

A gamifikáció hatása a munkahelyi beilleszkedésre 2. rész

Összefoglalás: A 21. században kiemelt téma a gamifikáció használata munkahelyi környezetben. A (videó)játékok alkalmazása egy egyre növekvő iparág, ami a digitális fejlődéssel ugyanúgy fejlődik és beintegrálódik mindennapjainkba. Folyamatosan jelennek meg újdonságok, amelyeket lehet hasznosítani, mint például a VR-termékek.

A jövő egyértelműen ebbe az irányba halad. Számos példa mutatja, hogy cégek már most is alkalmazzák a játékosítást, akár belső folyamatokban, akár a fogyasztók bevonására.

A gamifikáció egy új módszer, ami megoldhatja a munkaerőpiac jelenlegi problémáját. Elsőként az emberierőforrás-menedzsment alapjainak, és a munkahelyi beilleszkedés fogalmának áttekintése történik. Majd a generációelméletek a téma, hiszen a munkaerőpiac egyik nagy problémája a generációs különbségek.

A kérdőíves kutatás során alkalmaztuk a dolgozatban szereplő generációs csoportokat a beazonosításhoz. A kérdéseket hozzáigazítottuk a témakörhöz és a szakirodalmakból megismert módszerekhez. A hipotézis, amely szerint az internetes játékok segítenek a munkahelyi beilleszkedésben beigazolódott, és pozitív visszajelzés érkezett a gamifikációs módszerekkel kapcsolatban.

Kulcsszavak: Gamifikáció, humán erőforrás, motiváció, munkahelyi beilleszkedés.

Abstract: In the 21st century, the use of gamification in workplace environments has become a prominent topic. The application of (video) games is a rapidly growing industry that evolves alongside digital development and is increasingly integrated into our daily lives. New innovations, such as VR products, are constantly emerging and can be utilized. The future clearly points in this direction, with many companies already adopting gamification-either in internal processes or to attract consumers.

* Dunaiújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet, hallgató
Email: biharyerik@gmail.com

** Dunaiújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet
Email: molnarmo@uniduna.hu
ORCID: 0009-0001-1108-7936

[7] Fromann R. (2017): *Játékoslét. A gamifikáció világa*. Budapest: Typotex.

Gamification offers a new method that can address current challenges in the labor market. First, the basics of human resource management and workplace integration are reviewed. Next, generational theories are discussed, as generational differences represent a major issue in the labor market, with special emphasis on Generation Z due to my own generational affiliation. In the questionnaire-based research, I used the generational groups outlined in the thesis for identification. The questions were tailored to the topic and methods found in the literature. The hypothesis-that online games help with workplace integration-was confirmed, and positive feedback was received regarding gamification methods.

Keywords: Gamification, human resources, motivation, workplace integration.

Gamifikáció és az internetes játékok használata

A gamifikáció szó jelentése játékosítás, és első említése még 1938-ból származik Hui-zinga által, aki könyvet írt a Homo ludensről. „Az emberi kultúra a játékban, játékként kezdődik és bontakozik ki.” Rámutat, hogy a játék több, mint valami fiziológiai vagy biológiai funkció, ő úgy gondolja, hogy a játék valami olyan értelmes tevékenység, ami áthidalja a létfenntartás ösztönét és értelmet ad a biológiai létezésnek. Hui-zinga olyan játékelméletet dolgozott ki, amely a mai napig a játékkilozófia klasszikus hivatkozási elemét szolgálja, melynek több fontos elemét ki is fejtí:

1. Szabad cselekvés: a játékok nem kötelezőek vagy kényszerűek.
2. Érdeknélküliség: az örömet magában a tevékenységben találjuk.
3. Térbeli-, időbeli zártság és elhatároltság: a játéknak van tere, eleje és vége, azonban bármikor meg lehet ismételni.
4. Játékszabályok által képviselt rend: Mindig vannak szabályok, amik mindenkre érvényesek: mikor átlépik a szabályokat, megakad a folyamat, elromlik az élmény, ezért mindenkre érvényes a betartása.

