

Геймификация как одно из направлений повышения вовлеченности персонала российских компаний в аспекте обеспечения конкурентоспособности бизнеса

Наталья Вячеславовна Громова

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой Управления человеческими ресурсами
Университет «Синергия»
Москва, Россия
NGromova@synergy.ru
 0000-0000-0000-0000

Антон Геннадиевич Дмитриев

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой Организационного менеджмента
Университет «Синергия»
Москва, Россия
admitriev@synergy.ru
 0000-0000-0000-0000

Лариса Ивановна Грацианова

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой Управления человеческими ресурсами
Университет «Синергия»
Москва, Россия
lgratsianova@synergy.ru
 0000-0000-0000-0000

Поступила в редакцию 28.03.2023

Принята 09.04.2023

Опубликована 15.05.2023

 10.25726/e9910-9582-7389-z

Аннотация

Целью данного исследования является поиск способов расширения участия сотрудников в российских компаниях для обеспечения конкурентного преимущества бизнеса. В качестве средства для этого предлагается один из современных аспектов цифровизации в сфере HR — инструменты геймификации. Методология, используемая в этом исследовании, включает обзор литературных источников, касающихся вовлечения сотрудников и использования геймификации для обеспечения конкурентоспособности бизнеса. Кроме того, анализируются научные определения, имеющие отношение к исследованию. В исследовании сформулированы основные конкурентные преимущества, которые получают компании с высокой степенью участия сотрудников. В исследовании определены основные методы, которые современные российские компании могут использовать для повышения вовлеченности своего персонала. В качестве эффективной альтернативы традиционным HR-инструментам в качестве одного из основных инструментов предлагается геймификация. Доказано, что использование геймификации эффективно развивает и совершенствует ключевые компетенции сотрудников организации, что приводит к повышению эффективности обучения, а также к усилению инструментов материальной и моральной мотивации и, в итоге, к повышению уровня лояльности и вовлеченности персонала в российских компаниях. Это приводит к тому, что бизнес получает конкурентное преимущество.

Ключевые слова

вовлеченность персонала, геймификация, цифровизация, лояльность персонала, конкурентоспособность.

Введение

Повсеместное распространение цифровых технологий неизбежно влияет на все традиционные сферы деятельности, включая повседневную жизнь, торговлю и производство, а также сектор управления персоналом. Интеграция новых передовых методов и инструментов в практику управления персоналом имеет важное значение для дальнейшего роста бизнеса. Хотя цифровизация является давней тенденцией в HR, она стала абсолютной необходимостью только в последние несколько лет, особенно с появлением пандемии COVID-19 и последующим переходом на удаленную работу. Этот переход был дополнительно ускорен экономическими санкциями, введенными против Российской Федерации в связи с их участием в военной операции. Санкции и последующая частичная мобилизация значительно ограничили финансовые возможности отечественных предприятий по инвестированию в различные HR-проекты, в результате чего многие компании упустили из виду свои основные ценности вовлеченности сотрудников.

В настоящее время многочисленные компании в России занимаются оптимизацией и сокращением бизнес-процессов, препятствующих развитию компании. Они начинают предпринимать шаги по автоматизации и инвестируют в создание технологий, которые повысят конкурентоспособность их бизнеса. Кроме того, они пересматривают свой подход к управлению персоналом, признавая, что сотрудники являются единственным ресурсом, на который компании действительно могут влиять. Этот аспект особенно важен в свете последних событий.

Тема данного исследования важна, поскольку она направлена на изучение новых методов повышения вовлеченности персонала, что имеет решающее значение в нынешних условиях обострения конкуренции, последствий пандемии, глобальных финансовых и политических кризисов и санкций, влияющих на российскую экономику. Эти факторы привели к падению доходов компаний, и поэтому эффективность HR-технологий, внедряемых организациями для обеспечения роста и поддержания бизнеса, становится еще более важной. На самом деле успех и конкурентоспособность современных организаций во многом зависят от эффективности HR-технологий и их внедрения в качестве ключевых факторов роста.

