

УДК 331:101.31



**Охотина Дарья Андреевна**  
магистрант кафедры государственного управления  
и управления человеческими ресурсами  
Байкальский государственный университет,  
г. Иркутск, Россия  
e-mail: okhotinada@mail.ru



**Носырева Ирина Григорьевна**  
кандидат экономических наук,  
доцент кафедры государственного управления  
и управления человеческими ресурсами,  
Байкальский государственный университет,  
г. Иркутск, Россия  
e-mail: nosyrevaig@bgu.ru

## ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ПОКОЛЕНИЯ «Y»

**Аннотация.** Данная статья рассматривает новый инструмент обучения персонала – геймификацию, ее преимущества и недостатки, а также методы внедрения данного инструмента в систему обучения персонала поколения «Y». Разработка игровой ситуации в обучении сотрудников помогает в дальнейшем им быть готовыми к различным ситуациям в реальном рабочем процессе. Такое обучение становится все более актуальным с появлением «нового поколения» работников. Оно делает процесс обучения более интересным, практически ориентированным и более технологически оснащенным.

**Ключевые слова:** геймификация, обучение персонала, управление персоналом, поколение «Y», «Миллениум».

**Okhotina Daria Andreevna**  
undergraduate, Department of Public Administration and  
Human Resource Management  
Baikal State University, Irkutsk, Russia  
e-mail: okhotinada@mail.ru

**Nosyreva Irina Grigoryevna**  
PhD in economics, Associate Professor of Public Administration and  
Human Resource Management,  
Baikal State University, Irkutsk, Russia  
e-mail: nosyrevaig@bgu.ru

## GAMIFICATION IS ONE OF THE METHODS OF IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF GENERATION «Y» STAFF TRAINING

**Abstract.** This article examines a new tool for staff training – gamification, its advantages and disadvantages, as well as methods for implementing this tool in the personnel training system. Developing of a game situation in the training of employees helps them to be prepared for various situations in the real workflow in the future. Such training becomes more and more relevant with the emergence of a "new generation" of employees. It makes the learning process more interesting, less scientific, and more technologically equipped.

**Keywords:** gamification, staff training, hr management, generation «Y», «Millennium»

Любая успешная компания должна иметь высококвалифицированные кадры. Фирма не может получать прибыль и максимизировать результаты труда с неопытными сотрудниками, не знающими своего продукта и специфики своей работы. Кроме того, процессы обучения оказывают влияние на все общество в целом. Обучение персонала представляет собой сознательно проводимую деятельность, направленную на улучшение способностей персонала, требующихся для выполнения работы в настоящее время, или для выполнения работы в будущем. Миссия любой компании, ее эффективность и производительность напрямую зависит от уровня результативности работников [1, с. 11]. Соответственно, современный мир нуждается в новых методах обучения, которые подойдут для соответствующего персонала (пол, возраст, особенности развития). Повышается потребность регулярного обновления методов обучения персонала каждого предприятия, чтобы быть конкурентоспособными на рынке товаров и услуг. Для получения предприятием желаемой прибыли и рационального использования трудовых ресурсов руководителям компаний очень важно обучать и мотивировать свой персонал.

Выборать правильный метод обучения персонала и стать лучшей компанией в своей отрасли – два неотделимых друг от друга действия каждого руководителя. Основные проблемы, которые могут возникнуть при поиске технологии обучения: незнание представителей современного рынка труда, их особенностей и мотивов действий. На данный момент основную рабочую силу каждой фирмы составляет так называемое поколение «Y» или «Миллениалы». Эти люди выросли на гаджетах, играх

и квестах. Заинтересовать их не так просто, ведь в виртуальном мире намного больше возможностей, чем в реальности. Там есть возможность стать руководителем компании, выбрать свой бизнес, не отходя от экрана ноутбука. По статистике ресурса «Hootsuite» каждый год количество уникальных мобильных пользователей растет, как и аудитория интернета. В основном пользователи заходят в Интернет через мобильные устройства. А с января 2018 г., по их подсчетам, в среднем один миллион человек в мире открывали для себя глобальную сеть, а это 11 новичков в секунду. Развивающиеся страны, где раньше Интернет был не очень популярен, сейчас используют эту возможность наряду с мировыми державами. В России же, на январь 2019 г. Интернет-пользователями являются более 76% жителей страны.

