

УДК 658.6

Блонская А.А студент,

3 курс, Институт финансов, экономики и управления,

Тольяттинский государственный университет,

Тольятти (Россия)

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И ВСЕМИРНЫЙ МАРКЕТИНГ

Аннотация: Насколько сильно важна роль маркетинга в сфере системы менеджмента качества?

Ключевые слова: СМК. Маркетинг. SMM. Управление. Качество. Международные системы.

Blonskaya A.A. student,

3 course, Institute of Finance, Economics and Management,

Togliatti State University

Togliatti (Russia)

Quality Management and Global Marketing

Annotation: How important is the role of marketing in a quality management system?

Keywords: QMS. Marketing. SMM. Management. Quality. International systems.

Что на данный момент является самым главным аспектом в привлечении покупателей? Каждая компания или фирма старается максимально улучшать свои услуги или ассортимент. А для чего? Не только для того, чтобы показатели были лучше, но и для того. Чтобы всю интересную

информацию или хороший результат показывать людям в виде рекламы или иных способов привлечения.

Никогда не стоит забывать, что система менеджмента качества предполагает? Что любая организация или компания существует как единый организм. Все виды ее деятельности и работы объединяются в одну общую схему действия.

Главное общее управление качеством в целом всех различных областей совмещает работу. Система менеджмента качества в 100 процентах случаев должна постоянно улучшаться и совершенствоваться. Точка роста и точка стремления должна быть при абсолютно любом положении дел.

При постоянном росте важно поддерживать мнение общественности и потребителя. Именно тут и вступает в дело маркетинговая деятельность.

Главной целью системы менеджмента качества является повышение качества самого товара или продукта, а главной целью маркетинга является показать людям эти улучшения с выгодной стороны, да ещё и так, чтобы товар хотели покупать.

Совершенствование и создание систем менеджмента качества организаций прикладывается к международным стандартам ISO, которые позволяют сформировать систему менеджмента качества.

Не так давно система потерпела серьезные нововведения. Если посмотреть с точки зрения маркетинга, ему стало намного легче жить и существовать в данной системе:

- Стала поставлена новая цель работы. Какая? Повысить уровень удовольствия потребителя от покупки.
- У маркетинга появилась измеримость в виде степени результативности, раньше ее не было.

- Все цели и задачи постоянно актуализируются.
- Теперь компании нужно держать связь с клиентами, чтобы получать отзывы о результате работы.

Есть четыре главных аспекта, вокруг которых вращается система. Без этих пунктов сложно представить правильную и слаженную работу.

1. Ответственность руководства
2. Менеджмент ресурсов
3. Процессы жизненного цикла продукции
4. Измерение, анализ и улучшение

Непосредственно из третьего и четвертого пунктов выходит продукция и соответственно реакция потребителя. Удовлетворение его или же разочарование.

Связующей между 4 и 1 пунктом является постоянное улучшение системы менеджмента качества.

К менеджменту ресурсов подходят требования при исполнении всего цикла.

Требования потребителя – это потребность, нужда, необходимость или ожидание, которое установлено. Чаще всего обязательно.

Исходя из стандартов ISO главными задачами и функциями маркетинга являются:

1. Понять, что нужно потребителю. Узнать его потребности и желания.
2. Провести тщательный анализ рынка.
3. Найти исходя из анализа аудиторию и покупателей.
4. Рекламные компании и материалы.

5. Четко изложенная информация о товарах для аудитории и тд.

На данный момент в системе менеджмента качества одно из самых основных и главных мест отводится для маркетинга. Целт. Любом компании является удовлетворить потребителя. И именно задача отдела маркетинга донести продукт до покупателя так, чтобы он не только захотел его, но и приобрел.

Список используемой литературы:

- 1. Управление качеством / Под ред. С.Д. Ильинковой. - М.: Юнити, 2016**
- 2. Герасимов, Б.И. Управление качеством: самооценка: Учебное пособие, 2016**
- 3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования, 2021**