Материалы и методы исследования

Одним из способов обеспечения конкурентоспособности бизнеса является активное привлечение персонала российских компаний, и для этого существуют специальные рекомендации.

Наступление цифровизации привело к смене не только технологических укладов, но и моделей управления персоналом. Компании активно ищут новые нематериальные подходы для мотивации своих сотрудников и обеспечения максимального участия в делах компании. Это особенно важно в свете недавнего перехода на удаленные форматы работы и ограниченности материального стимулирования работников российских компаний.

В связи с текущими событиями в обществе и меняющейся демографией сотрудников традиционные методы мотивации и вовлечения персонала становятся все более неэффективными. Прежние схемы мотивации уже не столь эффективны, особенно с учетом нового санкционного давления на бизнес, необходимости частичной мобилизации и других факторов, сузивших горизонт планирования сотрудников и их связь с текущим местом работы. Методы кнута и пряника, такие как похвала, бонусы и страх перед наказанием, уже не универсальны, особенно в отношении поколений Y и Z, составляющих до 50% сотрудников современных компаний. Эти молодые сотрудники, привыкшие к геймификации в своей повседневной жизни с помощью онлайн-игр и других цифровых элементов, лучше реагируют на игровые элементы в бизнес-процессах. Геймификация зарекомендовала себя как один из самых эффективных методов стимулирования и мотивации сотрудников. Кроме того, геймификация позволяет

работодателям использовать конкурентный аспект при создании мотивационной системы внутри компании.

Эффективность и оптимизация кадровых бюджетов в настоящее время находятся в центре внимания на российском рынке труда. Для достижения этих целей рынок делает упор на удержание молодых специалистов и талантливых специалистов.

Нынешний подход к управлению человеческими ресурсами в отечественном бизнесе стал более ответственным, когда речь идет об инвестициях в своих сотрудников. Это предполагает прекращение нескольких HR-программ с одновременным внедрением новых методов мотивации и вовлечения персонала. Эти новые методы включают в себя инициативы по обеспечению баланса между работой и личной жизнью и программы оздоровления, актуальные в современном обществе, а также новые форматы для поощрения лояльности сотрудников и активного участия.

Важно отметить, что не все инвестиции и доходы могут быть выражены в деньгах. Наряду с денежными затратами развитие человеческого капитала требует усердия человека в таких областях, как обучение и укрепление здоровья. Кроме того, помимо финансовых выгод, таких как увеличение дохода, человек со значительным человеческим капиталом получает неденежные выгоды, такие как чувство выполненного долга, экономия времени и повышение социального статуса. Накопление человеческого капитала приносит общественную пользу, которая выходит за рамки отдельного человека и включает в себя бизнес, который их нанимает, а также общество в целом (Мелехина, 2021). Именно в связи с этим, повышение вовлеченности персонала выступает как инструмент, способный повысить конкурентоспособность компании и оптимизировать реализацию ключевых HR-процессов в современных организациях.

В конце 2000-х были проведены первые исследования по управлению процессами вовлечения персонала в организационную деятельность. Компании вынуждены открывать инновационные методы повышения эффективности труда и производительности своей рабочей силы. Это связано с тем, что человеческие ресурсы становятся важным элементом в поддержании и расширении бизнеса. Интерес сотрудников к своей работе повышает их производительность, что, в свою очередь, увеличивает прибыль и конкурентоспособность организации. Следовательно, для достижения успеха предприятиям необходимо сосредоточиться на сохранении и развитии своих человеческих ресурсов.