Таблица 1

Уровень вовлеченности населения мира в мобильную индустрию\*

| Показатель  | Период |      | Изменение<br>% |
|---|--------|------|----------------|
|   | 2018   | 2019 |                |
| Количество уникальных мобильных пользователей (млрд. чел)                 | 5,10   | 5,11 | 2              |
| Аудитория интернета (млрд. чел)   | 4,02   | 4,39 | 9              |
| Количество зарегистрированных в социальных сетях (млрд. чел)              | 3,20   | 3,48 | 8              |
| Количество людей, заходивших в Интернет с мобильных устройств (млрд. чел) | 2,99   | 3,26 | 9              |

\* составлено на основе данных агентства Hootsuite

Таким образом, мы понимаем, что завлечь персонал, желательно имеющий выход в Интернет, в процесс обучения менеджер по обучению может игрофицированным процессом, который имеет упрощенный, визуальный обучающий материал.

Превосходный метод обучения, который прекрасно подходит для данной цели – геймификация. Данный метод подразумевает собой 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 [2, с. 122]. Здесь мы видим все необходимое для усовершенствования рабочего процесса, процесса обучения каждого сотрудника любой компании. Приоритетом данного метода является то, что он достаточно новый, современный и гибкий. В любую сферу мы можем внедрить его и получать плоды от улучшенного обучения персонала.

Несмотря на то, что метод достаточно новый и является современной концепцией, он имеет свои принципы, которые еще не изучены до конца. Данный метод только внедряется в российские компании, и он многим непонятен. Этот раздел обучения требует углубленного анализа и изучения для нас. Именно в этом инструменте мы встречаем элементы мотивирования современного поколения, согласно их условиям развития. В геймификации мы видим комбинацию лучших бизнес-идей с элементами программы лояльности сотрудников, игровые техники с инструментами поведенческой экономики и психологии управления.

Несмотря на привлекательность данного инструмента обучения, процесс внедрения геймификации достаточно сложен. Также, процесс создания самой бизнес-игры требует затрат большого количества времени у менеджера по обучению персонала, ведь технология игры должна быть эффективной и удовлетворять потребности сотрудников [3, с. 281].

В данной статье под геймификацией мы будем понимать новейший метод обучения, с использованием инструментов, характерных для компьютерных игр, игрового мышления для вовлечения персонала в процесс обучения и мотивации сотрудников.

Опыт показывает, что использование данного инструмента позволяет значительно увеличить эффективность образовательного процесса. Геймификация успешно используется и внедряется в разных сферах, среди которых: развитие и обучение персонала, маркетинговые коммуникации, образование, социальная сфера, экология, фитнес и здоровье и др. [4, с. 166]. Исследование выполнено на базе одного из гостиничных комплексов, расположенных на территории города Иркутска. Цель исследования: разработка методов геймификации для повышения вовлеченности молодых сотрудников в процесс обучения. Для выполнения целей были поставлены следующие задачи:

- разработать план геймифицированной социальной сети;

- разработать социальную сеть, согласно уникальным особенностям современного работающего поколения;
- понять важность геймификации для сотрудников.

В ходе исследования выдвинуты гипотезы исследования:

- чем моложе возраст персонала, тем тяжелее замотивировать его на обучение;
- существование взаимосвязи вовлеченности персонала в процесс обучения и результативности выполнения производственных показателей деятельности.

За основу исследования была взята группа сотрудников двух гостиничных комплексов, среди которой было проведено анкетирование персонала молодого поколения. Были предложены следующие вопросы:

Удовлетворены ли Вы традиционными методами обучения компании?

Какой метод обучения подходит Вам: лекция, практическое занятие, ролевая игра, вебинар, экскурсии, или предложите свой вариант ответа.

