирекція персоналу:

- Директор-Власник
- Старший автомеханік
- Слюсар

Створення організаційного плану дозволяє власнику бізнесу контролювати найважливіші роботи та ключові події, передбачати можливі збої та знижувати ризики. По-перше, необхідно визначити ймовірну тривалість робіт і взаємозв'язок між ними. Розрізняють такі умови взаємодії частин:

- "кінець - початок» - закінчивши одну роботу, слід приступити до іншої (роботи проводяться поступово);
- «початок — початок» — разом із початку чи іншу роботу можна починати через певний час (завдання виконуються паралельно);
- "кінець - кінець» - закінчення одного з проектів повинно відбуватися одночасно або через певний час після закінчення іншого.

Складено діаграму Ганта проекту створення станції діагностики та ремонту електронних систем автомобіля (табл. 4.2)

Таблиця 4.2 – Діаграма Ганта створення станції діагностики та ремонту електронних систем автомобіля

Назва завдання	Дата початку	Дата закінчення	Тривалість днів
Рішення розпочати проект	01.04.2024	14.04.2024	14
Відвідати спеціалізовані	15.04.2024	30.04.2024	16

виставки діагностичного обладнання			
Укладання кредитного договору з тримісячною відстрочкою початку погашення	01.05.2024	04.05.2024	4
Остаточний вибір і закупівля обладнання	05.05.2024	01.06.2024	28
Підготування виробничої площі	01.06.2024	14.06.2024	14
Доставка та монтаж обладнання	14.06.2024	14.07.2024	31
Тестова робота підприємства	15.07.2024	31.07.2024	17
Навчання персоналу	15.07.2024	31.07.2024	17
Розробка прайс- листа	15.07.2024	31.07.2024	17
Рекламна кампанія	15.07.2024	31.07.2024	17

Продовження таблиці 4.2

Планова робота	01.08.2024	01.08.2027	1096
Початок погашення кредиту	01.08.2024	01.08.2027	1096

Джерело: побудовано автором

Надалі планування буде здійснюватися з урахуванням ситуації, яка може змінитися. Через 3 роки, в кінці життєвого циклу проекту, можливі такі варіанти:

- Ліквідувати проект;
- Залиште все як є і отримайте трохи прибутку;

- Інвестуйте в нього та розширюйте його діяльність.

4.3. Фінансово-економічні аспекти відкриття станції технічного обслуговування автомобілів

Ця частина є найважливішою складовою стратегії, яка має завдання узагальнити попередні висновки та представити їх у вартісній формі. Складаємо фінансовий план на весь період реалізації стратегії.

Визначимося: скільки нормо-годин теоретично може реалізувати СТО на місяць. У нас працює: 2 працівники, які працюють по 8 годин 22 дні на місяць.

$$2 * 8 * 22 = 352 \text{ н / год в місяць.}$$

Але це ідеально, коли СТО завантажена на 100%. Однак насправді це точно не так. Тому ми будемо враховувати ключові показники СТО, такі як її продуктивність та ефективність.

Продуктивність праці — показник використання робочого часу механізаторів, іноді її розуміють як навантаження. Розраховується як відношення продуктивного часу (час роботи над замовленнями) до часу присутності механіків на робочому місці (без обідньої перерви). Ефективність, з іншого боку, відображає використання часу, витраченого на роботу, і дорівнює відношенню проданих годин до часу, який механіки присутні на робочому місці. Неважливо, чи були ці години продані клієнтам, чи були гарантійними. У практиці автосервісу середній показник продуктивності становить 65-85%. Для ефективності середній показник становить 90-110%, максимально можливий – 120% [51].

На стабільно працюючій СТО, як показує практика, навантаження (продуктивність), при якій підприємство починає отримувати прибуток, становить від 55 до 70%.

Кваліфікація працівників відносно висока, тому ефективність їх роботи ми будемо приймати за 100% і надалі не враховуватимемо. Середня вартість діагностики та ремонту електронних систем автомобіля становить 450 грн. протягом стандартних годин.

Прогнозуючи обсяг продажів, ви повинні враховувати ймовірний попит.

У розрахунку приймаємо коефіцієнт завантаження K_z :

- Низький попит - навантаження 40%, $K_z = 0,4$;
- Середня потреба - навантаження 70%, $K_z = 0,7$;
- Високе навантаження 100%, $K_z = 1$.

Тепер на основі цього будемо робити прогноз обсягу впровадження послуги на місяць у грошовому еквіваленті залежно від завантажень. Обсяг продажів буде таким:

- Низький попит: $0,4 * 352 * 450 = 63360$ грн.
- Середній попит: $0,7 * 352 * 450 = 110\,880$ грн.
- Великий попит: $1 * 352 * 450 = 158\,400$ грн.

Тепер розрахуємо розмір початкових і поточних витрат таблиці 4.3.

Таблиця 4.3 – Початкові витрати

Джерело: розраховано автором

Так багато потрібно інвестувати в проект. Для їх отримання рекомендуємо взяти кредит у банку. Ось і виходить:

- Сума кредиту - 540 000;
- Відсотки за кредит - 17% річних;
- Погашення кредиту здійснюватиметься щомісяця рівними частинами.

