

7. Kolozaridi, P., & Muravyov, D. (2021). Contextualizing sovereignty: A critical review of competing explanations of the Internet governance in the (so-called) Russian case. *First Monday*, 26(5). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i5.11687>
8. Now A. Targeted, cut off, and left in the dark: The# KeepItOn report on Internet shutdowns in 2019 //The# KeepItOn Coalition. – 2020.
9. Roberts M., Roberts M. E. Censored. – Princeton University Press, 2018.
10. Z. Tufekci. Twitter and Tear Gas. New Haven & London: Yale University Press, 2017. С. 92.

DOI: 10.24412/1994-3776-2022-1-143-148

УДК: 316.6

А.А. Кондакова

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

A. Kondakova. Gamification as a modern technology for personnel management

Аннотация. В статье рассмотрено внедрение технологии геймификации в работу HR-процессов. Были описаны возможности внедрения геймификации уже сейчас и в ближайшем будущем, так как нынешние технологии это позволяют. В статье рассматриваются все преимущества данной технологии, а также её недостатки. Также были рассмотрены случаи использования технологии геймификации в качестве средства для облегчения адаптации, обучения и найма новых работников в компаниях международного уровня.

Ключевые слова: геймификация, управление человеческими ресурсами, обучение персонала, адаптация персонала, найм персонала, современные технологии управления персоналом.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21;
e-mail: 4nechk4@mail.ru

Abstract. This article discusses the introduction of gamification technology into the work of HR processes. The possibilities of introducing gamification were described now and in the near future, since modern technologies allow it. The article contains all the advantages of this technology, as well as its disadvantages. It also examined the use of gamification technology as a means to facilitate adaptation, training and recruitment of new employees in international companies.

Keywords: gamification, human resource management, personnel training, personnel adaptation, recruitment, modern technologies of personnel management.

Contact information: 193023, Saint Petersburg, Sadovaya str., 21;
e-mail: 4nechk4@mail.ru

Последние годы HR-руководители всё чаще приносят всё больше HR-технологий в свою работу. На фоне разгорающейся пандемии эта инициатива получила дополнительный скачок развития, так как HR-технологии в значительной степени позволяют оптимизировать процессы, что, несомненно, является преимуществом в нынешних реалиях. Именно такие действия позволяют HR-специалистам, даже в такие сложные времена, достигать стратегических целей своих компаний. Одной из технологий для плодотворного развития компании является внедрение геймификации в процессы HR-менеджмента, что, в свою очередь, позволяет привносить всё больший интерес сотрудников к работе.

Геймификация – это специальная методика, подразумевающая то, что во время игры у людей вырабатываются некоторые специальные характеристики и умения, которыми они в будущем смогут пользоваться в реальной жизни, то есть геймификация

Кондакова Анна Алексеевна – студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

A. Kondakova – student of the St. Petersburg State Economic University .

© А.А. Кондакова, 2022.

позволяет получить некоторые специальные умения или черты характера, которые в дальнейшем сотрудники компаний будут использовать в работе [4].

В последние годы человечество достигло небывалых высот в развитии технологий. Современное поколение новоиспеченных сотрудников не представляют свою жизнь без ежедневного и многочасового использования компьютера. Многие из нынешних работников и, безусловно, будущих работников различных крупнейших компаний тратят несчетное количество часов за видеоиграми, поскольку современных технологии позволяют добиться максимальной реалистичности в игре и погружают людей в созданные компьютерные миры. Именно поэтому геймификация позволит работникам в игровой форме ещё глубже погрузиться в процесс изучения своей профессии. Это необходимо в виду того что проблема отцов и детей никогда не решится, разногласия между поколениями никогда не угаснут, а геймификация позволит быстро и эффективно привлекать работников в компании и удерживать их там на долгое время. Достаточно часто новые работники испытывают трудности с пониманием ценностей в коллективе, который может быть намного старше их, а геймификация погружает их уже в хорошо известную им атмосферу – атмосферу игры, в которой они пробыли уже не один десяток тысяч часов своей жизни. Именно этому сейчас самое время активно привносить эту технологию в жизнь, ведь для этого сложились все необходимые факторы, а именно достаточный уровень технологий и очень высокий интерес потребителя.

Так всё-таки, а почему же эта технология уже не стала частью нашей современной жизни? Как было уже написано для того, чтобы геймификация имела место быть, мир должен быть достаточно подкован в цифровом и технологическом плане. Однако последнее десятилетие цивилизация достигла уже достаточного уровня развития, чтобы повсеместно внедрять эту технологию. Получается, что главная причина, по которой массово не внедряется эта технология – неприспособленность нынешнего поколения к работе в этой системе? Однако это совсем неверное утверждение.

