

Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2024. № 2(63). С. 157–160
Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). 2024;(2(63)):157–160

Научная статья
УДК 338
doi: 10.47598/2078-9025-2024-2-63-157-160

ГЕЙМИФИКАЦИЯ И ПЛАТФОРМЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ

Дмитрий Алексеевич Зайцев

Национальный научно-исследовательский институт общественного здоровья имени Н. А. Семашко,
Москва, Россия, dzaytsev@nes.ru, <https://orcid.org/0009-0002-5965-2962>

Аннотация. Предыдущие исследования по применению геймификации в рабочих процессах изучали компании с наемными работниками. Однако и аудитория, и специфика деятельности платформенной занятости точно также подходят для геймификации. В настоящей статье описаны принципы, на которых основано положительное влияние игровых механик на эффективность, вовлеченность и мотивацию работников, а также механики, которые применимы для платформ рынка труда.

Ключевые слова: геймификация, платформенная занятость, самозанятые, удаленная работа

Для цитирования: Зайцев Д. А. Геймификация и платформенная занятость // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2024. № 2 (63). С. 157–160. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2024-2-63-157-160>.

Research article

GAMIFICATION AND PLATFORM WORK

Dmitry A. Zaitsev

N. A. Semashko National Research Institute of Public Health, Moscow, Russia,
dzaytsev@nes.ru, <https://orcid.org/0009-0002-5965-2962>

Abstract. Previous studies on the application of gamification in work processes have examined companies with employees. However, both the audience and the specifics of platform work activities are also precisely suitable for gamification. This article describes the principles on which the positive impact of game mechanics on employee efficiency, engagement and motivation is based and the mechanics that are applicable to labor market platforms are described.

Keywords: gamification, platform work, self-employed, distant work

For citation: Zaitsev D. A. Gamification and platform work. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2024;(2(63)):157–160. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2024-2-63-157-160>.

После пандемии COVID-19 платформы стали неотъемлемой частью рынка труда. Современные платформы удобны и просты в использовании. Развитие удаленной работы и фриланса привело к появлению значительного числа самозанятых. Доля специалистов, занятых на платформах, растет как в России, так и по всему миру. На сегодняшний день остро стоят проблемы эффективности платформенных работников, их вовлеченности, а также их удов-

летворенности работой, так как все это влияет на качество оказываемых услуг. С одной стороны, платформы уже предпринимают шаги для повышения качества услуг, размещая отзывы о конкретном специалисте, а также опыте работы — количество выполненных задач (поездок, доставок, написанных статей, программ, скриптов). С другой стороны, существуют современные методы повышения вовлеченности и удовлетворенности работой, которые уже

применены и эффективно себя показывают внутри крупных компаний с большим количеством нанятых сотрудников.

Одним из таких методов является геймификация. Геймификация — это применение игровых механик в процессе работы (и отдыха). Одним из примеров таких механик является следующая: пользователь игры получает различные нематериальные (или материальные) бонусы за выполнение определенного набора заданий. Помимо этого, в рамках игрового процесса может существовать ранговая система, в которой при систематическом выполнении заданий можно достигнуть более высокого ранга, на котором доступны дополнительные бонусы для сотрудников. Игровая механика обычно существует либо в приложении на телефоне, либо на корпоративном портале, где сотрудники могут отслеживать свой прогресс, видеть потенциальные бонусы и те возможности, которыми они уже могут воспользоваться в рамках бонуса от компании. Далее рассмотрим релевантные исследования по геймификации рабочего процесса.

Как в теоретической, так и в эмпирической научной литературе рассматривается влияние геймификации на эффективность работников.

В работе «Game on: Can gamification enhance productivity?» [1] авторы выдвигают гипотезу, что геймификация повышает вовлеченность за счет предоставления работникам чувства автономности, компетентности и независимости. Проанализировав данные по 400 респондентам из разных сфер экономики стран Персидского залива, авторы приходят к выводу, что геймификация помогает работнику понять свою полезность, что значительно повышает вовлеченность сотрудника в рабочий процесс. Вследствие этого повышается мотивация и эффективность работников.

В эмпирическом исследовании «Understanding the effects of gamification on work engagement: The role of basic need satisfaction and enjoyment among millennials» [2] авторы исследуют потенциальные возможности геймификации по увеличению вовлеченности среди миллениалов, а также изучают посредническую роль базовых потребностей человека — удовлетворение и увлеченность. В результате авторы нашли прямое и косвенное подтверждение,

что геймификация положительно влияет на вовлеченность в работу. В частности, авторы подтвердили свою гипотезу, что удовлетворенность и увлеченность играют посредническую роль в повышении вовлеченности.

