

УДК 658.3.012.4

DOI 10.34822/2312-3419-2021-2-79-90

ИНТЕГРАЦИЯ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА GAME&TRAINING КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ТРЕНДА В ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

О. Л. Чуланова [✉], М. Е. Данькина

Сургутский государственный университет, Сургут, Россия

[✉]E-mail: chol9207@mail.ru

Эффективное обучение персонала является одним из важнейших условий устойчивого развития организации и человеческого капитала. В статье приведены результаты исследования возможности применения технологии геймификации в обучении персонала в условиях цифровой трансформации и ее преимуществ в сравнении с традиционными методами. Представлена разработанная технология внедрения программного продукта Game&Training на основе геймификации, идентифицированы риски на каждом этапе и предложены мероприятия по их минимизации. Представлено разработанное авторами техническое задание по созданию программного продукта Game&Training по обучению персонала как технологического тренда.

Ключевые слова: цифровая трансформация, эффективное обучение персонала, геймификация в обучении персонала, исследование применения геймификации в обучении персонала.

Для цитирования: Чуланова О. Л., Данькина М. Е. Интеграция программного продукта Game&Training как технологического тренда в обучение персонала организации в условиях цифровой трансформации // Вестник Сургутского государственного университета. 2021. № 2. С. 79–90. DOI 10.34822/2312-3419-2021-2-79-90.

INTEGRATION OF SOFTWARE PRODUCT GAME&TRAINING AS TECHNOLOGICAL TREND OF PERSONNEL TRAINING IN CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

O. L. Chulanova [✉], M. E. Dankina

Surgut State University, Surgut, Russia

[✉]E-mail: chol9207@mail.ru

Effective training of personnel is one of the most important conditions for the sustainable development of an organization and the development of human capital. The article presents the results of the study of the possibility of using gamification technology in personnel training in the context of digital transformation. The article presents the program for the implementation of the Game&Training software product based on gamification in the training of personnel of organizations, identifies risks at each stage, and proposes measures to minimize them. A technical task developed by the authors for the creation of the Game&Training software product for personnel training as a technological trend is presented.

Keywords: digital transformation, effective personnel training, gamification in personnel training, research of gamification.

For citation: Chulanova O. L., Dankina M. E. Integration of Software Product Game&Training as Technological Trend of Personnel Training in Conditions of Digital Transformation // Surgut State University Journal. 2021. No. 2. P. 79–90. DOI 10.34822/2312-3419-2021-2-79-90.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что в настоящее время на первом месте стоят задачи усиления конкурентоспособности, увеличения эффективности функционирования компании, поэтому решающи-

ми становятся вопросы, касающиеся повышения качества рабочей силы организации. Геймификация как технология, повышающая вовлеченность и эффективность персонала, стала актуальной для многих российских и зарубежных компаний. Объектом исследова-

ния является обучение персонала организации, предметом исследования – обучение персонала организации с применением технологий геймификации (игрофикации).

Цель – разработать программу внедрения программного продукта Game&Training в обучение персонала организаций на основе геймификации.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Методологической основой исследования явились работы российских и зарубежных ученых, занимающихся интеграцией современных кадровых технологий, в частности внедрением геймификации в обучение. Для достижения целей исследования были использованы следующие методы: опрос (Google Форма), методы сравнительного и логического анализа, библиометрический метод, метод

оценки статистических данных, метод классификации.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Внедрение различных информационных технологий, доступность глобальной сети Интернет меняют жизнь человека, его интересы и отношение к труду. Особое место в ряду современных технологий управления персоналом занимает геймификация. Термин «геймификация» был предложен Н. Пеллингом в 2002 г., однако широко использоваться он стал лишь в 2010 г., когда успех внедрения этой инновации в крупных IT-компаниях и в образовательной системе привлек внимание многих ученых и практиков [1].

Для изучения возможностей и особенностей данной технологии были рассмотрены подходы различных авторов к определению понятия «геймификация» (табл. 1).

Таблица 1

Определение понятия «геймификация» (игрофикация) в интерпретации различных авторов

Определение геймификации	Автор
Геймификация – технология, предполагающая представление любой ситуации или процесса в виде игры, а всех его участников – в качестве игроков [2]	С. А. Макушкин, Я. П. Вексель
Игрофикация представляет собой применение различного прикладного программного обеспечения, преимущественно характерного для компьютерных онлайн-игр в неигровых процессах с целью привлечения пользователей, повышения их вовлеченности в решение различных прикладных трудовых задач [3]	Е. В. Мурзина, А. В. Плетьго
Геймификация обозначает внесение игрового подхода в неигровые процессы [4]	А. В. Устратова, А. П. Ахромова
Геймификация – использование опыта создания игр в неигровом контексте с целью решения стоящих перед сотрудниками задач [5]	Е. Д. Дынкина

Таким образом, можно отметить, что геймификация – специальная игровая технология, которую применяют в управлении персоналом для повышения вовлеченности сотрудников и решения профессиональных задач.

При внедрении геймификации используются элементы игры для формирования мотивационного механизма, который будет побуждать к действию сотрудников компании. При этом главным будет являться личное удовлетворение работника от проделанной работы.