Опис витрат	Витрати, грн
Закупівля обладнання	500 000
Доставка та монтаж обладнання	14 000
Підготовка приміщення (електрика, освітлення, вентиляція та ін.)	15 000
Навчання співробітників	11 000
Загалом	540 000

Кредит можна отримати на термін від одного до трьох років.

Відповідно відрізнятимуться щомісячні внески кредиту (таблиця 4.4).

Таблиця 4.4 – Щомісячні платежі по кредиту, грн

Платежі	Кредит		
	на 1 рік	На 2 роки	на 3 роки
Погашення кредиту	540 000	540 000	540 000
Відсотки за кредит	91800	183600	275400

Загалом	631800	723600	815400
Щомісячні платежі	52650	30150	22650

Джерело:
розра

ховано автором

Проаналізувавши таблицю, ми бачимо, що чим довший термін погашення, тим менші щомісячні внески. Ми підберемо оптимальний, тобто найвигідніший варіант на три роки.

Поточні витрати підприємства традиційно поділяють на постійні та змінні. Оскільки продуктом нашого бізнесу є послуга, ми розраховуємо витрати щомісяця.

До складу постійних витрат підприємства на надання послуг входять наступні статті (табл. 4.5).

Таблиця 4.5 – Постійні витрати, грн

Оренда приміщення	5000
Витрати на утримання та обслуговування приміщень	800
Витрати на утримання виробничого персоналу	1500
Податок	5500

П
ро
до
в
ж
ен
ня
табл
иці 4.5

Витрати на рекламу	1500
Кредит	22650
Всього:	36950

Д

джерело: розроблено автором

До змінних витрат увійдуть: заробітна плата виробничого персоналу; матеріальні витрати; енергії для виробничих потреб. Змінні витрати залежать від обсягу послуги СТО. Залежно від попиту вони будуть такими: (табл. 4.6)

Витрати	Коефіцієнт навантаження			Таблиця 4.6 – Змінні витрати, грн
	0,4	0,7	1	
Зарплата виробничим робітникам	25344	44352	63360	
Матеріальні витрати	1400	2500	3500	
Енергія для виробничих потреб	470	820	1200	
Загалом	27214	47672	68060	

Джерело: розроблено автором

Знаючи всі очікувані витрати та доходи протягом життя проекту з різним попитом на послуги, можна визначити точки беззбитковості для більш оптимального та середнього попиту.

Щоб правильно розрахувати прибуток за три роки, складемо таблицю витрат, доходів і прибутку по роках (табл. 4.7). Ставка дисконтування 12%(рефінансування НБ України).

Таблиця 4.7 – Витрати, доходи і прибуток по роках, грн

Показники	1 рік	2 рік	3 рік
Доходи	1 210 560	1 210 560	1 210 560
Витрати	1 015 464	1 015 464	1 015 464
Прибуток	195 096	195 096	195 096
Дисконтований дохід	171 684	155 529	138 865
Чистий дисконтований дохід	466 078		

Джерело: розроблено автором

Амортизація за роки використання = $5800 * 36 = 208\,800$ грн

Чистий дохід на місяць = $110880 - 47672 - 36950 = 26258$ грн.

Точка беззбитковості = $36950 / (450 - 135,5) = 117$ н/г

Приблизний термін окупності = $540000 / 26258 = 20$ місяців (або 1 рік і 8 місяці)

Рентабельність = $26258 / 100880 = 26\%$

Як бачимо, щоб проект був збитковим, працівники повинні працювати не менше 117 нормо-годин на місяць. Тоді компанія покриє всі витрати за місяць.

Зрозуміло, що ремонт та обслуговування автомобілів є дуже вигідною сферою інвестування. І сьогодні питання «куди інвестувати» вже не стоїть. Сьогодні найголовнішою дилемою є «скільки грошей інвестувати». І «з чого почати». І починати потрібно зі створення відповідного обґрунтованого проекту та будівництва комерційної авторемонтної майстерні. Це дозволить зрозуміти, скільки, як і у що потрібно інвестувати. І що ці інвестиції можуть дати.

Потрібно інвестувати у створення відділу з ремонту електронних систем автомобілів. Розрахунки показали, що для цього проекту необхідно близько 540 тис. грн. Бізнесу доцільно брати ці кошти в кредит на три роки, а це приблизний термін окупності проекту. Орієнтовний чистий дисконтований дохід – 26258 грн на місяць. Термін окупності становитиме 1 рік 7 місяців.

