

2. Публічне акціонерне товариство «Концерн «Стирол» та його діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/54271/162>.
3. Економічне середовище, в умовах якого Товариство здійснює свою діяльність і управління ризиками [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/53159/162>.
4. Істотний вплив на розвиток бізнесу ПАТ «Концерн «Фреш Ап» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/48447/156>.
5. ПАТ «Концерн «Електрон» залежить від загального рівня економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/48643/156>.
6. На діяльність ПАТ «Концерн «Оранта» негативно впливають [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/51489/156>.
7. На діяльність ПАТ «Концерн «АВЕК та Ко» впливає [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/53901/156>.

УДК 331.101.3

Соколова Л.В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики
и управління економічної безпекою
Харьковского национального университета радиоэлектроники*

Беличенко А.Б.

*аспирант кафедры экономической кибернетики
и управления экономической безопасностью
Харьковского национального университета радиоэлектроники*

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МОТИВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОГО ТРУДА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена изучению современных инструментальных подходов мотивации высококачественного труда персонала. Приведен пример применения данного научно-методического подхода в практической деятельности научно-производственного машиностроительного предприятия. Практическая значимость полученных результатов определяется более обоснованным применением современного методического инструментария для повышения мотивации персонала машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: геймификация, мотивация, высококачественный труд, машиностроительное предприятие, обучение, персонал.

Соколова Л.В., Біліченко А.Б. ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МОТИВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВИСОКОЯКІСНОЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено вивченню сучасних інструментальних підходів мотивації високоякісної праці персоналу. Наведено приклад застосування даного науково-методичного підходу в практичній діяльності науково-виробничого машинобудівного підприємства. Практична значимість отриманих результатів визначається більш обґрунтованим застосуванням сучасного методичного інструментарію для підвищення мотивації персоналу машинобудівних підприємств.

Ключові слова: гейміфікація, мотивація, високоякісна праця, машинобудівне підприємство, навчання, персонал.

Sokolova L.V., Bilichenko A.B. GAMIFICATION AS EFFECTIVE MOTIVATIONAL TOOL OF HIGH QUALITY PERSONNEL WORK

The article deals with research of modern instrumental approaches high personnel motivation. An example of the application of the scientific and methodical approach in the practice of research and production of engineering company. The practical significance of the results is determined by a reasonable application of modern methodological tools to enhance staff motivation engineering companies.

Keywords: gamification, motivation, high quality work, engineering company, training, personnel.

Постановка проблемы. Сегодня вопрос мотивации высококачественного труда персонала становится важнейшей проблемой исследования менеджмента многих предприятий. Отсутствие новых нестандартных методов и инструментов подбора, адаптации, обучения персонала приводит к снижению мотивации персонала и, как следствие, расторжению трудовых отношений. Практическое применение нестандартных методов мотивации с использованием игровых инструментов, а именно инструментов геймификации, высококачественного труда персонала требует дальнейших исследований.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию теоретических основ мотивации персонала промышленных предприятий посвящены работы М. Армстронга, В. Врумма, Ф. Герцберга, Е. Лоудера,

А. Маслоу, М. Мескона и многих других зарубежных ученых. Проблемы формирования и повышения мотивации труда персонала рассмотрены в работах В. Виллюнаса, В. Гриневой, Е. Добролюбова, О. Колонтаевского, А. Колота, П. Перервы, В. Травина, Е. Уткина и др.

Геймификация как понятие и как инструмент мотивации персонала появился в 2010 г. Впервые данный инструмент описали в своем практическом пособии Д. Хантер, К. Вербах [1, с. 7]. Однако широкое практическое применение геймификация приобретает в компаниях только за рубежом. Поэтому применение инструментария геймификации как современного метода мотивации персонала является актуальным направлением исследования, приобретающим существенное практическое значение для отечественных предприятий.

Цель статьи заключается в разработке практических инструментов обучения персонала с применением игровых инструментов и, соответственно, оценке динамики изменения мотивации персонала вследствие внедрения данных инструментов.

