

© Штонда А. С., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье автор раскрывает понятие «геймификация» и выделяет основные её направления. Также, автор приводит разнообразные примеры использования геймификации для отбора и найма персонала в российских и зарубежных компаниях и подчеркивает важность применения данного инструмента.

Ключевые слова: геймификация, игровые инструменты, управление персоналом, эффективность, отбор и найм персонала.

Успешность компании в современных условиях зависит от ее персонала. Персонал компании способен обеспечивать высокие экономические результаты ее деятельности. Сегодняшние молодые специалисты, устраивающиеся на работу в различные сферы экономики — поколение миллениумов. На период их детства и взросления, пришлось глобализация, стремительное развитие коммуникаций, цифровых технологий, интернета и мобильных устройств. Помимо этого именно на российское поколение игроков значительно повлияли распад СССР, рыночные реформы, многочисленные теракты и военные конфликты. У поколения Y развлечения занимают первое место среди прочего, они очень любят свободу и ценят свое время, а также рассчитывают на незамедлительное поощрение за выполненную работу. Работодателю стоит учитывать ценности поколения Y при найме и удержании сотрудников данного поколения. В связи с этим, для эффективного управления сотрудниками-миллениумами все чаще используются игры. В современных условиях мы можем говорить о геймификации в управлении персоналом. Для российского бизнеса это относительно новый способ управления персоналом, за рубежом он используется шире.

Уточним, что подразумевается под данным термином «геймификация». В частности, Маркеева А.В. [1] в своей работе предлагает следующее определение «геймификация — это использование подходов, характерных для компьютерных игр, игрового мышления в неигровом прикладном программном обеспечении для привлечения пользователей и повышения их вовлеченности в использование программы, интереса к решению прикладных задач».

Использование геймификации позволяет эффективно управлять персоналом, повышать производительность труда, определять лидеров в группах, определять психологические и социальные особенности членов группы, улучшать коммуникацию в группах, улучшать взаимоотношения в группах в результате вовлечения сотрудников в командную игру и другое.

Термин «геймификация» был предложен Н. Пеллингом в 2002 году [2]. Однако широко он стал использоваться в 2010–2011 годах, после накопления

положительного опыта использования игр и игровых подходов в управлении персоналом.

Особенностью геймификации в управлении персоналом является не разработка игр, а использование игр, игровых моментов, механизмов в деловых целях, в частности при управлении персоналом.

Геймификация выступает инструментом, повышающим эффективность деятельности компании. Однако, эффективность геймификации будет зависеть от тех целей и результатов, которые ставят специалисты перед сотрудниками. Геймификация не обязательно должна быть в форме игры, она может использовать только психологию игры. Используя отдельные элементы, механизм и психологию игры, можно добиться создания определенной среды в компании, которая будет способствовать формированию игрового мышления, нового опыта, нестандартных решений проблем, стоящих перед сотрудниками.

В геймификации выделяется три элемента [2]:

- формирование нового опыта;
- объекты и инструменты формирования нового опыта;
- внедрение элементов игры в неигровую деятельность.

Как показал анализ информации, размещенной в Интернет пространстве [2,3,4], число компаний, использующих геймификацию в управлении персоналом, увеличивается. Это связано с несколькими причинами:

- возможность использования игровых механизмов, элементов в процессе работы приводит к вовлеченности сотрудников в процессы деятельности компании;
- использование игровых моментов позволяет прививать сотрудникам корпоративную культуру, чувство сопричастности к общему делу;
- внедрение информационных технологий в управление персоналом, который активно использует информационные технологии в быденной жизни;
- расширение применения информационных технологий, их совершенствование и удешевление;
- развитие новых форм взаимодействия и коллективной работы в формате онлайн.

Геймификация выступает инструментом решения различных задач, стоящих перед сотрудниками, она увеличивает конкурентоспособность компании в современных условиях, способствует выработке новых нестандартных решений.