ВИСНОВКИ

Таким чином, підсумовуючи аналіз теми дослідження виходячи з поставлених завдань слід відзначити наступне:

1. Малі підприємства відіграють суттєву роль у темпах економічного росту в численних розвинених країнах, причому їх внесок у валовий національний продукт може сягати 70%. Цей сектор надає можливість розкрити творчий потенціал, активізувати і працездатно використовувати мільйони громадян, забезпечуючи ринок необхідними товарами та послугами. Автосервіс є невід'ємною складовою транспортної інфраструктури, спеціалізованою сферою, яка забезпечує обслуговування та ремонт автомобілів. Важливий для забезпечення безпеки та ефективності транспортної системи, автосервіс відіграє ключову роль у забезпеченні функціональності та тривалого функціонування автотранспорту. Його розвиток вимагає системної уваги до якості обслуговування, технічних інновацій та підготовки кваліфікованих кадрів. Щорічно кількість підприємств у сфері автосервісу зростає на 10-15%. Незважаючи на цей розвиток, стан цих підприємств залишається незмінним, а дефіцит персоналу поступово загострюється. Для виправлення цієї ситуації необхідно розробити державну концепцію розвитку автосервісу, базовану на ключових принципах: автосервіс має слугувати сферою обслуговування та ремонту автомобілів; потрібно встановити методику класифікації підприємств автосервісу; обов'язково провести сертифікацію персоналу та СТО; забезпечити технологічною інформацією автосервісні центри; приділити значну увагу підготовці кадрів та підвищенню якості надання послуг.

2. Велика різноманітність видів автосервісних підприємств, від дорожніх СТО до пересувних станцій, створює різні можливості для задоволення потреб власників автомобілів. Розуміння цієї різноманітності дозволяє знаходити оптимальні рішення

для обслуговування та ремонту транспортних засобів, сприяючи їхній безпеці та надійності на дорозі.

3. На фоні динамічного ринку автосервісу в Україні надзвичайно важливо впроваджувати стратегії, спрямовані на підвищення ефективності та покращання якості послуг. Розглянуті стратегічні напрямки, що базуються на аналізі проблем та потреб галузі, визначають ключові аспекти для подальшого розвитку. Удосконалення доступу до технологічної інформації, залучення державних ініціатив та активізація програм підготовки персоналу створюють фундамент для створення високотехнологічних та конкурентоздатних автосервісних підприємств. Впровадження відповідних стратегічних заходів не тільки сприятиме економічному зростанню галузі, але й підвищить рівень технічної безпеки автотранспорту. Однак успішна реалізація цих стратегій вимагатиме спільних зусиль галузевих представників, державних органів та освітніх установ для створення стабільного та інноваційного екосистеми автосервісу в Україні.

4. Ринок автомобілів в Україні у 2022 році відзначався значними труднощами, викликаними нестабільною економічною та політичною ситуацією в країні. Спостерігалася нестабільність у сфері постачання автомобілів та росте популярність китайських електрокарів. На ринку автомобільного сервісу також відбувалися зміни, про що свідчило зменшення кількості заїздів на технічне обслуговування. Зазначено, що ступінь відвідуваності сервісів значно впливає на регіональні особливості. Однак спостерігається певна покращення у ситуації з завантаженням СТО. Незважаючи на труднощі, незалежні автосервісні мережі виявили велику адаптивність та активно реагують на складні умови. Вони не лише забезпечують якісний сервіс, але й надають гарантії на надані послуги та деталі. Важливо відзначити їхню ініціативу у підтримці Збройних Сил України та співпрацю з виробниками автозапчастин. На сучасному українському ринку переважають незалежні автосервіси, що підкреслює необхідність розвитку високотехнологічних сервісних мереж у вітчизняному автомобільному секторі.

5. Аналізуючи можливість створення станції технічного обслуговування як виду малого бізнесу, можна визначити його перспективність у контексті попиту на послуги автосервісу в Україні. Враховуючи стабільний попит на технічне обслуговування автомобілів та зростаючий автомобільний парк, створення такого підприємства може бути успішним, забезпечуючи попит на якісні та конкурентоспроможні послуги в даній галузі.

6. Проектування станції технічного обслуговування (СТОА) включає в себе розробку генерального плану, компоновальних схем для споруд, а також планування розташування цехів і ділянок. Важливими аспектами є мінімізація витрат, планування відповідно до технологічних вимог, використання типових проектних рішень, уніфікація конструкцій, гнучкість та можливість модернізації, а також створення зручних умов для клієнтів. При використанні типових рішень та уніфікації конструкцій забезпечується ефективність у використанні ресурсів та спрощення проектування та будівництва. Раціональне використання площі та оптимізоване розташування обладнання сприяють ефективній організації простору, що дозволяє максимізувати продуктивність та ефективність виробничих процесів. Загалом, правильне проектування та планування станції технічного обслуговування є ключовими факторами для створення успішного та ефективного підприємства в сфері автосервісу в Україні.

7. Реалізація системи мотивації персоналу в інформаційній системі автосервісного підприємства є ключовим елементом для забезпечення ефективності та високої якості наданих послуг. Стратегії, такі як прив'язка до кваліфікації, виконаних послуг, проданих товарів та показників, є найефективнішими для стимулювання працівників у сфері автосервісу. Важливо встановити чіткі критерії та порогові значення для максимальної прозорості та рівних можливостей. Додаткові бонуси, спрямовані на покращення робочого середовища, також можуть виявитися ефективними в створенні позитивного робочого клімату та підвищенні морального духу персоналу.