Изложение основного материала исследования. В условиях высокой конкуренции на рынке труда и в поисках высококвалифицированных кадров работодатели все чаще применяют нестандартные методы подбора, адаптации, обучения, развития и мотивации персонала. Возрастает количество предприятий, которые создают и/или развивают у себя систему мотивации персонала, включающую элементы нематериальной мотивации [4, с. 52; 7, с. 125; 14, с. 73]. Для решения данного вопроса применяются различные подходы:

- проведение корпоративных мероприятий с целью сплочения коллектива и повышения уровня корпоративной культуры;
- использование опыта советского прошлого – возрождаются Доски почета, иногда в виде звания «Лучшие сотрудники»;
- проведение конкурсов различной тематики – от детских рисунков и фотографий до победителей соревнования – «кто больше продаст в текущем месяце, квартале» и пр.

Однако, как показывает анализ литературных источников, применение подобных подходов и методов нематериального стимулирования не обеспечивает отечественным предприятиям получение желаемого эффекта, и, как результат, сотрудники начинают переходить в те компании, которые развивают корпоративную культуру на современных принципах, как говорится, «в ногу со временем». Такая ситуация является характерной для деятельности зарубежных компаний [10, с. 25; 2, с. 51; 3, с. 21].

Компании с заинтересованными сотрудниками, сообществами и клиентами опережают тех, кто не может сформировать истинную мотивацию. Это особенно справедливо в мире, где конкуренция носит глобальный характер, а технологии значительно снижают барьеры для входа на рынок.

Исследования способов мотивации, которые освещены в научной литературе [9, с. 17; 8, с. 43; 5, с. 48], позволяют сделать вывод о том, что работника всегда будет мотивировать игровой компонент или соревновательный эффект. Это означает, что мотивация персонала повышается тогда, когда в компании создаются условия, в которых сотрудники будут чувствовать свою принадлежность к бизнес-процессам компании, а менеджмент предприятия будет ощущать ценность того или иного сотрудника. Конечно, такая культура должна жить и действовать непринужденно, иногда принимая во внимание элемент игр.

Геймификация – это набор мощных игровых инструментов, которые можно применить для решения существующих задач предприятия.

Ключевой момент заключается в том, что игровые элементы можно внедрить в неигровую деятельность, что значительно расширяет границы возможностей. Данный инструмент позволяет достаточно легко, без принуждения решать следующие задачи, стоящие перед коллективом предприятия:

- повышение общего уровня производительности труда;
- выявление лидеров в различных функциональных сферах деятельности;
- определение вектора развития каждого конкретного сотрудника и команды в целом и стимулирование их развития в этом направлении;
- обеспечение всех сотрудников оперативной обратной связью по результатам деятельности;
- повышение видимости результатов работы каждого сотрудника;
- улучшение качества коммуникаций в команде, что позволяет эффективно организовать информационные потоки как внутри команды, так и между подразделениями компании;
- снижение частоты возникновения конфликтов;
- объединение сотрудников предприятия общей идеей, вовлечение каждого из них в командную работу;
- привитие сотрудникам ценности компании, формирование понимания бренда работодателя на уровне уже работающих сотрудников [6, с. 93; 13, с. 123; 11, с. 56].