A gamifikáció azt jelenti, hogy játékokat és játékos mechanizmusokat vezetünk be a való életbe értéktéremtés érdekében. Jane McGonigal az első nagy úttörője a fogalomnak, aki állítja, hogy a játék iránt való szeretet és élvezet mindenkre jellemző és hasznos az élet különböző területein is, mert fejleszti az emberek komplex problémamegoldó képességeit. [7]

Az idő előrehaladtával nemcsak a szemlélet kezdett egyre népszerűbbé válni, hanem maga a játékfejlesztés, mint iparág is komoly fejlődésen ment keresztül.

A játékok használatának kapcsán a kutatások eleinte főként a negatívumok, illetve a káros hatások vizsgálatára összpontosítottak. Például Gentile (2009) a függőség következményeit elemezte, míg Bushman és Anderson (2007), valamint Carnagey és munkatársai (2007) az agresszióval és annak „érzékletlenítő” hatásaival foglalkoztak. Swing és társai (2010) a fegyelmi problémák felerősödését vizsgálták. [7]

Az idő előrehaladtával azonban a kutatások fókusza átalakult, és egyre inkább a pozitív hatások feltérképezése került előtérbe. Elsőként azt bizonyították a kutatások, hogy a játékok használata fejleszti a szem-kéz-koordinációt, a megfigyelőképességet, a fegyelmet, a gyors döntéshozatalt és a memóriát. További vizsgálatok során megállapításra került, hogy például a lövöldözős játékok javíthatják az egyén látását, vagy, hogy van kapcsolat a vizuális készség és figyelem fejlődése és az akciójátékok között. A sokszereplős online szerepjátékok, mint például a World of Warcraft pedig javíthatják a problémamegoldó képességet, a megfelelő információ kiválasztását, a csapatmunkát és a kommunikációs készséget. [7]

A gamifikáció kapcsán két fontos fogalom a játékmechanika és a játékdinamika. „A játékmechanika alatt a játék folyamatához kapcsolódó cselekvések és viselkedésmintázatok befolyásolását célzó tényezőket értjük.” A játékmechanizmus az alábbi fő tényezőkre, kategóriákra épít Bunchball (2010) rendszere alapján: [7]

1. *Pontok*: Minden játékban szükséges egy pontrendszer, ami visszatükrözi a felhasználó aktuális teljesítményét, és amivel követheti a saját eredményeit. Egy jó pontrendszernek motiváló hatása van, lényege, hogy ennek segítségével kitartson a lendület a cél eléréséig vagy a következő szintig.
2. *Szintek*: Fontos komponens a szint, ami különböző nehézségi fokozatot jelent. Célja a játékosok fejlődésének nyomonkövetése. A szintlépések előfeltétele egy adott pontszám elérése, melynél fontos, hogy motiváló hatású legyen.
3. *Kihívások és küldetések*: Kihívás és küldetés alkalmával adott problémát kell megoldani, melyek teljesítésével pontokat szerzünk és közelebb jutunk a következő szint eléréséhez. Ezek a nem túl nehéz feladatok és rövid távú célok mindemellett ösztönzőleg is hatnak ránk.
4. *Virtuális javak/vagyon*: Az elvégzett feladatokért virtuális fizetőeszköz is szerezhető, amiből különböző javak vásárolhatók, melynek segítségével egyedivé válhat a játékos karaktere és ezáltal megkülönböztethető lesz másoktól, ami ugyancsak motiválóan hat.

[7] Fromann R. (2017): *Játékoslét. A gamifikáció világa*. Budapest: Typotex.

[7] Fromann R. (2017): *Játékoslét. A gamifikáció világa*. Budapest: Typotex.

5. *Ranglisták*: A ranglista azt a belső vágyat elégíti ki, amely összehasonlítja, összeméri az egyéni teljesítményeket, eredményeket. Ez is befolyásolja a motivációt és jó esetben egy egészséges versenyszellemet alakíthat ki.
6. *Ajándékok*: Az ajándékok a játékos virtuális javai lehetnek. Az ajándékszerzés és ajándékozás megfelelő lehetőséget biztosít a szociális kapcsolatok ápolására, építésére. A játékosok közti ajándékozás pozitív hatással lehet a csapatra, erősítheti a csapatszellemet.