Авторы выделяют такие элементы игрофикации как бейджи, баллы, виртуальная валюта, уровни, рейтинги, отображение сотрудников-лидеров, визуализация, дайджесты успеха [6]. Данные элементы игры вызывают особые переживания, меняют поведение и помогают быстрее обучаться, а также они вовлекают работников в жизнь компании и быстрее адаптируют их к изменениям в бизнес-процессах.

Рассмотрим отличия пяти игровых методик, которые представлены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнение геймификации и других игровых практик [7]

Параметр сравнения	Традиционные игры	Рольевые игры	Деловые игры	Симуляторы	Геймификация
Спонтанность	нет	да	нет	нет	нет
Наличие правил	да	нет	да	да	да

Окончание табл. 2

Параметр сравнения	Традиционные игры	Ролевые игры	Деловые игры	Симуляторы	Геймификация
Наличие цели	да	нет	да	да	да
Структура	да	нет	да	да	да
Реальный мир	нет	нет	да/нет	да/нет	да
Системность	нет	нет	нет	да/нет	да

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что геймификация схожа с традиционными и деловыми играми по спонтанности, наличию правил, целей и структуры. Также по многим характеристикам она близка к симуляторам (в отличие от ролевых игр). Но важно отметить, что геймификация, в отличие от других методов, основывается на реальности. Она создает иллюзию игры при помощи компьютерных механизмов в реальном мире. При этом человек остается собой, со своими ценностями, интересами и проблемами.

Геймификация как технология, повышающая вовлеченность и эффективность персонала, стала актуальной для многих российских и зарубежных компаний. Появляется все больше руководителей организаций, которые отмечают положительные стороны ее применения в управлении персоналом. Рекрутинговая компания ООО «Империя кадров» в 2015 г. проводила исследование «Работа – не игрушка! Опыт применения метода игрофикации в рабочих процессах российских компаний» [8]. По опросу компании выяснилось, что в России 16 % компаний уже активно используют игрофикацию, 36 % – планируют ее внедрить, а 81 % респондентов убеждены, что игра повышает вовлеченность в процесс, производительность и качество труда [9].

Рассмотрим опыт применения игрофикации в некоторых организациях. Общество с ограниченной ответственностью «Ноябрьскнефтегазсвязь», которое предоставляет услуги связи, а также выполняет техническое обслуживание и текущий ремонт систем связи для добывающих и нефтегазовых предприятий, внедрило систему «ННГС-Галактика» для вовлечения персонала в работу и генерации идей, а также для создания благоприятной атмосферы в коллективе [10]. На данной платформе применяются такие элементы геймификации, как бейджи, которые сотруд-

ник получает за выполненную работу; биржа идей, где все сотрудники могут вписывать креативные задумки; а также корпоративная валюта, с помощью которой персонал может купить в онлайн-магазине различный инвентарь. Данная система позволяет наладить личные и деловые связи между работниками, выявить скрытые способности и мотивировать персонал к развитию.

Примером использования геймификации в работе с персоналом является компания «М.Видео» – российская торговая сеть по продаже бытовой техники и электроники. Для данной компании создали систему «Репа» [11], где сотрудники отмечают заслуги друг друга и выражают благодарность, тем самым повышая репутацию как свою, так и всей компании. В итоге все репутации обменивают на денежные средства и отправляют в благотворительные фонды. Также на данной платформе персонал общается, обучается и узнает всю необходимую корпоративную информацию. Это усиливает мотивацию работников, налаживает внутрифирменную коммуникацию, а также вовлекает персонал в работу.

Следующим примером использования технологии игрофикации является компания «Ростелеком». Этот крупнейший российский провайдер цифровых услуг и сервисов для работы с показателями текучести, вовлеченности и эффективности персонала внедрил геймифицированную корпоративную социальную сеть. Данная платформа позволяет сотрудникам общаться друг с другом, делиться своими результатами и благодарностью. При успешном выполнении заданий игрок получает бейджи и повышает свой рейтинг. Списки часто обновляются, каждый работник может оценить не только свои заслуги, но и достижения коллег. Также в магазине подарков работник может получить материальное вознаграждение, например

в виде брендированной кружки или ручки, и нематериальное – дополнительный день к отпуску или поездку в другой город для получения нового опыта и знаний [12]. Такие элементы игрофикации мотивируют сотрудников, повышают их лояльность и приверженность компании.

Российская телекоммуникационная компания Yota внедрила масштабный проект по игрофикации с целью увеличения продаж, повышения знаний и мотивации персонала. По мотивам фильма «Звездные войны» компания разработала платформу Yota Star Wars, где сотрудники отдела плана продаж представляют Империю, а Республику представляют работники точек продаж [13]. Перед персоналом стоит задача выполнить план продаж, при этом необходимо проходить различные задания, получать и осваивать новые знания через различные курсы и тесты. По этим результатам выявляется победитель. В итоге удалось повысить уровень обслуживания клиентов на 87 % и увеличить количество обученных сотрудников до 98 %, что положительно сказалось на росте розничных продаж [14].

Стоит отметить, что технология геймификации стала рассматриваться и внедряться в управление персоналом в первую очередь зарубежными компаниями. В качестве примера можно назвать фармацевтическую компанию Chiesi Pharmaceuticals, создавшую собственный курс для повышения интереса к работе и обучения персонала. В данной системе сотрудники после успешного завершения обучающих курсов получают виртуальные бейджи. Они отражаются на сайте компании, где каждый может отследить как собственные успехи, так и заслуги своих коллег. Использование бейджей позволило поднять вовлеченность сотрудников в обучение в четыре раза [15].

