

При прогрессивной форме сдельной оплаты труда при выполнении работы в рамках установленных организацией норм расчет заработной платы идет по одним расценкам, а сверх выполнение – по другим, повышенным расценкам. При этом зачастую используется система, при которой чем больше работник перевыполнил норму – тем выше сдельные расценки (расчеты проводятся по прогрессивной шкале).

Аккордную систему принято рассчитывать для фиксированного объема работ, а не отдельных его компонентов или операций. Труд работников поощряется при сокращении оговоренных сроков выполнения работ или проекта, тем самым ускоряя производство товара или услуги при неизменном качестве.

Предприятия сегодня стремятся уходить от тарифной системы заработной платы. Объясняется это несколькими очень важными причинами, а именно:

- как говорилось выше, оплата, которая не зависит прямо пропорционально от достигнутого конкретным работником или коллективом результата, не способствует мотивации работников и приводит в лучшем случае к стагнации результативности конечного продукта или услуги и, как следствие, экономики компании в целом;

- оклад или тариф, который является фиксированным и стабильным, не приводит к выполнению и, тем более, перевыполнению нормы, ведь работники при любом исходе получают одну и ту же сумму заработной платы.

В результате были рассмотрены основные формы и системы оплаты труда в Республике Беларусь. Заработная плата имеет огромное влияние на мотивацию работников, а значит и на успех компании, поэтому необходимо правильно выбрать оптимальную форму.

ЛИТЕРАТУРА

1. Матусевич, В.И. Формы и системы оплаты труда в условиях перехода к рыночным отношениям / В.И. Матусевич [и др.]. - Минск: НИИ Труда, 1996.

2. Островский, Л.Я. Нормирование труда рабочих и служащих / Л.Я. Островский. - Минск, 1986.

УДК 339.138

КАК СОКРАТИТЬ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИЗДЕРЖКИ БЕЗ УЩЕРБА ДЛЯ БИЗНЕСА

*В.А. Пацурин, студент группы 10502216 ФММФ БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель В.А. Кудрявцев*

Резюме – Одним из наиболее важных аспектов ведения процветающего бизнеса является продвижение продуктов или услуг. Без рекламы вы не сможете привлечь новых и удержать старых клиентов. Хотя маркетинг для бизнеса и играет первостепенную роль, в любом случае, необходимо знать его меру. Ведь если проекты, на которые было потрачено больше средств, чем запланировано, не принесут соответствующую прибыль, в итоге могут привести к банкротству.

Summary – One of the most important aspects of running a thriving business is promoting products or services. Without advertising you will not be able to attract new and retain old customers. Although marketing for business plays a primary role, in any case, you need to know its measure. After all, if projects that have spent more money than planned, will not bring the corresponding profit, in the end they can lead to bankruptcy.

Для многих владельцев бизнеса может быть сложно сразу найти баланс между инвестициями в маркетинг и экономией, чтобы они могли позволить себе другие необходимые расходы, такие как аренда, инвентарь, заработная плата и др., организации рекомендуется учесть такие предложения как: [1]

1. Начните с небольшого сокращения

Очевидно, что сокращение бюджета может быть сложной задачей и первое с чего стоит начать - это сократить свои маркетинговые расходы на проекты, которые не обеспечивают продажи. Может быть досадно признавать, что блестящая идея не оправдала ожиданий, но лучше принять поражение и сэкономить деньги предприятия. Независимо от того, являются ли это рекламой в интернете, которые не получают просмотры, или печатная реклама, которая не приводит потенциальных клиентов. От подобных проектов необходимо избавляться.

Используйте Google Analytics или любую другую аналитическую программу для конкретной платформы, чтобы определить, какие маркетинговые схемы являются наименее эффективными, чтобы они могли пойти первыми на сокращение. Будет лучше сделать первые шаги и использовать эти деньги для других областей бизнеса.

2. Фокусирование на качестве вместо количества

Сперва может показаться, что одновременное манипулирование многочисленными маркетинговыми проектами будет выгодно для бизнеса, однако на самом деле это может иметь пагубные последствия для бюджета.

Необходимо выделить место в своем бюджете для качественных маркетинговых проектов, а не пытаться вкладывать деньги в несколько средних. Например, вы можете увидеть, что большинство ваших клиентов связаны с интернет-рекламой. В этом случае вы должны вкладывать больше денег именно в эту

область, вместо того, чтобы выделять средства из бюджета на идеи, которые не приводят потенциальных клиентов.

