

3. В ситуации применения наказания к подчиненным, женщины – руководители рассматривают широкий круг возможных решений. К примеру, на первый раз можно простить, далее предупреждение и так далее.
4. Эмоциональность. Излишняя эмоциональность может послужить причиной конфликтов, несправедливости и неуверенности.
5. Опора на ощущения и интуицию. Нередко данные качества помогают принять верное решение и оценить его перспективу.
6. Анализ причин конфликтных ситуаций.
7. Женщины – руководители в рискованных ситуациях предпочитают действовать осторожно и постепенно.
8. Гибкость, дипломатичность, настойчивость. Данные качества позволяют руководителям – женщинам эффективно строить взаимоотношения с партнерами.
9. Сочетание и переключение с одной социальной роли на другую.

Сегодня никто не сможет дать однозначный ответ на вопрос: Какой стиль управления лучше? По мнению экспертов, наиболее эффективной формулой управления является комбинированная. Поэтому чтобы достичь высоких результатов в бизнесе, многие предприниматели предпочитают использовать именно такой стиль управления.

В заключение, хочется вспомнить слова Наполеона – «Я бываю то лисой, то львом. Весь секрет управления заключается в том, чтобы знать, когда следует быть тем или другим».

Литература и источники:

1. Авдулова Т.П. Гендерные аспекты управленческой деятельности. - [Электронный ресурс]: статья, Центр дистанционного образования «Элитариум», 2011. URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 19.01. 2016).
2. Либин А.В. Дифференциальная психология: наука о сходствах и различиях между людьми. М.: ЭКСМО, 2009. – 576 с.
3. Нартова - Бочавер С.К. Дифференциальная психология. М.: Флинта, 2012. – 280 с.
4. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности: учеб. пособие / Под ред. Г.С. Никифорова, М.А. Дмитриевой, В.М. Снеткова. - СПб. Речь, 2013. - 448.
5. Хохлова Т.П. Выявление гендерных аспектов менеджмента–фактор повышения эффективности управления //Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – 137 с. - №. 2

ГЕЙМИФИКАЦИЯ – КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА

М.С. Стяжкин

Научный руководитель – Е.В. Меньшикова

В современных условиях проблема нематериальной мотивации для повышения эффективности работы персонала всегда была и остается весьма актуальной. Такие известные ученые, как Герцберг, МакКлелланд, Маслоу, Врум и многие другие

посвятили жизни изучению данной проблемы, однако, так и не пришли к единому ответу.

Надо понимать, что любое предприятие, организация, фирма, компания – это люди, которые выполняют работу для достижения основных целей своей организации. Но не секрет, чтобы заставить людей выполнять работу действительно качественно, их необходимо стимулировать и мотивировать различными способами. Так одним из наиболее эффективных способов нематериальной мотивации, по моему мнению, является геймификация.

Таким образом, целью данной статьи является изучение геймификации – как новейшего способа нематериальной мотивации персонала, а также разработка мероприятий, которые приведут к снижению недостатков геймификации.

Итак, мотивация – это одна из основных функций менеджмента, направленная на побуждение людей к эффективной деятельности.

В теории существует множество способов и методов мотивации персонала, которые основываются на содержательной и процессуальной теориях мотивации. В современном мире выделяют 2 вида мотивации персонала:

- материальная мотивация;
- нематериальная мотивация.

Каждый вид мотивации играет определенную роль в системе мотивации, и только сочетание данных видов делает систему мотивации наиболее эффективной.

Однако, многие компании делают огромную ошибку не обращая внимание на нематериальную мотивацию персонала. И это действительно фатальная ошибка руководителей, которые считают, что подвигнуть людей к труду возможно только денежными поощрениями. Однако, по мнению многих кадровых экспертов, ученых и психологов, поощрение современного человека не должно ограничиваться только окладами и премиями. Современное поколение людей в возрасте от 20 до 30 лет ценит не только деньги, но и возможность для карьерного роста, самореализации, свободы личного времени и творчество при решении различных задач.

Таким образом, чтобы удовлетворить данные потребности персонала необходимо сочетать материальную и нематериальную мотивацию. Если исходить из потребностей персонала описанных выше, то одним из эффективных методов, по моему мнению, является геймификация.

