

УДК 331.101.3

Вонберг Т.В.¹, Колеснікова Л.В.²¹ доц. Київського національного економічного університету ім. В.Гетьмана² студ.гр.ФД-301 Київського національного економічного університету ім. В.Гетьмана

ГЕЙМІФІКАЦІЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ: СВІТОВІ ПРАКТИКИ

Бізнес-середовище сьогодення все частіше використовує інноваційні підходи для підвищення залученості та мотивації працівників компанії. Одним із таких підходів можна вважати гейміфікацію, тобто впровадження елементів гри у неігрові контексти, такі як робочі процеси, навчання чи корпоративна культура. Очевидно, що сьогодні гейміфікація стала ефективним інструментом менеджменту персоналу, яка допомагає створювати середовище, в якому працівники зацікавлені у досягненні цілей, вдосконаленні своїх навичок та підвищенні продуктивності.

Зауважимо, що основна ідея гейміфікації полягає у тому, щоб робочі завдання та навчання були не просто необхідними обов'язками, а викликали інтерес і захоплення. В результаті гейміфікація дозволяє залучити працівників до активної участі в корпоративному житті, допомагає мотивувати їх до досягнення поставлених цілей та сприяє розвитку навичок. Отже, стають очевидні переваги цього процесу.

По-перше, гейміфікація доволі ефективно впливає на процеси навчання та розвитку персоналу. Наприклад, навчальні програми у вигляді інтерактивних ігор або симуляцій дозволяють працівникам швидше засвоювати нові знання, відпрацьовувати навички у безпечному середовищі та відразу отримувати зворотний зв'язок щодо власних результатів. Це значно підвищує ефективність корпоративного навчання. По-друге, застосування елементів гейміфікації покращує внутрішню комунікацію та співпрацю у команді. Завдяки груповим завданням, челенджам і спільним змаганням, працівники активніше взаємодіють, обмінюються досвідом та підвищують ефективність командної роботи. Останнє сприяє формуванню корпоративної культури, заснованої на підтримці, довірі та спільних досягненнях. По-третє, гейміфікація сприяє підвищенню мотивації працівників. Он-як використання балів, рейтингів, значків та внутрішніх змагань стимулює працівників компанії до досягнення цілей та розвитку професійних навичок. Все це створює позитивний емоційний досвід, що, очевидно, впливає саме на внутрішню мотивацію та формує стійку зацікавленість у виконанні завдань. По-четверте, гейміфікація дозволяє отримувати реальні дані про продуктивність та поведінку персоналу. Вбудовані системи оцінювання досягнень дають менеджерам змогу

відстежувати прогрес персоналу, визначати сильні та слабкі сторони та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Зрозуміло, що гейміфікація є важливим інструментом сучасного управління персоналом, оскільки поєднує психологічні механізми мотивації з технологічними можливостями, підвищує ефективність навчання, покращує комунікацію в колективі та забезпечує об'єктивне оцінювання результатів роботи. Використання гейміфікації дозволяє компаніям створювати більш продуктивне, залучене та адаптивне робоче середовище, що є ключовим фактором конкурентоспроможності сучасних організацій.

В сучасному бізнесі існує безліч способів інтегрувати гейміфікацію у робочий процес, і одним із найпростіших та найефективніших напрямків її застосування є навчання, розвиток командної взаємодії та адаптація нових працівників. При чому, для невеликих компаній або віддалених команд, які не мають ресурсів на дорогі ігрові системи, чудовим рішенням можуть стати доступні онлайн-платформи, такі як AhaSlides. Вони дозволяють організовувати навчальні сесії у форматі веселих інтерактивних вікторин, командних змагань або опитувань, що робить процес не лише пізнавальним, а й надзвичайно цікавим. Такий підхід створює дружню та відкриту атмосферу, покращує комунікацію між працівниками та сприяє більш швидкій інтеграції новачків у колектив.

