

И.А. Трифонов, К.П. Ядров

РОЛЬ ГЕЙМИФИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ

Аннотация. В статье рассматривается роль геймификации в системе внутрикорпоративной подготовки кадров. Рассмотрено современное состояние систем корпоративной подготовки кадров и выделены ключевые проблемы. Рассмотрена концепция геймификации внутрикорпоративного обучения. Проведён анализ наиболее популярных исследований в сфере геймификации внутрикорпоративного обучения. Сделаны выводы о степени разработанности данной тематики в научном сообществе и потенциале геймификации для улучшения систем внутрикорпоративной подготовки кадров.

Ключевые слова: дополнительное образование, корпоративное обучение, геймификация, игровые технологии.

I.A. Trifonov, K.P. Yadrov

THE ROLE OF GAMIFICATION IN THE SYSTEM OF CORPORATE PERSONNEL TRAINING

Abstract. The article examines the role of gamification in the system of corporate personnel training. An analysis of the current state of the internal corporate personnel training system shows that the existing corporate training systems are often not adaptive, personalized or conducive to the implementation of knowledge. Due to the lack of structure and low motivation employees often lose interest in additional training. One of the innovative approaches that is being actively considered in this context is gamification. The article presents an analysis of the most popular studies in the field of gamification of corporate training, considers the key principles and basic elements of gamification. The authors highlight the potential of gamification elements such as challenges and storytelling, and shows a significant increase in employee satisfaction with corporate learning outcomes. At the same time, such gamification elements as clear objectives and feedback do not significantly affect the employee satisfaction. This fact may represent a new aspect in studying an impact of specific elements of gamification on employee satisfaction with corporate learning for effective development of educational strategies for corporate personnel training systems.

Keywords: gamification, gaming technologies, education, additional education, corporate training.

Становление информационного общества как одна из глобальных тенденций XXI века требует качественного повышения человеческого интеллектуального потенциала и тем самым не только выдвигает сферу образования на первый план общественного развития, но и предъявляет к ней высокие требования. В настоящее

время скорости преобразования технологий производства стали опережать темпы смены поколений, и у членов современного общества появляется необходимость не только в совершенствовании уже освоенных видов деятельности, но и в освоении новых видов деятельности в течение трудовой жизни [1; 2].

Трифонов Илья Андреевич

аспирант, Российский новый университет, Москва. Сфера научных интересов: профессиональная подготовка. Автор одной опубликованной научной работы.
Электронный адрес: areyouburned@gmail.com

Ядров Константин Павлович

кандидат педагогических наук, доцент, Российский новый университет, Москва. Сфера научных интересов: инноватика в системе образования. Автор более 50 опубликованных научных работ. ORCID: 0000-0002-4297-2268, SPIN-код: 2505-3153.
Электронный адрес: yadrov@inbox.ru

В контексте рабочей деятельности процесс освоения новых видов деятельности индивидами часто сопряжён с большим количеством трудностей из-за отсутствия систематизированных подходов и ограниченного времени, которое сотрудники могут уделять обучению. Большинство рабочих процессов уже насыщены повседневными задачами, и внедрение новых технологий требует времени, которое не всегда доступно в рамках занятого трудового графика.

Существующие системы внутрикорпоративной подготовки зачастую неудовлетворительно справляются с этой задачей. Они часто не адаптивны, мало персонализированы и не способствуют внедрению знаний в практическую деятельность. Недостаточная структурированность и отсутствие мотивационных элементов приводят к тому, что сотрудники теряют интерес к обучению. В результате компании сталкиваются не только с дефицитом обученных кадров, но и с трудностями в обеспечении конкурентоспособности в долгосрочной перспективе [3].

Неэффективность современных систем внутрикорпоративной подготовки кадров чаще всего связана с тем, что внутри компаний отсутствуют специалисты с выраженными педагогическими компетенциями. Часто такие обязанности возлагаются на сотрудников отдела кадров (HR) или лиц

с управленческим опытом, чьи обязанности не всегда включают в себя разработку и реализацию эффективных образовательных программ [4].

Подобные сотрудники, хотя и обладают определенными профессиональными навыками, не всегда обладают глубокими знаниями в области образования и педагогики. Обучение в большинстве случаев рассматривается скорее как дополнительная обязанность, нежели как специализированная область их деятельности. Это приводит к тому, что образовательные программы становятся неструктурированными, неэффективными и не приносят максимальной пользы сотрудникам.

Недостаточная мотивация сотрудников является еще одним важным аспектом, влияющим на неэффективность существующих систем внутрикорпоративной подготовки. В условиях отсутствия адаптивности и персонализации в образовательных программах, а также мотивационных элементов сотрудники теряют интерес к обучению. Особенно это касается случаев, когда обучение рассматривается как формальное требование, а не как возможность профессионального роста.