8. Розвиток ринку автосервісних послуг в Україні стикається зі значними труднощами, що обмежують його потенціал для сталого росту. Низька якість обслуговування, високі витрати на технічне обслуговування, недостатній розвиток технічної інфраструктури, проблеми з кадрами, недостатня конкуренція та вплив військових подій з 2022 року створюють серйозні виклики для галузі. Системна робота над вирішенням цих проблем вимагатиме спільних зусиль галузевих представників, державних органів та інших зацікавлених сторін для створення стабільного та інноваційного екосистеми автосервісу в Україні.

9. Необхідність систематичного розвитку мережі автосервісу в Україні обумовлена стратегічною метою підвищення ефективності та безпеки транспортної системи країни. Одним із перспективних напрямків у цьому розвитку є тюнінг легкових автомобілів, спрямований на поліпшення їх споживчих характеристик та зовнішнього вигляду. При цьому розгляд та впровадження інновацій в автомобільну електроніку визнаються ключовими факторами успішного вдосконалення сучасних автосервісних підприємств.

10. Зрозуміло, що ремонт та обслуговування автомобілів є дуже вигідною сферою інвестування. І сьогодні питання «куди інвестувати» вже не стоїть. Сьогодні найголовнішою дилемою є «скільки грошей інвестувати». І «з чого почати». І починати потрібно зі створення відповідного обґрунтованого проекту та будівництва комерційної авторемонтної майстерні. Це дозволить зрозуміти, скільки, як і у що потрібно інвестувати. І що ці інвестиції можуть дати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів №1961-IV» ., від 17.08.2022
2. Андрусенко С. І. Моделювання бізнес-процесів підприємства автосервісу: монографія. С. І. Андрусенко, О. С. Бугайчук. К.: Кафедра, 2014. 325 с.
3. Андрусенко С.І. Технології підвищення ефективності виробничо-технічної бази підприємств автомобільного транспорту: навчальний посібник : Андрусенко С.І., Бугайчук О.С. К.: НТУ, 2017. 190 с.
4. Бугайчук О. С. Поліпшення діяльності підприємств автосервісу на основі оптимізації виробничих процесів : дис. канд. техн. Наук : 05.22.20 / О. С. Бугайчук / О.С. Бугайчук // К. : НТУ. 2010. 207 с
5. Бухановський В.М. Оптимізація функціонування міських пасажирських перевезень / В.М. Бухановський, Л.А. Тарандушка, І.П. Тарандушка // Збірник тез доповідей студентської науково-практичної конференції ЧДТУ : 18-20 квітня 2023 р. [Електронний ресурс]; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2023. С. 192.
6. Варналій З. С. Мале підприємництво у сфері побутового обслуговування населення: навч. посібник : З. С. Варналій, Л. П. Хмелевська, М. О. Хмелевський. К.: Знання України, 2004. 259 с
7. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічний менеджмент : Навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2013. 396с.
8. Васильчук Е.С., Рухманова Н.А. Бізнес-планування та оцінка ризиків підприємницької діяльності : Іван. держ. ун-т. Іваново, 2016. 123 с.
9. 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 2016р. : Тернопіль, ТНЕУ, 2016. С. 42-44.

10. 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.

11. 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, 2022. С. 40 – 42.

12. Гірняк О.С. Менеджмент: теоретичні основи і практикум. К.: 2013. 336с.

13. Городецький М. Підходи до формування конкурентоспроможності автосервісних підприємств : Економічний дискурс : Львів, 2019. Випуск 4. С. 102–113.

14. Гращенко І. С. Аналіз стану та перспектив розвитку вітчизняних підприємств сфери побутового обслуговування населення / І. С. Гращенко, Я. В. Лісун // Київський національний університет технологій та дизайну. Вісник КНУТД. 2010. Том 5, № 5. С. 38-43.

15. Довгий В.О. Удосконалення стратегії керування запасами систем автосервісу на прикладі складу автомобільних експлуатаційних матеріалів / В.О. Довгий, Л.А. Тарандушка, І.П. Тарандушка // Збірник тез доповідей студентської науково-практичної конференції ЧДТУ : 18-20 квітня 2023 р. [Електронний ресурс] /; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2023. С. 191.

16. Жирний Д.В. Оптимізація транспортних потоків великого міста з застосуванням сучасного програмного забезпечення : Д.В.Жирний, Л.А.

Тарандушка, І.П. Тарандушка : Збірник тез доповідей студентської науково-практичної конференції ЧДТУ : 18-20 квітня 2023 р. [Електронний ресурс] ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2023. С. 192.

17. Ізтелеуова М.С. Організація та логістика перевезень: Підручник / М.С. Ізтелеуова, І.В. Грицук, П.М. Арімбекова, Л.А. Тарандушка Херсон: Вид-во ОЛДІ, 2021 264 с.

18. Кахович Ю. О. Контроль якості продукції підприємства в умовах сучасної економіки / Ю.О. Кахович, К.С. Янко : Науковий вісник НГУ :2011. №1. С. 123–127.

