ДОКЛАД ОТ ПРОВЕДЕНО ПРОУЧВАНЕ ЧРЕЗ ФОКУС ГРУПИ И ИНТЕРВЮТА В РАМКИТЕ НА ПРОЕКТ:

Организационна ориентация и социализация от ново поколение

Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче принадлежат изцяло на техния автор и не отразяват непременно възгледите и мненията на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). За тях не носи отговорност нито Европейският съюз, нито EACEA.

Съдържание

Въведение 3

Дейност 1: Определяне на обхвата и съдържанието на геймифицираното обучение съвместно с целевата група 3

A1.2. Втори кръг на дискусии 3

Основни изводи от проведените дискусии и интервюта 3

Участниците оценяват геймификацията като полезен инструмент, който може да добави стойност към различни HR процеси и проекти 3

Геймификацията се възприема като еквивалентна на дигитализацията. 4

Повечето части от процеса на адаптиране могат да бъдат геймифицирани 4

Възвръщаемост на инвестицията за процеса на въвеждане на новите служители не е нещо, което е задължително да бъде измервано 4

Участниците смятат, че цената за внедряване и поддръжка на геймифицираното съдържание е твърде висока 5

Заключения 5

Приложение: Структура на фокус групите и интервютата 6

Въведение

Дейност 1: Определяне на обхвата и съдържанието на геймифицираното обучение съвместно с целевата група

Дейността цели да дефинира възможно съдържание на геймифициран онбординг за новоназначени служители, съвместно с представители на целевите групи от различни икономически сектори.
`

A1.2. Втори кръг на дискусии

За потвърждение на изводите и с цел събиране на повече информация във връзка с нагласите на HR специалистите спрямо тях, бяха организирани втори кръг дискусии и интервюта. Те следват полуструктуриран подход с предварително определени области, които да бъдат обсъдени. Такъв подход беше избран, за да се гарантира, че всички основни теми ще бъдат разгледани по време на разговорите, но все пак ще бъдат отчетени динамиката и специфичните различия във всяка група. Предварително дефинираната структура е достъпна в *Приложение 5.*

Участниците, избрани за този кръг от интервюта и дискусии, са HR професионалисти от различни компании – различни по размер, индустрия, местоположение и т.н. Някои от тях участваха и в първия кръг от дискусии и интервюта, а някои от тях – не.

В тази фаза бяха проведени 6 онлайн фокус групи и интервюта, 4 телефонни интервюта и 1 присъствено интервю. Имената на компаниите, чиито представители участваха в този кръг от разговори, са включени в *Приложение 6.*

Въпреки факта, че първоначалната идея беше дискусията да се проведе само в групов формат, беше решено някои от разговорите да се организират индивидуално. Причината за това е свързана с това, че по време на първия кръг от срещи, някои от участниците изразиха опасения от споделяне на информация за вътрешните HR практики пред представители на други компании. В някои случаи, дори ако компаниите не са директни конкуренти по отношение на продуктите/услугите, които предоставят, те пак биха могли да се конкурират за едни и същи хора на пазара на труда. За да бъдат уважени тези опасения и все пак да бъде възможно събирането на максимално много и задълбочена информация, бяха проведени различни формати на разговори.

Основни изводи от проведените дискусии и интервюта

Участниците оценяват геймификацията като полезен инструмент, който може да добави стойност към различни HR процеси и проекти

Повечето от участниците в дискусиите споделиха мнението, че геймификацията може да бъде полезна за повишаване нивото на ангажираност на хората с различни HR процеси и по този начин да има добро въздействие върху ефективността и резултатите от тези процеси. Въпреки това, някои от участниците изразиха известни съмнения относно добавената стойност на геймификацията – особено в специфични бизнес сектори (напр. производство), където работната сила се състои предимно от служители на по-голяма възраст.

Геймификацията се възприема като еквивалентна на дигитализацията.

По-голямата част от участниците възприемат термина геймификация като синоним на дигитализация. Въпреки че се съгласят с факта, че офлайн процеси също могат да бъдат геймифицирани, първата им реакция към геймификацията е поставянето на съдържание в софтуерни платформи и превръщането му в дигитално такова.

Повечето части от процеса на адаптиране могат да бъдат геймифицирани

Когато обсъждат онбординг процеса, повечето от участниците споделят, че повечето части от този процес могат да бъдат геймифицирани – общата информация за структурата на организацията, ценностите, целите и т.н., информацията, свързана с безопасността и сигурността, информацията за съоръженията, някои работни процедури и т.н. Участниците смятат, че е много важно да се запази личният контакт с прекия мениджър, ментора/buddy (приятел), колегите на новия служител. Казват, че това е най-добрият начин новодошлите наистина да усетят и да се запознаят с културата на организацията, атмосферата и неформалния живот в компанията.

