

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет харчових технологій та управління якістю продукції АПК

УДК 005.6:004.73:658.89

ПОГОДЖЕНО  
Декан факультету  
харчових технологій та управління  
якістю продукції АПК  
Баль-Прилипка Л. В.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри  
стандартизації та сертифікації  
сільськогосподарської продукції  
Толок Г. А.

« \_ » 2023 р. « \_ » 2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Розроблення елементів системи управління якістю  
в умовах дистанційного обслуговування клієнтів сайту [re-save.com.ua](http://re-save.com.ua)»  
Спеціальність: 152 «Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка»  
Освітня програма – «Якість, стандартизація та сертифікація»  
Орієнтація освітньої програма – Освітньо-професійна програма

Гарант освітньої програми  
к.т.н., доцент

Слива Ю. В.

Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи  
к.т.н., доцент

Адамчук Л. О.

Виконав

Логвинюк С. В.

КИЇВ – 2023



## РЕФЕРАТ

Повний обсяг магістерської кваліфікаційної роботи становить 98 сторінок. Робота містить таблиці, рисунки, складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

**Метою магістерської кваліфікаційної роботи є розробити елементи системи управління якістю в умовах дистанційного обслуговування клієнтів сайту «re-save.com.ua».**

У вступі обгрунтовано актуальність теми наукового дослідження, визначено мету та завдання, охарактеризовано об'єкт і предмет дослідження.

### У першому розділі

Проведено сучасний огляд літературних та наукових джерел, здійснено науковий пошук та аналіз національних, міжнародних практик щодо застосування та впровадження систем менеджменту, обслуговування споживачів під час надання послуг та специфіку обслуговування в дистанційному режимі.

### У другому розділі

Досліджено підходи до впровадження систем менеджменту, проведено аналіз сайту «re-save.com.ua», виявлено проблеми та недоліки у процесі обслуговування з якими можуть стикатися споживачі, ознайомлено з найпоширенішими методами та стратегіями елементів систем управління якістю на підприємствах.

### У третьому розділі

Визначено ключові процеси дистанційного обслуговування клієнтів, етапи впровадження та моніторингу елементів системи управління якістю, розроблено елементи системи управління якістю та надано рекомендації щодо подальшого вдосконалення та розвитку системи менеджменту.

**Ключові слова:** менеджмент, елементи управління, моніторинг, інноваційні підходи до управління, споживач, надання послуг, керівництво, дистанційне обслуговування, онлайн-середовище, веб-сайт, система управління якістю.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ.....	6
1.1 Теоретичні основи управління якістю в онлайн-середовищі.....	6
1.2 Основні принципи системи управління якістю .....	14
1.3 Виклики та особливості управління якістю в дистанційному обслуговуванні клієнтів.....	23
1.4 Висновки з розділу 1 щодо необхідності системи управління якістю в умовах дистанційного обслуговування.....	29
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОНАННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	31
2.1 Аналіз сайту re-save.com.ua.....	31
2.2 Виявлення проблем та недоліків у процесі обслуговування.....	35
2.3 Оцінювання вимог та очікувань клієнтів щодо якості обслуговування .....	40
РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ВЛАСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	45
3.1 Визначення ключових процесів дистанційного обслуговування клієнтів.....	45
3.2 Етапи впровадження та моніторинг елементів системи управління якістю..	48
3.3 Розроблення елементів системи управління якістю.....	51
3.4 Рекомендації щодо подальшого вдосконалення та розвитку системи.....	52
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТОК А Політика ТОВ «RE-SAVE» у сфері якості .....	64
ДОДАТОК Б Стандарт підприємства України «Система управління якістю» .....	66
ДОДАТОК В Тези доповіді на тему «Організація дистанційного обслуговування клієнтів на онлайн-порталі» представлені на Міжнародній науково-практичній конференції «Продовольча та екологічна безпека в умовах війни та повоєнної відбудови: виклики для України і світу».....	91

## ВСТУП

**Проблема, що вирішується в результаті виконання роботи:** розроблення елементів системи управління якістю задля досягнення найвищої мети функціонування підприємства, а також задоволення потреб користувачів послугами з ремонту та обслуговування ком'ютерів і техніки.

**Об'єкт досліджень:** процес дистанційного обслуговування клієнтів на веб-сайті [te-save.com.ua](http://te-save.com.ua).

**Предмет досліджень:** елементи системи управління якістю в умовах дистанційного обслуговування клієнтів на веб-сайті (розроблення процедур, стандартів, політики якості та інших елементів, які впливають на якість та ефективність дистанційного обслуговування).

**Мета роботи:** розробити елементи системи управління якістю в умовах дистанційного обслуговування клієнтів сайту «[te-save.com.ua](http://te-save.com.ua)»

Дистанційне обслуговування стає все більш популярним у наш час. З одного боку, це зручно для клієнтів, оскільки вони можуть отримати послуги не виходячи з дому. Але з іншого боку, це створює проблеми для компаній, які надають дистанційні послуги. Одна з таких проблем – управління якістю.

Розробка елементів управління якістю для дистанційного обслуговування клієнтів на веб-сайті передбачає створення процесів і процедур для забезпечення ефективною та ефективною взаємодії з клієнтами. Це включає впровадження інструментів і технологій для полегшення спілкування та співпраці між клієнтами та представниками служби.

З розвитком віддаленої роботи та цифрових технологій багато компаній звертаються до систем дистанційного обслуговування клієнтів, щоб підвищити рівень задоволеності клієнтів. Однак цей підхід має як переваги, так і проблеми.

Оскільки тенденція до дистанційного обслуговування клієнтів продовжує зростати, важливо враховувати безпеку та конфіденційність інформації про клієнтів. Це особливо важливо під час розроблення елементів системи управління якістю у віддаленому місці.

## РОЗДІЛ 1. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

### 1.1 Теоретичні основи управління якістю в онлайн-середовищі

Сьогодні управління якістю є широко прийнятою організаційною ціллю для багатьох компаній, як приватних, так і державних. Основні практики управління якістю є фундаментальними та необхідними для ефективного управління та конкурентного виживання підприємств. Розвиток теорії в цій сфері є важливим і має наслідки як для дослідників, так і для практиків. Отже, уважне вивчення результатів досліджень, пов'язаних з системою управління якістю та її окремими елементами, має вирішальне значення для розширення знань у власній діяльності.

Управлінню якістю приділено значну увагу в існуючій літературі [1, 2]. Частина досліджень пояснюють високу продуктивність підприємств впровадженням практики управління якістю. Опрацювання великої кількості інформації, яка досліджує вплив методів управління якістю на ефективність, є ідеальним середовищем для розширення та вдосконалення теорії за допомогою методів мета-аналізу [2]. Розроблені документи із застосуванням методів мета-аналізу формалізують наслідки впровадження методів управління якістю для ефективності та представляють гіпотезу про взаємозв'язок між методами управління якістю та продуктивністю. Також, мета-аналіз кореляції [3], підхід, який використовується для вивчення емпіричних досліджень СУЯ, щоб визначити, які практики позитивно пов'язані з покращенням продуктивності. Результати досліджень [2] підтверджують багато гіпотетичних взаємозв'язків, а також вказують на наявність сповільнювальних чинників у майже всіх зв'язках системи управління: практика – результативність.

Стрімкий розвиток і поширення віртуальних технологій на сьогоднішній день стає глобальною інформаційною революцією. Клієнтам потрібні послуги, які можна було б гнучко налаштувати відповідно до їхніх вимог. Усвідомлюючи тісний зв'язок між менеджментом і прибутковістю, постачальник послуг приділяє все більше уваги якості клієнтського обслуговування та елементам системи

управління якістю. [4] вивчали традиційний метод управління якістю послуг, заснований на SLA (Service Level Agreement), але за їхніми даними він недостатній для забезпечення контрактів між постачальниками послуг і клієнтами. Цей метод є здебільшого обмеженим і зосередженим на технічних аспектах.

Основою для розроблення системи управління якістю є міжнародний стандарт ISO 9001 [5], який визначає вимоги до системи управління якістю в організаціях незалежно від їх типу, розміру та галузі діяльності. Враховуючи специфіку дистанційного обслуговування в онлайн-середовищі, де клієнтський взаємодія відбувається віртуально, застосування принципів ISO 9001 має свої особливості:

- **Спрямованість на клієнта:** в онлайн-середовищі особливо важливо розуміти потреби та очікування клієнтів. Додаткові механізми збору відгуків, анкетування та аналізу поведінки користувачів можуть допомогти збагнути їхні вимоги;

- **Лідерство та співпраця:** менеджмент повинен забезпечити лідерство у впровадженні системи управління якістю та створенні мотивуючого оточення для працівників, щоб вони діяли як команда;

- **Процесний підхід:** процеси дистанційного обслуговування повинні бути ідентифіковані, документовані та оптимізовані. Це може включати кроки від обробки замовлення до вирішення різних ситуацій з клієнтами;

- **Вдосконалення:** в основі системи управління якістю лежить постійне вдосконалення. В онлайн-середовищі це може включати вдосконалення функціональності сайту, зручнішого інтерфейсу, а також оптимізацію часу відгуку на запити користувачів;

- **Документування:** наявність документів, які описують процеси, вимоги та інструкції, є ключовою у впровадженні системи управління якістю;

- **Моніторинг та аналіз:** онлайн-середовище дає змогу зібрати велику кількість даних. Аналіз цих даних може допомогти виявити тенденції, слабкі місця та можливості для покращення;

• **Постачальники та партнери:** у дистанційному обслуговуванні також важливо визначити вимоги до постачальників та партнерів і забезпечити, щоб вони також відповідали стандартам якості;

• **Ризики та можливості:** особливий акцент слід робити на ідентифікацію та управління ризиками та можливостями в онлайн-середовищі, зокрема, відносно безпеки даних, кіберзагроз та інших викликів.

Враховуючи ці особливості, розроблення системи управління якістю в онлайн-середовищі може забезпечити ефективну та надійну роботу і покращити задоволеність клієнтів та якість надання послуг.

Науковці у своєму дослідженні пропонують метод управління якістю послуг для майбутнього IBN (Intent-Based Networking), який орієнтований на клієнта. Він базується на новій метриці управління обслуговуванням за шкалою від 1 до 5, яка дає змогу врахувати комерційну цінність електронних послуг для клієнтів. Завдяки такому підходу конфігурація мережі та функціональність мережевого обладнання автоматично змінюється залежно від вимог замовника. Завдяки моделюванню встановлено, що запропонований метод дає середній приріст у 2–5 разів за критерієм кількості клієнтів, яким потрібна висока якість обслуговування.

У статті автором [6] обґрунтовано, що сутність поняття «управління якістю» є одним із основних напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Враховуючи сучасні негативні тенденції розвитку бізнесу в Україні та низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції чи послуг, необхідно переосмислити домінуючі принципи, етапи та функції управління якістю. Також зазначено, що управління якістю є безперервним і цілеспрямованим робочим процесом для підвищення якості продукції (послуги) та забезпечення конкурентоспроможності підприємств [7].

Основні проблеми, з якими стикаються українські підприємства під час впровадження та дотримання системи менеджменту, це саме розроблення та впровадження відповідних ефективних систем управління, низький рівень розуміння та залучення топ-менеджменту, низька мотивація та низька ефективність



працівників середньої та нижчої ланки, впровадження методів процесу та застосування методів статистичного аналізу, відсутня або не структурована документація, низька ефективність взаємодії надавача послуг та споживачів, не передбачено постійного вдосконалення та покращення системи управління якістю [8].

Якість у надавачів послуг (виробників) і споживачів послуг (продукції) взаємопов'язані поняття, але вони по-різному розуміють і оцінюють співвідношення «цінність-вартість» послуг (продукції). З точки зору надавачів послуг (виробника продукції), якість означає відповідність характеристик послуги встановленим вимогам. Ці вимоги формулюють споживачі, законодавці, інвестори, суспільство в цілому або організації. Для споживачів цінні лише ті характеристики, які відповідають їхнім очікуванням. Отже, з погляду споживача, якість – це набір характеристик і атрибутів, які відповідають його потребам відповідно до використання продукту (послуг). Варто зазначити, що розуміння якості існує на рівні суб'єктивного оцінювання споживачами (або замовниками продукції) і має тенденцію до зміни [9].

Характеристики послуг кількісно відображаються в показниках якості. Показники якості – це кількісні характеристики однієї чи кількох характеристик послуг, що характеризують її якість за певних умов застосування чи використання. Показники якості класифікують за різними ознаками, а саме: за сукупністю ознак; за кількістю ознак (одиначні, складені, групові, цілі); за об'єктом оцінки якості (основні; відносні); за способом ідентифікації. (показники, необхідні споживачам; метрики, що залежать від споживача); визначеними методами (прогнозування, проектування, виробництво, операції); обчислювальними методами (розрахунки, статистика, експерименти, експертиза) [10].

Спеціальна група складаються з показників якості послуг, що визначаються відповідно до виду, характеру та специфіки послуги. Якість обслуговування залежить від сукупності дій усіх суб'єктів, які беруть участь у виробництві та наданні основних і додаткових послуг. Основними характеристиками якості послуг

є якість самої послуги та якість наданої послуги. Якість послуги характеризується сукупністю показників: призначення послуги, естетичність, економічна або соціальна ефективність, комфорт, надійність, ексклюзивність, індивідуальність, персоналізація, безпека [11].

Критеріями якості надання послуг є:

- доступність (послугу легко отримати в зручному місці, у зручний час, без зайвого очікування);
- комунікабельність (означає виконання замовлення за стандартами якості);
- компетентність (обслуговуючий персонал має необхідні навички та знання);
- ввічливість (персонал привітний, уважний і з повагою ставиться до споживачів);
- довіра (організація та її співробітники мають високу репутацію, намагаючись задовольнити всі потреби клієнтів);
- чуйність (співробітники чуйно та творчо підходять до вирішення проблем та реагування на запити клієнтів);
- розуміння потреби клієнтів (персонал намагається якнайкраще зрозуміти потреби клієнтів і бути уважним);
- планування об'єкта, де надається послуга, його комфортність і зручність [12].

Вирішення проблем, пов'язаних лише з одним аспектом діяльності організації, не може гарантувати її успіх, не кажучи вже про конкурентоспроможність на світовому ринку. Тому доцільно впроваджувати інтегровану систему менеджменту, яка об'єднує взаємопов'язані процеси в одне ціле і працює на досягнення ключової бізнес-цілі (задоволення запитів і очікувань споживачів та збільшення прибутку). Інтегровані системи менеджменту підвищують конкурентоспроможність продукції та компанії, а також, завдяки синергії, підвищують операційну ефективність [13]. Інтегрована система – це багаторівнева ієрархічна система, в якій завдання управління якістю продукції (послуг) вирішуються в єдиних рамках впродовж усього технічного циклу. Інтегрована

система управління якістю повинна бути природною і органічною частиною системи управління вищого рівня, будучи її основною підсистемою, навколо якої будуються інші підсистеми [14].

Обслуговування клієнтів в інтернет-середовищі має свої особливості порівняно з традиційними фізичними магазинами чи офісами. Деякі з них представлено в таблиці 1.1.

**Таблиця 1.1** Особливості обслуговування клієнтів в інтернет-середовищі

№	Особливість	Характеристика
1.	Віртуальна взаємодія:	Всі контакти з клієнтами відбуваються віртуально через сайт, електронну пошту, чати, соціальні мережі тощо. Важливо забезпечити зручний інтерфейс та швидку відповідь на запити клієнтів.
2.	Постійна доступність:	Інтернет-сайти доступні цілодобово, що означає, що клієнти можуть звертатися за допомогою в будь-який час. Важливо мати систему, яка гарантує швидкий інтернет-сервіс та підтримку.
3.	Віддалена підтримка:	Клієнти можуть мати запитання, проблеми чи запити і всі ці аспекти потребують віддаленої підтримки через електронну пошту, чат або телефон.
4.	Автоматизовані процеси:	Велику частину обслуговування можна автоматизувати, наприклад, автоматична обробка замовлень, сповіщення про стан замовлення, оплата тощо.
5.	Збір та аналіз даних:	Онлайн-середовище дає змогу збирати велику кількість даних про клієнтів, їхню поведінку на сайті, взаємодію з контентом тощо. Це надає можливість

		аналізувати та реагувати на їхні потреби та попереджати можливі проблеми.
6.	Безпека даних:	Захист персональних даних клієнтів та їхньої конфіденційної інформації є особливо важливим аспектом обслуговування в онлайн-середовищі.
7.	Соціальна взаємодія:	Клієнти можуть ділитися своїми враженнями про продукти та обслуговування в соціальних мережах, що може впливати на репутацію компанії.
8.	Відгуки та рейтинги:	Клієнти можуть залишати відгуки про товари чи послуги, що може впливати на рішення інших покупців.
9.	Глобальний доступ:	Інтернет дає змогу досягати клієнтів з різних країн та континентів, що розширює потенційну аудиторію.
10.	Різноманітність контенту:	Онлайн-середовище дає можливість використовувати різноманітні формати контенту – від тексту та фото до відео та анімацій.

Ураховуючи особливості, які наведені в таблиці 1.1, компанії повинні розробляти стратегії обслуговування, які забезпечують зручність, ефективність та задоволення клієнтів у віртуальному середовищі.

Дотримання управління якістю в онлайн-середовищі є ключовим аспектом для забезпечення задоволеності клієнтів та успішної роботи інтернет-бізнесу. Ось деякі кроки, які варто застосовувати для досягнення цієї мети:

- Розробка політики якості – потрібно визначити цілі та вартісні принципи щодо якості обслуговування в онлайн-середовищі. Ця політика повинна відображати зобов'язання до якості та задоволення клієнтів;

- Аналіз потреб клієнтів – необхідно здійснювати постійний моніторинг та аналіз потреб та вимог клієнтів. Можна використовувати збір відгуків,

анкетування, аналіз поведінки на сайті, для визначення тих аспектів, які можна покращити;

- Документування процесів – ретельно документувати всі процеси обслуговування та дії, які виконують співробітники. Це допоможе забезпечити стандартизований підхід та уникнути помилок;

- Встановлення метрик якості визначення ключових показників продуктивності та якості, такі як час відповіді на запити, частота виникнення проблем, рівень задоволення клієнтів тощо;

- Оптимізація процесів – виявлення процесів, які можна оптимізувати для забезпечення швидшого та ефективнішого обслуговування. Варто автоматизувати рутинні завдання, такі як обробка замовлень та відправка сповіщень;

- Школа навчання та підготовки персоналу – забезпечити своїх співробітників необхідними навичками та знаннями щодо ефективності обслуговування в онлайн-середовищі. Навчання повинно бути постійним процесом;

- Впровадження системи збору відгуків – створення механізму для збору відгуків та оцінок від клієнтів. Це допоможе слідкувати за їхнім задоволенням та вносити відповідні зміни;

- Захист інформації – потрібно забезпечити високий рівень безпеки для особистої та фінансової інформації клієнтів. В роботі можна використовувати шифрування та інші технології для запобігання витоку даних;

- Внесення корекцій – використання даних та відгуків для постійного вдосконалення процесів та обслуговування. Реагування на виявлені проблем та недоліків, а також пошук шляхів вирішення;

- Підтримка та комунікація – забезпечення ефективного каналу зв'язку з клієнтами. Відповідати на їхні запити та питання оперативно, та професійно;

- Стале вдосконалення – управління якістю повинно бути процесом постійного вдосконалення. Внесення змін, проведення аналізу ефективності та реагування на нові виклики та можливості.

Загалом, успішне управління якістю в онлайн-середовищі вимагає системного підходу, постійної підтримки від власників та керівників, а також уваги до потреб та вимог клієнтів.

## 1.2 Основні принципи системи управління якістю

У 1930 роках В. Едвардс Демінг зацікавився тим, як можна використати статистичний аналіз для досягнення кращого контролю якості. Його методи контролю якості використовуються і до сьогодні (див. табл. 1.2) [15, 16].

