

ЗВУКОИЗОЛЯЦИЯ ДЕРЕВЯННЫХ ПЕРЕКРЫТИЙ

О. С. ДЬЯКОНЧУК, И.В. ГОЛОВЕЙКО (студентки 5 курса)

Проблематика Данная работа направлена на исследование проблемы звукоизоляции ударного шума конструкциями деревянных перекрытий.

Цель работы. Выполнить сравнение различных конструкций деревянных перекрытия и выявить наиболее эффективные из них.

Объект исследования. Конструкции перекрытий по деревянным балкам, применяемые в гражданских зданиях.

Использованные методики. Методика расчёта индекса звукоизоляции ударного шума на основе сравнения построенных частотной характеристики звукоизоляции.

Научная новизна. Алгоритм расчёта индекса звукоизоляции ударного шума акустически неоднородных конструкций. Построения частотной характеристики звукоизоляции ударного шума различных деревянных перекрытий. Рассчитанные индексы звукоизоляции ударного шума.

Полученные результаты и выводы. Несмотря на то, что деревянные дома строят уже многие тысячи лет, этот материал до сих пор не исчерпал свой потенциал, так как микроклимат, свойственный только домам из дерева, делает их наилучшим вариантом для жизни человека. Но дерево имеет и ряд недостатков, одним из которых является шум. Для перекрытий наиболее актуальным является защита от ударного шума. Выполнив необходимые расчеты для деревянных перекрытий по ТКП 45-2.04-154-2009 (02250) «Защита от шума. Строительные нормы проектирования», определена наиболее эффективно-изолирующая конструкция. Ее индекс звукоизоляции от ударного шума составляет 51дБ, что на 12% эффективнее, чем у наиболее часто применяемой конструкции.

Практическое применение полученных результатов. Выявление наиболее эффективной с точки зрения звукоизоляции от ударного шума конструкции перекрытия и определение ее индекса звукоизоляции позволит расширить область ее применения в строительстве. Алгоритм расчёта индекса звукоизоляции ударного шума акустически неоднородных конструкций может применяться в учебном процессе и в работе проектных организаций.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ИМИДЖА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

В. С. ЕВКОВИЧ (студентка 2 курса)

Проблематика. Работа направлена на изучение понятия «имидж организации» и его применения для повышения конкурентоспособности предприятия.

Цель работы. Изучить влияние положительного имиджа организации на потребителя и оценить его эффективность в качестве источника конкурентного преимущества.

Объект исследования. Имидж организации, его суть, пути развития, инструменты, преимущества в конкурентной борьбе.

Использование методики. Анализ, сравнение, демонстрация на конкретных примерах, опрос целевой аудитории.

Научная новизна. Сегодня, в условиях рыночной экономики, благоприятный имидж организации становится необходимостью для достижения её устойчивого и продолжительного успеха. Высококачественное обслуживание могут предложить только те фирмы, которые целенаправленно формируют образ в представлении аудитории, выделяющий определенные ценностные характеристики и призванный оказывать психологическое воздействие на потребителей в целях рекламы. Позитивный образ фирмы создается основной деятельностью предприятия и рекламно-информационной работой. Только позитивный имидж повышает конкурентоспособность фирмы, привлекает потребителей и партнеров, ускоряет продажи. Это фактор доверия потребителя к фирме и ее продукции, а следовательно, фактор процветания самой фирмы, ее владельцев и ее работников.

Полученные научные результаты и выводы. Для определения степени влияния имиджа организации на потребителей был проведен опрос респондентов в возрасте от 18 до 25 лет. Согласно его результатам: всё опрошиваемые так или иначе знакомы с продукцией Apple, большинство из опрошенных владеют телефонами Apple, на выбор устройства, в первую очередь, повлиял бренд и его имидж, а потом уже технические характеристики. Таким образом, можно сделать вывод, что положительный имидж организации действительно повышает её конкурентоспособность.

Практическое применение полученных результатов. Результаты научно-исследовательской работы могут быть использованы в практической деятельности субъектов хозяйствования с целью повышения конкурентоспособности.

СТАРТАПЫ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ФУНКЦИИ, ВИДЫ. СОЗДАНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ СТАРТАПА

И. А. ЕНБУЛАЕВ (студент 3 курса), А. Р. ВЕНСКАЯ (студентка 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование вопросов формирования и развития стартапов. Поддержание стартапов позволяет талантливым специалистам реализовывать свои инновационные идеи в реальные проекты. Наличие стартап-центров на территории Республики Беларусь делает ее более привлекательной для иностранных инвестиций.

Цель работы. Исследование экономической и социальной обоснованности внедрения инвестиционного проекта по запуску мобильного транспортного приложения, выявление основных тенденций развития стартапов.

Объект исследования. Процесс создания и внедрения стартапа.

Использованные методики. Сравнительный, аналитический, метод комплексного экономического анализа.

Научная новизна. На основе проведенного в работе исследования сформирована идея и описано обоснование проекта, разработан план внедрения мобильного транспортного приложения.

Полученные результаты и выводы. Выявлена тенденция высокого спроса на транспортные (в частности, таксомоторные) услуги в городе. Обоснована целесообразность внедрения мобильного транспортного приложения.