A játékdinamika az előbb felsorolt mechanizmusokkal összefüggésben alakul ki. Bunchball (2010) rendszere alapján a következő elemekből épül fel: [7]

1. *Jutalmazás*: A jutalmazás történhet a korábban említett mechanizmusokkal, például, ha ajándékot kapunk, pontszerzéssel, vagy szintlépéssel. Lényege, hogy a játékosnak visszacsatolást és pozitív megerősítést ad.
2. *Státusz*: Egy adott státusz elérésével a játékban együtt jár a tisztelet, a hírnév, az egyediség érzése, mellyel egyfajta önigazolást is nyerhet a játékos.
3. *Teljesítés*: A különböző feladatok, kihívások teljesítése egyéni szinten is örömet okoz, de csapatmunka által ez a pozitív érzés tovább fokozható. Fontos elem, hogy a kitűzött feladatok megoldhatók legyenek és a visszajelzés azonnal megtörténjen.
4. *Önkifejezés*: A játékoknál is fontos az önkifejezés lehetősége. A karakterkészítés eszköze erre egy remek módszer, de a gyűjthető tárgyak is segítik a személyiség kifejezését.
5. *Versengés*: A verseny, mint például a sportban is, egy fontos hajtóerő. A játékoknál is a versengés magasabb teljesítmény elérésére sarkall.
6. *Alturizmus*: Az alturizmus a csoporton belül egymás segítségét, az együttműködés és a csoportmunka támogatását jelenti.

A játékmechanika és a játékdinamika közötti kapcsolat vizsgálatakor Bunchball-modellje (6. ábra) jól szemlélteti, hogyan hatnak egymásra az egyes elemek. Az ábrán a fehér színű körök azon kapcsolatokat jelölik, melyeket elsődlegesen elégíti ki a játékmechanika adott eleme, a fekete körök pedig azon kapcsolatokat, ahol még kimutatható hatás. [7]

6. ábra. A játékmechanikát és a játékdinamikai elemek összefüggését ábrázoló mátrix

Játékmechanika	Emberi vágyak – Játékdinamika					
	Jutalmazás	Szállás	Teljesítmény	Önkfejlesztés	Versengés	Altruizmus
Pontok	○	●	●		●	●
Szintek		○	●		●	
Kihívások	●	●	○	●	●	●
Virtualis javak	●	●	●	○	●	
Ranglisták		●	●		○	●
Ajándékok és jótékonyág		●	●		●	○

Forrás: [7]

A játékokra alapozva a gamifikáció alkalmazásának számos területe alakult ki, ahol a játékosítás számos pozitív hatására építenek. Legyen az akár az oktatásban, akár munkahelyi környezetben történő alkalmazás, egy jól felépített és kivitelezett gamifikációs elem jól tudja támogatni a folyamatokat és pozitívan hat az abban résztvevőkre.

Játékok használata és a gamifikáció alkalmazásának hatása a munkahelyi beilleszkedésre

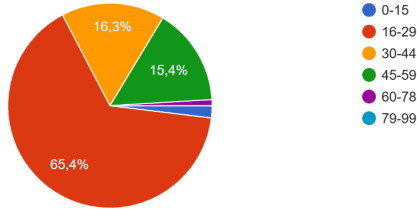
Kérdőíves felmérés segítségével azt vizsgáltuk, hogy az internetes játékok és videójátékok használata milyen hatással van a munkahelyi beilleszkedésre, segíti-e a munkahelyi környezetbe történő gyorsabb és könnyebb integrációt. Az online elérhető kérdőívet összesen 104 személy töltötte ki, akiknek a nemek szerinti megoszlása közel azonos volt (nők 53,8%, férfiak 46%).

Az életkor tekintetében generációs csoportokra bontottuk a kérdőív kitöltőit (7. ábra). A válaszadók többsége (65,4%) a Z-generációba sorolható, míg az X- és Y-generációk közel azonos arányban képviseltették magukat.

[7] Fromann R. (2017): *Játékoslét. A gamifikáció világa*. Budapest: Typotex.

7. ábra. A válaszadók életkor szerinti megoszlása

Az Ön életkora:
104 válasz

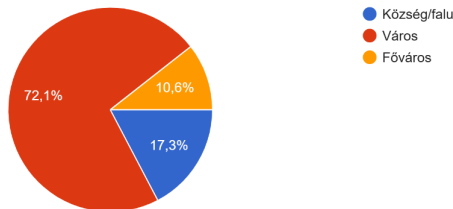


Lakóhelyüket tekintve a válaszadók közel kétharmada városban él (72,1%), 10,6% a fővárosban, 17,3% valamilyen községben vagy faluban. A legmagasabb iskolai végzettség vonatkozásában a megkérdezettek 63,5% rendelkezik érettségivel, 23,1% felsőfokú végzettségű, míg 5,7% szakiskolai és 7,7% általános végzettséggel rendelkezik.