В исследовании «Research on Impact of Work Gamification on Employee Performance» [3] проверяются три гипотезы. Первая — геймификация положительно влияет на эффективность работы. Вторая — между геймификацией и эффективностью посредническую роль играет удовлетворенность работой. Третья — традиционность работника негативно влияет на эффект геймификации. Авторы выявили, что наиболее значительный эффект геймификация оказывает на поколение молодых специалистов, так как они более приспособлены к цифровым технологиям. В то же время на старшее поколение геймификация может не оказывать значимого влияния, в том числе по причине большей традиционности старшего поколения. В статье также подтверждается положительное влияние геймификации на эффективность работы и посредническая роль в удовлетворенности работой.

В научной работе «The Power of Gamification in Employee Performance Management» [4] также демонстрируются практические преимущества геймификации. Это рост эффективности, повышения мотивации и вовлеченности. Помимо этого, авторы также подчеркивают и ограничения, связанные с применением геймификации. Для того, чтобы геймификация дала положительный эффект, необходимо учитывать специфику и иметь глубокое понимание трудовых ресурсов, задействованных в работе.

Таким образом, актуальные исследования отражают позитивный эффект от применения геймификации на предприятиях. Большинство исследований выявляют, что применение игровых механик для повышения эффективности сотрудников действительно повышает их вовлеченность, улучшает коммуникации, создает конкурентную среду и положительно влияет на настроение работников. Растущее количество исследований по геймификации также отражает возрастающий интерес к данной теме. Последние исследования не только эмпирически подтверждают положительные эффекты от применения игровых механик, но также

подсвечивают и значительные риски, связанные с геймификацией. Преимущественно, эти риски связаны с отсутствием понимания у работника для чего внедряется геймификация и с недостаточной проработкой целей, поставленных в рамках игровых механик, которые влекут за собой снижение качества результата в угоду количества [5].

Российские компании «YouDo» и «Яндекс.Про» в своем исследовании [6] рынка труда описали портрет самозанятого. Это мужчина в возрасте от 25 до 34 лет. В качестве профессии самозанятые обычно выбирают такие направления, как онлайн-специальности, курьерская доставка, такси, строительство, ремонт и дизайн. Молодой возраст, как было описано ранее в статье, более предрасположен к геймификации, что делает этот инструмент хорошо подходящим для платформ рынка труда.

Чтобы описать способы применения геймификации необходимо начать с того, за счет каких человеческих мотивов можно сильнее вовлечь специалиста в рабочий процесс:

- конкуренция;
- стремление к развитию, улучшению и преодолению испытаний;
- желание обладать чем-то редким или эксклюзивным;
- ощущение создания чего-то великого;
- ощущение полного контроля над процессом.

Какие игровые механики из текущей практики применимы для специалистов, занятых на платформах?

Первая — ранги или статусы. За успешное выполнение определенного количества задач пользователь может повышать свой ранг на платформе и получать определенные бонусы. Опытные сотрудники, которые лояльны платформе и которые регулярно заходят и выполняют задания, быстро и качественно могут претендовать на снижение комиссии платформы, попадании наверх поисковой выдачи исполнителей и другие бонусы, способствующие взаимовыгодному сотрудничеству платформы и исполнителя. Этот тип геймификации демонстрирует, что геймификация может быть полезна и выгодна не только для работников, но также и для платформ, которые могут получить более лояльного пользователя платформы, которому

будет интересно и выгодно оставаться на платформе.

Вторая — шкала прогресса или очки опыта. Для этой механики могут быть различные применения. Она может отображать выполнение собственного плана на день / неделю / месяц. План может выражаться в заработанной сумме, количестве поездок такси или выполненных доставок. Шкала может отображать сколько выполненных задач осталось до достижения следующего ранга или статуса. Помимо этого, шкалу прогресса можно применить для крупных проектов, когда задача разбивается на несколько этапов. Это может быть полезно как для исполнителя, так и для заказчика, который будет наглядно видеть текущий статус выполнения проекта.

Третья механика — создание таблицы лидеров. Для платформы доставок и такси может быть актуальна таблица лидеров, в которой будут отображаться самые результативные работники. Для того, чтобы мотивация не угасала со временем — за достижение лучших результатов работников платформ необходимо регулярно награждать. Это будет создавать конкуренцию и мотивировать работников выполнять больше заказов и выполнять их быстрее и качественнее.

