

Заключение. Мотивация IT-специалистов имеет огромную значимость в повышении эффективности их работы и влияет не только на IT-сферу в целом, но и на всю национальную экономику страны, так как IT-сфера – высокотехнологичная сфера, обеспечивающая научно-технический прогресс и конкурентоспособность страны на мировом рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мотивация персонала [Электронный документ].-Режим доступа: <https://hr-portal.ru/story/kak-v-google-motiviruyut-sotrudnikov>.-Дата доступа:05.03.2020.
2. HILL T. P. On goods and services. : The Review of Income and Wealth, 1997.
3. Социально-экономическая модель: становление и развитие: теория, методология, практика. Под общ. ред. В.Г. Гусакова. В 2 кн. Кн. 1 / В.Г. Гусаков [и др.]; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск: Белорусская наука, 2015. – 554 с.

УДК 3.08

PROMOTION OF SMALL BUSINESSES; RECOMMENDATION AND TYPES OF PROMOTION

*Ю.С. Жишкевич, студент группы 10507118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель М.В.Храмцова*

Summary - Promotion of small business is a difficult task, much more difficult than working with large companies. In recent years, small businesses have undergone very serious changes, many enterprises have been forced to close because they did not generate income, and the level of competition increased. Sales fall together with income, if not to engage it in effective promotion.

Резюме - Продвижение малого бизнеса - сложная задача, гораздо более сложная, чем работа с крупными компаниями. В последние годы малые предприятия претерпели очень серьезные изменения, многие предприятия были вынуждены закрыться из-за того, что они не приносили доход, а уровень конкуренции возрос. Продажи падают вместе с доходом, если не привлечь его к эффективному продвижению.

Introduction. Most of the promotion methods used in the global market will not help small firms. In addition, the problem is that they are very difficult to implement in our market. But some methods can be adapted to the format of a small business and be engaged in its promotion.

Main part. What are the options for promoting small business? 1)Local newspapers, magazines. This is a relatively inexpensive form of advertising, which in the era of total dominance of the Internet began to be ignored, but in vain. With well-written message text, this type of advertising can be effective.

2)Billboards. This is a good way to inform potential clients not only that your business exists, but also about all sorts of promotions, discounts, special programs.

3)Advertising in public transport. It is cheaper than billboards, but not always suitable for the target audience. If most of your clients use public transport services, then this can be an effective way to promote a business.

4)SMS distribution. This is a great way to tell your customers about the new promotion, discounts, product receipts, or simply to wish a happy new year and strengthen the loyalty of the target audience.

5)Local TV. You'd be surprised, but advertising on TV may not always be the most expensive. Moreover, sometimes you can get it for free! How to do it? You have to give TV people what they want - material for broadcast, news release, etc.

6)Distribution of leaflets. This is one of the cheapest ways to advertise a small business. Its effectiveness is controversial among marketers, but why not try it? The main thing is to keep track of the number of customers who came through the leaflets and correlate the profit with the costs in order to understand whether the game is worth the candle.

7)Free trial copies. Usually this is organized in the hope that satisfied and delighted consumers will go to the right and left to recommend this product, thus contributing to the spread of rumor (word of mouth effect). This method of promotion is able to bring you loyal customers who will make multiple purchases.

8)Sponsorship. Usually this kind of advancement is associated with something costly. But again, if you approach this creatively, you can reduce costs. Suppose your store sells baby products. Give a little help to the local creative house, kindergarten or children's club.

9)Participation in local exhibitions, fairs, business forums, conferences, symposia. This is a great opportunity not only to find new customers, but also business partners, suppliers. This is a chance to explore competitors, to identify their strengths and weaknesses.

10)Using the Internet. Even if you have a purely traditional type of business that has nothing to do with web technologies, you should not neglect the opportunities offered by the world wide web. There is a huge amount of Internet marketing tools: contextual advertising, social networks, e-mailing, SEO. Contextual advertising - these are advertisements that are displayed in response to a user request in a search engine, as well as on thematic sites that are part of an advertising network. Social media marketing (SMM) is the attraction of traffic or attention to a brand through social

networks. SEO or search engine optimization are measures that help to raise a site to higher positions in search results for certain user requests.

11) Hold an unusual event. Scientifically, this is called event marketing - when you organize an interesting and exciting event that involves a large number of participants, and perhaps even the local press. For example, the organization of a sports competition bike store. Or holding a local cafe for eating hamburgers. Or the organization of a literary evening, a contest of stories or poems by a bookstore. The main thing here is fantasy and creativity.

