

ГЕЙМИФИКАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

А. С. Зайцев

Белорусский государственный университет, г. Минск;

lar@tut.by;

науч. рук. – В. Ф. Байнев, д-р экон. наук, проф.

В статье приведен обзор геймификации, то есть внедрения игровых механик и игровых элементов в неигровых проектах, в том числе в экономической сфере. Статья включает в себя описание того, что такое геймификация, знакомство с механиками геймификации, основные принципы и подходы в ее реализации. В ней содержится обзор геймификации в образовании, здравоохранении, сфере услуг и производстве, особенности ее внедрения, а также этические последствия геймификации.

Ключевые слова: геймификация; игровые механики; здравоохранение; образование; сфера услуг; производство; этические последствия.

Что же такое геймификация? Геймификация – это концепция, суть которой заключается в том, чтобы использовать элементы видеоигр, так называемые «игровые механики», для улучшения пользовательского опыта и вовлеченности пользователей в неигровые сервисы и проекты. Однако, несмотря на то, что геймификация имеет большой опыт внедрения в здравоохранении и образовании, в сфере услуг и промышленности, она не представлена так широко.

Основные механики геймификации тесно связаны с механиками игрового дизайна. Они основаны на тех же принципах, на необходимости и стремлении человека к общению, обучению, соперничеству, достижениям, самовыражению и т.д. Важным элементом игр и соответственно геймификации является то, что маленькие шаги, которые человек делает на пути к прогрессу, становятся видимыми, и таким образом выглядят куда более значительно. Этого можно достичь с помощью индикаторов прогресса: значков, установки «уровней», достижений и других элементов. Такие механики довольно легко интегрировать, поскольку они используют существующие данные, которые отображаются иначе.

В сфере образования несколько лет тому назад появился термин «серьезные игры», который стал результатом изучения программ, использующих мультимедийные элементы и небольшие игры в образовательном процессе. Появление таких игр вполне естественно, так как использование игрового подхода в обучении известно с давних времён. Например, иллюстрированные истории или мнемонические трюки. Серьезный подход к играм является одним из самых действенных методов в обучении. Разница между «обычными» и «серьезными» играми заключается в том, что последние способствуют достижению «серьезных» целей, таких как изучение иностранного языка или правил дорожного движения.

Как и образование, здравоохранение – это область, где широко применяются принципы геймификации. Так, те случаи, когда для достижения результата требуются частые повторяющиеся упражнения, структурно напоминают процесс обучения. Как и в учебном процессе, при медицинской реабилитации мотивация и способность выполнять длительные систематические действия являются ключевыми факторами успеха. Таким образом, это стало естественным переходом от «серьезных игр» к «играм для здоровья». Одним из первых примеров «медицинской» игры была Re-Mission, разработанная компанией HopeLab в 2007 году, – это шутер, в котором дети с онкологическими заболеваниями могли сражаться с виртуальными опухолевыми клетками. Внедрение игры привело к более высоким показателям надёжности приема лекарств детьми. Использование игр в здравоохранении вышло на новый уровень с выпуском Nintendo Wii. Она позволяет считывать движения в трех измерениях, что дает возможность пользователю более естественно взаимодействовать с различными приложениями.

На примере успешной геймификации образования и здравоохранения данный подход стал проникать и в другие сферы. В последние годы активно предпринимаются попытки «геймифицировать» бизнес-процессы.

Ещё в 70-х годах появились предшественники геймификации в бизнесе. Например, одна широко известная программа лояльности для часто летающих пассажиров авиакомпании. Начиная с 1972 года, эти люди стали награждаться специальными наградами-бонусами. Еще один пример – это американская тенденция в менеджменте в 90-ых-00-ых годах «веселье на работе», она предлагала переосмыслить рабочее место, как место для «веселья и забав», а не как место для тяжелой упорной работы. Кроме того, примеры геймификации существовали и в Советском Союзе, так, заводы получали очки за результативность и могли получать «благодарности», если превышали ожидаемое количество очков.

В сфере услуг геймификацию определяют как «процесс улучшения сервиса с возможностью получения игрового опыта», что позволяет поддерживать общую ценность для пользователя. Геймификация в сфере услуг не может быть основана на наборе методов или механик. Она должна пониматься как процесс, в котором геймификатор пытается увеличить «вероятность» того, что человек вступит в игру, при этом она растёт при наполнении сервиса доступными для этого средствами, будь то значки, баллы или более неявные сигналы. Термин «доступность» в данном контексте относится к любым характеристикам системы, которые способствуют возникновению игрового опыта. Увлечение геймификацией в сфере услуг связано с возросшей измеримостью процессов, ко-

торые трудно стандартизировать и структурировать, особенно по сравнению с процессами в промышленной производственной среде.