Megkérdeztük, hogy szoktak-e és ha igen, milyen gyakorisággal játszani a kérdőív kitöltői (8. ábra). A válaszokból az derül ki, hogy a legtöbben inkább csak alkalmanként játszanak (51,9%), és a megkérdezettek közel egyharmada (30,8%) egyáltalán nem játszik a szabadidejében.

8. ábra. Játszik internetes-, videójátékkal szabadidejében?

Az Ön lakóhelye:
104 válasz



Felmértük, hogy amennyiben igen, úgy milyen típusú játékokkal játszanak a megkérdezettek. A legtöbb válasz a szimulációs játékokra érkezett (38,5%). A szimulációs játékok jól fejleszthetik a problémamegoldó képességet. 36,5% jelölte meg a stratégiai játékokat a válaszadók közül, amik serkentik a gondolkodást, és erősítik a stratégiai tervezést.

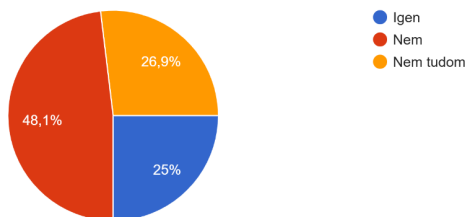
A „battle royale” kategória olyan egyéni vagy csapatjátékot takar, aminek a lényege, hogy más játékosokkal versenyzik a résztvevő és az a cél, hogy mások kiiktatása után ő maradjon a végső játékos. Ezek egyfajta taktikai, ügyességi játékok, amik jól fejlesztik a játékosok reflexeit, de akár a csapatmunkát és a kommunikációs készségeket is. Ezt a típust 12,5% választotta a megkérdezettek közül. Végül, a platformjátékok kategóriáját 17,3% választotta. A platformjátékok során a karakterrel különböző helyszíneken kell ugrálni, ami fejleszti a reakciót, ütemérzékét, türelmet, hiszen ezeket a játékokat újra és újra előlről kell kezdeni. Egyéb kategóriára érdemi arányú válasz nem érkezett.

Arra a kérdésre, hogy használnak-e gamifikációs eszközöket a munkahelyén a válaszadók 48,1%-a nemmel válaszolt és mindössze 25% jelölte meg az igen kategóriát (9. ábra).

9. ábra. Gamifikációs eszközök használata a munkahelyen

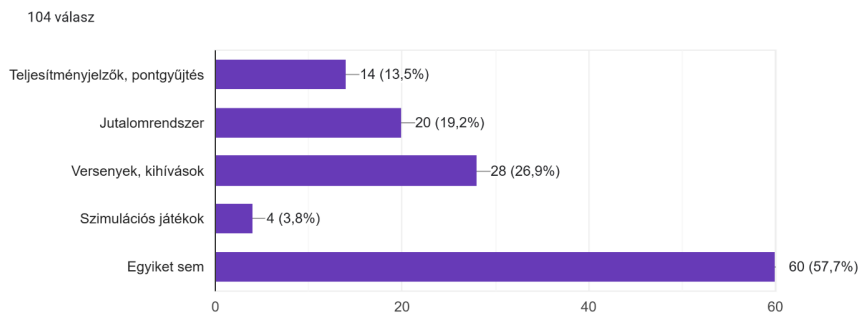
Használnak munkahelyén a gamifikációs eszközöket vagy technikákat?

104 válasz



Rákérdeztünk arra is, hogy milyen típusú gamifikációs eszközöket használnak a munkahelyükön (több opció kiválasztása is lehetséges volt) (10. ábra). Az előző kérdés válaszai alapján várható volt, hogy a legtöbb válasz az „Egyik sem” kategóriára fog érkezni (57,7%). 13,5% jelölte meg a teljesítményjelzőket vagy pontgyűjtési lehetőségeket és 19,2% a jutalomrendszert. A legnépszerűbb kategória a verseny/kihívások eszköz volt, ami alatt valószínűsíthetően a munkavállalók közötti teljesítményalapú versenyztetést értheték a válaszadók.