Еще одним примером является компания «ОБИ», осуществляющая розничную торговлю строительными товарами. Компания разработала и внедрила игру «Ритмен», суть которой заключается в том, что каждый работник становится «директором» строительного гипермаркета и принимает все важные решения, что позволяет персоналу ознакомиться со всеми бизнес-процессами компании, полу-

чить новые знания и сформировать необходимые компетенции. Эта игра оказала положительное воздействие на компанию: затраты на обучение персонала сократились на 30 %; время на обучение одного руководителя сократилось на 85 %; текучесть кадров на руководящих должностях сократилась на 10 % [16]. Данные показатели отражают эффективность использования геймификации в обучении персонала компании «ОБИ».

Сеть отелей Marriott разработала игру My Marriott Hotel™, где сотрудники выступают в роли менеджера, осваивают все необходимые знания о гостиничном бизнесе и правилах поведения, а также принимают ответственные решения [17]. При завершении определенных заданий работник получает виртуальное вознаграждение. С помощью этой платформы Marriott привлекла новых сотрудников и повысила мотивацию и знания персонала.

Таким образом, стоит отметить, что внимание отечественных и зарубежных компаний к геймификации растет. Все чаще организации внедряют данную технологию для повышения вовлеченности персонала, качественного обучения и высокой мотивации сотрудников.

Чтобы рассмотреть текущую ситуацию с обучением персонала в организациях Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (ХМАО-Югры), проанализировать отношение сотрудников к геймификации и выявить возможные положительные и отрицательные факторы при использовании игрофикации, в марте – июне 2020 г. и феврале – марте 2021 г. было проведено исследование. В анкете необходимо было ответить на 16 вопросов. Выборочно опрашивались сотрудники различных компаний ХМАО-Югры разных возрастов через онлайн-систему Google Forms. В опросе приняли участие 186 респондентов.

Полученные в процессе исследования данные позволяют сделать вывод, что опрошенные респонденты в основном работают на крупных предприятиях, где штатная численность персонала свыше 250 человек. Это связано, скорее всего, с особенностями региона.

Проанализируем, какие методы обучения применяются в организациях респондентов (рис. 1).

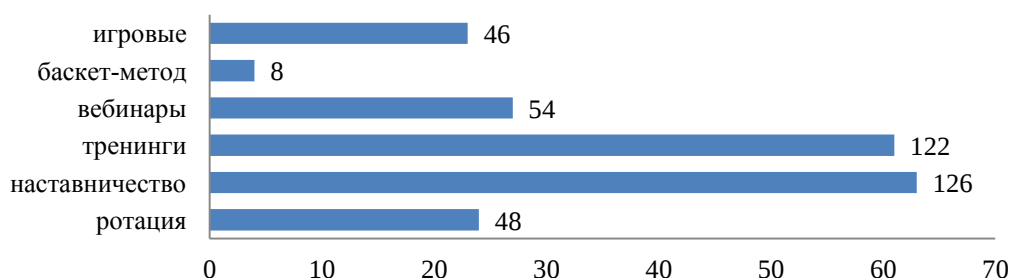


Рис. 1. Методы обучения персонала в организациях респондентов

Примечание: разработано авторами.

Исходя из полученных данных, можно отметить, что работодатели чаще применяют в своих организациях такие методы обучения, как наставничество и тренинг, реже всего – баскет-метод. Данные показывают, что

многие компании используют современные методы обучения.

Рассмотрим, по каким критериям оценивают респонденты материал для обучения, который получают в своих компаниях (рис. 2).

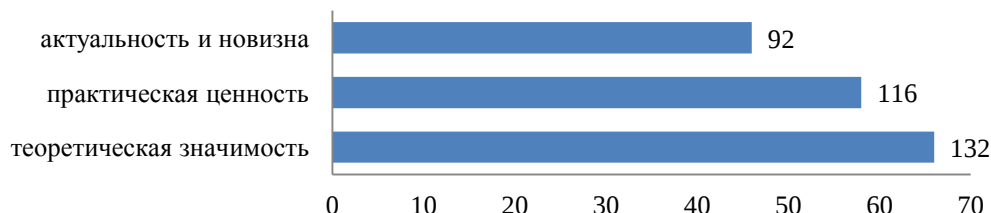


Рис. 2. Критерии для оценки материала, полученного респондентами после прохождения обучения

Примечание: разработано авторами.

Исходя из данных гистограммы, стоит отметить, что полученный материал в ходе обучения в различных компаниях имеет в основном теоретическую значимость, затем практическую, и в последнюю очередь – оценивается актуальность информации. Это связано

с тем, что без хорошо изученной теории сложно качественно выполнять необходимые трудовые функции.

Проанализируем удовлетворенность респондентов обучением в своих организациях (рис. 3).



Рис. 3. Удовлетворенность респондентов методами обучения персонала в своих компаниях

Примечание: разработано авторами.

