

# АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

---

## ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ПРОЦЕССАХ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

**ЗГУРА АННА ГЕННАДЬЕВНА**

*Студентка дистанционного обучения ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия*

*Email: anna\_280194@mail.ru*

### АННОТАЦИЯ

Для нынешнего производства в современных экономических условиях характерно повышение требований к уровню образования работников и их профессиональной подготовки. Несмотря на то, что профессиональное обучение (начальное, среднее и высшее) организуется в основном в соответствующих учебных заведениях, работодатель также имеет право осуществлять профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации своих работников.

**Ключевые слова:** требования, уровень образования, профессиональная подготовка, повышение квалификации.

## APPLICATION OF TECHNOLOGIES OF GAMIFICATION IN THE PROCESSES OF STAFF TRAINING AND DEVELOPMENT

**ANNA ZGURA**

*Student of distance learning Russian State Social University, Moscow, Russia*

*Email: anna\_280194@mail.ru*

### ABSTRACT

For the current production in the current economic conditions, it is typical to increase the requirements for the level of education of workers and their professional training. In spite of the fact that vocational training (primary, secondary and higher) is organized mainly in the relevant educational institutions, the employer also has the right to provide vocational training, retraining and advanced training for its employees.

**Keywords:** requirements, level of education, vocational training, advanced training.

Геймификация (или игрофикация - калька с английского gamification) - это технология, которая осуществляет игровые методики в неигровом контексте. Главной и основополагающей целью геймификации выступает повышение мотивации сотрудников и их дальнейшее вовлечение в трудовую деятельность. Каждая компания интерпретирует мотивацию исходя из своих непосредственных бизнес-задач.

Технология геймификации основывается на основополагающих игровых методах:

1. Ролевая игра - игра, обучающего назначения, участники которой принимают определенную роль в воображаемой ситуации и действуют от лица своего персонажа.
2. Деловая игра - обучающая игра, реализующаяся через проживание специально смоделированной ситуации, позволяющей раскрыть и закрепить необходимые в работе знания, умения и навыки.
3. Бизнес-квест - одно из направлений обучения и адаптации персонала, где каждому участнику дается определенная роль и игровая задача, согласно которой он будет действовать на протяжении всей игры, принимая определенные решения и достигая поставленную цель. Уникальность данного направления заключается в том, что оно позволяет выявить профессиональный потенциал сотрудника к определенной должности.
4. Инновационные игры - обучающие игры, направленные на стратегические разработки,

позволяющие выявить и оценить степень стратегического и оперативного мышления у сотрудников.

5. Ансамблевые игры - обучающие игры, суть которых заключается в том, что решая определенные проблемы банка, сотрудники учатся формировать одновременно ансамбль единомышленников.
6. Обучение на симуляторе - один из немаловажных игровых методов геймификации, заключающийся в онлайн-игре, в ходе которой обучающийся изучает систему, играя с её моделью или играя в конкретной роли (должности).
7. Метафорическая игра - обучающая игра, особенностью которой является применение «метафор» для решения деловых ситуаций.

Как ранее мы отметили, технологию геймификации можно и нужно использовать в неигровом контексте. При этом речь идет об использовании в процессах работы с персоналом отдельных приемов геймификации, которые изначально сформировались в традиционном пространстве игры - награды, рейтинги, открываемый контент, уровни сложности и сторителлинг.

Награды – выражены, прежде всего, в виде каких-либо значков, «уровней», призов, сертификатов, привилегий и званий. Этот приём расширяет возможности в поощрении отдельно взятого сотрудника и в оценке мастерства и усилий сотрудника, прикладываемые для достижения поставленной цели. У человека находит место быть определенный

азарт к деятельности, если он получает виртуальную награду, например, как «бейдж» или иначе значок, который выдали за прохождение какого-либо уровня. Затем значки суммируются и обязательно должны быть подкреплены каким-либо призом для отражения лидера по конкретному процессу

Персональные рейтинги - один из приемов геймификации, отражающий рейтинг каждого сотрудника в динамике. Лучше всего использовать систему групповых рейтингов, где сотрудник может сравнить свой уровень с уровнем коллег. Такой прием очень хорошо стимулирует на дальнейшую соревновательную деятельность и развитие лидерства. Таблица лидеров всегда должна быть в открытом доступе, а переход на определенный уровень должен сопровождаться поощрением руководства или даже призом.

Открываемый контент - это награда и ключ к переходу на следующее задание или на следующий уровень. Такой наградой может являться полезная информация, которую сотрудник может приобрести только после того, как он это заслужит. Разблокировка открываемого контента в обучении может зависеть от заработанных очков, найденных подсказок или решенных загадок и головоломок. С помощью этого приема формируется дух лидерства и соперничества.

Уровни сложности - в геймификации один из основных приемов. Обучающийся переходит на следующий уровень, преодолевая

уровни по возрастающей сложности. Опередив соперника на одном уровне, он сталкивается с задачей потруднее на следующем уровне. Данный прием позволяет равномерно распределить уровни сложности обучения и оценить прогресс сотрудника. Он заставляет обучающихся решать задачи на пределе их возможностей. Сторителлинг - метод, опирающийся на то, чтобы в организации произвести обучение персонала правилам работы в компании. При подборе персонала на вакантные должности интервьюер доводит информацию о компании, иначе говоря, уже заранее знакомя нового сотрудника корпоративной культурой организации, традициями, философией и т.д.