19. Колот А.М. Мотивація персоналу: підруч. : А.М. Колот. К.: КНЕУ, 2017. 337 с.

20. Курников У. П. Технологічне проектування підприємств автомобільного транспорту : Навч. посібник : К. Вища школа, 2013. 232с.

21. Левківський А.О. Визначення кількості підприємств технічного сервісу на основі аналізу транспортного потоку. Вісник ЖДТУ. Серія «Технічні науки». Житомир, 2018. №2(82). С. 94–98.

22. Лисак В. Ю., Ткачук В. В. Мотивація праці управлінського та виробничого персоналу: теоретичні аспекти. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13(2). С. 108–111.

23. Литвишко Л.О. Порівняльна характеристика особливостей надання автосервісних послуг у США та Європі / Литвишко Л.О., Васьківська Н.В. // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Економічні науки». Випуск 3 (33), 2015. С.197

24. Маринич І.А. Мотивація як фактор підвищення ефективності праці працівників / І.А. Маринич // Науковий вісник НЛТУ України. 2016. № 15.5. С. 376–380.

25. Марков О. Д. Планування виробничої програми станції технічного обслуговування автомобілів / О. Д. Марков, Н. В. Веретельнікова, Є. А. Вельбовець,

В. В. Низьковолосов // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. 2012. Вип. 9. С. 113-119.

26. Марков О.Д. Організація автосервісу Львів, Оріяна нова, 2018. 154с.

27. Мастепан С.М. Використання нейромережових технологій в управлінні якістю процесів технічного обслуговування та ремонту автомобілів. Вісник ЖДТУ. Серія «Технічні науки». Житомир, 2018. №2(82). С. 99–104.

28. Методи оцінювання якості технологічних процесів у системах автосервісу: Монографія / [Л.А. Тарандушка, В.П. Матейчик, І.В. Грицук, Н.Л. Костьян, О.Д. Марков, І.П. Тарандушка] - Черкаси. : ЧДТУ, 2021. 212 с

29. Обслуговування клієнтів автосервісу: навчальний посібник / О. Д. Марков, Н. В. Веретельникова. – К. : Видавництво Каравела, 2015. 263 с.

30. Офіційний сайт AUTO-Consulting. URL: <https://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=52458> (Дата звернення: 19.10.2023)

31. Офіційний сайт Автомайстерня. URL: <https://www.automaster.net.ua/artykuly/avtoservisni-merezhi-2019,52344?wyslij=52344> (Дата звернення: 19.10.2023)

32. Офіційний сайт Інфокар. URL: https://news.infocar.ua/yak_zmnilasya_pd_chas_vyni_zavantajenst_avtoservsv_154698.html (Дата звернення: 19.10.2023) Розробка функціональної моделі мережі автосервісних підприємств / Л.А. Тарандушка, Н.Л. Костьян, О.Д. Марков, В.В. Біліченко. // Вісник машинобудування та транспорту. 2020. №1(11). С. 133-139.

33. Редзюк А.М. Обов'язковий технічний контроль колісних транспортних засобів. Довідник-К.: ДП Державтотранс НДІ проект, 2013. 620 с.

34. Редзюк А.М. Правила надання послуг з технічного обслуговування та ремонту дорожніх транспортних засобів Науково практичний коментар довідник К.: ДП Державтотранс НДІ проект, 2004. 400 с.

35. Розум Р. І., Вітровий А. О. Проблеми і перспективи розвитку технічного сервісу в сьогоденних умовах : Матеріали першої міжнародної науково- практичної

конференції молодих учених «Теоретична і прикладна економіка: задачі та перспективи» Тернопіль 2008. С. 178-179.

36. Рудик М.В. Підвищення експлуатаційних характеристик транспортного засобу на основі покращення оглядовості з місця водія : М.В. Рудик, Л.А. Тарандушка, І.П. Тарандушка // Збірник тез доповідей студентської науково-практичної конференції ЧДТУ : 18-20 квітня 2023 р. [Електронний ресурс] ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2023. С. 191.

37. Рудковський О. В. Планування розвитку автосервісного комплексу / О. В. Рудковський // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. №5. С. 223 –227

38. Скороход В.С. Дослідження пасажирських потоків на основі автоматизованої обробки даних / В.С. Скороход, Л.А. Тарандушка, І.П. Тарандушка // Збірник тез доповідей студентської науково-практичної конференції ЧДТУ: 18-20 квітня 2023 р. [Електронний ресурс] /; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2023. С. 193.

39. Тарандушка Л.А. Методи оцінювання якості технологічних процесів у системах автосервісу: монографія / Л.А. Тарандушка, В.П. Матейчик, І.В. Грищук, Н.Л. Костьян, О.Д. Марков, І.П. Тарандушка Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 212 с.

40. Тарандушка Л.А. Технологія моніторингу показників якості технічного обслуговування та ремонту автомобілів / Л.А. Тарандушка, І.П.Тарандушка // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Технічні науки»: науковий збірник : Черніг. нац. техноло. ун-т. 2014. №1. С. 116–122.

