

ВПРОВАДЖЕННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ В КОРПОРАТИВНЕ НАВЧАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

*Вихор Д.Д., здобувачка вищої освіти,
Dianavikhor1999@gmail.com*

*Науковий керівник: Холодницька А.В., к.е.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»*

Гейміфікація – це сучасний тренд корпоративного навчання, використання якого все більше набирає популярності в міжнародних та українських компаніях. За результатами останніх досліджень, завдяки застосуванню гейміфікації в процесі навчання працівників, їх інтерес і залученість зростають на 30%, що досягається саме завдяки ігровій формі та механізмам.

Авторами роботи було виділено 4 основні аргументи, що підтверджують необхідність впровадження гейміфікації в навчання персоналу:

1. Ігри супроводжують людство весь час його існування і завдяки їм розвиваються такі важливі для роботи навички, як креативність, командна взаємодія, бажання досягнути обраної цілі.

2. Людський мозок краще засвоює інформацію, якщо її надати способом цікавої гри, а не звичного навчання.

3. В процесі гри учасники отримують дієвий зворотний зв'язок, що є основою швидкого розвитку.

4. Зараз на ринку праці з'являється все більше представників працівників покоління Z, для яких гра є звичним способом комунікації та взаємодії, а тому гейміфікація для таких працівників – однозначно кращий механізм навчання [2].

Для впровадження гейміфікації в навчання потрібно:

1. Визначити, які цілі мають бути досягненні завдяки гейміфікації?

Це можуть бути, наприклад, згуртування колективу, підвищення залученості працівників до навчання, засвоєння працівниками більших масивів інформації. Для визначення цих цілей ідеально підійде використання технології SMART.

2. Скласти список працівників, які братимуть участь у гейміфікації та проаналізувати їх. Це потрібно для того, щоб створити найбільш цікаву та зручну гру з урахуванням специфіки роботи та контингенту персоналу.

3. Яка ж гра без нагоди та духу змагань? Отже, замість нудних

оцінок можна використовувати, наприклад, фішки, для визначення досягнень працівників. Якщо підприємство має ресурси – можна найняти фахівців ІТ-сфери, які б змогли підготувати спеціальну програму, яка рахуватиме бали або фішки, отримані працівниками під час навчання. У цьому може допомогти звичайний Excel-файл або сервіси Google [1].

І звісно, що гейміфікація має вводиться поступово. Авторами роботи запропоновані наступні кроки по її впровадженню у процес навчання на підприємстві:

1. Визначення цілі, механіки та бюджету впровадження. Окрім цього, потрібно налагодити ефективну комунікацію між ТОП-менеджментом та менеджерами середньої ланки, щоб отримувати їх підтримку. Від цього буде залежати, чи підтримають гейміфікацію інші працівники, адже саме менеджери вищої та середньої ланки можуть особистим прикладом привернути увагу працівників, а також спонукати, мотивувати та підбадьорювати їх в корпоративному чаті.

2. Вдалий маркетинг. Що, як не якісна реклама зацікавлює працівників? Щоденно вони отримують повідомлення в корпоративний чат та на пошту, а тому на лист про впровадження гейміфікації вони можуть просто не звернути увагу. Тому потрібно написати лист з усіма поясненнями і перевагами гейміфікації. Додатково можна зняти креативне та кумедне відео, запросити працівників на зустріч (в офлайн чи онлайн форматі), детальніше пояснити суть, ціль, механізм впровадження гейміфікації, а також дати розгорнуті відповіді на усі запитання. Важливо запросити на цю зустріч лідерів колективу, щоб вони додатково підтримали впровадження гейміфікації.

3. Запуск та аналіз отриманих результатів. Як і в усіх інших процесах на підприємстві, в процесі впровадження гейміфікації дуже важливо, щоб бали або фішки нараховувались чесно і прозоро, кожен працівників чітко усвідомлював за що та які бали він може отримати. Потрібно створити таблицю з результатами працівників, яка буде їм доступна для перегляду. Важливо хвалили лідерів, та підтримувати тих, хто відстає.

