

**Канд. психол. наук Крупський О. П., Сидоренко К. Р.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ**

Гейміфікація – це метод навчання, що включає в себе ігрові технології та залучення співробітників до вирішення рутинних завдань [1]. Це дуже цікавий інструмент для менеджменту, який використовується для того, щоб керувати персоналом, формувати поведінку та прокачати нові навички. Сфера гейміфікації ще зовсім молода і їй дуже не вистачає структурованих досліджень, однак незважаючи на порівняно короткий час свого розвитку існує вже чимало досліджень і публікацій з означеної проблематики, серед них праці: М. Барбера [2], Д. Макгонігел [3], Д. Кларка [4], Л. Шелдон [5], К. Вербаха [6], М. Ласковського [7], І.В. Бурачек, Ю.Ю. Ніколайчук [8]. В більшості цих досліджень наводиться розгорнута інформація, як можна використовувати гейміфікацію для вашої компанії і як керувати працівниками, та які наслідки від цього будуть.

Очікування від гейміфікації:

1. Мотивація співробітників. Гейміфікація менеджменту може допомогти мотивувати співробітників, створюючи цікавіші та привабливіші завдання і цілі, а також нагороджуючи їх за досягнення. Це може призвести до підвищення рівня залученості співробітників і поліпшення результатів роботи.

2. Поліпшення комунікації. Гейміфікація може стимулювати комунікацію і взаємодію між співробітниками, створюючи більш інтерактивне середовище роботи і підвищуючи рівень колаборації.

3. Збільшення ефективності навчання. Гейміфікація може допомогти поліпшити ефективність навчання, створюючи більш інтерактивні та цікаві форми навчання, а також підвищуючи мотивацію і залученість учнів.

4. Посилення лояльності клієнтів. Гейміфікація може допомогти посилити лояльність клієнтів, створюючи більш привабливі умови використання

продукту або послуги та можливості отримання нагород за участь в іграх або конкурсах.

5. Збір даних та аналітика. Гейміфікація може допомогти поліпшити ці процеси, даючи змогу збирати дані про участь відповідних користувачів в іграх і конкурсах, а також аналізувати ці дані для поліпшення процесів і результатів роботи.

Гейміфікацію можна використовувати, під час набору нових співробітників, перш ніж вони будуть подавати резюме у них з'явиться опитування з питаннями та кілька завданнями на посаду, на яку вони претендують, таким чином допоможе менеджменту визначити їх навички та правильно спланувати процес роботи. Таким чином компанія може позбутися масового потоку резюме і відібрати лише тих кандидатів, які справді підходили під усі вимоги роботи.

Підбиваючи підсумок до вищесказаного, ми всі приклади збираємо в один, щоб спростити роботу менеджменту для вашої компанії.

1. Відбір без витраченого часу від Управління урядового зв'язку Великобританії [9]. Але це буде у формі тесту, який надасть відповіді менеджменту, з якою роботою людина зможе справитися, щоб вірно розподілити її між усіма.

2. В кожного співробітника буде свій особистий кабінет на сайті, і кожен зможе заробляти бали за свою роботу і стежити за цим, щоб людина змогла зрозуміти, яка зарплата або премія у нього буде в кінці місяця.

3. Розуміння, що ти найкращий кандидат на посаду від Umbel [10]. Створити гру на тему з ухилом на сферу діяльності вашої компанії, співробітники зможуть грати між собою та заробляти додаткові бали, так всі зможуть підвищити свої навички, також можна взяти додаткову роботу за яку також будуть бали.

Одна з цілей гейміфікації – збільшення обороту та прибутку компанії. Це можливо досягнути за допомогою внутрішньої комунікації, навчання працівників працювати в системі та автоматизації зберігання даних, що покращить продукцію, послуги та мотивацію працівників.

**Список використаних джерел:**

1. Організаційно-економічні аспекти розвитку підприємницьких структур в Україні та світі : моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Гринько. Дніпро : Видавець Біла К.О., 2022. 400 с.
2. Barber M. The Learning Game: Arguments for an Education Revolution. Gollancz: Gollancz, 1997. 320 p.
3. McGonigal J. Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. New York : Penguin Group, 2011. 420 p.
4. Edition K. Artificial Intelligence for Learning: How to use AI to Support Employee Development. Kogan Page, 2020. 320 p.
5. Sheldon L. The Multiplayer Classroom: Designing Coursework as a Game. 2nd ed. CRC Press, 2020. 368 p.
6. Werbach K., Hunter D. For the Win, Revised and Updated Edition: The Power of Gamification and Game Thinking in Business, Education, Government, and Social Impact. Wharton School Press, 2020. 152 p.
7. Laskowski M. Student projects as an addendum to university study path. Actual Problems of Economics. 2011. № 10. P. 447-451
8. Бурачек І., Ніколайчук Ю. Теоретичні та методичні аспекти впровадження гейміфікації на підприємстві. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Т.3. №14. С. 153-159.
9. Government Communication Service.gov.uk. URL: ?<https://www.gov.uk/government/organisations/civil-service-government-communication-service?>
10. Umbrel-A. A beautiful personal server OS for self-hosting. Umbrel ? A personal server OS for self-hosting. URL :?<https://umbrel.com>.

**Канд. психол. наук Крупський О. П., Третяк А. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА  
СТВОРЕННЯ ЦІЛІСНОЇ КОМАНДИ**

В сучасному світі практично кожній людині необхідне позитивне підкріплення та певний стимул для подальших активних дій, тому що дуже часто люди відчують себе нікчемними по відношенню до багатьох сфер життя. Людство за все своє життя створило багато концепцій та різних інструментів для того щоб мотивувати себе та підлеглих, проте багато з них уже втратили свою актуальність, а деякі й по сей час застосовуються. «Мотивація персоналу – це напрямок який відповідає за створення і глибоке укорінення в корпоративній культурі певного стимулу для кожного робітника» [4, С. 201]. Мотиваційний