

Секція 4. Міжнародні інтеграційні процеси в умовах цифрової трансформації бізнесу-науки-освіти-влади

УДК 338.2:378.018.43

І.В. Бакушевич, канд.економ.наук, проф.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ У БІЗНЕСІ ТА В ОСВІТІ

Ivanna Bakushevych, PhD, Prof.

GAMIFICATION AS AN INNOVATIVE TOOL FOR IMPROVING EFFICIENCY IN BUSINESS AND IN EDUCATION

У сьогоднішньому динамічному, загрозливому і постійно мінливому бізнес-середовищі все важче знайти людей з відповідними навичками і здібностями швидко справлятися з невизначеністю, непередбачуваними і кризовими подіями. Ігри – це один з альтернативних шляхів для подолання цієї проблеми. Гейміфікація – це використання ігрових форм на основі сучасних гаджетів та ІТ-технологій для розв'язання певних завдань у бізнесі.

Основні складові моделі проектування ігор – це ігрова механіка, естетики і мислення. Ще у 2012 році Gartner, Inc, провідна світова дослідницька і консалтингова компанія у сфері інформаційних технологій, опублікувала звіт «Гейміфікація 2020: яке майбутнє гейміфікації» [1]. Автор дослідження Б. Барк передбачав, що до 2020 року гейміфікація буде використовуватись для розв'язання таких проблем, як підвищення комунікаційного потенціалу і особистого розвитку працівників, розширення можливостей їх залучення до управління бізнес-процесами всередині організації, у стосунках з клієнтами, конкурентами та зовнішнім середовищем загалом. Те ж саме, він передбачав, відбудеться і в освітньому процесі.

Сьогодні можемо стверджувати, що всі прогнози щодо гейміфікацією збулися і ці процеси прискорюються під впливом складних глобалізаційних викликів, пов'язаних з диджиталізацією всіх сфер екосистеми, глобальною пандемією та віддаленим споживанням. Проблемі використання гейміфікації приділяється все більше уваги і в україномовному бізнесовому і освітньому середовищі. Проте, українськими авторами досліджувались процеси формування ключових компетентностей здобувачів вищої освіти, підвищення їх внутрішньої та зовнішньої мотивації під час гейміфікованого навчання виключно на основі використання іноземних ігрових розробок.

Метою нашого дослідження є показати успішні кроки української гейміфікації у підготовці фахівців у сфері бізнес освіти, зокрема при викладанні дисциплін пов'язаних з міжнародної економічною діяльністю.

Підприємства у всьому світі запроваджують гейміфікацію, щоб підвищити ефективність праці і потенціал своїх працівників. Найбільш успішно сьогодні гейміфікація використовується в секторі FMCG (Fast Moving Consumer Goods), до якого належать товари широкого споживання та прискореного обігу. Зокрема, Reebok дає знижку за ту чи іншу кількість віджимань за певний час. Сервіс з вивчення іноземних мов *lingualeo* повністю побудований на виконанні ігрових завдань. А *Coca-cola* влаштовує новорічну кампанію через чат-бот, який дарує фірмові стікери за спілкування з ним [2].

Як стверджує Marketer (інтернет видання про технології для бізнесу) масове використання гейміфікації сприяє: збільшенню ефективності роботи, підвищенню

мотивації до виконання завдань, фокусуванні співробітників компанії на результат, згуртуванню команди і виявленню лідерів серед колективу[3].

Як це працює - ігровий додаток встановлюється на мобільний пристрій співробітників, які повинні протягом дня виконувати різні завдання на роботі, що дозволяє впливати на формування нових корисних для компанії навичок. Прикладом успішної гейміфікації є продукція компанії SoftServe Business Systems, яка пропонує впровадження інтерактивної гри, що моделюється під певні завдання і цілі компанії – замовника. Кожен гравець має можливість відстежувати свій прогрес, бачити поточний рівень розвитку, планувати дії для переходу на більш високий рівень. Турнірні таблиці, віртуальна валюта, нарахування рейтингу при виконанні завдань — це ігрові інструменти, які сприяють кращому виконанню поставлених бізнес-завдань кожного співробітника і компанії в цілому.

За даними зарубіжних дослідників, гейміфікація найбільш ефективна при впровадженні у відділи: продажів – ефективність роботи збільшується на 18%; маркетингу – на 12%; по роботі з клієнтами – на 9%. Лідери ринку FMCG після впровадження продуктів SoftServe Business Systems відзначають зростання ключових показників ефективності (англ. - KeyPerformanceIndicators, KPI), тобто фінансових та нефінансових оцінок результатів, які допомагають організації визначити досягнення стратегічних цілей). Приріст по 9 різних показниках KPI становить 12,74%, в тому числі: показник залученості зростає на 12%, замовлення за фокусним брендом на 22% [2].

З переведенням вищої освіти в дистанційний режим викладачі в університетах також намагаються все частіше впроваджувати ігровий формат в навчальних процес. Теоретичні узагальнення основних напрямків удосконалення освітніх програм основі гейміфікації розглядали Захарова, Б. Качан та інші [4,5]. Зокрема, успішність застосування ігрових елементів проаналізовано на прикладах вивчення іноземних мов, проведення медичних квестів, веб-квестів, а також використання різних ресурсів для опитування. Проте, українськими авторами досліджувалось формування ключових компетентностей виключно на основі іноземних ігрових проектів.

В нашому дослідженні показана ефективність запровадження гейміфікації в бізнес-освіті, зокрема розвиток вмінь і навичок проведення експортної діяльності на основі української розробки онлайн-гри «Як експортувати в Канаду», яка з'явилась у сервісах єдиного експортного веб-порталу у додатку Дія [6]. Використання цієї гри викладачами кафедри економічної кібернетики ТНТУ ім. Івана Пулюя, зокрема в дисциплінах пов'язаних з міжнародною економічною діяльністю, допомагає студентам підготуватись до повноцінної експортної діяльності та сприяє формуванню у них мотивації до підприємницьких ініціатив та створення власної справи.

Література:

1. В. Burke, Gamification 2020: What Is the Future of Gamification, Gartner, 2012, p.1-7.
2. Гейміфікація у бізнесі: основні техніки та приклади використання URL: <https://bazilik.media/hejmifikatsiia-u-biznesi-osnovni-tekhniky-ta-pryklady-vykorystannia/>
3. Гейміфікація як потужний інструмент для підвищення ефективності бізнесу - URL: <https://marketer.ua/gamification-as-a-powerful-tool-to-improve-business-performance/>
4. Захарова О.В., Груд А.В. Підвищення якості послуг вищої освіти за допомогою гейміфікації./ Наукові праці національного технічного університету. Економічні науки. 2017, Вип. 32, с.113-122
5. Качан Б.М. Гейміфікація в системі новітніх технологій навчання іншомовної компетентності студентів медичних вищих навчальних закладів./ Народна освіта/ - Режим доступу: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=4865
6. Онлайн-гра «Як експортувати до Канади» - URL: <https://export.gov.ua/game>