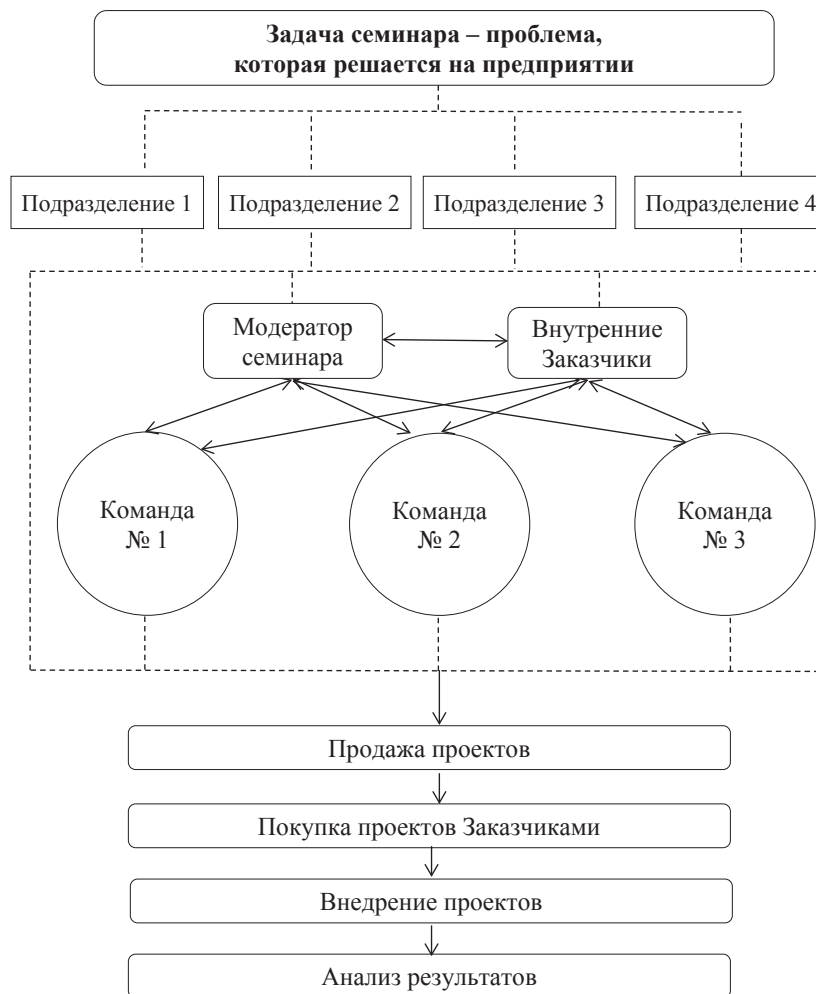


Рис. 1. Модель внедрения методики геймификации в систему обучения технологии принятия решений

Так, например, внедрение метода геймификации в деятельность производственного предприятия ООО «НПО «Вертикаль» позволило решить большое количество реальных задач, которые не могли найти решения в течение двух и более лет.

Ранее менеджментом данного предприятия была внедрена технология принятия решений. О переводе принятия решений на уровень технологии руководства предприятия задумалось после того, как проанализировало качество 100 решений, принятых различными сотрудниками. В результате были сделаны следующие выводы:

- только около 30% принятых сотрудниками решений обеспечили требуемый результат;
- существуют паттерны принятия решений, и причем один и тот же человек в большинстве случаев совершает одни и те же ошибки;
- в случае успешных решений используется практически один и тот же алгоритм.

Таким образом, технология принятия решений предполагает четыре основных этапа:

а) сбор фактов – конкретных количественных или качественных показателей, данных, актуальных, объективных и проверяемых, из надежных источников, в том числе неожиданных и необычных;

б) интерпретация – придание смысла и объяснение собранных фактов, оценка ситуации, нахождение причины (причин) проблемы;

в) решения – описание образа будущего, сравнение будущего с текущим состоянием, разработка способов перехода из настоящего в будущее (решений), оценка их достаточности и выполнимости, поиск альтернатив, оценка рисков, выбор оптимальных решений;

г) действия – разработка плана действий, «продажа» принятых решений и способов их достижения заказчикам и экспертам, а в случае успешной продажи – их реализация, мониторинг результатов в контрольных точках, оценка полноты достижения результата и качества принятия решения (ретроспектива).

Однако в крупной компании с устоявшимися нормами недостаточно просто обязать сотрудников использовать новую технологию, потому что новое – это всегда неизведанное и вызывает наибольшие опасения. Для принятия новых правил и новой культуры сотрудников необходимо заинтересовать и мотивировать.

В результате внедрения процесса геймификации на анализируемом предприятии была разработана и внедрена система обучения технологии принятия решений, которая изображена на рисунке 1.

Основная идея состоит в том, что формируются три группы сотрудников по четыре-пять человек, которые решают одну и ту же задачу в течение трех дней. При этом на протяжении семинара необходимо выполнение нескольких обязательных условий.