Таблиця 1.2 14 пунктів Демінга

№	Назва	Рекомендації
1.	Створіть постійну мету вдосконалення	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Плануйте якість у довгостроковій перспективі;</li> <li>• Не реагуйте короткостроковими рішеннями;</li> <li>• Не просто робіть ті самі речі краще – знайдіть кращі речі;</li> <li>• Прогнозуйте та готуйтеся до майбутніх викликів і завжди ставте за мету стати кращими.</li> </ul>
2.	Прийміть нову філософію	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Підтримуйте якість у всій організації;</li> <li>• Ставте потреби своїх клієнтів на перше місце, а не реагуйте на конкурентний тиск, і створюйте продукти та послуги відповідно до цих потреб;</li> <li>• Будьте готові до серйозних змін у способах ведення бізнесу; йдеться про лідерство, а не просто про управління;</li> <li>• Створіть своє бачення якості та реалізуйте його.</li> </ul>
3.	Перестати залежати від перевірок	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Перевірки є дорогими та ненадійними – і вони не покращують якість, вони лише виявляють брак якості.</li> </ul>

- Впроваджуйте якість у процес від початку до кінця;

- Не просто знайдіть те, що ви зробили не так, – усуньте «помилки» взагалі;

- Використовуйте методи статистичного контролю, а не лише фізичні перевірки, щоб довести, що процес працює.

4. Використовуйте одного постачальника для будь-якого товару

- Якість залежить від узгодженості – чим менше варіацій у вхідних даних, тим менше варіацій буде у вас на виході;

- Дивіться на постачальників як на своїх партнерів у якості; Заохочуйте їх витратити час на покращення власної якості – вони не повинні конкурувати за ваш бізнес лише на основі ціни;

- Проаналізуйте загальну вартість для вас, а не лише початкову вартість продукту;

- Використовуйте статистику якості, щоб переконатися, що постачальники відповідають вашим стандартам якості.

5. Вдосконалюйтеся постійно і назавжди

- Постійно вдосконалюйте свої системи та процеси; Демінг пропагував підхід «Плануй-Виконуй-Перевірй-Дій» до аналізу та вдосконалення процесів;

- Зробіть акцент на навчанні та освіті, щоб кожен міг краще виконувати свою роботу;

- Використовуйте кайдзен як модель для зменшення відходів і підвищення продуктивності, ефективності та безпеки.

6. Використовуйте навчання на роботі

- Тренуйтеся до послідовності, щоб зменшити варіації;
- Створіть основу спільних знань;
- Дозвольте працівникам зрозуміти свою роль у «загальній картині»;
- Заохочуйте співробітників вчитися один в одного та створюйте культуру та середовище для ефективної командної роботи.

7. Реалізація лідерства

- Очікуйте, що ваші керівники та керівники розумітимуть своїх працівників і процеси, які вони використовують.
- Не просто контролюйте – забезпечте підтримку та ресурси, щоб кожен співробітник міг зробити все можливе. Будьте тренером, а не поліцейським;
- З'ясуйте, що насправді потрібно кожній людині, щоб зробити все можливе;
- Підкресліть важливість управління за участю та трансформаційного лідерства;
- Знайдіть способи повністю розкрити потенціал, а не зосереджуйтеся лише на досягненні цілей і квот.

8. Усунути страх

- Дозвольте людям проявити себе якнайкраще, переконавшись, що вони не бояться висловлювати ідеї чи занепокоєння;
- Нехай усі знають, що мета – досягти високої якості, роблячи більше речей правильно, і що ви не зацікавлені в звинуваченні людей, коли стаються помилки;



<p>НУБІП</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зробіть так, щоб працівники відчули, що їх цінують, і заохочуйте їх шукати кращі способи виконання завдань;</li> <li>• Переконайтеся, що ваші лідери доступні та працюють з командами, щоб діяти в найкращих інтересах компанії;</li> <li>• Використовуйте відкрите та чесне спілкування, щоб усунути страх в організації.</li> </ul>
<p>9. Знищіть бар'єри між відділами</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Створіть концепцію «внутрішнього клієнта» – визначте, що кожен відділ або функція обслуговує інші відділи, які використовують їхні результати;</li> <li>• Створіть спільне бачення;</li> <li>• Використовуйте міжфункціональну командну роботу, щоб досягти розуміння та зменшити конфліктні стосунки;</li> <li>• Зосередьтеся на співпраці та консенсусі замість компромісу.</li> </ul>
<p>10. Позбудьтеся незрозумілих гасел</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Нехай люди точно знають, чого ви хочете – не змушуйте їх здогадуватися: «Досконалість в службі» — це коротко і запам'ятовується, але що воно означає? Як це досягається? Mesедж чіткіший у слогані на зразок «Ви можете зробити краще, якщо спробуєте»;</li> <li>• Не дозволяйте словам і приємним фразам замінити ефективне лідерство. Окресліть свої очікування, а потім хваліть людей віч-на-віч за хорошу роботу.</li> </ul>

НУБІП УкРАЇНИ

11. Виключіть управління за цілями

- Подивіться, як виконується процес, а не лише кількісні цілі; Демінг сказав, що виробничі цілі заохочують високий випуск і низьку якість;

- Надайте підтримку та ресурси, щоб рівень виробництва та якість були високими та досяжними;

- Вимірюйте процес, а не людей, які стоять за ним.

12. Усуньте перешкоди для гордості за майстерність

- Дозвольте кожному пишатися своєю роботою без оцінки чи порівняння;

- Ставтеся до працівників однаково і не змушуйте їх конкурувати з іншими працівниками за грошову чи іншу винагороду; З часом система якості природним чином підніме рівень роботи кожного на однаково високий рівень.

13. Здійснювати освіту та самовдосконалення

- Підвищення поточної кваліфікації працівників;

- Заохочуйте людей освоювати нові навички, щоб підготуватися до майбутніх змін і викликів;

- Розвивайте навички, щоб зробити вашу робочу силу більш адаптованою до змін і краще знаходити та досягати вдосконалень.

14. Зробіть «перетворення» справою кожного

- Покращуйте загальну організацію, дозволяючи кожній людині зробити крок до якості;

- Проаналізуйте кожен маленький крок і зрозумійте, як він вписується в загальну картину;

- Використовуйте ефективні принципи управління змінами, щоб представити нову філософію та ідеї в 14 пунктах Демінга.

НУБІП України

Невизначеність і динамічність бізнес-середовища підприємства вимагає впровадження в систему управління ризик-орієнтованого підходу та ризик-мислення. Це дає змогу враховувати контекст своєї діяльності, адаптуватися до його вимог, об'єктивно оцінювати системні загрози та можливості розвитку, прогнозувати наслідки прийнятих рішень, а також удосконалювати та продуктивно модернізувати свої виробничі та управлінські системи. Вони також здатні вдосконалювати та продуктивно модернізувати виробничі та управлінські системи [17].

Властивостями ризику в сучасних умовах є його тотальність, всеосяжність та об'єктивність, наслідки яких часто проявляються у зниженні ефективності діяльності організації, шкоді діловій репутації, фінансових втратах, загрозах безпеці тощо. Тому топ-менеджери повинні вміти працювати в умовах невизначеності, робити раціональний вибір між низкою можливих варіантів і брати на себе відповідальність за ризик у прийнятних межах. Вони повинні брати на себе відповідальність за ризик у прийнятних межах, впроваджувати ризик-орієнтовані принципи в систему управління, розробляти превентивні заходи для мінімізації негативних наслідків ризикових ситуацій та забезпечувати постійне вдосконалення і покращення системи управління та діяльності організації в цілому [17, 18].

Багаторічний досвід розвинених країн показав, що успіху на ринку можна досягти через удосконалення систем управління якістю. Саме тому сьогодні, коли розглядаючи поняття якість, варто думати не лише про якість самого продукту чи послуги, а якість функціонування компанії чи організації, тобто досконалість її системи управління якістю задля постійного самовдосконалення. Більшість іноземних компаній використовують міжнародні стандарти, такі як серія ISO 9000 та її похідні QS9000 та ISO 14000. Однак найкращих результатів досягають компанії, які вдосконалюють свої системи якості на основі концепції загального управління якістю (TQM), що передбачає постійне організаційне вдосконалення, підвищення якості продукції та задоволення потреб усіх зацікавлених сторін – споживачів, постачальників, працівників, керівництва та суспільства [19, 20].

Існує значна кількість публікацій, які зосереджені на зв'язку між управлінням якістю та ефективністю організації. Однак аналіз прямих наслідків і результатів принципів і практики управління якістю в показниках якості організації є інноваційним питанням. Дослідження Американського товариства якості (ASQ) під назвою «Огляд глобальних досліджень якості» (2013) висвітлює найкращу організаційну структуру управління якістю, яка включає принципи та методи управління якістю, які ведуть до максимізації результатів організації [21].

З дослідження ASQ було встановлено пояснювальні ключові чинники, які широко використовуються впродовж усього дослідження і які мають значний відношення до мінливості застосування принципів і практик [21, 22]:

1. Існують значні відмінності у використанні та застосуванні менеджменту якості та практик в організаціях промислового сектору, а також в організаціях сфери послуг;

2. Існує загальна ідея, що організації вищого рівня мають тенденцію використовувати більш зрілі практики якості. Хоча ця ідея підходить для різних практик, загалом розмір організації має менший вплив, ніж сектор діяльності організації щодо застосування зрілих практик якості;

3. Немає відповідних вказівок на те, що використання принципів і практики якості загалом відрізняється в кожному регіоні. Існують деякі варіації, але зазвичай вони пов'язані з розміром, сектором або іншими невизначеними чинниками.

Основні принципи системи управління якістю базуються на міжнародному стандарті ISO 9001 і визначають основні підходи до досягнення високої якості продукції та послуг. До таких принципів відносять:

1. Орієнтація на клієнта – основний принцип, який покладається в основу будь-якої системи управління якістю. Підприємство повинно розуміти потреби та вимоги клієнтів і ставити їх в центр усіх своїх дій та рішень.

2. Лідерство – вище керівництво повинно займати лідерську позицію щодо управління якістю, встановлювати цілі та напрямки для організації і забезпечувати відповідну мотивацію та сприяння персоналу;

3. Участь персоналу – залучення всього персоналу до процесів управління якістю, сприяння їхній активній участі та співпраці в досягненні цілей;

4. Процесний підхід – робота компанії повинна бути розглянута як послідовність взаємопов'язаних та взаємозалежних процесів. Оптимізація та управління цими процесами допомагають досягти ефективності та якості;

5. Підхід до керування системою якістю – управління повинно бути системним підходом, який визначає взаємозв'язки та взаємодію всіх складових системи, а також вплив на її продуктивність та результативність;

6. Постійне вдосконалення – принцип, який вказує на необхідність постійного аналізу та вдосконалення системи управління якістю, процесів та продукції, щоб досягати кращих результатів;

7. Фактами підкріплено прийняття рішень – рішення повинні базуватися на аналізі даних та об'єктивних фактах, забезпечуючи обґрунтованість та ефективність вирішень;

8. Взаємовигідні відносини з постачальниками – співпраця з постачальниками має базуватися на взаємовигідних відносинах, довірі та спільних цілях для досягнення високої якості продукції чи послуг;

9. Системний підхід до управління – досягнення високої якості вимагає визначення, розуміння та управління взаємозв'язками між всіма складовими підприємства.

Ці принципи становлять основу для ефективної системи управління якістю та допомагають компаніям досягати високої якості продукції та послуг, покращуючи ефективність та задоволення клієнтів.

Принципи системи управління якістю залишаються загалом однаковими для різних видів компаній, включаючи інтернет-компанії. Однак через специфіку діяльності та взаємодії з клієнтами в онлайн-середовищі можуть бути відмінності у способах впровадження цих принципів. Деякі аспекти, які можуть бути акцентовані в інтернет-компаніях представлені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 Принципи системи управління якістю в інтернет-компаніях

№	Принцип	Характеристика
1.	Орієнтація на клієнта:	У інтернет-компаніях важливо розуміти потреби та вимоги клієнтів, які можуть швидко змінюватися. Збір відгуків, аналіз поведінки користувачів на сайті та співпраця з клієнтами через онлайн-канали грають важливу роль.
2.	Лідерство та участь персоналу:	У інтернет-компаніях лідерство може виявлятися в розробці та впровадженні інноваційних онлайн-рішень. Залучення та мотивація персоналу, який відповідає за технічні та онлайн-аспекти, також має важливе значення.
3.	Процесний підхід:	Діяльність інтернет-компаній включає в себе багато онлайн-процесів, таких як обробка замовлень, спілкування з клієнтами через чати або електронну пошту. Оптимізація цих процесів для швидкого та зручного обслуговування є важливою задачею.
4.	Взаємодія з постачальниками та партнерами:	Для інтернет-компаній важлива забезпеченість якісних та своєчасних послуг від постачальників технологій, хостингу, програмного забезпечення тощо, оскільки це може впливати на якість роботи сайту та послуг.
5.	Захист інформації та безпека даних:	Особливий акцент слід робити на забезпечення конфіденційності та безпеки даних клієнтів, оскільки інтернет-компанії збирають та обробляють великий обсяг особистої інформації.

6.	Аналіз та вдосконалення:	Інтернет-компанії можуть використовувати аналітичні інструменти для вимірювання та аналізу ефективності сайту, поведінки користувачів, ефективності маркетингових кампаній тощо.
7.	Спільнота та соціальні взаємодії:	В інтернет-середовищі можливості для взаємодії та створення спільноти користувачів великі. Важливо створити позитивний досвід та зв'язок з цією спільнотою.
8.	Автоматизація та технології:	В інтернет-компаніях технології часто використовуються для оптимізації процесів та підвищення якості обслуговування, так що впровадження інноваційних технологій може бути особливо важливим.

В загальному, принципи управління якістю залишаються незмінними, але їхня реалізація та вагомні аспекти можуть відрізнятися в залежності від типу діяльності компанії та її специфіки.

### 1.3 Виклики та особливості управління якістю в дистанційному обслуговуванні клієнтів

Соціальна комерція – це сервіс соціальних медіа, який дозволяє споживачам брати участь в онлайн-маркетингу та продажу продуктів і послуг. Дослідження науковців [23] мало на меті визначити ключові функціональні та гедонічні чинники якості, які впливають на задоволеність споживачів на основі точки зору споживачів і проаналізувати ступінь ефективності зв'язку якість-задоволеність, щоб запропонувати чіткі та дієві стратегії покращення з точки зору фірм. За результатами визначили такі ключові детермінанти якості: функціональні аспекти довговічності, безпеки та гедонічні аспекти задоволення, обізнаності, новизни та іміджу. Результат означає, що більшість фірм, що надають послуги електронної

комерції, не можуть ефективно перетворити підвищення безпеки, обізнаності та новизни на задоволення споживачів. Проведене ними дослідження робить внесок у потік літератури як про електронну комерцію, так і про управління послугами, визначаючи ключові елементи якості послуг на основі сприйняття споживачів і надаючи допомогу компаніям у прийнятті рішень для підвищення ефективності якості та задоволеності [24].

Ринок електронної комерції передбачає щорічні інвестиції до 50 мільярдів доларів щорічно, з переглядом на додаткове фінансування [25] Amazon, ключовий лідер електронної комерції, почав інтегрувати соціальне управління взаємовідносинами з клієнтами, щоб заохотити спілкування між бізнес-гравцями. Завдяки прибутковості та загальному підвищенню задоволеності споживачів бізнес-цінність інтеграції послуг очевидна. Таким чином, стратегічний розподіл часу та фінансових інвестицій для розробки послуг щодо соціальних медіа є життєво важливим для отримання стійких конкурентних переваг на ринку електронної комерції [23, 26].

Існуючі дослідження стверджують, що сприйняття споживачів стає важливішим, ніж управлінські можливості, оскільки переговорна сила переходить від постачальників послуг до споживачів, але вони рідко емпірично підтверджують це [27]. Визначаючи ключові елементи якості, зумовлені задоволеністю споживачів, на основі поглядів споживачів і інтегруючи управління ефективністю на основі поглядів фірми, дослідження [23] долає обмеження існуючої літератури щодо поведінкових намірів споживачів [28] і детермінанти якості s-commerce [29].

Крім того, ефект електронної комерції зростає через еволюцію інформаційно-комунікаційних технологій і четверту промислову революцію, яка є технологічною революцією, очолюваною штучним інтелектом, машинним навчанням, великими даними, Інтернетом речей і хмарні технології, серед іншого. Очікується, що вони принесуть швидкі зміни в екосистему електронної комерції.

Наукове дослідження [30] зосереджене на задоволенні клієнтів як центральному елементі філософії загального управління якістю (TQM). У ньому



розглядаються проблеми вимірювання цього важливого аспекту корпоративної діяльності та розглядаються різні методи в літературі для введення орієнтації на клієнта в організаційні операції, зокрема опитування задоволеності клієнтів.

Описане дослідження має форму опитування на основі інтерв'ю поміж десяти відомих організацій TQM, усі з яких є членами Європейського фонду управління якістю (EFQM), який був розроблений для визначення найкращої практики обслуговування клієнтів. Аналіз інтерв'ю показав, що використання опитувань щодо задоволеності клієнтів було широко поширеним і ключовим прийомом вислуховування клієнта. Усі організації були віддані проактивним заходам, а не покладалися на реактивні та відкладені методи, такі як аналіз скарг.

Характерною рисою сучасного суспільства є все більше використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у всіх сферах. Комп'ютерні програми, які називаються електронними послугами, розробляються для забезпечення ефективного доступу до послуг в електронному вигляді. Системи управління якістю необхідні, щоб забезпечити послідовний спосіб вибору, оцінки, визначення пріоритетів і планування правильних електронних послуг. Збільшення використання електронних послуг викликало потребу у визначенні стандартів і засобів для оцінки та забезпечення якості. Інвестиції в електронні послуги є важливим кроком для покращення якості життя в нашому динамічному суспільстві [31].

Управління якістю в дистанційному обслуговуванні клієнтів має свої особливості через віддалену взаємодію та використання технологій. Деякі з них представлені в таблиці 1.4.

**Таблиця 1.4** Особливості управління якістю в дистанційному обслуговуванні

№	Особливості	Деталізація
1.	Віртуальна взаємодія:	Оскільки взаємодія відбувається віртуально, важливо забезпечити зручний та дружній інтерфейс

		для клієнтів. Інтуїтивність сайту чи додатку та можливість легко знаходити потрібну інформацію або опції грають важливу роль.
2.	Ефективна комунікація:	Дистанційне обслуговування вимагає відмінної комунікації через електронну пошту, чати, соціальні мережі тощо. Швидка та зрозуміла відповідь на запити та запитання клієнтів є ключовим фактором.
3.	Забезпечення безпеки:	Оскільки передача даних відбувається через Інтернет, важливо забезпечити захист особистої та фінансової інформації клієнтів. ○○
4.	Доступність та часова зони:	Оскільки Інтернет доступний цілодобово, клієнти можуть очікувати швидкої відповіді на свої запити навіть поза робочими годинами. Організація повинна забезпечити механізми відповіді на запити вчасно.
5.	Самобслуговування:	Багато клієнтів у дистанційному обслуговуванні більше налаштовані на самостійне розв'язання питань. Тому важливо надати їм можливість вирішувати певні завдання самостійно через платформу або базу знань. ○○
6.	Автоматизація процесів:	У дистанційному обслуговуванні багато процесів можна автоматизувати, такі як обробка замовлень, відправлення повідомлень, оплата тощо. Це допомагає ефективно управляти якістю та часом виконання завдань.
7.	Збір та аналіз даних:	Онлайн-середовище надає можливість збирати велику кількість даних про клієнтів. Ці дані можна використовувати для аналізу та вдосконалення

<p>8.</p>	<p>процесів обслуговування та підвищення задоволеності клієнтів.</p>
<p>8. Відгуки та рейтинги:</p>	<p>Оскільки більшість операцій відбувається онлайн, клієнти можуть залишати відгуки та оцінки. Важливо враховувати цю інформацію для покращення якості обслуговування.</p>
<p>9. Зв'язок з соціальними мережами:</p>	<p>Багато клієнтів шукають обслуговування та взаємодію з компаніями через соціальні мережі. Забезпечення активності та якісної відповіді на питання тут є важливим аспектом.</p>
<p>10. Аналітика та вдосконалення:</p>	<p>Оскільки багато даних може бути зібрано в онлайн-середовищі, важливо використовувати аналітичні інструменти для оцінки ефективності та покращення якості обслуговування.</p>

Ці особливості вимагають від компаній, що працюють в дистанційному обслуговуванні, особливої уваги до якості взаємодії з клієнтами та до вдосконалення процесів через технології та аналіз даних.

