

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В HR МЕНЕДЖМЕНТЕ - НОВЫЕ МЕТОДЫ И ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ

GAMIFICATION IN HR MANAGEMENT - NEW METHODS AND PROBLEMS OF IMPLEMENTATION

A. Evsikov

Annotation

In this article the author is considering the use of gaming technologies in human resource management. The author marks functions of gamification. The concept of "gamification" is considered as a technique, which can to develop creative abilities of individuals and motivate them to career progress.

Keywords: gamification, recruiting, gaming technology, motivation, human resource management, role-playing game, professional competence.

Евсиков Андрей Евгеньевич

Аспирант, Финансовый Университет
при Правительстве Российской Федерации

Аннотация

В данной статье автор рассматривает вопрос применения игровых технологий в управлении персоналом. Выделяются функции геймификации. Рассмотрено понятие "геймификация" как метод, позволяющий развивать творческие способности личности и мотивировать на профессиональный рост.

Ключевые слова:

Геймификация, подбор персонала, игровые технологии, мотивация, управление персоналом, ролевая игра, профессиональная компетентность.

Решать различные бизнес-задачи играючи не только приятно, но и эффективно. В современном мире все быстро меняется – то, что казалось невозможным всего год назад, сейчас становится привычным элементом нашей жизни. Однако такой ускоренный ритм требует от людей большей гибкости и адаптивных способностей. Особенно это важно для бизнеса, который должен не только успевать отслеживать изменения, но порой и опережать их.

Одним из мощнейших инструментов развития и приспособляемости личности, заложенных в нас природой, является способность играть и связанные с ней игровые технологии. Дети с помощью игры моделируют необычные условия, учатся действовать, приобретают поведенческие нормы и жизненный опыт, усваивают общечеловеческие ценности, учатся быстро адаптироваться к различным ситуациям в динамике.

Для взрослых игра несет аналогичную нагрузку, разница в том, что растет уровень сложности решаемых задач – на первый план выходит мотивация личности. Применять подходы, характерные для игр, в неигровых процессах с целью повышения их эффективности психологи и управленцы додумались уже давно, но настоящий пик популярности в управлении персоналом новое направление, получившее название "геймификация", переживает последние лет пять.

Кадровые технологии эта мировая тенденция тоже не обошла стороной, хотя и не получила здесь такого распространения, как в США или других Европе. Различные развлекательные и командообразующие игры в отечественных компаниях проводятся с начала 2000-х. Кевин Вербах дает такое определение геймификации: "применение игровых элементов и технологий создания игр в неигровом контексте" [3].

Сегодня геймификация представляет целый спектр приемов работы с персоналом, которые помогут повысить профессиональную компетентность, развить лидерские качества, сплотить коллектив в экстремальных условиях, подобрать персонал, провести его оценку и адаптацию, подготовить новых сотрудников к работе в коллективе. Используется множество игровых форм обучения, таких как квест-игры, интеллектуальные игры, ролевые игры, тренинговые программы.

Особенно интересна с точки зрения управления персоналом ролевая игра, так как она дает возможность средствами игровых технологий протестировать способность сотрудника к новой должности и новым компетенциям. Задачи, которые можно решать с помощью игровых технологий в управлении персоналом, весьма разнообразны. В основном они касаются усвоения новых навыков. Играя, человек не напрягается, а в таком состоянии новые знания усваиваются лучше, а также появля-

ся мотивация для коллег к достижению новых высот в профессиональной деятельности.

Мотивационные игры в управлении персоналом делятся на два направления. Первое ориентировано на минимизацию эмоционального выгорания. Как правило, такие игры короткие – и занимают несколько часов. К ним также относятся экстремальные тренинги, дающие эмоциональную самореализацию сотрудника.

Игры из второго направления позволяют сформировать у сотрудника определенную модель профессиональной компетентности. Это более глубокие по содержанию и обычно более долгие курсы, продолжительностью до нескольких месяцев.

Помимо мотивационных есть также обучающие, развивающие, командообразующие игровые технологии. Сюжет и механика таких игровых модулей разрабатывается специалистами HR-службы компании в зависимости от целей и задач, которые ставит руководство организации.

Существует 4 основных типа мотивации, которые побуждают людей играть в игры (рис.1).