К таким обязательным условиям относятся следующие:

- задача должна быть реальной, содержащей описание проблемы и основной неопределенности, которая есть в том или ином бизнес-процессе;
- каждая команда формируется из сотрудников различных подразделений предприятия. Здесь имеется несколько выгод: во-первых, собранная таким образом команда имеет широкий кругозор, что позволяет рассмотреть проблему с разных сторон, во-вторых, на предприятии повышается степень взаимодействия между подразделениями и происходит улучшение информационных потоков;

- задача должна быть решена с использованием технологии принятия решений с выработанным планом действий по внедрению этих решений;

- каждая команда должна продать свои решения внутренним заказчикам работы.

В данном случае мотивацией является соревновательный эффект, вовлеченность, экспериментирование и удовлетворение от полученного результата.

Команды, которые успешно продали свои решения, имеют возможность их внедрить в реальные бизнес-процессы предприятия. Тем самым менеджмент вовлекает своих сотрудников в управление и развитие предприятия. При этом у сотрудников повышается мотивация, они ощущают свою ценность и принадлежность предприятию, развивая и повышая при этом свои навыки выработки решений.

Выводы. Таким образом, геймификация – это техника, улучшающая качество обучения. Она применяется не для создания игр, а для того, чтобы сделать регулярное обучение более привлекательным и увлекательным. Применяя геймификацию как инструмент мотивации персонала, менеджмент предприятия получает возможность развивать уникальную культуру, которая позволяет формировать внутрикорпоративную ценность – уникального, творческого, способного решать самые важные задачи предприятия сотрудника.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Хантер Д. Вовлекать и властвовать. Игровое мышление на службе бизнеса / Д. Хантер, К. Вербак. – М. : Манн, Иванов, Фербер, 2015. – 100 с.
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг ; 8-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 831 с.
3. Армстронг М. Оплата труда: Практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала / М. Армстронг, Т. Стивенс ; пер. с англ. под науч. ред. Т.В. Герасимовой. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 512 с.
4. Колот А.М. Мотивация персонала : [учебник] / А.М. Колот. – К. : КНЭУ, 2002. – 337 с.
5. Князева Е.А. Мотивация персонала в условиях построения информационного общества : [монография] / Е.А. Князева. – Одесса : ВМВ, 2008. – 204 с.
6. Костин Д.Ю. Два опыта корпоративного обучения персонала / Д.Ю. Костин // Современные достижения в науке и образовании : V Междунар. науч. конф. (Нетания, Израиль, 27 сент. – 4 окт. 2011 г.) : сб. трудов : в-х 2 т. Т. 2. – Хмельницкий : ХНУ, 2011. – С. 92–94.
7. Дмитренко Г.А. Мотивация и оценка персонала : [учеб. пособ.] / Г.А. Дмитренко, Е.А. Шарапатова, Т.М. Максименко. – К. : МАУП, 2002. – 248 с.
8. Колонтаевский О.П. Мотивы и стимулы трудовой деятельности персонала / О.П. Колонтаевский // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Серія «Економічні науки». – 2006. – Т. 9. – № 1. – С. 42–44.
9. Жулина Е.Г. Экономика труда : [учеб. пособ.] / Е.Г. Жулина – М. : Эксмо, 2010. – 208 с.
10. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия : [учеб. пособ.] / Е.В. Маслов – К. : МАУП, 2008. – 198 с.
11. Малуев П.А. Управление персоналом / П.А. Малуев, Ю.Е. Мелихов. – М. : Альфа-Пресс, 2005. – 184 с.
12. Чижов Н.А. Руководитель и персонал: технология взаимодействия : [учеб. пособ.] / Н.А. Чижов. – М. : Альфа-Пресс, 2007. – 577 с.
13. Назарова Г.В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств / Г.В. Назарова, Н.Л. Гавкалова, Н.С. Маркова. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 240 с.
14. Лукьянченко Н.Д. Мотивация персонала : [учеб. пособ.] / Н.Д. Лукьянченко, Л.Л. Бунтовская. – Донецк : ДонНУ, 2004. – 324 с.