Також, управління якістю в дистанційному обслуговуванні клієнтів може зіткнутися з низкою викликів та проблем через особливості цього типу взаємодії. До них належать:

- Комунікаційні бар'єри – відсутність прямого контакту може ускладнити комунікацію з клієнтами. Виникають ризики непорозумінь, некоректної інтерпретації питань та відповідей;

- Брак особистого контакту – в дистанційному обслуговуванні важко створити той же рівень особистого контакту, що і під час фізичної взаємодії. Це може вплинути на відчуття співпраці та задоволеності клієнтів;

• **Відсутність візуальних елементів** – дистанційне обслуговування ускладнює можливість використання візуальних засобів, таких як жести, міміка та інші, що можуть допомагати уточнити інформацію та розуміння;

• **Проблеми з технічною підтримкою** – дистанційне обслуговування може потребувати використання технологій, які можуть мати технічні проблеми. Виникає необхідність швидко вирішувати такі ситуації;

• **Безпека та конфіденційність** – оскільки інформація передається через Інтернет, можуть виникнути проблеми з безпекою та конфіденційністю даних, які вимагають уважності та заходів з захисту;

• **Відсутність нагляду** – у дистанційному обслуговуванні важче контролювати виконання процесів та дотримання стандартів якості, оскільки вони можуть відбуватися на відстані;

• **Різноманітність культур та мов** – дистанційне обслуговування може стикатися з різноманітністю культур, мов та менталітетів, що може впливати на ефективність комунікації та зрозуміння;

• **Забезпечення достатньої інформації** – у дистанційному режимі важливо надати клієнтам достатньо інформації для розв'язання їхніх питань. Брак інформації може призвести до незадоволеності та погіршення якості обслуговування;

• **Відсутність фізичного досвіду продукту** – клієнти не можуть фізично взаємодіяти з продуктом або послугою в дистанційному режимі, що може вплинути на їхній рівень довіри та сприйняття якості;

• **Виклики з організацією роботи** – дистанційне обслуговування може вимагати змін у процесах роботи, забезпечення доступу до необхідних ресурсів та координацію роботи віддаленого персоналу.

Ці виклики можуть вплинути на якість обслуговування в дистанційному режимі, тому важливо розробляти ефективні стратегії та підходи до їхнього подолання.

#### 1.4 Висновки з розділу 1 щодо необхідності системи управління якістю в умовах дистанційного обслуговування

Система управління якістю є важливою необхідністю в умовах дистанційного обслуговування з причин, що допомагають забезпечити ефективність та надійність процесів обслуговування в онлайн-середовищі:

– **Забезпечення консистентності та якості.** Система управління якістю встановлює стандарти, процедури та практики, які допомагають забезпечити однаковий рівень якості обслуговування для різних клієнтів та у різних ситуаціях;

– **Оптимізація процесів.** Система управління якістю допомагає ідентифікувати та вдосконалювати процеси обслуговування, що може призвести до більш ефективної та швидкої роботи;

– **Забезпечення безпеки та конфіденційності даних.** Система управління якістю допомагає визначити та реалізувати заходи зі збереження безпеки та конфіденційності даних клієнтів, що є особливо важливим у дистанційному обслуговуванні;

– **Моніторинг та аналіз.** Система управління якістю надає можливість систематично моніторити та аналізувати процеси обслуговування, виявляти проблеми та недоліки та вчасно вживати заходів для їх вирішення;

– **Контроль якості.** Система управління якістю допомагає забезпечити контроль якості на різних етапах обслуговування, що сприяє забезпеченню відповідності вимогам клієнтів та стандартам;

– **Покращення клієнтського досвіду.** Система управління якістю допомагає зорієнтуватися на потреби та вимоги клієнтів, що дає змогу покращити їхній досвід взаємодії з компанією в дистанційному режимі;

– **Сприяння стійкості та надійності.** В умовах дистанційного обслуговування важливо мати стабільні та надійні процеси та системи, що забезпечується за допомогою системи управління якістю;

– Адаптація до змін. Система управління якістю дає змогу компанії бути готовою до змін у дистанційному обслуговуванні та вдосконалювати свої процеси відповідно до потреб клієнтів, які змінюються та ринкових умов;

– Підвищення довіри. Забезпечення високої якості обслуговування в дистанційному режимі сприяє підвищенню довіри клієнтів до компанії та зміцненню їхніх стосунків.

Отже, система управління якістю є важливим інструментом для забезпечення ефективності, якості та надійності дистанційного обслуговування клієнтів.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОНАННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ

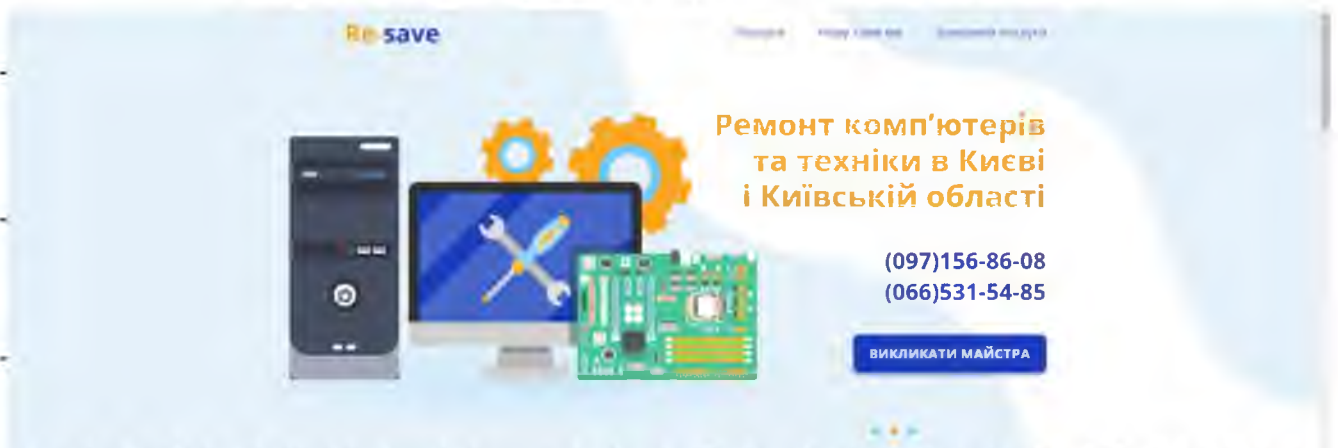
### 2.1 Аналіз сайту re-save.com.ua

Вебсайт «re-save.com.ua» доступний для пошуку в інтернеті з будь-яких браузерів, як з комп'ютера, ноутбука, так і з мобільного пристрою чи планшета.

Вебсайт можна знайти за доменним ім'ям, прямого переходу за покликанням або за ключовими словами: ремонт комп'ютерів та техніки в Києві і Київській області, ремонт комп'ютерів на дому, онлайн допомога з ремонтом комп'ютерів, викликати майстра з ремонту комп'ютерів тощо.

Під час переходу на сайт відкривається головна сторінка, яка зображена на рисунку 2.1.

Рисунок 2.1 Центральна сторінка сайту re-save.com.ua

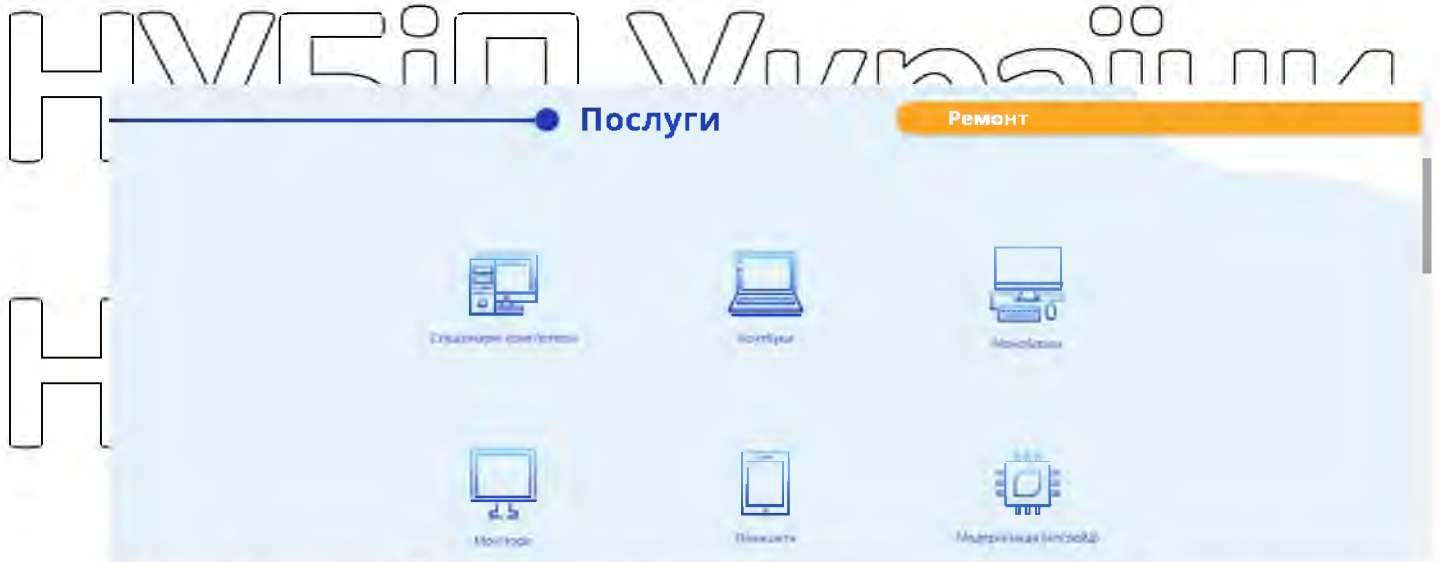


На головній сторінці сайту зображено основну послугу, яку пропонує компанія – ремонт комп'ютерів та техніки в Києві і Київській області. Також надані контактні телефони для зручного зв'язку, додатково є кнопка для отримання консультації чи замовлення зворотного зв'язку. Для зручної навігації сайтом, розміщені активні кнопки з розділами. Загальний інтерфейс сайту приємний, легкий для читання тексту та зчитування інформації загалом. Не перевантажений лишньою інформацією, зображення гармонійно підбрано та відповідають послугам, які надаються.



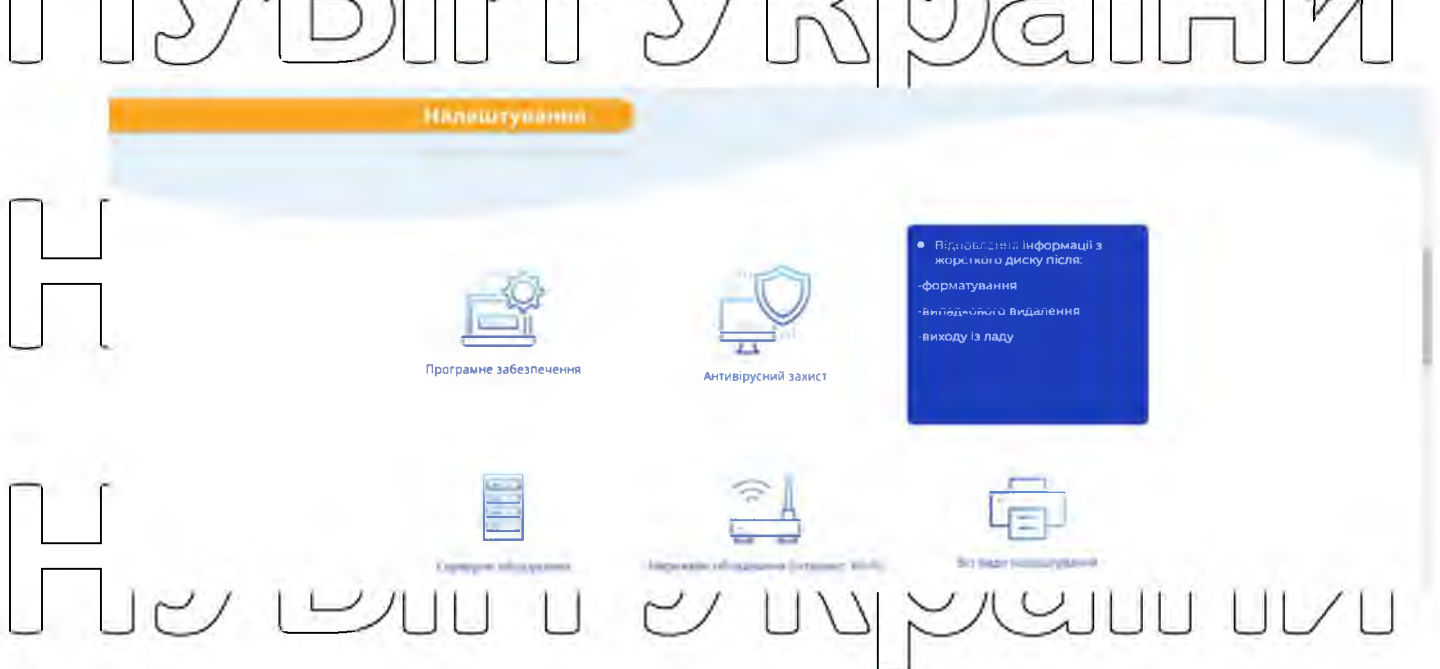
В розділі «Послуги» представлено два підрозділи: «Ремонт» (рис. 2.2) та «Налаштування» (рис. 2.3). В кожному з них зазначені основні групи з якими працює компанія та надає послуги.

Рисунок 2.2 Послуги, які можна замовити через сайт re-save.com.ua (1)



Якщо навести курсором мишки чи натиснути на певну групу в підрозділі, то на місці значка групи буде зображено додаткову інформацію з деталізацією послуг за цією групою (див. рис. 2.3).

Рисунок 2.3 Послуги, які можна замовити через сайт re-save.com.ua (2)



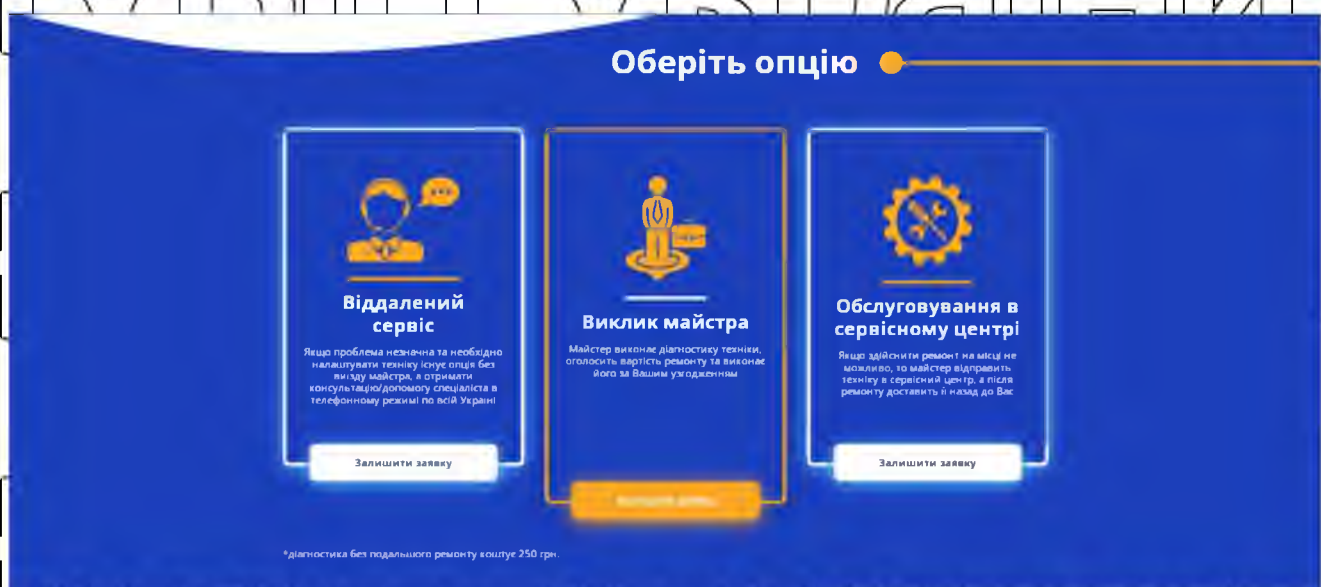


На рисунку 2.4 зображено опції, які можна вибрати клієнтові під час звернення за послугами re-save.com.ua. Компанія пропонує три опції:

1. Віддалений сервіс;
2. Виклик майстра;
3. Обслуговування в сервісному центрі.

Клієнт сайту може вибрати необхідну йому послугу, на зателефонувати за вказаними номерами на головній сторінці сайту або залишити заявку під вибраною послугою, після чого з ним зв'яжеться спеціаліст компанії.

**Рисунок 2.4** Опції, які пропонує сайт re-save.com.ua



Для більшої зручності відвідувачам сайту та потенційним клієнтам схематично зображено (рис. 2.5), як працює звернення та надання послуг на сайті re-save.com.ua. Процедура передбачає основні чотири кроки:

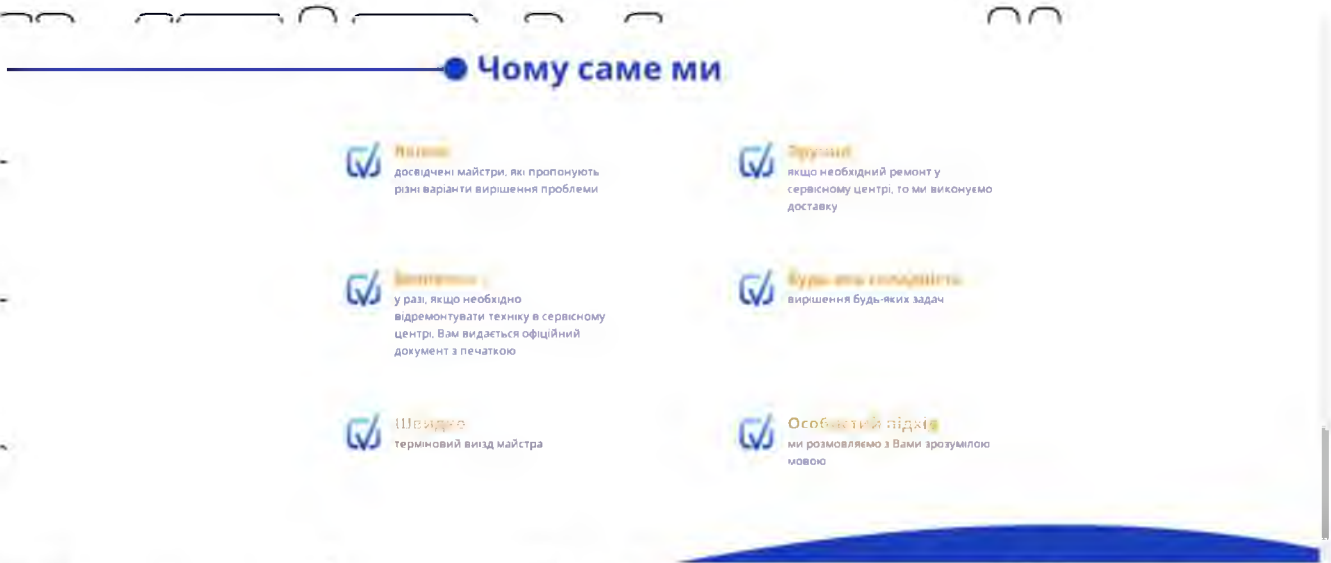
1. Залишити заявку або зателефонувати;
2. Майстер уточнить деталі в телефонному режимі;
3. Виїзд майстра;
4. Проблема вирішена.

Рисунок 2.5 Пояснення, як надаються послуги, які пропонує сайт re-save.com.ua



З метою заохочення більше клієнтів до замовлення послуг на сайті re-save.com.ua створений розділ «Чому саме ми» (рис. 2.6). В ньому наведенні основні переваги з короткою характеристикою кожного пункту. Таким чином, компанія хоче щоб клієнт довіряв та відповідає за послуги, які надає.

Рисунок 2.6 Переваги для потенційних клієнтів, чому варто обрати послуги, які пропонує сайт re-save.com.ua



НУБІП України





організації та отримані результати не завжди відповідають очікуванням замовника. Більше того, помилкові результати можуть запудати клієнтів і призвести до прийняття помилкових бізнес-рішень. У зв'язку з цим завжди актуальними є дослідження, спрямовані на вирішення або зменшення існуючих проблем, а також аналіз фактичних помилок для запобігання їм у майбутньому [32].

Деякі автори [33, 34] розуміють якість як характеристику або особливість послуг, що викликає задоволення клієнта, без недоліків. Такий тип якості послуг супроводжується підвищеними витратами. Клієнти повинні бути готові платити більше за додаткові та спеціальні послуги. Більшість підприємств визначають

якість обслуговування клієнтів як дотримання власних стандартів і правил, що є доречним на рівні керівництва і є однією з умов якісного обслуговування. На рівні вищого керівництва слід зосередитися на майбутньому якісному обслуговуванні.