Можно выделить несколько направлений использования геймификации в управлении персоналом:

- использование игровых инструментов для найма и отбора персонала. Это позволяет сокращать затраты на набор персонала, определение соответствия персонала корпоративной культуре компании;

- использование игровых механизмов для адаптации персонала;

- использование игровых механизмов в целях мотивации персонала. Это позволяет использовать игровые механизмы, например, баллы за успешно пройденные программы можно использовать в качестве премии;

- использование игровых инструментов для обучения персонала. Это способствует вовлечению сотрудников в процесс обучения, а затем и работы.

- Использование геймификации для мотивации сотрудников.

Нами были изучены разнообразные примеры использования геймификации для отбора и найма персонала, представленные в Интернет-ресурсах [2,3,4]. Наиболее широко представлен опыт зарубежных компаний, в Российском бизнесе данные методы применяются только в Иностраных компаниях, присутствующих на нашем рынке, либо таких крупных представителей Российского бизнеса как Сбербанк России.

Так, например, для привлечения в сферу гостеприимства поколения Next в американской сети отелей Marriott была разработана игра, в которой испытуемый должен выполнять обязанности менеджера кухни в отеле. Управляя кухней, пользователь знакомится с отраслью гостеприимства. Данный ресурс доступен на Facebook My Marriott Hotel, имеется функция выбора языка пользователя.

Компания FMCG (США), используя игровые формы, оценивает кандидата на соответствие требованиям должности.

Некоторые IT-компании при найме на работу использовали игровые моменты: участникам необходимо было выполнять различные задания, получать бонусы, а затем эти бонусы обменивать на рабочие инструменты.

Более чем в сорока странах мира имеет офисы маркетинговая компания Upstream, которая создала игру «The Challenge» для привлечения и отбора менеджеров. Игра длится один час и состоит из семи миссий. В каждой миссии необходимо решить вопросы относительно различных аспектов маркетингового анализа. Участники игры, получившие наивысшие показатели по результатам игры, становятся сотрудниками Upstream.

Шведская компания Citerus подошла креативно к набору персонала. Эта компания занимается разработкой программного обеспечения. Для привлечения и отбора персонала через социальные сети и списки рассылок были приглашены участники в конкурсе под названием The Hackers' Night Crazy Snake Edition. Всего участвовало 13 команд, которые соревновались между собой на виртуальной арене, разрабатывая лучшие «змейки» с искусственным интеллектом [3].

Датское агентство Uncle Grey использовало увлечение некоторых сотрудников онлайн-игрой Team Fortress 2. Для привлечения новых сотрудников компания заключила соглашение с лучшими игроками данной игры из своих сотрудников. Сотрудники, играя в игру, должны представлять свою компанию посредством размещения постеров со ссылками на карьерный сайт Uncle Grey. Данный подход, позволил компании найти нового разработчика пользовательского интерфейса в короткие сроки.

Игра Virtual Battle space, симулирующая военные действия, позволяет армии США набирать новобранцев. Рейтинг участников игры отслеживается, и лучшие игроки получают предложение от армии [4].

Французская компания Sodexo, работающая в сфере питания и сервисного обслуживания, создала платформу QueSocial. Эта платформа предназначена для рассылки новостей компании, информирования о новых вакансиях, мероприятиях, акциях. Сотрудники компании создают свои аккаунты на данной платформе, которые объединяются с их профилями в социальных сетях. Рассылки по электронной почте или смс получают все зарегистрировавшиеся на QueSocial. Сотрудники компании регистрируются на платформе QueSocial, и их аккаунт интегрируется с аккаунтами в других социальных сетях. В данном случае сотрудники становятся представителями компании. Все ссылки прослеживаются и передаются на специальную панель, к которой рекрутеры имеют доступ. Она показывает статистику активности по ссылкам; частота кликов, количество репостов и т.д. Данные могут использоваться для стимулирования или поощрения сотрудников в поддержке различных корпоративных тем, анализа их интересов. В итоге, данная платформа превращается в прекрасный инструмент: используя примитивную игровую механику в процессе работы с персоналом, сотрудники становятся активными представителями компании и ее бренда.

