

УДК 331.101.3

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

**Пересадин В.А., магистрант,
Митрякова И.А., магистрант,
Алетдинова А.А., д.э.н., доцент**

*Новосибирский Государственный Технический Университет
Новосибирск, Российская Федерация*

Аннотация: в статье рассматривается геймификация как современный инструмент развития, обучения сотрудников компании и поиска потенциальных кандидатов. Его достоинством авторы считают использование методов мотивирования, вовлеченности и поощрения через внедрение игровых элементов в неигровой среде. Представлены примеры внедрения геймификации в компаниях.

Ключевые слова: геймификация, обучение персонала, информационные технологии, игровой опыт, мотивация.

GAMIFICATION AS A MODERN FORM OF STAFF TRAINING

**Peresadin V.A., undergraduate,
Mitryakova I.A., undergraduate,
Aletdinova A.A., Doctor of Economics, Assistant Professor**
Novosibirsk State Technical University

Summary: The article discusses gamification as a modern tool of developing and educating of the company staff, as well as the search of potential candidates. As its creators consider, its advantage is using methods of motivation, engagement and rewards through the implementation of play-based methodology in a non-game environment. Examples of implementation of gamifications in companies are presented.

Keywords: gamification, staff training, information technology, gaming experience, motivation.

Все компании и организации – это определенное количество людей, работающих для достижения общих задач. Для эффективной

работы компании, сотрудники должны работать быстро, качественно и с желанием. Достичь такого результата помогает мотивация персонала и стимулирование. Именно мотивация и стимулирование послужили организациям отправной точкой по внедрению игровых технологий в обучение персонала.

Игры всегда были частью жизни человека, от салочек во дворе до чемпионата мира по футболу. А с развитием информационных технологий современное общество стало помешано на играх. Гаджеты с огромным количеством самых разных игр всегда под рукой, ведь современные технологии позволили создать мощные смартфоны, переносные компьютеры и многое другое. Игры мотивируют людей набираться опытом, достигать определенные цели и выполнять необходимые задачи.

Именно игровыми технологиями определяется геймификация. Существует большое количество формулировок для ее определения, самое популярное из них, на наш взгляд: геймификация – это использование игровых элементов и игрового мышления в неигровом окружении для усиления целевого поведения и вовлечения. Геймификация создает совершенно новые модели взаимодействия, нацеленные на группы людей и мотивирующие их на достижение целей, о которых они даже не подозревают [1].

Геймификация изменяет поведение сотрудников, дает им возможность получить новые навыки, а также увеличивает количество появлений инноваций в бизнесе за счет вовлечения сотрудников. Геймификация разделяется на соревновательную, победную и эстетическую [2]. Соревновательная геймификация мотивирует сотрудников на основе соревнований, устраивая различные конкурсы, которые тесно связаны с бизнес-процессами компании и направлены на выполнение определенных целей. Победная – дает возможность выиграть всем сотрудникам, здесь важен сам игровой процесс, по ходу которого сотрудники выполняют заданий и получают награды. И наконец, эстетическая геймификация позволяет ставить цели компании так, чтобы они были ясны всем сотрудникам и совпадали с желаниями коллектива.

Компания, заинтересованная мотивировать своих сотрудников, должна по возможности сочетать все три формы геймификации, чтобы достичь максимального эффекта от поощрения. Стереотип о том, что обучение должно быть серьезным, медленно исчезает.

Многие относятся к геймификации скептически, но крупные компании начинают активно внедрять геймификацию в процесс обучения персонала. И не всегда внедрение элементов геймификации для мотивации персонала требует больших капитальных вложений.

Примеры использования геймификации в различных компаниях представлены в таблице 1 – Использование геймификации в обучении персонала [3].

Таблица 1 – Использование геймификации в обучении персонала

| Компания | Инструмент | Принцип действия | Результат |
|--------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Xerox | Приложение «Активация» | По правилам новые работники должны применять свои навыки в реальном времени, а также приходить своеобразные квесты с коллегами | Быстрое «вхождение» в коллектив, улучшение самоорганизованности работника |
| Microsoft | Проект «Language Quality Game» | По правилам работники должны обнаружить наибольшее количество ошибок в переводе текстов | Исправление ошибок в сжатые сроки, улучшение корпоративной культуры компании |
| MacPaw | Внутренняя валюта – фиксы | Каждый работник получает 1 фикс в неделю, но при проявлении инициативы количество фиксов увеличивается. В компании есть «Фиксоматы», в которых есть шоколадные батончики, сухофрукты и прочее. Это приобрести можно только за фиксы | Увеличение количества инициатив от работников, отсутствие «висящих» дел, улучшение организации внутренних мероприятий |
| LiveOps | Комбинация игр | Использование игровых элементов, очков и таблицы лидеров | Время адаптации новых работников сокращено с 160 до 20 часов, удовлетворенность клиентов увеличена на 10% |
| Sint-Truiden | Кабинет-тренажер | Специальная комната для новых работников, где есть игрушечный пациент, а также преднамеренно допущенные ошибки в его лечении. Необходимо за 10 минут найти все ошибки | Сокращение времени при поиске нового сотрудника |

В России в качестве успешной компании, использующей геймификацию, выступает Сбербанк. Он разработал сайт своих вакансий «Сбербанк талантов», где любой желающий может попробовать себя в роли начинающего, эксперта и руководителя [4]. Многие высшие учебные заведения используют выполнение эффективного контракта как соревновательный элемент среди подразделений и преподавателей.

Систематизируя практику применения геймификации различными компаниями, можно сделать вывод о том, что геймификация решает разные виды задач. Это адаптация и мотивация персонала, повышение эффективности обучения сотрудников, сокращение времени поиска нового персонала, улучшение корпоративной культуры, визуализация достижений сотрудников и т.д.

Специалисты прогнозируют устойчивый интерес к игровым инструментам и спрос на их внедрение в компании в основном для развития и обучения сотрудников, а также для поиска потенциальных кандидатов.

Таким образом, дальнейшее развитие и внедрение элементов геймификации в практику компаний – эффективный инструмент совершенствования менеджмента.

Список использованных источников

1. Burke В. Gamify: How gamification motivates people to do extraordinary things / В. Burke. – Brookline: Bibliomotion, 2014.

2. Вербак К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / К. Вербак, Д. Хантер; пер. Д. Кардаш. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 226 с.

3. Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации / А.В. Маркеева // Российское предпринимательство. – 2015. – № 12. – с. 1923-1936.

4. Сбербанк талантов. – url: <https://rabota.sber.ru/> (Дата обращения 02.09.2020)