

лання та продовжувати наукові дослідження для глибшого розуміння їх багатостороннього впливу. Комп'ютерні ігри – це частина сучасного інформаційного простору, і їх поліфункційність визначає їх важливе місце у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Ігри на межі: Ввід позитивного впливу до ризиків залежності. *Mind Score*. 31 жовтня 2024 р. URL: <https://mindscore.biz.ua/igry-na-mezhi-vid-pozytyvnogo-vplyvu-do-ryzykiv-zalezhnosti/> (дата звернення: 18.03.2025).
2. Комп'ютерні ігри як важливий фактор формування життєвих навичок. *Освіта.ua*. 20 лютого 2012 р. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/28614/> (дата звернення: 13.03.2025).
3. Ляшенко Анна. Як ігри змінюють освіту. *EdEra blog*. 06 жовтня 2017 р. URL: <http://blog.ed-era.com/igry/> (дата звернення: 10.03.2025).
4. Наслідки азартних та комп'ютерних ігор. *Медичний центр рефлекс*. URL: <https://reflex-centre.com.ua/services/pozbavlenya-igrovoi-zalezchnosti/naslidki-azartnikh-ta-komp-yuternikh-igor/> (дата звернення: 08.03.2025).
5. Савчук Тетяна. Що таке кіберспорт та як ця культура розвинена в Україні. *Радіо Свобода*. 26 квітня 2018 р. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29189982.html> (дата звернення: 11.03.2025).



УДК 331.108.3:[004.77:795

Нечитайло Анна Юрївна

(*наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.*)

Національний університет «Полтавська політехніка

імені Юрія Кондратюка», м. Полтава

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ КАНДИДАТУРИ У РЕКРУТИНГУ

Анотація. У дослідженні окреслено поняття гейміфікації як одного з методів залучення кандидатів у процесі рекрутингу, його переваги та головні аспекти застосування, приклади використання у провідних компаніях.

Ключові слова: гейміфікація, рекрутинг, технології, кандидати, цифровізація.

Цифровізація сьогодні – це невід'ємна частина розвитку та трансформації сучасних бізнес-процесів у різних сферах суспільного життя. Не є винятком і система управління, яка також зазнає змін. Із розвитком таких технологій, як-от штучний інтелект (AI), великі дані (Big Data), хмарні обчислення та Інтернет речей (IoT), рекрутингові агентства, які надають професійні послуги з пошуку та підбору персоналу на ринку праці, також активно впроваджують нові методи для підвищення ефективності своєї діяльності та забезпечення потреб роботодавців у людських ресурсах.

Тобто рекрутинг – це «стратегічна функція управління людськими ресурсами, яка має на меті залучення, оцінку та відбір потенційних працівників з метою досягнення бізнес-цілей компанії. Основна мета технологій підбору персоналу полягає в ефективному приверненні, відборі та залученні найкращих талантів до підприємства» [1, с. 297].

X Всеукраїнська наукова студентська конференція

«Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері» (м. Вінниця, 11 квітня 2025 р.)

Впровадження таких технологій у динамічний процес рекрутингу дає змогу автоматизувати великі об'єми роботи, знизити витрати на пошук кадрів, а також, що є одним із ключових факторів, – мінімізувати суб'єктивний важіль впливу на відбір кандидатів, збільшити загальну ефективність роботи підприємств.

З-поміж сучасних інструментів та методів з підбору персоналу виділяють такі:

- 1) різноманітні вебсайти для розміщення вакансій, платформи (robota.ua, WORK.ua, телеграм-боти та інші);
- 2) соцмережі (Facebook, Instagram);
- 3) онлайн-співбесіди (Zoom, Google Meets);
- 4) VR/AR доповнена реальність та ін.

Одним із таких методів є метод гейміфікації, який набуває широкої популярності.

Гейміфікація (ігрофікація) – це залучення підходів, що є характерними для комп'ютерних ігор у неігрових процесах. Метою його впровадження є підвищення продуктивності виконання завдань, вирішення нетипових задач, примноження мотивації у співробітників, а в рекрутингу, в додаток до згаданих, – ще й відмінним методом відбору кандидатів. Достатньо створити типову або, залежно від бажаного результату, нетипову модель ситуації, і для надвеликих, багатомільйонних компаній зникне необхідність витрачати час на скролення вебсторінок у пошуках «того самого, найкращого» робітника.

