

Основное внимание в маркетинговых исследованиях сосредоточено на рыночных направлениях: оценка развития рынка, изучение поведения покупателей, оценка деятельности оппонентов, поставщиков, формирование цен, реализация продажи продукции.

Основные позиции, которые следует соблюдать при проведении маркетинговых исследований – систематичность, целостность, четкость, расчетливость, периодичность, продуктивность, четкость, скрупулезность.

Основные этапы проведения маркетингового исследования:

- 1) указание проблемы;
- 2) постановка задач исследования;
- 3) отбор способов проведения исследования;
- 4) выбор получения требуемой информации;
- 5) принятие сведений;
- 6) изучение полученных данных;
- 7) формирование итогов;
- 8) утверждение результатов исследования.

Способами получения информации являются:

- опрос – сбор информации, при котором происходит устное или письменное взаимодействие с опрашиваемыми лицами;
- наблюдение – восприятие объекта с целью получения информации;
- эксперимент – изучение влияния факторов посредством их поочередной замены;
- имитационное моделирование – метод с использованием заготовленной математической модели;
- метод экспертных оценок – процедуры, нацеленные на получение обработанной информации и рекомендации.

Таким образом, маркетинговые исследования играют важную роль в усовершенствовании работы предприятия. Выбор способов исследования зависит от целей, которые ставит предприятие перед собой.

УДК 796.022

УСТРОЙСТВО ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИЛОВОЙ ВЫНОСЛИВОСТИ ПЛОВЦОВ

Студент гр. 11904114 Бусел К. О.

Кандидат пед. наук, доцент Васюк В. Е.

Белорусский национальный технический университет

Рассмотрена процедура проведения организационных мероприятий по подготовке производства новой продукции в филиале БНТУ «Политехник». В качестве объекта изделия выбрано устройство для тренировки пловцов (рисунок).



Устройство предназначено для развития и совершенствования силовой выносливости пловцов при выполнении гребковых движений. Тренировать спортсмена возможно путем воздействия на определенную группу мышц плечевого пояса и туловища (ромбовидная и трапециевидная мышцы спины, обеспечивающие движения лопаток). Данная конст-

рукция может использоваться в тренировочном процессе пловцов. Для соблюдения пропорций выбраны габаритные размеры – длина: 2103 ± 2 мм, ширина: 1520 ± 2 мм, высота: 1007 ± 2 мм.

Целью работы является обоснование организации подготовки производства по изготовлению устройства для совершенствования силовой выносливости пловцов.

Дана характеристика предприятию и объекту изделия. Проведено маркетинговое исследование рынка. Разработана схема конструктивного членения. В качестве сборочных единиц устройства выбраны опорная рама и передаточный механизм. Разработан технологический процесс по изготовлению каждой сборочной единицы. Рассчитаны затраты на приобретение материалов. С использованием САПР SolidWork разработаны рабочие чертежи деталей, чертеж твердотельной модели устройства, сборочный чертеж устройства, сборочный чертеж передаточного механизма, проведено исследование опорной рамы.

УДК 388.45

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 111902116 Вавулова П. М.

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.

Белорусский национальный технический университет

Система управления персоналом представляет собой совокупность приёмов, методов, технологий организации работы с персоналом. Усовершенствование данной системы стоит рассматривать со стороны её подсистем. Выделяют следующие подсистемы управления персоналом: подсистема общего и линейного управления кадрами; подсистема учёта персонала; подсистема управления организационными отношениями; подсистема по управлению развитием кадров; подсистема управления социальным развитием и правовой деятельностью в сфере трудовых отношений.

Совершенствование подсистемы общего и линейного управления кадрами заключается в улучшении управления кадровыми процессами в