Це вимагає розробки гнучкої пропозиції, яка модифікується відповідно до вимог клієнтів. Якість послуг характеризується двома аспектами: технічним і функціональним. Перший аспект передбачає, що клієнт отримує щось, що вважається дуже важливим і вимірюваним. Функціональний аспект стосується як взаємодії між персоналом і клієнтами, так і структури процесу обслуговування клієнтів [35].

Необхідність розробки та забезпечення функціонування систем управління якістю обслуговування клієнтів у вітчизняних компаніях зумовлена низкою причин, зокрема:

- Відсутністю стандартів обслуговування в компаніях, що призводить до непослідовності управлінських рішень та різного рівня якості наданих послуг, вищих цін тощо;

- Навіть за наявності власних стандартів обслуговування вони не відповідають вимогам міжнародної нормативної бази;

- Погана комунікація між різними рівнями управління компанії, що впливає на якість обслуговування і призводить до виникнення проблем через неоднорідність послуг;

- Значні відмінності в якості обслуговування клієнтів;

- Оцінка роботи персоналу на основі активності, а не ефективності.

Критерієм якості роботи має бути результат роботи, а не процес;

- Надмірне навантаження на працівників, що призводить до низької продуктивності праці, незадоволення клієнтів і втрати доходів;

- Реагування «на симптоми», а не на причини недоліків в обслуговуванні клієнтів;

- Відсутність контролю за якістю обслуговування клієнтів;

- Повільне вирішення питань, пов'язаних зі скаргами клієнтів на обслуговування. Як правило, все зводиться до визначення відповідальної сторони.

Належна комунікація між керівництвом, обслуговуючим персоналом та клієнтами є важливою для запобігання скаргам;

- Широке використання консервативних стилів управління. В управлінні обслуговуванням клієнтів минулі стандарти використовуються як основа для сьогодишньої політики якості. Такий стиль є основним джерелом витрат через зовнішні та внутрішні збої.

Така ситуація вимагає розроблення, впровадження та підтримання системи управління якістю обслуговування клієнтів. Проектними роботами з розроблення такої системи має передувати визначення її складових та моделювання [35].

Щоб виявити проблеми та недоліки в процесі обслуговування клієнтів, можна застосувати кілька підходів. Один із методів – активно прислухатися до відгуків і скарг клієнтів. Приділяючи увагу проблемам, які піднімають клієнти, і їхнім конкретним занепокоєнням, можна отримати цінну інформацію про сфери, які потребують покращення. Крім того, проведення опитувань клієнтів і форм зворотного зв'язку може допомогти зібрати кількісні дані про рівень задоволеності клієнтів і виявити сфери незадоволення.

Інший підхід полягає в аналізі показників обслуговування клієнтів і ключових показників ефективності (KPI). Такі показники моніторингу, як час відповіді, швидкість вирішення, оцінка задоволеності клієнтів і оцінка промоутера, можуть

надати індикатори потенційних проблем у процесі обслуговування клієнтів. Якщо ці показники показують зниження або нижчі за бажані цілі, це може сигналізувати про напрями, які потребують уваги та вдосконалення. Крім того, може бути корисним проводити регулярні тренінги для представників служби підтримки клієнтів. Постійне навчання допомагає покращити їхні навички взаємодії з клієнтами та вирішення проблем. Надання їм необхідних інструментів і ресурсів для вирішення проблем клієнтів може дати змогу надавати кращі послуги та виявляти будь-які недоліки в процесі. На додаток до цих підходів важливо заохочувати та визначати пріоритетність відгуків і скарг клієнтів. Створюючи середовище, у якому клієнтам буде комфортно висловлювати свої занепокоєння та надсилати відгуки, можна отримати цінну інформацію про сфери, які потребують вдосконалення.

Загалом, поєднання активного прислуховування до відгуків клієнтів, аналіз показників обслуговування клієнтів, навчання представників служби обслуговування клієнтів і створення середовища, яке заохочує відгуки клієнтів, можуть допомогти виявити проблеми та недоліки в процесі обслуговування клієнтів.

Виявлення проблем та недоліків у процесі обслуговування є важливим кроком для покращення якості та ефективності вашої діяльності. Узагальнені кроки, які можна вжити для виявлення проблем та недоліків представлені в таблиці 2.1.

**Таблиця 2.1** Узагальнені кроки для виявлення проблем та недоліків в обслуговуванні

№	Крок	Деталі
1.	Збір відгуків від клієнтів:	Аналізувати відгуки та коментарі від клієнтів. Дивитися на негативні відгуки та виявити спільні проблеми, з якими стикаються клієнти.

2.	Моніторинг клієнтських запитів:	Аналізувати запити, які надходять від клієнтів. Чи пов'язані вони з певними проблемами або недоліками? Чи є повторювані питання?
3.	Аналіз даних і метрик:	Використовувати аналітичні інструменти для вимірювання різних параметрів процесів обслуговування. Це може включати швидкість відповіді на запити, час обробки замовлень, кількість відмовних питань тощо.
4.	Внутрішні аудити:	Проводити регулярні внутрішні аудити для виявлення проблем внутрішнього характеру, таких як недоліки у процесах або відхилення від стандартів.
5.	Спостереження за процесами:	Постійно спостерігати за роботою процесів обслуговування. Чи відбуваються помилки чи затримки? Чи є неефективність у виконанні завдань?
6.	Аналіз внутрішнього співробітництва:	Дізнаватися, чи взаємодіють різні відділи та команди ефективно. Внутрішні конфлікти або недорозуміння можуть впливати на якість обслуговування.
7.	Аналіз структурованих зустрічей та обговорень:	Проводити регулярні зустрічі та обговорення з командою. Це може виявити проблеми та недоліки з першоджерела.
8.	Використання інструментів технічної підтримки:	Використовувати інструменти для відстеження та управління технічною підтримкою, такі як системи відстеження помилок (bug tracking) чи системи керування завданнями.
9.	Залучення зовнішніх експертів:	Іноді зовнішній погляд може допомогти виявити проблеми, які внутрішньої команді можуть не бути очевидні.

10.	SWOT-аналіз:	Проведення SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз) для ідентифікації проблемних напрямів.
11.	Контрольна діаграма Парето:	Використання цієї діаграми допоможе визначити найбільш поширені проблеми, які необхідно вирішити першочергово.
12.	Бенчмаркінг:	Порівнювання власних процесів зі стандартами або найкращими практиками відомих компаній.

Важливою частиною виявлення проблем є систематичність і постійність. Застосовуючи ці методи та інструменти, можна вчасно виявляти та вирішувати проблеми, покращувати якість обслуговування та ефективність діяльності компанії.

### 2.3 Оцінювання вимог та очікувань клієнтів щодо якості обслуговування

Оцінювання вимог та очікувань клієнтів щодо якості обслуговування є важливою складовою успішної діяльності компанії. Можна застосовувати для цього такі методи та підходи, як анкетування та опитування (проводження опитувань та анкетування серед клієнтів дозволяє прямо запитати їх про їхні вимоги, очікування та задоволеність якістю обслуговування); аналіз відгуків та коментарів (ретельний аналіз відгуків та коментарів, які клієнти залишають на сайті, в соціальних мережах або на платформах відгуків, може надати уявлення про їхні вимоги та очікування); аналіз запитів та скарг (спостерігайте за запитами та скаргами, які надходять від клієнтів. Це може допомогти виявити їхні проблеми та несподівані очікування); відстеження процесу купівлі (спостерігайте за тим, як клієнти здійснюють покупки на вашому сайті або через додаток. Які кроки вони роблять, як вони взаємодіють з інтерфейсом); консультації з клієнтами (активно спілкуйтеся з клієнтами через чати, телефонні розмови або електронну пошту. Це допоможе вам краще зрозуміти їхні потреби та очікування); аналіз поведінки



користувачів (використовуйте аналітичні інструменти для вимірювання поведінки користувачів на вашому сайті. Які сторінки вони відвідують? Які функції використовують найчастіше?); збір та аналіз даних про продажі (аналізуйте дані про продажі, замовлення та покупки, щоб зрозуміти, які товари чи послуги найбільш популярні та які особливості цікавлять клієнтів); взаємодія зі сторонніми партнерами (якщо ви співпрацюєте з партнерами, питайте їхню думку про очікування та вимоги клієнтів, з якими вони зіштовхуються); аналіз конкурентів (досліджуйте, які обслуговування та функції надають ваші конкуренти. Це може допомогти визначити, що може забезпечити конкурентну перевагу вашому обслуговуванню); фокус-групи та інтерв'ю з клієнтами (організуйте фокус-групи або інтерв'ю з представниками вашої цільової аудиторії. Це дозволить отримати глибше розуміння їхніх потреб та очікувань); комбінація цих методів допоможе зблизитися до реальних вимог та очікувань клієнтів щодо якості обслуговування і відповідно адаптувати ваші процеси та стратегії, щоб їх задовольняти).

Розпланування та організація процесу оцінювання вимог та очікувань клієнтів щодо якості обслуговування вимагає систематичного підходу та уваги. Ось кроки, які можна взяти для ефективної організації цього процесу:

1. Визначення мети і обсягу – визначте, що саме ви хочете вивчити та оцінити.

Чи це загальні вимоги клієнтів, їхні очікування щодо певної послуги чи товару, чи можливість поліпшити якість певного процесу?

2. Визначення цільової аудиторії – визначте, хто буде вашою цільовою аудиторією для оцінювання. Це можуть бути різні типи клієнтів, користувачів певної послуги, покупці певного товару тощо;

3. Вибір методів збору даних – оберіть методи, якими ви будете збирати інформацію від клієнтів. Це можуть бути анкети, опитування, аналіз відгуків, спостереження, фокус-групи, інтерв'ю та інші;

4. Розробка інструментів – розробіть анкети, опитувальні листи, запитання для фокус-груп, сценарії для інтерв'ю та інші інструменти, які ви будете використовувати для збору даних;

5. Планування збору даних – розробіть план збору даних, включаючи графік проведення опитувань, дати фокус-груп, а також план розсилання анкет та взаємодії з клієнтами.

6. Залучення персоналу – якщо це необхідно, залучіть співробітників для проведення опитувань, фокус-груп, аналізу відгуків тощо;

7. Збір та аналіз даних – зберіть дані від клієнтів згідно з розробленим планом. Після збору аналізуйте отримані дані для ідентифікації тенденцій, сильних проблем та можливих вимог;

8. Порівняння зі стандартами та найкращими практиками – порівняйте отримані результати зі стандартами якості та найкращими практиками у вашій галузі. Це допоможе визначити, де є недоліки або можливості покращення;

9. Аналіз результатів і висновки – проаналізуйте отримані дані та зробіть висновки щодо вимог та очікувань клієнтів. Визначте, які області потребують поліпшення та які дії можна вжити;

10. Розробка плану покращень на основі виявлених недоліків та можливостей – розробіть конкретний план дій для поліпшення якості обслуговування;

11. Впровадження змін – введіть в дію запропоновані покращення. Забезпечте відстеження їхнього впливу на якість обслуговування;

12. Моніторинг та перевірка – постійно проводьте моніторинг результатів та відстежуйте, чи досягнуті були покращення, які ви запланували;

13. Звітність і комунікація – зробіть звіт про результати оцінювання та покращень, які були впроваджені. Залучайте команду та високе керівництво для забезпечення підтримки та сприяння;

14. Зворотній зв'язок з клієнтами – розкажіть клієнтам про впроваджені зміни та покращення на основі їхнього фідбеку. Це може сприяти підвищенню довіри та задоволеності.

Запланований та структурований процес оцінювання дасть змогу зрозуміти потреби та очікування клієнтів, покращити якість обслуговування та забезпечити їхню задоволеність.

Після замовлення онлайн-послуг на веб-сайті клієнти зазвичай мають різні очікування, пов'язані зі своїм досвідом та сподіваннями від обслуговування. Деякі загальні очікування, які можуть виникнути зображені на рисунку 2.8.

Рисунок 2.8 Загальні очікування від обслуговування, які можуть виникнути у клієнтів після замовлення онлайн-послуг

#### Підтвердження замовлення:

- Клієнти очікують отримати підтвердження про те, що їхнє замовлення було успішно прийняте та оброблене. Це може бути електронний лист або повідомлення на екрані.

#### Інформація про статус замовлення:

- Клієнти бажають відстежувати статус свого замовлення від обробки до доставки чи виконання послуги. Важливо надавати актуальну інформацію про стан замовлення.

#### Орієнтовний термін виконання:

- Клієнти часто очікують знати, скільки часу займе виконання їхнього замовлення. Якщо це можливо, надайте орієнтовану дату або термін.

#### Якість та дотримання обіцянок:

- Клієнти очікують отримати те, що було обіцяно. Це стосується якості товару чи послуги, а також термінів виконання.

#### Чітка комунікація:

- Клієнти цінують відкриту та чесну комунікацію. Якщо виникають затримки, проблеми або зміни, важливо сповіщати їх і надавати пояснення.

#### Зручний спосіб оплати та взаємодії:

- Клієнти очікують можливість зручно та безпечно оплатити своє замовлення, а також бажають зрозуміти, як взаємодіяти з компанією у разі питань чи звернень.

НУБІП України



### Ефективна підтримка клієнтів:

- Клієнти часто очікують швидкої та ефективно підтримки у разі виникнення питань, проблем або скарг.

### Безпечність і конфіденційність даних:

- Клієнти очікують, що їхні персональні дані будуть оброблятися безпечно та з увагою до конфіденційності.

### Можливість повернення чи обміну товару:

- У разі, якщо клієнт не задоволений товаром чи послугою, вони можуть очікувати можливості повернення чи обміну за певних умов.

### Послужливість та професіоналізм:

- Клієнти часто сподіваються на високий рівень професіоналізму, ввічливості та готовності допомогти.

Досліджуючи причини незадоволеності та «розриву в очікуваннях», необхідно

звернути увагу на два питання:

1. **Визначення очікувань споживачів щодо послуги.** Ці очікування складаються з декількох різних елементів: бажаного, адекватного, наданого, а також прийняттого діапазону між бажаним та адекватним рівнем обслуговування, тобто діапазону обслуговування, коли клієнт не звертає особливої уваги на процес надання послуги, але коли обслуговування виходить за межі цього діапазону, у клієнта виникають позитивні або негативні реакції [36, 37].

2. **Оцінка сприйнятої якості.** Під час надання послуг, включаючи аудиторську діяльність, важливість атрибутів високого рівня довіри для покупців (порівняно з іншими атрибутами, такими як пошук та досвід) значно зростає, що відображає дві основні відмінності між товарами та послугами. [38].

Очікування клієнтів можуть варіюватися в залежності від типу товару чи послуги, специфіки галузі та особливостей цільової аудиторії. Важливо активно вивчати та аналізувати фідбек від клієнтів, щоб відповідати їхнім очікуванням та забезпечувати якість обслуговування.

## РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ВЛАСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

### 3.1 Визначення ключових процесів дистанційного обслуговування клієнтів

Розвиток електронного бізнесу є важливим кроком в еволюції міжорганізаційних систем. Вплив на зовнішні ланцюги поставок є основною темою для обговорення та аналізу, водночас основна увага приділяється структурам управління та ефективності процесів. Необхідно визначити вплив розвитку електронного бізнесу на внутрішнє обслуговування клієнтів. Процес електронної купівлі чи замовлення послуг онлайн є основою одного з основних внутрішніх інтерфейсів між клієнтами і постачальниками. Задоволеність клієнтів є ключовим чинником успішного впровадження електронних замовлень послуг і визначальним чинником віддачі від їхнього впровадження [39].

Тригерами, які мають найбільший вплив, є несподівані зміни, що з'являються у зовнішньому середовищі. Одним із пріоритетних чинників, що мають сильний вплив, є користувачі пропонованих продуктів та послуг. Задоволеність клієнтів вважається одним з найважливіших чинників, що визначають успіх компанії. Компанії, які надають пріоритет клієнтоорієнтованому управлінню, мають більші перспективи та переваги над іншими компаніями. У ситуаціях, коли компанії залежать від своїх клієнтів, важливо забезпечити якісні та вдосконалені процеси обслуговування клієнтів, одночасно покращуючи корпоративне управління [40].

Одним з найважливіших чинників, як теоретично, так і практично, у наданні послуг компанією є якість обслуговування клієнтів. Процес безперервного вдосконалення корпоративного управління створює бар'єри для якості обслуговування клієнтів, незалежно від їхніх очікувань. Відхилення між фактичною та бажаною якістю обслуговування клієнтів створюють недоліки в обслуговуванні клієнтів, що призводить до незадоволення, недовіри та розчарування серед користувачів послуг і створює негативний імідж компанії на національному та міжнародному рівнях. З цих причин теоретичні та практичні проблеми реорганізації управління компаніями енергетичного сектору, що надають

публічні послуги, та підвищення якості обслуговування споживачів залишаються актуальними [41].

Дослідження [42] свідчать про те, що численні характеристики віддалених послуг мають вирішальне значення для задоволеності клієнтів: (1) безпека, (2) надійність, (3) рівень інтеграції процесу, (4) економічна вигода, (5) надання документації, (6) варіанти обміну, (7) індивідуалізація та (8) послуги підтримки.

Також їхнє дослідження виявило парадокс, який ускладнює надання послуг – ситуація, коли клієнти відчуває неоднозначні почуття щодо розділення послуг, пов'язаних із дистанційними послугами. Вони висловлюють велике бажання брати

участь у наданні дистанційних послуг, щоб зберегти контроль над процесом, і водночас з особистих і договірних причин вони не хочуть бути інтегрованими в процес. Було встановлено, що рівень задоволеності залежить від того, як клієнти оцінюють фізичне та моральне розділення послуг. Початок надання послуг, це ситуаційний чинник, що впливає на перехід від позитивної до негативної оцінки.

Щоб запобігти невдоволенню клієнтів, постачальники послуг повинні інтегрувати клієнтів у надання послуг, ініційованих постачальником, тоді як для послуг, ініційованих клієнтом, вони не повинні залучати клієнта [43].

Ключові процеси дистанційного обслуговування клієнтів можуть значно відрізнитися від специфіки замовлених послуг, але основні процеси представлені в таблиці 3.1.

**Таблиця 3.1** Ключові процеси дистанційного обслуговування клієнтів

№	Процес	Деталі
1.	Замовлення та покупка	Процес прийняття замовлень включає в себе вибір товарів чи послуг, заповнення кошика, обрання способу оплати та оформлення замовлення.

2.	Комунікація та питання клієнтів:	Підтримка через електронну пошту, чат, телефон або інші канали дає змогу клієнтам звертатися з питаннями, проблемами та отримувати відповіді.
3.	Відстеження замовлень та стану:	Клієнти очікують можливості відстежувати статус своїх замовлень, включаючи обробку, доставку та отримання.
4.	Доставка та логістика:	Організація доставки товарів або послуг до клієнта. Це може включати вибір служби доставки, створення накладних та відстеження відправлення.
5.	Технічна підтримка та консультації:	Надання технічної підтримки через онлайн-чат, телефон або електронну пошту для вирішення технічних питань та проблем.
6.	Обробка повернень та обмінів:	Якщо клієнт не задоволений послугою, він може очікувати можливості компенсації.
7.	Керування обліковим записом клієнта:	Клієнти повинні мати можливість редагувати свої дані, відстежувати історію замовлень та змінювати налаштування облікового запису.
8.	Взаємодія зі сторонніми партнерами:	Якщо бізнес співпрацює з партнерами, процеси взаємодії з ними (наприклад, постачальниками) також можуть бути ключовими.
9.	Підтримка платежів і фінансів:	Оброблення оплат, виписка рахунків, відстеження платежів та вирішення фінансових питань.
10.	Збір та аналіз даних про клієнтів:	Збір, зберігання та аналіз даних про клієнтів для покращення обслуговування та адаптації до їхніх потреб.
11.	Маркетинг та пропозиції:	Відправлення маркетингових повідомлень, акцій та спеціальних пропозицій клієнтам.

12.	Збір та обробка відгуків:	Збір відгуків клієнтів та їх аналіз для покращення якості послуг та товарів.
-----	---------------------------	--

Ці ключові процеси становлять основу для створення ефективної та задовільної системи дистанційного обслуговування клієнтів. Вони вимагають систематичного підходу, розроблення процедур та впровадження технологій для забезпечення ефективності та якості обслуговування.

