

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И ЭКОНОМИКА ТРУДА

Ардерихина Э.Л.

Горчакова И.А.

Донецкий национальный технический университет

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СПОСОБ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Инновационная активность персонала - характеристика социального поведения человека и организации в сферах инновационной деятельности, которая выражается в таких параметрах как:

- Интенсивность;
- Скорость реакции;
- Многообразие, частота и объем работ, связанных с инновационной деятельностью. [1]

Стимулирование инновационной активности персонала является одной из насущных проблем нашего времени. От неё напрямую зависит прогресс не только технологический, но и социальный, а также мировоззренческий. Инновационная активность является одновременно рычагом и двигателем мирового развития. Основная цель моей работы – изучение и выделение основных рекомендаций по внедрению геймификации как одного из инструментов стимулирования инновационной активности. Являясь одним из новейших видов мотивации, геймификация представляет собой большое поле для изучения и улучшения. В своей работе я опираюсь на ряд статей (находящихся в свободном доступе в сети Internet) зарубежных и отечественных авторов.

Инновационная деятельность имеет свои особенности и напрямую зависит от инновационного потенциала предприятия. Она не поддается точному прогнозированию, контролю, ее трудно регламентировать и нормировать, она связана с риском и т. д.

Существенные различия проявляются и при сравнении с такими видами труда, как физический и умственный: основным ресурсом физического труда являются физические способности, умственного - знания и аналитические способности, тогда как инновационного труда - психоэмоциональная энергия.

Последняя определенным образом обосновывается потребностью, стремлением к познанию на фоне эмоционального подкрепления (предоставление преимущества умственному труду по сравнению с другими видами деятельности, когда наряду с выполнением определенной в эксперименте задачи исследователь просит предоставить ему еще и другие). То есть инновационный труд реализуется на основе расширения сферы экспериментальной ситуации, выхода его за рамки не стимулируемого поиска и открытия новых закономерностей. Как было отмечено французским психологом Фурье, для того чтобы изобретать новое, необходимо думать "около этого", такой подход он называл "боковым литературным мышлением" и как основной мотивационный фактор выделял мотивы познавательной творческой деятельности. [2]

Существуют различные виды стимулирования инновационной деятельности персонала. Все они включаются в две большие группы:

1. Материальное стимулирование.
2. Нематериальное стимулирование.

К материальному стимулированию можно отнести различного рода премии, надбавки к заработной плате, денежные поощрения работников, утверждение специальных выплат, для чего может создаваться специальный денежный фонд.

К нематериальным формам стимулирования относятся все виды стимулирования, в основе которых нет денежной мотивации работника. Иными словами, работник имеет иную заинтересованность в развитии инноваций в организации и побуждается к действию иными средствами.

На внутреннюю инновационную деятельность влияют помимо личной мотивации и иные факторы. Факторы могут быть как благоприятными, так и неблагоприятными. Это уровень корпоративной культуры организации, уровень соответствия формальных и неформальных групп в организации, отношение руководства к инновационной деятельности персонала и др.

Геймификация - это использование игровых механик в неигровом контексте. Любой процесс представляется как игра, в которую играют участники процесса, или игроки. Выход процесса — это победа в игре, или выполнение квеста, или получение некоторого достижения. Любой бизнес-процесс строго детерминирован, т.е. правила игры прозрачны, просты и понятны игрокам. Совершая ходы, игроки достигают определенных результатов. Игроки могут планировать свои ходы, осуществляя ту или иную стратегию. Выполняя правила игры согласно выбранной стратегии, в конечном итоге игроки обязаны добиться победы. [3]

В истории геймификации существуют несколько успешных примеров, когда игра позволяла сделать открытие или что-то усовершенствовать. Самое известное – построение коллективными усилиями геймеров 3D модели фермента, разрушающего белок вируса ВИЧ. Ученые пытались сделать это годами, а игроки справились за три недели. Другой пример – Министерство труда и пенсий Великобритании разработало интернет-платформу «Улица идей». На ней работники ведомства делятся своими идеями по улучшению работы. Это могут быть как мелкие предложения – например, снабжать подписью каждое исходящее письмо, так и масштабные – например, разработать обучающую программу. Лучшие идеи начинают продавать свои «акции», которые служащие могут покупать и продавать, используя для этого внутриигровую валюту. Идеи с наиболее высокой котировкой рассматриваются министерством и реализуются. Игра «Улица идей» в первые девять месяцев позволила сэкономить около 10 миллионов фунтов. Министерские служащие при этом отметили повышение удовлетворения от работы – теперь их слышат и граждане довольны улучшением качества обслуживания.

Говоря о совершенствовании и поиске инноваций, нужно отметить огромную роль коллективного сотрудничества (crowdsourcing), без которого достижение целей было бы невозможно. [4]

Этапы успешного внедрения геймификации:

- Выявление общие закономерности и составление «характеристики» участников (это необходимо для классификации их и подбора мотиваций);
- Определение текущего поведения человека (на основе постоянного мониторинга конкретно его действий, как внутри игрового процесса, так и снаружи);
- Построение алгоритма, который дает возможность корректировать поведение человека (такой алгоритм строится на общих закономерностях, классификации и характеристике участников);

Геймдизайн – это исключительно важный элемент в геймификации, но его вспомогательная цель – служить внешним антуражем за которым скрывается целая область знаний. [5]

Подводя итог, следует отметить, что использование геймификации, как способа мотивации инновационной деятельности, может дать значительные результаты и нестандартные идеи, в особенности если система самой игры будет досконально продумана, с учетом специфики работы персонала, его характеристиками и интересами. Следует так же уделить немалое внимание к системе бонусов и поощрений, которые будут отображаться при помощи различных рейтинговых таблиц, графиков в режиме реального времени. «Игроки» должны иметь возможность видеть статистику своего роста. Немаловажную роль так же играет геймдизайн – он напрямую способствует быстрому восприятию заданий, целей и скорейшему вовлечению работников в игру.

Литература:

1. Академик. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://innovative_activities.academic.ru/13/Активность_инновационная
2. Стимулирование инновационной деятельности персонала [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/5873036/page:12>
3. Геймификация в деле [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/company/livetex/blog/203054>
4. Как работать играючи или введение в геймификацию [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/289122>
5. Правильное понимание геймификации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/187828>