

Основними перевагами валюти, як показують дослідження, є децентралізація, анонімність та безпека транзакцій, якщо звісно ти сам не помилишся з нею, бо відправивши, її вже не можна відмінити, так як вона записана в блоці.

Література:

1. Блокчейн URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/blockchain>
2. База даних транзакцій BSC URL: <https://bscscan.com/>
3. Переваги криптовалюти URL: http://www.visnyk-ekonom.uzhnu.uz.ua/archive/26_1_2019ua/26.pdf
4. Кабінету Міністрів України. Закон про віртуальні активи URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text>
5. Топ 10 країн по володінню крипто URL: <https://triple-a.io/crypto-ownership/>
6. Міністерство цифрової трансформації України URL: <https://thedigital.gov.ua/news/mintsifra-rozpochala-spivpratsyu-z-odnieyu-z-naykrupnishikh-kriptoalyutnykh-birzh-u-sviti>
7. DoubleTOP. Berehinya URL: <https://opensea.io/collection/bereh>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-266-4/47>

ЗАСТОСУВАННЯ ЕФЕКТУ МАЛЕНЬКОЇ ПЕРЕМОГИ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПЕРСОНАЛУ

Гновенко Д. О.

*здобувач вищої освіти першого (бакалаврського рівня)
спеціальності 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник: **Голіонко Н. Г.**
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

Мотивація персоналу завжди була однією з ключових проблем, які доводиться вирішувати майже кожному підприємству – незалежно від

сфери його діяльності. В працях таких вчених як Ф. Герцберг, Г. Емерсон, Ф. Тейлор, А. Файоль, М. Фоллет, Д. Макклелланд, А. Маслоу чітко прослідковується твердження, що саме від рівня мотивації працівників великою мірою залежить успіх підприємства. На сьогодні інструментарій засобів та методів мотивації працівників значно розширений та вдосконалений. Не останню роль в цьому відіграли і вітчизняні науковці: О. А. Бугуцький, А. М. Колот, С. О. Цимбалюк, Г. А. Дмитренко тощо.

Оскільки персонал підприємства – це насамперед люди, то стає очевидно, що рівень мотивації, а отже і рівень продуктивності операційної системи, буде залежати від психологічного стану працівників. Перед автором постала задача з'ясування можливості застосування суто психологічного ефекту маленької перемоги, вперше поміченого видатним полководцем Сунь-дзи, в процесі мотивації персоналу.

Концепт «маленької перемоги» був вперше помічений та задокументований у фундаментальному трактаті з військової справи «Мистецтво війни» Сунь-дзи [1]. Його можна сформулювати так. Перед генеральною битвою важливо провести маленьку, стратегічно незначущу операцію, яка обов'язково повинна завершитися перемогою. Таким чином бойовий дух війська буде підвищено, а ймовірність перемоги в основній битві значно зросте. Роберт Грін, американський письменник психологічного жанру, стверджує, що цей ефект можливо застосувати не лише у військовій справі, але й в сфері психології, а отже і в області відносин між менеджерами та працівниками [2]. Ефективність такого методу мотивації можна пояснити низкою змістовних та процесних теорій мотивації. Так, загально визнаною потребою в ієрархічній теорії А. Маслоу, теорії набутих потреб Д. Макклелланда та двофакторній теорії мотивації Ф. Герцберга є потреба в успіху (досягненнях) [3]. В той же час процесна теорія сподівань В. Врума стверджує, що мотивація залежить від винагороди (у випадку з військом винагорода – це перемога в маленькій операції). Отже, успіх у незначній справі збільшує мотивацію для вирішення більш складних задач. Подібний підхід можливо відстежити в розробленому Стівом Бланком та Бобом Дорфом методі попереднього тестування на споживачах, який був неодноразово застосований на практиці у відомих компаніях [4]. Суть методу полягає в переборі можливих функцій та рис продукту та їх поступового додавання з точки зору цінності для споживача. Тобто кожний вдалий фідбек від споживачів можна вважати ефектом маленької перемоги, який збільшує мотивацію персоналу.

