

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей
VII Міжнародної науково-практичної конференції
(24–25 квітня 2025 року, м. Львів)

За загальною редакцією Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів
ЛДУФК ім. Івана Боберського
2025

УДК 005.95/.96:796:004

ГЕЙМІФІКАЦІЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕНОСТІ, МОТИВАЦІЇ ТА ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ

Ольга Материнська

кандидат економічних наук, доцент

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (Україна)

В умовах безперервних викликів, спричинених повномасштабним вторгненням, для українського бізнесу здатність залучати, мотивувати й утримувати кваліфікованих працівників набуває критичного значення для забезпечення стійкості та подальшого розвитку компаній. Саме людський капітал стає ключовим чинником виживання й конкурентоспроможності в нестабільному середовищі. У цьому контексті, гейміфікація виступає одним із найбільш перспективних інструментів управління персоналом, здатним якісно трансформувати підходи до залучення й мотивації.

Упровадження ігрових механік створює інтерактивне та захоплююче робоче середовище, яке не лише стимулює працівників до досягати амбітних цілей, але й значно підвищує їхню продуктивність і сприяє швидшій адаптації до нових завдань і вимог. Високий рівень залученості працівників безпосередньо корелює з їхньою продуктивністю та задоволеністю роботою, що, теж, позитивно впливає на ефективність усієї компанії, допомагає знизити плинність кадрів і скоротити витрати на пошук і найм нових співробітників. Для бізнесу, де командна робота над складними проєктами є нормою, гейміфікація сприяє кращій злагодженості, зміцнює внутрішні зв'язки та зменшує ризики професійного вигорання.

Гейміфікацію можна визначити як використання традиційних ігрових елементів у неігровому бізнес-контексті. Це може бути створення ігор для персоналу в розрізі HR-процесів, запровадження таблиць лідерів та індикаторів прогресу, пов'язаних із продуктивністю, розблокування досягнень і пропонування винагород [1]. Також в умовах стрімких технологічних змін та нових викликів, навчання персоналу актуальних навичок і компетенціям за допомогою інноваційних інструментів є ключем до збереження конкурентоздатності та забезпечення сталого розвитку компанії.

На думку Є. Ромат та Ю. Білявської [2], гейміфікація — це цілеспрямоване використання ігрових елементів для формування нового досвіду в неігрових

завданнях, бізнес-процесах і в разі реалізації чинників внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. У цьому сенсі вона містить у собі три взаємопов'язані елементи: формування нового досвіду; ігрові взаємодії та ігровий дизайн. До ігрових механізмів гейміфікації можна зарахувати бали, рівні, статус, винагороди, досягнення, рейтинги, звання й інші заохочення та елементи мотивації. Гейміфіковані навчальні рішення ефективно застосовуються в різноманітних сферах, зокрема в програмах з охорони праці, техніки безпеки та розвитку лідерського потенціалу.

За результатами статистичного дослідження Zipria було зроблені висновки, що майже 70% компаній зі списку Global 2000 користуються на сьогодні елементами гейміфікації. Понад 90% працівників із 2000 опитуваних компаній стверджують, що після впровадження гейміфікації у діяльність їхніх фірм продуктивність праці зросла; прибутковість компаній, які використовують елементи гейміфікації у роботі з персоналом та споживачами зросла приблизно в сім разів [3].

Водночас інноваційним підходом в управлінні є більш розширений підхід — ігропрактика (професійна діяльність, пов'язана з організацією та проведенням симуляційних, трансформаційних, психологічних ігор для досягнення певних цілей). У контексті розвитку персоналу завдяки активній участі ігропрактику використовується для навчання новим навичкам через залучення до бізнес-симуляцій. Саме вона є інструментом для брейнштормінгу й генерації нових ідей, моделювання виходу на нові ринки або тестування нових стратегій в ігровій формі перед їхнім реальним впровадженням.

В умовах турбулентності українського бізнесу гейміфікація і ігропрактика є інноваційними підходами до управління персоналом, спрямованими на підвищення залученості й мотивації працівників завдяки використанню ігрових елементів або цілісних ігор. Обидва інструменти допомагають створити більш інтерактивне та стимулююче робоче середовище, сприяючи розвиткові потрібних навичок й адаптивності в умовах постійних змін і кадрового голоду. Застосування гейміфікації та ігропрактики з урахуванням специфіки українського бізнес-середовища та психологічного стану працівників дає змогу українським компаніям ефективніше долати виклики, підтримувати командний дух і підвищувати продуктивність персоналу.

Подальший розвиток інноваційних підходів в управлінні в Україні неминуче пов'язаний із глибшою інтеграцією гейміфікації та ігропрактики в комплексні системи залучення, навчання й підтримки персоналу. У майбутньому слід очікувати появи більш персоналізованих та контекстуально чутливих ігрових рішень, що враховуватимуть індивідуальні потреби працівників й специфіку діяльності українських компаній.

Список використаних джерел:

1. Варіс І. О., Кравчук О. І., Зайцева П. О. Гейміфікація бізнес-процесів менеджменту персоналу. *Бізнес Інформ.* 2023. № 4.
2. Romat Y., Biliavska Y. Гейміфікація та її сприйняття поколінням «Z». *Scientific Notes of Ostroh Academy National University. Economics*. 2020. Vol. 17(45). P. 23–28.
3. Boskamp E. 25 Gamification Statistics [2023]: Facts + Trends You Need To Know. URL: https://www.zippia.com/advice/gamification-statistics/
4. Вербівська Л. В. Гейміфікація як інноваційний підхід до навчання та розвитку персоналу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 78. С. 104–109.