

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ КОМПАНІЇ ШЛЯХОМ ГЕЙМІФІКАЦІЇ

Посилкіна О.В., Гладкова О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Трудовий потенціал підприємств є одним із головних ресурсів економіки, від ефективного використання якого на мікрорівні залежить ефективність застосування активів підприємства, на макрорівні – економічний розвиток держави. В умовах прискореного розвитку науки, техніки і технологій, глобалізації економічних процесів, доступності капіталу, широкого асортименту засобів і предметів праці конкурентні переваги підприємств формуються внаслідок ефективного використання професійних, творчих, комунікаційних та інших здібностей працівників, адже швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, розробляти і впроваджувати інноваційні проекти у всі сфери діяльності підприємства, ефективно управляти його виробничим потенціалом можна лише за наявності всебічно освічених, висококваліфікованих і мобільних працівників.

Сьогодні створення комфортних умов праці і високої заробітної плати вже недостатньо для високої мотивації до ефективної діяльності персоналу будь-якої компанії. Навіть успішні навчальні технології наставництва і моделювання трудових процесів вимагають адаптації до нових вимог, з урахуванням інтересів працівників і залучення їх до процесу на новому рівні розвитку онлайн-ових форм взаємодії.

У зв'язку з цим можна зауважити, що в управлінні персоналом намітилася тенденція організації дозвілля на робочому місці, розвитку навичок і компетенцій персоналу, безпосередньо не пов'язаних з реальними робочими функціями і завданнями. Осторонь від цієї тенденції не залишилися і передові фармацевтичні компанії, які розробляють нові технології управління персоналом, покликані підвищити привабливість роботи і залучити персонал в організаційні процеси. Однією з таких технологій управління трудовим потенціалом в останні роки є гейміфікація, елементи якої можна побачити в у таких лідерів фармацевтичного бізнесу, як Chiesi Pharmaceuticals, Мерк, Bayer, BIOCAD, Pфizer, AstraZeneca і ін. [1,2,3].

Елементи гейміфікація - це набір інструментів, за допомогою яких можна організувати процес ігрової взаємодії (змагання, рейтинги, нагороди, бонуси, бали, статуси, ролі, подарунки та багато іншого). Під елементами гейміфікація можна розуміти будь-які складові інтерактивного процесу, які стимулюють і мотивують на засвоєння інформації, на активізацію пізнавальних інтересів, сприймаються як відгомін і підтвердження певних досягнень.

Прикладом гейміфікація є використання віртуальної валюти «пряників» всередині компанії (BIOCAD), яка служить для комунікації серед співробітників. Співробітники можуть подарувати її, заохотити іншого, використовувати в інтернет-магазині компанії, зробити комплімент. При виконанні планових показників широко застосовується бонусна і рейтингова система, що дозволяє співробітникам освоювати правила і стандарти компанії, ставити перед собою нові цілі і завдання [3]. Головною умовою є підстроювання ігрових елементів під інтереси конкретного співробітника, під його цілі і функціональні обов'язки в компанії.

Pфizer, AstraZeneca та ін. демонструють приклад гейміфікація в управлінні персоналом через діджиталізацію, тобто через застосування цифрових ігрових технологій, що вже зараз є пріоритетним напрямком у багатьох фармацевтичних компаніях. Для окремих професійних груп персоналу розробляються віртуальні ігри-тренажери, ігри-квести, і ігрові кейси, окремі мобільні додатки [1,2].

У вузькому сенсі, прикладами гейміфікації можуть служити програми навчання, які використовують різні види ігрових технік і технологій в процесі розвитку персоналу фармацевтичної компанії.

Проведені науково-практичні дослідження показали, що процес гейміфікації є максимально привабливим для нових співробітників і молоді, який дозволяє швидко вникнути в корпоративні процеси компанії, адаптуватися у внутрішньому середовищі. Виходячи з аналізу підходів до даного феномену, гейміфікація не обов'язково має на увазі гру, це, перш за все, застосу-

вання психологічних механізмів, властивих ігровому процесу. Основою гейміфікації є забезпечення отримання миттєвого і вимірного зворотного зв'язку, який має мотиваційний характер і дозволяє побачити прогрес, результат, мотивуючий на зміну своєї поведінки з подальшим коригуванням певних дій і вчинків. У разі заохочення бажаної поведінки індивід відчуває задоволення і отримує нові мотиваційні підкріплення. Тобто, гейміфікація виходить за рамки гри, хоча має її властивості і специфіку, яка застосовується в неігровому контексті управління.

Таким чином гейміфікація - це інноваційний інструмент для вирішення різного роду завдань в управлінні персоналом, який має на увазі використання елементів гри в неігровому процесі і сприяє формуванню нового позитивного досвіду у персоналу, полегшує управління поведінкою персоналу і контроль.

На теперішній час технології гейміфікації в управлінні персоналом ФК використовуються як інструмент: залучення, відбору, підбору і найму кадрів; адаптації персоналу; навчання персоналу; мотивації і стимулювання персоналу; управління проектною діяльністю; формування соціально-психологічного клімату колективу, командоутворення та ін.

В сучасних ФК відбувається фрагментарне впровадження даної технології в управлінні персоналом для вирішення різного роду бізнес-завдань. Його мета полягає у використанні елементів гри і формування нового досвіду в неігровому процесі, зниження рутинності діяльності.

Гейміфікація, як ігрова технологія, в окремих ФК розвивається шляхом діджиталізації (використання онлайн-платформ та ігрових корпоративних майданчиків, навчальних мережевих ігор).

В основному дана технологія застосовується для вирішення окремих завдань в управлінні персоналом: залучення, відбір, підбір, найм персоналу, адаптація, навчання, мотивація персоналу, управління проектною діяльністю та ін.

Використання гейміфікація в управлінні трудовим потенціалом ФК здійснюється за напрямками: формування кадрового резерву, побудова кар'єри персоналу (окремих рівнів і видів), підвищення кваліфікації відповідно до професійних стандартів, перепідготовка кадрів, управління конфліктами, формування інформаційної культури.

Вважаємо, що гейміфікація у ФК є технологією майбутнього. Вона дає можливість для вирішення безлічі кадрових питань, дозволяє впровадити краудсорсінгові технології, які передбачають розвиток інновацій та ініціатив персоналу. Для вдосконалення даної технології створені всі передумови. При прийнятті рішень слід спиратися на дослідження не тільки загальнотеоретичного плану, а й конкретні дослідження кадрових питань і потреб усередині компанії. Елементи гейміфікації здатні запустити механізми безперервного розвитку і навчання персоналу, оскільки мають унікальну можливість вимірювати його поведінку або активність, давати оцінку рівню професійної діяльності, інформувати персонал про те, які досягнення вже є і які можуть бути в компанії, якою інформацією повинен володіти персонал.

Гейміфікація покликана сприяти залученню та утриманню кваліфікованого персоналу фармацевтичної компанії. По суті, технологія гейміфікації - це безпрограшний варіант управління персоналом у фармацевтичній компанії. Отже, одним із перспективних напрямків творчо-інтелектуального розвитку трудового ФК є саме гейміфікація процесу управління трудовим потенціалом компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кейсы геймификации в проектах компании "AstraZeneca" URL: <https://gamification-pow.ru/brand/astrazeneca> (дата обращения 22.12.2021).
2. Разработка мобильного приложения Pfizer. Метафор – Web-дизайн, разработка и тестирование. URL: <https://metrafor.ru/projects/mobile-app/Pfizer-app/> (дата обращения 20.12.2020).
3. Biocad / Inplace. URL: <https://inplacers.ru/biocad> (accessed 20.12.2020).