

2. 4 листопада – День залізничника України / Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <https://library.btu.kharkov.ua/sotsiokulturnyi-prostir/kalendarnyi-koshyk/den-zaliznychnyka-ukrainy.html> (дата звернення: 27.03.2023).

3. Дикань О.В. Модель інвестиційного забезпечення впровадження інновацій на промислових підприємствах залізничного транспорту України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 125-130.

4. Ейтутіс Г., Никифорок О., Бойко О. Потенційні джерела інвестування в розвиток залізничного транспорту України: можливості їх диверсифікації. *Економіст*. 2012. № 8. С. 64-69.

5. Deutsche Bahn обіцяє довгострокову допомогу і підтримку Укрзалізниці: підписали меморандум. *Економічна правда*. 2022. 20 вересня. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/20/691681/> (дата звернення: 27.03.2023).

УДК: 658.310.7

МОТИВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС: ОСНОВНІ СТАДІЇ ТА ФАКТОРИ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ ХАРАКТЕР МОТИВАЦІЇ

Літун А.А., Шпартюк Н.О., здобувачі вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Мотивацію як процес можна виразити у вигляді шести етапів, які відбуваються один за одним. Звичайно, таке бачення процесу є досить умовним. Це пов'язано з тим, що в реальності немає такого чіткого розмежування між етапами і немає окремого мотиваційного процесу. Адже етапи мотиваційного процесу завжди можуть сповільнюватися та ускладнюватися під впливом різноманітних факторів [1].

Модель мотиваційного процесу складається з шести етапів [2].

Перший етап – формування потреб. Потреби з'являються у вигляді відчуття людиною того, що їй чогось не вистачає. Коли потреба виникає, вона починає «вимагати», щоб був знайдений спосіб її задоволення. Потреби можна розділити на три групи: фізіологічні, психологічні та соціальні.

Етап 2 – пошук шляхів усунення потреби. Коли проблема виникає і створює проблему для людини, вона починає шукати шляхи її усунення: задовольнити; придушити; ігнорувати.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Подольська

Етап 3 – Визначення цілей (плану дій). Вирішується питання про те, що людина повинна зробити і якими засобами для того, щоб задовольнити потребу:

1. Що потрібно отримати, щоб задовольнити потребу?
2. Що потрібно зробити, щоб отримати бажане?
3. Як далеко я можу зайти, щоб досягти цього?
4. Якою мірою те, що я можу отримати, може задовольнити мої потреби?

Етап 4 – Вжиття заходів. Докладаються зусилля, щоб вжити заходів, які в кінцевому підсумку дозволять вам отримати щось, що допоможе вам задовольнити ваші потреби.

Етап 5 – Отримання винагороди за свою поведінку. Після виконання завдання людина отримує щось, що можна використати безпосередньо для задоволення потреби або обміняти на щось бажане. Це дає їй змогу зрозуміти, наскільки її дії призвели до бажаного результату. Це може призвести до наступних наслідків: послаблення мотивації; збереження мотивації; посилення мотивації.

Шостий крок - вирішення бажання, який визначає, як бажання вплинуло на людину: призупинити поведінку до появи нової мотивації; продовжувати шукати шляхи усунення потреби.

На практиці існують фактори, які ускладнюють і роблять незрозумілим процес мотивації. Три з них є найбільш важливими [1-4]:

1. Нечіткий мотиваційний напрямок.
2. Варіації в мотиваційному процесі.
3. Відмінності та неоднорідність індивідуальних мотиваційних структур.

Отже, мотивація - це процес пробудження та впливу на людину певних спонукань для досягнення певної поведінки. Вона є ядром і основою управління людьми. Існує також прямий зв'язок між ефективністю управління і тим, наскільки добре здійснюється процес мотивації [3].

Бібліографічний список:

1. Джур О.Є., Румянцева Г.О., Лисихін О.Г. Мотиваційний складник трудових процесів у сучасній виробничій системі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. URL: <https://global-national.in.ua/issue-20-2017>
2. Подольська О.В., Оберемок В.В. Мотивація та стимулювання персоналу на підприємствах *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. (№ 3). С. 62-67.

3. Подольська О.В., Оберемок В.В. Напрямки підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків, 2018. Вип. 193. С. 284-290.

4. Подольська О.В., Оберемок В.В. Процес адаптації персоналу на підприємстві *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків, 2019. Вип. 200. С. 283-291.

УДК: 658:338

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЄКТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Марченко М.В., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5789-3239>

Інструменти діджиталізації мають потенціал для трансформації управління проектами в сільському господарстві шляхом покращення співпраці, комунікації і управління даними. Ці інструменти можуть допомогти зацікавленим сторонам планувати, виконувати та контролювати проекти агробізнесу ефективніше та результативніше.

Інструменти діджиталізації в управлінні та виробництві проєктів можуть охоплювати широкий спектр технологій та програмних додатків, про ще йдеться в роботах [1-4].

Серед інструментів діджиталізації можна назвати такі.

Програмне забезпечення для управління проєктами – це цифрові інструменти, які допомагають планувати, організовувати та відстежувати завдання проєкту, терміни та ресурси. Приклади програмного забезпечення для управління проєктами включають проєкт Trello, Asana та Microsoft.

Інструменти комунікації – це цифрові інструменти, які полегшують спілкування між членами проєкту, зацікавленими сторонами та партнерами. Приклади інструментів зв'язку включають команди Slack, Zoom та Microsoft.

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор А.О. Ломовських