Отсутствие структурированности в образовательных программах и их несоответствие реальным рабочим задачам не только не стимулируют, но и разочаровывают

Роль геймификации в системе внутрикорпоративной подготовки кадров

сотрудников. Случайное и несистематизированное обучение приводит к недопониманию целей и ограничивает возможности применения полученных знаний на практике [3].

В свете вышеописанных проблем многие компании нацелились на поиск устойчивых стратегий и эффективных инструментов, способных обеспечить высокий уровень внутрикорпоративной подготовки сотрудников. Одним из инновационных подходов, активно рассматриваемых в данном контексте, является применение геймификации.

Геймификация представляет собой стратегию, основанную на применении игровых элементов и принципов в неигровых контекстах, таких как корпоративное обучение. Этот подход направлен на повышение мотивации, увлеченности и активности учащихся, что делает его перспективным решением для улучшения внутрикорпоративной образовательной среды [5–7].

Внедрение геймификации в сферу внутрикорпоративного обучения подразумевает создание образовательного опыта, ориентированного на достижение конкретных бизнес-целей компании. Используя игровые элементы, такие как задачи, достижения и награды, геймификация обеспечивает не только эффективное усвоение знаний, но и их интеграцию в рабочие процессы. Этот инновационный подход снимает барьеры между обучением и повседневной деятельностью, способствуя органичному освоению и применению полученных навыков [8].

Кроме того, геймификация способствует формированию продуктивной корпоративной культуры, где сотрудники воспринимают обучение не как обязанность, а как увлекательный и интересный процесс. Этот подход поддерживает развитие креативности, командного взаимодействия и усиливает внутреннюю мотивацию со-

трудников, что в конечном итоге повышает общую эффективность корпоративной подготовки [9].

В настоящее время явление геймификации во внутрикорпоративном образовании активно изучается. Одной из наиболее важных работ в этой сфере является исследование «Ключевые элементы игры в корпоративном обучении – метод Дельфи» [10], проведенное учеными из Тайваньского университета. В исследовании Тайваньского университета приняли участие 27 экспертов в области корпоративного обучения и с помощью метода Дельфи провели обсуждение концепции геймификации.

Внедрение геймификации в корпоративное обучение подразумевает реализацию нескольких ключевых принципов, выявленных в исследовании методом Дельфи:

1) *интеграция с целями обучения*. Гарантирует соответствие элементов геймификации образовательным целям;

2) *быстрая обратная связь*. Предоставляет оперативную обратную связь для активного взаимодействия и успешного усвоения материала;

3) *командные соревнования*. Поддерживают коллективную деятельность и соревновательный характер в обучении, способствуя развитию командного взаимодействия и стимулируя участников;

4) *четкие и справедливые правила игры*. Формулируют четкие и справедливые правила использования геймификации, обеспечивая объективность и понимание условий участия;

5) *увеличение уровня сложности*. Постепенное усложнение задач для стимулирования развития обучающихся;

6) *свобода в отношении неудач*. Предоставляет обучающимся свободу допущения ошибок в обучении, создавая опытные ситуации, способствующие более глубокому усвоению материала и развитию навыков.

Ключевым выводом данного исследования является признание отдельных принципов геймификации значимыми для повышения эффективности образовательных систем в сфере внутрикорпоративной подготовки кадров. Более того, в рамках исследования выяснилось, что 67 % экспертов в сфере корпоративного образования ранее использовали принципы геймификации для улучшения качества внутрикорпоративных образовательных систем.

Следует упомянуть другое важное исследование в сфере геймификации корпоративного образования – «Использование стратегий геймификации, чтобы улучшить отношение сотрудников к системам электронного обучения» [11], – проведённое учеными из Университета Сарагосы в Испании. В этой работе авторы фокусируют своё внимание на анализе воздействия геймификации на удовлетворенность сотрудников в контексте использования электронных образовательных систем. Путём структурного анализа и моделирования они стремятся расширить понимание влияния стратегий геймификации на восприятие сотрудниками электронным систем обучения и их отношение к ним.

С помощью модели принятия технологий (Technology Acceptance Model – TAM) и данных, полученных от 1178 сотрудников международной компании в Германии, исследование провело глубокий анализ воздействия игровых элементов на удовлетворённость сотрудников при использовании электронной системы корпоративной подготовки. Данная модель предполагает, что при внедрении новой технологии на её эффективность влияют несколько факторов:

- *ожидаемая полезность* (Perceived Usefulness – PU) – степень убежденности человека в том, что использование конкретной системы улучшит его производительность в работе;

- *ощутимая лёгкость использования* (Perceived Ease-of-Use – PEOU) – степень убежденности человека в том, что использование конкретной системы не требует усилий. Если технология легкая в использовании, если барьеры преодолеваются сравнительно легко, то пользователи к ней относятся более положительно.

