

Романюк А. О.

Науковий керівник: Рейкін В. С., д. е. н., професор
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗИ

Сучасні умови господарювання характеризуються нестабільністю, яка періодично призводить до виникнення кризових ситуацій у роботі будь-якого підприємства. В умовах економічної кризи, коли компанії змушені скорочувати витрати та оптимізувати бізнес-процеси, мотивація персоналу стає особливо важливою. Це призводить до того, що можливість зберегти ефективність та продуктивність співробітників може стати вирішальною для конкурентоспроможності компанії на ринку.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні суті та важливості нематеріальної складової мотивації персоналу в кризових умовах, розгляді гейміфікації як сучасного елемента мотивації персоналу в умовах кризи та її ефективності у підтриманні продуктивності та ефективності працівників у періоди нестабільності та невизначеності.

Однією з ключових складових антикризового управління є мотивація персоналу, яка сприяє забезпеченню продуктивності та ефективності роботи у складних умовах. У зв'язку з цим, дослідження нових методів та стратегій мотивації персоналу стає надзвичайно актуальним завданням для менеджменту підприємств. В теорії існує значна кількість способів та методів мотивації персоналу, які ґрунтуються на змістовній і процесуальній теоріях мотивації. Виділяють 2 види мотивації персоналу: матеріальна мотивація та нематеріальна мотивація.

Кожен вид грає певну роль в системі мотивації і тільки їх поєднання робить систему мотивації найбільш ефективною. Деякі компанії продовжують ігнорувати нематеріальну мотивацію персоналу, що може призвести до негативних наслідків для їх благополуччя. Сучасного працівника, навіть у часи кризи, мотивує не тільки матеріальна вигода, але й можливість кар'єрного зростання, баланс між роботою та особистим життям, відчуття причетності, визнання тощо. Тому, щоб забезпечити задоволення потреб персоналу, необхідно поєднувати матеріальну і нематеріальну мотивацію. Одним з ефективних способів досягнення цієї мети є застосування гейміфікації [1, с. 31].

Гейміфікація – процес застосування теорії ігор через привнесення ігрових концептів і технік в неігрові контексти [2; 3].

Гейміфікація може включати в себе відстеження та нагороду співробітників за досягнення певних цілей, створення конкурентної атмосфери між співробітниками та надання доступу до нових можливостей, які залежать від рівня виконання завдань. Головна перевага гейміфікації – використання психології гри: продумане створення викликів, які мотивують долати труднощі, у процесі чого задовольняються вищі потреби людини (поваги, самоповаги та визнання, самореалізації), а складні завдання вирішуються в ігровій формі [3].

Умови кризи суттєво знижують мотивацію працівників, проте, на нашу думку, гейміфікація може стимулювати інтерес до роботи та зміцнювати зв'язок між успішністю та досягненням особистих цілей. Одним із способів використання гейміфікації в кризових ситуаціях є створення ігрового середовища на робочому місці. Це може включати розробку викликів, змагань і системи винагород за досягнення конкретних виробничих цілей, підвищення задоволеності клієнтів тощо. Співробітники можуть заробляти бали чи різні винагороди за свої досягнення, що може допомогти їм покращити моральний стан і мотивацію. Також працівники можуть брати участь у моделюванні або рольових іграх, які дозволяють їм тренуватися та вдосконалювати свої навички в безпечному та цікавому середовищі. Це може допомогти зміцнити їхню впевненість і компетентність, що може бути

особливо важливою компонентою у кризових ситуаціях, коли потрібні швидке реагування на зміни навколишнього середовища та прийняття рішень.

Окрім цього, гейміфікацію можна використовувати для заохочення персоналу до співпраці та спільної роботи для досягнення спільних цілей. Командні ігри та виклики можуть допомогти виховати почуття товариства та єдності, що може бути критично важливим у кризових ситуаціях, коли командна робота є важливою для успіху [4].

Гейміфікація безумовно може бути потужним інструментом для залучення, мотивації та збереження клієнтів або персоналу, а також для підвищення рівня продуктивності та ефективності за правильного її використання. Проте, як і будь-який інструмент, ця стратегія використання ігрових елементів в роботі має свої переваги та недоліки. Серед переваг можна виокремити такі:

Заміна рутинної роботи ігровим процесом, що дозволяє знизити рівень втоми та стресу в співробітників, що в свою чергу позитивно впливає на їх продуктивність.

Залучення всіх працівників в бізнес-процеси для вирішення завдань, що збільшує згуртованість та спільну відповідальність колективу за результат.

Розвиток творчого та неординарного мислення у співробітників, оскільки ігри та виклики допомагають розвивати здатність мислити швидко та ширше, шукати нові, нестандартні рішення для розв'язання завдань.

Можливість самореалізації співробітників через застосування індивідуального підходу до кожного учасника та надання йому можливості розвивати власні здібності та вміння.

Візуалізація досягнень та прогресу співробітників, що дозволяє контролювати та відстежувати їхній розвиток та підвищує мотивацію до досягнення нових цілей.

Попри те, що гейміфікація має багато переваг, є також ряд недоліків, які варто враховувати при її застосуванні в менеджменті підприємств. До недоліків можна віднести:

Поверховість.

