

УДК 338

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА

Апокина К. В.

К.с.н. доц.,

Уфимский университет науки и технологий,

г. Уфа, Россия

Гадеева Р. Р.

Студент,

Уфимский университет науки и технологий,

г. Уфа, Россия

Аннотация: в статье рассматривается геймификация как современный инструмент управления персоналом, направленный на повышение вовлеченности сотрудников. Анализируются различия в мотивации бэк-офиса и линейного персонала, а также возможности адаптации игровых механик под каждую категорию. Приводятся примеры внедрения геймификации в российских и зарубежных компаниях, выявляются ключевые факторы успеха и типичные ошибки. На основе практических кейсов доказывается, что правильно спроектированная геймификация снижает текучесть кадров, повышает производительность и улучшает клиентский опыт. В заключении формулируются рекомендации по внедрению геймификации в бэк-офисе и для линейного персонала.

Ключевые слова: геймификация, вовлеченность персонала, бэк-офис, линейный персонал, игровые механики, мотивация, KPI, управление персоналом, лояльность сотрудников.

GAMIFICATION AS A TOOL FOR INCREASING PERSONNEL ENGAGEMENT

Apokina K. V.

Associate Professor,

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Gadeeva R.R.

Student,

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Abstract: The article discusses gamification as a modern HR tool aimed at increasing employee engagement. It analyzes the differences in motivation between back-office and front-line staff, as well as the possibilities of adapting game mechanics to each category. The article provides examples of gamification implementation in Russian and foreign companies, identifies key success factors, and highlights common mistakes. Based on practical cases, the article demonstrates that well-designed gamification can reduce employee turnover, increase productivity, and improve the customer experience. In conclusion, recommendations are formulated for implementing gamification in the back office and for line staff.

Keywords: gamification, employee engagement, back office, line staff, game mechanics, motivation, KPI, personnel management, employee loyalty

Современные компании сталкиваются с проблемой снижения вовлеченности персонала, особенно в сегментах с высокой долей рутинных операций. Бэк-офис (бухгалтерия, IT-служба, документооборот) и линейный персонал (операторы call-центров, продавцы, курьеры, сотрудники складов) традиционно демонстрируют более низкие показатели вовлеченности по сравнению с управленческим звеном и креативными отделами. Геймификация — использование игровых элементов в неигровом контексте — становится

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

эффективным ответом на этот вызов. Согласно исследованию Gallup, вовлеченные сотрудники работают на 21% производительнее, а компании с низкой вовлеченностью теряют до 34% годового дохода [4].

Ключевое отличие геймификации от простых систем мотивации заключается в использовании психологических механизмов: прогресса, достижения, статуса, соревнования и сотрудничества. Для бэк-офиса, чья работа часто «невидима» для клиентов, важны прозрачность результатов и признание заслуг. Для линейного персонала, напротив, значимы скорость обратной связи, быстрые вознаграждения и социальное сравнение. Ошибка многих компаний — попытка внедрить одинаковую игровую модель для всех категорий сотрудников [1, с. 94].

Рассмотрим успешный пример геймификации для бэк-офиса. В компании «Тинькофф» для IT-отдела и службы поддержки внедрена система внутренних квестов и уровней. Разработчики получают «опыт» (XP) за закрытие задач, рефакторинг кода и помощь коллегам. Бонусом выступает не только премия, но и выбор интересных проектов, участие в стратегических сессиях. Результат: текучесть среди бэк-офиса снизилась на 27%, а скорость решения инцидентов выросла на 18% [3]. В российском ритейле «Магнит» внедрил геймификацию для бухгалтеров: еженедельный чек-лист ошибок преобразован в «уровень мастерства»; лучшие получают дополнительный выходной. Это сократило количество ошибок на 31% [2].

