

Гейміфікація у системі нематеріального стимулювання персоналу організації

Анастасія Павлова

*здобувачка освітньої програми «Менеджмент»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: PavlovaAO@krok.edu.ua*

Ганна Пазєєва

*к.е.н., доцент, доцент кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: PazeevaA@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0002-6557-6890*

Актуальність дослідження даної теми полягає у тому, що в умовах швидких змін в бізнес-середовищі та зростаючими вимогами до працівників, підтримання та підвищення їхнього рівня мотивації стає необхідною умовою для ефективної діяльності підприємства. Однак традиційні методи матеріального стимулювання більше не здатні самостійно це забезпечити, тому сучасні організації приділяють все більше уваги нематеріальній системі стимулювання персоналу, застосовуючи інноваційні підходи до мотивації. Гейміфікація, як новітній інструмент нематеріального стимулювання, дозволяє адаптуватися до цих вимог і сприяє підвищенню залученості та продуктивності працівників. Даний підхід спрямований на створення більш ефективної і мотивованої команди в умовах сучасного конкурентного ринку.

Об'єктом дослідження є гейміфікація в системі нематеріального стимулювання персоналу організації.

Предметом дослідження є застосування гейміфікації як інструменту нематеріального стимулювання персоналу організації.

Метою дослідження є визначення впливу гейміфікації на мотивацію та ефективність праці персоналу в межах нематеріального стимулювання.

Для досягнення мети дослідження в роботі поставлено та вирішено наступні завдання:

- визначити сутність нематеріальної системи стимулювання персоналу та її значення для організації;
- визначити гейміфікацію як інструмент нематеріального стимулювання персоналу та проаналізувати її ключові характеристики;
- дослідити вплив гейміфікації на мотивацію, залученість та продуктивність працівників;
- розглянути приклади успішного застосування гейміфікації у сучасних компаніях;
- проаналізувати потенційні ризики та обмеження гейміфікації в системі стимулювання персоналу.

Інформаційна база дослідження. Теоретичні та методичні аспекти гейміфікації, її вплив на мотивацію та ефективність праці співробітників були розглянуті в праці Ліпич Л. [1]. Платформа Hurma [2], яка спеціалізується на

рішеннях для управління людськими ресурсами, представила реальні кейси застосування гейміфікації, а також дослідницькі дані щодо її ефективності. Вітчизняні науковці Назаренко С. Та Малиновський А. [3] розглянули гейміфікацію як інноваційний метод стимулювання персоналу, описавши її основні інструменти та механізми впливу. Можливі ризики та недоліки впровадження гейміфікації проаналізувала німецька дослідниця Муравські Л. [4].

Методологія дослідження. У роботі використовуються методи аналізу наукових літературних джерел, опис практичних інструментів, системний підхід та узагальнення.

Етапи та результати дослідження. На першому етапі нами було здійснено аналіз літературних джерел з теми нематеріального стимулювання персоналу та гейміфікації. Це дозволило визначити ключові інструменти гейміфікації, необхідні характеристики, а також з'ясувати їх вплив на мотивацію працівників та продуктивність у робочому середовищі.

На другому етапі було досліджено реальні кейси впровадження гейміфікації в діяльність організації, зокрема Marriott International. Також визначено можливі ризики застосування гейміфікації, такі як психологічний тиск через змагальні елементи, а також відсутність довгострокових досліджень щодо стабільності ефектів гейміфікації.

Система нематеріального стимулювання персоналу організації являє собою комплекс заходів та інструментів, що спрямовані на підвищення рівня мотивації та продуктивності персоналу без застосування матеріальних винагород [1]. Дана система є основою для формування корпоративної культури організації та створення сприятливого робочого середовища.

Гейміфікація є відносно новим інструментом у системі нематеріального стимулювання персоналу, який впливає на поведінку працівників через залучення ігрових елементів і механізмів у робоче середовище. Використання цього підходу сприяє підвищенню залученості персоналу, оскільки трансформує робочу рутину, роблячи її більш захопливою та мотивуючою. Завдяки гейміфікації знижуються психологічні та соціальні бар'єри, що сприяє розкриттю потенціалу працівників і підвищенню їхньої продуктивності [1].

