

персоналізувати пропозиції для клієнтів, що сприяє підвищенню рівня продажів. Аналітика великих даних допомагає виявляти ринкові тенденції, оптимізувати стратегії продажів та покращувати логістичні процеси.

Подальший розвиток цифрових валют і смарт-контрактів сприяє спрощенню міжнародних фінансових операцій, зниженню витрат на обмін валют і підвищенню швидкості проведення транзакцій. Застосування доповненої та віртуальної реальності надає можливість покупцям переглядати товари у 3D-форматі, що покращує споживчий досвід і підвищує рівень довіри до продавця.

Таким чином, електронна комерція відіграє ключову роль у модернізації зовнішньоекономічної діяльності, сприяючи глобалізації бізнесу та розвитку міжнародної торгівлі. Водночас, для максимального використання її потенціалу необхідно враховувати існуючі ризики та знаходити ефективні шляхи їх подолання.

Література

1. Глобальна електронна комерція: ключові цифри та тренди e-commerce 2024. URL : https://rau.ua/novyni/trendi-e-com-2024/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 17.03.2024 р.).
2. Revenue share of the e-commerce market worldwide from 2019 to 2029, by sales channel. URL : <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/> (дата звернення: 17.03.2024 р.).

УДК 331.101.3:005.32

Кучмійова Тетяна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики,
комп'ютерних наук та інформаційних технологій,
Дурнєва Наталія,
здобувачі вищої освіти другого (магістерського) рівня,
спеціальність 073 Менеджмент,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна

МОТИВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ: КЛЮЧ ДО УСПІХУ ПЕРСОНАЛУ

За сучасних умов конкурентного ринку праці результативність компанії значною мірою визначається саме якістю управління персоналом. Важливу роль у цьому відіграє продумана система мотивації, адже професійне

зростання, зацікавленість і відданість співробітників безпосередньо впливають на ефективність роботи та в майбутньому на успіх підприємства.

Сучасні дослідження в галузі управління персоналом підтверджують, що мотиваційна стратегія є ключовим чинником підвищення продуктивності та зміцнення конкурентних позицій компанії на ринку. Ефективними засобами мотивації визнано визнання досягнень, систему заохочень та розвиток корпоративної культури, які сприяють створенню сприятливого робочого клімату [5].

Мотиваційна стратегія спрямована на формування стимулів і умов, які допомагають працівникам максимально розкрити свій потенціал для досягнення цілей компанії. Вона покликана підвищити рівень задоволеності персоналу та сприяти їхньому професійному зростанню, що, у свою чергу, веде до підвищення продуктивності, покращення якості продукції чи послуг і зміцнення конкурентних позицій підприємства [4].

Сучасна мотиваційна система в організаціях є комплексним процесом, що поєднує різні підходи до стимулювання персоналу. Вона охоплює як матеріальні заохочення – премії, бонуси, акції та перспективи кар'єрного зростання, так і нематеріальні методи, зокрема визнання досягнень і висловлення подяки за вклад у розвиток компанії. Такі заходи сприяють зміцненню внутрішньої мотивації співробітників та створенню сприятливого робочого середовища [5].

Неодмінною частиною мотиваційної стратегії є програми навчання та розвитку, які сприяють професійному зростанню співробітників. Вони можуть охоплювати як внутрішні тренінги, так і зовнішні курси чи сертифікаційні програми [3].

Важливу роль у мотиваційній стратегії відіграють соціально-психологічні чинники. Створення позитивної корпоративної культури, де співробітники відчують свою приналежність до команди та залученість у спільні цілі, є ключовим елементом. Відкрита комунікація та визнання досягнень працівників сприяють формуванню сприятливого середовища, що надихає на професійний розвиток і реалізацію потенціалу. Ефективна реалізація мотиваційної системи вимагає врахування індивідуальних потреб і пріоритетів кожного працівника, надаючи їм можливості для самореалізації та професійного зростання. Такий комплексний підхід сприяє підвищенню рівня мотивації та продуктивності [1].

Основою конкурентоспроможності компанії є комплексне управління, яке враховує як зовнішні, так і внутрішні фактори. Важливу роль у цьому відіграють ефективна мотивація працівників та правильне управління

трудовими відносинами, що дають можливість підприємству бути гнучким і адаптуватися до змін на ринку [4].

Важливо, що у стратегічному управлінні слід враховувати мотивацію через корпоративні цінності та культуру компанії. Створення позитивної організаційної культури, яка відображає стратегічні цілі підприємства, може стати потужним стимулом для працівників, і відповідно до значних досягнень [2].

Збільшення ефективності мотиваційної системи для досягнення стратегічних цілей компанії набуває все більшої актуальності. Однією з нових форм оплати праці, що здобуває популярність, є компенсація у вигляді відсотка від виручки. Однак впровадження таких систем потребує врахування можливих ризиків, таких як нерівність доходів чи конфлікти між різними групами працівників. Тому важливим є проведення ретельного аналізу та планування для мінімізації негативних наслідків.

Література

1. Рудницька О., Комаровський А. Стратегічне управління підприємством як важлива складова системи менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-128>
2. Ольмезова І. К., Дергачова В. В. Управління персоналом як складова стратегії підприємства. *Інтернаука: Міжнародний науковий журнал*. 2021. № 17 (2). С. 35–37.
3. Дашко І. М., Крилов Д. В., Серова В. Ю. Сучасні системи управління персоналом. *Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки*. 2021. Вип. 4(52). С. 121–128.
4. Корольков В. В. Бабенко Д. О. Удосконалення мотиваційного механізму управління персоналом підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL : http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=efek_2020_11_45
5. Прохоровська С. А. Мотивація персоналу підприємств в умовах сучасних викликів. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 2 (02). С. 45–48.