

Секція: **СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ,
МЕНЕДЖМЕНТУ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

УДК 005.34:005.95/96

Коваль Н. В., канд. екон. наук

Руденко М. В., асистент

Білоцерківський національний аграрний університет

**Креативний менеджмент: гейміфікація як сучасний інструмент
управління персоналом**

Розглянуто сутність, мету та завдання гейміфікації, її базові принципи та форми. Узагальнено переваги гейміфікації в HR-сфері.

Ключові слова: гейміфікація, soft skills, управління персоналом.

Гейміфікація (від англ. Gamification – ігрофікація) – це використання ігрових елементів у неігровому контексті [1, с. 36]. До ігрових елементів належать: ігрові динаміки (можливі сценарії розвитку гри та результати, яких може досягти гравець), ігрові механіки (правила гри), ігрова естетика (емоційні переживання) та соціальна взаємодія [2; 3].

А.Д. Мостова наголошує, що гейміфікація використовується з метою управління поведінкою окремих груп людей [2]. У зв'язку з цим розрізняють два види гейміфікації:

1) внутрішню, спрямовану на працівників підприємства (організації), метою якої є підвищення їх продуктивності праці. Зростання популярності внутрішньої гейміфікації пов'язане з необхідністю формування та розвитку у персоналу soft skills, які нині потрібні у будь-якій сфері діяльності. Це комунікативні навички, здатність працювати в команді, управляти часом, гнучкість, лідерські якості. Саме ці навички сприяють швидкій адаптації працівників до змін, вирішенню нестандартних завдань, та порівняно легко формуються саме у процесі гри;

2) зовнішню, яка спрямована на споживачів з метою підвищення їх лояльності та зростання доходів підприємства. Активний розвиток зовнішньої гейміфікації пов'язаний зі зменшенням ефективності традиційних видів реклами, зростанням кількості мобільних пристроїв та доступністю інтернету для населення, а також залученістю значної кількості людей до різних ігрових заходів, які монетизуються.

Необхідно зазначити, що компанії різного розміру використовують гейміфікацію з різною метою. Стартапи зазвичай використовують гейміфікацію для створення продукту, який максимально задовольнятиме

потреби споживачів; середній бізнес гейміфікує маркетингові процеси для підвищення пізнаваності бренду та збільшення лояльності покупців товарів і послуг; великі компанії гейміфікують переважно HR-процеси [4].

Головна перевага гейміфікації – використання психології гри: продумане створення викликів, які мотивують долати труднощі, у процесі чого задовольняються вищі потреби людини (поваги, самоповаги та визнання; самореалізації), а складні завдання вирішуються захоплюючим способом.

Головні принципи ефективної гейміфікації в HR-менеджменті: зв'язок з реальністю (виконання працівником тих самих функцій, що й догейміфікації); спонукання до взаємодії (наявність пропозицій, що стимулюють працівника добровільно включитися в гру); продумані умови та правила гри; врахування віку працівників (гейміфікація переважно подобається представникам поколінь Y та Z); наявність несподіваних заохочень за якісне виконання певних етапів роботи (мотивують продовжувати гру); статус (демонстрація успіхів гравця, що задовольняє його вищі потреби); продумана система винагород (сприяють отриманню задоволення від гри); добровільність участі у грі (можливість у будь-який момент відмовитись від неї та виконувати свої обов'язки у звичному режимі).

Переваги застосування гейміфікації в HR-менеджменті висвітлені в таблиці.

Таблиця – Переваги застосування гейміфікації в HR-менеджменті

Функції HR-менеджера	Переваги застосування гейміфікації
Рекрутмент (набір, відбір та адаптація персоналу)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість найму найкращих представників поколінь Y та Z, які сформувались під впливом цифрової революції, та на бажання яких працювати в конкретній компанії суттєво впливають рівень її технологічної складності та можливість працювати у цікавих проєктах. 2. Тестування претендентів на здатність знаходити оптимальний варіант вирішення проблеми або адекватно діяти у критичних ситуаціях. 3. Можливість застосування гейміфікованого процесу адаптації персоналу (проходження інструктажу з техніки безпеки, ознайомлення з корпоративними цінностями тощо).
Оцінювання персоналу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Унаочнення результатів роботи працівників. 2. Оперативний зворотній зв'язок за результатами діяльності персоналу.
Мотивація	<ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення векторів розвитку команди та кожного працівника та стимулювання до руху у потрібному напрямку. 2. Збільшення залученості персоналу в роботу компанії. 3. Стимулювання духу змагання.

Навчання і розвиток персоналу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Залучення працівників до процесу навчання без адміністративних зусиль. 2. Розвиток у персоналу softskills: об'єднання співробітників загальною ідеєю; залучення до командної роботи; виявлення та розвиток лідерських якостей у працівників. 3. Засвоєння певної послідовності дій (аж до автоматизму), формування правильної поведінки. 4. Використання ігрових методик при формуванні кадрового резерву.
Корпоративна культура та внутрішні комунікації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формування комунікативних навичок. 2. Розвиток дружніх взаємин у колективі. 3. Зменшення кількості конфліктів в організації. 4. Прищеплення цінностей компанії.

Джерело: розроблено авторами.

Таким чином, результатом використання гейміфікації в HR-менеджменті є підвищення рівня продуктивності праці в компанії.

Список літератури

1. Вербак К., Хантер Д. Вовлекай и властуй: Игровое мышление на службе бизнеса. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 100 с.
2. Мостова А. Д. Поняття гейміфікації та її роль у маркетингу. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2018. № 1 (24). С. 96-106.
3. Бурачек І. В., Ніколайчук Ю. Ю. Теоретичні та методичні аспекти впровадження гейміфікації на підприємстві. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3(14). С. 153-159.
4. Кизименко К. Гейміфікація як сучасний інструмент розвитку бізнесу. Сучасні підходи до управління підприємством: VIII Всеукраїнська наук.-практ. конф. з міжнародною участю. 2017. С. 20. URL: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/99806>

УДК 378.147.091.39:316

Хахула Л.П., канд. пед. наук

Хахула Б.В., асистент

Білоцерківський національний аграрний університет

Впровадження нетрадиційних методів навчання під час викладання дисципліни "соціологія"

У статті досліджено нові підходи щодо активізації повсякденного знання в аудиторії в процесі викладання соціології, його удосконалення, а також і модернізації в загальній системі освітньої діяльності, і на цій основі виявлення та поширення даного позитивного досвіду в сучасному закладі вищої освіти.

Ключові слова: нетрадиційні методи навчання, гуманістичні сторони викладання, активізація пізнавальної діяльності, освітня парадигма, проблемне навчання.

Зміна парадигми вищої освіти, рух від викладання до учення, тобто побудова схеми і методів освітнього процесу, в центрі якого знаходиться