Гейміфікація активно застосовується в HR-сфері, особливо для підвищення ефективності навчання персоналу, оскільки інтеграція ігрових елементів робить освітній процес більш захопливим, структурованим і результативним. Дослідження TalentLMS підтверджують ефективність цього підходу: 62% працівників відзначають вищу мотивацію під час гейміфікованого навчання порівняно з традиційними лекціями та тренінгами [2]. Гейміфікованим процесом можна назвати лише той, що має наступні характеристики: чітко визначені цілі, що забезпечують мотивацію участі у грі; логічні та послідовні правила, що задають обмеження та рамки досягнення поставлених цілей; стабільна система зворотного зв'язку, яка гарантує, що поставлені цілі досяжні, а гравці виконують правила; добровільна згода на участь у грі і слідування правилам досягнення мети [1]. Основними інструментами, що застосовуються в гейміфікації є рейтингові

системи, рівні прогресу, бали, винагороди, досягнення, командні змагання та кольорові бейджі для відстеження та винагородження успіхів працівників. Також гейміфікація включає в себе регулярне проведення конкурсів між командами чи окремими працівниками для стимулювання внутрішньої конкуренції [3]. Так, наприклад, великі компанії активно інвестують у створення спеціальних платформ, де працівники отримують бали за виконання поставлених завдань, які вони потім можуть обміняти на певні винагороди або привілеї. Це дає працівникам відчуття перемоги та визнання їх зусиль, що значно підвищує їх лояльність до компанії та рівень мотивації для досягнення нових цілей.

Реальним кейсом такого підходу стала міжнародна мережа готелів Marriott International, що шукала вмотивованих кандидатів за межами США. Для цього компанія створила гру «My Marriott Hotel», де кандидати керували власним готелем, що дало їм уявлення про роботу, а компанії допомогло відсіяти тих, хто не мав відповідних здібностей. Компанія досягла своєї мети та привабила новачків, які значно легше пройшли етап адаптації, оскільки розуміли основні завдання ще до початку роботи в компанії [2].

Негативним аспектом гейміфікації є можливий тиск на працівників, пов'язаний з постійним змаганням за бали та перше місце в рейтингу. Це може створити додатковий стрес для працівників, внаслідок чого їх фокус зміститься з виконання роботи на змагання з колегами, а продуктивність впаде. Крім цього науковці в сфері людських ресурсів ще не змогли дійти до конкретних висновків щодо довгострокових наслідків впровадження гейміфікації. Тобто, хоча зараз гейміфікація демонструє позитивний вплив на мотивацію співробітників, наукова спільнота поки не має однозначних відповідей щодо її довгострокової ефективності та стабільності результатів у майбутньому [4].

Практична значущість результатів дослідження. Гейміфікація в системі нематеріального стимулювання персоналу дозволяє значно підвищити мотивацію, залученість і продуктивність працівників, що є критично важливим для успіху організацій в умовах швидких змін та високої конкуренції на ринку. Однак важливо враховувати можливі недоліки, такі як додатковий стрес і тиск через змагання за бали, а також відсутність чітких даних щодо її довгострокового впливу. Тому для ефективного впровадження гейміфікації необхідно збалансовано використовувати її переваги та обережно ставитись до потенційних ризиків.

Висновки. Отже, у процесі дослідження було встановлено, що гейміфікація є ефективним інструментом в системі нематеріального стимулювання персоналу організації, що може бути інтегрованим в HR-процеси, навчання та адаптацію персоналу. Використання рейтингових систем, рівнів прогресу, балів, винагород та командних змагань дає змогу покращити рівень залученості працівників та сприяє їхньому професійному розвитку. Разом із цим, було виявлені потенційні ризики та обмеження щодо застосування гейміфікації. Зокрема, постійне змагання між працівниками може спричинити психологічний тиск та стрес, що негативно позначається на емоційному стані персоналу. Крім того, досі немає науково підтверджених даних щодо довгострокової стабільності ефектів

гейміфікації в системах мотивації компаній.

Таким чином, успішне застосування гейміфікації вимагає адаптації ігрових механізмів до специфіки діяльності компанії та її корпоративної культури, систематичний моніторинг ефективності та запобігання надмірному змагальному тиску на працівників. При правильному використанні гейміфікація може стати дієвим інструментом нематеріального стимулювання, що сприяє підвищенню мотивації персоналу, ефективності їхньої роботи та лояльності до організації.

Ключові слова: гейміфікація, нематеріальна система стимулювання, мотивація, продуктивність.

Список використаних джерел

1. ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 3, 35, 136–142. URL: <https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/847> (Дата звернення: 17.03.2025)
2. Hurta: Кейси з гейміфікації: як залучають у світових компаніях. URL: <https://hurta.work/blog/kejsi-z-gejmifikaczii-yak-zaluchayut-u-svitovih-kompaniyah/> (дата звернення: 20.03.2025);
3. Назаренко, С., & Малиновський, А. (2023). ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ ТОРГОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ. *Економіка та суспільство*, (57). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3157> (Дата звернення: 19.03.2025);
4. Sage Journals, Lena Murawski: Gamification in human resource management—Status quo and quo vadis. URL: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2397002220961796?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 20.03.2025).