

ресурсів, гарантуванню належної якості сільськогосподарської продукції, а також стимулює зростання обсягів її виробництва та збуту.

Список використаних джерел:

1. Коваленко Г. О., Чукіна І. В. ЛОГІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ. *Журнал Агросвіт - наукове фахове видання з питань економіки*. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/1-2_2021/8.pdf
2. Корнієцький О. В. ЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИКИ ДЛЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ | О В Корнієцький | Ефективна економіка №8 2015. *Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4240>.
3. Пальчик І. М. ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ | І М Пальчик | Ефективна економіка №11 2014. *Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3575>.

Оксана ЗАГОРОДНА

здобувачка освітньо-професійної програми
«Управління персоналом», ЗУНУ
Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент
кафедри менеджменту, публічного управління
та персоналу ЗУНУ Світлана ПРОХОРОВСЬКА

РОЛЬ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ В ПОСИЛЕННІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному глобальному економічному контексті, ділова репутация виступає як ключовий детермінант успіху компаній та критичний аспект її конкурентоспроможності. Здатність оцінювати

ділову репутацію відбувається через призму сприйняття підприємства споживачами, партнерами, інвесторами, конкурентами, співробітниками та суспільством в цілому. Вона відображає не лише характеристики якості продуктів або послуг, але і рівень довіри, який здобувається компанією у своїх зацікавлених сторін, зокрема персоналу. Таким чином, створення та управління позитивною діловою репутацією стає стратегічно важливим завданням для будь-якої компанії.

Значущість ділової репутації в сучасному корпоративному оточенні виявляється у її великому впливі на різні аспекти діяльності підприємства. Позитивна репутація сприяє розширенню відомостей про компанію, залучає нових клієнтів, приваблює інвесторів, стимулює співпрацю з потенційними партнерами та забезпечує стійкість на ринку, посилює мотивацію персоналу. З іншого боку, негативна репутація може призвести до втрати довіри споживачів, втрати частки ринку та навіть до фінансових труднощів, занепаду, зростання плинності кадрів.

Один із ключових аспектів впливу ділової репутації на функціонування підприємства полягає в її взаємозв'язку з мотивацією працівників. Позитивна ділова репутація сприяє формуванню стимулюючого внутрішнього морального клімату, що впливає на всі аспекти трудової діяльності працівників [3].

Ефективне управління діловою репутацією передбачає чітке визначення її складових, що впливають на її формування та зміну. У результаті довготривалих наукових досліджень громадської думки та активної роботи провідних міжнародних корпорацій, International Reputation Institute (IRI) встановив шість ключових складових, що становлять репутацію будь-якого підприємства (гудвіл, імідж, фінансова стійкість, соціальна відповідальність, репутація керівника, організаційна культура, якість продукції [1; 2; 4]. Якість управління цими компонентами має безпосередній вплив на успішність компанії на ринку.

Позитивна репутація компанії відіграє важливу роль у підтримці морального та емоційного стану працівників. Високий статус та добра слава підприємства сприяють створенню сприятливого виробничого середовища, що в свою чергу допомагає запобігти виникненню ознак мотиваційного вигорання. Це може бути результатом різноманітних чинників, таких як позитивна репутація компанії, розуміння та підтримка керівництвом, а також високий рівень комунікації та співпраці в колективі. Такі умови сприяють підвищенню задоволеності працівників своєю роботою та посиленню їхньої мотивації.

Ділова репутація виявляє значний вплив на ефективність, продуктивність праці та мотивацію персоналу. Позитивна репутація компанії сприяє залученню та утриманню талановитих працівників та має безпосередній вплив на їхню мотивацію та відданість роботі. Якщо працівники відчують гордість за компанію, їхня мотивація зростає, що в свою чергу призводить до зростання продуктивності та досягнення бізнес-цілей. Однак, негативна ділова репутація може призвести до зниження мотивації працівників, створюючи невпевненість у майбутньому компанії та втрату віри щодо власних можливостей. Тому важливо розробити конкретні стратегії та напрямки для посилення ділової репутації компанії, які сприятимуть підвищенню мотивації працівників та досягненню успіху в динамічному бізнес-середовищі.

