

Использованные методики. Методы индукции, дедукции, анализа и синтеза.

Научная новизна. Исследование показали, что микрорельеф создает пестроту почвенного плодородия и усиливает колебание урожая, а наиболее устойчивое положение влагозапасов на спланированной площади.

Полученные научные результаты и выводы. Планировка создает равномерные уклоны, ликвидирует замкнутые понижения для ускорения стока поверхностных вод. Планировочные работы при реконструкции мелиоративных систем с комплексом почв и выраженным микрорельефом совместно с агрономическими мероприятиями позволяют снизить срок окупаемости капитальных вложений в реконструкцию мелиоративных систем. Срезка верхнего плодородного горизонта почвы способствует уменьшению в пахотном слое содержания усвояемых форм элементов питания, что должно компенсироваться системой мероприятий по восстановлению плодородия земель, включающей известкование и внесение микро- и макроэлементов с учетом выноса проектным урожаем. Засыпка заторфованных микрозападин предотвращает ветровую эрозию и ограничивает непроизводительные потери органического вещества в результате минерализации.

Практическое применение полученных результатов. Планировка улучшает условия работы сельскохозяйственных машин и орудий, способствует заделке семян на оптимальную глубину и повышает эффективность осушительно-увлажнительных систем. В результате прибавка урожая возделываемых культур достигает 7-16 ц кормовых единиц с гектара.

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

А. Д. СИДОРКО, Е. И. БУСЛОВИЧ (студентки 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем внедрения информационных технологий в системе менеджмента качества малого и среднего предпринимательства.

Цель. Изучить развитие и значение системы менеджмента качества на предприятии, целесообразность инвестирования, а также использование информационных технологий в СМК.

Объект исследования. Автоматизированная система платформы 1С:ERP в системе менеджмента качества.

Использованные методики. Нормативный метод, аналитический метод.

Научная новизна. 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. Для сокращения затрат и увеличения скорости принятия управленческих решений данные процессы необходимо автоматизировать. На сегодняшний момент самая популярная система 1С. На базе платформы 1С:ERP можно внедрить контроллинг и бюджетирование.

Полученные результаты и выводы. Система менеджмента качества крайне полезна для управления предприятием, но в некоторых отраслях ее внедрение и

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