Таким образом, можем обозначить, что больше половины опрошенных респондентов скорее удовлетворены или полностью удовлетворены методами обучения в компании. Это связано с тем, что многие работода-

тели уделяют особое внимание обучению персонала и стремятся внедрять новые технологии для улучшения данного процесса.

Рассмотрим осведомленность опрошенных лиц о технологии «геймификация» (рис. 4).

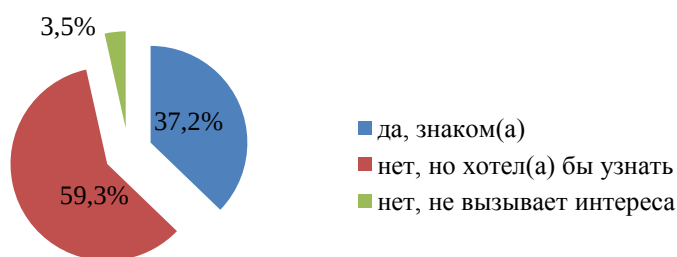


Рис. 4. Осведомленность респондентов о технологии «геймификация»

Примечание: разработано авторами.

Стоит отметить, что многие респонденты не знакомы с понятием «геймификация», но большинство хотели бы узнать о такой технологии (сотрудникам интересна идея использования элементов игры в работе и обучении).

На рис. 5 показано, как участники опроса оценивают возможность улучшить с помощью игрофикации положение компании на рынке.

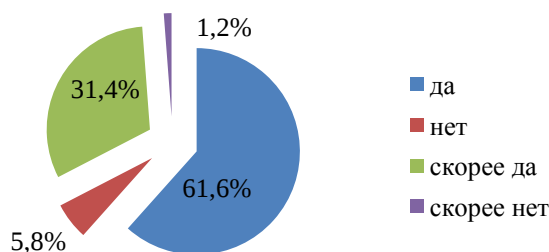


Рис. 5. Возможность с помощью геймификации улучшить положение компании на рынке (по мнению респондентов)

Примечание: разработано авторами.

Таким образом, можно отметить, что больше 90 % опрошенных работников считают, что игрофикация сможет улучшить показатели компании, повысить ее положение и конкурентоспособность на рынке.

На рис. 6 показано, как респонденты оценивают возможность внедрения геймификации различными компаниями.

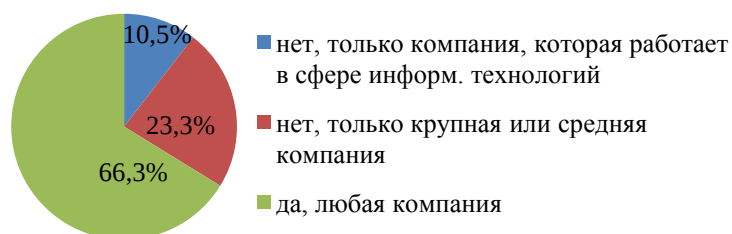


Рис. 6. Возможность внедрения игрофикации различными компаниями (по мнению респондентов)

Примечание: разработано авторами.

Исходя из данных диаграммы, можно сделать вывод, что большинство респондентов считает, что любая компания смогла бы внед-

рить геймификацию в свою систему обучения. Остальные опрошенные считают, что только средние и крупные организации,

а также IT-компании смогли бы использовать данную технологию. Возможно, это связано с тем, что многие работники не знакомы с технологией «игрофикации».

Оценка респондентами эффективности использования геймификации представлена на рис. 7.

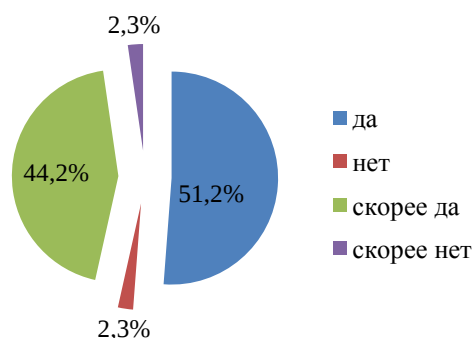


Рис. 7. Эффективность игрофикации в обучении персонала (по мнению респондентов)

Примечание: разработано авторами.

Данная диаграмма показывает, что только 2,3 % респондентов считают геймификацию неэффективной, а остальные, наоборот, думают, что данная технология способна повысить эффективность работников и компании в целом.

Рассмотрим, какие основные риски выделили участники опроса при внедрении технологии геймификации в систему обучения персонала (рис. 8).