Крім навчання, гейміфікація може стати потужним інструментом для підтримки командного духу та мотивації. Наприклад, регулярні міні-змагання, рейтинги за досягнення або невеликі нагороди за активну участь здатні надихати працівників на покращення результатів і сприяти розвитку здорової конкуренції. Водночас вона допомагає керівникам оцінювати прогрес команди та визначати сильні сторони кожного учасника, не роблячи процес оцінювання формальним або стресовим.

Ба більше, впровадження навіть простих елементів гейміфікації може суттєво змінити робоче середовище: зробити його більш динамічним, дружнім та залученим. І це вже про формування корпоративної культури, де персонал відчуває себе важливим та вмотивованим, а робота перестає бути лише обов'язком й перетворюється на захопливий процес розвитку та взаємодії [1].

В рамках розгляду обраної теми дослідження, вважаємо зупинитися на цікавому прикладі використання гейміфікації в управлінні персоналом. Тож, серед множини таких прикладів вважаємо за доцільне виділити компанію Nike, яка відома не лише своїми інноваційними продуктами, але й сучасними методами управління персоналом. При чому, в практиках Nike, гейміфікація стала частиною внутрішньої стратегії, спрямованої на покращення досвіду працівників і зміцнення корпоративної культури. Компанія використовує різні інструменти для заохочення працівників до активної участі у професійному та особистому розвитку, впроваджуючи елементи гри в

щоденну роботу та корпоративні програми.

Одним із яскравих прикладів гейміфікації в Nike є використання механіки, подібної до її продукту Nike FuelBand. Це браслет, який призначений для відстеження фізичної активності, був адаптований для корпоративних програм, спрямованих на підвищення активності персоналу. Працівники могли змагатися між собою за кількість набраних "fuel points" – це балів, які відображали рівень їхньої активності. Відстеження результатів проходить у реальному часі, а рейтинги та досягнення заохочували учасників бути більш залученими.

Ці корпоративні впровадження дозволили не тільки стимулювати персонал до здорового способу життя, але й створити середовище, де кожен відчував особисту мотивацію та змагався за досягнення кращих результатів. Без сумніву, такі заходи позитивно впливають на здоров'я працівників, що в свою чергу підвищує їх продуктивність та задоволеність роботою.

Гейміфікація також була корисна у процесі навчання та розвитку персоналу компанії Nike. Для підвищення кваліфікації працівників були розроблені спеціальні тренінгові програми, де учасники могли заробляти бали за виконання завдань, проходити віртуальні місії та змагатися в командах. Такий підхід дозволив зробити процес навчання не тільки корисним, але й захоплюючим.

Під час тренінгів працівники могли отримувати візуальні нагороди, підвищувати свій рейтинг серед колег і працювати над спільними завданнями і це також елементи гейміфікації. Такі новації сприяли створенню дружньої, але змагальної атмосфери, яка підвищує залученість та сприяє кращому засвоєнню знань.

Для розвитку корпоративної культури Nike також вдало використовує гейміфікацію через внутрішні соціальні платформи. Учасники корпоративних мереж можуть ділитися своїми досягненнями, отримувати визнання від колег, брати участь у командних завданнях та отримувати нагороди за активність. Це дозволяє формувати позитивну взаємодію між працівниками, підвищуючи їхню мотивацію до участі в корпоративному житті.

Можна сміливо стверджувати, що гейміфікація в менеджменті персоналу компанії Nike є чудовим прикладом успішної стратегії, котра дозволяє підвищити залученість персоналу, мотивувати працівників до досягнення результатів і розвивати корпоративну культуру. У результаті Nike не тільки досягає високих результатів у своїй діяльності, але й створює середовище, де працівники почуваються частиною великої команди, мотивовані на досягнення нових вершин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гейміфікація на робочому місці. URL: <https://ahaslides.com/uk/blog/gamification-in-workplace/> (дата звернення 22.09.2025).