

працівників, які розуміють важливість екологічних ініціатив та вміють ефективно управляти ресурсами. Компанії повинні інвестувати в навчання та розвиток своїх співробітників, створюючи умови для постійного підвищення їхньої кваліфікації та обізнаності у сфері сталого розвитку.

Отже, фінансове управління в сталій логістиці є складним та багатогранним процесом, який вимагає комплексного підходу та взаємодії всіх учасників логістичних ланцюгів. Інтеграція екологічних та соціальних аспектів у фінансові стратегії дозволяє компаніям не тільки підвищити свою конкурентоспроможність, але й зробити істотний внесок у збереження навколишнього середовища. Успішне фінансове управління сталою логістикою потребує гнучкості, інноваційності та готовності до змін, що дозволяє компаніям адаптуватися до нових викликів та забезпечити стійкий розвиток у майбутньому.

УДК 658.3

АДАПТАЦІЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІД ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ КРЕАТИВНОЇ ІДЕЇ

ADAPTATION OF STAFF MOTIVATION METHODS TO THE STAGES OF CREATIVE IDEA REALIZATION

*П.С. Мисютіна, д-р економ. наук Л.Л. Калініченко,
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна*

*P.S. Misyutina, Doctor of Economics L.L. Kalinichenko,
V.N. Karazin Kharkiv National University*

В умовах сучасного ринку ефективно управління мотиваційними процесами сприяє підвищенню продуктивності, творчої активності та задоволеності працівників. Однак, різні етапи реалізації креативної ідеї вимагають специфічних підходів до мотивації.

Здатність організацій генерувати та реалізовувати креативні ідеї стає вирішальним фактором успіху. Важливим аспектом є мотивація персоналу, адже від залученості та натхнення працівників залежить ефективність впровадження нововведень.

Мотивація в широкому розумінні є психологічним станом людини, який відображає її потреби, інтереси та установки в конкретний момент часу і визначає рівень її активності у роботі. Цей стан формується під впливом внутрішніх факторів (мотивів, очікувань, ціннісних установок) та зовнішніх

стимулів [1]. Але мотивація не може бути однаковою на різних етапах реалізації креативних ідей, тому окреслимо можливі варіанти мотивації на кожному з них.

Першим етапом завжди є зародження ідеї. Це дуже важливий етап, тому що потрібно залучати якомога більше людей висловлювати свої думки та пропонувати різні рішення. Будь-яка ідея, яка виникає у працівників, має бути орієнтована на досягнення стратегічних цілей і виконання завдань, озвучених під час нарад [2]. На цьому етапі можна запроваджувати системи визнання, де працівники отримують похвалу та бонуси за висунення нових ідей, що відповідають стратегічним цілям компанії, а також залучати співробітників до нарад, щоб допомогти їм краще розуміти напрямки розвитку компанії та стимулювати генерування ідей.

Другим етапом в процесі реалізації ідей є їх розвиток і покращення. В цей час ідеї повинні розвиватися, відбувається детальне опрацювання та доопрацювання висунутих пропозицій. Цей процес включає збір зворотного зв'язку, проведення додаткових досліджень та тестування концепцій у невеликих масштабах, щоб визначити їхню ефективність та відповідність стратегічним цілям організації. Тут важливо організовувати регулярні сесії мозкового штурму. Основною передумовою успішного проведення сесій мозкового штурму є готовність учасників відкрито висловлювати нетрадиційні рішення [3]. Крім того, впровадження програми менторства, це сприяє передачі знань, розвитку нових навичок і мотивує обидві сторони до співпраці, що значно підвищує ефективність реалізації креативних ідей.

Наступними етапами можуть бути спад розвинення ідей та депресія. Ці періоди супроводжуються небажанням працівників залучатися до процесів розробки та впровадження ідей, їхнім страхом та відсутністю підтримки з боку роботодавця або керівника, також самі ідеї та доопрацювання стають менш креативними та цікавими. Тут можна використовувати ротачію завдань, що сприяє уникненню рутини та підтримує зацікавленість працівників, оскільки вона передбачає періодичну зміну завдань та проектів. Також можлива організація стимулюючих заходів, таких як конкурси інновацій або ідей з нагородами для кращих пропозицій, сприяє поверненню зацікавленості працівників у генерацію ідей. Надання можливості співробітникам звертатися за індивідуальною підтримкою та порадами дозволяє їм відчувати себе важливими для керівництва.

На завершальних етапах реалізації креативної ідеї проводиться управлінська оцінка пропозицій та відбувається вибір остаточної ідеї. На цих етапах важливо заохочувати до конструктивної критики, тобто стимулювати вільне обговорення ідей, що сприятиме покращенню процесу оцінки та визначенню найбільш обіцяючих пропозицій. Не менш важливе запровадження системи визнання та винагород за ідеї, що отримали високі

оцінки при визначення головних ідей, що може виявитися ефективним методом стимулювання співробітників до активного подання та аналізу ідей. А останнім кроком після ретельно проведених досліджень проєктів та ідей може стати створення командних проєктів на основі обраних ідей, що мають потенціал для практичної реалізації, що буде сприяти підвищенню мотивації співробітників через активну участь у спільній роботі та зміцнення взаємодії в колективі.

Таким чином, важливо підкреслити, що успішна реалізація креативних ідей вимагає комплексного підходу та систематичних заходів з мотивації персоналу. Такий підхід створює позитивне середовище для розвитку та впровадження інновацій, що сприяє досягненню стратегічних цілей компанії та підвищенню її конкурентоспроможності.

[1] Мотивація персоналу. / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. — К.: КНЕУ, 2011. — 397, [22] с.

[2] Башук Т. О. Стимулювання та розвиток креативності в персоналу / Т.О. Башук, М.О. Хижняк // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2013. - №1. – С. 150-160. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi_2013_1_150_160.pdf.

[3] Кочерга С. В. «Мозковий штурм» як ефективний метод навчання // Вісник Науково-методичного центру навчальних закладів сфери цивільного захисту. – 2017. – №27. С. 35 – 38.

УДК 656.2:656.025.4.

МУЛЬТИМОДАЛЬНІ ТРАНСПОРТНІ РІШЕННЯ ТА ІНТЕГРОВАНІЙ МАРКЕТИНГ: РОЗШИРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

MULTIMODAL TRANSPORTATION SOLUTIONS AND INTEGRATED MARKETING: EXPANDING THE CAPABILITIES OF RAIL TRANSPORT

Г.Є. Островерх, С.О. Токаренко

Український державний університет залізничного транспорту (м.Харків)

Hanna Ostroverkh, Sergey Tokarenko

Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)

У сучасному світі, що характеризується зростаючою мобільністю та постійним прагненням до зручності, пасажирів все більше вимагають безперервного та ефективного пересування, яке об'єднує різноманітні види транспорту. Мультимодальні транспортні рішення, що поєднують залізничний транспорт з іншими модальностями, такими як автобусний, авіаційний та морський транспорт, стають ключовим чинником у