Геймификация стала уже достаточно важной частью современного HR менеджмента. С каждым годом всё больше и больше компаний начинают её использовать. Именно поэтому различные журналы всё чаще и чаще публикуют статьи по данной тематике.

Геймификацию можно сравнить с некоторым трендом, который сейчас начинает проявлять своё господство на рынке. Возникает логичный вопрос, а насколько долгосрочной будет перспектива развития этой технологии? В разные времена наш мир наполнялся различными и абсолютно разными трендами, тем не менее, почти все они угасли со временем, поскольку, говоря о тренде, люди прекрасно понимают, что это вихревое, резкое движение вверх, а затем последует такое же необратимое и сокрушительное падение. Проводя аналогию с трендами, данную технологию можно сравнить с чем-то куда более простым и приземлённым, к примеру, с игрушкой Йо-Йо. Это крайне популярная игрушка, которая была популярна в начале 2000-х годов. Добрая половина Европы и Северной Америки каждый день тренировалась, чтобы показать всё новые и новые трюки с этой игрушкой. Однако сейчас она пришла в упадок. Многие дети 2010-х годов уже и не знают, что это такое. Стоит ли ждать подобного сценария с геймификацией? Разумеется, здесь можно дать однозначный ответ – нет. Об этом можно с уверенностью рассуждать в виду того, что геймификация это уникальное средство, позволяющее современному поколению, выросшему в компьютере, продолжать своё развитие и на работе, используя различные игры. Этот тренд не будет прекращен, потому что с каждым годом люди всё больше и больше тратят времени за видеоиграми. Об этом свидетельствует колоссальный рост продаж различных приставок и видеоигр. А значит, и будущие поколения будут жить в чём-то

похожем на наш современный мир. Видеоигры никогда не уйдут из человечества, а значит, их можно считать чуть ли не основополагающей частью в развитии человека. Именно поэтому геймификацию стоит начать активно внедрять всем компаниям.

Тогда возникает логичный вопрос, а какие риски могут возникнуть при внедрении геймификации? Разумеется, любая методика имеет свои плюсы и минусы. По сути своей, об успешности любой технологии можно судить по соотношению положительных и отрицательных моментов, которые возникают при её использовании.

Говоря о геймификации необходимо выделить следующие очевидные преимущества [7]:

1. Геймификация повышает вовлеченность работников. Это достигается благодаря тому, что работники погружаются в уже хорошо известную им среду и чувствует себя в ней, как рыба в воде. Они достаточно успешны в видеогейминге, что позволяет им ещё ярче раскрывать свои таланты во время работы. На фоне этого наблюдается повышенная вовлеченность.

2. Геймификация визуализирует достижения работников. Во время игры работники могут добиваться различных успехов, где, по сути, они сами, только в качестве игровых персонажей, достигают больших карьерных высот. Как уже было сказано ранее, геймификация позволяет работникам наследовать различные черты из видеоигр и привносить их в реальный мир. Так, например, работник, который добился больших высот в игре, обретает уверенность, что он может достигнуть того же и в реальной жизни. Обобщая вышесказанное, успехи в видеоигре позволяют дополнительно мотивировать работников.

3. Геймификация даёт возможность лучшим работникам возможность проявить себя. Поскольку игра в данном случае позволяет раскрывать таланты работников, то говоря о прогрессе в игре, можно заключить некоторые выводы о прогрессе самого работника в реальной жизни. То есть, если работник добивается больших результатов в игре, то можно говорить и о его профессиональном росте, а отслеживая результаты работников, очень легко можно будет выявить сильнейших.

Переходя к перечислению минусов, нужно выделить один особенный, который, несомненно, возникнет на ранних этапах работы – недостаток подходящих игр, но если говорить про долгосрочную перспективу, можно выделить следующие минусы [2]:

1. Поверхностность. Под этим стоит понимать, что все игры стоит воспринимать как некоторое приближение к реальности, а не точное её воспроизведение. Несмотря на то, что игра может охватить огромное количество возможных вариантов развития ситуации, она всё же не может предугадать их все. Проще говоря, современная наука пока что не в силах даже дать точный прогноз погоды на ближайшую неделю, а в мире, где на исход решения может повлиять любая мелочь, допустима, куда большая вариативность возможных сценариев.

2. Возникновение конкуренции между работниками. Естественно, любая игра подразумевает под собой и соревновательную часть. Многим людям, в свою очередь, свойственен азарт. На фоне этой проблемы в коллективе могут возникать конфликты. Многие встречались с видеороликами на разных платформах, где геймеры играют в различные игры. В ходе просмотра этих видеороликов становится понятно, насколько люди могут быть эмоциональны в ходе игры. Поэтому это, безусловно, существенный недостаток, который может сыграть злую шутку с компанией.

