

СУЩНОСТЬ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА, РЕГЛАМЕНТИРУЕМЫХ СТАНДАРТАМИ СТБ ИСО 9000

Студ. гр. 101151-21 **Галенда С. С.**

*Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. **Шабека В. Л.***

Понимание сущности систем менеджмента качества, регламентированных стандартами СТБ ИСО 9000, является ключевым условием их эффективного применения на практике. В этой связи ее исследование является актуальным для управленцев и специалистов.

Система менеджмента качества – это комплексный подход к обеспечению качества продукции и услуг на всех этапах деятельности организации. Она включает вовлечение персонала, ориентацию на клиента, системный и процессный подходы, а также постоянное совершенствование процессов. СМК помогает не только соответствовать нормативным требованиям, но и повышать конкурентоспособность. Основу системы составляют 8 принципов менеджмента качества. Важным элементом эффективного функционирования СМК является активная позиция высшего руководства, которое определяет стратегические цели, обеспечивает ресурсами и формирует культуру качества. Разграничение требований к СМК и к продукции позволяет наладить как внутренние процессы управления, так и соответствие ожиданиям потребителей. Центральным элементом системы является процессный подход, обеспечивающий прозрачность, управляемость и устойчивое качество.

Система менеджмента качества – необходимый инструмент для организаций, стремящихся к устойчивому развитию и высокой удовлетворённости клиентов. Её внедрение способствует не только контролю, но и постоянному улучшению всех процессов, делая организацию более гибкой, эффективной и конкурентоспособной.

ЛИТЕРАТУРА

1. СТБ ISO 9000-2015 – Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.
2. СТБ ISO 9001-2015 – Системы менеджмента качества. Требования.

3. Актуальные сведения о стандартах, структурах, изменениях и пояснениях. – URL: <https://www.iso.org> (дата обращения: 10.04.2025).

УДК 656.13

РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ И МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Студ. гр. 101141-22 **Арцименя Д. А., Томшис Д. В.**

Научный руководитель: ст. преп. Кустенко А. А.

Малые и средний автотранспортных предприятия играют ключевую роль в экономике. Они обеспечивают мобильность пассажиров и товаров. Но в условиях быстро изменяющегося рынка и высокой конкуренции этим предприятиям необходимо разрабатывать и внедрять эффективные и креативные стратегии для выживания. Это поможет вывести предприятия на новые уровни, расширить их спектр услуг, повысить конкурентоспособность и добиться устойчивого развития.

Конкурентная стратегия – это долгосрочный план действий, а также набор принципов и тактик, которые позволяют компании сохранять и поддерживать конкурентоспособность, укреплять позиции на рынке и обеспечивать превосходство над конкурентами [1]. От правильно выбранной и подобранной конкурентной стратегии зависит успех бизнеса:

- устойчивость в внешним факторам;
- увеличение спроса на товар/услугу;
- увеличение рентабельности;
- достижение конкурентных преимуществ.

Принятие маркетинговых решений в компании – процесс, требующий понимания рынка, потребностей клиентов и возможностей самой компании. Маркетинговые решения касаются множества аспектов деятельности предприятия, начиная от разработки новых продуктов и услуг и заканчивая продвижением существующих предложений на рынке [2].