

официальное оформление обязательны. Наличие свидетельствует о том, что организация может стабильно выпускать продукцию заявленного качества. Всем организациям производственного сектора достаточно важно признание своих потребителей и привлечение новых, поэтому внедрение, использование и улучшение системы менеджмента качества должно быть соответственным.

Для совершенствования СМК на предприятии использование технологии контроллинга и бюджетирования является системой информационно-аналитической и методической поддержки руководителей в процессе анализа, планирования, разработки и принятия управленческих решений

Внедрение системы контроллинга в систему менеджмента качества предприятий позволит связать воедино процесс сбора, обработки, анализа информации. В результате чего повысится качество управления, устойчивость управленческой системы, а также правильность и своевременность принимаемых решений, уровень адаптации предприятия к изменяющимся условиям внешней среды.

В настоящее время организациям производственного сектора экономики целесообразно инвестировать в систему менеджмента качества. А также внедрение информационных технологий в СМК на производстве дает возможность занимать лидирующие позиции среди конкурентов.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СУШИ-БАРОВ

В. И. СЛИВКА, А. В. ЗАЙЦЕВА (студентки 2 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем в определении и применении инструментов маркетинга для суши-баров.

Цель работы. Найти маркетинговые способы максимально полного удовлетворения потребностей.

Объект исследования. Объектами исследования являются маркетинговые инструменты, применяемые суши-барами в своей деятельности. Наряду с традиционными инструментами маркетинга предприятия общественного питания, производящие и реализующие суши, должны применять современные подходы, обеспечивающие максимально полное удовлетворение потребителей.

Использованные методики. Для оценки предпочтений потребителей проведены количественные исследования (онлайн-опрос в сети интернет), который позволил выявить предпочтения потребителей и оценить необходимые маркетинговые инструменты для их удовлетворения.

Научная новизна. В ходе исследования мнения потребителей были выявлены самые значимые для потребителей маркетинговые инструменты суши-баров.

Полученные результаты и выводы. Выявлены следующие наиболее часто используемые суши-барами маркетинговые инструменты: наличие доставки, посадочных мест, месторасположение, время работы, количество видов суши и роллов, количество сетов, разнообразие меню (позиции кроме суши и роллов), отзывы и оценка в интернете, социальные сети, а также акции и бонусы. Для

возрастной группы 16-30 лет самыми эффективными из них являются наличие доставки, введение новинок, разнообразие меню, наличие акций. Таким образом было доказано, что применение данных маркетинговых инструментов является действительно эффективным. Их использование поможет максимально повысить потребительский спрос на рынке, а также лояльность потребителей.

Практическое применение полученных результатов. Выявленные предпочтения потребителей позволяют внедрить данные маркетинговые инструменты в деятельность суши-баров для продвижения услуг и повышения уровня конкурентоспособности.

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. З. СЛЮСАРЧИК (студентка 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблемы использования электротранспорта в сфере логистики как в целом, так и в Республике Беларусь.

Цель работы. Изучение использования электротранспорта в Республике Беларусь, анализ перспектив использования электротранспорта.

Объект исследования. Все виды электротранспорта, как экологичного и экономного вида транспортного средства.

Использование методики. Анализ, прогнозирование, планирование, моделирование, экономико-математические методы, организационно-экономические методы.

Научная новизна. Электротранспорт является хорошей альтернативой автомобилям с двигателем внутреннего сгорания, поскольку является более экономичным и экологичным видом транспортировки. По этой причине активное использование электротранспорта в перевозках позволит улучшить ряд экологических и финансовых показателей развития страны.

Полученные результаты и выводы. На данный момент в Республике Беларусь правительство предоставляет все возможные льготы для использования электротранспорта, однако пока что население даже для повседневной жизни предпочитает автомобили с двигателем внутреннего сгорания, поскольку зарядка электромобиля занимает много времени. На данный момент в Беларуси имеется 250 заправок. В нынешнем виде электротранспорт можно использовать как электромобили или электрофургоны в основном для пассажирских и грузовых перевозок только по фиксированным маршрутам, в выставочных, парковых и других закрытых зонах. А также электрофургоны могут эффективно применяться для доставки продуктов от розничных магазинов к конечному потребителю.

Практическое применение полученных результатов. Проведенный анализ перспектив использования электротранспорта, а также произведенные расчеты социально-экономической эффективности использования данного вида транспорта, могут применяться в учебном процессе для повышения образованности студентов в ходе изучения дисциплины «Логистика и управление цепями поставок», «Транспортная логистика».