

ГЕЙМИФИКАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ КАК СТИМУЛ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Цифровизация экономики трансформирует способы взаимодействия компаний с клиентами. Одним из ключевых способов такой трансформации становится геймификация. В Беларуси игровые механики внедряются в мобильные приложения, банковские сервисы, HR-системы и образование.

Игровые элементы в мобильных приложениях повышают вовлеченность, делая процесс обслуживания и покупки более увлекательным. Зарубежные исследования подтверждают, что при грамотном внедрении геймификация способна увеличивать ключевые показатели эффективности. Например, компания Casadoo сообщает о росте вовлеченности пользователей в использовании приложения (проявление активности, частота возвратов, выполнение заданий) на 62 % после внедрения геймифицированных функций, а площадка Limango фиксирует рост среднего чека (объем трат за одну покупку) у их пользователей на 41 % благодаря играм.

В Беларуси с 17 декабря 2024 г. по 15 января 2025 г. клиенты Betera могли проходить специальные миссии на платформе, получать и накапливать баллы за их прохождение, а после обменивать их в новогоднем «Магазине бонусов». Это один из самых масштабных кейсов геймификации в стране [1]. ЗАО «МТБанк» использует игровые механики в клиентском опыте. Например, банк проводил хакатон по созданию геймифицированных сервисов для мобильного банка [2]. ЗАО «ВТБ» получило премию «HR-бренд — 2024» за создание внутриигровой системы «ВТБ Сити», мотивирующей сотрудников через баллы, уровни и игровые роли. Эти мероприятия демонстрируют, что геймификация в Беларуси активно применяется не только в секторе B2C, но и в HR-процессах. Геймификация становится важным источником развития цифровых сервисов в Беларуси, она может быть как в онлайн-, так и в офлайн-формате.

В качестве примера онлайн-геймификации можно привести конкурсы и викторины, которые регулярно проводит Mufin.by для своих пользователей. Например, конкурсы с вопросами по финансовой грамотности, в которых победители получали призы. Также могут проводиться акции, связанные с активностью на сайте (например, за оставленные комментарии, участие в опросах).

Пример офлайн-геймификации — сеть кинотеатров Silver Screen. Периодически, особенно на премьерах или в праздники, посетители кинотеатров имеют возможность вращать колесо фортуны для полу-

чения призов: при покупке билета, попкорна или просто за присутствии.

Эти примеры демонстрируют, что игровые механики потенциально влияют на рост вовлеченности, частоты использования продуктов, удержания пользователей, покупательской активности, эффективности обучения и мотивации сотрудников. Следовательно, можно сделать вывод, что геймификация не разовый проект, а основа построения пользовательских стратегий.

Источники

1. Играй, выполняя задания, получай бонусы: эксклюзивный для Беларуси формат от Betera // Myfin.by. — URL: <https://myfin.by/article/money/igraj-vypolnaj-zadania-polucaj-bonusy-ekskluzivnyj-dla-belarusi-format-ot-betera-34446> (дата обращения: 24.11.2025).

2. Корнев, Дж. Белорусские студенты примут участие в разработке нового банковского продукта на хакатоне от МТБанка / Дж. Корнев // Наш Портал. — URL: <https://npr.by/belorussskie-studenty-primut-uchastie-v-razrabotke-novogo-bankovskogo-produkta-na-hakatone-ot-mtbanka/?ysclid=midm7yuzs198771994> (дата обращения: 24.11.2025).

А. О. Голец

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. О. Белова, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ ВАЛЮТНОГО РИСКА НА ДОСТАТОЧНОСТЬ КАПИТАЛА

Достаточность капитала — показатель, демонстрирующий, насколько собственные средства банка позволяют покрывать возможные убытки и риски. На данный параметр влияет совокупность различных факторов, среди которых: рыночный риск (колебания цен на ценные бумаги); кредитный; ликвидный; процентный (изменение процентных ставок, влияющих на доходы и расходы банка); операционный (ошибки персонала, сбои систем и мошенничество); валютный риск.

Современные банки ежедневно сталкиваются с многочисленными угрозами. Валютный риск возникает из-за колебаний обменного курса иностранной валюты по отношению к национальной, что приводит к значительным финансовым потерям от изменения стоимости активов и обязательств банка [1]. Валютные рынки развивающихся стран отличаются малым доступом, недостаточной ликвидностью, а также ограниченными возможностями применения инструментов хеджирования.