

Змагальна гейміфікація – це мотивація співробітників за допомогою різноманітних змагань, тематика яких тісно пов'язана з проблемами або завданнями компанії. Ця форма передбачає створення різних конкурсів, змагань, в рамках яких будуть вирішені першочергові завдання компанії.

Переможна гейміфікація ґрунтується на зацікавленості співробітників в ігровому процесі, в рамках якого будуть виконані завдання компанії. Особливістю даної форми є те, що, після закінчення ігрового процесу всі співробітники – переможці. Переможна гейміфікація створює позитивний мікроклімат у колективі, сприяє згуртованості співробітників.

Естетична гейміфікація – це доведення стратегічних цілей та завдань до співробітників, при цьому цілі та завдання повинні збігатися з інтересами та бажаннями співробітників компанії.

Для підвищення ефективності роботи персоналу можна застосовувати різні методи гейміфікації: змагання у грі, індивідуальні досягнення із заохоченням, змагання у роботі, змагання із вигаданим противником.

Отже, працівники, перебуваючи у грі, використовуючи загальні механіки, підвищують якість та швидкість роботи. Гейміфікація є потенційним рішенням, здатним підвищувати мотивацію, генерувати прибуток та формувати унікальний досвід співробітників підприємства.

Список використаних джерел:

1. Burke B. Gamify: How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things. 2014. 192 p

2. Що таке гейміфікація в освіті, бізнесі, навчанні персоналу. URL: <https://flesh.com.ua/shho-take-gejmifikaciya-v-osviti-biznesi-navchanni-personalu/>

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Т. С. ПЕРЕДЕРІЙ, аспірант
*Державний торговельно-економічний університет,
Україна, 02156, м. Київ, вул. Кіото, 19
tanyaperederii96@gmail.com*

В сучасних умовах вітчизняні підприємства торгівлі змушені здійснювати господарську діяльність під впливом пандемії COVID 19 та триваючої широкомасштабної збройної агресії російської федерації проти України. Так, за результатами опитувань власників та CEO підприємств 46,8% підприємств повністю або майже повністю припинили роботу з 24.02.2022 року. Тільки 12,4% не змінили або збільшили обсяги робіт у порівнянні з довоєнним часом. За узагальненою самооцінкою власників та CEO, загальні втрати МСП за період війни сягнули \$ 85 млрд (невраховуючи недоотриманих прибутків)[1].

Поряд з тим, значна кількість підприємств торгівлі зіштовхнулася з проблемами релокації, погіршення умов постачання й розривом логістичних ланцюжків, ускладнення процесів реалізації продукції, відтоку висококваліфікованих кадрів закордон, необхідністю переведення працівників на дистанційну роботу, втратою майна, відсутністю достатнього власного капіталу, що безпосередньо негативно впливає на їх результативність та ефективність й ускладнює (унеможлиблює) подальший розвиток.

Опитування Європейської Бізнес Асоціація також свідчить про те, що оцінка підприємцями власної фінансової стійкості погіршується. 34% повідомляють, що їх фінансових резервів вистачить на кілька місяців (у квітні 2022 р. - 40%). 12% мають резервів на один місяць, а інші 12% – на пів року. Тільки 5% мають достатньо фінансових резервів на рік і більше. Про відсутність фінансових резервів зазначили 29% компаній [1].

З огляду на різноманітність вищезазначених зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на господарську діяльність, особливого значення набуває питання сталого розвитку підприємства торгівлі.

Як зазначає Т.О. Степаненко, сталий розвиток – це концепція управління підприємством, яка в умовах складності та багатофакторності зовнішнього середовища, обмеженості природних ресурсів, зростання ролі людського потенціалу передбачає вплив на нарощування економічного потенціалу підприємства та рівень соціального розвитку з одночасним забезпеченням природозберігальних технологій. Також Т. О. Степаненко визначає такі основні ознаки сталого розвитку підприємства: 1) рівноважність та стійкість системи – здатність системи зберігати свою структуру та функціональність за зміни параметрів зовнішнього середовища; 2) адаптивність та витривалість – можливість системи відновлювати функціональні якості за відхилення умов зовнішнього середовища від оптимальних; 3) збалансованість показників (якісних та кількісних): зростання кількісних параметрів за одночасного збереження рівня якісних характеристик системи; 4) стабільність – довгострокове підтримання досягнутого рівня розвитку; 5) конкурентоспроможність – комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає його здатність конкурувати в ринкових умовах; 6) екологічність – дотримання норм безпеки та екологічних вимог до обладнання та технологічного процесу виробництва [2, с. 137].

За словами Т. І. Дем'яненко, нині підприємства України мають будувати систему управління підприємством на засадах сталого розвитку, адже саме таке управління сприяє забезпеченню його фінансової стійкості, конкурентоспроможності, ефективному функціонуванню на ринку, організації виробництва, орієнтованого на зменшення шкідливих викидів в атмосферу та зниження матеріаломісткості виготовлення продукції, покращенню робочих місць працівників та зростанню соціального рівня населення. Саме діючий механізм сталого розвитку дає змогу підприємствам не тільки легко адаптуватися до змін навколишнього середовища, але й постійно розвиватися. Основою сталого розвитку підприємств є поєднання

трьох складових частин, а саме економічної, соціальної та екологічної. Економічна складова сталого розвитку підприємства включає стан фінансових ресурсів, їх розподіл і використання, які забезпечують розвиток підприємства на основі зростання прибутку, збереження платоспроможності в умовах змін зовнішнього середовища. Соціальна складова сталого розвитку підприємства включає спрямування діяльності підприємства на зростання рівня життя населення та працівників підприємства загалом за рахунок покращення умов праці, зростання заробітної платні, підвищення рівня кваліфікації персоналу [3, с. 185–186].

Враховуючи вищезазначене, підприємства торгівлі мають здійснювати свою господарську діяльність з урахуванням концепції сталого розвитку з метою отримання у подальшому значних конкурентних переваг на економічному ринку та зменшення дій впливу зовнішніх й внутрішніх дестабілізуючих факторів.

Список використаних джерел:

1. Аналіз актуального стану та пропозицій щодо покращення умов для підприємництва в Україні [електронний ресурс] // Career Hub - Електронні дані. – 2022. – <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stance/> - Назва з екрана (переглянуто: 29.10.2022).

2. Степаненко Т.О. Теоретичні та методичні засади сталого розвитку підприємства / Т.О.Степаненко//Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: економіка і управління. – 2020. –Т.31(70).–№ 6. –С.136–141.

3. Дем'яненко Т.І. Сталий розвиток вітчизняних підприємств в сучасних економічних умовах / Т.І. Дем'яненко // Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: економіка і управління. – 2020. –Т.31(70). – № 2. – С.185 –188.

ОСОБЛИВОСТІ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Д. С. ПЕТРОВА, здобувач вищої освіти
факультет економіки, менеджменту та права
di.petrova16@gmail.com

*Науковий керівник: БОГАЦЬКА Н. М., канд. екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
21000, Україна, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25*

Ресурсний потенціал підприємства значною мірою залежить від того, наскільки ефективно він використовує існуючі ресурси, щоб забезпечити безперебійну роботу в майбутньому, яка спрямована на максимізацію прибутку та підвищення конкурентоспроможності. Мета будь-якого підприємства є ефективність використання всіх наявних ресурсів та ресурсного потенціалу, тобто під словом «потенціал» розуміють, як запаси, засоби, ресурси, що можуть бути використанні для досягнення мети [1].