### 3.2 Етапи впровадження та моніторинг елементів системи управління якістю

Впровадження елементів системи управління якістю в умовах сайту «re-save.com.ua» вимагає структурованого та системагічного підходу. До загальних етапів, які можна врахувати під час впровадження належать:

1. Аналіз потреб і вимог – на цьому етапі необхідно вивчити потреби бізнесу та визначити, які аспекти системи управління якістю будуть найбільш важливими для компанії та сайту.

2. Визначення цілей – встановити конкретні цілі та об'єктиви, які хочеться досягти з впровадженням системи управління якістю. Ці цілі повинні бути вимірювані та досягнуті.

3. Вибір стандарту або методології – необхідно обрати відповідний стандарт чи методологію для системи управління якістю, зокрема, основоположним визначити ДСТУ ISO 9001:2015;

4. Створення команди проєкту – необхідно сформувати команду, яка буде відповідальною за впровадження системи управління якістю. Ця команда повинна включати представників різних відділів і фахівців з якості;

5. Визначення процесів – необхідно визначити процеси, які потребують контролю та покращення. Це можуть бути процеси замовлення, доставки, підтримки клієнтів, якість послуг та інші.



6. Розроблення документації – потрібно розробити необхідну документацію для елементів системи управління якістю, таку як політику якості, процедури, інструкції або інші документи;

7. Впровадження процесів – потрібно запровадити розроблені процеси на сайті. Забезпечити, щоб всі співробітники були ознайомлені з новими процедурами та правилами;

8. Навчання та підготовка персоналу – необхідно провести навчання для персоналу, який буде працювати з новою системою управління якістю. Переконайтеся, що вони розуміли, як дотримуватися нових процедур;

9. Моніторинг та вимірювання – потрібно встановити механізми моніторингу та вимірювання результатів процесів. Постійно оцінювати їх відповідність вимогам стандарту або методології;

10. Аудит та перевірка – потрібно провести внутрішні аудити для перевірки виконання процесів згідно з установленими вимогами;

11. Коригування та покращення – в процесі функціонування системи чи окремих її елементів потрібно виправляти будь-які виявлені недоліки, а також розробляти плани покращення процесів;

12. Сертифікація (за потреби) – якщо компанія планує отримати сертифікацію за певним стандартом, необхідно підготуватися до зовнішнього аудиту;

13. Постійне вдосконалення – система управління якістю повинна бути постійно вдосконалювальною на основі отриманого досвіду та змін в бізнес-середовищі.

Ці етапи можуть варіюватися або інтегруватися в залежності від застосовуваних процесів на підприємстві. Важливо планувати та керувати цими етапами з урахуванням конкретних вимог та специфіки.

Для моніторингу функціонування розроблених елементів системи управління якістю, зокрема онлайн-обслуговування клієнтів на веб-сайті «re-save.com.ua»,

можна використовувати різноманітні підходи та інструменти. Вони представлені в таблиці 3.2.

**Таблиця 3.2** Моніторинг елементів системи управління якістю

№	Метод	Рекомендації
1.	Внутрішні аудити:	Регулярно проводьте внутрішні аудити, щоб перевірити виконання процедур та процесів системи управління якістю. Оцінка відповідності розробленим стандартам та методологіям допоможе виявити можливі недоліки та покращити систему.
2.	Моніторинг клієнтських звернень:	Аналізуйте відгуки та запити клієнтів через онлайн-чат, електронну пошту або інші канали. Це допоможе виявити проблеми та питання, які потребують уваги.
3.	Системи відстеження замовлень:	Встановіть систему, яка дозволить клієнтам відстежувати статус своїх замовлень та дізнаватися про затримки або зміни.
4.	Аналіз трафіку та поведінки користувачів:	Використовуйте аналітичні інструменти, такі як Google Analytics, для вивчення поведінки користувачів на вебсайті. Вони допоможуть виявити слабкі місця та зрозуміти, як користувачі взаємодіють зі сторінками.
5.	Тестування продуктивності та завантаження:	Виконуйте тестування, які оцінюють продуктивність та завантаження вебсайту. Це допоможе визначити, як система реагує на великий потік відвідувачів та замовлень.
6.	Збір та аналіз відгуків:	Активно збирайте відгуки від клієнтів після виконання замовлень чи обслуговування. Аналіз відгуків допоможе виявити позитивні та негативні аспекти обслуговування.

7.	Перевірка працездатності та відповідності стандартам:	Виконуйте тестування на відповідність стандартам та вимогам системи управління якістю. Це може бути частиною внутрішнього аудиту або окремого процесу.
8.	Зовнішні аудити:	Якщо плануєте отримати сертифікацію за стандартом, проведіть зовнішній аудит від незалежної організації для перевірки відповідності.
9.	Фокус-групи та опитування:	Залучайте клієнтів до участі в фокус-групах або опитуваннях, щоб зібрати додатковий фідбек щодо функціонування та якості обслуговування.

Ці методи допоможуть не тільки виявити можливі проблеми, але й вдосконалити елементи системи управління якістю для забезпечення високої якості обслуговування клієнтів на веб-сайті.

### 3.3 Розроблення елементів системи управління якістю

Однією з ключових відмінностей між елементами системи управління якістю для звичайного підприємства та онлайн компанії є акцент на цифровість та віртуальну взаємодію. Онлайн компанії стикаються з унікальними викликами, такими як глобальний доступ до продуктів та послуг, ефективність електронних платежів, захист цифрових даних клієнтів, автоматизація обробки замовлень, інтерактивна підтримка через онлайн-канали та наголос на персоналізованому досвіді користувача. Водночас, звичайні підприємства можуть більше фокусуватися на фізичних процесах, традиційному обслуговуванні клієнтів та дотриманні регуляторних стандартів. Саме тому варто розробити ті елементи, які будуть сприяти належному рівню обслуговування в дистанційних умовах.

Розроблені елементи системи управління якістю для дистанційного обслуговування клієнтів веб-сайту представлені в додатках А і Б.

Розроблені елементи допоможуть створити комплексну систему управління якістю, яка забезпечить ефективне та якісне дистанційне обслуговування клієнтів.

### 3.4 Рекомендації щодо подальшого вдосконалення та розвитку системи

Для подальшого вдосконалення та розвитку системи управління якістю для дистанційного обслуговування клієнтів на веб-сайті, розроблені такі рекомендації:

- Аналіз фідбеку клієнтів: активно збирайте та аналізуйте відгуки, пропозиції та скарги від клієнтів. Це надасть інформацію для вдосконалення процесів та вирішення проблем;

- Впровадження інновацій: розгляньте можливості впровадження новітніх технологій, таких як штучний інтелект, для автоматизації та покращення обслуговування клієнтів;

- Персоналізація досвіду користувача: розвивайте можливості персоналізації взаємодії з клієнтами, забезпечуючи індивідуальний підхід до їхніх потреб;

- Вдосконалення процесів замовлення і доставки: зосередьтеся на швидкості та ефективності оброблення замовлень, а також на оптимізації процесів доставки;

- Розширення каналів зв'язку: розгляньте можливість введення додаткових каналів взаємодії з клієнтами, таких як месенджери, соціальні мережі тощо;

- Навчання персоналу: забезпечуйте постійне навчання персоналу з питань якості обслуговування та використання системи управління якістю;

- Аналіз даних та показників: використовуйте аналітику для вимірювання ключових показників якості та ефективності системи;

- Розроблення мобільного додатку: якщо це відповідатиме бізнес-моделі, розгляньте можливість розроблення мобільного додатку для зручності обслуговування клієнтів;

- Співпраця з клієнтами: залучайте клієнтів до процесу розроблення та вдосконалення системи, дозволяючи їм висловлювати свої пропозиції та думки;

○ Зосередження на цінності для клієнта: в усіх вдосконаленнях та розвитку пам'ятайте про головну мету – забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Ці рекомендації допоможуть постійно покращувати та розвивати систему управління якістю, забезпечуючи високу якість дистанційного обслуговування клієнтів на веб-сайті.

Ефективна мотивація працівників щодо виконання вимог обслуговування клієнтів за розробленими елементами системи управління може забезпечити високу якість обслуговування та позитивний досвід для клієнтів. Деякі підходи до мотивації представлені в таблиці 3.3.

**Таблиця 3.3** Мотивація працівників щодо виконання вимог обслуговування клієнтів

№	Мотивація	Рекомендації
1.	Розуміння значущості:	Поясніть працівникам, яка важлива роль вони відіграють у задоволенні потреб клієнтів та досягненні цілей компанії. Чим більше вони розуміють важливість своєї ролі, тим більше будуть мотивовані.
2.	Цільові показники та бонуси:	Встановіть цільові показники якості обслуговування та зв'яжіть їх з бонусами або преміями. Це створить стимул до досягнення високих результатів.
3.	Визнання та похвала:	Регулярно визнавайте та похвалюйте працівників за внесок у якість обслуговування. Публічне визнання може підвищити їхню мотивацію.
4.	Можливості навчання та розвитку:	Надавайте можливості для навчання та розвитку, щоб працівники могли покращувати свої навички та ефективність у виконанні обов'язків.

5.	Участь у процесах:	Залучайте працівників до процесів вдосконалення та розвитку системи управління якістю. Їхні ідеї та пропозиції можуть бути цінними для покращення якості обслуговування.
6.	Гнучкі робочі умови:	Надайте гнучкі робочі умови, які допоможуть працівникам більше концентруватися на обслуговуванні клієнтів та зберігати рівновагу між роботою та особистим життям.
7.	Тренінги та навчання.	Забезпечте персонал регулярними тренінгами та навчанням з питань обслуговування клієнтів, щоб вони постійно покращували свої навички.
8.	Система винагород:	Введіть систему винагород за досягнення конкретних цілей та результатів у якості обслуговування.
9.	Співпраця та командна робота:	Сприяйте співпраці та командній роботі, де працівники взаємодіють та взаємопідтримують одне одного для досягнення спільних цілей.
10.	Створення позитивної корпоративної культури:	Створіть середовище, де працівники відчують підтримку, цінність та можливість росту, що позитивно впливатиме на їхню мотивацію.

Ключовою метою є створення такого середовища, де працівники будуть мотивовані працювати на високому рівні якості обслуговування, ідеально відповідаючи потребам клієнтів.

Для того щоб елементи системи управління якістю в умовах дистанційного обслуговування клієнтів на сайті працювали ефективно, необхідно виконувати також ще такі кроки: стеження за результатами та аналіз даних – постійно моніторте ключові показники якості обслуговування, збирайте дані про

задоволеність клієнтів, час обробки замовлень та інші показники. Аналізуйте ці дані для виявлення трендів та можливих проблем.

Регулярні огляди та оновлення – періодично переглядайте та оновлюйте елементи системи управління якістю з урахуванням змін у бізнес-середовищі, вимогах клієнтів та технологічних інноваціях.

Вдосконалення процесів на основі зворотного зв'язку – аналізуйте відгуки від клієнтів та співробітників щодо досвіду обслуговування та запропонованих поліпшень, і впроваджуйте відповідні зміни.

Розробка плану аварійного відновлення – розробіть план аварійного відновлення, який передбачає дії під час можливих технічних збоїв або інцидентів, що можуть вплинути на обслуговування клієнтів.

Технічна підтримка та вдосконалення – забезпечуйте стабільність технічної інфраструктури, підтримку веб-сайту та регулярно вдосконалюйте його з огляду на нові технології та потреби клієнтів.

Співпраця з партнерами та постачальниками – зміцнюйте співпрацю з партнерами та постачальниками, щоб забезпечити постачання якісних послуг, які відповідають вимогам клієнтів.

Актуалізація політики якості – перевірте та оновіть політику з якості, щоб вона відображала сучасні стандарти та стратегію компанії.

Формування культури якості – створіть культуру якості, в якій кожен співробітник розуміє важливість своєї ролі в забезпеченні якісного обслуговування.

Ці заходи допоможуть забезпечити ефективну роботу елементів системи управління якістю в умовах дистанційного обслуговування клієнтів, забезпечуючи найвищий стандарт якості та задоволення клієнтів.

НУБІП України

## ВИСНОВКИ

Вартість якості в загальному управлінні якістю є одним із найважливіших аспектів розроблення системи управління якістю. У цій роботі було розроблено елементи системи управління якістю, що допоможуть підвищити рівень функціонування компанії та рівня дистанційного обслуговування клієнтів веб-сайту. Було проаналізовано понад 150 наукових джерел та баз нормативних документів як національних, так і міжнародних. Наведено актуальність цього дослідження, визначено проблематику та запропоновано низку рішень щодо розроблення елементів системи менеджменту та рекомендації щодо загального покращення функціонування компанії та веб-сайту зокрема.

Розроблення елементів системи управління якістю для дистанційного обслуговування клієнтів на веб-сайті є ключовим чинником для забезпечення високої якості обслуговування та задоволення клієнтів. Вона передбачає визначення процедур, стандартів та практик, що гарантують ефективність, персоналізацію та надійність дистанційного обслуговування. Застосування принципів ISO 9001 та адаптація їх до віртуального середовища допомагає забезпечити систематичний підхід до управління якістю. Важливими елементами є зосередження на потребах клієнтів, створення політики якості, розвиток процедур обробки замовлень, впровадження системи збору фідбеку, моніторинг результатів та постійне вдосконалення. Для забезпечення успіху системи необхідно активно залучати персонал, враховувати зміни в технологіях та потребах клієнтів, а також реагувати на виклики та вдосконалювати процеси з метою досягнення високої якості обслуговування в онлайн-середовищі.

Додаткові висновки щодо розроблення елементів системи управління якістю включають такі аспекти:

Ключова роль управління якістю: розроблення ефективної системи управління якістю відіграє важливу роль у забезпеченні надійного та задовільного обслуговування клієнтів. Це важливий стратегічний підхід, який сприяє конкурентоспроможності компанії.



Адаптація до змін: сучасні технології та зміни у поведінці клієнтів вимагають постійної адаптації системи управління якістю. Гнучкість та здатність до швидкого реагування на зміни є ключовими чинниками успіху.

Забезпечення довіри клієнтів: ефективна система управління якістю збільшує довіру клієнтів до компанії, оскільки вони впевнені, що їхні потреби будуть відповідно враховані та виконані на високому рівні.

Контроль та забезпечення процесів: система управління якістю дає змогу створити структурований підхід до контролю та оцінки процесів, що веде до покращення ефективності та ефективності виконання завдань.

Стійке покращення: один із ключових аспектів системи управління якістю – це постійне покращення. Розроблення та впровадження нових методів, процедур та ініціатив допомагають компанії підтримувати високу якість на довгострокову перспективу.

Залучення персоналу: вдалий розвиток системи управління якістю передбачає залучення всього персоналу компанії. Захват та підтримка співробітників важливі для впровадження змін та досягнення високих стандартів якості.

Важливість орієнтації на клієнтів: система управління якістю допомагає компанії більш ефективно реалізовувати потреби та очікування клієнтів. Це робить обслуговування більш відповідальним та гарантує задоволеність клієнтів.

Підвищення рівня дистанційного обслуговування клієнтів є необхідним для досягнення успіху та конкурентоспроможності в сучасному бізнес-середовищі.

Основні висновки з цього питання такі:

Зміни в поведінці клієнтів: розвиток технологій і зміни в уявленнях про зручність призвели до збільшення очікувань щодо дистанційного обслуговування. Клієнти шукають зручні та швидкі способи отримання послуг та інформації.

Конкурентна перевага: компанії, які забезпечують високий рівень дистанційного обслуговування, здатні привернути та утримати більше клієнтів. Це надає їм конкурентну перевагу на ринку.

Глобальний доступ: дистанційне обслуговування дає змогу залучати клієнтів з усього світу, розширюючи географію діяльності компанії та ринкову аудиторію.

Зменшення витрат: ефективне дистанційне обслуговування може допомогти знизити витрати на оренду приміщень, утримання персоналу та інші операційні витрати.

Оптимізація процесів: вдосконалення процесів дистанційного обслуговування сприяє швидкості та ефективності виконання замовлень, що позитивно впливає на репутацію компанії.

Підвищення задоволеності клієнтів: забезпечення легкого доступу до інформації, швидкої реакції на запити та інші вигоди дистанційного обслуговування сприяють підвищенню задоволеності клієнтів.

Споживацька спрямованість: зосередженість на дистанційному обслуговуванні позитивно впливає на споживачів, оскільки дозволяє їм обирати найбільш зручний та вигідний спосіб отримання послуг.

Технологічний розвиток: підвищення рівня дистанційного обслуговування вимагає використання новітніх технологій та інновацій, що сприяє розвитку та модернізації компанії.

Стратегічне партнерство: вдосконалення дистанційного обслуговування може призвести до співпраці з іншими технологічними компаніями, що розширює можливості бізнесу.

Сталість у періоди кризи: дистанційне обслуговування може забезпечити компанії більшу сталість під час економічних складнощів або кризових ситуацій.

Отже, підвищення рівня дистанційного обслуговування клієнтів є важливим чинником для розвитку та успіху компанії в сучасному світі, де технології та зміни у споживацьких звичках визначають ефективний спосіб взаємодії з клієнтами.

НУБІП України

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Anderson John C., Manus Rungtusanatham, Roger G. Schroeder. A theory of quality management underlying the Deming management method. *Academy of management Review*, 1994, 19.3. P. 472–509.
2. Nair Anand. Meta-analysis of the relationship between quality management practices and firm performance — implications for quality management theory development. *Journal of operations management*, 2006, 24.6. P. 948–975.
3. Pan Y. J. Modeling the effects of academic and social integration on college student success: A systematic review. University of Louisville, 2010.
4. Beshley M., Vesely P., Pryslupskiy A., Beshley H., Kyryk M., Romanchuk V., Kahalo I. Customer-Oriented Quality of Service Management Method for the Future Intent-Based Networking. *Applied Sciences*, 2020, 10(22). 8223. <https://doi.org/10.3390/app10228223>.
5. ДСТУ/ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2015, IDT). [Чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ, 2016.
6. Дикань О. В. Теоретичні основи управління якістю продукції як одного із основних напрямків забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 2015, №49.
7. Тимошенко В. М. Економіка якості: конспект лекцій. Харків: ХНАМП, 2010. 90 с.
8. Шемяєва Л. Г., Безгін К. С., Наумік К. Г., Ушкальов В. В. Управління якістю бізнес-процесів на підприємстві, 2009. URL: [http://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/175/1/2\\_%d0%9e%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%84%d0%b8%d1%8f\\_%d0%a3%d0%bf%d1%80%d0%](http://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/175/1/2_%d0%9e%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%84%d0%b8%d1%8f_%d0%a3%d0%bf%d1%80%d0%).
9. Попович Т. М. Опорний конспект лекцій з дисципліни "Управління якістю". URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38452/1/upravlnnja.jakistju.pdf>.

10. Темченко О. В. Управління якістю, 2023. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/11503>.

11. Безродна С. М. Управління якістю : навч. посібник / С. М. Безродна. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Чернівці: ПВКФ "Технодрук", 2017. 174 с.

12. Паламарчук В. І. Стандартизація, метрологія та управління якістю: опорний конспект лекцій. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 73 с.

13. Лучишина К. Л. Основи формування інтегрованої системи управління якістю аграрних підприємств. Економіка АПК. URL: [http://www.agrosvit.info/pdf/21\\_2010/12.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/21_2010/12.pdf).

14. Deming's 14 Points for Management: A Guide to Key Principles, 2023. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/demings-points-of-management>.

15. Стойко І., Шерстюк Р., Стойко І. 14 принципів Вільгельма Едвардса Демінга для управління якістю готельно-ресторанних послуг. Електронне наукове фахове видання "Соціально-економічні проблеми і держава", 2020, 1 (22). С. 66–78.

16. Попович Т., Галько Л. Ідентифікація та управління ризиками в процесі впровадження системи управління якістю в організації (Doctoral dissertation, Тернопільський національний економічний університет), 2019.

17. Костюк О. Д. Концепції сучасних систем управління якістю продукції та послуг. Наукові доповіді НАУ, 2006, 2 (3).

18. Левченко Л. О. Система управління якістю: сутність та проблеми впровадження на підприємствах АПК, 2008.

19. Олійник Є. О., Олійник А. С., Дилипченко О. Г., Пугін О. С. Управління якістю продукції: сутність, принципи, основні підходи. Агросвіт, 2019, (23). С. 79–86.

20. Barros S. A., Sampaio P., Saraiva P. Quality management principles and practices impact on the companies' quality performance, 2014.