Безусловно, принимая во внимание тот факт, что приемы и методы такого понятия, как геймификация должны сопоставляться уже под определенную бизнес-задачу и принимать во внимание особенности целевой аудитории. В данном случае их применение на практике организации процессов работы с персоналом приводит к тому, что уменьшаются как финансовые, так и временные издержки банка.

Когда же геймификация может быть эффективна для компании? Игра увлекает тогда, когда ее сюжет интересно и качественно продуман, он должен влиять на психику участников. Внедрить игровые методы непросто. Это требует разноплановых знаний, например, одновременного умения придумывать и конструировать игры и способности разрабатывать курс

обучения. На рынке не так много специалистов, которые могут успешно внедрять игровые технологии и обладают необходимыми компетенциями. С этой технологией можно много и интересно экспериментировать, получая значимые результаты в самых разных сферах бизнеса. Главная ошибка, которую допускают при внедрении геймификации, - это невнимание к глубинным механизмам игры, увлеченность только ее внешними атрибутами: баллами, значками, бейджами.

Геймификация пришла на помощь тем, кому старые системы мотивации и влияния перестали давать нужные результаты. Так, в управлении персоналом «кнул и пряник» не всегда эффективны. Зарплата, премия, должность или угрозы увольнения не всегда помогают достигать беспрецедентных результатов сотрудникам в условиях высокой конкуренции на рынке. В основе геймификации, как и в школе, лежит система оценок. Оценки или баллы - удобный способ дать обратную связь учащемуся об уровне его знаний, мотивировать на развитие. Это очень похоже на получение очков в играх. Способ выставления оценок

может быть очень полезен для мотивации персонала. Игровые методы воздействия работают даже тогда, когда вы не подкрепляете их денежными стимулами. Само по себе участие в игре — уже мотиватор. Игроки тратят огромное количество усилий, чтобы развивать свой прогресс в виртуальном мире. Даже тратят на это свои реальные деньги. Но что они получают, кроме виртуальных объектов в трехмерном мире игры?

Таким образом, геймификация — это, прежде всего, эффективный инструмент, который оказывает определенное воздействие на трудовое поведение работника. При всем этом внутренние возможности технологии геймификации в действительности не признают определенных каких-либо граней, и если скрупулезно раскрыть и определить всю её сущность, а также её методы и приёмы, распознать уже имеющуюся в наличии практику применения данной технологии в различного рода направлениях деятельности, можно с успехом попробовать внедрять её в крупных организациях, получив при этом желаемый результат, затратив при этом как минимум финансов и времени.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Аленкина А. Хочешь что-то получить от коллег и подчиненных, сначала обучи их! // Управление персоналом. - 2013. - №1. - С. 63.
2. Абдуллин И.А., Туюшева А.И., Матухин Е.Л. Внутрифирменное обучение персонала бережливому производству как ресурс развития промышленного банка // Вестник Казанского технологического университета. -2014. - № 5. - С. 269-273.
3. Понарина Н.Н. Глобализация современных общественных процессов // Социальные науки. 2016. Т. 1. № 4-1 (14). С. 68-75.

4. Алябьева, Т.А., Корешкова А.Б., Горшкова Е.С., Горькова И.А., Фетисова М.М. Наставничество как один из эффективных способов обучения и развития персонала // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований - 2014. - № 10. - С. 119-121.
5. Блинов А.О. Управление персоналом / А.О. Блинов, Х.И. Кайтаева.- М.: Элит, 2015. - 392 с.
6. Вербач К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / Кевин Вербач, Дэн Хантер: Манн, Иванов и Фербер; Москва, 2015. – 123 с.
7. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика. - М.: ТК Велби, Проспект, 2016. - 688 с.
8. Понарина Н.Н. Воздействие глобализации на коммуникации // Теория и практика общественного развития. 2011. № 3. С. 36-38.
9. Мельничук А. В. Роль контроля на формирование профессионально значимых качеств личности будущего специалиста // Кафедральный вестник. - М.: Спутник+, 2010. - № 6. - С. 95-99.

#### REFERENCES

1. Alenkina, A. Do you want to get something from colleagues and subordinates, first teach them! // Personnel Management. - 2013. - №1. - P. 63.
2. Abdullin, IA, Tuyusheva, AI, Matukhin, E.L. Intrafirm training of lean manufacturing personnel as a resource for the development of an industrial bank // Bulletin of Kazan Technological University. -2014. - No. 5. - P. 269-273.
3. Ponarin N. N. The globalization of the contemporary social processes // Social Sciences. 2016. Vol.1. No. 4-1 (14). С. 68-75.
4. Alyabyeva, TA, Koreshkova, AB, Gorshkova, ES, Gorkova, IA, Fetisova M.M. Mentoring as one of the effective methods of training and development of personnel // International Journal of Applied and Fundamental Research - 2014. - No. 10. - P. 119-121.
5. Blinov, A.O. Human Resource Management / A.O. Blinov, H.I. Kaitayeva .- Moscow: Elite, 2015. - 392 p.
6. Verbah, K. Involve and conquer. Gaming thinking at the service of business / Kevin Verbach, Dan Hunter: Mann, Ivanov and Ferber; Moscow, 2015. - 123 p.
7. Vesnin, V.R. Personnel Management. Theory and practice. - Moscow: TK Velbi, Prospect, 2016. - 688 p.
8. Ponarina N. H. The impact of globalization on communications // Theory and practice of social development. 2011. No. 3. С. 36-38.
9. Melnichuk, AV The role of control on the formation of professionally significant qualities of the personality of the future specialist // The Cathedral Gazette. - M.: Sputnik +, 2010. - No. 6. - P. 95-99.