

фондовому ринку зазначені на інформаційних сайтах Української фондової біржі (ПФТС) та даних інвестиційних компаній.

Слід зазначити, що цей індекс характеризує як внутрішній стан підприємства $\frac{Pr}{IC} \times \frac{ROIC}{WACC}$ так і оцінює вплив зовнішнього

економічного середовища $\frac{P_1 - P_0}{P_0} \times RSI$ на стійкість підприємства та показує перспективи його подальшого розвитку. Падіння вартості акцій свідчить про зменшення фінансової зацікавленості майбутніх акціонерів вкладати кошти у підприємство, отже як наслідок можливі труднощі із залученням позикового капіталу як по сумі, так і по збільшенню його вартості для підприємства.

Для розрахунку індекса ефективності фінансового управління підприємством попередніх періодів формула корегується шляхом виключення темпу зростання прибутку підприємства.

Інтерпретація результатів отриманих при розрахунках показала, що індекс ефективності фінансового управління підприємством може мати як позитивне так і від'ємне значення. Від'ємне значення індексу свідчить про наближення кризових явищ та високу вірогідність настання банкрутства, позитивне значення – про низьку вірогідність настання банкрутства та наближення кризових явищ. Зменшення індексу у динаміці також свідчить про наближення кризових явищ та високу вірогідність настання банкрутства, збільшення показника – про низьку вірогідність настання банкрутства та наближення кризових явищ.

СОКОЛОВА Л.В., д.э.н., профессор, г. Харьков, ХНУРЭ

БЕЛИЧЕНКО А.Б., аспирант, г. Харьков, ХНУРЭ

СОКОЛОВ О.Э., соискатель, г. Харьков, ХНУРЭ

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОГО ТРУДА ПЕРСОНАЛА

В условиях высокой конкуренции на рынке труда и в поисках высококвалифицированных кадров работодатели все чаще применяют нестандартные методы подбора, адаптации, обучения, развития и мотивации персонала. Возрастает количество предприятий, которые создают и/или развивают у себя систему

мотивации персонала, включающую элементы нематериальной мотивации [2-5]. Для решения данного вопроса применяются различные подходы:

- проведение корпоративных мероприятий с целью сплочения коллектива и повышения уровня корпоративной культуры;
- использование опыта советского прошлого – возрождаются «Доски почета», иногда в виде званий «Лучших сотрудников»;
- проведение конкурсов различной тематики – от детских рисунков и фотографий до победителей соревнования – «кто больше продаст в текущем месяце, квартале» и пр.

Однако, как показывает анализ литературных источников, применение подобных подходов и методов нематериального стимулирования не обеспечивают отечественным предприятиям получение желаемого эффекта и, как результат, сотрудники начинают переходить в те компании, которые развивают корпоративную культуру на современных принципах, как говорится, «в ногу со временем». Такая ситуация является характерной обычно для деятельности зарубежных компаний [4,6].

По результатам проведенного анализа литературных источников по теме исследования [2-6] было установлено следующее:

- компании с заинтересованными сотрудниками и клиентами опережают на рынке тех, кто не может сформировать истинную мотивацию. Это особенно характерно для сообществ, где конкуренция носит глобальный характер, а технологии значительно снижают барьеры для входа на рынок
- любого работника в производственной среде всегда будет мотивировать игровой компонент или соревновательный эффект;
- мотивация персонала повышается при создании в компании условий, в которых, с одной стороны, сотрудники будут чувствовать свою личную принадлежность к окружающим бизнес-процессам компании, а с другой – менеджмент будет ощущать ценность того или иного сотрудника;
- современная культура взаимоотношений должна существовать и действовать непринужденно, иногда принимая во внимание элементы игр.

Набор мощных игровых инструментов, которые можно применить для решения существующих задач предприятия, называется геймификацией. Ключевой момент применения такого методического инструментария заключается в возможности

внедрения игровых элементов управления в неигровую деятельность предприятия, что значительно расширяет возможности повышения эффективности функционирования предприятий в условиях изменчивого внешнего окружения.

Практическое использование данного инструментария согласно [1] позволяет достаточно легко, без принуждения решать следующие задачи, стоящие перед коллективом предприятия:

- повышение общего уровня производительности труда;
- выявление лидеров в различных функциональных сферах деятельности;
- определение вектора развития каждого конкретного сотрудника и команды в целом и стимулирование их развития в этом направлении;
- обеспечение всех сотрудников оперативной обратной связью по результатам деятельности;
- повышение видимости результатов работы каждого сотрудника;
- улучшение качества коммуникаций в команде;
- снижение частоты возникновения конфликтов;
- объединение сотрудников предприятия общей идеей, вовлечение каждого из них в командную работу;
- привитие сотрудникам ценности компании, формирование понимания бренда работодателя на уровне уже работающих сотрудников.

Таким образом, применение геймификации, как современного инструмент мотивации персонала, обеспечивает получение менеджментом предприятия возможности развивать уникальную культуру, которая позволяет развивать ценность уникального, творческого, способного решать самые важные задачи компании, сотрудника.

Список литературы: 1. Хантер Д. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / Д. Хантер, К. Вербах. Перевод, издание на русском языке, оформление. – М. : ООО «Манн, Иванов, Фербер», 2015. – 100 с. 2. Колот А. М. Мотивация персонала : учебник / А. М. Колот. – К. : КНЭУ, 2002. – 337 с. 3. Князева Е. А. Мотивация персонала в условиях построения информационного общества : монография / Е.А. Князева. – Одесса : ВМВ, 2008. – 204 с. 4. Костин Д. Ю. Два опыта корпоративного обучения персонала / Д. Ю. Костин // Современные достижения в науке и образовании: V Междунар. науч. конф., 27 сент.-4 окт. 2011 г. (г. Нетания, Израиль) : сб. трудов : в 2 т. – Хмельницкий : ХНУ, 2011. – Т. 2. – С. 92–94. 5. Дмитренко Г.А. Мотивация и оценка персонала : учебн. пособие / Г.А. Дмитренко, Е.А. Шарапатова, Т.М. Максименко. – К. МАУП, 2002. – 248 с. 6. Колонтаевский О.П. Мотивы и стимулы трудовой деятельности персонала / О. П. Колонтаевский // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Екон. науки. – 2006. – Т. 9. – № 1. – С. 42–44.