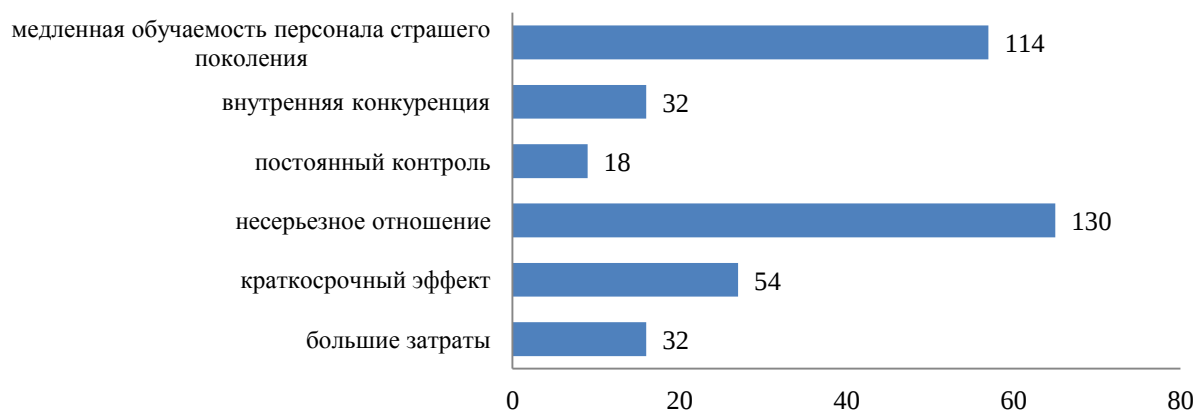


Рис. 8. Возможные риски при использовании геймификации в обучении персонала (по мнению респондентов)

Примечание: разработано авторами.

Многие опрошенные работники считают, что основными рисками при внедрении игрофикации в систему обучения персонала будут несерьезное отношение и медленная обучаемость сотрудников предпенсионного возраста. Это связано с тем, что игры приня-

то считать только развлечением, а для старшего поколения это является новшеством.

Проанализируем, какие основные положительные факторы выделили респонденты при внедрении игрофикации в обучение персонала (рис. 9).

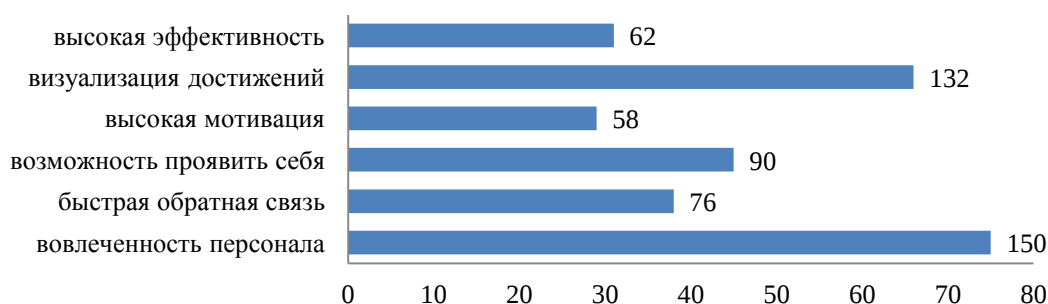


Рис. 9. Возможные положительные факторы при использовании игрофикации в обучении персонала (по мнению респондентов)

Примечание: разработано авторами.

Исходя из полученных данных, можно отметить, что большинство респондентов считают, что визуализация достижений и вовлеченность персонала будут являться основными положительными факторами при использовании геймификации в системе обучения персонала компании, так как обучение в форме игры является интересным и эффективным.

Таким образом, стоит отметить, что многие компании уделяют особое внимание развитию своего персонала, а также используют современные методы обучения. Отношение работников к применению геймификации в системе обучения персонала является положительным. Многие респонденты считают, что такая технология эффективна, поскольку ее применение может положительно повлиять на все показатели компании. Также участники опроса отметили, что главными положительными факторами внедрения игрофикации в систему обучения персонала являются визуализация достижений и высокая вовлеченность сотрудников, а основными рисками – несерьезное отношение работников и сложность обучения персонала старшего поколения.

Результатом нашего исследования является разработка технологии внедрения программного продукта Game&Training в обучение персонала сети магазинов H&M и формирование технического задания для разработки программного продукта Game&Training, ориентированного на обучение персонала сети магазинов H&M на основе геймификации и микрообучения.

Проблемы традиционных подходов к обучению персонала:

- значительные затраты времени;

- низкий уровень активности участников;
- минимум общения и командной работы;
- слабая обратная связь;
- отсутствие практики;
- нет возможности быстро оценить результаты, личный вклад работника.

Задачей обучения персонала с применением геймификации и микрообучения является организация обучения на основе технологии геймификации и микрообучения с помощью программного продукта Game&Training в формате приложения для мобильных устройств, а также веб-сервиса, на базе которых будет происходить обучение с целью формирования требуемого уровня знаний, повышения мотивации и вовлеченности сотрудников.

Ожидаемые результаты обучения персонала с применением геймификации и микрообучения:

- комплексный подход позволит уменьшить время, затрачиваемое на обучение и адаптацию своих работников;
- микрообучение позволит сконцентрироваться на важных моментах и изменениях в работе сотрудников (программа лояльности, экологизация), что повысит включенность персонала в работу и позволит увеличить объем продаж.

Рассмотрим основные положения технического задания по созданию программного продукта Game&Training, изображенные на рис. 10, где прописаны:

- основная задача;
- требования к программному обеспечению;
- серверная структура и безопасность программного продукта;

- клиентская структура интерфейса;
- обновление программного обеспечения;
- документация функций и модулей;
- методы обучения и контент-составляющая программ обучения на данной платформе.

Полное техническое задание, где описаны все требования, разработано авторами, но из-за большого объема представлено схематично на рис. 10. Программа внедрения Game&Training в обучение персонала организации представлена в табл. 3.

На первом этапе внедрения выполняют тестирование цифровой платформы для выявления всех возможных ошибок и дальнейшего их исправления, т. к. это позволяет сделать качественный и удобный программный продукт для конечного пользователя.