Геймификация – новейший метод мотивации персонала, который заключается в превращении рутинной работы в особый игровой процесс.

Данный способ основывается: [2]

- на вовлечении сотрудников в бизнес – процессы;
- на творчестве сотрудников, в решении задач и достижении целей компании;
- на решении задач в рамках игрового процесса.

Для реализации мотивации на практике используются следующие приемы:

- виртуальные бейджи;
- статусы;
- уведомления;
- общие рейтинги сотрудников;
- конкурсы;
- квесты;
- и т.д.

Данный способ используется передовыми американскими и европейскими компаниями. В российской практике геймификация не так популярна, однако, с каждым днем уровень заинтересованности у российских работодателей все больше возрастает. И это не удивительно, благодаря данному способу сотрудники действительно нацелены на достижение результата.

Геймификация, действительно, прекрасный способ мотивации персонала, применение которого, несомненно, принесет свои плоды. Однако, используя данный способ, можно повысить деятельность сотрудников в несколько раз. Для этого рассмотрим основные формы геймификации:

- соревновательная;
- победная;
- эстетическая.

Соревновательная геймификация основана на мотивации сотрудников путем различных соревнований, тематика которых тесно связана с проблемами или задачами компании. Данная форма подразумевает создание различных конкурсов, состязаний, в рамках которых будут решены первостепенные задачи компании.

Победная геймификация основана на заинтересованности сотрудников в игровом процессе, в рамках которого будут выполнены задачи компании. Отличие данной формы в том, что по окончании игрового процесса все сотрудники будут победителями. При этом, климат и атмосфера в компании будут всегда положительными, а сотрудники смогут сплотиться.

Эстетическая геймификация основывается на доведении главных целей и задач для сотрудников, при этом, данные цели и задачи должны совпадать с интересами и желаниями сотрудников компании. В качестве примера можно привести ситуацию, когда за перевыполнение плана продаж сотрудник будет получать какую-либо медаль, грамоту или незначительный подарок [3].

Таким образом, внедряя данный способ мотивации персонала, можно применять как все три формы геймификации, так и одну. Однако, как показывает зарубежная практика передовых компаний, сочетая все три формы геймификации можно добиться максимального эффекта.

Рассмотрев геймификацию как новейший способ мотивации персонала, а также углубившись в его формы, можно выделить следующие преимущества и недостатки.

Преимущества:

1. Замена рутинной работы игровым процессом;
2. Вовлечение всех сотрудников в бизнес – процессы для решения задач;
3. Развитие творческого и неординарного мышления у сотрудников;
4. Возможность самореализации сотрудников;
5. Заинтересованность сотрудников в выполнении задач компании;
6. Повышение сплоченности коллектива при совместном решении задач;
7. Визуализация достижений и прогресса сотрудников.

Недостатки:

1. Поверхностность;
2. Концепция геймификации не учитывает то, что применение данного способа должно приносить человеку удовольствие;
3. Краткосрочный эффект;
4. Развитие конкуренции между сотрудниками, что может привести не к достижению целей компании, а низкому корпоративному духу.

Рассмотрев понятие геймификации и ее видов, видно, что, несмотря на множество преимуществ, данный метод мотивации имеет и ряд недостатков. И это совершенно логично, так как геймификация, как и любой из методов мотивации, подойдет не каждому. Однако, предложенные мною мероприятия, поспособствуют снижению недостатков геймификации (таблица 1).

