УДК 331.108

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК КАДРОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Калошина Татьяна Юрьевна

к. социол. н., доцент
ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ

Аннотация. В статье представлены разработанные рекомендации по применению геймификации в практике управления персоналом рекламной компании. Использование геймификации позволило сократить время на разработку идей по проектам и общее время работы над проектами. Мотивировало сотрудников компании раскрыть свой потенциал, выразить свои самые смелые идеи, которые были успешно воплощены в проектах.

Ключевые слова: геймификация, персонал, управление персоналом, кадровая технология, работа в команде, мотивация работы команд, кадровый потенциал, маркетинг и реклама, игровые технологии, игра.

GAMIFICATION AS A PERSONNEL TECHNOLOGY OF PERSONNEL MOTIVATION DEVELOPMENT

Kaloshina Tatiana Yurievna

Abstract. The article presents the developed recommendations for the use of gamification in the practice of personnel management of an advertising company. The use of gamification has reduced the time spent on developing project ideas and the total time spent on projects. Motivated the company's employees to reveal their potential, to express their most daring ideas, which were successfully implemented in projects.

Keywords: gamification, personnel, personnel management, personnel technology, teamwork, team work practices, human resources, marketing and advertising, game technologies, game.

Современный социум зависим от мобильных телефонов, планшетов, компьютеров и вся жизнь сейчас вертится именно на данных устройствах и технологиях. Множество переговоров, заказов и любых других видов деятельности происходит именно в сети Интернет.

Понятие геймификация произошло от слова – «Игрофикация», что по сути ничем его не отличает от нынешнего понятия. Впервые понятие было использовано в 2010 году в книге «Маркетинг, основанный на играх» и еще раз в книге «Геймификация средствами дизайна» в 2011 году. Следовательно, само понятие «геймификация» достаточно молодое.

Метод геймификации является инструментом развития мотивации сотрудников организации. Особенность заключается в том, что в ходе применения данного инструмента используется командный и (или) соревновательный моменты, которые побуждают игроков к применению быстрых, нестандартных и инновационных решений. Посредством применения геймификации как кадровой технологии, происходит вовлечение сотрудников в динамику игры, с целью использования их игрового мышления.

В современных организациях управление персоналом представляет собой целенаправленное воздействие на работников организации для достижения корпоративных, либо деловых целей. Оно относится к области менеджмента, одновременно представляет собой обособленную составляющую управления компанией.

Каждая организация отличается друг от друга по множественным показателям, но в каждой организации обязательно в управлении персоналом присутствует работа по развитию мотивации.

Специалисты по работе с персоналом считают, что: «заинтересованность игрой всегда выше, чем рабочим процессом». С этим не нужно бороться, а необходимо использовать во благо развития компании [1].

В современных организациях большинство сфер деятельности подходят для использования геймификации. Геймификация помогает решать вопрос мотивации по-новому, нестандартно.

Прежде всего при построении системы геймификации и внедрении ее в организацию, необходимо изучить особенности деятельности организации, специфику деятельности сотрудников, масштаб разработок самой геймификации.

Следующим этапом становится создание игровой концепции, соответствующей специфике деятельности работников данной организации и характерной особенностям деятельности организации в целом.

Основная цель использования геймификации для развития мотивации – это изменение поведения человека в зависимости от целей и задач бизнеса. Всем понятно, что, когда сотрудник работает с энтузиазмом и хорошим

настроением, это дает серьезные результаты. Какие задачи в этом случае решает геймификация:

- 1) адаптация;
- 2) вовлечение;
- 3) удержание;
- 4) обучение сотрудников;
- 5) создание здоровой конкуренции в коллективе;
- 6) повышение эффективности и производительности;
- 7) сплочение команды.

Геймификация помогает повысить мотивацию участия сотрудников в формальных и неформальных мероприятиях организации.

Методы «увеселения» бизнеса пришли в кадровые технологии из компьютерных игр. В каждой игре есть правила, роли, миссии и поощрения за достижения. Такая же структура задач и поощрений за их выполнение переносится на рабочий процесс [1].

Инструментами геймификации, как правило, являются очки, бейджи, рейтинги, но этим инструментарий игр не ограничивается. Есть еще множество инструментов игровой концепции, например, аватары, достижения, битвы с «боссом», коллекционирование, сражения, открытие нового контента, персонажей, квесты, виртуальные товары, социальное взаимодействие и многое другое. Зарабатывая виртуальные очки, человек приходит к успеху в реальной деятельности».