Что можете предложить, чтобы усовершенствовать подходящий для Вас метод обучения?

В опросе приняло участие 60 сотрудников гостиничного комплекса в возрасте от 18 до 25 лет.

Таблица 2

Состав исследуемой группы\*

| Должность                 | Распределение по половому признаку |      |
|---------------------------|------------------------------------|------|
|                           | Жен.                               | Муж. |
|                           | 40                                 | 20   |
| Горничные                 | 15                                 | 0    |
| Официанты                 | 15                                 | 15   |
| Администраторы СПиР       | 5                                  | 5    |
| Менеджеры по бронированию | 5                                  | 0    |

\* составлено автором

Результаты опроса представлены на рисунке 1 и 2.

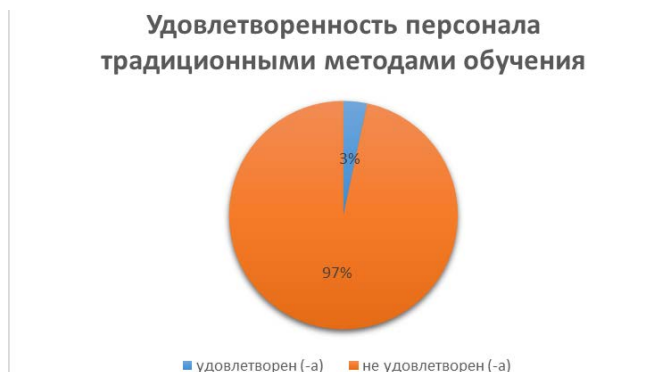


Рисунок 1. Уровень удовлетворенности персонала традиционными методами обучения



Рисунок 2. Методы обучения для персонала молодого поколения

Идеи, которые были предложены сотрудниками для усовершенствования каждого метода:

– Лекция почти не актуальна для молодого поколения. Опрошенные хотят привнести в этот метод удаленность (не собираться всем как в школе), поэтому преимущество – у методов обучения вебинар, либо элементы игр, фильмов, музыки, жестов. Например, для администраторов ресепшн хорошо запомнятся моменты из фильмов по сервису, продажам. Горничным можно сделать игру «собери пазл» из средств по

уборке номерного фонда и отработке самой процедуры уборки, ее последовательности.

– Основные три метода, которые интересны сотрудникам поколения «Y» – это практика, ролевая игра и квест. С помощью ролевой игры сотрудник службы приема и размещения, официант и горничные отрабатывают тему возражений гостей, как по телефону, так и тет-а-тет. За каждую пройденную игру, уровень в тесте, персонал хотел бы получать какую-то выгоду, виртуальные монеты, бонусы.

Также предлагаем идеальную модель обучения персонала – геймифицированную корпоративную социальную сеть для предприятий сферы услуг (рис. 3).

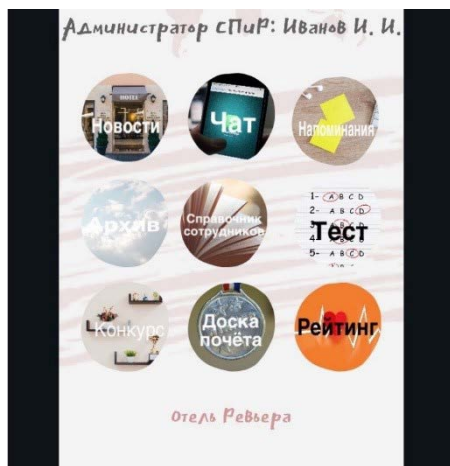


Рисунок 3. Пример интерфейса приложения для компаний сферы услуг

Корпоративная социальная сеть будет включать следующие аспекты:

1. Лента событий;
2. Обсуждения в группах;
3. Напоминания;
4. Справочник сотрудников;
5. Хранилище файлов;
6. Тестирование;
7. Конкурсы;
8. Доска почёта;
9. Рейтинги;

#### 10. Виртуальная валюта.

Подразумевается, что данная сеть будет мобильным приложением, так как мы живем в век информационных технологий, и наши гаджеты с нами 24/7.

