

Секция «Традиционные и современные технологии в управлении персоналом: успешный опыт и зоны пробуксовки»

## Геймификация в управлении персоналом: успешные практики

Научный руководитель – Батоврина Екатерина Викторовна

*Гаджиева Тамам Мурадовна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: gajieva.tamam@yandex.ru*

В условиях стремительного развития информационных технологий в современном мире наблюдается увеличение популярности инновационных методов управления персоналом, среди которых особое внимание привлекает геймификация. Этот подход представляет собой интеграцию игровых элементов и принципов в рабочие процессы с целью стимулирования и мотивации сотрудников.

Выдающим образцом их применения может служить организация социалистических конкурсов в период с 1920-х по 1930-е годы. Эти соревнования активно способствовали увеличению эффективности труда, а также стимулировали рабочих предлагать рационализаторские идеи и концепции, которые в современности могли бы быть классифицированы как инновации.<sup>[1]</sup> Инициатором терминологии "геймификация" является Н. Пеллинг, выдающийся британский разработчик компьютерных игр. В 2002 году он впервые предложил данное понятие, концептуализируя его как стратегию применения игровых приемов и технологий в контексте, не связанном с игровой деятельностью. Последователи, в частности, Г. Зихерманн и К. Каннингхэм<sup>[2]</sup>, определяют геймификацию как систематический процесс, основанный на интеграции игрового мышления и механики с целью привлечения внимания аудитории и решения разнообразных задач.

Актуальность внедрения геймификации в управлении персоналом обусловлена несколькими факторами. Во-первых, она способствует повышению уровня вовлеченности сотрудников, создавая интересные и увлекательные задачи, а также стимулируя сотрудников достигать поставленных целей. Во-вторых, геймификация может помочь в укреплении командного духа, поскольку часто включает в себя элементы соревнования и совместной работы. В-третьих, это эффективный инструмент для обучения и развития персонала, поскольку игровой формат может ускорить усвоение новых знаний и навыков.

Геймификация, в сущности, представляет собой стратегию управления персоналом, заключающуюся в систематическом применении определенных шагов для решения разнообразных задач, таких как привлечение, мотивация, оценка, обучение и развитие сотрудников. Анализ основных принципов геймификации, выделенных А.А. Попиковым<sup>[3]</sup>, раскрывает ключевые принципы, на которых строится эффективная система:

1. **Любознательство:** Создание интереса и стимулирование участников через постоянные небольшие открытия и неожиданные элементы.

2. **Мгновенная обратная связь:** Предоставление немедленной реакции на действия участников, что способствует поддержанию активности и мотивации.

3. **Получение статуса:** Предоставление возможности участникам достигать определенных статусов или званий в зависимости от их производительности и достижений.

4. **Простота правил и понятные вознаграждения:** Установление четких и простых правил, а также наград, которые могут быть легко поняты участниками. При этом вознаграждения должны увеличиваться по мере их продвижения внутри игрового процесса.

**5. Проработанный сюжет с погружением в историю:** Создание глубокого и интересного сюжета, который погружает участников в цельную историю, делая опыт геймификации более привлекательным и запоминающимся.

Рассмотрим примеры использования геймификации в управлении персоналом в различных компаниях:

### **Cisco**

**Проблема:** Cisco инвестировала в глобальную программу обучения работе в социальных сетях для своих сотрудников и подрядчиков, чтобы развить и использовать их навыки работы в социальных сетях. Но поскольку в рамках программы было проведено более 46 курсов, было сложно понять, с чего начать.

**Решение:** Cisco представила три уровня сертификации для программы обучения в социальных сетях: Специалист, Стратег и мастер, а также четыре дополнительных уровня сертификации для HR, внешних коммуникаций, продаж и внутренних партнерских команд. Кроме того, это усложнило командные задачи по привлечению здоровой доли конкуренции и сотрудничества в получение сертификатов в социальных сетях.

**Результат:** С момента внедрения программы обучения геймификации в социальных сетях более 650 сотрудников Cisco прошли сертификацию по более чем 13 000 пройденным курсам.

### **Делойт**

**Проблема:** "Делойт" разработал программу обучения лидерству для руководителей высшего звена, но не смог побудить руководителей начать и завершить программу.

**Решение:** "Делойт" обратился к Badgeville с просьбой внедрить геймифицированные элементы, такие как бейджи, таблицы лидеров и статусные знаки, которые измеряли количество руководителей, участвующих в курсах и окончивших их.

**Результат:** Среднее время прохождения учебной программы сократилось на 50 процентов, а количество пользователей программы, которые возвращаются на сайт ежедневно, увеличилось на 46,6 процента.

### **Engine Yard**

**Проблема:** Платформа управления облачными приложениями Engine Yard инвестировала в базу знаний Zendesk, чтобы стимулировать самообслуживание и поиск неисправностей в сообществе, но сотрудники и заказчики осваивали базу знаний не так быстро, как ожидалось.

**Решение:** Engine Yard внедрила игровую механику Badgeville в свою платформу Zendesk, которая вознаграждала участников достижениями и вводила миссии, которые пользователи могли выполнять для дополнительного признания после завершения опросов клиентов или сообщения об ошибках.

**Результат:** После того, как Engine Yard геймифицировала свою базу знаний, количество обращений с жалобами клиентов сократилось на 20%, на 40% увеличился объем взаимодействия на форумах и поиска в базе знаний, а время отклика службы поддержки клиентов увеличилось на 40%.

### **Google**

**Проблема:** Google, как и многим компаниям, требовалось больше сотрудников, чтобы своевременно и регулярно предоставлять информацию о командировочных расходах.

**Решение:** Когда сотрудники Google отправляются в рабочую поездку, они получают надбавку за каждое местоположение. Google геймифицировал процесс расходования средств, позволив сотрудникам, которые не потратили все свои карманные деньги, выбирать, что будет с оставшимися деньгами — получить их при следующей зарплате, сэкономить на будущей поездке или пожертвовать на благотворительность по своему выбору.

**Результат:** 4500 пользователей просмотрели 500 000 экранов, чтобы исправить или

улучшить переводы на своих родных языках. Microsoft Japan фактически взяла выходной для всей компании, чтобы поиграть в игру, и в итоге выиграла таблицу лидеров.

В заключение, геймификация представляется несомненно эффективным инструментом в управлении персоналом, и анализ кейсов зарубежных компаний подтверждает это утверждение. Эти успехи могут служить примером для российских компаний, показывая потенциал внедрения подобных практик.

### **Источники и литература**

- 1) Батоврина Е.В. Геймификация как технология управления персоналом инновационных организации // Государственное управление. Электронный вестник Выпуск No 95. Декабрь 2022 г. с.209-222
- 2) Zichermann G., Cunningham C. (2011) Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. Sebastopol: O'Reilly Media.
- 3) Попиков А.А. Геймификация как направление повышения эффективности деятельности организации // Вестник Воронежского института экономики и социального управления. 2020. № 1. С. 83–85