

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ГЕЙМИКАЦИЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

ЗГУРА АННА ГЕННАДЬЕВНА

Студентка дистанционного обучения ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия

Email: anna_280194@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Система обучения персонала влияет на социальную жизнь населения страны, потому что руководители и работники подразделений системы управления персоналом организации решают вопросы оценки результативности труда руководителей и специалистов управления, оценки деятельности подразделений системы управления организации, оценки экономической и социальной эффективности совершенствования управления персоналом, аудита персонала.

Ключевые слова: обучение персонала, экономическая и социальная эффективность, динамические состояния, выживание компаний.

GENETICS AS AN INNOVATIVE PERSONNEL TRAINING TOOL

ANNA ZGURA

Student of distance learning Russian State Social University", Moscow, Russia

Email: anna_280194@mail.ru

ABSTRACT

The personnel training system influences the social life of the population of the country, because the managers and employees of the personnel management units of the organization solve the issues of performance evaluation of managers and management specialists, evaluate the activities of the organizational management units, evaluate the economic and social efficiency of staff management improvement, and personnel audit.

Keywords: training of personnel, economic and social efficiency, dynamic conditions, the survival of the company.

Первые попытки применения игровых технологий для решения задач коммерческой компании (для

оптимизации бизнес-процессов, управления персоналом, обучения и мотивации сотрудников) были

бессистемными и не всегда эффективными. Сам термин прозвучал уже в начале 2000-х, но широкое распространение получил лишь через десять лет. Популярность технологии приобрела довольно быстро, несмотря на разницу трактовок. Для HR наиболее интересен подход к геймификации как к применению в иных, неигровых ситуациях или контекстах игровых, то есть таких, которые применяются при разработке и конструировании игр, элементов, техник, приемов.

Многие неправильно трактуют понятие «геймификация». Понятие не просто связано с играми как таковыми. Нельзя сказать, что это просто игровая реальность, в которой находятся участники, и это не игры на работе (симуляторы, монополии и так далее). Геймификация также не является теорией игр - математической теорией стратегического поведения в игре. Что же используется при геймификации?

- выставление баллов,
- выдача значков, наград,
- размещение лидеров на доске почета.

Но и эти методы используются не всегда. Геймификация применяется как digital-метод, иногда она использует вполне вещественные стимулы.

Итак, геймификация (или игрофикация - калька с англ. gamification) - это технология, которая осуществляет игровые методики в неигровом контексте. Главной и основополагающей целью геймификации выступает повышение мотивации сотрудников

и их дальнейшее вовлечение в трудовую деятельность. Каждая компания интерпретирует мотивацию исходя из своих непосредственных бизнес-задач.

В современных условиях геймификация представляет в целой совокупности спектр приёмов работы с персоналом, в частности с молодыми сотрудниками, которые прилагают усилия для повышения и развития профессиональных компетенций, лидерских качеств, в сплоченности коллектива, в подборке персонала и к его приспособлению, способности провести его оценку, при помощи различного рода множества игровых методов и приемов.

В рамках последних событий, которые происходят в мире, применение такого метода, как геймификация, может быть использовано на повышение мотивации сотрудников, их образования, для маркетинга и рекламы. На примере компании Yota можно проследить перспективную тенденцию развития геймификации. За последнее время руководящий состав компании организовал несколько бизнес-игр, но наиболее масштабным игровым проектом стал Yota Star Wars, который был проведен в 2015 - в год выхода седьмой части одноименной саги. Суть проекта- работа компании на 2 месяца была превращена в сражение Республики против Темной стороны (Плана по продажам). Например, чтобы зарядить аккумулятор корабля, необходимо было продавать модемы, а, чтобы произвести выстрел из лазерной пушки - сим-карты. Для игры был

создан сайт с картой галактики и чатом, в котором специально обученный Дарт Вейдер отвечал на вопросы. Таким образом, этот пример показывает, насколько важен контекст и сюжет игры для проведения успешной геймификации.