На думку автора, практична цінність застосування ефекту маленької перемоги лежить у сфері теорії стартапів. Стартап – це не зменшена

копія великого підприємства, це пошук бізнес-моделі, яка в майбутньому стане підприємством [4]. Саме на цьому етапові пошуку, коли фінансові ресурси обмежені, відсутня будь-яка репутація, а стратегія ще не вироблена, особливого значення набуває ентузіазм персоналу. Для підтримки ентузіазму (тобто мотивації) працівників на цьому етапові, коли застосування гігієнічних факторів Ф. Герцберга практично неможливе, лідеру групи важливо створити низку «маленьких» перемог, нехай навіть створених штучно. Лідер групи (говорити про окремого менеджера з персоналу ще зарано), що займається розвитком стартапу, повинен чітко усвідомлювати, що їх практична цінність зазвичай несуттєва, проте вони мають надзвичайний психологічний вплив і виступають в ролі дійсного мотиватора.

Також важливо розуміти, що зазвичай ціль, яку підприємство повинно досягти, розбивається на менші підцілі. Цілком зрозуміло, що по мірі безперервного просування ланцюгом підцілей, мотивація працівників буде на високому рівні. Проте «досягнення підцілі» та «маленька перемога» – це зовсім різні поняття, хоча обидва є джерелами мотивації. Основними особливостями маленьких перемог є їхня повна незалежність від основної канви підцілей, а також штучність походження. Застосування ефекту маленьких перемог є доцільним при кризових ситуаціях, коли просування ланцюгом підцілей призупинено через виникнення непередбачуваних ситуацій або проблем, а рівень мотивації знизився. Звичайно, застосування ефекту маленьких перемог потрібно поєднувати з енергійними зусиллями, покликаними вирішити проблеми, які стали причиною зупинки. Тобто основна функція методу маленьких перемог – це створення «психологічної завіси», яка дає можливість для швидкого маневру з вирішення проблеми без падіння рівня мотивації.

Що може виступати в ролі маленької перемоги? Вирішення будь-якої проблеми, яка має опосередкований зв'язок зі сферою діяльності стартапу або підприємства та є при цьому нескладною у вирішенні або ж штучно створена ситуація, яка може підняти рівень мотивації персоналу. Це може бути замовлена стаття в місцевій газеті, яка висвітлює важливість підприємства для місцевої економіки, або ж повідомлення про те, що було укладено вигідний партнерський договір тощо. Основна задача керівника або ж власника – інтерпретувати такі ситуації як показник рівня успішності команди.

Отже, рано чи пізно будь-який стартап або підприємство зіштовхується з проблемами чи ситуаціями, що стають на заваді досягнення основних цілей. В більшості випадків це призводить до падіння рівня мотивації працівників (команди). Більшість менеджерів забувають про це, намагаючись знайти вирішення проблеми. Автором

було запропоновано методику застосування ефекту маленької перемоги як інструменту підтримки високого рівня мотивації під час вирішення кризових ситуацій, що може бути застосована не тільки на підприємствах зі сформованою структурою, а й в сфері стартапів.

Література:

1. Сунь-дзи Мистецтво війни / пер. з кит. С. Лесняка. Л.: Видавництво старого лева, 2015.
2. Роберт Грин 33 стратегії війни / пер. с англ. Е. Мигунова. М.: Рипол-классик, 2016.
3. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. К.: КНЕУ, 2012.
4. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера / пер. з англ. Н. Валевської. К.: Наш формат, 2019.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-266-4/48>

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ

Горбаньова В. О.

*старший викладач кафедри менеджменту,
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії 2 курсу
заочної форми навчання, спеціальності 073 – Менеджмент
факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Процес цифровізації економіки України на сьогоднішній день має пріоритетне значення у всіх сферах економіки, зокрема в індустрії гостинності. Цифровізація орієнтована на глобальне застосування цифрових технологій у діяльності економічних суб'єктів, формування інформаційного суспільства та цифрової економіки у цілому.

Розглянемо вплив сучасних технологій на трансформацію та майбутній розвиток готельної галузей, а також зміну економічних та