Основополагающие работы У. Оучи (Оучи, 1984), Р. Паскаля и Э. Атоса (Pascale, 1981) относятся к числу самых ранних исследований в области расширения участия сотрудников в организационной деятельности. Эти авторы провели анализ японской модели управления персоналом в начале 1980-х гг. Они обнаружили, что эффективные системы мотивации сотрудников, направленные на достижение полной приверженности сотрудников ценностям организации, могут быть разработаны только руководителями, которые могут успешно руководить своими сотрудниками. Это впоследствии приводит к более высокому уровню вовлеченности сотрудников и вовлеченности в организацию, что приводит к положительным результатам.

Учёный по имени Уильям Кан, проживающий в Бостоне и обучающий в местном университете, является тем, кто впервые подготовил тщательный анализ концепции "участия работников в деятельности". Согласно его утверждению, личные вклады представляют собой ситуацию, в которой присутствие участников организации проявляется на физическом, интеллектуальном и эмоциональном уровне в их рабочих обязанностях, что существенно отражается в их профессиональном поведении (Kahn, 1990).

В предшествующем десятилетии понятие "вовлеченности персонала" обрело широкое признание в дисциплине управления. Данная доктрина была представлена с предпосылкой, что трудящиеся способны самостоятельно выявить реальные перспективы, представленные им в рамках их трудовой деятельности. Терминология "участия в работе" была разработана именно У. Каном и превратилась в основополагающий постулат в данной области. Интересно отметить, что определение участия в работе, предложенное У. Каном, не только сохраняет свою первоначальную форму, но и оказывает влияние на более современные интерпретации других учёных, прямым или неявным способом.

В англоязычной научной литературе фразы "вовлеченность сотрудников" и "участие в работе" зачастую применяются в качестве синонимов. Однако исследователь из Нидерландов Вильмар Шауфели отдает предпочтение терминологии "участие в работе", так как она акцентирует внимание на связи между трудящимся и его рабочими задачами. По его суждению, "вовлеченность сотрудников" представляет собой более глобальное понимание, охватывающее связь работника с его профессиональными или рабочими обязанностями и организацией в общем плане. Более того, введение взаимодействия с организацией в понятие "вовлеченности" затуманивает разницу между ним и такими концепциями, как "организационное социальное поведение" и "организационная привязанность".

При анализе взаимодействий между организацией и персоналом с использованием концепции "активного участия работников", становится возможным оценивать не только готовность работника исполнять свои непосредственные обязанности, но и способность инициировать дополнительные задачи, выходящие за рамки стандартного функционала, стремление прикладывать сверхусилия для реализации целей, а также аспирацию рекомендовать организацию как надёжного работодателя и стремление пребывать в ней на продолжительный период (Коновалова, 2014).

Вопросы привлечения и удержания сотрудников, а также долгосрочного обеспечения необходимыми человеческими ресурсами, выступают двумя наиболее актуальными проблемами, которые приходится решать современным российским предприятиям. В наши дни работодатели стремятся не только к достижению удовлетворённости работников их работой, но и к созданию условий для активного вовлечения в рабочий процесс, где успехи компании воспринимаются как личные достижения каждого. Это включает в себя стимулирование креативного подхода и инноваций для решения задач, а также воспитание чувства причастности среди сотрудников, формирование коллективных усилий на пути к прогрессу организации. Для повышения активного участия работников в производственном процессе работодатели применяют всё более творческие методы оптимизации условий труда.

Взаимосвязь между стимулированием, активной заинтересованностью, производительностью и рентабельностью обоснована и не вызывает сомнений. Эффективность операций и финансовая прибыльность предприятия непосредственно коррелируют с уровнем мотивации и активного вовлечения работников. Эмпирические данные, полученные в ходе исследований Gallup, подтверждают, что организации с высокой степенью вовлеченности сотрудников демонстрируют на 8% большую производительность по сравнению с иными компаниями в аналогичной сфере. В таких же организациях уровень текучести кадров на 14% ниже, травматичность снижена на 25%, а количество необоснованных отсутствий на рабочем месте уменьшено на 3%. Производительность труда и рентабельность - основные показатели эффективности предприятия, и результаты исследования свидетельствуют о том, что компании с высокой степенью активного участия сотрудников демонстрируют увеличение эффективности и рентабельности на 20% (State, 2022). Те же данные исследования также свидетельствуют о том, что предприятия с максимальной степенью активного участия персонала в два раза более прибыльны по сравнению с их конкурентами. Итак, работодатели во всем мире активно ищут новаторские подходы к стимулированию своих работников для достижения максимальных результатов. Главным влияющим фактором на этот процесс являются навыки и влияние сотрудника в рамках организации (Свергун, 2023).