21. Omachonu V. K., Ross J. E. Principles of Total Quality. *Journal for Healthcare Quality*, 1994, 16(6). P. 36–38.

22. Shin N., Park S., Kim H. Consumer satisfaction-based social commerce service quality management. *BRQ Business Research Quarterly*, 2021, 24(1). P. 34–52. doi.org/10.1177/2340944420916098.

23. Yu C. H., Tsai C. C., Wang Y., Lai K. K., Tajvidi M. Towards building a value co-creation circle in social commerce. *Computers in Human Behavior*, 2020, 108. P. 1–10. doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.021.

24. Busalim A. H., Hussin A. R. C. Understanding social commerce: A systematic literature review and directions for further research. *International Journal of Information Management*, 2016, 36. P. 1075–1088. doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.06.005.

25. De Souza I. G., Lacerda D. P., Camargo L. F. R., Dresch A., Piran F. S. Do the improvement programs really matter? An analysis using data envelopment analysis. *Business Research Quarterly*, 2018, 21. P. 225–237. doi.org/10.1016/j.brq.2018.08.002.

26. Hajli N., Sims J. Social commerce: The transfer of power from sellers to buyers. *Technological Forecasting and Social Change*, 2015, 94. P. 350–358. doi.org/10.1016/j.techfore.2015.01.012.

27. Lee S. J., Ahn C., Song K. M., Ahn H. Trust and distrust in e-commerce. *Sustainability*, 2018, 10, Article 1015. doi.org/10.3390/su10040015.

28. Zhang K. Z. K., Benyoucef M., Zhao S. J. Building brand loyalty in social commerce: The case of brand microblogs. *Electronic Commerce Research and Application*, 2016, 15. P. 14–25. doi.org/10.1016/j.elecrap.2015.12.001.

29. John S. Oakland. Best practice customer service. *Total Quality Management*, 1995, 6:2. P. 135–148. DOI: 10.1080/09544129550035486.

30. Batagan L., Pocovnicu A., Capisizu S. E-Service Quality Management. *Journal of applied quantitative methods*, 2009, 4(3). P. 372–381.

31. Барна М. Ю., Гліненко Л. К., Дайновський Ю. А. Маркетингові дослідження у сфері готельно-ресторанного і туристичного бізнесу: проблеми і недоліки. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2021, (1). С. 5–17.

32. Федорченко В. К., Мініч І. М. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг. К.: КУТЕП, 1999.

33. Tuliba T. *Miedzynarodowe systemy hotelowe*. Warszawa: WszHGpT, 2003. 262 с.

34. Дубоделова А. В., Лісовська Л. С., Нищота А. О. Система управління якістю обслуговування клієнтів готельного підприємства. *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Проблеми економіки та управління*, 2013, 754. С. 159–165.

35. Давидов Г. М. *Аудит: теорія і практика*. Кіровоград: ТОВ «Імекс-ЛПД», 2006. 324 с.

36. Zeithaml V. A., Berry L. A., Parasuraman A. The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1993, 21, № 1, P. 1–12.

37. Шалімова Н. С. Причини виникнення проблеми „розриву в очікуваннях” в аудиті та шляхи її подолання. *Економічний аналіз. Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу Тернопільського національного економічного університету*, 2008, Вип. 3(19). С. 328–33.

38. Croom S., Johnston R. E-service: enhancing internal customer service through e-procurement. *International Journal of Service Industry Management*, 2003, Vol. 14 No. 5. P. 539-555. doi.org/10.1108/09564230310500219.

39. Brax S. A., Jonsson K. Developing integrated solution offerings for remote diagnostics: A comparative case study of two manufacturers. *International Journal of Operations & Production Management*, 2009, Vol. 29 No. 5. P. 539–560. doi.org/10.1108/0144357091.

40. Petrosiène B., Ivanauskienė R. Developing corporate management to improve the quality of customer service. *Humanities studies*, 2019, (1 (78)). P. 154–169.

41. Paluch, S., Blut, M. Service Separation and Customer Satisfaction: Assessing the Service Separation/Customer Integration Paradox. *Journal of Service Research*, 2013, 16(3). P. 415–427. doi.org/10.1177/1094670513475870

42. Chase R. B. Revisiting “Where Does the Customer Fit in a Service Operation?”. In: Maglio, P., Kieliszewski, C., Spohrer, J. (eds) *Handbook of Service Science. Service Science: Research and Innovations in the Service Economy*. Springer, Boston, MA, 2010.

43. Hyde J. C. Theoretical foundations of TQM and CQI: or, does quality really have its own theory? *Topics in Health Information Management*, 1998, 18(3). P. 60–67.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ДОДАТОК А  
Політика ТОВ «RE-SAVE» у сфері якості

Введена в дію Наказом

№ 5 від 15.09.2023 р.

**ПОЛІТИКА ТОВ «RE-SAVE»  
у сфері якості  
на 2023–2024 роки**

Основна політика компанії «RE-SAVE» – надавати доступні для кожного українця якісні послуги щодо ремонту та обслуговування комп'ютерів і техніки. Забезпечувати бажане споживачами дистанційне обслуговування на сайті re-save.com.ua.

Політика компанії також направлена на задоволення вимог та очікувань споживачів за рахунок пріоритетної орієнтації на якість послуг, освоєння нових технологій, а також гнучкої цінової політики.

Високий технічний рівень і якість послуг, постійне їхнє поліпшення, ми розглядаємо як основну умову утримання лідируючих позицій на ринку ремонту та обслуговування комп'ютерів і техніки, зміцнення економічного становища, розвитку дистриб'юторської мережі, розширення виробничих можливостей і подальшого розвитку компанії.

Високий рівень задоволеності наших споживачів і замовників ми досягаємо завдяки:

- впровадженню й безперервному удосконалюванню системи менеджменту компанії, яка відповідає вимогам міжнародних і національних стандартів ДСТУ ISO 9001 та загалом серії стандартів ISO 9000, гарантує надання послуг стабільно високої якості. Ми стверджуємо, що найсуворіша відповідність встановленим вимогам до надання послуг, є запорукою для нас;
- ставлення до наших постачальників таке, як до продовження частини власної діяльності. Ми вважаємо, що вони повинні розділяти наші цінності в сфері якості надання послуг і чекаємо від них якісних товарів та послуг. Ми будемо довгостроковий й взаємовигідні відносини з партнерами;
- колективу професіоналів і зацікавленості в результатах своєї праці під час надання послуг;
- забезпеченню обміну інформацією, навчанню та моніторингу інтегрованої системи управління, а також свідомості поміж усього персоналу задля створення виробничої культури та спрямування діяльності на високу якість послуг;



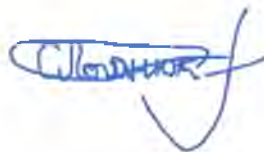
- збільшенню ефективності компанії, шляхом підвищення рівня автоматизації, впровадження передових інноваційних технологій, скорочення втрат на всьому життєвому циклі послуг, що робить їх доступнішим споживачу;
- постійного аналізу своєї діяльності в порівнянні з вимогами та очікуваннями споживачів задля поліпшення своєї роботи

Для забезпечення виконання Політики у сфері якості, компанія «RE-SAVE» має всі необхідні технічні та людські ресурси, а керівництво підприємства зобов'язується:

- питання впровадження принципів та елементів систем менеджменту та стандарту ДСТУ ISO 9001 вважати пріоритетними;
- забезпечити участь усього персоналу підприємства в реалізації цієї політики;
- чітко розподіляти відповідальність за всіма напрямками діяльності разом з розвитком співробітництва та взаємодопомоги між співробітниками;
- постійно вдосконалювати засоби, технології та інфраструктуру компанії;
- проводити маркетингові дослідження ринкового попиту, з подальшим аналізом та внесенням коректив у напрямі розвитку компанії;
- забезпечити моральну і матеріальну зацікавленість всіх працівників у поліпшенні наданні послуг.

Політика у сфері якості доводиться до відома співробітників та інших зацікавлених сторін, а також піддається аналізуванню з періодичністю не рідше 1 разу на рік.

Генеральний директор



Сергій ЛОГВИНЮК

ДОДАТОК Б  
Стандарт підприємства України «Система управління якістю»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Генеральний директор

ТОВ «RE-SAVE»

 Сергій ЛОГВИНЮК

15 вересня 2023 р.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Стандарт підприємства України

СПУ 74.9-0258476301-007:2023

(Уведено вперше)

Дата надання чинності 15 вересня 2023 р.

РОЗРОБЛЕНО

Відповідальний виконавець, магістр з якості,  
стандартизації та сертифікації

 Сергій ЛОГВИНЮК

01 вересня 2023 р.

Київ

2023

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 2 з 25	

## ЗМІСТ

<b>1 ВИБІР ТА ЗАТВЕРДЖЕННЯ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ СИРОВИНИ І МАТЕРІАЛІВ .....</b>	<b>3</b>
1.1. Мета та сфера застосування.....	3
1.2. Відповідальність .....	3
1.3. Терміни та скорочення .....	3
1.4. Опис процедури .....	4
<b>2 ОЦІНЮВАННЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ КЛІЄНТА .....</b>	<b>7</b>
2.1. Мета та сфера застосування.....	7
2.2. Відповідальність .....	7
2.3. Терміни та скорочення .....	7
2.4. Опис процедури .....	7
<b>3 ПРОВЕДЕННЯ ВНУТРІШНІХ АУДИТІВ .....</b>	<b>10</b>
3.1. Мета та сфера застосування.....	10
3.2. Відповідальність .....	10
3.3. Терміни та скорочення .....	11
3.4. Опис процедури .....	11
<b>4 ОБСЛУГОВУВАННЯ ЗАСОБІВ ВИМІРЮВАЛЬНО ТЕХНІКИ .....</b>	<b>18</b>
4.1. Мета та сфера застосування.....	18
4.2. Відповідальність .....	18
4.3. Терміни та скорочення .....	18
4.4. Опис процедури .....	19
<b>5 УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМАЦІЯМИ .....</b>	<b>21</b>
5.1. Мета та сфера застосування.....	21
5.2. Відповідальність .....	21
5.3. Терміни та скорочення .....	21
5.4. Опис процедури .....	22
<b>ЛИСТ РЕЄСТРАЦІЇ ЗМІНИ .....</b>	<b>25</b>

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Вибір та затвердження постачальників</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 3 з 25	

## 1 ВИБІР ТА ЗАТВЕРДЖЕННЯ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ СИРОВИНИ І МАТЕРІАЛІВ

### 1.1. Мета та сфера застосування

Процедура визначає порядок вибору, схвалення і затвердження постачальників сировини, обладнання та пакувальних матеріалів необхідного рівня якості та безпеки відповідно до вимог, затверджених специфікацій і на умовах, необхідних ТОВ «RE-SAVE». Дія цієї процедури поширюється на службу якості, службу постачання та технологічний відділ на підприємстві.

### 1.2. Відповідальність

*Спеціаліст служби постачання несе відповідальність за:*

розсилку постачальникам анкет по самооцінці, запитів на надання інформації за наявністю сертифікатів систем управління і надання зворотного зв'язку від постачальників;

узгодження з постачальниками дат проведення первинних аудитів.

*Начальник відділу якості несе відповідальність за:*

організацію проведення аудитів постачальників зі сторони служби якості з подальшим наданням звітів за результатами аудиту;

відстеження виконання постачальниками корегувальних дій, спрямованих на усунення невідповідностей.

*Технологічний відділ несе відповідальність за:*

проведення тестування зразка сировини, обладнання чи матеріалу, за наявності всіх необхідних дозвільних документів.

### 1.3. Терміни та скорочення

СЯ	Служба якості
СП	Служба постачання
СiМ	Сировина, обладнання і матеріали
ПМ	Пакувальний матеріал
Аудит (перевірка)	Незалежний, задокументований процес отримання свідчення перевірки і об'єктивного оцінювання з метою визначення ступеня виконання критеріїв.
Постачальник	Компанія, яка виробляє і / або постачає СiМ ТОВ «RE-SAVE»

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Вибір та затвердження постачальників</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 4 з 25	

Схвалений постачальник	Постачальник, який за результатами аудиту отримав оцінку 15-25
Умовно схвалений постачальник	Постачальник, за результатами аудиту отримав оцінку 0-14

#### 1.4. Опис процедури

##### 1.4.1. Загальна інформація

*Процедура вибору та затвердження нового постачальника включає в себе:*

- вибір постачальника;
- аудит постачальника;
- схвалення постачальника;
- затвердження та оцінювання постачальника.

##### 1.4.2. Вибір постачальника

*Основні критерії вибору постачальника:*

- а) відповідність матеріалів, що постачаються вимогам якості та безпеки, викладених в специфікації;
- б) наявність системи управління якістю;
- в) умови доставки, дотримання зобов'язань по термінам доставки;
- г) стабільність фінансового становища;
- д) ціна;

1.4.3. Після успішного тестування зразка матеріалу / обладнання / сировини технологічним відділом і перевірки наявності у постачальника необхідних дозвільних документів і попередньої оцінки службою постачання можливості співпраці з постачальником, спеціаліст СП повідомляє СЯ про вибір потенційного постачальника.

1.4.4. Аудит постачальника. Аудит постачальників СіМ проводиться за необхідності.

1.4.5. Аудит службою якості може бути проведено без виїзду (аудит за документами) або з виїздом на потужності постачальника. Рішення про необхідність виїзду приймається начальником відділу якості.

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Вибір та затвердження постачальників</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 5 з 25	

1.4.6. Термін проведення аудиту без виїзду (аудит за документами) – впродовж 5 днів, з виїздом на потужності постачальника – впродовж 30 днів з моменту отримання заяви від спеціаліста СП.

1.4.7. Спеціаліст СП направляє постачальнику разом з переліком документів для участі в тендері анкети для самооцінки.

1.4.8. Термін надання постачальником заповнених анкет – впродовж 15 робочих днів.

1.4.9. Для проведення аудиту постачальника, спеціаліст СП направляє в СЯ заповнені анкети для самооцінки з копіями сертифікатів систем управління, отримані від постачальника.

Схема аудиту постачальника з виїздом на виробничу площадку (склад).

- Визначення складу аудиторської групи.
- Узгодження з постачальником дати проведення аудиту.
- Відправлення постачальнику плану проведення аудиту із зазначенням переліку документів, необхідних під час проведення аудиту.
- Проведення аудиту.
- Оформлення протоколу аудиту.
- Підготовка і розсилка звіту за результатами аудиту.

1.4.10. Після проведення аудиту з виїздом на потужності постачальника оформляється Звіт аудиту, який надсилається до відділу СЗ.

1.4.11. Термін оформлення звіту – впродовж 3 робочих днів після проведення аудиту.

1.4.12. Результатом проведення аудиту є оцінка постачальника з присвоєнням йому відповідного статусу: «схвалений», «умовно схвалений», «несхвалений».

1.4.13. Постачальник, який отримав статус «схвалений» і «умовно схвалений», вноситься фахівцем в Перелік схвалених та затверджених постачальників СiМ.

1.4.14. Статус постачальника може бути змінений після виконання ним коригувальних дій, спрямованих на усунення зауважень за результатами аудиту. Рішення про зміну статусу приймається на підставі наданих постачальником документів, фото. За

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Вибір та затвердження постачальників</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 6 з 25	

необхідності може бути проведений повторний аудит для отримання свідчень виконання запланованих коригувальних дій.

1.4.15. Після проведення аналізу оцінювання та врахування додаткового критерію цінової політики між схваленими та умовно схваленими постачальниками фахівець СП присвоює статус затвердженого постачальника. Всі інші незатверджені постачальники будуть автоматично віднесені до альтернативних постачальників.

1.4.16. Надійність Постачальників оцінюється за критеріями, вказаними в таблиці:

Критерій вибору постачальника	Критерії оцінки постачальника	Бальна оцінка
1. Стабільність якості закупленої сировини/обладнання, матеріалів.	Претензій до якості і комплектності продукції немає	5
	Кількість претензій не перевищує 3-5	2-3
	Кількість претензій не перевищує 6-8	1
	Кількість претензій не перевищує 8-10	0
2. Документи супровідні, та документи які підтверджують якість та безпеку сировини/обладнання, матеріалів.	Наявність документів	5
	Відсутність документів	0
3. Наявність сертифікатів	Наявність сертифікатів	5
	Відсутні сертифікати	0
4. Стабільність обсягів та строки поставок	Виконуються у повному обсязі	5
	Маються одиничні зриви поставок	2-3
	Обсяги і терміни поставок систематично порушуються	0
5. Оперативність постачальника (надання запитуваної інформації, документації тощо)	Оперативне надання інформації	5
	Надається інформація з затримкою	4-3
	Не оперативне надання інформації	1
<b>РАЗОМ</b>		25-0

1.4.17. Після оцінювання підраховуються бали та приймається рішення щодо співпраці. Надійним вважається Постачальник, який набрав від 15 до 25 балів, ненадійним – від 0 до 14.

<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Оцінювання задоволеності клієнта</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 7 з 25	

## 2 ОЦІНЮВАННЯ ЗАДОВОЛЕНOSTІ КЛІЄНТА

### 2.1. Мета та сфера застосування

Процедура визначає порядок визначення рівня задоволеності клієнтів Компанії.

Вимоги цієї процедури поширюються на менеджера з комунікації, директора Компанії.

### 2.2. Відповідальність

Директор несе відповідальність за забезпечення цього процесу необхідними ресурсами, прийняття рішень щодо стратегії комунікацій з клієнтами тощо.

Менеджер з комунікації несе відповідальність за організацію та фактичне проведення процесу оцінювання задоволеності клієнтів, втілення стратегії комунікацій з контрагентами, аналіз та підготовку пропозицій щодо отриманих оцінок задоволеності тощо.

### 2.3. Терміни та скорочення

Анкетування	Метод отримання інформації шляхом письмових відповідей респондентів та систему стандартизованих запитань попереднього підготовлених бланків – анкет.
Клієнт	Юридична або фізична особа, яка уклала договір з Компанією як покупець її продукції.
Оцінка задоволеності клієнта	Оцінка рівня задоволеності клієнта після взаємодії з Компанією, що відображає, наскільки успішним був досвід такої комунікації та враховує як рівні задоволеності окремими процесами, продукцією, так і загальний рівень задоволеності від взаємодії з Компанією.

### 2.4. Опис процедури

2.4.1. Стратегія комунікації Компанії з клієнтом орієнтована на вирішення задач по визначенню та задоволенню його потреб, інтересів, очікувань в процесі надання основних та супровідних послуг. Задоволення потреб і очікувань клієнта є основою для задоволення потреб і очікувань інших зацікавлених сторін: працівників підприємства, партнерів, суспільства в цілому.

2.4.2. Під час розроблення та встановлення цілей, розробленні планів та стратегій для будь-якого виду діяльності Компанії за основу береться аналіз достовірної і різнобічної внутрішньої і зовнішньої інформації, включаючи інформацію щодо досягнутого рівня задоволеності всіх зацікавлених сторін.



<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Оцінювання задоволеності клієнта</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 8 з 25	

2.4.3. Збір, аналіз, поширення інформації щодо задоволеності клієнта спрямовані на:

- налагодження стійких довгострокових взаємовідносин;
- прогнозування потреб і очікувань клієнта;
- виявлення сфер та питань для удосконалення, досягнення відповідної споживчої цінності продукції, конкурентоспроможності, загального іміджу та корпоративної культури Компанії;
- коригування політики, цілей, планів, процесів та конкретних дій тощо.

2.4.4. Для збору інформації щодо задоволеності клієнтів, Компанія використовує такі джерела надходження інформації: спілкування з представниками компанії-клієнта, анкетування, отримання та опрацювання претензій, зауважень і пропозицій тощо.

2.4.5. Збір, аналіз і поширення інформації щодо задоволеності споживача проводиться менеджером зі збуту з урахуванням специфіки ринків діяльності Компанії.

2.4.6. Анкетування клієнта для оцінки його задоволеності відбувається не рідше, ніж один раз на рік. За необхідності менеджер з комунікації може проводити позапланове опитування та анкетування.

2.4.7. Менеджер з комунікації не пізніше, ніж за два тижні до кінця підзвітного року готує необхідну кількість примірників анкети «Оцінка задоволеності клієнта» та надсилає їх представникам компаній-клієнтів, з яким Компанія проводила комунікацію впродовж звітного періоду, в паперовому чи електронному вигляді.

2.4.8. У випадку, якщо впродовж тижня з моменту надсилання анкети немає зворотного зв'язку від представника компанії-клієнта, менеджер зі збуту зв'язується з таким представником для виявлення причин відсутності заповненої анкети та намагається досягти домовленості про її отримання впродовж наступного тижня. У разі необхідності менеджер зі збуту звертається за отриманням допомоги у процесі зворотного зв'язку до директора Компанії.