На втором этапе происходит внедрение программного продукта с целью вовлечения персонала в обучение и развитие. Следующий этап – проведение вводного инструктажа сотрудников по работе на данной цифровой платформе для дальнейшего эффективного обучения персонала. На четвертом этапе персонал активно обучается с помощью цифровой платформы. На заключительном этапе происходит оценка эффективности нового метода обучения. Стоит отметить, что на каждом этапе внедрения программного продукта в обучение персонала организации могут возникнуть определенные риски, идентифицированные авторами. Соответственно, стоит обратить внимание на шаги, направленные на минимизацию данных рисков (табл. 3).

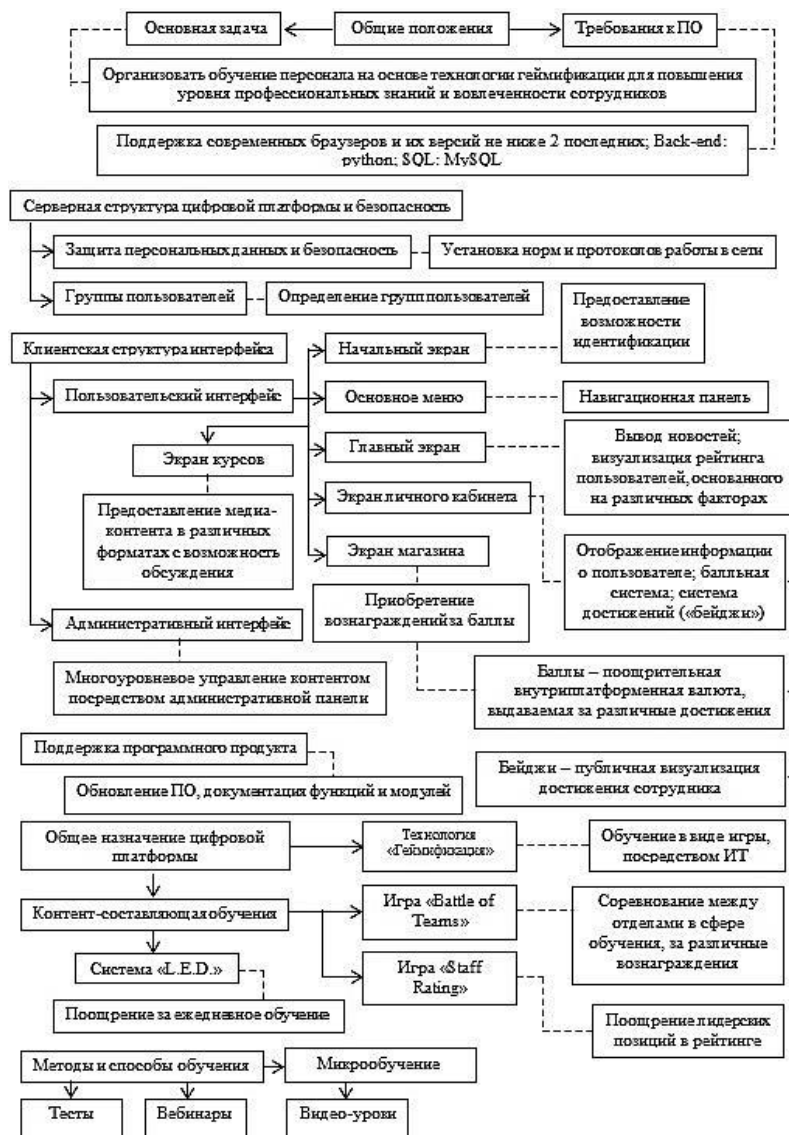


Рис. 10. Основные положения технического задания для Game&Training

Примечание: разработано авторами.