Как было показано ранее в этом документе, существует значительная корреляция между степенью участия сотрудников в компании и ее основными бизнес-метриками. Проведенный анализ позволяет выявить основные преимущества, которыми пользуются компании с более высоким уровнем вовлеченности сотрудников (Громова, 2018):

1. Конкурентные преимущества.
2. Наблюдается рост производительности труда.
3. Компания испытывает всплеск спроса на свои товары или услуги.
4. Способность противостоять кризисам и восстанавливаться после них известна как устойчивость.
5. Цель состоит в том, чтобы уменьшить частоту текучести кадров в штате.

6. Одна из стратегий по увеличению рабочей силы состоит в том, чтобы увеличить количество энтузиастов.

7. Ключевой задачей является повышение общей репутации компании.

8. Поощрение сотрудников к большему количеству инициатив и инноваций является ключевой задачей.

9. Цель состоит в том, чтобы улучшить психологическую атмосферу в организации.

В таблице 1 представлены основные инструменты, которые компании могут использовать для расширения участия своих сотрудников.

Таблица 1. Характеристика основных инструментов повышения вовлеченности персонала

№ п/п	Наименование инструмента	Характеристика инструмента
1	Использование визуальных средств и создание визуальных образов для вовлечения сотрудников в деятельность компании.	Использование традиционных и инновационных средств визуализации различных значимых для организации событий, истории развития бизнеса, стратегических и операционных целей и задач, что позволяет с одной стороны, более наглядно представлять различную, подчас сложную для сотрудников компании информацию, с другой стороны, выполняет напоминающую функцию, например, в части достижения тех или иных показателей.
2	Совместное создание изображений.	Данный инструмент, исходя из названия, предполагает групповую работу в части выработки единого понимания тех или иных бизнес-процессов в компании, текущих задач, операционных изменений и других процессов, которые должны иметь единую интерпретацию для всех категорий сотрудников. Также такая совместная работа помогает вырабатывать и принимать совместные решения в непростых или нестандартных ситуациях, когда иногда сложно вербально выразить ту или иную идею. Тогда на помощь как раз и проходит практика группового образного мышления, совместной визуализации основной идеи через создание комплексных изображений.
3	Привлечение сотрудников к принятию решений.	Достаточно действенный инструмент вовлечения сотрудника в работу, когда он сам принимает участие в выработке и принятия решения как решить ту или иную проблему или добиться поставленной задачи. Конечно, данный процесс осуществляется под контролем и при участии непосредственного руководителя, который в данном случае только направляет и поддерживает сотрудника, поощряя его инициативу и прислушиваясь к его мнению. Данный инструмент позволяет эффективно использовать психологическую особенность людей, заключающуюся в том, что человек с большим желанием и вовлеченностью делает то, что определил и решил для себя сам, а не то, что было ему «навязано». сверху
4	Совместная разработка индивидуальных планов развития	Если сотрудник увлечен своей работой, ему интересно то, чем он занимается, то как правило он ориентирован на развитие, ему интересно обучение, и он готов к применению полученных знаний и навыков в своей. В таком аспекте грамотно выстроенные индивидуальные