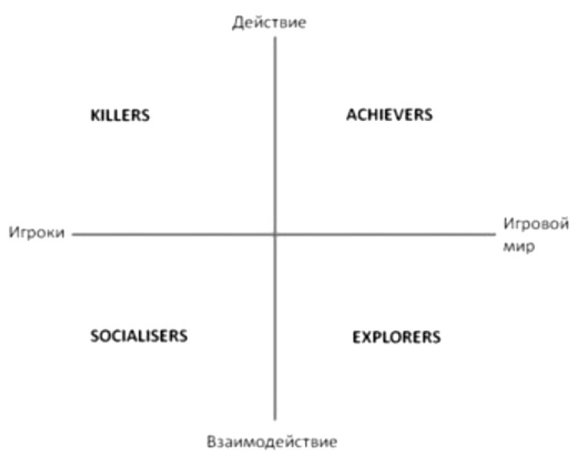


Рисунок 1. Виды игровой мотивации [3]

- ◆ Killers, "убийцы" - мотивы соревновательности, конкуренции, быть сильнее других;
- ◆ Achievers, "достигатели" - достижение цели, получение награды
- ◆ Socialisers, "социализаторы" - общение, новые контакты, команда, коллектив
- ◆ Explorers, "исследователи" - саморазвитие, новшества, творчество.

При разработке игр следует учитывать мотивы этих четырех групп, хотя на самом деле можно использовать и другие классификации с точки зрения мотивов к игре.

Самые перспективные технологии связаны с оценкой личностных качеств персонала. Игры можно также использовать как маркетинговый инструмент. Акции в области рекламы продукции компании на основе игровых технологий помогает разрабатывать маркетолог.

К сожалению, спрос на услуги игрового консалтинга в России все еще не так высок, так как для многих компаний нет достаточного понимания значимости такой технологии.

Один из примеров практического использования геймификации в работе современной компании – это игра-симулятор, разработанная специально для менеджеров по продажам компании, занимающейся производством и реализацией пластиковых окон [2]. В ходе этой игры ее участники примеряют на себя роль директора фабрики по производству окон, вынужденного отвечать за все бизнес-процессы и конкурировать с другими участниками рынка. Игра показывает, как работает компания в целом, и как важна роль каждого менеджера по продаже. После участия в такой игре менеджеры начинают лучше осознавать свою ответственность за формирование прибыли, их мотивация улучшается.

Оказывается, многие сталкивались с элементами геймификации в различных областях, но не знали, как это называется. Разнообразные программы лояльности (накопление баллов и переход на новый уровень в системе скидок), воспитание детей, корпоративные праздники в определенном стиле с соответствующим сценарием, всевозможные рейтинги и "лайки" в социальных сетях – все это можно в определенной степени отнести к технологиям геймификации.

Механизмы геймификации обязательно должны использоваться при проектировании систем мотивации сотрудников. Однако, геймификация приемлема не всегда и не везде.

Для успешного применения геймификации в мотивации сотрудников компании, требуется наличие как минимум следующих факторов:

- ◆ Определенный тип корпоративной культуры, предусматривающий открытость к новым технологиям и экспериментам со стороны руководителей и сотрудников;
- ◆ Наличие группы активистов, которые смогут заинтересовать остальных коллег участием в геймифицированных процессах;
- ◆ Добровольность участия.

Вместе с тем, технологии геймификации могут дать быстрый и ощутимый эффект с наименьшими рисками в следующих направлениях:

- ◆ Запуск порталов и внутренних социальных сетей;

- ◆ Командное обучение (особенно, e-learning);
- ◆ Управление профессиональной компетентностью;
- ◆ Внедрение различных форм корпоративной культуры и командообразование.

ЛИТЕРАТУРА

1. Армстронг, М. (2002). Стратегическое управление человеческими ресурсами. Пер. с англ. М.: ИНФРА-М.
2. Васильковская С.Т. Игры для взрослых. Режим доступа: <http://www.bizclass.org/news/news/igry-dlya-vzroslyh00645/>
3. Дятко К.Д. Геймификация и возможности ее применения в управлении персоналом// Блог об управлении персоналом, 2015. Режим доступа: <http://dyatko.info/gejmifikatsiya-i-upravlenie-personalom/>
4. Кантровиц, Т. (2014). Отчет о глобальных тенденциях в оценке персонала за 2014 год [Электронный ресурс]. URL: <http://www.shl.ru>. (Дата обращения: 25.09.2015)
5. Снитко Л.Т. Формирование конкурентных преимуществ предприятия на основе стимулирования компетенций работников // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 3 (47). – С. 49–55.
6. "Утечка мозгов" из СНГ может решить проблему нехватки ИТ-специалистов в России // HR-Portal.ru: HR-сообщество. 2013/ [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://hr-portal.ru/news/utechka-mozgov-iz-sng-mozhet-reshit-problemu-nehvatki-it-specialistov-v-rossii> (дата обращения: 25.09.2015).
7. Gartner says by 2015, more than 50 percent of organizations that manage innovation processes will gamify those processes// Gartner Research. 2011/ [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.gartner.com/newsroom/id/1629214> (дата обращения: 25.09.2015).
8. Кapp К.М. The gamification of learning and instruction – game-based methods and strategies for training and education/ Karl M. Kapp. John Wiley & Sons, 2012, 302 p.

© А.Е. Евсиков, (gsmevsikov@gmail.com), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



Международный саммит HR Digital 2015