В современных организациях выделяют следующие виды геймификации:

1. Hard gamification (сложная геймификация) – применение деловых игр, бизнес-стимуляций, адаптационных тренингов. Особенности использования таких методов:

- реализуются с учетом жестких временных рамок;
- требуют полного погружения в процесс;
- не имеют стандартных решений, разрабатываются под запросы конкретного заказчика;
- адресная разработка требует больших финансовых вложений;
- быстрое формирование желаемых навыков и умений».

2. Light gamification (простая геймификация) – использование игровых элементов в текущем рабочем процессе. Особенности применения:

- не требуется привлечения сторонних компаний для реализации проекта;
- допускается использование готовых решений;
- не требует больших финансовых вложений.

Геймификацию с целью развития мотивации персонала можно использовать в разных областях:

- 1) постоянная рутинная работа;
- 2) обучение и развитие;
- 3) усовершенствование процессов (инновации);
- 4) работа команд.

Геймификация как инструмент мотивации персонала помогает разнообразить рабочий процесс, внося развлекательность в обычно рутинные задачи, а также расширяет возможности менеджеров при формировании программ мотивации персонала.

Наиболее часто встречающимися примерами использования геймификации в качестве инструмента развития мотивации являются платформы, которые начисляют сотрудникам компании баллы за выполненные ими задачи. Затем эти баллы могут быть обменяны работниками на установленные руководством награды, в число которых могут входить различные подарки или бонусы.

С практической точки зрения, особый интерес представляют следующие проблемные области, связанные с использованием геймификации для развития мотивации персонала:

- воздействие на социальную структуру и социальные взаимодействия внутри организации;
- формирование приоритетов в управлении мотивацией персонала.

Рассмотрим геймификацию как кадровую технологию развития мотивации персонала на примере компании, которая осуществляет свою деятельность в сфере маркетинга и рекламы. Компания осуществляет следующие виды деятельности:

- организация рекламных мероприятий;
- продвижение на рынке вновь вошедших производителей;
- производство и реализация рекламной продукции.

Компания находится в г. Новосибирске. Численность персонала компании составляет 167 человек. Основная категория персонала – это маркетологи и специалисты по рекламе и дизайну.

Для развития мотивации работы в команде мы предложили использовать две игры. Первая игра, назовем ее условно «Веселые гонки», представляет собой настольную игру с кубиком, фишками и с игровым полем, на котором распределены карточки с целью и заданиями на текущий проект. Игра «Веселые гонки» разработана в компании в разных форматах, в том числе и интерактивном.

Распределение заданий между сотрудниками (командами) начинается с бросания кубиков. В зависимости от количества выпавших очков каждый сотрудник (капитан команды) продвигался по игровому полю и получал карточку с заданием на текущий проект.

Стоит сказать, что в развитии мотивации грамотная постановка цели и выдача заданий, которые будут совпадать с целями и интересами сотрудников, являются важными факторами. Это помогает усилить командную работу и увеличить эффективность результатов.

Следующая игра – «Взрывная идея», содержание которой построено по аналогии с известной игрой «Тик-Так БУМ». По кругу передается тикающая «бомба-игрушка». Таймер у «бомбочки» всегда срабатывает в разное время, поскольку он устанавливается на случайное значение. Игрок (участник команды), у которого в руках сработал таймер (взорвалась бомбочка) берет карточку для работы. Задача игроков (участников команды) за несколько секунд или минут придумать слово, решение задачи, выпавшей в карточке. Для участников под каждый текущий проект заранее подготавливается колода с карточками. Есть стандартные карточки, позволяющие выявить проблемы и решения на каждом этапе работы над проектом. Например, «Что ждет клиент?», «Как видит клиент заказ?», «Какой эвент может быть на площадке?» и т. Д. Все идеи фиксируются [2].

Использование игры «Взрывная идея» в практике командной работы позволило сократить время на разработку идей по проекту, и следовательно время выполнения проекта. Стоит сказать, что до внедрения игры разработка и оформление идей по проектам происходило от одного лица и согласовывалось со всеми членами команды поэтапно, а далее осуществлялась работа по проекту в целом.