В российских компаниях также используют игровые моменты, так, например, Сбербанк проводит международную студенческую олимпиаду по управлению коммерческим банком «Banks Battle» («Битва Банков»). Игра имитирует работу коммерческого банка. Результаты игры позволяют выявить перспективных выпускников.

Приведенные примеры использования геймификации в отборе и найме сотрудников

позволяют привлекать персонал с учетом психологических особенностей, интересов. Использование игровых механизмов и элементов в неигровой ситуации позволяет выявить и привлечь ценных сотрудников и мотивировать работающих сотрудников.

Геймификация позволяет достичь высочайшей результативности в производительности труда без особого напряжения со стороны сотрудников. Она позволяет выявить лидеров в той или иной области за минимальное время. Качество коммуникации в команде улучшается, уровень конфликтности снижается. При эффективной работе команды повышается успешность каждого отдельного сотрудника. Руководители по результатам игры или игровой ситуации могут определить оптимальные пути развития для каждого сотрудника [5].

Текущее кадровое, в настоящее время, является основной проблемой в ГАУ «МФЦ ИО». Затрачивается много ресурсов на обучение новых сотрудников, а те, в свою очередь, уходят, не проработав и полгода. Сотрудники иркутского областного многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг должны обладать такими навыками и качествами, как стрессоустойчивость, бесконфликтность, усидчивость, внимательность, ответственность, обучаемость, умение быстро реагировать на новую ситуацию и готовность работать с большим объемом документов и информации. Сотрудники, устраивающиеся на работу в центр государственных и муниципальных услуг, относятся к поколению миллениумов, которые выросли на компьютерных играх. Применяя такой инструмент как геймификация при отборе кандидатов, мы сможем увидеть людей в действии. Отбирая нужный персонал, мы сокращаем издержки на текучесть, незакрытые вакансии и прочее. Когда мы выстраиваем четкую систему отбора персонала с применением геймификации, мы получаем высококвалифицированный персонал. ■

1. Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации // Российское предпринимательство. - 2015.
2. Управление персоналом с помощью геймификации [Электронный ресурс]. URL:

<http://www.jobsmarket.ru/novosti/16128/> (Дата обращения: 05.12.2015)

3. Геймификация: три способа использования игр для найма персонала, обучения, а также... [Электронный ресурс]. URL: <http://snapsim.ru/blog/> (Дата обращения: 10.12.2015)

4. Геймификация как новый тренд в рекрутинге. Как разные компании ее применяют? [Электронный ресурс]. URL: <http://mmr.ua/specarticles/id/> (Дата обращения: 10.12.2015)

5. Зикерманн Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Д. Линдер. –ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Геймификация: три способа использования игр для найма персонала, обучения, а также... [Электронный ресурс]. URL: <http://snapsim.ru/blog/> (Дата обращения: 10.12.2015)

Геймификация как новый тренд в рекрутинге. Как разные компании ее применяют? [Электронный ресурс]. URL: <http://mmr.ua/specarticles/id/> (Дата обращения: 10.12.2015)

Зикерманн Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Д. Линдер. – ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014.

Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации // Российское предпринимательство. - 2015.

Управление персоналом с помощью геймификации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jobsmarket.ru/novosti/16128/> (Дата обращения: 05.12.2015)

Gamification as a new trend in selection and recruitment of staff

© Shtonda A., 2016

In this article the author reveals the concept of «gamification» and highlights its main direction. Also, the author cites various examples of gamification use for the selection and recruitment of staff in the Russian and foreign companies and emphasizes the importance of using this instrument.

Keywords: gamification, game tools, personnel Management, efficiency, selection and recruitment of staff.