Геймификация до сих пор не сильно распространена в промышленном производстве: многие процессы в этой области имеют физически измеримые результаты, такие как количество произведённых элементов на конкретной машине в час. Такие показатели обычно уже измеряются и передаются в системы бизнес-аналитики (например, ERP или PPS). Так, игровые элементы, такие как визуализация прогресса, оценка и таблицы лидеров, могут быть реализованы без особых усилий. Несмотря на это, вспомогательные системы, используемые в настоящее время в промышленном производстве, не содержат элементов геймификации. Их цель – регулировать время производства и следить за качеством, и они предназначены для поддержания устойчивой скорости производства, а также для выявления и удаления брака из рабочего процесса. До недавнего времени пользовательский опыт рабочих при использовании этих систем являлся незначительным фактором. Большинство производителей очень консервативны при изменении взаимодействия человека и машины и предпочитают «безопасный и медленный» подход вместо «нового и интуитивного». Это консервативное отношение является результатом их более высоких требований к безопасности и надёжности. А методы социальной инженерии, такие как геймификация, пока не находятся в фокусе их внимания: если нынешние вспомогательные системы и используют визуализацию в производстве, то они сосредоточены на отображении предстоящих рабочих шагов в виде комбинации изображения и текста.

Однако в последнее время ситуация претерпевает изменения. В 2012 году компания Korn представила первую концепцию геймификации промышленных рабочих мест. В исследовательском проекте motionEAP (2013-2016 гг.) рассмотрены пути совершенствования вспомогательных систем в производственных средах. Геймификация здесь должна соответствовать определенным требованиям. В отличие от игр или работы за компьютером в офисе, пользователь по умолчанию фокусируется на производстве самого физического продукта, а также на станках и инструментах. Визуализация должна быть максимально простой, чтобы не отвлекать работника от основной работы, например, нужно избегать движущихся и мелькающих элементов. Также следует избегать прямого взаимодействия с элементами геймификации (например, нажатие кнопок). Однако взаимодействия можно достичь с помощью распознавания движения, что позволит организовать неявное воздействие. При этом нужно также понимать, что интеграция датчиков движения в рабочий процесс, несомненно, поднимет правовые и этические вопросы.

Процесс геймификации вызывает новые проблемы сразу же после реализации в рабочем контексте. Помимо очевидной проблемы неправильного использования, существуют структурные и философские вопросы к реализации. Например, замена внутренних вознаграждений явными в долгосрочной перспективе может привести к снижению трудовой мотивации. Кроме того, геймификация может тривиализировать серьезные проблемы, усиливать неправильное мышление. В рабочих средах существуют структурные отличия, где, несмотря на плоскую иерархию и лидерство партнеров, людей нанимают и платят за работу, и обычно их увольняют, если они не справляются с поставленными задачами или отказываются их выполнять. В рабочих контекстах люди готовы принять более высокую степень внешнего контроля и, следовательно, потерю собственной автономии. В бизнесе геймификация используется, в первую очередь, как средство улучшения результатов работы, что подразумевает изменение менталитета сотрудников. Также геймификация может быть использована для сокрытия мониторинга производительности пользователя. В этом случае ее использование может считаться даже неэтичным.

Подводя итоги можно сказать, что геймификация имеет очень обширные потенциальные возможности. В здравоохранении и образовании она уже имеет существенные эффективные рабочие решения. В то же время геймификация в производстве и сфере услуг ещё активно развивается, и множество вопросов требуют анализа и инновационных решений. Адаптация игровых механик для производства кажется интуитивной и простой, однако понадобится немалое количество усилий и времени, пока данная концепция проникнет через толстый слой стандартов, требований безопасности и консервативных взглядов, в первую очередь, самих рабочих, устоявшихся в промышленной сфере. Будущее развитие геймификации не ограничивается техническими проблемами. Повсеместное использование передовых сенсорных технологий и социальная тенденция к «количественной самооценке» хорошо сочетаются с геймификацией и способствуют дальнейшему её продвижению в бизнес-сфере. Проблема заключается в большей степени в этическом аспекте и потенциальных вопросах реализации, например, на юридическом уровне. Если этим вопросам будет найдено успешное решение, геймификация будет иметь реальный потенциал стать признанной, жизненно важной и постоянно развивающейся частью современных бизнес-процессов как в сфере обслуживания, так и в промышленной отрасли.