

Рекомендации по применению гибких систем оплаты труда в коммерческих организациях, где показано, как организации могут самостоятельно разрабатывать тарифные сетки, использовать комиссионную систему вознаграждения, систему «плавающих» окладов, грейдинг.

Работу по созданию эффективной гибкой системы оплаты труда рекомендуется проводить в шесть этапов: анализ деятельности организации, выбор варианта гибкой системы оплаты труда, разработка формы оплаты труда, сравнительный анализ действующей и проектируемой формы оплаты труда, внедрение гибкой системы оплаты труда и совершенствование гибкой системы оплаты труда.

Для снижения сопротивления переменам со стороны персонала и обеспечения эффективности мотивации персонала к высокопроизводительному труду при внедрении гибких систем оплаты труда необходимо провести подготовку работников отдела труда и заработной платы, а также работников отдела кадров по вопросам внедрения и использования гибких систем оплаты труда.

УДК 314.044

## **ИЗУЧЕНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И ЕГО РАЗМЕЩЕНИЯ ПО ТЕРРИТОРИИ СТРАНЫ**

Маковская А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Марцева С.В.  
Белорусский национальный технический университет

В настоящее время важное значение придается исследованиям региональных различий процессов воспроизводства населения и демографической ситуации, миграций населения и использования трудовых ресурсов. Задачи демографической политики требуют усиления внимания к изучению региональных особенностей в демографическом поведении населения, в условиях и образе жизни.

Все большую актуальность приобретает экологический аспект изучения населения: влияние хозяйственной деятельности человека на окружающую среду и обратное воздействие окружающей среды на человека.

Исходя из вышеизложенного одной из первостепенных задач статистики является изучение численности населения и его размещения по территории страны. Изучение населения основано на различных источниках информации. Основным источником сведений о численности населения являются переписи населения.

Перепись населения – единый процесс сбора, обобщения, анализа и публикации демографических, экономических и социальных данных населения, относящихся по состоянию на определённое время ко всем лицам в стране или чётко ограниченной её части.

Между переписями численность населения отдельных населённых пунктов определяется расчетным путем на основе исходных данных последней переписи и данных текущей статистики о естественном и механическом движении населения по балансовой схеме: численность населения на начало года + число родившихся за год + число прибывших за год — число умерших за год — число выбывших за год = численность населения на конец года. При этом население делят на постоянное и наличное. Исходя из численности постоянного населения осуществляют планирование строительства жилья, школ, детских учреждений, больниц, а при решении задач обеспечения работы городского транспорта, торговых предприятий исходят из численности наличного населения.

УДК 339.138

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Милош Р.В.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Матяс И.Д.  
Белорусский национальный технический университет

Чем сложнее продвигаемая в сети продукция, чем специфичнее целевая аудитория, тем менее пригодными становятся традиционные методы интернет-маркетинга и тем более профессиональными и комплексными должны быть усилия по ее продвижению.

По этой причине маркетологи работают над созданием инновационных подходов, способов и тенденций продвижения товаров, большинство которых обусловлены процессами цифровизации современного общества.

Поскольку интернет является мощным инструментом для повышения рентабельности инвестиций, компаниям нельзя игнорировать инвестиции в интернет-маркетинг.

Чтобы не отставать от конкурентов, необходимо идти в ногу с мировыми тенденциями интернет-маркетинга, среди которых выделим: использование чат ботов, использование приложений для личных сообщений, распространение искусственного интеллекта, гипертаргетированная реклама, персонализированный опыт клиента, единый поставщик ПО для маркетинга, голосовой поиск, активизация усилий по удержанию клиентов.