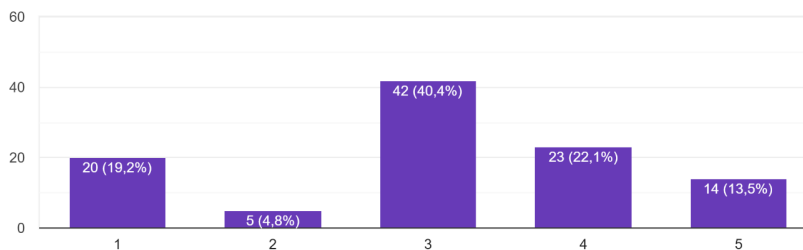
10. ábra. Gamifikációs eszközök típusai



Arra a kérdésre, hogy az internetes-, videójátékok során fejlesztett képességek mennyiben segítik a válaszadókat a munkahelyi környezetben, a válaszok vegyes képet mutattak. A válaszadók 50%-a azt válaszolta, hogy vagy nem játszik ilyen típusú játékokkal, vagy ha igen, azok nem segítik a munkahelyén. 40,4% válaszolta azt, hogy valamennyire hasznosak ezek a játékok, illetve az általuk fejlesztett készségek és közel 10% szerint pedig sokat segítenek a munkahelyi környezetben.

Rákérdeztünk arra is, hogy a kérdőív kitöltői mennyire érzik magukat motiváltk, amikor gamifikációs elemekkel találkozhatnak a munkahelyükön (11. ábra). A válaszadók 40,4%-a jelölte meg az arany középutat, a 3-as fokozatot, azaz a „semleges” kategóriát. Közel 36% a kicsit vagy nagyon motivál kategóriát választotta, míg a megkérdezettek 24%-át nem motiválja a gamifikációs eszközök használata.

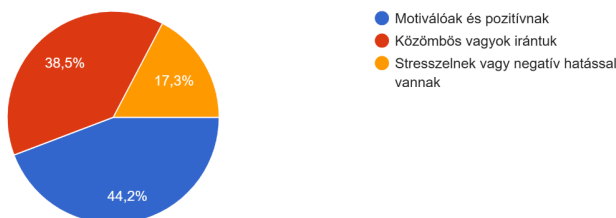
11. ábra. Motiváltság mértéke gamifikációs elemek használatára a munkahelyen



Versenyhelyzeteket az élet számos területén találunk, akár a gyerekek között a családban, az iskolában, testnevelés órákon, sporttevékenységeken és akár a munkahelyen is. Vezetik, van, hogy ki, mennyit teljesített és rangsorolva vagyunk más személyekkel összevetve.

A következő kérdésben arra kerestük a választ, hogy a munkahelyi versenyek (például rangsorok) hogyan hatnak a kérdőív kitöltőire (12. ábra). 44,2% ítélte meg a versenyhelyzetet pozitívnak és motiválónak, 38,5% számára közömbösek az ilyen helyzetek és mindössze 17,3% válaszolta azt, hogy negatívan hatnak rájuk a versenyek, egyfajta stresszként élik meg azt.