Метод гейміфікації допомагає зробити процес відбору більш цікавим, захопливим і водночас менш стресовим. Кандидати зазвичай більш охоче беруть участь в ігрових тестах або завданнях, оскільки вони відчують себе менш під тиском, порівняно з традиційними інтерв'ю. Передусім залучення кадрового спеціаліста не потрібне під час випробування – він працює вже з результатами. Хоча цей процес може включати командні ігри або завдання, що дає змогу рекрутерам оцінити, як кандидат працює в команді, вирішує проблеми або взаємодіє з іншими людьми в несприятливих умовах чи обмеженому часі.

Ігри та симуляції допомагають оцінити реальні професійні навички кандидатів у контексті завдань, що відповідають реальним робочим умовам. Це значно точніше, ніж традиційні тести або бесіди, де люди можуть приховати свої слабкості.

Ігрофікація дає змогу значно пришвидшити процес відбору, оскільки кандидати можуть проходити тестування в будь-який час, а оцінювання їхніх результатів відбувається автоматично (під час онлайн-відбору).

Окрім багатьох переваг, існують і певні недоліки. Як і будь-які інші методи, цей вимагає прискіпливого та довгого планування. Невідповідність діяльності компанії, низький рівень підготовки, нерозуміння потенційної аудиторії співробітників – це все впливає насамперед на імідж компанії. Гейміфікація повинна бути адаптована до культури підприємства та специфіки вакансії. Наприклад, для технічних вакансій – це можуть бути програмні симуляції, для креативних – завдання на вирішення нестандартних проблем.

Продуктова ІТ-компанія CleverStaff, що спеціалізується на розробленні програмного забезпечення для рекрутингу, влітку 2022 року презентувала ексклюзивне оновлення – систему гейміфікації для процесу підбору персоналу. Її мета – зробити працю рекрутерів більш цікавою та захопливою, зменшити прокрастинацію та ризик вигорання на роботі. Варто зазначити, що CleverStaff – «перші у світі серед розробників систем для рекрутингу, хто запропонував таке ноу-хау» [3].

Заслуговує на увагу досвід компанії Walmart: щоб співробітники компанії дотримувалися правил безпеки на роботі, компанія розробила ігрову платформу. На цій платформі вбудовані невеликі додатки для навчання техніки безпеки. До того ж під час гри можна ще й змагатися, щоб отримувати додаткові бали. Саме цей «емоційний аспект» мав найбільший вплив на поведінку співробітників. Як результат, «гейміфікація техніки безпеки знизилася число інцидентів на 54 % в 8 центрах компанії» [2].

Також цікавим було рішення корпорації Microsoft, яка пред'явила велику кількість вимог до локалізації мов на своїх продуктах. Для цього керівництво компанії інтегрувало стратегію гейміфікації та розробило гру «Language Quality». Вона давала можливість співробітникам переглядати екрани користувачів для перевірки якості мови. Щоб співробітник точно звернув увагу, керівництво компанії навмисно додало різні неякісні переклади. Завдяки цьому «4 500 співробітників переглянули 500 000 екранів для поліпшення та виправлення перекладу» [2].

З огляду на викладене можна дійти висновку, що впровадження гейміфікації дає змогу рекрутерам адаптуватися до нових реалій ринку праці, досягати значної економії часу та зусиль, а також підвищувати якість взаємодії з кандидатами та ефективність відбору, хоча й потребує для цього значних, але виправданих зусиль.

Список використаних джерел

1. Бублик М., Копач Т. Технології рекрутингу працівників як інструмент управління людським капіталом. *Економічний аналіз*. 2023. Т. 33, № 1. С. 296–304.
2. Кейси з гейміфікації: як залучають у світових компаніях. *Hurma*. 29 липня 2020 р. URL: <https://hurma.work/blog/kejsi-z-gejmifikaczii-yak-zaluchayut-u-svitovih-kompaniyah/> (дата звернення: 07.04.2025).
3. Як гейміфікація покращує емоційний стан рекрутерів: кейс ІТ-компанії CleverStaff. *Speka*. 03 лютого 2023 р. URL: <https://speka.media/it-kompaniya-cleverstaff-rozrobila-innovaciinu-sistemu-geimifikaciyi-yaka-turbujetsya-pro-emociinii-stan-rekruteriv-9g6g2p> (дата звернення: 06.04.2025).