Ранее были рассмотрены теоретические основы внедрения геймификации в реалии современного HR. Однако также необходимо упомянуть о реальном опыте внедрения этой технологии в компаниях. Необходимо понимание того, что геймификация может быть внедрена абсолютно на всех уровнях управление персоналом, то есть от самого найма работника, его адаптации, до обучения. Далее

будут рассмотрены различные области управления персоналом, в которых уже была внедрена геймификация.

Массовый подбор персонала всегда требует скрупулёзной и очень длительной работы от своих работников. Однако иногда к этому процессу можно подойти значительно более творчески и получить намного больше дивидендов, чем планировалось первоначально. Так, например, в 2015 году компания Domino's Pizza решила привнести в эту область нечто новое и запустила игру собственного производства Pizza Mogul [8]. Эта игра была специально разработана для того, чтобы максимально расширить поиск кандидатов и привлечь наиболее квалифицированных из них. Для осуществления этой цели разработчики игры дали возможность игрокам придумывать собственные рецепты пиццы и в дальнейшем продавать их. Благодаря этому действию компания не только получила огромное количество различных новых рецептов, но и увидела реальный спрос людей на те, или иные товары. Разумеется, наиболее успешные были приглашены на работу. Безусловно, большинство приняло приглашение на работу в виду того что потенциальные работники были приятно обрадованы творческой стороной компании Domino's Pizza. Они смогли увидеть свое влияние на работу компании и с радостью стали её частью. На этом история не заканчивается компании и только удалось решить проблемы массового подбора персонала, но и повысить популярность марки, так как игра позволила привлечь ещё больше внимания аудитории на этот бренд.

Отдельного внимания заслуживает тот факт, что некоторые отечественные компании тоже не отказались от потенциальной возможности привлечения новых кандидатов с помощью видеоигр, так, например крупнейший банк России Сбербанк организывает студенческую олимпиаду по управлению коммерческим банком. В ходе олимпиады студенты получают возможность с помощью компьютерной игры погрузиться в детали управления банком, они узнают свои сильные и слабые стороны и ещё глубже погружаются в процесс изучения этой структуры. Сбербанк же, в свою очередь, оценивает работы участников олимпиады и фокусируется на их дальнейшем развитии. Наиболее преуспевающие получают предложения о работе. Такой формат помогает тестировать поведение кандидатов в рабочих условиях и привлекать больше талантов.

Переходя к адаптации работников необходимо понимать, что, согласно многим исследованиям, эффективный процесс адаптации позволяет добиться значительного улучшения показателей удержания и производительности на работе [3]. Если же компания не делает достаточного упора на адаптацию, то она неизбежно потеряет большое количество работников в течение ближайшего года. Именно поэтому многие компании стараются привносить дополнительные технологии, чтобы увеличить заинтересованность прибывших работников. К примеру, многие компании вводят систему очков и вознаграждений. Эта система позволяет новичкам заработать очки за выполнение тех или иных заданий, которые в дальнейшем можно будет обменять на награды. Данная система позволяет многократно снизить давление на новых работников, и процесс адаптации проходит намного легче.

Например, компания Deloitte решила сделать тренировки для новых работников значительно более развлекательными и интересными. Они создали и запустили свою игру «Избранный аналитик». В этой игре работники оказываются в мире постапокалипсиса и им нужно выживать в мире, наполненным зомби. Проходя игровые уровни, у них появляется все больше способностей для преуспевания в этой цели, а для того, чтобы выполнить задания нужно иметь некоторые навыки в программе MS Excel. Это позволило компании не только успешно провести адаптацию новых работников, но и значительно сократить расходы на её проведение.

Компания Siemens, в свою же очередь, предлагает новым работникам компании уникальную возможность провести работы на нефтегазовых вышках с начала в VR очках, прямо в офисе, а только потом уже приступать к реальной работе. Это позволяет работникам не только уменьшить риски, но и все глубже погрузиться в атмосферу своей деятельности [1].

Геймификация также даёт огромное количество предпочтений и для обучения работников, поскольку это позволяет им всегда оставаться заинтересованными, мотивированными и продуктивными в обучении [6]. Так, например, всем известная и всеми любимая компания McDonald's тоже внедряет технологии геймификации в процесс обучения своих работников. Компания создала игру, в которой можно погрузиться в виртуальную копию ресторанов McDonald's. Она обучает менеджеров контролю потока посетителей и своих подчинённых. В результате этой инновации компания McDonald's ежегодно экономит громадные суммы на обучении своих работников.

Также широкое применение имеют игры, созданные в формате квестов или викторин, где сотрудники, не теряя много времени, могут быстро усваивать новый материал и сразу же начинают применять его в работе. Например, в компании Walmart сотрудники достаточно регулярно играют в различные игры, которые проверяют знания работников о политике безопасности компании. Эта игра фиксирует данные игроков и моментально перенаправляет эти результаты начальству. Игра очень важна для компании, в виду того что практически все работники ежедневно применяют полученные знания в работе.