2.4.9. Менеджер зі збуту отримує заповнені анкети, формує зведену інформацію у зведений звіт оцінки задоволеності клієнтів та надає його для аналізу вищому керівництву.

2.4.10. У разі, якщо оцінка клієнта за певним критерієм є «4» або нижче, менеджер зі збуту намагається отримати коментарі щодо причин, що вплинули на такий результат.

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Оцінювання задоволеності клієнта</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 9 з 25	

2.4.11. У разі, якщо оцінка клієнта по будь-якому критерію або середня оцінка певного критерія рівня або нижче за «4», такий факт вважається невідповідністю.

2.4.12. Результативність призначених коригувань та коригуючих дій оцінюється після проведення наступного анкетування клієнтів.

<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Проведення внутрішніх аудитів</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 10 з 25	

### 3 ПРОВЕДЕННЯ ВНУТРІШНІХ АУДИТІВ

#### 3.1 Мета та сфера застосування

Процедура визначає основні принципи, критерії, порядок проведення внутрішніх аудитів та документування й аналіз результатів внутрішніх аудитів.

Вимоги цієї процедури поширюються на внутрішніх аудиторів та керівників структурних підрозділів Компанії.

#### 3.2. Відповідальність

Директор несе відповідальність за забезпечення процесу внутрішнього аудиту необхідними ресурсами; проведення аналізу результатів внутрішнього аудиту.

Спеціаліст з якості несе відповідальність за управління процесом внутрішніх аудитів, включаючи розроблення та складання плану внутрішніх аудитів; організацію проведення аудиту; узгодження коригувань та коригувальних дій; надання результатів внутрішнього аудиту директору для проведення аналізу; своєчасний контроль виконання коригувальних дій в підрозділах.

Керівники структурних підрозділів несуть відповідальність за всебічне сприяння проведенню внутрішнього аудиту та надання аудитору всієї інформації, що запитується; невідкладне запровадження необхідних дій для усунення невідповідностей (виконання коригування та коригувальних дій), що виявляються під час аудиту; виконання встановлених за результатами внутрішнього аудиту коригувань та коригувальних дій тощо.

Внутрішні аудитори несуть відповідальність за застосування принципів, процедур і методів аудиту; планування і результативну організацію роботи під час аудиту; безпосередньо проведення аудиту; перевірку достовірності зібраної інформації; підтвердження достатності та відповідності доказів аудиту для підтримування даних аудиту і висновків аудиту; здатність оцінювати ті чинники, які можуть впливати на надійність даних та висновків аудиту; забезпечення конфіденційності і збереження інформації; оформлення необхідної документації за результатами аудиту тощо.

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Проведення внутрішніх аудитів</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 11 з 25	

### 3.3. Терміни та скорочення

Аудит	Систематичний, незалежний і задокументований процес отримання об'єктивних доказів та їх об'єктивного оцінювання, щоб визначити ступінь дотримання критеріїв аудиту.
Аудитор	Особа, яка провадить аудит. Група внутрішніх аудиторів затверджується директором.
Висновок аудиту	Підсумок аудиту після розглядання цілей аудиту та всіх даних аудиту.
Група аудиту	Сукупність аудиторів, що провадять аудит, за підтримання, якщо необхідно, технічних експертів.
Компетентність	Здатність застосовувати знання та вміння для досягнення передбачених результатів.
Коригувальна дія	Дія, яку виконують, щоб усунути причину невідповідності та запобігти її повторному виникненню.
Коригування	Дія, яку виконують, щоб усунути виявлену невідповідність.
Критерії аудиту	Сукупність політик, методик або вимог, що їх використовують як еталон, з яким порівнюють об'єктивні докази аудиту.
Невідповідність	Невиконання вимоги. В свою чергу, невідповідність може бути несуттєвою, суттєвою, та кригічною.
Об'єктивний доказ аудиту	Дані, які підтверджують існування чи правдивість чого-небудь. Протоколи, виклади фактів чи інша інформація, що стосуються критеріїв аудиту і можуть бути перевірені.
План аудиту	Опис дій і заходів для проведення аудиту.
Програма аудиту	Один або декілька аудитів, запланованих на конкретний період часу та спрямованих на досягнення конкретної цілі.
Технічний експерт	Особа, яка має спеціальні знання чи досвід у групі аудиту.

### 3.4. Опис процедури

#### 3.4.1. Загальні положення.

3.4.1.1. Внутрішнім аудитам підлягають процеси СМЯ, що діють на підприємстві; документи, що регламентують і супроводжуючі їх; персонал, що обслуговує і виконує дані процеси, а також виробниче та робоче середовище.

3.4.1.2. Внутрішні аудити дають об'єктивні результати для аналізу з боку вищого керівництва з метою можливого поліпшення СМЯ; проводяться в рамках законодавчих, нормативних та інших регламентуючих вимог, вимог внутрішніх документів; охоплюють всі підрозділи підприємства в рамках сфери поширення СМЯ.

3.4.1.3. Цілі проведення внутрішніх аудитів:

- оцінювання здатності СМЯ у її практичній реалізації та документальному оформленні забезпечувати відповідність правовим та контрактним, а також іншим вимогам, які Компанія зобов'язується дотримувати;

<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Проведення внутрішніх аудитів</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 12 з 25	

- визначення відповідності функціонування СМЯ встановленим вимогам в структурному підрозділі, який перевіряється;
- встановлення того, наскільки діюча СМЯ дозволяє вирішувати прийняті в сфері якості завдання;
- визначення результативності запровадження та функціонування СМЯ;
- визначення можливості поліпшення функціонування СМЯ.

#### 3.4.1.4. Основні принципи внутрішніх аудитів під час проведення аудиту:

- дотримання етичних норм – основа професіоналізму;
- чесність у поданні результатів – зобов'язання звітувати правдиво й точно;
- належна професійна ретельність – прояв старанності та розсудливості у здійсненні аудиту;
- конфіденційність – захищеність інформації;
- незалежність – основа неупередженості аудиту та об'єктивності висновків аудиту;
- підхід, що базується на доказі – раціональний метод формування надійних і відтворюваних висновків аудиту в систематичному процесі аудиту.

#### 3.4.1.5. Методи збирання інформації під час аудиту:

- опитування;
- спостереження;
- критичне аналізування документів.

#### 3.4.1.6. Етапи проведення аудиту:

- планування аудиту (включаючи формування річного графіка внутрішніх аудитів; вибір внутрішніх аудиторів; вивчення вимог документації тощо);
- підготовка до проведення аудиту (включаючи навчання внутрішніх аудиторів; оформлення необхідної документації тощо);
- проведення аудиту на місці (включаючи безпосередньо проведення аудиту з організацією початкової та заключної нарад; оформлення виявлених невідповідностей тощо);
- оформлення результатів внутрішнього аудиту (включаючи оформлення звітних документів аудиту; узгодження плану коригувальних дій тощо);

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Проведення внутрішніх аудитів</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 13 з 25	

– проведення аналізу результатів аудиту (включаючи контроль виконання коригувальних дій; аналіз внутрішніх аудитів вищим керівництвом тощо).

3.4.1.7. Аудитор не має право проводити аудит підрозділу, керівником якого він є.

3.4.1.8. Внутрішні аудиторів узгоджуються спеціалістом з якості та затверджуються наказом директора. За потреби до проведення внутрішнього аудиту можуть залучатися технічні експерти.

3.4.1.9. Спеціаліст з якості проводить не рідше одного разу на рік навчання та оцінку знань, діяльності та компетентності внутрішніх аудиторів Компанії. Оцінка внутрішніх аудиторів також може бути у вигляді тестування.

3.4.1.10. Якщо аудит проводить група аудиту, спеціаліст з якості призначає головного аудитора групи аудиту, який відповідає за організацію проведення аудиту, розділення обов'язків в межах групи, звітність, перевірку виконання коригувань та коригувальних дій тощо

3.4.1.11. Під час проведення внутрішнього аудиту аудиторів використовується така класифікація невідповідностей:

**Несуттєва невідповідність** є невиконанням вимоги, що не впливає на здатність СМЯ досягати встановлених цілей та результатів.

**Суттєва невідповідність** є невиконанням вимоги, що впливає на здатність СМЯ досягати встановлених цілей та результатів.

**Критична невідповідність** є невиконання вимог з прямим впливом на якість надання послуг та функціонування компанії загалом без відповідної дії з боку Компанії або коли під великим сумнівом законність чи об'єктивність доказів аудиту.

### 3.4.2. Планування внутрішніх аудитів.

3.4.2.1. За характером проведення внутрішні аудити поділяються на планові, позапланові та повторні.

3.4.2.2. Спеціаліст з якості до 15 січня поточного року планує внутрішні аудити на поточний рік, який затверджує директор.

3.4.2.3. Планові внутрішні аудити проводяться у кожному структурному підрозділі Компанії, на які розповсюджується дія СМЯ не рідше одного разу на рік.

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Проведення внутрішніх аудитів</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 14 з 25	

3.4.2.4. Внутрішні аудити плануються з урахуванням статусу та важливості (ступеня впливу на функціонування СМЯ) процесів та структурних підрозділів, що підлягають аудиту, а також результатів попередніх аудитів.

3.4.2.5. За необхідності (наприклад, у разі проведення складного комплексного аудиту) спеціаліст з якості може скласти план аудиту.

3.4.2.6. Спеціаліст з якості за допомогою електронної пошти інформує керівника структурного підрозділу, плановий аудит якого має відбутися, не пізніше, ніж за тиждень до дати його проведення.

3.4.2.7. Керівник підрозділу забезпечує інформування підлеглих працівників про дату проведення внутрішнього аудиту, його обсяги, цілі тощо.

3.4.2.8. Позапланові внутрішні аудити проводяться у разі:

- за результатами внутрішнього аудиту визначено необхідність проведення повторного аудиту;
- існують об'єктивні докази некоректного функціонування елементів СМЯ;
- виникли сумніви у функціонуванні СМЯ в підрозділі;
- програма планового аудиту виконана не в повному обсязі.

3.4.2.9. Спеціаліст з якості за допомогою електронної пошти інформує керівника структурного підрозділу, позаплановий аудит якого має відбутися, за добу до його проведення.

### 3.4.3. Підготовка до проведення аудиту.

3.4.3.1. На етапі підготовки аудитор, перш за все, аналізує регламентуючу документацію (процедури, інструкції, положення, посадові інструкції тощо), що стосується підрозділу, що перевіряється. Крім того, враховує та вивчає результати попередніх аудитів підрозділу, що перевіряється, а також вимоги законодавчих норм, нормативної і нормативно технічної документації.

3.4.3.2. Водночас аудитор може консультуватися з керівником структурного підрозділу чи вимагати додаткову необхідну інформацію. Зокрема, аудитор має отримати точні відомості про кадровий склад працівників підрозділу, що перевіряється, а також про його організаційну структуру, підлеглисть і розподіл повноважень, функції підрозділу та

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Проведення внутрішніх аудитів</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 15 з 25	

їх розподіл тощо.

3.4.3.3. Аудитори у разі необхідності можуть складати і використовувати опитувальний лист для полегшення підготовки до проведення внутрішнього аудиту, який в подальшому не зберігається.

#### **3.4.4. Проведення аудиту на місці.**

3.4.4.1. Безпосередньо перед початком проведення аудиту організовується попередня нарада, в якій беруть участь аудитор(и), керівник структурного підрозділу і співробітники підрозділу, що перевіряється для висвітлення та узгодження таких питань:

- взаємне представлення;
- огляд сфери діяльності і мети аудиту;
- виклад порядку проведення перевірки з уточненням черговості зустрічей і часу;
- з'ясування всіх необхідних або неясних деталей аудиту, наприклад, порядку фіксації невідповідностей, складання звіту, призначення коригувальних дій.

3.4.4.2. Призначені аудитори проводять запланований аудит в узгоджений термін безпосередньо в підрозділі, що перевіряється, на робочих місцях опитуваних співробітників.

3.4.4.3. Основна мета аудитора – знайти відповідності, тобто підтвердити виконання вимог документів, що регламентують процес.

3.4.4.4. Аудитори проводять збір доказів аудиту через опитування працівників, аналізу використовуваних в підрозділі документів, огляду і спостереження за діяльністю і умовами на робочих місцях.

3.4.4.5. Аудитор перевіряє знання цілей та політики Компанії в сфері якості; знання про загальні відомості про функціонування СМЯ; знання та виконання посадових обов'язків; знання та виконання вимог документації СМЯ, що стосуються роботи відповідного відділу чи співробітника; факт виконання коригувальних дій за результатами попереднього аудиту; наявність та коректність заповнення форм записів, їх контроль та зберігання тощо.

3.4.4.6. Якщо в процесі аудиту аудитор виявляє брак інформації або відповідь персоналу не підтверджується (наприклад, є невірною, не має підтвердження або



<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Проведення внутрішніх аудитів</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 16 з 25	

протилежне до відповіді підтвердження, відсутні необхідні документи чи записи), аудитор визначає це як невідповідність.

3.4.4.7. Якщо в процесі аудиту аудитор виявляє невідповідність, аудитор негайно сповіщає про це працівника та керівника відділу, що перевіряється.

3.4.4.8. Аудитор аналізує усі свої спостереження та остаточно визначає, які з них є фактами невідповідностей, а які є рекомендації удосконалення процесів.

3.4.4.9. Аудитор має бути впевненим у тому, що виявлені невідповідності дійсно були.

3.4.4.10. Аудитор визначає категорію невідповідності, яку виявив, та максимально конкретизує її.

3.4.4.11. Суперечності, неясності, а також будь-які інші спірні питання обов'язково обговорюються і аналізуються під час проведення аудиту в підрозділі.

3.4.4.12. Після закінчення перевірки на місці аудитор проводить коротку завершальну нараду за участю співробітників підрозділу, що перевіряється, з метою стислого обговорення про основні результати аудиту та виявлені невідповідності.

3.4.4.13. Керівник структурного підрозділу за можливості призначає негайні (одразу під час або після проведення перевірки) необхідні дії щодо усунення невідповідності (коригування).

### **3.4.5. Оформлення результатів внутрішнього аудиту.**

3.4.5.1. Після закінчення аудиту аудитор заповнює протокол невідповідності внутрішнього аудиту на кожну виявлену під час аудиту невідповідність та складає загальний звіт за результатами аудиту з зазначенням необхідності проведення повторного внутрішнього аудиту.

3.4.5.2. Аудитор пред'являє всі протоколи невідповідностей та звіт керівнику структурного підрозділу не пізніше ніж через чотири робочих дні після проведення перевірки і погоджує з ним правильність їхнього формулювань.

3.4.5.3. Керівник структурного підрозділу визначає необхідні коригування та коригувальні дії по кожній зафіксованій невідповідності та погоджує їх зі спеціалістом з якості.

3.4.5.4. Якщо не вдається прийти до єдиної думки щодо призначення коригувальних

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Проведення внутрішніх аудитів</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 17 з 25	

дій та відповідальних осіб, рішення ухвалюється спеціалістом з якості.

3.4.5.5. Узгоджені коригування та коригувальні дії спеціаліст з якості фіксує у протоколі невідповідності внутрішнього аудиту з призначенням дати виконання та відповідальних осіб.

3.4.5.6. Спеціаліст з якості розміщує скан-копії протоколів та звіту на єдиному інформаційному ресурсі Компанії впродовж трьох діб з моменту узгодження усіх деталей.

### **3.4.6. Виконання коригувальних дій та проведення повторного аудиту.**

3.4.6.1. Керівник структурного підрозділу контролює виконання встановлених за результатами внутрішнього аудиту коригувань та коригувальних дій визначеними відповідальними особами в межах свого підрозділу у встановлені строки.

3.4.6.2. Керівник структурного підрозділу повідомляє про факт виконання коригувань та коригувальних дій спеціаліста з якості.

3.4.6.3. Спеціаліст з якості перевіряє факт виконання коригувань та коригувальних дій після повідомлення від керівника структурного підрозділу, а у разі відсутності такого повідомлення – на наступний робочий день після закінчення встановленого строку виконання.

3.4.6.4. Спеціаліст з якості зазначає фактичну дату виконання коригувань та коригувальних дій в протоколі невідповідності внутрішнього аудиту та розміщує його скан-копію на єдиному інформаційному ресурсі Компанії.

3.4.6.5. Якщо за результатами аудиту був призначений повторний аудит, спеціаліст з якості визначає дату його проведення та аудитора. Порядок проведення повторного аудиту аналогічний плановому, однак аудитор перевіряє тільки ті питання, що стосуються невідповідностей, які стали причиною проведення повторного аудиту.

### **3.4.7. Проведення аналізу результатів аудиту.**

3.4.7.1. Спеціаліст з якості складає річний звіт за результатами внутрішніх аудитів за попередній рік до 15 січня поточного року та надає його для аналізу вищому керівництву.

<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Обслуговування засобів вимірювальної техніки</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 18 з 25	

## 4 ОБСЛУГОВУВАННЯ ЗАСОБІВ ВИМІРЮВАЛЬНО ТЕХНІКИ

### 4.1. Мета та сфера застосування

Процедура визначає порядок організації та фактичного проведення обслуговування засобів вимірювальної техніки, включаючи ті, що входять до сфери законодавчо регульованої метрології.

Вимоги цієї процедури поширюються на директора, головного інженера та керівників відділів Компанії.

### 4.2. Відповідальність

Директор несе відповідальність за забезпечення цього процесу необхідними ресурсами.

Заступник директора несе відповідальність за управління процесом обслуговування засобів вимірювальної техніки; облік ЗВТ; введення та виведення ЗВТ у обіг в межах Компанії; організацію ремонтних робіт ЗВТ у разі необхідності; проведення періодичної повірки ЗВТ тощо.

Керівники відділів несуть відповідальність за необхідного типу, виду, кількості ЗВТ; дотримання правил експлуатації та догляду за ЗВТ в межах своїх відділів; контроль належної роботи ЗВТ тощо.

### 4.3. Терміни та скорочення

Засоби вимірювальної техніки (ЗВТ)	Засоби вимірювань, вимірювальні системи, матеріальні міри, стандартні зразки та будь-які частини засобів вимірювань або вимірювальних систем, якщо ці частини можуть бути об'єктом спеціальних вимог та окремого оцінювання відповідності.
Періодична повірка ЗВТ	Повірка, що проводиться протягом періоду експлуатації засобів вимірювальної техніки через встановлений проміжок часу (міжповірочний інтервал).
Повірка ЗВТ	Сукупність операцій, що включає перевірку та маркування та/або видачу документа про повірку засобу вимірювальної техніки, які встановлюють і підтверджують, що зазначений засіб відповідає встановленим вимогам.
Сфера законодавчо регульованої метрології	Визначені чинним законодавством види діяльності, щодо яких з метою забезпечення єдності вимірювань та простежуваності здійснюється державне регулювання стосовно вимірювань, одиниць вимірювання та засобів вимірювальної техніки.

<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Обслуговування засобів вимірювальної техніки</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 19 з 25	

#### 4.4. Опис процедури

##### 4.4.1. Загальні положення

4.4.1.1. У сфері законодавчо регульованої метрології застосовуються засоби вимірювальної техніки, які відповідають вимогам щодо точності, регламентованим для таких засобів, у встановлених умовах їх експлуатації.

4.4.1.2. Експлуатація ЗВТ, які застосовуються у сфері законодавчо регульованої метрології, здійснюється з дотриманням правил застосування таких засобів, встановлених у нормативно-правових актах, і вимог щодо їх експлуатації, встановлених в експлуатаційних документах на такі засоби.

4.4.1.3. Законодавчо регульовані ЗВТ, які мають елементи або функції налаштування, повинні мати захист від вільного доступу до зазначених елементів і функцій (включаючи програмне забезпечення) з метою запобігання несанкціонованому втручанням.

4.4.1.4. Законодавчо регульовані засоби вимірювальної техніки дозволяється застосовувати лише за умови їх відповідності чинному законодавству та іншим нормативно-правовим актам, що містять вимоги до таких ЗВТ.

4.4.1.5. ЗВТ, які застосовуються для спостереження за зміною величин без оцінки їх значень в одиницях фізичних величин з нормованою похибкою державній повірці не підлягають і є індикаторами.