Четвертая — награды за выполнение испытаний. Они чаще всего применяются в виде значков или медалей в профиле специалиста. Эти медали видны как самому специалисту, так и заказчику. Стремление к преодолению испытаний побудит работника достигать целей для получения награды. Платформа, в свою очередь, для достижения собственных целевых показателей сможет замотивировать работников для достижения этих целей с помощью простой и понятной игровой механики.

Пятая — ограничение по времени через обратный отсчет. Такая механика может применяться в тех направлениях, где сроки строго регламентированы. Например, в работе курьеров доставки или в работе такси при его подаче.

Помимо этого, геймификация может применяться не только для повышения эффективности в процессе работы, но и для обучения сотрудников. Обучение может включать как получение навыков взаимодействия с платформой, так и взаимодействие с заказчиками, а также

технические навыки, необходимые определенному специалисту. Работникам платформ, которые проходят курс обучения, могут выдаваться электронные медали и другие бонусы.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что платформы могут перенять опыт ком-

паний с наемными работниками и внедрить игровые механики. Платформы получают гибкие инструменты мотивации, вовлечения и, как следствие, повышения эффективности работников. А специалисты получают прозрачные индикаторы и цели для своей работы.

Список источников

1. Rahiman H. U., Kodikal R., Suresh S. Game on: Can gamification enhance productivity? // F1000Research. 2023. No. 12. 22 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/372328040_Game_on_Can_gamification_enhance_productivity
2. Wibisono et al. Understanding the effects of gamification on work engagement: The role of basic need satisfaction and enjoyment among millennials. // Cogent Business & Management. 2023. No. 10. 25 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/376188533_Understanding_the_effects_of_gamification_on_work_engagement_The_role_of_basic_need_satisfaction_and_enjoyment_among_millennials
3. Li Wang, Xiaokang Zhao. Research on Impact of Work Gamification on Employee Performance // Academic Journal of Business & Management. 2023. No. 5. Iss. 26. P. 95–102.
4. Uddin, A., Das, D. The Power of Gamification in Employee Performance Management // Open Journal of Business and Management. 2023. No. 11. P. 3452–3470.
5. Hammedi, W., Leclercq, T., Poncin, I., Alkire (Née Nasr), L. Uncovering the dark side of gamification at work: Impacts on engagement and well-being // Journal of Business Research. 2021. No. 122. P. 256–269.
6. YouDo и «Яндекс.Про» составили портрет самозанятого // ТАСС : сайт. URL: <https://tass.ru/obschestvo/13117913>. Дата публикации: 06.12.2021.

References

1. Rahiman H. U., Kodikal R., Suresh S. Game on: Can gamification enhance productivity? F1000Research. 2023;(12). Available from: https://www.researchgate.net/publication/372328040_Game_on_Can_gamification_enhance_productivity
2. Wibisono et al. Understanding the effects of gamification on work engagement: The role of basic need satisfaction and enjoyment among millennials. Cogent Business & Management. 2023;(10). Available from: https://www.researchgate.net/publication/376188533_Understanding_the_effects_of_gamification_on_work_engagement_The_role_of_basic_need_satisfaction_and_enjoyment_among_millennials
3. Li Wang, Xiaokang Zhao. Research on Impact of Work Gamification on Employee Performance Academic Journal of Business & Management. 2023;(5)26:95–102.
4. Uddin, A., Das, D. The Power of Gamification in Employee Performance Management. Open Journal of Business and Management. 2023;(11):3452–3470.
5. Hammedi, W., Leclercq, T., Poncin, I., Alkire (Née Nasr), L. Uncovering the dark side of gamification at work: Impacts on engagement and well-being. Journal of Business Research. 2021;(122):256–269.
6. YouDo and Yandex.Pro compiled a portrait of a self-employed person // TASS: site. (In Russ.). Available from: <https://tass.ru/obschestvo/13117913>. Publication date: December 6, 2021.

Информация об авторе

Д. А. Зайцев — аспирант.

Information about the author

D. A. Zaitsev — a graduate student.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 13.05.2024; одобрена после рецензирования 29.05.2024; принята к публикации 24.06.2024.

The article was submitted 13.05.2024; approved after reviewing 29.05.2024; accepted for publication 24.06.2024.