Технология геймификации основывается на основополагающих игровых методах:

1. Ролевая игра - игра, обучающего назначения, участники которой принимают определенную роль в воображаемой ситуации и действуют от лица своего персонажа.
2. Деловая игра - обучающая игра, реализующаяся через проживание специально смоделированной ситуации, позволяющей раскрыть и закрепить необходимые в работе знания, умения и навыки.
3. Бизнес-квест - одно из направлений обучения и адаптации персонала, где каждому участнику дается определенная роль и игровая задача, согласно которой он будет действовать на протяжении всей игры, принимая определенные решения и достигая поставленную цель. Уникальность данного направления заключается в том, что оно позволяет выявить профессиональный потенциал сотрудника к определенной должности.
4. Инновационные игры - обучающие игры, направленные на стратегические разработки, позволяющие выявить и оценить степень стратегического и оперативного мышления у сотрудников.

5. Ансамблевые игры - обучающие игры, суть которых заключается в том, что, решая определенные проблемы банка, сотрудники учатся одновременно формировать ансамбль единомышленников.

6. Обучение на симуляторе - один из немаловажных игровых методов геймификации, заключающийся в онлайн-игре, в ходе которой обучающийся изучает систему, играя с её моделью или играя в конкретной роли (должности).
7. Метафорическая игра - обучающая игра, особенностью которой является применение «метафор» для решения деловых ситуаций.

Стоит обратить особое внимание на тот факт, всем ли компаниям на сегодняшний день нужна геймификация? По мнению опрошенных работодателей, введение механизмов игры будет актуально для розничной торговли (24%); FMCG (19%); IT/телекома (18%); финансовых, медиа, консалтинга, промышленное оборудование (по 3%), 27% посчитали, что применение геймификации может быть актуально абсолютно для любой компании и успешность внедрения технологий не зависит от отрасли предприятия. Однако они добавляют, что само внедрение находится в прямой зависимости от внутренней культуры организации.

Несмотря на позитивные результаты и рост геймификационных программ во многих направлениях бизнеса, внедрение концепции геймификации в сфере управления персоналом идет

не столь быстрыми темпами. Около 17% иностранных организаций используют данные методы. В России процент использования намного мал: по данным социологического исследования HR-специалистов: только 6% опрошенных знакомы с геймификацией и используют ее инструменты в своей деятельности, 17% респондентов заявили, что слышали что-то об этом, а подавляющее большинство респондентов (77%) ответили, что впервые слышат о таком понятии. В соответствии с исследованием рекрутинговой компании «Бигл» (в ходе исследования были опрошены 400 сотрудников из различных отраслей и 108 руководителей компаний), 27% российских работодателей ничего даже и не слышали о таком понятии, как геймификация, а 60% опрошенных работников никогда не сталкивались с ней в процессе работы.

Подводя итог, следует отметить следующее, возможности геймификации в сфере управления персоналом на самом деле очень недооценены зарубежными и российскими специалистами. По статистике Gartner, уже к в конце 2015 года более 50% зарубежных компаний задействовали геймификацию в бизнес-процессах. В академической и профессиональной среде присутствует различное множество критиков, которые не признают данный метод. В основном указывают на неспособность геймификационных проектов достигать поставленных бизнес-целей, указывая, на то, что во

множестве случаев это связано с плохим дизайном проектов. Другие акцентируют внимание на том, что геймификация – это упрощение игры, созданное маркетологами и большим бизнесом для получения легкой, прибыл. В определении геймификации существует некая неопределенность, которая и сводит этот метод к разным компонентам игры. Исходя из этого, можно сделать вывод, что самое важное из игры уходит, а остается только игровая техника. По статистике, похвала и поощрение игромании в организациях может привести к отрицательным результатам, в частности к потере производительности. Например, из-за того, что в мае 2010 года компания Google решила отметить 30-летний юбилей игры Pac-Man и встроила браузерную версию игры в логотип на главной странице Google, 4,8 млн часов рабочего времени сотрудников по всему миру было потрачено на эту игру, что в последствии привело к общемировой потере производительности в сумме около 120 млн долл.

