

інформацію для аудиторії та стимулює її дії. Правильно оформлений контент включає копію, що продає, та SEO-оптимізацію для підвищення видимості;

– дизайн, що забезпечує потужний візуальний аспект та відіграє ключову роль у привертанні уваги та створенні естетичного враження. Фотографії, інфографіка, відео – все це складові успішного маркетингового підходу, які допомагають підкреслити унікальність бренду та передати його повідомлення;

– аналітика як інструмент адекватного аналізу та вимірювання результатів оцінки ефективності маркетингових стратегій. Відслідковування ключових показників, визначення конверсійних каналів та розрахунків клієнтського LTV дозволяють зрозуміти, як досягти бажаних результатів.

Успішна маркетингова стратегія ґрунтується на збалансованому використанні цих трьох компонентів, які разом допомагають побудувати сильний та впізнаваний бренд у цифровому просторі.

Література:

1. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. *Економіка і суспільство*. 2018. №17. С. 296-299. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-43>

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Сумченко А.С.

*Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Мотивація персоналу - це внутрішня сила, яка стимулює та направляє поведінку людей на робочому місці, що спрямована на досягнення цілей організації. Вона включає у себе сукупність факторів, які збуджують, підтримують і направляють дії працівників, спрямовані на досягнення певних результатів.

Мотивація персоналу є ключовим аспектом управління людськими ресурсами та успішної діяльності організації. Вона допомагає залучити, утримати та максимально використовувати потенціал працівників для досягнення цілей бізнесу.

Мотивація та стимулювання персоналу на підприємстві є завданням завжди актуальним і критично важливим для досягнення успіху та ефективної роботи. До причин, що обґрунтовують постійну актуальність даної управлінської проблеми, можна віднести наступні:

- вплив на підвищення продуктивності, бо вмотивований персонал зазвичай більш продуктивний, а стимулювання працівників може сприяти збільшенню швидкості та якості виконання завдань;

- зниження плинності кадрів, бо ефективна програма мотивації може допомогти зберегти талановитих працівників і зменшити плинність кадрів, а ц, в свою чергу, економить час і ресурси, які витрачаються на найм та навчання

нового персоналу, а також його адаптацію на робочому місці;

- покращення задоволення праці, бо задоволені працівники виявляють більшу зацікавленість та відданість своїй роботі, що може позитивно впливати на атмосферу на робочому місці та підвищувати загальний рівень продуктивності праці;

- залучення та збереження талановитих працівників через створення привабливої програми мотивації можна залучати та зберігати талановитих працівників, що особливо важливо в умовах конкурентного ринку праці;

- адаптація до змін - в умовах швидких змін у бізнесі та технологіях, мотивований персонал може бути більш гнучким та відкритим для інновацій, що сприяє успішній адаптації до нових викликів та можливостей;

- підвищення конкурентоспроможності, бо ефективна мотивація персоналу може позитивно вплинути на підприємство в цілому, допомагаючи збільшити конкурентоспроможність, заробіток та ринкову позицію.

Отже, мотивація та стимулювання персоналу на підприємстві залишаються актуальними, оскільки вони є ключовими факторами успіху, розвитку та стабільності бізнесу.

Аналізуючи особливості мотивації персоналу на підприємствах торгівлі слід відзначити, що вона має свої особливості, оскільки цей сектор відрізняється своєю специфікою, конкурентним середовищем та особливостями роботи з клієнтами.

Основні аспекти мотивації персоналу на підприємствах торгівлі наступні:

- фінансова мотивація - особливо ефективними можуть бути премії за досягнення певних продажів або виконання цілей;

- розвиток кар'єри - програми навчання, тренінги та можливості просування в кар'єрі можуть стимулювати працівників до більшої продуктивності та відданості;

- визнання та похвала - відзнаки за успіхи, слова вдячності та пошана за вклад у спільну справу можуть стати потужними мотиваторами;

- робоче середовище - створення комфортного та сприятливого робочого середовища, де працівники відчують себе цінними та підтриманими, може позитивно впливати на їхню мотивацію та продуктивність;

- гнучкі графіки роботи або можливості роботи дистанційно може бути важливим фактором мотивації для працівників, особливо для тих, хто має сімейні або особисті зобов'язання;

- залучення до процесу прийняття рішень та надання працівникам можливості впливати на робочі процеси може підвищити їх відповідальність та мотивацію.

Таким чином, узагальнюючи, слід відзначити, що ефективна мотивація персоналу на підприємствах торгівлі вимагає комплексного підходу, що враховує специфіку галузі та індивідуальні потреби працівників.