

А.Н. Токжигитова, С.К. Жумагулова

Торайгыров университет

Павлодар, Казахстан

Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова

Караганды, Казахстан

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

***Аннотация.** Геймификация в цифровой экономике представляет собой перспективный инструмент для повышения вовлеченности, мотивации и производительности как в образовательной, так и в коммерческой сферах. Тем не менее, её применение связано с рядом проблем и вызовов, включая сложности внедрения, потенциальные этические вопросы, а также ограничения в долгосрочной эффективности. В данной статье анализируются основные современные проблемы геймификации в условиях цифровой экономики, рассматриваются возможные подходы к их решению и перспективы дальнейшего развития.*

A.N. Tokzhigitova, S.K. Zhumagulova

Toraighyrov University

Pavlodar, Kazakhstan

Karaganda University named after Academician E.A. Buketov

Karaganda, Kazakhstan

MODERN PROBLEMS OF GAMIFICATION IN THE DIGITAL ECONOMY

***Abstract.** Gamification in the digital economy is a promising tool for increasing engagement, motivation and productivity in both educational and commercial fields. However, its application is associated with a number of problems and challenges, including implementation difficulties, potential ethical issues, as well as limitations in long-term effectiveness. This article analyzes the main modern problems of gamification in the digital economy, discusses possible approaches to solving them and prospects for further development.*

С ростом цифровой экономики и переходом многих процессов в онлайн-среду геймификация стала популярным инструментом для вовлечения и мотивирования пользователей. Геймификация активно применяется в сфере цифрового обучения, электронной коммерции, управления персоналом и маркетинга. Однако, несмотря на свою популярность и потенциал, геймификация сталкивается с рядом проблем, которые могут ограничить её эффективность и

долговечность. Цель данной статьи – рассмотреть актуальные проблемы геймификации и предложить возможные пути их решения.

Геймификация – это процесс применения игровых элементов в неигровых контекстах для увеличения вовлеченности пользователей, вовлечение в процесс обучения, а также активизация познавательной деятельности.

Цифровая экономика представляет собой не отдельную отрасль, а базу для создания новых экономических моделей, которые преобразуют многие сферы жизнедеятельности и, несомненно, потребуют изменения подхода к профессиональным компетенциям специалистов. Современное образование сталкивается с важной задачей – подготовкой кадров будущего. Решение этой задачи связано с внедрением инновационных технологий и развитием новых форматов обучения.

Одной из ключевых проблем геймификации является поддержание долгосрочной мотивации пользователей. Игровые элементы, такие как баллы, значки и уровни, могут вызвать краткосрочный интерес, но со временем их воздействие на мотивацию снижается. Участники могут потерять интерес к системе, что ставит под сомнение долгосрочную эффективность геймифицированных подходов.

Для поддержания интереса пользователей важно регулярно обновлять игровые элементы, добавлять новые задачи, уровни сложности и развивать индивидуальные программы для участников. Персонализация и разнообразие контента могут помочь избежать эффекта привыкания и сохранять интерес.

Геймификация может стать инструментом манипуляции, особенно если её использование направлено исключительно на стимулирование продаж или увеличение времени, проведённого на платформе. Это может негативно отразиться на восприятии продукта и вызвать негативные эмоции у пользователей.

Игровые элементы могут способствовать формированию зависимости, особенно у молодых пользователей. Непродуманная геймификация может привести к чрезмерному увлечению платформой, что может повлиять на психическое и эмоциональное состояние пользователя. Важно внедрять геймифицированные элементы, которые способствуют обучению, самореализации и развитию, избегая чрезмерного стимулирования, создающего зависимость. Регуляция игрового времени и наличие функций для мониторинга активности пользователей могут помочь контролировать уровень вовлеченности.

Измерение эффективности геймификации представляет собой сложную задачу, так как влияние игровых элементов на мотивацию и производительность трудно оценить количественно. Основные метрики, такие как вовлеченность и удержание пользователей, часто не отражают полную картину, особенно если речь идёт о долгосрочном взаимодействии. Для оценки эффективности геймификации следует применять комплексный подход, включающий как количественные, так и качественные метрики. Важно учитывать не только статистику, но и отзывы пользователей, уровень их удовлетворенности и достижение целей, которые ставились при внедрении геймифицированной системы.

В предстоящие годы цифровая экономика будет развиваться с опорой на технологии геймификации, которая станет значимым инструментом для повышения уровня вовлеченности пользователей, оптимизации клиентского опыта и повышения эффективности рабочих процессов. Внедрение игровых механик в различные сектора, такие как образование, здравоохранение, электронная коммерция и управление человеческими ресурсами, способствует созданию более мотивационно ориентированной и интерактивной среды взаимодействия.

Геймификация в условиях цифровой экономики обладает большим потенциалом, однако её внедрение связано с рядом проблем, которые могут ограничить эффективность и устойчивость таких систем. Этика, поддержание долгосрочной мотивации, влияние на психологическое состояние пользователей, затраты на разработку и сложности с оценкой эффективности – все эти аспекты требуют внимательного подхода. Будущее геймификации зависит от способности бизнеса и разработчиков адаптировать игровые элементы к реальным потребностям и ожиданиям пользователей, создавая устойчивые и ценные решения для цифровой экономики.

Список использованных источников

1. Болтышев М.Г. Геймификация цифрового обучения: актуальные проблемы. Информатика и образование. 2022;37(3):28-34.
2. Макаенко Я. А. Геймификация и нарративные практики в современном образовании // Koiron. 2022. Т. 3. № 3–4. С. 88–97.
3. Дышекова А. А. Цифровая экономика в образовании // Известия Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им. В. М. Кокова. 2021. №3 (33).
4. Головенчик, Г. Г. Цифровая экономика / Г. Г. Головенчик, М. М. Ковалев. – Минск : Изд. центр БГУ, 2019. – 395 с.