12. ábra. Munkahelyi versenyek (pl. rangsorok) hatása

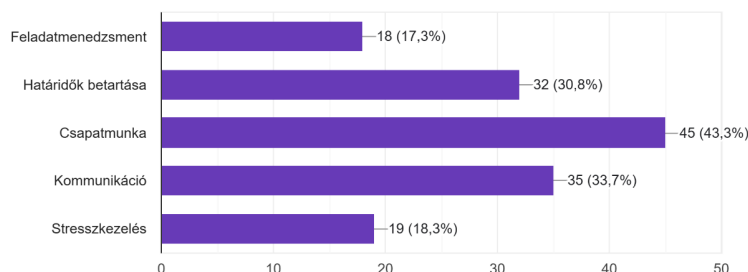


Megkérdeztük azt is, hogy a kérdőív kitöltői szerint milyen készségeket fejlesztenek a játékok, melyeket a munkahelyi környezetben is hasznosítani tudnak. A legtöbb választ (39,4%) a gyors döntéshozatal kapta. Számos játék épül arra a mechanizmusra, hogy a játék kimenetelét befolyásoló lehetőségek közül a legjobbat kell kiválasztani, mielőtt lejár az idő. Utána következett 34,6%-kal a csapatmunka. A legtöbb játék rendelkezik multiplayer lehetőséggel, amely kereten belül akár 2–5 személyes csapatokat létrehozva kell boldogulni. Ahány fajta játék, annyi feladat van, de a legtöbb esetben a csapattársaknak össze kell dolgozniuk. Az, hogy valaki jó csapatjátékos, nyilvánvalóan jól hasznosítható a munkahelyen is. Ugyanannyi jelölés érkezett a stratégiai gondolkodás (32,7%) és a kitartás, türelem (32,7%) opciókra. Az utóbbi időben egyre népszerűbbek lettek a különféle szimulációs játékok, amelyekben a valóság bármely területét viszont lehet látni játék formájában, legyen szó ruhaboltról, kávézó vezetéséről, vagy tisztítócég szimulálásáról. Ezeknél a játékoknál fontos megfelelő stratégiát kidolgozni egy sikeres vállalkozás létrehozásához és menedzseléséhez. Végül a kommunikációs készség (30,8%) következett, melyet elsősorban azok a játékok fejlesztenek, ahol kommunikálni kell a csapattagokkal (pl. túlélős szimulációs játékok).

Kérdőívünk végén arra voltunk kíváncsiak, hogy azok, akik gamifikációs eszközöket használnak a munkahelyükön, mely területeken érzékeltek fejlődést (13. ábra). A legtöbb válasz a csapatmunka javulására érkezett (43%). Ezt követte a kommunikáció (33,7%), majd a határidők betartása (30,8%). A kevésbé népszerű válaszok között szerepelt a stresszkezelés (18,3%) és a feladatmenedzsment (17,3%).

[7] Fromann R. (2017): *Játékoslét. A gamifikáció világa*. Budapest: Typotex.

13. ábra. Munkahelyi gamifikációs eszközök fejlesztő hatása



Kérdőíves felmérésünk válasza alapján megállapítható, hogy a játékok használata számos területen fejlesztő hatása és jól használható munkahelyi környezetben is.

Javaslatok a játékok és gamifikációs eszközök használatára, gyakorlati alkalmazására az oktatásban és a munkahelyeken

Az oktatási módszerek és a technika fejlődésének köszönhetően az oktatás területén egyre nagyobb szerepet kap a játékos tanulás és a gamifikáció. Számos játékot kifejezetten iskolák számára készítenek azzal a céllal, hogy fejlesszék az ott tanuló ismerteit és javítsák a készségeiket. Régebben a játék nem eszköz volt, hanem jutalom. Mára azonban a játék egy eszközzé vált, hogy a tananyagot minél hatékonyabban fel lehessen dolgozni, és a tudást minél könnyebben meg lehessen szerezni. [7]

Két csoportot különböztethetünk meg: a játékalapú tanulást (game-based learning), ahol a tanulási folyamatok épülnek be a játékba, és a játékosított oktatást (gEducation), ahol a tanulási folyamatokba épülnek be a játékos elemek és mechanizmusok. A játékalapú tanulás (game-based learning) módszere nem hagyományos gamifikációs elemekkel dolgozik, azonban köze van a játékokhoz. Itt gyakorlatilag játékokba építetten jelennek meg tanulási elemek, mint például a Dragon Boksztanban a matematikatanulás (5–12 éves tanulók számára), vagy a Fold It elnevezésű puzzle-játék, amely orvostudományhoz köthető problémákat oldat meg. A játékosított tanulás (gEducation) során a játékokban szereplő elemeket használják fel az oktatás javára. Játékosított oktatás közben az értékelést és a tanulási folyamatot lehet gamifikálni. [7]

Az oktatási folyamatok gamifikálása kapcsán fontos megemlíteni még az iskolai értékelés, visszajelzés játékosítását is. Ennek egyik formája a pontok gyűjtése, ami egy folyamatos tevékenység és így gyakoribb visszajelzésre ad lehetőséget, mint az érdemjegyek adása és így erősítheti a tanulók motivációját.