Забезпечення адекватного компенсаційного пакету для працівників є ключовим аспектом успішної ділової стратегії будь-якої компанії. Компенсаційний пакет включає в себе не лише заробітну плату, а й різноманітні додаткові вигоди та компенсації, такі як бонуси, медичне страхування, пенсійні плани, відпустки та інші соціальні пільги. Правильно структурований та конкурентоспроможний компенсаційний пакет демонструє відповідальність та турботу компанії про своїх працівників, що сприяє позитивному сприйняттю компанії як надійного та

привабливого роботодавця. Крім того, задоволеність працівників своїм компенсаційним пакетом впливає на їхню продуктивність, мотивацію та залученість до цілей компанії, що в свою чергу позитивно позначається на якості роботи та відображається у загальній діловій репутації організації [3].

Сучасним компаніям важливо розуміти, що репутація формується й в онлайн-просторі. У зв'язку з цим, активний розвиток присутності в соціальних мережах стає стратегічно важливим елементом для будь-якого бізнесу. Публікація актуальної інформації про діяльність компанії на відомих бізнес-платформах та соціальних медіа дозволить зберегти та зміцнити довіру клієнтів, партнерів і наявних співробітників. Більш того, це допоможе привернути увагу талановитих фахівців з ринку праці, які шукають не лише роботу, але й можливість розвитку та професійного зростання в стабільній та перспективній компанії. Відкритість та конструктивний діалог з аудиторією в онлайн-середовищі створюють позитивне сприйняття бренду та сприяють побудові довгострокових відносин з усіма зацікавленими сторонами. Підприємствам необхідно мати власний веб-сайт і активно управляти сторінками в Instagram, Facebook і YouTube. Створення сторінки на TikTok може стати важливим кроком у привертанні уваги молодшої аудиторії та підвищенні впливу в онлайн-середовищі. Для зміцнення ділової репутації необхідно не тільки активно розвивати власну присутність у соціальних мережах, але й стимулювати працівників компанії до публікації успіхів у власних профілях. Це сприятиме створенню позитивного враження про компанію в суспільстві, демонструючи широкому колу людей високий рівень її довіри та успішності.

Ділова репутація виявляє значний вплив на мотивацію персоналу. Вона стає важливим фактором, який формує почуття гордості і зацікавленості працівників у успіхах та досягненнях компанії. Позитивна репутація визнається як показник довіри,

стабільності та високого статусу організації, що може стимулювати працівників до більш високих стандартів продуктивності. Крім того, вона створює сприятливе робоче середовище, де працівники відчуються частиною успішної команди та бажають долучитися до досягнення спільних цілей. Ефективне управління діловою репутацією є не лише стратегічною необхідністю для організаційного успіху, але й ключовим фактором у створенні мотивованого та продуктивного колективу.

На нашу думку основними напрямками удосконалення ділової репутації з метою посилення мотивації працівників підприємства повинні бути: 1) висока соціальна відповідальність бізнесу; 2) постійний перегляд та вдосконалення компенсаційного пакету; 3) залучення працівників до процесу прийняття рішень; 4) підтримка позитивного робочого середовища; 5) створення можливостей для зростання; 6) відображення у соціальних мережах образу надійного роботодавця.

Список використаних джерел:

1. Берницька Д. І., Кравчук Н. О. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства. *Інноваційна економіка*. 2011. С. 41-45.
2. Прохоровська С.А. Ділова репутація підприємства як важливий стратегічний актив. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах сучасних викликів: матеріали доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (Ч. 1) (Тернопіль, 4 травня 2023 року)* С.141-143.
3. Прохоровська С. А. Мотивація персоналу підприємств в умовах сучасних викликів. *Трансформаційна економіка*. 2023. №2 (02). С. 45-48.
4. Щербакова К. Ділова репутація як складова конкурентоспроможності підприємства. *Економіка*. 2010. №2 (102). С. 58-63. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/22032>