

УДК 331.103.226

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

© Мамась Я.Д., Солодова Е.П.

e-mail: yanooska@gmail.com

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва, г. Самара, Российская Федерация*

Геймификация – это целенаправленное использование игровых элементов для формирования нового опыта в неигровых задачах и процессах. Метод геймификации является одним из наиболее успешных методов стимулирования персонала в современных компаниях.

Геймификация является инновационным методом нематериальной мотивации персонала, который уже давно стал популярен в развитых зарубежных странах. В России популярность этого метода только набирает обороты, большинство компаний не используют этот метод или не знают о нем. В этом и состоит актуальность моей работы.

Целью работы является разработка практических рекомендаций по совершенствованию нематериальной системы мотивации персонала с использованием метода геймификации.

Применение геймификации возможно в разных сферах деятельности, таких как: торговля, информационные технологии, образовании и пр. В данной работе рассматривается применение метода геймификации в ресторанном бизнесе.

Ресторанный бизнес частично использует информационные технологии в работе, что упрощает внедрение геймификации. У каждого работника есть рабочий телефон, куда он вносит заказ посетителей (для официантов), получает заказ, начинает готовить и сообщает, что заказ готов (для поваров). Система будет отслеживать время принятия заказа, его правильность, время приготовления и подачи заказа. За правильно и быстро выполненную работу работники получают баллы. Так же сами посетители могут участвовать в этой игре, давая дополнительные баллы работникам за хорошую работу.

В конце каждого месяца количество баллов подсчитывается, выводится рейтинг работников. Лучший работнику получает премию и висит на электронной доске почета в приложении до следующего месяца.

Данный метод позволит работником быть заинтересованными в качестве своей работы по всем показателям. На протяжении всего месяца работник видит свое количество баллов и количество баллов других, что добавляет соревновательный дух. Опережая других, работник получает удовлетворение.

Геймификация и внедрение игры является инструментом, демонстрирующим высокий уровень вовлеченности, что порождает интерес организаций к использованию данного метода. Но внедряя элементы геймификации в систему мотивации персонала, важно точно знать, как устроена данная система и система управления персоналом в целом. Игры в организации рекомендуется применять для развития инновационной культуры, роста производительности, развития персонала и привлечения и удержания потребителей.

Но, как и у любого метода, у геймификации есть свои недостатки. Одним из главных недостатков является излишняя увлеченность работников игрой, что может

мешать рабочему процессу, затраты на разработку и внедрение. В случае с внедрением данной игры, недостаток с излишней увлеченностью перестает быть актуальным, так как чем больше работники вовлечены в игру, тем больше эффективность их работы.

Библиографический список

1. Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-instrument-upravleniya-personalom-sovremennoy-organizatsii>
2. Сидунова, Г.И., Сидунов, А.А. Геймификация в системе форсайт менеджмента. Теоретические и прикладные аспекты современной науки, 5(5), 181-186.
3. Пузина, Н.В. Международный опыт геймификации для HR российских организаций. Инновационное образование и экономика, 12, 49-51.
4. Deterding, S. (2012). Gamification: designing for motivation. Interactions, 19, 14–17
5. Zichermann, G., Cunningham, C. Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.