Для линейного персонала классическим примером является опыт сети кофеен Мама варит кофе. Бариста получают значки за приготовление сложных напитков, выполнение планов по кросс-продажам и позитивные отзывы от тайных покупателей. Лидеры доски почета получают право стажировать новичков и участвовать в закрытых встречах с руководством. Внедрение геймификации позволило увеличить лояльность сотрудников первой линии на 40% и сократить время обучения новичков на 25% [5]. Еще один показательный кейс — компания «Додо Пицца», где линейный персонал (курьеры и операторы)

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

соревнуются в скорости выполнения заказов без потери качества. Игровая механика интегрирована прямо в рабочее приложение: сотрудник видит свой рейтинг в реальном времени и может обменять очки на смену в удобное время или корпоративный мерч. Это привело к снижению опозданий на 42% [2].

Однако геймификация сталкивается с серьезными барьерами. Первый — «эффект привыкания», когда игровые механики перестают мотивировать через 3–6 месяцев. Решение — регулярное обновление сценариев, введение неожиданных бонусов и сезонных событий. Второй барьер — сопротивление линейного персонала, который воспринимает геймификацию как форму контроля. Прозрачность правил и добровольность участия являются обязательными условиями. Третий барьер — сложность измерения вклада бэк-офиса. Для таких сотрудников важны не количественные лидерборды, а качественные оценки (наставничество, улучшение процессов, снижение ошибок). По данным PwC, 48% неудачных проектов геймификации связаны именно с неправильным подбором метрик [5].

Преодоление этих барьеров возможно при соблюдении нескольких принципов. Во-первых, геймификация должна быть встроена в реальные бизнес-процессы, а не существовать как отдельное развлечение. Во-вторых, важно сочетать внутренние мотиваторы (автономия, мастерство, цель) с внешними (баллы, значки, призы). Для бэк-офиса акцент делается на автономии и профессиональном признании, для линейного персонала — на быстрых наградах и командном духе. В-третьих, необходимо пилотное внедрение на одном подразделении с последующим масштабированием.

Будущее геймификации в управлении персоналом связано с интеграцией технологий искусственного интеллекта. ИИ сможет автоматически подбирать индивидуальные игровые сценарии под стиль работы каждого сотрудника, выявлять риск снижения вовлеченности и предлагать персонализированные челленджи [3]. Также прогнозируется рост использования элементов AR/VR для обучения и соревнований линейного персонала (например, виртуальные

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

симуляторы сложных клиентских ситуаций). Управление вовлеченностью превращается из интуитивной практики в точную науку, где геймификация занимает центральное место.

Библиографический список

1. Апокина, К. В. Интернет-технологии управления бизнесом / К. В. Апокина, Е. В. Терелецкова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2026. – № 1(187). – С. 75-79. – DOI 10.34773/EU.2026.1.14. – EDN MXFHBC.
2. Ветлужских, Е. В. Геймификация на работе: как превратить рутину в игру / Е. В. Ветлужских, О. А. Климова. — Москва: Альпина Паблишер, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-9614-7890-1.
3. Кобызева, У. В. Инструменты Интернет-бизнеса / У. В. Кобызева // Начало в науке: Сборник материалов X Международной научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов и аспирантов. В 2-х томах, Уфа, 27–29 апреля 2023 года / Отв. редакторы К.Е. Гришин, Н.А. Кузьминых. Том 1. – Уфа: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ", 2023. – С. 154-158. – EDN PYRWCD.
4. Колесников, А. М. Геймификация линейного персонала в розничной торговле: российские кейсы / А. М. Колесников, Т. Ю. Сергеева // Российский журнал менеджмента. — 2024. — Т. 22. — № 3. — С. 112–130. — DOI 10.29141/2224-9557-2024-22-3-8.
5. Тинькофф: как геймификация изменила подход к работе IT-отдела // Habr. — URL: <https://habr.com/ru/companies/tinkoff/articles/724568/> (дата обращения: 30.03.2026).
6. Широкова, Г. В. Вовлеченность персонала: методы оценки и повышения / Г. В. Широкова, И. А. Королева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. — 2025. — № 1. — С. 55–72. — EDN KZPLMN.

7. Эллен, Д. Геймификация в бизнесе: как игры повышают продуктивность / Д. Эллен, Н. Старк; пер. с англ. — Москва: Эксмо, 2024. — 304 с.