	сотрудников	траектории профессионально развития сотрудников становятся фактором дополнительного вовлечения персонала. Кроме традиционных образовательных программ в индивидуальные планы развития персонала рекомендуется внедрять такие интерактивы как: <ul style="list-style-type: none">• перемещение (ротация) персонала;• он-лайн формат;• привлечение в качества наставника;• индивидуальный и командный коучинг.
5	Применение геймификации в HR практике	Геймифицировать можно практически все направления работы с персоналом, начиная с привлечения, отбора и адаптации персонала, и заканчивая системами мотивации и обучения персонала. Игрофикация бизнес-процессов, реализуемых в компании, интерактивность и наглядность выполнения задач или достижения KPI, привычная игровая среда позволяют повысить интерес работников к выполнению своей привычной работы, особенно если она носит монотонный и однообразный характер, сплотить коллектив за счет применение групповых игровых методик, сделать процесс работы интересным, что естественно повышает уровень вовлеченности персонала, позволяет этот уровень регулярно оценивать и поддерживать, что технологически заложено в большинстве игровых платформ.

Далее более подробнее рассмотрим такой актуальный на данный момент инструмент повышения вовлеченности персонала, как геймификация.

Результаты и обсуждение

Преимущества и ограничения использования геймификации в профессиональной HR деятельности и повышении уровня вовлеченности персонала

Изучая явление геймификации, научное сообщество подчеркивает, что данное понятие не ограничивается исключительно разработкой игр. Это скорее предполагает внедрение позитивных аспектов и особенностей игр (как целей, правил, обратной связи и добровольного участия) в контексты, не связанные с играми. В контексте HR-стратегий, геймификация или "игровая методология" представляет собой распространённую практику, целью которой является интеграция более сильных эмоциональных реакций, эстетических привлекательности и нарративности в различные процессы (Грацианова, 2021). С одной стороны, геймификация представляет собой современную бизнес-модель, включающую в себя наиболее успешные практики программ лояльности, игровых механик и поведенческой экономики (Гейб, 2014). Другой выдающийся исследователь в данной области характеризует геймификацию как применение игровых элементов и методологий в неигровом контексте с целью создания игрового опыта (Вербах, 2015).

Геймификацию обычно характеризуют как процесс разработки интерактивных систем, которые инкорпорируют игровые компоненты, хотя конечный продукт не является игрой в полном смысле слова. В этом контексте указанный термин используется для описания специфических свойств интерактивных систем, целью которых является привлечение конечных пользователей и стимулирование их активности за счет использования игровых элементов и механик. В более широком понимании геймификация определяется как процесс внедрения игровых элементов и механизмов в контекст, который изначально не связан с играми.

Для реализации геймификационных механизмов в организацию, менеджерам требуется креативный подход, охватывающий все сферы HR и бизнес-процессов. При этом, предлагаемые

игровые элементы не должны обуславливать дополнительную нагрузку на сотрудников и отвлекать их от основных обязанностей, вместо этого они должны быть простыми и главное - развлекательными. Простота подразумевает постепенное и дозированное введение "правил игры" для сотрудников. Такой подход позволяет работнику запомнить новую информацию без лишнего стресса, стимулируя его интерес к новым знаниям.

На основе результатов исследований отечественных и зарубежных специалистов в области геймификации и внедрения игровых технологий в управленческую практику становится возможным определение круга важнейших задач, а их решение способствует расширению границ управления с помощью геймификации. в профессиональной деятельности руководителей и специалистов по управлению персоналом.

Эффективное внедрение практик геймификации позволяет бизнесу решать следующие задачи:

- 1) Повышение производительности и качества работы;
- 2) Выявление и развитие лидерства;
- 3) Определение индивидуальной карьерной траектории сотрудника;
- 4) Предоставлять работникам своевременную обратную связь о результатах их деятельности;
- 5) Улучшить видимость результатов работы каждого сотрудника или проектной группы;
- 6) Повысить эффективность коммуникаций команды и компании в целом;
- 7) Поддерживать и развивать корпоративную культуру компании;
- 8) Снизить уровень конфликтности в компании;
- 9) Объединить сотрудников общей философией и вовлечь их в командную работу.