Как считают некоторые социологи, что главным и единственным выводом является то, что за игровой завесой кроется определенная цель компаний к «тотальному управлению». Привлечение персонала в глобальную в рамках компании сеть разрешает получать детальную характеристику любого сотрудника на основе его действий в онлайн-пространстве, что позволяет осуществлять контроль без явного вмешательства в рабочий процесс.

Точно так же находят свое применение мобильные приложения, которые собирают данные о потребителях, что гораздо продуктивнее традиционного анкетирования.

Таким образом, геймификация – это, прежде всего, эффективный инструмент, который оказывает определенное воздействие на трудовое поведение работника. При всем этом внутренние возможности технологии геймификации в действительности не признают

определенных каких-либо граней, и если скрупулезно раскрыть и определить всю её сущность, а также её методы и приёмы, распознать уже имеющуюся в наличии практику применения данной технологии в различного рода направлениях деятельности, можно с успехом попробовать внедрять её в крупных организациях, получив при этом желаемый результат, затратив при этом как минимум финансов и времени.

ЛИТЕРАТУРА

1. Митрофанова Е.А. Концепция компетентностного подхода к управлению персоналом: Монография / Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Коновалова В.Г. и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с.
2. Невьянцева Н.Н. Управление процессом адаптации студентов младших курсов: опыт, традиции и инновации // Дискуссия. - 2016. - № 1 (64). - С. 134-141.
3. Понарина Н.Н. Глобализация современных общественных процессов // Социальные науки. 2016. Т. 1. № 4-1 (14). С. 68-75.
4. Неклюдова Д.В. Проектирование содержания подготовки специалистов в системе управления персоналом на основе модели компетенций // Современные проблемы науки и образования. - 2015. - № 5
5. Мельничук А.В. Роль контроля на формирование профессионально значимых качеств личности будущего специалиста // Кафедральный вестник. - М.: Спутник+, 2010. - № 6. - С. 95-99.
6. Понарина Н.Н. Формирование инфраструктуры гарантии занятости молодого поколения в регионе в условиях глобализации // В сборнике: Модернизация и устойчивое развитие современного общества: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции Материалы международной научно-практической конференции. В 3-х частях. Ответственные редакторы Н.Н. Понарина, С.С. Чернов. 2017. С. 10-13.

REFERENCES

1. Mitrofanova E.A. The concept of the competence approach to personnel management: Monograph / Kibyanov A.Ya., Mitrofanova EA, Konovalova V.G. and others. - M .: SRC INFRA-M, 2015. - 156 p.
2. Nevyantseva, N.N. Management of the process of adaptation of students of junior courses: experience, traditions and innovations // Discussion. - 2016. - No. 1 (64). - P. 134-141.

3. Ponarin N. N. The globalization of the contemporary social processes // Social Sciences. 2016. Vol.1. No. 4-1 (14). C. 68-75.
4. Neklyudova D.V. Designing the content of training specialists in the personnel management system on the basis of the competence model // Modern problems of science and education. - 2015. - No. 5
5. Melnichuk AV The role of control on the formation of professionally significant qualities of the personality of the future specialist // The Cathedral Gazette. - M.: Sputnik +, 2010. - No. 6. - P. 95-99.
6. Ponarina N. H. The formation of the infrastructure to ensure the employment of the young generation in the region in the context of globalization // in the collection: Modernization and sustainable development of modern society: economic, social, philosophical, political, legal, General scientific trends Materials of the international scientific-practical conference. In 3 - 's parts of. Responsible editors N. H. Ponarina, S. S. Chernov. 2017. C. 10-13.