

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(Україна)

Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)
Гентський університет (Бельгія)

Сучавський університет ім. Стефана чел Маре (Румунія)

Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)

Київський національний університет будівництва і архітектури (Україна)

Сумський державний університет (Україна)

Сумський національний аграрний університет (Україна)

Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)

Державна установа

«Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)

Державна установа

«Інститут демографії та проблем якості життя НАН України» (Україна)

Державна податкова інспекція у м. Полтава Головного управління Державної
податкової служби у Полтавській області (Україна)

Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської
організації «Спілка аудиторів України» (Україна)

Торгово-промислова палата України (Україна)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА



ЗБІРНИК

II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
«СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В
УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

06 червня 2024 року

ПОЛТАВА

потреби. Це допомагає компаніям підвищувати ефективність роботи, покращувати досвід клієнтів та знаходити нові можливості для зростання. Проте, впровадження цифрових технологій у CRM також створює певні виклики, пов'язані з безпекою даних, інтеграцією систем та навчанням персоналу. Компанії, які зможуть ефективно використовувати потенціал цифрових технологій, отримають значні конкурентні переваги та зможуть будувати більш міцні та довготривалі відносини зі своїми клієнтами.

Список використаних джерел

1. Fatouretchi M. The Art of CRM: Proven strategies for modern customer relationship management. Packt publishing ltd: BIRMINGHAM - MUMBAI, 2019. 335 p.
2. Шаргало Д. В., Крилик Л. В. Перспективи розробки інформаційної технології управління відносинами з клієнтами. Матеріали ЛІІІ науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 20-22 березня 2024 р. Електрон. текст. дані. 2024. URI: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fksa/all-fksa-2024/paper/view/20386>.
3. Microsoft. AI in CRM and ERP systems (2024): Trends, innovations, and best practices. Microsoft Dynamics 365 Blog. 2024. URL: <https://www.microsoft.com/en-us/dynamics-365/blog/business-leader/2024/03/04/ai-in-crm-and-erp-systems-2024-trends-innovations-and-best-practices/> (дата звернення: 25.05.2024).

УДК 65.018

Васильченко М.І., к.е.н., доцент; Владіміров А.В., студент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Якість продукції, що виготовляється на підприємствах різних форм та видів діяльності, і якість послуг, що надаються споживачам, в умовах жорсткої конкурентної боротьби цілком можна вважати ключовим фактором успіху та необхідною умовою виживання окремого суб'єкта господарювання на ринку. При цьому підвищення якості продукції неодмінно сприятиме підвищенню загальної ефективності процесу виробництва, його удосконаленню на постійному розвитку.

Сьогодні споживачі все частіше звертають увагу на якість продукції чи послуг, тому саме якість може стати для підприємства суттєвою конкурентною перевагою. З огляду на це, вважаємо, що кожний суб'єкт господарювання має на постійній основі здійснювати відповідну роботу з удосконалення продукції, що виготовляється, і підвищення її якості. Управління якістю дозволяє забезпечити конкурентоспроможний стан підприємства на ринку, а високий рівень якості продукції може навіть відкрити шлях до зміцнення позицій останнього на світовому ринку товарів і послуг.

Система управління якістю – це набір запланованих методів і процедур, а також інструментів і організаційних підрозділів, що впроваджуються на підприємстві, головним завданням яких є досягнення високої якості та ефективності внутрішніх процесів, а також послуг і продукції, що виготовляються. Впровадження системи управління якістю дозволяє досягти довгострокових переваг як для підприємства в цілому, так і для його безпосередніх клієнтів.

Білоусько Т.Ю. та Шовкун Л.В. [1] визначають, що система управління якістю продукції має багаторівневий комплексний характер, вона забезпечує єдність і взаємозв'язок технічного, організаційного, економічного, соціального і правового аспектів. Така система, зазвичай, складається із принципів, процедур, методів, інструментів, посадових інструкцій та окремих працівників, головним завданням яких є досягнення встановлених цілей у сфері

забезпечення якості.

В умовах відсутності єдиного способу покращення якості продукції та її збереження на достатньому рівні, підприємства активно використовують різні підходи до створення довгострокових планів, які підтримують високий рівень якості продукції, що виготовляється. Серед найбільш дієвих стратегій управління якістю продукції вважаємо за необхідне виділити, насамперед, наступні:

стандарт ISO 9001, що містить у собі набір правил і вимог, які є настільки універсальними, що їх можна застосовувати майже у всіх сферах діяльності;

TQM (загальне управління якістю) – це підхід до управління підприємством, при якому кожний аспект його діяльності реалізується через призму забезпечення якості;

Lean Management – вважається найбільш ощадливим методом управління, який спрямований на забезпечення високої якості, зменшення відходів, запровадження поставок «точно в термін» і раціоналізацію окремих процесів;

Six Sigma – це метод управління якістю, який орієнтований на встановлення показників задоволеності клієнтів і постійне вдосконалення досягнутих результатів;

ISO 22000/НАССР – являє собою систему забезпечення безпеки харчових продуктів на кожному етапі їх виробництва і розповсюдження;

орієнтація на клієнта – дозволяє підприємствам завжди зосереджувати свою увагу на тому, як саме клієнти ставляться до запропонованої їм продукції чи до наданих їм послуг; відтак, задоволеність кінцевих споживачів відіграє вирішальну роль у визначенні якості продукції чи послуг.