Таблица 3

**Программа внедрения программного продукта Game&Training
в обучение персонала организации**

Этапы	Ресурсы	Риски	Минимизация рисков
1 – Тестирование	Человеческие: руководитель, группа сотрудников, разработчики. Материальные: плата разработчикам контента, игровых сценариев, хостинг. Нормативно-правовые акты: техническое задание, контракты с разработчиками, внутренние документы компании	Недостаточно качественная разработка игровых сценариев и несоблюдение сроков сдачи программного продукта разработчиками	Постоянная связь с разработчиками, контроль каждого этапа выполнения
		Большое количество технических ошибок	Соблюдение всех этапов тестирования, прописанных в техническом задании
		Недостовверная обратная связь сотрудников об юзабилити цифровой платформы	Обозначить группе сотрудников важность достоверной обратной связи, проведение анонимного анкетирования
2 – Внедрение	Человеческие: руководитель, разработчики контента и платформы. Материальные: плата разработчикам, хостинг. Нормативно-правовые акты: техническое задание, контракты с разработчиками, внутренние документы компании	Утечка конфиденциальной информации	Назначение ответственных лиц, проверка разработчиков службой безопасности, а также шифрование данных и использование протоколов информационной безопасности
		Возможная потеря базы данных	Постоянное создание резервных копий
		Падение серверов	Выбор соответствующего мощного хостинга
3 – Обучение	Человеческие: менеджер по персоналу, сотрудники, тренеры. Материальные: заработная плата участникам, дополнительные финансовые затраты на раздаточный материал. Нормативно-правовые акты: внутренние документы компании, положение об обучении персонала с элементами геймификации, контракт с тренерами	Негативное восприятие персоналом нового метода обучения	Проведение мероприятий по обозначению важности нововведений
		Отсутствие навыков работы на обучающих цифровых платформах	Вводный инструктаж по функциональным возможностям цифровой платформы и создание детальной инструкции по применению
		Дефицит менеджеров по персоналу, владеющих навыками работы на цифровых платформах	Привлечение высококвалифицированных специалистов
4 – Активное использование	Человеческие: сотрудники, менеджеры по персоналу, тренеры, авторы и разработчики. Материальные: заработная плата всем участникам. Нормативно-правовые акты: контракты с авторами контента для платформы, тренерами и разработчиками, внутренние документы компании	Несерьезное отношение персонала к обучению с элементами геймификации	Эффективная обратная связь с обоснованием преимуществ данного вида обучения для организации и для персонала; применение полученных персоналом знаний в кратчайшие сроки на своих рабочих местах
		Краткосрочность эффективности от обучения с элементами геймификации	Постоянное обновление контента, а также применение разнообразных видов поощрений для сотрудников
		Медленная обучаемость сотрудников старшего поколения	Привлечение опытных специалистов (заточенность контента на восприятие персоналом разных поколений)
		Неудовлетворительная поддержка цифровой платформы	Постоянная связь с исполнителем, создание официального договора с разработчиками, где четко обозначены обязанности
		Возможный дефицит контента	Необходимо заранее найти авторов или других ответственных лиц и сформировать объемный стартовый пакет курсов, заданий, а также постоянная поддержка связи с ответственными лицами

Этапы	Ресурсы	Риски	Минимизация рисков
5 – Оценка эффективности	Человеческие: руководитель, менеджер по персоналу, сотрудники. Материальные: заработная плата всем участникам. Нормативно-правовые акты: внутренние документы компании	Длительная отдача от внедрения	Формирование эффективной мотивации и различного стимулирования персонала к обучению. Запрос и учет обратной связи от работников.
		Неэффективность внедрения	Разработка стратегического плана по внедрению и дальнейшему применению цифровой платформы для обучения, где прописаны все основные моменты

Примечание: составлено авторами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Необходимо отметить, что эффективное обучение персонала является одним из важнейших условий устойчивого развития организации и развития человеческого капитала, нацелено на формирование необходимых компетенций в данной конкретной организации в данный момент времени. В процессе исследования мы пришли к выводу о возможности и необходимости интеграции геймификации, которая характеризуется применением игровых практик в неигровых процессах, в обучение персонала, поскольку именно применение игровых практик в обу-

чении персонала влияет на мотивацию к действиям, скорость и эффективность обучения.

По результатам исследования была разработана программа внедрения программного продукта Game&Training в обучение персонала организаций, идентифицированы риски на каждом этапе и предложены мероприятия по их минимизации.

В дальнейшем результаты исследования будут применены для оценки влияния реализации предложенной программы на эффективность обучения персонала на примере обучения персонала сети магазинов H&M.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тельнова В. А., Крюкова А. А. Применение механизмов геймификации как локальной инновации в компании // Инновационные технологии в образовании и науке : сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30000921_12720162.pdf (дата обращения: 05.04.2020).
2. Макушкин С. А., Вексель Я. П. Геймификация как один из наиболее эффективных методов обучения и адаптации персонала // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы : сб. статей III Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 частях. Пенза, 2017. С. 232–233.
3. Мурзина Е. В., Пелетяго А. В. Применение игрофикации в сфере управления персоналом // Молод. ученый. 2019. № 18 (256). С. 200–202.
4. Устратова А. В., Ахромова А. П., Кочерова Ю. В., Мельничук Ю. А. Противоречивость геймификации в обучении персонала: играть – нельзя работать // Новое поколение. 2016. № 9. С. 173–179.
5. Дынкина Е. Д. Геймификация, как инструмент повышения эффективности обучения персонала // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 2 (7). С. 51–57.
6. Громова Н. В. Вовлеченность персонала – основной резерв повышения эффективности деятель-

REFERENCES

1. Telnova V. A., Kriukova A. A. Primenenie mekhanizmov geimifikatsii kak lokalnoi innovatsii v kompanii // Innovatsionnye tekhnologii v obrazovanii i nauke : sbornik materialov II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30000921_12720162.pdf (accessed: 05.04.2020). (In Russian).
2. Makushkin S. A., Veksel Ya. P. Geimifikatsiia, kak odin iz naibolee effektivnykh metodov obucheniia i adaptatsii personala // Sovremennye sotsialno-ekonomicheskie protsessy: problemy, zakonomernosti, perspektivy : sbornik statei III Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii: v 2 chastiakh. Penza, 2017. P. 232–233. (In Russian).
3. Murzina E. V., Peletiag A. V. Primenenie igrofikatsii v sfere upravleniia personalom // Molodoi uchenyi. 2019. No. 18 (256). P. 200–202. (In Russian).
4. Ustratova A. V., Akhromova A. P., Kocherova Yu. V., Melnichuk Yu. A. Protivorechivost geimifikatsii v obuchenii personala: igrat – nelzia rabotat // Novoe pokolenie. 2016. No. 9. P. 173–179. (In Russian).
5. Dynkina E. D. Geimifikatsiia, kak instrument povysheniia effektivnosti obucheniia personala // Biznes-obrazovanie v ekonomike znanii. 2017. No. 2 (7). P. 51–57. (In Russian).
6. Gromova N. V. Vovlechennost personala – osnovnoi rezerv povysheniia effektivnosti deiatelnosti sov-