4.4.1.6. Ідентифікація ЗВТ здійснюється за його заводським номером. У разі відсутності заводського номеру ЗВТ привласнюється інший номер, що дозволяє чітко і однозначно ідентифікувати ЗВТ. Привласнений номер наноситься на ЗВТ таким чином, щоб не заважати проведенню вимірювань.

4.4.1.7. Органом з уповноваження на проведення повірки законодавчо регульованих засобів вимірювальної техніки, що перебувають в експлуатації, є центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері метрології та метрологічної діяльності.

##### 4.4.2. Планування та виконання повірки ЗВТ.

4.4.2.1. Заступник директора до 15 грудня поточного року складає план-графік повірки ЗВТ на наступний рік для законодавчо регульованих ЗВТ, що перебувають в

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Обслуговування засобів виміральної техніки</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 20 з 25	

експлуатації та підлягають періодичній повірці та повірці після ремонту, затверджує його у директора.

4.4.2.2. Заступник директора формує обмінний фонд ЗВТ на період повірки та у разі необхідності.

4.4.2.3. У разі, якщо ЗВТ не має технічного документу (паспорту), в якому є сторінка, призначена для відміток про проведену повірку Заступник директора оформлює метрологічний паспорт для такого ЗВТ.

4.4.2.4. У разі, якщо в поточному році вводиться або виводиться ЗВТ, що підлягає повірці, заступник директора вносить відповідні зміни в план-графік повірки ЗВТ.

4.4.2.5. Для забезпечення достовірності результатів вимірювань вагового обладнання, заступник директора забезпечує періодичну перевірку шляхом зважування повіреної гирі не рідше, ніж один раз на три місяці.

4.4.2.6. Один раз на рік у Укрдержметртестстандарт подається реєстр засобів виміральної техніки, які використовуються на підприємстві.

#### **4.4.3. Введення, виведення ЗВТ в обіг.**

4.4.3.1. Заступник директора на основі заявки від керівника підрозділу забезпечує наявність ЗВТ, необхідного для виконання відповідних робіт.

4.4.3.2. Заступник директора оцінює доцільність, можливість ремонтних робіт та організовує безпосереднє проведення ремонту ЗВТ у разі його виходу з ладу.

4.4.3.3. У разі, якщо в поточному році вводиться або виводиться ЗВТ, що підлягає повірці, заступник директора вносить відповідні зміни в план-графік повірки ЗВТ.

4.4.3.4. Заступник директора забезпечує проведення позаплановою повірки ЗВТ, що перебував у ремонті, перед його повторним введенням в обіг в межах Компанії.

#### **4.4.4. Аналіз процесу управління ЗВТ.**

4.4.4.1. Заступник директора аналізує забезпечення належною кількістю ЗВТ для потреб підприємства, фактичні періоди виконання планових повірок ЗВТ та формує зведений аналіз процесу.

ТОВ «RE-SAVE»	Система управління якістю	
	Управління рекламаціями	
Редакція: 1	Стандарт підприємства України	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 21 з 25	

## 5 УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМАЦІЯМИ

### 5.1. Мета та сфера застосування

Процедура визначає порядок управління рекламаціями щодо послуг компанії.

Вимоги цієї процедури поширюються на директора, спеціаліста з якості та керівників відділів Компанії.

### 5.2. Відповідальність

Директор несе відповідальність за забезпеченням процесу відповідними ресурсами та аналіз реклаमाцій щодо послуг на основі інформації, яку готує спеціаліст з якості, не рідше, ніж один раз на рік.

Заступник директора несе відповідальність за дотримання регламенту управління рекламаціями в Компанії.

Спеціаліст з якості несе відповідальність за контроль процесу управління рекламаціями; комунікацію з контрагентом чи кінцевим споживачем, який повідомив про рекламацію; узгодження встановлених заходів управління; формування зведеної інформації по Компанії щодо рекламацій тощо.

Керівники відділів несуть відповідальність за встановлення причин виникнення невідповідностей, розробку заходів управління; узгодження зі спеціалістом з якості відповідної інформації; впровадження та контроль виконання, ефективності призначених заходів управління тощо.

### 5.3. Терміни та скорочення

Інші	Категорія рекламації, причиною в основі якої є невідповідності, що виникли в процесі, відмінного від інших категорій. <i>Примітка 1. В процесі актуалізації документації та аналізування даних Спеціаліст з якості може виокремити додаткові категорії рекламацій у разі доцільності.</i>
Канал зв'язку	Частина комунікаційної системи, вид технічного засобу зв'язку, що забезпечує передавання інформації від відправника до отримувача <i>Примітка 1. Каналами зв'язку в межах даного процесу можуть бути: електронна пошта, форма зворотного зв'язку на сайті Компанії, телефонний дзвінок, повідомлення у соціальних мережах, мобільних додатках, офіційні листи тощо.</i>
Не прийнято	Статус розгляду рекламації фахівцями Компанії, що позначає ситуацію, коли рекламація є необгрунтованою та виникла в результаті невиконання чи часткового виконання встановлених вимог та рекомендацій Компанії щодо

<b>ТОВ «RE-SAVE»</b>	<b>Система управління якістю</b>	
	<b>Управління рекламациями</b>	
Редакція: 1	<b>Стандарт підприємства України</b>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 22 з 25	

	транспортування, зберігання, оперування, використання тощо продукцією та не спричинена з вини Компанії.
Невідповідність пакування	Категорія рекламации, причиною в основі якої є невідповідне пакування за розміром, якістю тощо.
Невідповідність транспортування	Категорія рекламации, причиною в основі якої є невідповідності, що виникли в процесі недотримання умов правильного транспортування.
Порушення технологічного процесу	Категорія рекламации, причиною в основі якої є невідповідність кінцевої послуги встановленим вимогам, що виникла в процесі порушення технологічного процесу.
Прийнято	Статус розгляду рекламации фахівцями Компанії, що позначає ситуацію, коли визначено, що невідповідність продукції виникла з вини Компанії.
Рекламация	Різновид невідповідності, що являє собою інформацію чи повідомлення, подані будь-яким учасником дистрибуції чи кінцевим споживачем, щодо незадоволеності чи невідповідності послуг встановленим вимогам та/або очікуваним характеристикам.
Стороннє включення (може нанести шкоду)	Категорія рекламации, причиною в основі якої є наявність будь-якого стороннього предмету, що може або потенційно може нанести фізичну шкоду споживачу (наприклад, стати причиною задухи, порізів, смерті тощо)
Стороннє небажане включення	Категорія рекламации, причиною в основі якої є наявність стороннього предмету, що не може, втому числі потенційно, нанести будь-яку фізичну шкоду споживачу.
Умовно прийнято	Статус розгляду рекламации фахівцями Компанії, що позначає ситуацію, коли рекламация за визначенням має статус «Не прийнята», однак Компанія йде на зустріч контрагенту чи кінцевому споживачу та компенсує/частково компенсує, робить фізичний обмін тощо такої послуги.

## 5.4. Опис процедури

### 5.4.1. Загальні положення.

5.4.1.1. В залежності від того, яка причина була в основі формування рекламации з боку контрагента чи кінцевого споживача, рекламации в рамках цього процесу поділяються на такі категорії:

- невідповідність пакування,
- невідповідність транспортування,
- порушення технологічного процесу,
- стороннє включення (може нанести шкоду),
- стороннє небажане включення,
- інші.

5.4.1.2. В залежності від підтвердження чи спростування ролі Компанії у виникненні невідповідної послуги щодо якої надійшла рекламация, розрізняють такі статуси рекламации:

<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Управління рекламациями</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 23 з 25	

- прийнято,
- умовно прийнято
- не прийнято.

#### **5.4.2. Отримання та опрацювання рекламаций.**

5.4.2.1. Всі рекламаций щодо послуг, що надійшли через будь-які канали зв'язку, передаються спеціалісту з якості, який реєструє рекламацию в журналі реєстрації рекламаций.

5.4.2.2. Спеціаліст з якості, в залежності від виду та серйозності скарги, а також, якщо є тенденція до збільшення рекламаций, приймає рішення про необхідність залучення вищого керівництва, чи інших відповідних фахівців Компанії для забезпечення подальшого підвищення рівня законності, безпечності та якості послуг.

5.4.2.3. Керівник відділу встановлює, чи невідповідна послуга виникла з вини Компанії і, у разі підтвердження, визначає причини її виникнення, розробляє заходи керування виявленою невідповідністю, передає спеціалісту з якості на узгодження. За необхідності керівник відділу чи спеціаліст з якості може залучити співробітників інших відділів.

5.4.2.4. Спеціаліст з якості оформлює відповідь клієнту в електронному листі, в якій інформує про встановлені причини виникнення невідповідності та розроблені заходи управління й надсилає скан-копію відповіді через найбільш зручний канал зв'язку.

5.4.2.5. Керівник відділу контролює виконання встановлених заходів управління визначеними відповідальними особами в межах свого підрозділу у встановлені строки.

5.4.2.6. Керівник відділу повідомляє про факт виконання коригувань та коригувальних дій спеціаліста з якості, який перевіряє факт виконання коригувань та коригувальних дій. У разі відсутності такого повідомлення від керівника відділу спеціаліст з якості перевіряє факт виконання заходів управління на наступний робочий день після закінчення встановленого строку виконання.

5.4.2.7. У разі, якщо в процесі отримання та опрацювання рекламаций встановлено, що послуга є небезпечною чи потенційно небезпечною, спеціаліст з якості контролює процес згідно до вимог про зупинення надання таких послуг.



<i>ТОВ «RE-SAVE»</i>	<i>Система управління якістю</i>	
	<i>Управління рекамаціями</i>	
Редакція: 1	<i>Стандарт підприємства України</i>	СПУ 74.9-0258476301-007:2023
Діє з: 15.09.2023	Сторінка 24 з 25	

### 5.4.3. Проведення аналізу рекамацій.

5.4.3.1. Спеціаліст з якості не рідше, ніж один раз на рік, формує зведену інформацію щодо рекамацій, які надійшли у Компанію, та надає його для аналізу вищому керівництву.



## ДОДАТОК В

Тези-доповіді на тему «Організація дистанційного обслуговування клієнтів на онлайн-порталі» представлені на Міжнародній науково-практичній конференції

«Продовольча та екологічна безпека в умовах війни та повоєнної відбудови:

виклики для України і світу»



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**



Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

**ПРОДОВОЛЬЧА ТА ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА В  
УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ:  
ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ ТА СВІТУ**

*присвяченої 125-річчю Національного університету біоресурсів і  
природокористування України*

**Секція 3. Роль тваринництва, ветеринарної медицини  
та харчових технологій в умовах війни та вирішенні завдань плану  
відродження України**

**25 травня 2023 року  
Київ, Україна**

Організатор конференції:

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Продовольча та екологічна безпека в умовах війни та повосної відбудови: виклики для України та світу: мат. Міжн. наук.-практ. конф., секція 3: Роль тваринництва, ветеринарної медицини та харчових технологій в умовах війни та вирішенні завдань плану відродження України (м. Київ, 25 трав. 2023 р.). Київ, 2023. С. 710.

Матеріали конференції подано в авторській редакції.

У збірнику подано результати обговорення актуальних проблем, перспектив і шляхів забезпечення продовольчої та екологічної безпеки в умовах війни, плану відновлення України, сталого розвитку світу в контексті глобальних і регіональних викликів, трансформації суспільства та формування нової парадигми розвитку.

**Редакційна колегія:**

Ніколаєнко С. М. (відповідальний редактор), Кваша С. М., Кондратюк В. М., Ткачук В. А., Шинкарук В. Д., Барановська О. Д., Баль-Прилипко Л. В., Братішко В. В., Глазунова О. Г., Гриценко І. С., Діброва А. Д., Євсюков Т. О., Каплун В. В., Коломієць Ю. В., Кононенко Р. В., Васишин Р. Д., Мельник В. І., Остапчук А. Д., Отченашко В. В., Рудик Я. М., Ружилюк З. В., Савицька І. М., Тонха О. Л., Цвіліховський М. І., Яра О. С.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

**ПРОДОВОЛЬЧА ТА ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОЇ  
ВІДБУДОВИ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ ТА СВІТУ**

*присвяченої 125-річчю Національного університету біоресурсів  
і природокористування України*

**Секція 3. Роль тваринництва, ветеринарної медицини та харчових технологій в умовах  
війни та вирішенні завдань плану відродження України**

Відповідальний за випуск: **Отченашко В. В.**

© НУБіП України, 2023.

161. Лановюк І.П., Очкалик О.М. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІІ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРИРОДНИХ ДЖЕРЕЛ БІОЛОГІЧНО АКТИВНИХ РЕЧОВИН.....432
162. Леонов Р.Г., Розбицька Т.В. ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ НАССР В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ.....433
163. Леонова В.В., Розбицька Т.В. РОЗРОБКА ДОКУМЕНТОВАНОЇ ПРОЦЕДУРИ «УПРАВЛІННЯ ДОКУМЕНТАЦІЄЮ» СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ.....435
164. Логвинюк С.В., Адамчук Л.О. ОРГАНІЗАЦІЯ ДИСТАНЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ НА ОНЛАЙН-ПОРТАЛІ.....437
165. Литвинчук Ю., Мукоїд Р.М. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ПРОЦЕСУ ФІЛЬТРУВАННЯ ПИВА.....439
166. Ляска Ю.М. УБЕЗПЕЧИТИ ЗАПАСИ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ВІД ЧЛЕНИСТОНОГИХ ФІТОФАГІВ.....442
167. Ляшенко А.В., Розбицька Т.В. ВПРОВАДЖЕННЯ НАССР НА М'ЯСОПЕРЕРОБНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....445
168. Макаров О.Р., Голембовська Н.В. РОЗРОБКА РЕЦЕПТУРИ М'ЯСНИХ ХЛІБІВ НА ОСНОВІ ФАРШУ ПРІСНОВОДНОЇ РИБИ.....447
169. Маліков Д.О., Мартинчук О.А. РОЗРОБКА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ДЛЯ ПЕСКО-ВЕГЕТЕРІАНСТВА.....449
170. Мамчур Р.П., Сарана В.В. АНАЛІЗ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОТЛЕТНИХ ВИРОБІВ.....451
171. Маркова Д.В., Слободянюк Н.М., Ізраєлян В.М. ОСОБЛИВОСТІ ХАРЧУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ.....452
172. Масюк К., Очкалик О.М. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНО АКТИВНОЇ ДОБАВКИ КІНОА В ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ .....455



УДК: 005.934.5:004.77

## ОРГАНІЗАЦІЯ ДИСТАНЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ НА ОНЛАЙН-ПОРТАЛІ

<sup>1</sup>Логвинюк С. В., здобувач ОС «Магістр», <sup>1,2</sup>Адамчук Л. О., кандидат  
сільськогосподарських наук, доцент

<sup>1</sup>Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

<sup>1,2</sup>Національний науковий центр «Інститут бджільництва імені П. І.  
Прокоповича», м. Київ

Дистанційне обслуговування клієнтів – це процес надання послуг або продуктів за допомогою електронних засобів зв'язку. Клієнти можуть отримати доступ до необхідної інформації та послуг в будь-який час і з будь-якого місця, якщо вони мають доступ до Інтернету. Дистанційне обслуговування клієнтів активно використовується в онлайн-банкінгу, де клієнти можуть переводити гроші, оплачувати рахунки та здійснювати інші банківські операції через Інтернет. Ще один приклад – це онлайн-магазини, де клієнти можуть замовляти товари та послуги через Інтернет та отримувати їхню доставку на дім. Метою цього дослідження було визначити можливості онлайн-порталу для дистанційного обслуговування клієнтів, які застосовуються з елементами системи управління якістю, стандартами якості, підтримки клієнтів та безпеки в умовах сайту ge-save.com.ua [1].

Онлайн-портал для дистанційного обслуговування клієнтів, це зручний і швидкий спосіб вирішення проблем та отримання необхідної інформації. Завдяки такому порталу клієнти можуть заощадити свій час, оскільки більшість послуг доступні онлайн 24/7. Окрім того, онлайн-портал надає можливість отримати різноманітну інформацію про продукти та послуги компанії, а також здійснювати операції безпосередньо з дому. Наприклад, клієнти можуть замовляти послуги наперед, замовити виклик майстра на вказану адресу, отримати інформацію щодо наявності необхідного обладнання чи іншої техніки.

Також, на порталі можна знайти відповіді на популярні запитання та отримати консультацію фахівців компанії.

Система управління якістю на онлайн-порталі складається з декількох елементів. Першим елементом є розроблена нова політика якості, яка визначає загальні принципи та цілі компанії з питань якості обслуговування клієнтів. Другим елементом є процесний підхід до управління якістю, який передбачає взаємодію всіх процесів, що забезпечують якість обслуговування. Цей підхід дає змогу покращувати ефективність роботи компанії.

Стандарти якості є важливою складовою для забезпечення найвищої якості обслуговування клієнтів на онлайн-порталі. Значна частина процесів, що виконуються, а також елементи системи управління якістю побудовані на стандарті ДСТУ ISO 9001 [2] – для забезпечення ефективності та надійності системи. Для забезпечення високої якості обслуговування на онлайн-порталі компанія дотримується стандартів, які включають у себе процеси контролю якості, планування та організації роботи, а також внутрішнього аудиту та постійного покращення процесів.

Для належної підтримки клієнтів онлайн-портал повинен передбачати різноманітні види допомоги. Це може бути можливість звертатися до інтерактивного чату, де клієнти задаватимуть свої запитання та отримувати оперативну відповідь; створення розділу з частими запитаннями (FAQ), де клієнти можуть знайти відповіді на багато запитань безпосередньо на сайті. Поміж основних впроваджених видів підтримки, портал пропонує електронну пошту для звернень клієнтів, яка доступна 24/7. Клієнти можуть надіслати своє повідомлення в будь-який зручний для них час і отримати відповідь у найближчий час. Важливо зазначити, що всі звернення клієнтів обробляються оперативно та професійно.

Один з найбільш важливих аспектів дистанційного обслуговування клієнтів – це безпека та конфіденційність. Досліджуваний онлайн-портал використовує низку заходів для захисту даних клієнтів від несанкціонованого доступу.

Використовується шифрування даних, двоетапна автентифікацію та інші

# НУБІП України



технології, для забезпечення максимального рівня безпеки. Крім цього, регулярно проводиться аудит системи безпеки та її вдосконалення, для впевненості у захисті даних клієнтів.

Загалом розроблення елементів системи управління якістю для дистанційного обслуговування клієнтів на веб-сайті є ключовим чинником для забезпечення високої якості обслуговування та задоволення клієнтів. Підвищення рівня дистанційного обслуговування клієнтів є важливим чинником для розвитку та успіху компанії в сучасному світі, де технології та зміни у споживацьких звичках визначають ефективний спосіб взаємодії з клієнтами.

#### Перелік посилань

1. Ремонт комп'ютерів та техніки в Києві і Київській області. Віддалена підтримка користувачів, 2023. URL: [re-save.com.ua](http://re-save.com.ua).

2. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2015, IDT). Київ: Науково-дослідний інститут метрології вимірювальних і управляючих систем, 2015. 31 с.

**УДК 663.45**

#### **ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ПРОЦЕСУ ФІЛЬТРУВАННЯ ПИВА**

Литвинчук Ю., студентка, Мукоїд Р.М., доцент, кандидат технічних наук  
([mukoid\\_roman@ukr.net](mailto:mukoid_roman@ukr.net))

*Національний університет харчових технологій, м.Київ*

Фільтрація – це процес розділення пива на прозорий фільтрат і фільтрувальний залишок (осад), у результаті чого отримуємо блискуче та стійке пиво, що зберігає свій початковий вигляд та смак упродовж тривалого часу зберігання. Фільтрувальні здібності пива змінюються залежно від хімічних та фізичних властивостей деяких сполук. Кількість речовин, які впливають на фільтрувальні властивості пива, залежать від складу сировини, що використовувалася, проходження технологічного процесу приготування суслу та пива. Мета фільтрування — зробити пиво настільки стійким, щоб у ньому

НУБІП України

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

**ПРОДОВОЛЬЧА ТА ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОСННОЇ  
ВІДБУДОВИ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ ТА СВІТУ**

*присвяченої 125-річчю Національного університету біоресурсів  
і природокористування України*

**Секція 3. Роль тваринництва, ветеринарної медицини та харчових технологій в умовах  
війни та вирішенні завдань плану відродження України**

Відповідальний за випуск: **Отченашко В. В.**

Видавець: Національний університет біоресурсів і природокористування України  
03041, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 15. Тел.: 527-87-20

© НУБіП України, 2023.

Н У Б І П | У К Р А І Н И