Так, в ходе работы над краткосрочными проектами (разработка дизайна и содержания листовок, флаеров и т.д.), временные затраты на один проект составляли 5 часов. При использовании игры «Взрывная идея» время на разработку идей сократилось до 3 часов. Работа над одним средним проектом составляла не менее 12 или 15 часов. При использовании игры «Взрывная идея» время на разработку проекта сократилось до 10 часов. Работа над сложным проектом занимала от 35 до 40 часов. При использовании игры время сократилось и составило 30-37 часов. Измерение времени работы над каждым проектом проводилось с помощью хронометража.

Использование игр позволило не только сократить время на разработку идей по проекту и общее время работы над проектом, а также мотивировало

сотрудников компании раскрыть свой потенциал в большей степени, выразить свои самые смелые идеи, которые были воплощены в проектах заказчиков и имели успех. С помощью введения геймификации сократилось время на согласования всех этапов работы сотрудников, так как одновременно собирается команда и разрабатывается идея.

Использование геймификации как кадровой технологии развития мотивации способствует формированию благоприятной дружной атмосферы внутри коллектива, безболезненному введению новых правил и стандартов в компании, выявлению лидеров команд и другое.

Также хотелось бы рассказать об одной отечественной системе геймификации – «Пряники». Это облачная платформа для создания корпоративного портала с интегрированными игровыми механиками, которые позволяют сотрудникам вовлекаться в задачи. Используя механики геймификации (монеты, личные рейтинги, рейтинги команд, магазин призов, достижения, миссии, квесты) вы можете настроить игровой процесс, который сделает работу сотрудников интереснее и веселее [2,5]. Кроме геймификации платформа содержит обычные модули Интернет-портала: чат, календарь, хранилище документов, новости, структура компании, фото/видео галерея, объявления, заявки на канцелярию и т.д.

В настоящее время «Пряники» запускают новый курс «Легкая геймификация в управлении персоналом» Стоит сказать, что это не просто онлайн-курсы, это еще и сообщество специалистов, увлеченных вопросами применения геймификации в работе с персоналом [5].

Если говорить о геймификации в практике управления персоналом, то чаще всего в организациях используют виртуальные награды, персональные и групповые рейтинги, квесты.

Виртуальные награды представляют собой наглядную демонстрацию для сотрудников признания их достижений.

Одним из удачных примеров создания квеста можно считать захватывающее виртуальное путешествие нового сотрудника по офисам группы компаний ВТБ. Интерактивное виртуальное путешествие проходит по странам присутствия группы компаний ВТБ [6]. Игрок путешествует по мировым офисам, общается с представителями компании, руководителями отделов, выполняет квесты.

Согласно результатам исследования, проведенного рекрутинговой компанией «Империя кадров» можно отметить следующее: примерно 50% опрошенных работодателей положительно оценивают возможность внедрения

в повседневную практику методов геймификации, как наиболее перспективное направление развития мотивация персонала. При этом необходимо учитывать, что участники опроса по-разному видят специфику применения геймификации как кадровой технологии в повседневной практике.

Список литературы

1. Теория и практика мотивации персонала URL: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/teoriya-i-praktika-motivatsii-personala/> (дата обращения: 16.11.2020).
2. Калошина Т.Ю. Геймификация как кадровая технология // Т.Ю. Калошина, Ю.А. Бессонова, Е.В. Рыбаков / Инновационное развитие региона: интеграция управленческой науки и практики: сборник трудов Межрегиональной студенческой научно-практической конференции. 2020 – С. 126-129.
3. Калошина Т.Ю. Геймификация в управленческой деятельности // Т.Ю. Калошина, И.Э. Толстова / Современный взгляд на будущее управленческой науки: сборник трудов III научно-практической конференции студентов и магистрантов факультета государственного и муниципального управления. 2018 – С. 32-34.
4. Козина Е.С. Геймификация профессиональной деятельности как эффективный инструмент мотивации персонала современной организации // Е.С. Козина / Современные проблемы науки и образования. 2015. – № 2-2. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=22807> (дата обращения: 26.11.2020).
5. Новости интранет технологий «Пряники» запускают курс по геймификации в HR на собственной LMS-платформе URL: <https://livepress.ru/channel/intranet/> (дата обращения: 7.12.2020).
6. ВТБ для сотрудников URL: <http://annual.vtb.ru/social/2018/ru/page3.html> (дата обращения: 1.12.2020).