



УНИВЕРСИАДА ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ В ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКЕ. Отборочный этап (заочный).

КЕЙС «ГЕЙМИФИКАЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ»

Применение новых методов в управлении персоналом выступает одним из основных приоритетов развития современных компаний. Среди наиболее перспективных направлений в этой сфере считается геймификация, которая становится всё более востребованной в эпоху цифровой экономики. Под геймификацией в данном контексте следует понимать использование игровых принципов и приемов в различных областях управления персоналом. Сегодня она уже позволяет компаниям вовлекать сотрудников в процесс работы, повышать их мотивацию и эффективность. При этом геймификация также может иметь ряд недостатков, таких как снижение качества работы из-за чрезмерного увлечения играми или неправильное использование игровых элементов.

Тем не менее, по данным рекрутинговой компании Zipria:

- 90% сотрудников утверждают, что геймификация делает их более продуктивными на работе;
- благодаря геймификации вовлеченность сотрудников увеличивается на 48%;
- компании, использующие геймификацию, в 7 раз прибыльнее, чем те, которые не используют геймифицированные элементы в работе – с сотрудниками или потребителями.

Инструменты геймификации могут использоваться в разных областях управления персоналом. Например, компания «КРОК» в 2005 году запустила 10 миссий (заданий, за которые сотрудники могли получить награду). Когда сотрудник

завершал миссию, он приходил в кабинет HR-менеджеров и получал специальную валюту – «Бобрики» в бумажном виде. Итог работы – 150 вовлеченных сотрудников. Сегодня в компании «КРОК» реализуется проект Geocrosing – игра для тех, кто любит путешествовать и делиться опытом с коллегами. Сотрудники компании играют в эту игру более 6 лет. За участие сотрудник получает награду на виртуальный счет – всё те же «Бобрики». Сотрудник, уезжая в отпуск, оставляет клад, отмечает его геолокацию и описание в приложении, чтобы другие сотрудники могли его найти. Все это превращается в увлекательный процесс взаимодействия между сотрудниками. Результаты игры: 25% активных сотрудников, 18 стран, 104 города и более 340 спрятанных кладов, 15% тех, кто принимал участие в программе, начали общаться, обмениваться экспертизой и участвовать в совместных проектах.

Другой пример – компания Marriott International, которая разработала игра «My Marriott Hotel» для привлечения нового персонала. Игра имитировала весь процесс ведения гостиничного бизнеса и позволяла кандидатам управлять своим собственным виртуальным отелем. Там они проектировали собственный ресторан, обучали сотрудников и обслуживали гостей.

Компания Uber в 2016 году запустила сервис поиска потенциальных кандидатов для трудоустройства. Клиент компании садился в такси, и в мобильном приложении Uber ему предлагалось за 3 минуты решить 3 задачи. Если всё получалось, то сразу появлялась ссылка на вакансию.

Для трудовой адаптации новых сотрудников Яндекс также использует игровой формат. Каждый из них может пройти стандартную процедуру или может выбрать квест.

Сегодня существует масса примеров применения инструментов геймификации в сфере управления персоналом с положительными и отрицательными результатами. Всё больше компаний стремятся внедрить их в свою деятельность. Поэтому важность грамотного использования геймификации лишь увеличивается.

Источники:

1. 25 gamification statistics [2023]: Facts + trends you need to know, URL: https://www.zippia.com/advice/gamification-statistics/?roistat_visit=125717

2. Доигрались: как компании используют геймификацию в рекрутменте, URL: <https://habr.com/ru/companies/potok/articles/330280>
3. Как мы построили систему геймификации в КРОК: рассказываем на примерах HR-проектов, URL: <https://vc.ru/croc/553027-kak-my-postroili-sistemu-geymifikacii-v-krok-rasskazyvaem-na-primerah-hr-proektov?ysclid=lqip3enile712692790>

Задание:

- 1. Выявите наиболее перспективные направления применения геймификации в управлении персоналом? Какие проблемы с их помощью компании решают наиболее эффективно?**
- 2. Какие инструменты геймификации в управлении персоналом наиболее востребованы в практике современных компаний?**
- 3. В чём заключаются основные проблемы внедрения инструментов геймификации в управлении персоналом? Изучите положительный и отрицательный опыт компаний.**

Требования к решению кейса

Решение кейса должно быть представлено в виде двух файлов:

- 1) Презентация (формат .pdf или .pptx) с основными положениями решения и выводами (не более 15 слайдов);
- 2) Текстовый файл (формат .pdf или .docx) с дополнительной информацией (не более 1 страницы формата А4 12 шрифтом): расчеты, аналитические данные, ссылки на источники информации.

В презентации и текстовом файле должны содержаться разные материалы.

Файлы с решением кейса должны быть отправлены в срок до **24 марта 2024 года 23:59 мск** по следующему электронному адресу: [**olympicmsu@mail.ru**](mailto:olympicmsu@mail.ru). Позже решения кейса приниматься не будут.

Основные критерии оценки

При выставлении оценок за решение кейса будут использоваться следующие критерии:

- Качество проведенного анализа и аргументированность сделанных выводов.
- Логика и структура изложения.
- Качество оформления презентации.
- Нестандартность мышления при выработке решения.
- Учет современных экономических особенностей и условий.