Весь указанный спектр задач, подлежащих геймификации, может быть коллективно осуществлен для усиления степени вовлеченности сотрудников. При этом, геймификация в определенной степени способствует модификации поведенческих паттернов участников, работников компании, и может быть задействована для достижения многообразных организационных целей: формирование и практическая реализация схем социальной защиты компании, стимулирование здорового образа жизни, развитие управленческих компетенций, контроль над стрессовыми ситуациями и т. д.

Элементы игрового взаимодействия, способные обеспечить глубокое погружение персонала в рабочую среду, выступают убедительным аргументом для HR-экспертов при демонстрации преимуществ геймифицированных систем для управленческого звена компании. Согласно актуальным данным Института Гэллапа за 2022 год, всего лишь 21% работников по всему земному шару демонстрируют полную заинтересованность и увлеченность своей профессиональной деятельностью (State, 2022). Именно поэтому расширение активного вовлечения персонала в корпоративные процессы становится одним из главных направлений современного организационного развития. Когда сотрудники полностью заинтересованы в своей работе, они более эффективно фокусируются на выполнении задач, несут дополнительную ответственность за свои действия и эффективнее управляют своим рабочим временем. Эти навыки активно прокачиваются во время игровых сессий на многих игровых платформах. В итоге, внедрение геймификации способно повысить уровень вовлеченности сотрудников на 48% (Андрасюк, 2016).

Согласно же результатам исследования, проведенного ранее упомянутым Институтом Гэллапа, наблюдается прямая связь между уровнем вовлеченности сотрудников и производительностью предприятия. В современной экономической динамике выпуск нового, даже прогрессивного продукта, обеспечивает компании конкурентное преимущество лишь на промежуток времени от 3 до 6 месяцев. Отсюда вытекает вывод, что единственным надежным конкурентным преимуществом в долгосрочной перспективе является высокий уровень вовлеченности персонала на всех уровнях организации. В современных реалиях усиление активности сотрудников становится критической задачей, успешное решение которой определяет процветание всей компании (State, 2022).

Наконец, сложность заключается в том, что внедрение геймификации в профессиональную HR-деятельность и реализация корпоративных инициатив по повышению вовлеченности сотрудников требует правильно выстроенной корпоративной культуры, финансового обеспечения, а вся система

управления персоналом должна учитывать игровой подход, чаще со стороны сотрудников компании. начинаются на уровне управления и заканчиваются на передовой (Алавердов, 2020). Поэтому ключевой особенностью вовлеченности является то, что это обязательно двусторонний процесс, который по своей сути означает, что работник хочет делать больше, чем от него ожидает компания, а с другой стороны, достаточная поддержка для удовлетворения потребностей работника. и поощрять его к дальнейшему участию в атмосфере рабочего процесса.

Заключение

Подводя итог представленной информации, важно признать, что геймификация является современным и мощным инструментом управления персоналом. Его универсальность позволяет использовать его в различных HR-процессах, а не только в программах, направленных на повышение вовлеченности персонала. Благодаря анализу эта работа выявила основные конкурентные преимущества, которыми пользуются компании с высокоактивными сотрудниками. Кроме того, в нем приводится описание основных инструментов, которые современные российские компании могут использовать для повышения уровня вовлеченности сотрудников. В тексте рассматриваются конкретные области, в которых геймификация может быть реализована как эффективная альтернатива традиционным инструментам управления персоналом. Это включает в себя определение основных целей, которых компании могут достичь, включив геймификацию в свои процессы управления персоналом. Переписанный текст: есть доказательства, подтверждающие утверждение о том, что геймификация может способствовать формированию и совершенствованию жизненно важных компетенций среди сотрудников организации. Это также может способствовать повышению общей эффективности обучения сотрудников, а также усилению воздействия как материальных, так и моральных инструментов мотивации. Кроме того, это может повысить уровень вовлеченности и лояльности персонала в российских компаниях и предоставить бизнесу дополнительные конкурентные преимущества. Однако крайне важно учитывать определенные ограничения при внедрении технологий геймификации в HR-практики российских компаний.

