

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ПРИЛОЖЕНИЯХ ДЛЯ УЧЕТА НАКОПЛЕНИЙ НА МОТИВАЦИЮ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ ПО СБЕРЕЖЕНИЯМ

Барченкова К.А.¹

Научный руководитель – старший преподаватель факультета программной инженерии и компьютерной техники Балканский А.А.¹

¹Университет ИТМО

barchenkovaksenia@yandex.ru

Введение

С развитием цифровых технологий появились приложения, позволяющие пользователям следить за личными финансами и вести накопления. Одной из концепций, активно внедряемых в такие приложения, стала геймификация - использование игровых механик и элементов в неигровых контекстах. Однако эффективность применения геймификации в формировании сберегательного поведения и поддержании накопительной активности изучена недостаточно. В этой связи особую актуальность приобретает исследование влияния элементов геймификации в интерфейсе приложений для учета накоплений на мотивацию пользователей в достижении целей по сбережениям.

Основная часть

В данной научно-исследовательской работе был проведен эксперимент, направленный на изучение влияния внедрения лидерборда в интерфейс приложения для учета накоплений на мотивацию пользователей достигать поставленных целей по сбережениям. Для оценки эффекта внедрения лидерборда были сформулированы пять гипотез:

1. Пользователи приложения с лидербордом оценивают собственную мотивацию выше, чем пользователи приложения без лидерборда.
2. Пользователи приложения с лидербордом демонстрируют больший прогресс в достижении целей по накоплениям.
3. Пользователи приложения с лидербордом посещают приложение чаще, чем пользователи приложения без лидерборда.
4. Частота входов в приложение прямо коррелирует с оценкой собственной мотивации пользователей.
5. Прогресс в накоплениях пользователей прямо коррелирует с их оценкой мотивации.

В эксперименте приняли участие 38 пользователей, случайным образом разделенных на две равные группы: контрольную (использовала приложение без лидерборда) и экспериментальную (с лидербордом). Приложения были реализованы в мессенджере Telegram. Мотивация оценивалась пользователями самостоятельно по шкале Ликерта, а данные о прогрессе и активности фиксировались с помощью JavaScript.

Выводы

Анализ полученных результатов с использованием U-критерия Манна-Уитни показал, что пользователи приложения с лидербордом оценивают свою мотивацию коптить значительно выше, а также, что внедрение лидерборда оказывает положительное влияние на их прогресс и активность. Полученные результаты могут быть использованы при разработке финансовых приложений для повышения мотивации и вовлеченности пользователей в процесс накоплений.

Литература

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди; Люди, которые играют в игры: перевод с английского / Берн Эрик. - Минск: Современный литератор, 2006. - 448 с.
2. Вербак К., Хантер Д. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса. // Манн, Иванов и Фербер -М. 2015.
3. Ветушинский А.С. Больше, чем просто средство: новый подход к пониманию геймификации // Социология власти. — 2020. — №. 3. — С. 14-31.
4. Barrafreem Kinga, Tinghög Gustav, Västfjäll Daniel Behavioral and contextual determinants of different stages of saving behavior // Frontiers in Behavioral Economics. — 2024. — №. 3. — С. 1-11.
5. Gargano Antonio, Rossi Alberto G. Goal Setting and Saving in the FinTech Era. — 2020. — С.1-71.
6. Kaldor Nicholas Welfare Propositions of Economics and Interpersonal Comparisons of Utility // The Economic Journal. — 1939. — №. 195. — С. 549-552.
7. Raue Martina, D'Ambrosio Lisa A., Coughlin Joseph The Power of Peers: Prompting Savings Behavior Through Social Comparison // Journal of Behavioral Finance. — 2019. — С. 1-13.