Лента событий будет показывать современные новости сферы предприятия в стране и в мире, мотивационные статьи людей, которые достигли пика в сфере, где работает предприятие и многое другое. Каждое подразделение будет иметь собственный чат для обсуждения рабочих процессов. Опросы будет проводить руководство, менеджер по персоналу по необходимым вопросам, например, какая тема будет интересна сотрудникам для новостной ленты, где лучше провести следующее корпоративное мероприятие, по мнению персонала и т.д. Напоминания будут служить для того, чтобы сотрудники не забывали о важных датах компании, днях рождения коллег, выездных мероприятиях, конференциях. В справочнике сотрудников будут собраны все профили каждого работника, которые они заполняют самостоятельно в виде обычной анкеты: ФИО, возраст, стаж, хобби и увлечения, добавляют фото профиля, на примере современных социальных сетей «Вконтакте» или «Instagram». У каждого сотрудника в приложении будет собственный архив или облако, куда они будут сохранять важные документы из чата, посты ленты событий и добавлять свою информацию в виде заметок. Тестирование для каждого подразделения будет проходить, согласно правилам аттестации в учреждении. Конкурсы также становятся как индивидуальными для каждого отдела, так и для всей компании. Например, «Лучший по профессии», «Лучший администратор», «Мисс Компания 2020», «Мистер Компания 2020». Все условия, будут описаны в данной вкладке. Фотографии победителей конкурсов будут размещены на доске почета, а следить за собственным успехом в продвижении соревнования и заслугами коллег, сотрудники будут в разделе рейтинга. И самое главное, каждый успех – выполнение плана, личная заслуга, индивидуальные продажи будут поощряться виртуальными монетами на усмотрение руководителя подразделения и АУПа в целом. Далее на эти виртуальные монеты персонал может получить сертификаты на посещение магазинов косметики, фитнес-центров, сертификаты на проживание в отеле или ресторана компании.

Данная социальная сеть значительно увеличит интерес у персонала поколения «Y», ведь их базовая потребность – «чатиться» и листать новости – будет удовлетворена. Они будут читать нужную информацию



для работы в игровой форме, нежели тратить время «впустую» в развлекательных социальных сетях. У «Миллениалов» есть потребность в неограниченном доступе к информации, и они ее здесь реализуют. Также, потребность молодого поколения заключается в том, что им важно быть признанными [5, р. 36]. Она будет удовлетворена за счет конкурсов, рейтинга и виртуальной валюты. Так как им, в основном, проще общаться онлайн, в списке профайлов они найдут нужного сотрудника и уточнят вопрос, обсудят рабочие моменты. Иногда даже своему начальнику они не скажут то, что напишут в сообщении.

Таким образом, внедрение игровых методов в обучение работников предприятий сферы услуг позволит выполнить главную миссию каждой компании – предоставление услуг высокого качества, а в конечном итоге – максимизировать ее прибыль. Так как персонал будет вовлечен в свою работу намного больше, появится желание расти и развиваться в этой компании.

### **Список использованной литературы**

1. Управление персоналом. Теория и практика. Организация, нормирование и регламентация труда персонала / Ивановская Л.В., Свистунов В.М., Митрофанова Е.А. — Москва : РГ-Пресс, 2019. — 64 с.
2. Макарова А.С. Игрофикация маркетинговых коммуникаций как эффективный способ общения с целевыми аудиториями // Молодой ученый. — 2012. — № 8. — С. 122–125.
3. Просвирина Н.В. Внедрение инструментов геймификации в управление персоналом // Вестник Академии знаний. — 2020. — № 37 (2). — С. 280–286.
4. Ланская Д.В. Геймификация в процессе научно-инновационной и творческой деятельности: формы и методы мотивации талантов // Вестник Академии знаний. — 2020. — №37 (2). — С. 165–172.
5. Not Everyone Gets A Trophy: How To Manage Generation Y / Bruce Tugan. — 2017. — 250 p.