Впровадження систем управління якістю вже давно стало стандартом на багатьох сучасних підприємствах. Вони вирішують це робити не лише з престижних, а й з прагматичних міркувань, адже набір стандартів і процедур, спрямованих на постійне покращення якості, збільшує конкурентні переваги на ринку та оптимізує процес управління витратами.

Основні складові системи управління якістю підприємства наведено на рис. 1.



Рис. 1. Елементи системи управління якістю на рівні окремого підприємства
(узагальнено авторами за даними: [2])

Незважаючи на те, що всі існуючі системи управління якістю можуть мати абсолютно різну форму, для них притаманний однаковий набір характеристик. Визначення найбільш оптимальної системи управління якістю для конкретного суб'єкта господарювання може бути досить непростим процесом, що багато в чому залежить від його реальних потреб і найбільш пріоритетних цілей господарсько-фінансової діяльності.

Узагальнюючи викладене, вважаємо за необхідне зазначити, що управління якістю продукції часто пов'язане з тестуванням і виправленням помилок. Однак варто поглянути на цей процес ще й з іншої точки зору і розглядати його як таку стратегію, яка спрямована на забезпечення безперервності процесу створення якості на всіх етапах життєвого циклу продукції. Якість має відповідати очікуванням клієнтів і приносити їм певну цінність.

Список використаних джерел

1. Білоусько Т.Ю., Шовкун Л.В. Управління якістю в забезпеченні конкурентоспроможності аграрної продукції. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія: Економічні науки.* 2020. № 2. С.168-178.
2. Медвідь Л.Г., Міценко Н.Г., Черкасова С.В. Класифікація витрат на якість продукції для обліку та контролю в системі управління якістю виробничого підприємства. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки.* 2022. Вип. 66. С. 10-21.

УДК 330

Кандзюба І.В., аспірантка

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОГРЕСУ ЧЕРЕЗ СПІВПРАЦЮ МІЖ ДЕРЖАВОЮ, БІЗНЕСОМ ТА ГРОМАДСЬКИМ СЕКТОРОМ

В сучасному світі, де швидкість змін та технологічний прогрес набувають ключового значення для економічного розвитку та підвищення якості життя, стимулювання інновацій та технологічного прогресу стає однією з найбільш важливих завдань для держав, бізнесу та громадського сектору. Співпраця між цими суб'єктами стає ключовим інструментом для досягнення цілей розвитку та сталого зростання.

Держава, виступаючи в ролі каталізатора змін, може забезпечити створення необхідних умов для розвитку інновацій, включаючи створення сприятливого правового середовища, надання фінансової підтримки для досліджень та розробок, а також формування стратегій національного інноваційного розвитку [1]. Державні інституції можуть також виступати інвесторами у великі наукові проекти, що мають великий потенціал для подальшого комерціалізації.

Сторони бізнесу, зі свого боку, привносять свої знання, технологічні розробки, а також фінансові та людські ресурси для реалізації інноваційних проектів. Вони виступають ініціаторами та розвитком технологій, що відповідають потребам ринку, та створюють інноваційні продукти та послуги, що підвищують конкурентоспроможність національної економіки та забезпечують її участь у світовому інноваційному просторі [5].

Громадський сектор, у свою чергу, грає важливу роль у сприянні соціальній відповідальності бізнесу та держави, а також у забезпеченні зворотного зв'язку від користувачів та споживачів, що є ключовим для успішного впровадження інноваційних продуктів та послуг [3].

Важливою частиною співпраці між всіма цими суб'єктами є обмін знаннями, досвідом та кращими практиками. Це може відбуватися через розвиток партнерства, створення інноваційних кластерів, проведення спільних досліджень та програм навчання.

У зв'язку зі стрімким технологічним розвитком та постійними змінами у сучасному світі, співпраця між державою, бізнесом та громадським сектором набуває особливого значення для стимулювання інновацій та технологічного прогресу. Партнерство між цими суб'єктами стає ключовим фактором у впровадженні новаторських рішень та досягненні глобальних цілей розвитку [2].

Шляхом спільних зусиль держава, бізнес та громадський сектор можуть вирішувати складні виклики, стоячі перед суспільством, такі як зміна клімату, енергетична безпека, охорона здоров'я та боротьба з бідністю [4]. Спільна робота забезпечує ефективне використання ресурсів, зменшення ризиків та максимальний вплив на соціальний та економічний розвиток.