

которые теперь могут быть идентифицированы брендами благодаря все более совершенным инструментам, доступным для измерения и прогнозирования поведения клиентов.

Развитие способности замечать такие моменты и реагировать на них с помощью персонализированных маркетинговых подходов становится ключевым приоритетом для многих маркетологов. Сегодня потребители ожидают, что бренды поймут и отреагируют на их индивидуальные потребности, предоставив им то, что уникально для них в первую очередь. Например, такие компании, как Expedia или TripAdvisor, могут определить, когда потенциальный клиент прибыл в новый город, и предоставить ему рекомендации по отелям или ресторанам [2].

**Заключение.** Цифровые технологии улучшили нашу жизнь, мы можем делать покупки, не выходя из дома, также можем увидеть, как мебель будет смотреться в нашем интерьере. Есть и минусы искусственного интеллекта, он заменит ручной труд и многие потеряют работу.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 367 с.
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304с.

УДК 331.101

### МОТИВАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

*А. В. Хохлов, С. В. Глубокий ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. техн. наук, доцент С. В. Глубокий*

*Резюме – в научной работе рассматривается, что мотивация является важной движущей силой, которая может явиться побудительным мотивом к повышению эффективности работы как отдельного сотрудника, так и предприятия в целом.*

*Resume – the article presents that motivation is an important driving force that can be an incentive to improve the efficiency of both an individual employee and the company as a whole.*

**Введение.** Одним из важных вопросов, которые приходится решать руководителям предприятий, является вопрос мотивации сотрудников. Мотивированные сотрудники продуктивны, верны, нацелены на конечный результат. Существуют различные подходы и методы мотивации персонала.

**Основная часть.** Мотив – это важная движущая сила, которая побуждает человека совершать те или иные действия [1]. Механизм мотивации циклический, начиная от осознания потребности и заканчивая полученным результатом. Каждый из элементов этого механизма находится во взаимосвязи, дополняет друг друга, а результат может явиться побудительным мотивом к повышению эффективности работы (рис. 1).



Рисунок 1 – Механизм мотивации

Источник: Разработка автора на основе [3].

Существуют такие способы мотивации сотрудников как психологическая, материальная и социальная [3]. Материальная мотивация наиболее эффективна для отдельного сотрудника и может быть выражена как в поощрении, так и в виде системы штрафов, что повышает ответственность сотрудника. Постоянно использовать материальную мотивацию опасно, поскольку наряду с ней другие методы могут оказаться малоэффективными. Психологическая мотивация в виде похвалы, предоставления дополнительных выходных, перспективы карьерного роста, возможности развития и самообразования, направлена на получение сотрудниками эмоционального удовлетворения и повышения уверенности в своих возможностях. Данная мотивация способствует сплочению коллектива и созданию благоприятного микроклимата, но является пока самой невостребованной.

Социальная мотивация в виде медицинского обслуживания, страховых полисов, оплаты транспортных расходов, программ кредитования, позволяет стимулировать заинтересованность сотрудника в высоких показателях труда. По данным исследований [2], уровень заработной платы остается главным мотиватором для большинства людей. Немаловажным фактором является и возможность карьерного роста. Так же считается, что за хорошую оплату труда сотрудники готовы мириться с рутинностью ра-

боты, отсутствием карьерного роста, переработками, но при этом, плохие условия труда или отношения в коллективе могут стать причиной демотивации и даже смены работы. С вопросами мотивации персонала сталкивается каждый руководитель. А поскольку успех предприятия зависит, прежде всего, от сотрудников, важно найти именно тот метод мотивации, который позволит улучшить климат в коллективе, обеспечит уверенность каждого сотрудника и, будет способствовать повышению производительности труда и эффективности работы в целом.

**Заключение.** Таким образом, мотивация персонала является неотъемлемой частью эффективности работы как отдельных сотрудников, так и предприятия в целом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кибанов, А. Я. Кадровая политика и стратегия управления персоналом / А. Я. Кибанов, Л. В. Ивановская. – М., 2020. – 64 с.
2. Маслова, В. М. Управление персоналом / В.М. Маслова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 432 с.
3. Тебекин, А. В. Стратегическое управление персоналом / А. В. Тебекин. – М.: КноРус, 2020. – 720 с.

УДК 659.152

#### ОНЛАЙН-ВЫСТАВКИ: ОСОБЕННОСТИ, ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

*А. В. Цеханович, студентка группы 10504220 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель И. Е. Ругалёва*

*Резюме – в научной работе описываются причины распространения и развития онлайн-выставок, даётся их краткая характеристика, определяются преимущества и недостатки, а также особенности проведения кибер-выставок.*

*Summary – the scientific work describes the reasons for the spread and development of online exhibitions, gives a brief description of them, identifies the advantages and disadvantages, as well as the features of conducting cyber-exhibitions.*

**Введение.** В связи с пандемией коронавируса, развитием информационных технологий, а также появлением спроса на новые нестандартные решения вопрос проведения онлайн-выставок становится все более актуальным.

**Основная часть.** Онлайн-выставка (виртуальная экспозиция, онлайн галерея, кибер-выставка) – выставка, местом проведения которой является киберпространство. Онлайн-выставка – это представительный сайт, позволяющий получить доступ к работам физического лица, а также проектам юридического лица в традиционном выставочном формате. Участниками