41. Тарандушка Л.А. Технологія проведення технічного огляду під час контролю транспортних засобів щодо придатності до експлуатації: навчальний посібник / Л.А.Тарандушка, О.Ю. Лук'яненко, І.П. Тарандушка, В.В. Коваленко, М.І. Кравчук, С.О., Костенко, А.В. Гончаров / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси, Вертикаль, видавець ФОП Кандич С.Г., 2022. 147 с.

42. Тарандушка Л.А., Костьян Н.Л. Вплив параметрів функціонального елементу «Автосервісне підприємство» системи автосервісу на якість виконання технологічних процесів. Вісник Національного транспортного університету. Серія «Технічні науки». Науково-технічний збірник. Київ, 2021. Випуск 1(48). С. 336–344.

43. Тарандушка Л.А., Костьян Н.Л., Марков О.Д., Біліченко В.В. Розробка функціональної моделі мережі автосервісних підприємств. Вісник машинобудування та транспорту. Вінниця, 2020. №1(11). С. 133–139.

44. Технологічне проектування автотранспортних підприємств: Навч. посіб. / За ред. проф. С.І. Андрусенка. К.: Каравела, 2009 368 с

45. Технології підвищення ефективності виробничо технічної бази підприємств автомобільного транспорту: навчальний посібник./ С. І. Андрусенко, О. С. Бугайчук. К. : Медінформ, 2017. 212 с.

46. Технологічне проектування підприємств автосервісу: Навчальний посібник /За ред. І.П. Курнікова К.: Видавництво «Іван Федоров», 2003. 262 с

47. Управління якістю технічного обслуговування автомобілів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Олександр Лудченко, Ярослав Лудченко, Володимир Чередник; за ред. О.А. Лудченка. К. : Ун-т "Україна", 2012. 327 с.

48. Ущаповський К. В. Мотивація трудової діяльності в інфраструктурних галузях : монографія. Харків : Компанія СМІТ, 2015. 216 с.

49. Хаврук В.О. Інтегральна оцінка ефективності функціонування станцій технічного обслуговування автомобілів. : Збірник наукових праць НУК, Миколаїв : 2019. №1(475). С. 229–236.

50. Чорномор Я.В. Вдосконалення транспортної інфраструктури міст за рахунок розповсюдження зарядних електростанцій / Я.В.Чорномор, Л.А. Тарандушка, І.П. Тарандушка // Міжнародно науково-практична конференція «Інноваційні аспекти розвитку автомобільного транспорту України» 16 – 18 травня 2023 р. : м. Кам'янське С.86-88.

51. Гірняк О.С. Менеджмент: теоретичні основи і практикум. - К.: 2013.

Короткий звіт подібності



Ім'я користувача: Бізнес-економіки та підприємництва Чебакова Тетян...	ID перевірки: 1015924538
Дата перевірки: 20.11.2023 11:29:39 EET	Тип перевірки: Doc vs Internet + Library
Дата звіту: 20.11.2023 11:47:11 EET	ID користувача: 100005716

Назва документа: Лазарук Олександр

Кількість сторінок: 87 Кількість слів: 18374 Кількість символів: 148155 Розмір файлу: 543.02 KB ID файлу: 1015594558

6.61% Схожість

Найбільша схожість: 2% з Інтернет-джерелом (<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/16541/1/%d0%92%d1%96%..>)

5.59% Джерела з Інтернету 252 Сторінка 89

3.62% Джерела з Бібліотеки 436 Сторінка 90

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Протокол аналізу звіту подібності науковим керівником

Заявляю, що я ознайомлась з Повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи:

Автор: **Лазарук Олександр Володимирович**

Назва роботи: **Розвиток ринку автосервісних послуг та можливості відкриття станції технічного обслуговування**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковтун В.П.

Підрозділ: *кафедра бізнес-економіки та підприємництва*

Коефіцієнт подібності: **6,61%**

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

- ☐ **виявлені в роботі запозичення є сумнійними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;**
- ☐ виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;
- ☐ виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування:

27.11.2023
(дата)


(підпис)

Ковтун В.П.
(ПІБ)

**ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПЛАН
НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА
Лазарука Олександра Володимировича
ОПП «Підприємництво»
на 2022- 2023 рр.**

№	Вид науково-дослідної Роботи	Термін виконання	Результат виконання
1	Участь у декаді студентської науки на платформі «Імперативи розвитку бізнес-економіки та підприємництва в Україні» у межах роботи ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції «Інноваційні проекти для післявоєнного відновлення та розвитку України»	18 травня 2023 р.	Доповідь: <i>Сучасні виклики для інноваційного розвитку УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ</i> // Інноваційні проекти для післявоєнного відновлення та розвитку України: зб. доп. Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції, 17 квітня — 20 травня 2023 р. [Електронний ресурс]. Київ, КНЕУ, 2023. 206 с.-С.44-47 https://drive.google.com/drive/folders/1HvI_qJcGYIGbDLYx02WG3X2DUdtp-qMn Сертифікат учасника.