Таблица 1 – Мероприятия по снижению недостатков геймификации

Недостатки	Мероприятия
Поверхностность	На первый взгляд геймификация носит поверхностный характер, так как игровой процесс не поможет глубоко проанализировать поставленную задачу или проблему. Чтобы снизить данный недостаток, менеджерам необходимо полно и реалистично доносить все условия до сотрудников. Тем самым, каждый сотрудник будет понимать, что несмотря на то, что это игровой процесс, все условия реально описывают задачу или проблему, и чтобы найти решение необходимо вникать в самую суть.
Отсутствие удовольствия сотрудников	Внедрять геймификацию не как обязательный метод мотивации персонала, а как добровольный. В результате этого все желающие принимают участие в игровом процессе при этом получают удовольствие от самого процесса. Так как геймификация применяется к молодым сотрудникам, то со временем, возможно, что все сотрудники вовлекутся в игровой процесс.
Краткосрочный эффект	Применение геймификации регулярно, способствует развитию творческих и неординарных качеств у сотрудников. Регулярные игровые процессы в виде различных кейсов и удовольствие сотрудников смогут привести к тому, что сотрудники постоянно будут применять творчество в работе.
Снижение корпоративного духа	Применять не соревновательный вид геймификации, который приведет к снижению корпоративного духа, а победную геймификацию, в результате которой все сотрудники будут победителями, при этом компания достигнет свои цели.

Таким образом, подводя итог данной статьи, можно сказать, что геймификация, действительно, новейший метод мотивации персонала, который может дать желаемый результат для руководителей компании. Применение данного способа во многом зависит от возрастной структуры персонала, а также их потребностей. Только глубокое знание своих сотрудников может определить возможность и необходимость внедрения данного способа в систему мотивации.

Однако, учитывая опыт американских и европейских передовых компаний, а также тенденции к омоложению персонала компаний, стоит сказать, что геймификация и разновидность ее форм, непременно, повысят эффективность работы не только всех сотрудников, но и компании в целом.

При этом, не стоит забывать, что только при сочетании всех видов мотивации можно повысить эффективность всей системы мотивации персонала, а, следовательно, и деятельность компании, в целом.

Литература и источники:

1. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие. – 3 изд. перераб и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011

2. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация: процесс: учеб. Пособие/О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: МГУ, 1995. – 438 с.
3. Добролюбов Е.А. Система материального и нематериального стимулирования (мотивации) персонала/ Е.А. Добролюбов//Банковские технологии. – 2002.-№3.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ КОЛЛЕКТИВА

М.В. Утропова

Научный руководитель – И.Е. Никулина

Каждый менеджер должен понять, что служит причиной неэффективности их совместной работы. Если он это поймет, то это открытие может оказать существенную силу воздействия на команду. Отрицательное отношение к конфликтам и особенности коллективного восприятия являются результатом тех эмоциональных установок, которые мешают работе коллектива.

В конце XX века треть американской рабочей силы составили «обработчики знаний», то есть люди, чья деятельность заключается в повышении ценности информации, будь то рыночные аналитики, теоретики или компьютерные программисты. Питер Друкер, известный знаток бизнеса, который изобрел термин «обработчик знаний», указывает, что их продуктивность зависит от того, насколько их усилия, как части организационной команды, скоординированы с работой остальных: теоретики не имеют отношения к издательствам, а компьютерные программисты не занимаются распространением программного обеспечения. Хотя люди всегда работали совместно, отмечает Друкер, при обработке знаний «команды, а не отдельный человек, становятся рабочей единицей». А это объясняет, почему в грядущие годы эмоциональный интеллект, способности, которые помогают людям жить в мире и согласии, будут все выше цениться как достоинство на рабочем месте.

Способ выражения рационального ума заключается в словах, ну, а эмоции всегда выражаются невербальными средствами [1]. Нельзя не согласиться с этим мнением, поскольку человеческие эмоции редко бывают облечены в слова; гораздо чаще они выражаются с помощью иных сигналов. Ключом к интуитивному постижению чувств другого человека служит способность расшифровывать информацию, передаваемую невербальными путями: интонацию голоса, жест, выражение лица.

Вообще мысль о существовании группового интеллекта принадлежит Роберту Стернбергу, психологу из Йельского университета, который пытался понять, почему одни группы добиваются гораздо более высоких результатов, чем другие. Дело в том, что когда люди собираются вместе, чтобы работать как одна группа, каждый приносит определенные таланты, например, творческий подход, эмпатию или техническую эрудицию. Несмотря на то, что группа может быть ничуть не «сообразительнее», чем равнодействующая всех этих частных сил, она может оказаться намного тупее, если ее внутренние дела не позволяют людям поделиться своими дарованиями. Эта истина со всей очевидностью обна-