

Инструменты работы с ценностями сотрудников через геймификацию HR процессов

Научный руководитель – Коргова Марина Анатольевна

Калюжная Кира Алексеевна

Студент (бакалавр)

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт бизнеса и делового администрирования, Москва, Россия

E-mail: kalyuzhnaaya@gmail.com

Геймификация как инструмент бизнеса представляет собой использование игровых механизмов в неигровых контекстах, иначе говоря, позволяет достигать коммерческих целей вне самой игры (например, повышать выручку, уменьшать показатели текучести персонала и так далее) [1]. В случае работы с персоналом геймификация позволяет отвлечь сотрудников от традиционного понимания работы и рабочей среды и создать особую модель для их взаимодействия с собственным трудом и компанией.

В настоящее время всё чаще исследователи и практики уделяют внимание [2, 5] диагностике ценностей сотрудников и донесению корпоративных ценностей до персонала с целью оптимизации бизнес-процессов компании. Предпосылка данного исследования стоит на утверждении о том, что *вследствие ограниченности функций сотрудника, предписанных его должностной инструкцией, его ценности не могут проявиться в его поведении в полной мере, а значит, существует необходимость в дополнительной диагностике набора ценностей у сотрудника*. Создавая новый контекст для выполнения рутинных задач, геймификация может решить поставленную проблему.

Данное исследование опирается на типологию игроков Ричарда Бартла, который классифицирует поведение игроков в многопользовательской игре (чем и является геймификация в организации) [3], и теорию базовых индивидуальных ценностей Шаломы Шварца [4]. Работа выявляет корреляцию между основными индивидуальными ценностями и игровым поведением, путём проведения опроса среди сотрудников в компании розничной торговли, где геймификация уже была внедрена.

Результаты исследования будут наиболее актуальны для диагностики ценностей уже действующих сотрудников, нежели для кандидатов на те или иные должности, а также при выявлении корпоративных ценностей и формирования внутреннего HR бренда.

Основные выводы исследования:

- Игровое поведение человека проявляет его основные ценности, связанные с трудовой деятельностью. Следовательно, возможно более достоверно узнать мотивацию сотрудника и выстроить его карьерный путь;
- Геймификация стимулирует раскрытие и реализацию поддерживающих работу ценностей человека, обычно напрямую не участвующих в его трудовой деятельности. Персонал меньше отвлекается от работы и в целом больше вовлечён;
- Геймификация может выступать площадкой для более наглядного проявления корпоративных ценностей - совершая действия в игре, сотрудник понимает на практике, а не в теории, какие его действия поощряются компанией, а какие - нет.

Источники и литература

- 1) 1) Вербак Кевин и Хантер Дэн Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса 1-е изд. М.: Манн Иванов и Фербер 224 стр. 2014 г.
- 2) 2) Кабалина В.И, Решетникова К.В. Ценности российских менеджеров и корпоративные ценности // Российский журнал менеджмента Том 12, № 2, 2014. С.37–66
- 3) 3) Bartle, Richard. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs.
- 4) 4) Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values
- 5) 5) Gorenak, Mitja & Košir, Suzana. (2012). The Importance of Organizational Values for Organization.