Дата: 27.11.12

Підпис:



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
Навчально-науковий інститут бізнес-освіти імені Анатолія Поручника

ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ
Ювілейної 90-ї щорічної
студентської наукової конференції

«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ
для післявоєнного відновлення
ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ»

(17 квітня — 20 травня 2023 р.)



ЗМІСТ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

КАФЕДРА БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

ПЛАТФОРМА

ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ
ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

<i>Бабенко Дар'я Романівна. Особливості функціонування бізнес-моделі на підприємствах при воєнному стані</i>	7
<i>Барабаш Вікторія Ігорівна. Релокація та ресурсне забезпечення бізнесу в повоєнний час</i>	9
<i>Барсегян Ангела Артурівна. Реалізаційний розвиток репокованих підприємств</i>	12
<i>Біземко Діана Олександрівна. Ринок клінінгових послуг в Україні: тренди, фактори та характеристики розвитку</i>	15
<i>Бойко Яна Сергіївна. Використання бенчмаркінгу при аналізі результатів екологічної політики для відновлення економіки України</i>	17
<i>Вашкалук Володимир Романович. Оцінювання ефективності функціонування бізнесу в умовах воєнного часу</i>	19
<i>Глиняна Анна Сергіївна. Розвиток бізнесу в сфері технічного обслуговування під час воєнного та повоєнного стану</i>	22
<i>Денисюк Андрій Вікторович. Стратегія як рушійна сила розвитку підприємства</i>	24
<i>Дудар Катерина Юріївна. Розвиток клієнтоорієнтованості торговельного підприємства на українському ринку будівельних матеріалів</i>	26
<i>Житківський Максим Павлович. Особливості оцінювання ефективності зовнішньоекономічних контрактів</i> ...	29
<i>Колесник Ангеліна Ярославівна. Цифровізація економіки: виклики та перспективи сьогодення</i>	32
<i>Колотур Дар'я Сергіївна. Stablecoins vs. CBDC: битва за майбутнє фінансової системи</i>	35
<i>Курова Вікторія Валентинівна. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства</i>	37
<i>Кучерява Валентина Валентинівна. Сучасні методи управління витратами на підприємстві</i>	40
<i>Лазарук Олександр Володимирович. Сучасні виклики для інноваційного розвитку українських підприємств</i>	44
<i>Оксентюк Максим Ростиславович. Стан та потреби бізнесу під час воєнного та повоєнного стану</i>	47
<i>Пантюхов Олександр Олександрович. Фактори та напрями підвищення результативності діяльності компанії «Розетка»</i>	50
<i>Передерій Юлія Олександрівна. Адаптація діяльності молокопереробних підприємств України до умов воєнного стану</i>	52
<i>Пиріс Тетяна Сергіївна. Зміцнення конкурентних переваг підприємства на основі вдосконалення його корпоративної культури</i>	55
<i>Поліванов Іван Андрійович. Методичні підходи до оцінювання ефективності інтернет-маркетингу</i>	58
<i>Попемасов Данило Євгенович. Ключові переваги впровадження технології ощадливої логістики на підприємстві</i>	61
<i>Потімошченко Олександр Михайлович. Умови та підходи забезпечення цифрового лідерства на ринку електронної комерції в Україні</i>	63
<i>Рева Юлія Дмитрівна. Актуальні проблеми та ризики діяльності вітчизняних агропідприємств та пріоритетні напрями їх мінімізації</i>	65
<i>Юрченко Володимир Володимирович. Розвиток регіону в умовах воєнного стану та аспекти повоєнного відновлення (на прикладі Чернігівщини)</i>	68

Лазарук О. В.

«Підприємництво», 1 курс магістратури

Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.е.н., доцент

кафедри бізнес-економіки та підприємництва Ковтун В. П.

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційний розвиток є одним з ключових складових економічного розвитку, що відіграє важливу роль у зміцненні конкурентоспроможності та сталості підприємств. Україна знаходиться у складному політичному та економічному становищі, спричиненого війною. Це створює нові виклики для українських підприємств, оскільки вони повинні пристосовуватися до нових умов та шукати нові можливості для інноваційного розвитку. Метою проєктного дослідження є дослідження сучасних викликів для інноваційного розвитку українських підприємств.

Війна має значний вплив на економіку країни та підприємства в цілому. Вона спричиняє складність у веденні бізнесу та діяльності підприємств, зниження виробництва та продажів, підвищення цін на енергетичні ресурси та транспорт, складність у забезпеченні фінансових ресурсів та кадрів. Проте водночас війна може стати джерелом нових можливостей для інноваційного розвитку, зокрема за рахунок зміни попиту на товари та послуги, зростання необхідності у нових технологіях та продуктах, розвитку нових ринків.

Згідно з результатами дослідження «Survey of Global Investment and Innovation Incentives» [7], здійсненого аудиторською компанією Deloitte, для стимулювання інноваційних та інвестиційних проєктів використовується широкий спектр інструментів держполітики: від подат-

ні фінансових ресурсів, збільшення вартості виробництва через зростання цін на енергетичні ресурси та транспорт, складність у залученні та збереженні кадрів.