Список литературы

1. Алавердов А.Р., Алавердова Т.П. Противодействие неформальному сопротивлению со стороны сотрудников организации в процессе актуализации ее кадровой стратегии // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С.77-87.
2. Андрасюк М., Чардымский М. Бенчмаркинг как инструмент совершенствования ассортиментной политики промышленного предприятия // Маркетолог. 2016. № 3(125). С. 11-17.
3. Атлас новых профессий 3.0. / под ред. Д. Варламовой Д.Судакова. М.: интеллектуальная литература, 2020. 456 с.
4. Вербих К. Вовлекай и властвуй: игровое мышление на службе бизнеса / К. Вербих, Д. Хантер. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 223 с.
5. Гейб З. Геймификация в бизнесе, как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов: – пер. с англ. Иделии Айзятулловой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 272 с.
6. Грацианова Л.И., Демешко М.А. Роли современного HR-специалиста в VUCA-мире // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 10. С. 72-89. DOI 10.46486/0234-4505-2021-10-72-89.
7. Громова Н.В. Вовлеченность персонала – основной резерв повышения эффективности деятельности современных компаний // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2018. № 6 (102). С.103-116.
8. Коновалова В. Управление вовлеченностью персонала: факторы успехов и неудач // Кадровик. 2014. №9. С 74- 84.
9. Мелехина П.Ю., Дмитриев А.Г. Перспективы развития человеческого капитала в экономике Российской Федерации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Т. 11. № 3-1. С. 355-364. DOI 10.34670/AR.2021.29.84.036.

10. Оучи У. Методы организации производства. Японский и американский подходы / Сокр. Пер с англ. М., 1984.
11. Свергун О. Вовлеченность персонала: ценное преимущество // Справочник по управлению персоналом. <http://www.pro-personal.ru/journal/870/460105/>
12. Kahn W. A. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work // Academy of management journal. – 1990. – Т. 33. – №. 4. – С. 692-724.
13. Pascale R.T., Athos A. G. The art of Japanese management, Simon & Schuster, New York, – 1981, p. 221.
14. Schaufeli W., Bakker, A. (2010). Defining and measuring work engagement: Bringing clarity to the concept. In A. Bakker, M. Leiter (eds.) Work engagement: A handbook of essential theory and research (5–24). N.Y.: Psychology Press.
15. Schaufeli W., Salanova, M. (2011). Work engagement: On how to better catch a slippery concept. European Journal of Work and Organizational Psychology, 20, pp. 39–46.
16. State of the Global Workplace 2022 Report – URL: <https://www.visualcapitalist.com/wp-content/uploads/2022/06/state-of-the-global-workplace-2022-download.pdf> (дата обращения: 29.01.2023).

Gamification as one of the ways to increase the involvement of the personnel of Russian companies in the aspect of ensuring business competitiveness

Natalia V. Gromova

Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of the Department of Human resource management
Synergy University
Moscow, Russia
ngromova@synergy.ru
 0000-0000-0000-0000

Anton G. Dmitriev

Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of the Department of Organizational Management
Synergy University
Moscow, Russia
admitriev@synergy.ru
 0000-0000-0000-0000

Larissa I. Gratsianova

Associate Professor of the Department of human resource management
Synergy University
Moscow, Russia
lgratsianova@synergy.ru
 0000-0000-0000-0000