3. Проводите свои исследования

Сами того не осознавая, многие предприятия тратят деньги на устаревшие методы маркетинга, такие как телефонные звонки или посты в социальных сетях. Прежде чем сокращать свой маркетинговый бюджет, следует уделить некоторое время тому, чтобы узнать о будущих маркетинговых тенденциях. Такие сайты, как [Buffer Blog](#), [HubSpot's Marketing Blog](#), а также MarketingProfs помогут освоить необходимые маркетинговые советы, которые позволят расширить вашу осведомленность.

Информация на этих сайтах может выявить, что на предприятии не хватает определенных технологий, которые могут улучшить способ продвижения вашего бизнеса. Как маркетолог, вы хотите, чтобы ваш сайт, а также каналы социальных сетей были доступным ресурсом для наибольшего количества людей, и единственный способ сделать это - быть на шаг впереди массы.

4. Прекратить контакт с незаинтересованными сторонами

Хотя важно следить за клиентами, которые еще не перешли в разряд постоянных, вам не следует тратить слишком много усилий на эту группу. Целесообразнее будет ориентироваться на потенциальных клиентов, которые вписываются в портрет идеального покупателя, так как они с гораздо большим шансом что-то приобретут.

Если вы связываетесь с одними и теми же людьми, а они постоянно не отвечают, вы зря тратите время и деньги, которые можно было бы использовать с большей выгодой. Некоторым компаниям в конечном итоге повезло с постоянными клиентами, но даже если успех уже был достигнут, необходимо постоянно рассматривать возможность уменьшения количества точек соприкосновения. Это может помочь в конечном итоге превратить этих людей в постоянных клиентов.

5. Обновление маркетинговых данных

При сокращении маркетингового бюджета необходимо просмотреть свои данные и убедиться, что все основано на фактах и актуально на данный момент времени. Это может включать обновление контактной информации или избавление от списков, которые не являются точными или больше не существуют. Это гарантирует, что вы не будете связываться с людьми, которых больше нет в этом месте, и не будете отправлять электронные письма на неактуальные адреса.

В дальнейшем необходимо сделать организацию данных главным приоритетом. Не акцентируя внимание на точности ваших данных, на бесполезные маркетинговые усилия будет уходить гораздо больше денег, чем на это необходимо.

6. Создать многократно используемые информационные материалы

Используйте на максимум свои существующие маркетинговые материалы. Вы можете сделать это, создавая универсальный контент, который вы можете использовать в течение длительных периодов или для различных проектов.

Например, можно написать описания товаров, которые вы можете добавить на свой веб-сайт, в интернет-магазин, в рекламные листовки в магазинах и в социальные сети. Также можно написать копию для объявления, а затем развернуть его в блог, и видео с пояснениями. Простое изменение содержания может помочь сэкономить деньги, которые вы бы потратили на написание и дизайн другой печатной или онлайн-рекламы.

Конечно, все равно придется создавать уникальные материалы для праздников и других специальных акций, но для ваших общих цен и вариантов у вас должны быть четкие маркетинговые документы, которые вы можете переработать. Это не только сэкономит ваши деньги в маркетинговом бюджете, но также сэкономит вам значительное количество времени, которое вы можете потратить на другие задачи.

7. Использование бесплатных функций социальных сетей

Несмотря на то, что существует множество платных социальных опций, если вы хотите сократить свой маркетинговый бюджет, воспользуйтесь их бесплатными функциями. Планирование привлекательных постов в социальных сетях - это бесплатный и простой способ продвижения вашего бизнеса, особенно если это делается стратегически. Вы можете делиться обновлениями о своем бизнесе на таких платформах, как Twitter, ВКонтакте и Instagram, не выбирая платную рекламу на этих сайтах. Кроме того, можно использовать соответствующие хэштеги, чтобы увеличить охват - это также бесплатно.

Это не значит, что обязательно применять подход «все или ничего». Следует обдумать ограничения для спонсируемых постов, например несколько долларов в день или несколько раз в месяц и размещением органического контента в оставшиеся дни. Тогда по-прежнему можно будет ориентироваться на потенциальных клиентов, не сосредотачивая усилия только на спонсируемых постах или рекламе.