Ещё одной распространённой системой, которой пользуются многие компании, является таблицы лидеров. К примеру, уже вышеупомянутая компания Deloitte использовала подобную систему, где она очень хорошо прижилась. Данная система позволяет компании более чем в два раза сокращать время сертификации.

Ещё одним примером является компания Proplex, которая придумала специальную игру, позволяющую работникам заранее проиграть различные варианты поведения сложных клиентов. Это позволяет получить драгоценный опыт работы со сложными клиентами, а значит, работники всегда будут знать, что и как говорить в любой ситуации.

Также геймификация позволяет регулировать вовлеченность работников в процесс работы [5]. Именно поэтому многие компании вводят систему баллов для своих работников. Это позволяет не только увеличить конкуренцию на работе, что, в свою очередь, очень сильно мотивирует сотрудников, но и позволяет в дальнейшем обменивать полученные баллы на подарки, что делает работников значительно более вовлечёнными.

Соблюдение политики компании всегда является важной и неотъемлемой частью хорошего функционирования организации. Зачастую изучение политики компании может показаться неинтересным и нудным для некоторых работников. К примеру, работники компании Google, не зная политики компании, достаточно часто забывали вписывать данные о своих расходах после командировок. Для решения этой проблемы компания Google создала специальную игру, которая позволяла с интересом изучить правила компании и давала некоторые бонусы игрокам за прохождение игры. Результатом этой деятельности стала стопроцентное соблюдение всех правил компании в отношении путешествий всеми работниками.

В последнюю очередь, но не последним по значимости, стоит упомянуть личную и командную продуктивность, которая тоже может быть регулируемая с помощью внедрения технологии геймификации. К примеру, компания Amazon запустила специальную игру, которая позволяла работникам складов собственноручно

регулировать свою нагрузку. Если же руководители следовали правилам, которые предлагали сами работники складов, то они получали виртуальную валюту, которую можно поменять на фирменную одежду или товары.

В компании Salesforce была разработана специальная программа «Охотник на крупную дичь», которая внедряла новое программное обеспечение, за совместную работу с которым, можно было получить специальные значки и допуск на новые уровни.

В заключение стоит сказать, что прогресс не стоит на одном месте. Наш мир все больше и больше насыщается новыми технологиями, а они неизбежно меняют обитателей нашей планеты. Именно поэтому век за веком наше общество терпит глобальные перемены. Каждое новое поколение чем-то отличается от предыдущего. Возможно, что для развития HR тоже стоит в него привнести что-то новое. Прекрасным решением для этого может послужить геймификация, ведь она не только стала наконец-то возможна, она также стала по-настоящему желанна новыми работниками. Современное поколение проводит огромное количество времени перед мониторами своих компьютеров, а геймификация позволяет объединить два абсолютно разных поколения, ведь миллениалы будут работать в уже хорошо известной им среде. Это позволит не только быстрее пройти адаптацию в новой компании, найти общий язык с новыми коллегами, но и регулярно проводить интересные, а самое главное полезные часы за обучением в различных играх.

Литература

1. Адаптация в стиле hi-tech. Как технологии помогают удержать новичков. – 2020. – [Электронный ресурс] URL: <https://blog.talenttech.ru/onboarding-technologies> (Дата обращения: 25.11.2021).
2. Белоусова А.Е. Геймификация как инструмент мотивации персонала: case Uniqlo / А.Е. Белоусова // Цифровая трансформация общества, экономики, менеджмента и образования: материалы Международной конференции (Екатеринбург, 05–06 декабря 2019 года). — Том 1. — Sedlčany: Ústav personalistiky, 2020. — С. 8-14.
3. Мурадова Н.М., Тихонов А.И., Коновалова В.Г. Геймификация в адаптации персонала // Московский экономический журнал. – 2019. – №7. – С. 494–502.
4. Панфилова А.П. Инновационный менеджмент в управлении человеческими ресурсами: учебник для вузов / А.П. Панфилова [и др.]; под общей редакцией А.П. Панфиловой, Л.С. Киселевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 313 с.
5. Соломанидина Т.О. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 323 с.
6. Трофимов В.В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 2: учебник для вузов / ответственный редактор В.В. Трофимов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 324 с.
7. Stanciu R., David A.E. Game-thinking in Personnel Recruitment and Selection: Advantages and Disadvantages // Postmodern Openings. – 2020. – №11(2). – С. 267-276.
8. Zavyiboroda M. Examples of gamification in HR: a complete guide // Maryana Zavyiboroda. – 2021. – [Электронный ресурс] URL: <https://hrforecast.com/gamification-in-hr-everything-you-need-to-know-in-2021/> (Дата обращения: 25.11.2021).