Възвръщаемост на инвестицията за процеса на въвеждане на новите служители не е нещо, което е задължително да бъде измервано

По-голямата част от участниците потвърждават, че в техните компании нямат конкретни индикатори за измерване на възвръщаемостта на инвестицията за процеса на онбординг. Споделят различни причини за това – процесът е твърде важен и не е необходимо да се обяснява защо изисква финансов и човешки ресурс; процесът е част от процеса на подбор като цяло и респективно от разходния център за подбор – ако нов служител не успее да премине през пробния период (когато реално се случва онбординг процесът), това е индикатор за проблем с подбора – ефективността му не е достатъчно висока; компанията няма конкретни показатели, които да са свързани само с онбординга; процесът на въвеждане не е много добре структуриран и организиран, ресурсите, вложени в него, не са твърде много, защото не се счита за особено важен; и т.н.
По време на дискусиите, участниците споделят, че ако разполагат с лесна за използване методология/инструмент, който им позволява да измерват ефективността на онбординг процеса, те ще го използват, за да докажат по-добре необходимостта от инвестиране в този процес.

Участниците смятат, че цената за внедряване и поддръжка на геймифицираното съдържание е твърде висока

Повечето от участниците изразяват опасения, че цената за внедряване и след това за поддържане на геймифицирано съдържание и процеси е твърде висока. Това е основната причина повечето от тях да нямат геймифицирани процеси като цяло - смятат, че ще бъде трудно да се докаже добавената стойност на инвестицията пред хората, вземащи решения.

Заключения

Въз основа на констатациите могат да бъдат направени три основни заключения:

- HR специалистите се нуждаят от повече информация за това какво е игровизация и как трябва да се прилага в професионален план;
- Необходимо е да се определят индикатори, пряко насочени към измерване на ефективността и ефикасността на процеса по въвеждане на новите служители;
- HR професионалистите се нуждаят от повече информация за това какъв би бил разходът за един геймифициран процес – от гледна точка на финансови инвестиции и от гледна точка на експерти, необходими за поддръжка на подобен процес и периодичното му обновяване.

Всички тези заключения дават насоки за следващите фази на проекта. Материалите за разпространение и популяризиране трябва да включват информация, обясняваща по лесен и разбираем начин разликата между геймификацията и дигитализацията и какви са условията, които трябва да бъдат изпълнени, за да има професионално внедрена игровизация. Също така в промоционалните кампании може да бъде представена информация за това как трябва да се изчисли стойността на такава инвестиция – какви параметри да се вземат предвид. Трябва да се обърне специално внимание на индикаторите за възвръщаемостта на инвестицията, които наистина могат да измерват ефективността и ефикасността на процеса по въвеждане. Такива индикатори биха могли да бъдат включени в методологията за геймифициране на онбординга, за да се помогне на професионалистите в областта на човешките ресурси да следят по надежден начин успеваемостта на своите програми за въвеждане на нови служители.

Приложение: Структура на фокус групите и интервютата

Основни области, които да бъдат обсъдени

I. Какво всъщност е и какво не е геймификацията и как следва да се прилага

- Кратка презентация от представител на екипа на проекта за това какво е и какво не е геймификацията; какво представлява професионално разработения и имплементиран геймифициран процес.
- Кратка дискусия за това как участниците оценяват дадената им информация от гледна точка на ползи, добавена стойност и релевантност спрямо техните компании.

II. Кои части от онбординг процеса могат да бъдат дигитализирани и/или геймифицирани, къде е балансът с елементите, изискващи комуникация и взаимодействие лице в лице

- Кои части от онбординг процесът могат да бъдат дигитализирани и геймифицирани? Защо?
- Кои части от онбординг процесът не могат да бъдат дигитализирани и геймифицирани? Защо?
- Как можем да определим къде е балансът между елементите, изискващи взаимодействие лице в лице и тези, които могат да бъдат адресирани самостоятелно от новия служител – с неговия собствен ритъм на работа и учене?

III. Индикатори за възвръщаемост на инвестицията – защо е необходимо да мерим възвръщаемост на инвестицията на онбординга и как да го направим

- Кратка презентация от представител на екипа на проекта за индикаторите, които могат да бъдат използвани, за да се оценят ефективността и ефикасността на онбординг процесите
- Кратка дискусия с участниците за това дали смятат, че представените или други индикатори могат да бъдат приложими за техните организации

IV. Какъв е разходът за въвеждане и поддържане на геймифициран процес и съдържание

- Кратка презентация от представител на екипа на проекта за ресурсите, необходими за имплементирането и поддържането на един геймифициран процес
- Кратка дискусия с участниците за проучване на тяхното мнение и нагласа – как оценяват представените им изисквания и необходимост от ресурси, смятат ли, че организациите им биха могли да си ги позволят