Не врахування концепцією гейміфікації того, що застосування цього способу має приносити людині задоволення.

Ефект на короткий період часу.

Розвиток конкуренції між співробітниками, що може привести не до досягнення цілей компанії, а до низького корпоративного духу [5, 136].

Варто пам'ятати, що гейміфікація може працювати не для всіх типів організацій та далеко не для кожного працівника. Окрім того, важливо розуміти, що гейміфікація не повинна замінювати інші методи мотивації, такі як фінансові стимули, навчання та розвиток співробітників та інші.

Варто зазначити, що у часи кризи люди зазвичай надають пріоритет стабільності та безпеці і можуть вважати такий вид мотивації тривіальним або неважливим. Однак, гейміфікація – це не просто гра; це радше інструмент, який можна використовувати для створення відчуття структури, передбачуваності та досягнення.

У кризових ситуаціях, коли люди відчувають пригнічення, тривогу та невпевненість у майбутньому, гейміфікація може допомогти створити відчуття стабільності, створюючи чіткі цілі, систему винагород тощо. Це також може сприяти почуттю спільності та командної роботи, що може допомогти зменшити стрес і занепокоєння. Гейміфікацію можна адаптувати відповідно до уподобань працівників і стилів їх роботи. Наприклад, деякі люди надають перевагу конкуренції, а інші – співпраці. Методи гейміфікації можна налаштувати відповідно до цих уподобань, гарантуючи, що кожна особа буде залучена та вмотивована.

Підсумовуючи вищезазване, можна зробити такий висновок: незважаючи на те, що стабільність і безпека мають вирішальне значення під час кризи, гейміфікація може бути цінним інструментом для стимулювання, мотивації та залучення персоналу. Використання ігрових елементів, які допомагають залучити співробітників до виконання рутинних завдань та навчання новим навичкам, є не тільки цікавою формою навчання, але й ефективним інструментом, що сприяє підвищенню мотивації та збільшенню ефективності роботи

персоналу. Однак, необхідно мати на увазі, що гейміфікація не є універсальним рішенням проблеми мотивації персоналу в кризові періоди. Для досягнення максимального ефекту, необхідно враховувати особливості організації, її культуру та особливості персоналу. Отже, гейміфікація може бути ефективним підходом до мотивації персоналу в умовах кризи, проте її використання має бути обґрунтованим та адаптованим до конкретних умов організації та потреб персоналу.

1. Олійник Д. В., Артюхіна М. В. Гейміфікація – як новітній метод мотивації персоналу сучасної організації. *Актуальні питання сучасної науки та освіти*. 2018. С. 30–35.
2. Насирова С. В. Гейміфікація як ефективний інструмент мотивації персоналу сучасної організації. *Науковий огляд*. 2019. № 3(56). С. 1–12.
3. Кизименко К. Гейміфікація як сучасний інструмент розвитку бізнесу. *Сучасні підходи до управління підприємством: VIII Всеукраїнська наук.-практ. конф.* 2017. 20 с.
4. Steve Banker. Understanding The Real Power Of Gamification. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/stevebanker/2021/06/02/understanding-the-real-power-of-gamification/?sh=396ef1a14785> (дата звернення: 26.03.2023)
5. Ляшок Н. Ю., Ковальчук К. В., Ганцура А. В. Гейміфікація як сучасний та ефективний метод мотивації персоналу у XXI столітті. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 28-1. 2018. С. 134–137.
6. Власенко О. С., Чарикова Ю. В. Мотивація персоналу в умовах кризи. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 17. С. 224-229.
7. Ковбас Г. І. Методика оцінки мотивації персоналу в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2019. №7. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.7.35>.
8. Polinkevych O., Kuzmak O. Gamification as a tool for quality management of business education in Ukraine. *National Interest*. 2023. Vol. 3 # 11. <http://sc01.tci-thaijo.org/index.php/NIT/article/view/240405/163898>.

Старосільська В. В., Васильєва А. С.

Науковий керівник: Ярова В. В., к.е.н., доцент
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

ВПЛИВ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах протистояння України з країною-агресором аграрні підприємства функціонують в ускладнених війною умовах. Задача їх, як і за мирних часів, була і залишається одна – гарантування продовольчої безпеки в країні і світі. В цей же час економічна безпека самих суб'єктів господарювання знаходиться під загрозою, потребує аналізу чинників, здійснення на них внутрішньогосподарського впливу та підтримки країн ЄС та інших міжнародних партнерів.

Питання економічної безпеки аграрних підприємств, залежності її від складного комплексу фінансово-економічних факторів досліджено у наукових працях Василішина С. І., Єфанова В. А., Ульяновка О. В., Утенкової К. О. та ін.

Проте, за сучасних нестійких процесів розвитку економіки спостерігається незвичайна ситуація із дебіторською заборгованістю. З одного боку, абсолютна її вартість і питома вага у структурі оборотних активів підприємства суттєво зростає, що могло б означати поліпшення показників ліквідності балансу. З іншого боку, за рік війни фінансовий стан господарств суттєво погіршився, що створює загрози економічній безпеці суб'єктів господарювання. Цими