A gamifikáció a munkahelyen és az üzleti folyamatokban is egyre inkább tetten érhető. A középpontban itt is a motiváció fenntartása és erősítése jelenik meg, legyen szó akár munkavállalóról, akár a fogyasztóról. Az embereknek szükségük van folyamatos visszacsatolásra, értékelésre a munkájukkal kapcsolatban, hogy tudják hol tartanak önmagukhoz és másokhoz képest. A munkahelyi gamifikáció kapcsán két dimenziót vizsgálhatunk. Az egyik a cégek belső folyamatainak játékosítása (fő-kuszáltan a HR területére), a másik a külső folyamatokban, üzleti tevékenységekben alkalmazott játékosítás. [7]

A vállalatok belső folyamatainak viszonylatában nagyrészt a HR-hez kapcsolódó területek tartoznak ide. A gamifikációs eszközök használata megjelenhet például a toborzás folyamán. Játékos helyzetben sok minden kideríthető a jelentkező felkészültségéről, kompetenciájáról és pszichológia jellemzőiről. Annak, aki az állásra jelentkezik, egy játék inkább pozitív élményt jelenthet és segíthet a stresszhelyzet oldásában. A munkatársak motiválásában, jutalmazásában is fontos szerepet tölthet be a gamifikáció. Erősítheti a kollégák belső motivációját, emellett a társas élményeket is javíthatja, amely pozitív kihatással lehet az üzleti eredményre. [7]

A külső, üzleti folyamatok gamifikálása kapcsán elsősorban a játékosított értékesítési (sales) és marketing tevékenységeket emelhetjük ki. Erre egy példa, amikor a cégek gamifikációs elemekkel szórakoztatóvá teszik magát a terméket/szolgáltatást, vagy a vásárlási folyamatot. [7]

A gamifikáció a munkahelyeken nem csupán egy eszköz, hanem egy lehetőség arra, hogy a munkafolyamatok élvezetesebbé váljanak. Azonban a helyes alkalmazása elengedhetetlen. Ha helyesen tervezik a bevezetése az emberek igényeit is figyelembe veszik akkor nem csak segítséget adhat az emberek motiválásához és fejlődéséhez, de hozzájárulhat egy jobb munkakultúra kialakulásához is. Ehhez elengedhetetlenül fontos a gondos tervezés, és a környezethez és az emberekhez illesztett bevezetés. [7]

[7] Fromann R. (2017): *Játékoslét. A gamifikáció világa*. Budapest: Typotex.

Összefoglalás

Napjainkban egyre többet hallani a játékok és a gamifikáció alkalmazásának fontosságáról mind az oktatásban, mind munkahelyi környezetben. Ez különösen igaz akkor, amikor az egyre fiatalabb korosztályok és generációk tanításáról és munkahelyi beilleszkedéséről van szó. Minden esetben kulcselem a motiváció is, amelyet szintén erősíthet a gamifikáció.

A játékosítás elemeit lehet és érdemes is integrálni a munka világába. Legyen szó toborzásról, a munkavállalók megtartásáról, vagy továbbképzéséről, szinte bármely folyamatban pozitív eredményeket hozhat. A jövő egyértelműen erre halad. Számos példa mutatja, hogy a cégek már most is alkalmazzák a játékosítást, akár belső folyamataikban, akár a fogyasztók bevonására. Gondoljunk például arra, hogy egyes vállalatok, mint a Burger King, alkalmazásaikban minijátékokat kínálnak, ahol a felhasználók versenyezhetnek egymással. A jövőben egyre nagyobb hangsúlyt fognak kapni a VR (virtuális valóság) és AR (kiterjesztett valóság) eszközök is, a mesterséges intelligenciáról (MI) nem is beszélve.

A gamifikáció azonban nem csupán technológiai kérdés, hanem szemléletmód is, akkor hatékony, ha középpontjában az emberi motivációk állnak. Fontos szem előtt tartani, hogy a kapcsolódó jutalmazási rendszerek ne csupán rövid távú versengést generáljanak, hanem hosszú távon is értelmes fejlődési pályát kínáljanak a résztvevőknek. Ehhez elengedhetetlen a folyamatos mérés és a generációs-specifikus igények figyelembevétele.

Emellett a játékosítás etikai dimenziójára is tekintettel kell lenni: átlátható adatkezelésre, önkéntes részvételre és a túlzott versenyhelyzet elkerülésére van szükség. Végül, a hibrid és távmunka terjedésével a gamifikált keretrendszerek különösen értékesek lehetnek a csapatszellem fenntartásában és a teljesítmény visszajelzésében. Ezáltal a jövő HR-stratégiáinak alapkövét jelenthetik egy motiváló munkakultúra felépítésében.