Серед основних викликів для інноваційного розвитку українських підприємств можна виділити такі [5]:

- недостатня кількість фінансових ресурсів та відсутність механізмів їх залучення;
- недостатній рівень науково-технічного потенціалу та кадрового забезпечення підприємств;
- відсутність сприятливого законодавчого середовища та ефективних механізмів підтримки інноваційних проєктів;
- відсутність культури інновацій та відповідного рівня усвідомлення необхідності інноваційного розвитку серед бізнес-спільноти та громадськості.

На нашу думку, найбільшою проблемою є недостатність фінансових ресурсів. Більшість підприємств не мають можливості залучити достатню кількість коштів на розвиток інноваційних проєктів, що значно ускладнює їх розвиток та зростання. Адже основна витрата коштів йде на забезпеченні оборонної здатності.

Війна може стати джерелом нових можливостей для інноваційного розвитку. Підприємства можуть переорієнтувати свою діяльність на виробництво товарів та послуг, які потрібні для потреб національної безпеки та оборони, а також для розвитку економіки в умовах війни. Нові технології, які дозволяють знижувати вартість виробництва та підвищувати якість продукції, можуть стати ключовими факторами успіху підприємств у цей період.

Для того, щоб підприємства успішно пристосувалися до нових умов та викликів, необхідно здійснювати інноваційний розвиток. Для цього можуть бути використані такі рекомендації:

- підприємства повинні адаптуватися до зміни попиту на товари та послуги, шукати нові ринки та залучати нових клієнтів;
- необхідно збільшити ефективність виробництва та оптимізувати витрати через впровадження нових технологій та процесів;
- підприємства повинні забезпечити стабільність фінансових ресурсів та раціональне використання коштів;
- важливо підтримувати і розвивати внутрішній потенціал підприємств, залучати та збірвати кваліфікованих співробітників, створювати умови для їх професійного розвитку;
- необхідно впроваджувати нові технології та інноваційні рішення, що дозволять знижувати вартість виробництва та підвищувати якість продукції;
- важливо забезпечити співпрацю між підприємствами та владою, яка може надати підтримку та стимулювати інноваційний розвиток.

Отже, можна стверджувати, що українські підприємства стикаються зі значними викликами для інноваційного розвитку, що вимагає від них більшої уваги до пошуку та впровадження нових технологій, залучення талановитих фахівців та пошук нових джерел фінансування. Водночас, важливим є створення сприятливих умов для інноваційного розвитку, таких як покращення законодавства та регулювання, розвиток культури інновацій та знань про інноваційні процеси. Тільки таким чином українські підприємства зможуть зберегти свою конкурентоспроможність на ринку та зробити крок до сталого розвитку.

Крім того, для інноваційного розвитку українських підприємств важливим є створення сприятливої інноваційної екосистеми, яка має включати у себе як урядові, так і приватні ініціативи, наукові та дослідницькі центри, інкубатори стартапів, венчурні фонди та інші інституції. Така екосистема має стимулювати розвиток інновацій та новітніх технологій, сприяти створенню нових продуктів та послуг, підвищенню якості виробництва та ефективності бізнес-процесів.

Отже, інноваційний розвиток є важливою складовою економічного розвитку України, особливо у період воєнного стану, та може стати ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності українських підприємств.

Література

1. European Innovation Scoreboard 2021. European Commission. URL:https://commission.europa.eu/index_en (дата звернення 12. 05. 2023)
2. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL:<http://www.me.gov.ua/> (дата звернення 12. 05. 2023)
3. Державна служба статистики. URL:<https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 12. 05. 2023) Писаренко Т. В., Кваша Т. К., Рожкова Л. В., Коваленко О. В. Інноваційна діяльність в Україні у 2019 році: науково-аналітична доповідь. К: УкрІНТЕІ, 2020. 45 с.
4. Ворона А. В. Інноваційна активність підприємств як перспектива розвитку національної економіки України. Ефективна економіка. 2020, №3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/157.pdf (дата звернення 12. 05. 2023).
5. Державна система правової охорони інтелектуальної власності URL:<https://ukrpatent.org/uk/news/main/wipo-global-innovation-index-2022-29092022> (дата звернення 12. 05. 2023)
6. GMK CENTRE. URL:<https://gmk.center/ua/infographic/ukraina-prograie-v-innovacijnij-politici-bilshosti-krain-svitu/> (дата звернення 12. 05. 2023)

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА



СЕРТИФІКАТ

ПІДТВЕРДЖУЄ, ЩО

Лазарук Олександр Володимирович

взяв(ла) участь у роботі платформи
«ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ»

в межах ЮВІЛЕЙНОЇ 90-ОЇ ЩОРІЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ
ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ»

Проректор з наукової роботи
д.е.н., професор

Лариса Антонюк

17 КВІТНЯ - 20 ТРАВНЯ 2023 РОКУ
М.КИЇВ, УКРАЇНА