8. Не упускать возможность бесплатной рекламы

Сокращение платных маркетинговых проектов может быть сложной задачей, но многие владельцы бизнеса упускают из виду возможность бесплатной рекламы. К примеру можно связаться с местными журналистами для освещения истории о вашем бизнесе или представить свой пресс-релиз для качественного SEO. Возможно, вы проводите благотворительную акцию или представляете новый продукт. Если пере-

дать эту историю новостному источнику, вы получите освещение своего бизнеса, не потратив ни копейки. Такой подход не слишком трудоемкий и даст возможность получить бесплатное продвижение бизнеса [2].

9. Создание реферальной системы

При сокращении маркетингового бюджета, необходимо найти бесплатные или низкобюджетные варианты, чтобы заменить проекты, за которые вы платили, например, устные рефералы. Вы можете сделать это, установив прочные отношения со своими клиентами. Это всегда должно быть приоритетом, поскольку ваш малый бизнес не сможет выжить без постоянных клиентов, которые верят в вашу миссию. Есть много простых способов узнать своих клиентов и запросить их рекомендации, например, создать программу лояльности или предложить скидки для рефералов. Вы также можете провести конкурс или бесплатную раздачу с классным призом на своей странице в социальной сети, на котором участники должны получить наибольшее количество лайков в своем посте, чтобы выиграть. Обязательно объявите победителя с большим количеством на своей странице и отметьте их тоже, чтобы обеспечить более широкий охват.

Все вышерассмотренные предложения являются общими. Каждый бизнес является индивидуальным – у него собственные характерные черты, цели и задачи. Сокращать в нем издержки на маркетинг, при этом не снижая эффективность очень непросто, но возможно. Если детально проанализировать свои издержки, резервы, клиентов и экономическую ситуацию.

Так или иначе все организации попадают в такую экономическую ситуацию. В ней выиграют только те, кому удастся сохранять активность, несмотря на сокращение расходов - это и есть эффективный маркетинг. Даже с урезанным бюджетом необходимо продолжать доносить до потребителей информацию о ценности вашего продукта и убеждать их выбрать именно его.

ЛИТЕРАТУРА

1. SINGLE GRAIN «How to Decrease Your Marketing Budget without Hurting Your Business» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.singlegrain.com/marketing-strategy/how-to-decrease-your-marketing-budget-without-hurting-your-business/> - Дата доступа: 11.04.2019.
2. TEXTERRA «Реферальный маркетинг: как привлекать клиентов с помощью клиентов» [Электронный ресурс]. - Режим доступа <https://texterra.ru/blog/referalnyy-marketing-kak-privlekat-klientov-s-pomoshchyu-klientov.html>- Дата доступа: 11.04.2019.

УДК 65.011.46

ВЛИЯНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

*А.А. Русакович, студентка группы 10507116 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель В.А. Кудрявцев*

Резюме – Автоматизация позволяет решить многие проблемы производства, а также кардинально изменить и улучшить процесс производства продукции как в промышленности, так и в сельском хозяйстве. В современном мире со стремительным развитием информационных технологий, возникает необходимость выяснить, каким образом будет изменяться эффективность производства продукции благодаря новым технологиям и каковы последствия этого

Summary – Nowadays automation allows to solve many problems of manufacturing, as well as radically change and improve the manufacturing process in industry and agriculture. In our modern world with the rapid development of information technologies, there is a need to find out how manufacturing efficiency will change due to new technologies and what the consequences of it.

Автоматизация означает процесс автоматического производства товаров с использованием роботов, систем управления и других приборов с минимальным непосредственным человеческим участием [1]. В промышленности автоматизация приводит к повышению производительности труда, поскольку для производства такого же количества товаров требуется меньше работников. Заметным недостатком автоматизации является то, что она приводит к сокращению рабочих мест, связанных с физическим трудом. В то же время процесс автоматизации приводит к созданию новых рабочих мест в таких областях, как производство роботов, исследования, маркетинг и разработка программного обеспечения.

Существует множество факторов влияния автоматизации на экономику стран мира. Автоматизация деятельности может позволить бизнесу повысить производительность, уменьшив количество ошибок и улучшив качество и скорость, а в некоторых случаях достичь результатов, выходящих за рамки человеческих возможностей. Во время слабого роста производительности автоматизация позволяет стимулировать экономический рост и процветание и помогает компенсировать влияние снижения доли трудоспособного населения во многих странах. Деятельность, наиболее подверженная автоматизации, включает физические нагрузки в структурированной и предсказуемой рабочей среде, а также сбор и обработку данных.