Received 28.03.2023

Accepted 09.04.2023

Published 15.05.2023

 10.25726/e9910-9582-7389-z

Abstract

The research objective is to pinpoint strategies for boosting the engagement of personnel within Russian enterprises, thereby ensuring business competitiveness. This includes the integration of gamification methods as a contemporary digitalization trend within the HR sector. The research approach involves scrutinizing literary resources on the topics of personnel engagement and gamification practices in relation to fostering business competitiveness, in addition to analyzing scientific definitions relevant to the research purview. Following an extensive analysis, the principal competitive benefits garnered by companies with high levels of staff engagement are elucidated. The primary methods that current Russian corporations can deploy to enhance the engagement of their personnel are determined. Gamification is posited as one of the essential methods, providing an effective alternative to conventional HR tools. The research provides evidence that employing gamification allows for the development and enhancement of the organization's employees' key competencies, boosts the efficiency of their overall training, amplifies the effect of tangible and intangible motivation tools, elevates the loyalty and engagement of Russian companies' personnel, and furnishes businesses with supplementary competitive advantages.

Keywords

staff involvement, gamification, digitalization, loyalty of staff, competitiveness.

References

1. Alaverdov A.R., Alaverdova T.P. Protivodejstvie neformal'nomu soprotivleniju so storony sotrudnikov organizacii v processe aktualizacii ee kadrovoj strategii // Problemy teorii i praktiki upravlenija. 2020. № 3. S.77-87.
2. Andrasjuk M., Chardymskij M. Benchmarking kak instrument sovershenstvovaniya assortimentnoj politiki promyshlennogo predpriyatija // Marketolog. 2016. № 3(125). S. 11-17.
3. Atlas novyh professij 3.0. / pod red. D. Varlamovoj D.Sudakova. M.: intellektual'naja literatura, 2020. 456 s.
4. Verbah K. Vovlekaj i vlastvuj: igrovoe myshlenie na sluzhbe biznesa / K. Verbah, D. Hanter. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2015. 223 s.
5. Gejb Z. Gejmifikacija v biznese, kak probit'sja skvoz' shum i zavladet' vnimaniem sotrudnikov i klientov: – per. s angl. Idelii Ajzjatullovoj. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2014. 272 s.
6. Gracianova L.I., Demeshko M.A. Roli sovremennogo HR-specialista v VUCA-mire // Problemy teorii i praktiki upravlenija. 2021. № 10. S. 72-89. DOI 10.46486/0234-4505-2021-10-72-89.
7. Gromova N.V. Vovlechnost' personala – osnovnoj rezerv povyshenija jeffektivnosti dejatel'nosti sovremennyh kompanij // Vestnik Rossijskogo jekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plehanova. 2018. № 6 (102). S.103-116.
8. Konovalova V. Upravlenie vovlechnost'ju personala: faktory uspehov i neudach // Kadrovik. 2014. №9. S 74- 84.
9. Melehina P.Ju., Dmitriev A.G. Perspektivy razvitija chelovecheskogo kapitala v jekonomike Rossijskoj Federacii // Jekonomika: vchera, segodnja, zavtra. 2021. T. 11. № 3-1. S. 355-364. DOI 10.34670/AR.2021.29.84.036.
10. Ouchi U. Metody organizacii proizvodstva. Japonskij i amerikanskij podhody / Sokr. Per s angl. M., 1984.
11. Svergun O. Vovlechnost' personala: cennoe preimushhestvo // Spravochnik po upravleniju personalom. <http://www.pro-personal.ru/journal/870/460105/>
12. Kahn W. A. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work // Academy of management journal. – 1990. – T. 33. – №. 4. – S. 692-724.
13. Pascale R.T., Athos A. G. The art of Japanese management, Simon & Schuster, New York, – 1981, p. 221.

14. Schaufeli W., Bakker, A. (2010). Defining and measuring work engagement: Bringing clarity to the concept. In A. Bakker, M. Leiter (eds.) *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (5–24). N.Y.: Psychology Press.
15. Schaufeli W., Salanova, M. (2011). Work engagement: On how to better catch a slippery concept. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20, pp. 39–46.
16. State of the Global Workplace 2022 Report – URL: <https://www.visualcapitalist.com/wp-content/uploads/2022/06/state-of-the-global-workplace-2022-download.pdf> (data obrashhenija:29.01.2023).