Conclusion. This is far from exhaustive practice, but a basic list of forms of promotion of small business. In order to achieve the desired result from advertising, it is desirable to apply an integrated approach, that is, to use several types of promotion at once. And, of course, you need to analyze what returns, what does not, and adjust your marketing strategy.

References

1. Продвижение малого бизнеса [Электронный документ].-Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/besplatnyei-byudzhetye-sposoby-prodvizheniya-malogo-biznesa.html> -Дата доступа:05.03.2020

2. Продвижение малого бизнеса [Электронный документ].-Режим доступа: <https://adne.info/kak-reklamirovat-svoj-biznes/>.-Дата доступа:15.03.2020

УДК 005

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ НА ПЕРСОНАЛ В ОРГАНИЗАЦИЯХ БЕЛАРУСИ

*Завадский Р.А., студент группы 10507218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В статье рассматривается возможность оптимизации расходов на персонал в компании, способы снижения затрат, разбор проблем при сокращении штата. Также обосновывается принятие решения в компании о том, каких сотрудников стоит увольнять, а каких нет. Выявляются ошибки директоров фирм по поводу увольнения штата и самые оптимальные способы снижения затрат на белорусских предприятиях.

Summary – The article considers the possibility of optimizing staff costs in the company, ways to reduce costs, analysis of problems while reducing staff. The decision is also settled in the company about which employees should be fired and which are not. Errors of directors of firms regarding the dismissal of staff and the most optimal ways to reduce costs at Belarusian enterprises are revealed.

Введение. При жизненном цикле компании рано или поздно возникает вопрос об оптимизации расходов на персонал. В Беларуси легче всего рассмотреть этот процесс на примере наших банков, где происходит постоянное сокращение рабочих мест. Еще одним примером может служить радиовещание и телефонная связь, которые в последнее время заменяет интернет. Виной всему автоматизация и упрощение систем. Однако можно ли заменить ими человека?

Основная часть. Сокращение затрат на кадры, в том числе экономия на обучении персонала и оплата труда, может негативно сказываться на бизнесе компании. Допустим, компания завязана на оказании медицинских услуг. Если мы будем платить врачу гораздо меньшую заработную плату, чем, скажем, в другой клинике, то он с большой вероятностью уйдет туда через несколько месяцев. Еще хуже будет, если мы уделим мало внимания повышению квалификации и обучению персонала, ведь работник, допуская ошибки, может плохо обслужить клиентов или вовсе навредить здоровью одного из них, за что компания понесет большие потери. Соответственно, мы должны прежде всего не экономить на финансировании, а оптимизировать наши расходы, а именно улучшить систему оплаты труда и создать план наиболее продуктивного дня рабочих.

Для улучшения трудового процесса можно использовать сторонние программы на ПК сотрудников. Здесь можно выделить программы ChocoTime и Disciplina.ru, которые контролируют, чем занимаются работники в течение дня. А с помощью программы 1С можно определить излишние затраты на доставку [1].

Важным изменением в системе труда может стать применение аутсорсинга и аутстаффинга. Они приносят большую экономию на штате при правильном использовании. Различие этих понятий заключается в том, что при аутсорсинге мы заключаем договор с другой компанией по предоставлению нужных нам услуг и платим ей деньги по окончании работы. Здесь нас интересует лишь результат. При аутстаффинге нам предоставляют на определенный срок определенное количество человек, которых мы внедряем в работу. Здесь учитывается отработанное нанятыми сотрудниками время, а не результат. Как это можно использовать? К примеру, в вашем штате есть дизайнер, который задействован на 20%, то есть не в полной мере, но заработную плату мы ему платим, как и всем остальным. Чтобы исправить ситуацию, можно поступить двумя путями:

1) Так как сотрудник не реализовывает себя в полной степени, мы станем платить ему, как рабочим с частичной оплатой труда, и он даже не будет спорить по этому поводу, так как сам понимает, что не работает на полную силу. Так можно поступить со всеми людьми компании.

2) Мы можем уволить нашего сотрудника, а, когда нам пригодится работник в этом направлении, мы легко связываемся с аутсорсинговой фирмой, которая сделает эту задачу за нас. Так мы потратим гораздо меньше средств и сможем сконцентрироваться на других задачах [2].