

потери при запуске проекта, делают его экономически рентабельным и востребованным в течение длительного времени. Пользуясь основными принципами и расчетами при проектировании складских помещений, уделяя внимание главным ошибкам, можно извлечь максимальную полезность из застраиваемой площади и уменьшить риски.

Практическое применение полученных результатов. Данная работа может применяться в учебном процессе для повышения образованности студентов в ходе изучения дисциплины «Логистика складирования», а также внедрение результатов работы поможет предприятиям сократить потери от ошибок при проектировании складских помещений, оценить перспективы своего развития.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО НОРМИРОВАНИЮ СОПРОТИВЛЕНИЯ ТЕПЛОПЕРЕДАЧЕ НАРУЖНЫХ СТЕН ЗДАНИЙ

Е. М. РЫНДЮК, О. Н. КОРШЕНКОВА (студентки 2 курса)

Проблематика. Исследования, представленные в работе, посвящены нормированию сопротивления теплопередаче наружных стен при проектировании ограждающих конструкций зданий и сооружений с учетом климатических условий их проектирования.

Цель работы. Разработка методики расчёта величины сопротивления теплопередаче наружных стен зданий и сооружений с учетом климатических условий их проектирования.

Объект исследования. Оценка степени корректности методики для расчетов сопротивления теплопередаче наружных стен.

Использованные методики. Аналитический и расчетный методы, сравнительный анализ.

Научная новизна. Рекомендуемая методика определения экономической эффективности утепленных стен.

Полученные результаты и выводы. По результатам расчётов, выполненных с учетом ТКП 45-2.04-196-2010, получены численные значения сопротивления теплопередаче наружных стен зданий для основных населенных пунктов Республики Беларусь.

Для оценки степени достоверности полученных результатов использовали методику, предлагаемую СНиП 23-02-2003 (Российская Федерация), были выполнены расчеты сопротивления теплопередаче наружных стен зданий для основных населенных пунктов Республики Беларусь.

Сравнительный анализ результатов расчетов, выполненных с учетом ТКП 45-2.04-196-2010 и по методике СНиП 23-02-2003, позволяет сделать вывод, что сходимость их достаточно хорошая.

Следовательно, численные значения сопротивления теплопередаче наружных стен, полученные расчетом по методике, рекомендуемой ТКП 45-2.04-196-2010, могут быть приняты в качестве базовых при проектировании наружных стен зданий и сооружений. На основе сравнительного анализа оценивается экономическая эффективность проектирования утепленных стен.

Практическое применение полученных результатов. По результатам выполненных расчетов и сравнительного анализа предлагается методика нормирования сопротивления теплопередаче при проектировании ограждающих конструкций зданий и сооружений. Рекомендуемая методика нормирования сопротивления теплопередаче позволяет при проектировании зданий принять экономически эффективное конструктивно-технологическое решение утепленных стен.

АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ HR-БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ

В. С. САЛЕНИК (студентка 4 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем практической разработки HR-бренда организаций, позволяющего разрабатывать комплекс мероприятий, способствующих формированию положительного имиджа работодателя с тем, чтобы постоянно привлекать, развивать и удерживать лучший персонал, особенно средний и высший менеджмент.

Цель работы. Исследовать теоретический и практический опыт разработки HR-бренда организаций и разработать алгоритм его формирования.

Объект исследования. Процесс формирования HR-бренда организаций.
Использованные методики. Аналитический метод, контент-анализ.

Научная новизна. На основании исследования существующих разработок по формированию HR-бренда организаций выделены укрупненные этапы формирования HR-бренда, раскрыта их сущность, даны рекомендации по использованию инструментов на каждом из выделенных этапов, предложены показатели оценки эффективности формирования HR-бренда организаций в части оценки внутреннего HR-бренда, а именно – лояльности персонала.

Полученные результаты и выводы. Выделены следующие укрупненные этапы формирования HR-бренда:

1. Оценка существующего HR-бренда (текущего имиджа) компании.
2. Анализ возможностей организации и выработка направлений совершенствования HR-бренда.
3. Оценка эффективности формирования HR-бренда организации.

В рамках процесса анализа возможностей предприятия и выработки направлений совершенствования HR-бренда выделены следующие шаги: а) исследование ценностей и пожеланий целевой аудитории; б) позиционирование; в) работа с каналами коммуникации; г) обратная связь; д) реакция на проблемы. Особое внимание уделено удержанию ценных сотрудников, что позволило сделать следующие выводы: инструментами HR-брендинга должны стать не только методы маркетинга и PR, но и кадровый аудит, разработка кадровой стратегии (в том числе стратегии HR-брендинга), методы управления корпоративной культурой, мониторинг мотивации персонала, формирование комплексных систем мотивации, кадровый бенчмаркинг, социологические исследования, современные инструменты внутрифирменных и внешних коммуникаций.

Практическое применение полученных результатов. Разработанный алгоритм формирования HR-бренда может применяться в учебном процессе для формирования компетенций в сфере управления персоналом студентов специ-