

**Катасонова Софья Владимировна**

студентка

**Смолина Елена Григорьевна**

канд. социол. наук, доцент

**Михнева Светлана Владимировна**

канд. юрид. наук, доцент

Волгоградский институт управления (филиал)  
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ»  
г. Волгоград, Волгоградская область

## **ГЕЙМИФИКАЦИЯ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ЦИКЛАХ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ**

***Аннотация:** в статье проанализированы возможности применения геймификации в системе профессионального развития. Авторы обосновывают актуальность исследования цифровой трансформацией, опираясь на статистические данные, подтверждающие растущую эффективность игровых механик в различных сферах управления персоналом.*

***Ключевые слова:** геймификация, цифровая трансформация, игровые механики, мотивация персонала.*

Актуальность темы исследования продиктована поиском действенных методов управления персоналом в цифровую эпоху, где геймификация зарекомендовала себя как эффективная технология, применимая на всех стадиях современного HR-менеджмента. Исследования «AmplifAI, 2024» показывают, что 90% респондентов отмечают её положительное влияние на продуктивность, а 67% работников находят геймифицированные форматы более мотивирующими, чем традиционные [1]. Дополнительным стимулом к активному внедрению геймификации в циклы управления персоналом обусловлен переходом поколений.

Семантически термин «геймификация» произведен от слова «игра», а его содержательное наполнение, варьируясь в трудах различных авторов, сохраняет общую основу. Основоположник научного подхода К. Вербах и его последователи (А.В. Устратова, А.П. Ахромова) определяют данный феномен как методологию применения игровых элементов в неигровых контекстах. Развивая это определение, К.В. Евдоков и Е.Д. Дынкина акцентируют инструментальную функцию геймификации: использование опыта игрового дизайна в трудовой среде направлено на совершенствование решения профессиональных задач [2]. Более комплексную интерпретацию предлагают Г. Зикерман и Дж. Линдер, рассматривающие геймификацию как процесс вовлечения сотрудников, интегрирующий инструменты программ лояльности, игровые механики и принципы поведенческой экономики. Ее ключевые функции – оптимизация и гуманизация организационных процессов, ориентированные на повышение комфорта персонала. Анализ отечественных исследований позволяет выделить несколько концептуальных точек зрения, дополняющих друг друга. В рамках инструментального подхода Е.В. Елисеева определяет геймификацию как использование принципов компьютерных игр для решения неигровых задач в различных сферах деятельности. А.И. Войтенко и А. Голубова развивают эту трактовку, характеризуя геймификацию как совокупность концептуальных игровых идей, применимых для широкого спектра управленческих задач – от подбора персонала до формирования здорового образа жизни. С позиций системного подхода Е.С. Козина раскрывает геймификацию как жестко автоматизированный процесс, внутренние компоненты которого взаимосвязаны, а результативность обусловлена идентификацией рутинного процесса, алгоритмом целеполагания, построением маршрута достижения цели, преодолением препятствий и рефлексией указанных процедур [3]. Таким образом, под геймификацией понимают систему, основанную на игровых принципах, нацеленную на повышение вовлеченности персонала в решение рабочих вопросов при одновременном снижении уровня стресса [4].

К преимуществам данного инновационного инструмента относятся следующие характеристики: технологический потенциал, обеспечивающий гибкость образовательного процесса через возможность дистанционного обучения с использованием мобильных устройств, что соответствует поведенческим практикам современного поколения, для которого цифровые интерфейсы являются естественной средой взаимодействия; социально-психологический эффект, проявляющийся в усилении коллективной динамики благодаря интеграции механизмов рейтинговой оценки и командных заданий, формирующих среду продуктивной кооперации и способствующих развитию корпоративной идентичности; а также повышение мотивационного компонента обучения, достигаемое за счет внедрения игровых элементов, преодолевающих монотонность образовательной деятельности. Эмпирические данные подтверждают данные характеристики: по исследованию «AmplifAI,2024», внедрение игровых механик увеличивает показатели на 100–150%, а 67% респондентов считают такие форматы более мотивирующими, чем традиционные. Что касается отечественной практики, то по данным исследования Академии бизнеса «Б1», рейтингового агентства «Эксперт РА» и hh.ru за 2024–2025 год, 47% российских компаний инвестируют в развитие цифровых компетенций персонала и внедрение геймификации [5].

