

Самойленков А. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ:
МОТИВАЦІЯ ТА ПРОДУКТИВНІСТЬ**

Управління персоналом, як показав аналіз наукових публікацій різних напрямів [1–4], є центральним елементом будь-якого бізнесу, але у сфері торгівлі це завдання набуває особливого значення. Причиною цього є пряма залежність результатів компанії від якості роботи її співробітників, адже саме вони контактують з клієнтами, забезпечують обслуговування, створюють лояльність до бренду і впливають на кінцеві показники продажів. Торгівля – це не лише цифри, а й людський фактор, який часто визначає успіх або провал. У зв'язку з цим формування ефективної системи мотивації, розвитку та контролю персоналу є основою стійкого розвитку будь-якої торговельної компанії.

Перший крок у створенні успішної кадрової політики – це правильний підбір персоналу. У сфері торгівлі потрібні співробітники, які не тільки мають професійні навички, але й готові активно взаємодіяти з клієнтами, демонструвати високий рівень емоційного інтелекту та комунікативності. Вибір таких людей вимагає ретельного підходу: проведення структурованих співбесід, тестування на стресостійкість і здатність до вирішення конфліктів. Невідповідність між вимогами роботи і характеристиками працівника може призвести до зниження продуктивності і підвищення рівня плинності кадрів.

Ключову роль у збереженні та підвищенні ефективності працівників відіграє мотивація. У торгівлі, де співробітники часто стикаються з високими фізичними та емоційними навантаженнями, належний рівень мотивації є необхідною умовою для забезпечення стабільної роботи. Однією з найефективніших форм мотивації є фінансові стимули, такі як бонуси за виконання плану продажів, премії за якість обслуговування клієнтів або комісійні за високі результати. Водночас зростає значення нефінансової мотивації: можливість кар'єрного росту, визнання досягнень, організація комфортних умов праці та корпоративні заходи. Нефінансові стимули дозволяють зміцнити відданість співробітників компанії, створити відчуття приналежності до спільної справи і покращити загальну

атмосферу в команді. Тому навчання персоналу у сфері торгівлі є важливим елементом розвитку компанії. Постійні зміни у вимогах ринку, впровадження нових технологій та підвищення очікувань клієнтів диктують необхідність регулярного оновлення знань і навичок співробітників. Навчання може включати тренінги з технік продажів, тренінги з роботи з новими цифровими інструментами або навіть психологічну підготовку для роботи зі складними клієнтами. Інвестиції в навчання співробітників окупаються не лише зростанням продуктивності, але й підвищенням лояльності працівників до компанії, оскільки вони відчують турботу про їхній професійний розвиток.

Ще одним важливим елементом є оцінка ефективності працівників. Для цього використовуються такі метрики, як обсяг продажів, середній чек, відсоток виконання плану та задоволеність клієнтів. Сучасні технології дозволяють автоматизувати процес збору даних і створювати об'єктивну картину ефективності кожного співробітника. Крім того, регулярний зворотний зв'язок із працівниками допомагає вчасно виявляти слабкі місця і розробляти план їх усунення.

Окрему увагу слід приділити командній взаємодії. Успіх торговельної компанії залежить від того, наскільки ефективно працівники можуть працювати разом. Створення позитивної атмосфери в колективі, організація корпоративних заходів і спільних проєктів дозволяє зміцнити внутрішні зв'язки і знизити рівень конфліктності.

Роль лідерства у сфері торгівлі є невід'ємною складовою ефективного управління персоналом. Керівники повинні не лише ставити чіткі завдання, а й бути натхненниками для своїх команд, підтримуючи дух співпраці та заохочуючи до досягнення високих результатів. Лідери у торгівлі мають розуміти потреби кожного працівника, створюючи для них умови, в яких вони можуть розкрити свій потенціал. Завдяки цьому формується атмосфера довіри та взаєморозуміння, що є важливим для зменшення плинності кадрів і зростання ефективності роботи колективу.

Таким чином, управління персоналом у торгівлі є комплексним завданням, яке вимагає ретельного підходу до всіх етапів роботи з кадрами. Підбір, мотивація, навчання, контроль і підтримка командного духу є основними компонентами, від яких залежить успіх компанії. Ефективне управління персоналом дозволяє

не лише досягти високих фінансових результатів, а й створити стійку основу для розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Кравченко О. О., Руденко М. В., Лященко М. М. Формування маркетингових рішень у критеріях оцінки працівників для підвищення ефективності управління персоналом підприємства. *Modern Economics*. 2024. С. 49–53.
2. Усова М. О. Управління ризикостійкістю підприємств роздрібної торгівлі. Дисерт. докт. філософії. Спец. 051 – Економіка. Державний біотехнологічний університет, 2024. 278 с. URL: <http://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/usova-dysert-24.pdf>
3. Гейко Є. В., Горська Г. О., Радул, І. Г. Психологічні засади управління персоналом підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія*. 2022. № 1. С. 158–162. <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2022.1.30>.
4. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Управління торговельними підприємствами: інструменти, моделі, принципи та механізми. *Торгівля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку: колект. моногр. / за заг. ред. Т.В. Гринько*. Дніпро: Біла К.О., 2018. С. 244–320.

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Горшков М. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВПЛИВ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У сучасних умовах високої конкуренції та постійних змін в економічному середовищі, ефективне управління персоналом є визначальним чинником для успіху торговельних підприємств. Особливо важливою є здатність підприємств адаптувати свої стратегії до змін та забезпечити високий рівень взаємодії працівників з клієнтами. Від того, наскільки грамотно організовано управління персоналом, залежить не тільки внутрішня ефективність підприємства, але й його здатність досягати конкурентних переваг на ринку.

Різноманітні аспекти управління персоналом торговельних підприємств були розглянуті в роботах таких авторів, як Дончак Л.Г., Добіжа В.В., Шкварук Д.Г. [1], Олійченко І., Дітковська М. [2], Солнцева Н.В., Надворний О.С. [3], Чевганова В.Я., Прийма Ю.О. [4], Шевченко І.Ю., Кубіцький С.О., Кубіцький Ю.С. [5]. У своїх статтях автори підкреслюють важливість формування ефективних систем