- ности современных компаний // Вестн. Рос. эконом. ун-та им. Г. В. Плеханова. 2018. № 6 (102). С. 103–115.
7. Орлова О. В., Титова В. Н. Геймификация как способ организации обучения // Вестн. ТГПУ. 2015. № 9 (162). С. 60–63.
8. Пряники : официальный сайт. URL: <https://pryaniky.com/> (дата обращения 01.12.2020).
9. Империя кадров : официальный сайт. URL: <https://www.imperia.ru/> (дата обращения: 05.12.2020).
10. Ноябрьскнефтегазсвязь : официальный сайт. URL: <https://nngs.gazprom-neft.ru/> (дата обращения: 02.12.2020).
11. М. Видео : официальный сайт. URL: https://www.mvideo.ru/company_mvvideo (дата обращения: 15.12.2020).
12. Ростелеком : официальный сайт. URL: <https://www.company.rt.ru/> (дата обращения: 03.12.2020).
13. Yota : официальный сайт. URL: <https://www.yota.ru/> (дата обращения: 02.12.2020).
14. Комок. А. 7 примеров успешной геймификации для вовлечения и мотивации сотрудников. 2017. URL: <https://rb.ru/opinion/gamification-cases/> (дата обращения: 06.12.2020).
15. Новичкова М. А., Репина Н. Г. Геймификация как основа модели управления персоналом и философии предприятия // Новое поколение. 2016. № 9. С. 125–131.
16. Козловская С. Н., Козловская Д. И. Особенности геймификации как инструмента обучения персонала в Российской Федерации и зарубежных странах // Актуал. вопр. социальной педагогики и психологии: теория и практика : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. 2019. С. 109–113. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_41427458_66901986.pdf (дата обращения: 03.03.2021).
17. Джумаева А. А., Мельничук Ю. А. Геймификация: три способа использования игр HR-службой // Новое поколение. 2016. № 10. С. 109–115.
- remennykh kompanii // Vestnik Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta im. G. V. Plekhanova. 2018. No. 6 (102). P. 103–115. (In Russian).
7. Orlova O. V., Titova V. N. Geimifikatsiia kak sposob organizatsii obucheniia // Vestnik TGPU. 2015. № 9 (162). S. 60–63. (In Russian).
8. ООО “Pryaniki”. URL: <https://pryaniky.com/> (accessed: 01.12.2020). (In Russian).
9. ООО “Imperiya kadrov”. URL: <https://www.imperia.ru/> (accessed: 05.12.2020). (In Russian).
10. ООО “Noyabrskneftegazsvyaz”. URL: <https://nngs.gazprom-neft.ru/> (accessed: 02.12.2020). (In Russian).
11. PAO “M.Video”. URL: https://www.mvideo.ru/company_mvvideo (accessed: 15.12.2020). (In Russian).
12. PAO “Rostelekom”. URL: <https://www.company.rt.ru/> (accessed: 03.12.2020). (In Russian).
13. ООО “Yota”. URL: <https://www.yota.ru/> (accessed: 02.12.2020). (In Russian).
14. Komok. A. 7 primerov uspeshnoi geimifikatsii dlia вовлечения i motivatsii sotrudnikov. 2017. URL: <https://rb.ru/opinion/gamification-cases/> (accessed: 06.12.2020). (In Russian).
15. Novichkova M. A., Repina N. G. Geimifikatsiia kak osnova modeli upravleniia personalom i filosofii predpriatiia // Novoe pokolenie. 2016. No. 9. P. 125–131. (In Russian).
16. Kozlovskaya S. N., Kozlovskaya D. I. Osobennosti geimifikatsii kak instrumenta obucheniia personala v Rossiiskoi Federatsii i zarubezhnykh stranakh // Aktualnye voprosy sotsialnoi pedagogiki i psikhologii: teoriia i praktika : sbornik materialov Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. 2019. P. 109–113. (In Russian).
17. Dzhumaeva A. A., Melnichuk Yu. A. Geimifikatsiia: tri sposoba ispolzovaniia igr HR-sluzhboi // Novoe pokolenie. 2016. No. 10. P. 109–115. (In Russian).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Чуланова Оксана Леонидовна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры государственного и муниципального управления и управления персоналом, Сургутский государственный университет, Сургут, Россия.

E-mail: chol9207@mail.ru

Данькина Мария Евгеньевна – студент, Сургутский государственный университет, Сургут, Россия.

E-mail: masha_dankina@mail.ru

ABOUT THE AUTHORS

Oksana L. Chulanova – Doctor of Sciences (Economics), Docent, Professor of the Department of Public, Municipal and Personnel Management, Surgut State University, Surgut, Russia.

E-mail: chol9207@mail.ru

Maria E. Dankina – Student, Surgut State University, Surgut, Russia.

E-mail: masha_dankina@mail.ru