В современной практике управления персоналом геймификация выступает в качестве универсального инструмента, имплементация которого охватывает ключевые циклы кадрового менеджмента: подбор, обучение, оценку, мотивацию и удержание сотрудников. Интеграция игровых механик в данные процессы позволяет не только повысить их эффективность, но и адаптировать управленческие подходы к ценностным ориентациям нового поколения работников.

В сфере подбора персонала геймификация применяется для первичного вовлечения и оценки потенциала кандидатов. Примером служит международная студенческая олимпиада «Битва Банков», проводимая ПАО «Сбербанк». Посредством компьютерной симуляции, имитирующей деятельность коммерческого банка, студенты оценивают собственные профессиональные перспективы, в то

время как компания решает задачу по отбору перспективных выпускников для дальнейшего трудоустройства.

В сфере оценки персонала геймификационные методы позволяют преодолеть ограничения традиционных процедур аттестации, такие как субъективизм оценщика и стресс у оцениваемых сотрудников. Игровые симуляторы и деловые игры создают среду, максимально приближенную к реальным рабочим ситуациям, что дает возможность объективно оценить уровень сформированности профессиональных компетенций, скорость принятия решений и поведенческие паттерны сотрудников в условиях, требующих мобилизации знаний и навыков. В ряде компаний практикуется включение геймифицированных заданий в процедуры ассессмент-центров: сотрудники выполняют задачи в формате симуляционных игр, где каждое действие фиксируется и оценивается по заданным параметрам. Это позволяет не только ранжировать сотрудников по уровню квалификации, но и формировать кадровый резон для последующего выдвижения на руководящие должности. Кроме того, внедрение элементов геймификации в процедуру оценки способствует снижению защитных реакций персонала и повышает принятие результатов оценивания как справедливых и прозрачных.

Наиболее широкий спектр применения геймификационные технологии находят в функции обучения и развития персонала. В сфере мотивации геймификационные механизмы используются преимущественно для повышения лояльности и удержания сотрудников. Компании разрабатывают комплексные игровые системы, интегрирующие обучающие и мотивационные компоненты, что позволяет воздействовать на эмоциональную вовлеченность персонала и формировать устойчивую приверженность организационным ценностям. Интеграция игровых механик в управление человеческими ресурсами перестает быть трендом и становится объективной необходимостью. Геймификация позволяет выстроить замкнутый цикл непрерывного развития персонала, органично соединяя потребности бизнеса в эффективности с потребностями сотрудников в признании и росте. Несмотря на сложности внедрения, ее способность трансформировать рутинные

процессы в мотивирующую деятельность открывает новые горизонты для повышения конкурентоспособности организации.

### *Список литературы*

1. Современные технологии управления персоналом: учебник / А.А. Литвинюк, Л.С. Бабынина, Л.Н. Иванова-Швец [и др.]; под общ. ред. А.А. Литвинюка. – М.: Инфра-М, 2023. – 220 с. DOI 10.12737/1863127. EDN BXVOSA
2. Попиков А.А. Геймификация как направление повышения эффективности деятельности организации / А.А. Попиков // Вестник Воронежского института экономики и социального управления. – 2020. – №1. – С. 83–85. EDN GRILYJ
3. Исследование российского игрового рынка 2023-2024 // My.Games. – 2024. – URL: <https://opis-cdn.tinkoffjournal.ru/mercury/SP-analis-rinkov-videoigr.pdf> (дата обращения: 05.09.2025).
4. Исследование корпоративного обучения в России – 2025 // В1. – 2025. – URL: <https://b1.ru/analytics/b1-academy-of-business-expert-ra-corporate-learning-research-july-2025/> (дата обращения: 18.11.2025).
5. «Для людей дела»: представители РЖД рассказали о возможностях развития для молодежи в компании // Content-Review.com. – 2022. – URL: <https://www.content-review.com/articles/57703/> (дата обращения: 10.10.2025).