

быть уверен в своих знаниях, а стоимость образования должна соответствовать рыночной ставке. Использование данного принципа в андрагогической модели позволяет учебному заведению получить преимущество перед конкурентами.

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

– современный этап предоставления услуг высшего образования предполагает использования ряда маркетинговых инструментов, среди которых важная роль принадлежит маркетингу отношения;

– особенность этого инструмента состоит в том, что он позволяет встраивать стратегию развития учебного заведения как на уровне учебного учреждения, так и на уровне: преподаватель–студент;

– принципы маркетинга отношений, реализуемые в процессе обучения (индивидуальный подход, ответственность, эффективность, непрерывное обновление предлагаемых услуг и другие) отвечают требованиям;

– принципы маркетинга отношений должны быть дополнены принципами андрагогической модели. Реализация вышеназванных принципов позволяет учесть как специфические особенности освоения знаний и умения, так и обеспечить актуализацию приобретенных обучающимся знаний на практике;

– итогом использования стратегии маркетинга отношений выступает формирование и развитие нового уровня конкурентоспособности, создание положительного имиджа высшего учебного заведения, в основе которого лежит индивидуализация отношения его как на уровне преподаватель–студент, так и на уровне производителя и потребителя образовательной услуги.

Л и т е р а т у р а

1. Образование в Республике Беларусь. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/5d6/5d62c11490270d88d396c8788f28b95d.pdf>. – Дата доступа: 26.04.2022.
2. Маркетинг взаимоотношений в учебном процессе // Allbest. – Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00317400_0.html. – Дата доступа: 26.04.2022.
3. Маркетинг взаимоотношений в учебном процессе / Allbes. – Режим доступа: https://vuzlit.com/252249/marketing_vzaimootnosheniy_uchebnom_protssesse. – Дата доступа: 26.04.2022.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕМОНТНОГО ХОЗЯЙСТВА ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. О. Парахневич

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Н. С. Сталович

Основной целью совершенствования ремонтного хозяйства на предприятии является повышение эффективности функционирования всех подразделений, улучшение качества производимой продукции и уменьшение ее себестоимости.

Рассмотрим следующие задачи ремонтного хозяйства:

- обеспечение готовности оборудования в работоспособном состоянии;
- предупреждение аварий;

- обеспечение сохранности зданий и сооружений;
- повышение качества ремонта;
- сокращение затрат на ремонт.

Основными направлениями совершенствования ремонтного хозяйства являются:

- организация централизованного ремонта оборудования;
- создание ремонтных баз на предприятиях – изготовления оборудования
- организация специализированного производства запасных частей к оборудованию;
- централизация ремонта и обслуживания оборудования непосредственно на промышленных предприятиях [1].

В качестве примера организации ремонтного хозяйства на предприятии рассмотрим транспортную компанию «МАГНАТ-М».

В собственности компании находится пять автомобилей Renault (Logan 2, Grand Scenic, два Megane, Zoe).

Особенности компании ООО «МАГНАТ-М»:

- надежность транспортно-экспедиционной компании;
- доставка грузов из стран Европы в Россию и Казахстан;
- доставка малотоннажными автомобилями от 0,5 до 10 т;
- доставка крупнотоннажными автомобилями до 24 т.

На рис. 1 представлена организационная структура ремонтного хозяйства предприятия ООО «МАГНАТ-М».



Рис. 1. Структура ремонтного хозяйства компании «МАГНАТ-М»

Система планово-предупредительного ремонта в ООО «МАГНАТ-М» строится на использовании следующих нормативов:

- ремонтный цикл и их структура;
- длительность межремонтных периодов и периодичность обслуживания;
- категории сложности ремонта;
- нормативы трудоемкости [2].

Для ремонта автомобилей компании в ООО «МАГНАТ-М» необходимо следующее оборудование:

- три стола верстака;
- наждак;
- сверлильный станок;
- токарный станок;
- сварочный пост (сварочный полуавтомат, автомат для газосварки);
- набора гаечных ключей;
- вулканизатор;
- автомат для газосварки;
- подъемник.

Техническое обслуживание (ТО) включает все работы ежедневного обслуживания и дополнительные смазочные, осмотровые и контрольные крепежные и регулировочные операции, производимые, как правило, без разборки и снятия агрегатов и приборов с автомобиля. Нужна также замена свечей зажигания, воздушного фильтра, масляного фильтра, масла и антифриза, в некоторых случаях приходится менять масло и в КПП.

В компании ООО «МАГНАТ-М» также проводится несколько технических обслуживаний для автомобиля Renault:

- ТО – проводится ежедневно перед выездом;
- ТО1 – проводится через 15000 км – замена моторного масла;
- ТО2 – после 10000 км [3];

Учет выполнения технического обслуживания ведут по путевым листам, которые выписывает механик гаража, и на основании этих записей по учету отмечается выполнение обслуживания в месячном плане графика.

Таким образом, можно сделать вывод, что в каждой транспортной компании обязательно нужно проводить ежегодно технические осмотры для проверки состояния автомобиля на соответствие обязательным требованиям в области безопасности дорожного движения.

Л и т е р а т у р а

1. Ремонтное хозяйство. – Режимдоступа: https://www.yaneuch.ru/cat_61/osnovnye-napravleniya-sovershenstvovaniya-remontnogo-hozyajstva/246910.2180232.page2.html.
2. Официальный сайт ООО «МАГНАТ-М». – Режим доступа: https://larditrans.by/services_prices/products/.
3. Периодичность замены расходников и деталей на Renault. – Режим доступа: <https://autogener.ru/services/kogda-menyat/renault/logan/1-2010-2013.php>.

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТНЫХ РАБОТ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. О. Парахневич

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Н. К. Ландова

Компьютерные способы обработки уже вошли в технологию бухгалтерского учета и сейчас на белорусском рынке большую известность завоевали такие программные продукты, как «1С-Бухгалтерия», «Инфо-бухгалтерия», «БЭСТ», «Парус», «ИНФОСОФТ» [1].