В ходе данного исследования в процесс электронного корпоративного обучения были интегрированы следующие элементы геймификации:

- 1) *вызовы*. Данный элемент геймификации ставит перед учащимися реальные вызовы, стимулируя их активное участие и стремление к достижению поставленных целей;

- 2) *повествование*. Придает образовательному процессу эмоциональный контекст, что способствует лучшему запоминанию материала и удовлетворению от обучения;

- 3) *ясные цели*. Направлен на обеспечение ясности и осознанности учащихся относительно того, что они должны достичь;

- 4) *обратная связь*. Способствует непрерывному улучшению процесса обучения, позволяя учащимся корректировать свои действия на основе полученных комментариев.

Результаты проведённого исследования подчеркивают потенциал элементов геймификации, таких как вызовы и повествование, и свидетельствуют о значительном увеличении уровня удовлетворённости сотрудников в контексте корпоративного обучения.

Однако интересным выводом стало обнаружение того, что элементы геймификации, такие как ясные цели и обратная связь, не оказывают существенного влияния на удовлетворённость сотрудников, что может представлять собой новый аспект и противоречить предыдущим исследованиям в данной области. Эти результаты подчеркивают необходимость более тщательного изучения влияния конкретных элементов геймификации на удовлетворённость сотрудников в контексте

Роль геймификации в системе внутрикорпоративной
подготовки кадров

корпоративного обучения для эффективной разработки образовательных стратегий.

Таким образом, роль геймификации в корпоративном обучении изучается многими современными исследователями. Первые выводы указывают на потенциал геймификации в улучшении эффективности образовательных систем [12], однако полный спектр её влияния требует более глубокого исследования.

Несмотря на ограниченность текущих исследований, результаты подтверждают

важность элементов геймификации в повышении удовлетворённости сотрудников внутрикорпоративными системами подготовки и формировании у персонала позитивного отношения к ним. Дальнейшие теоретические и практические изыскания в этой области могут содействовать разработке более эффективных стратегий геймификации в корпоративном обучении и подчеркнуть её ключевую роль в современных образовательных практиках.

Литература / References

1. Jarvis P. (2010) *Adult education and lifelong learning: Theory and practice*. 4th edition. Routledge. 352 с. ISBN 0415494818.
2. Tuschling A., Engemann C. (2006). From education to lifelong learning: The emerging regime of learning in the European Union. *Educational Philosophy and Theory*. Vol. 38. No. 4. Pp. 451–469. DOI: 10.1111/j.1469-5812.2006.00204.x
3. Tikhonov A. (2020) Corporate Training Programs in Russian and Foreign Companies: Impact on Staff and Time Challenges. *International Journal of Higher Education*. Vol. 9. No. 3. Pp. 183–189.
4. Berge Z., de Verneil M., Berge N., Davis L., Smith D. (2002) The increasing scope of training and development competency. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 9. No. 1. Pp. 43–61. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/14635770210418579>
5. Reeves B., Leighton J. *Total Engagement: Using Games and Virtual Worlds to Change the Way People Work and Businesses Compete*. Harvard Business Press, 2009. 288 p. ISBN: 9781422155134.
6. Larson K. (2020) Serious Games and Gamification in the Corporate Training Environment: A Literature Review. *TechTrends*. Vol. 64. Pp. 319–328. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11528-019-00446-7>
7. Kim S. (2021). How a company's gamification strategy influences corporate learning: A study based on gamified MSLP (Mobile social learning platform). *Telematics and Informatics*. Vol. 57. Article 101505. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101505>
8. McGonigal J. (2011). *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. Penguin Books. 416 p. ISBN 9780143120612.
9. Lee J.J., Hammer J. (2011). Gamification in Education: What, How, Why Bother? *Academic Exchange Quarterly*. Vol. 15. No. 2. Pp. 146–151.
10. Riar M., Morschheuser B., Zarnekow R., Hamari J. (2022). Gamification of cooperation: A framework, literature review and future research agenda. *International Journal of Information Management*. Vol. 67. Article 102549. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102549>
11. Wang Y.-F., Hsu Y.-F., Fang K. (2022). The key elements of gamification in corporate training – The Delphi method. *Entertainment Computing*. Vol. 40. Article 100463. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2021.100463>
12. Bitrián P., Buil I., Catalán S., Hatfield S. (2023) The use of gamification strategies to enhance employees' attitudes towards e-training systems. *The International Journal of Management Education*. Vol. 21. No. 3. 100892. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100892>