4. Що ж робити з отриманими балами? Звичайно, що мало просто надати працівникам нові знання. Для додаткового заохочення до навчання потрібно придумати якісь подарунки, які можна отримати в обмін на отримані під час навчання бали. Потрібно зробити відеоролик з переможцями програми, показати отримані подарунки,

надати можливість переможцям поділитися власною думкою про враження від процесу гейміфікації, що допомогло їм перемогти, чому вони вирішили взяти участь і яка була їх ціль.

5. Завершальний. На цьому етапі важливо отримати зворотній зв'язок від учасників, підбити підсумки після завершення програми гейміфікації. Потрібно обов'язково провести анкетування, з'ясувати, чи сподобався такий формат навчання працівникам і на основі отриманих відповідей, в майбутньому покращити гейміфікацію. Варто поставити такі запитання:

1. Оцінити за шкалою 5 балів, наскільки працівники задоволені гейміфікацією.

2. Що варто покращити в програмі?

3. Що найбільше зацікавило та сподобалося в програмі?

Отже, важливо пам'ятати, що впровадження гейміфікації на підприємство вимагає ретельної підготовки, а також чіткої структури, для того, щоб отримати від впровадження позитивний ефект [3].

Оскільки персонал є одним з найбільш важливих інструментів функціонування підприємства, то головним завданням керівників буде створення такої атмосфери, яка б стимулювала до збагачення наявних знань та практичних навичок, а також їхнього максимального застосування при вирішенні практичних завдань. Тільки підготовлений та мотивований працівник, який безперервно вдосконалює свої навички, зможе швидко реагувати на зміни та пристосовуватись до них [4].

Зважаючи на це, вважаємо, що впровадження гейміфікації у процес навчання персоналу, дозволить підвищити інтерес у працівників до власного професійного розвитку, сприятиме напрацюванню необхідних навичок та умінь, критичного мислення, креативності, логіки, що в кінцевому підсумку сприятиме нарощуванню результативних показників діяльності та зацікавленості у власному професійному зростанні.

Література.

1. Анна Ваколюк. Гейміфікація у корпоративному навчанні. 2021. URL: <https://ain.ua/2021/04/20/gejmifikacziya-u-korporativnomu-navchanni/>

2. Гейміфікація: матеріал з Вікіпедії. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>

3. Евгений Карасюк. Что такое геймификация и как она помогает расшевелить сотрудников. DELO.ua. 2013. URL: <http://delo.ua/lifestyle/chto->

takoe-gejmifikacija-i-kak-ona-pomogaetrasshevelit-sotrudni-202074

4. Холодницька А.В., Котеленець А.М. Використання тренінгових програм як напрям підвищення діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. №19. 2018. С.666-672

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*Аванесова Н.Е., д-р екон. наук., професор,
зав. каф. менеджменту та публічного адміністрування
avanesoVA.science@gmail.com*

*Сергієнко Ю.І., аспірант кафедри економіки та бізнесу
sergiienko.science@gmail.com*

*Харківський національний університет будівництва та
архітектури*

На проблему забезпечення економічної безпеки підприємства існує цілий ряд точок зору, які не тільки не збігаються, а й суперечать один одному, з одного боку, а з іншого - доповнюють одна одну. Для виявлення суттєвих розбіжностей необхідно перш за все узагальнити і класифікувати існуючі підходи до вирішення даного питання.

Всі дослідження, пов'язані з економічною безпекою підприємства, можна класифікувати за принципом розстановки акцентів у визначенні діяльності. Можна виділити кілька таких груп.

Перша група в якості пріоритету розглядає забезпечення економічної безпеки підприємства як захист власності, роблячи акцент на її охорону. Автори, які дотримуються цієї точки зору, як правило, мають досвід роботи в системі правоохоронних органів.

У другій групі діяльність із забезпечення безпеки акцентує свою увагу на якомусь локальному, але основоположному, на думку авторів, аспекті [2; 3]. Наприклад, кримінологічної, психологічного, правовому, інформаційному, управлінському. Для вирішення таких завдань забезпечення економічної безпеки підприємства пропонується використовувати такі інструменти, як: ризик-менеджмент, аудит, облік, контроль, менеджмент кадрів, маркетинг і ін. [4].

Наступний напрям пов'язано із здійсненням діяльності підприємства. При цьому основним напрямком вибирається управління підприємством. В якості критерію використовується ступінь досягнення цілей. При недосягненні поставлених цілей