

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Квасенкова Екатерина Александровна

магистрант, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА - Российский технологический университет», РФ, г. Москва

Бергер Екатерина Геннадьевна

доцент, канд. техн. наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА - Российский технологический университет», РФ, г. Москва

Компании-разработчики ПО дают оценке инвестиций не только количественную, но и качественную оценку.

Компания Jive утверждает, что внедрение их продукта, начинает приносить прибыль с самого начала проекта. Продуктивность работников увеличивается до 15%, удовлетворенность работой повышается на 38%, при этом экономя работодателям миллионы долларов.

По данным другой, не менее известной, компании Yammer, прибыль от инвестиции не является финансовой, она видна компаниям, которые нацелены на внутреннее развитие, трансформацию.

1С-Битрикс и отечественная DaOffice сошлись на мнении, что возврат инвестиций происходит через сэкономленное время.

Из всех рассмотренных показателей руководителей компаний волнуют в большей степени следующие показатели эффективного внедрения (Рисунок 1):

1. Сплочение коллектива, сокращение дистанции между руководством и коллективом, выявление внутренних проблем – 33%
2. Вовлеченность персонала в рабочие задачи, сокращение текучки кадров – 63%
3. Распространение и накопление корпоративных знаний и опыта – 50%
4. Катализатор и обмен идеями для развития бизнеса – 17%
5. Оптимизация процесса принятия решения – 37%
6. Адаптация новичков к коллективу, процессам в компании, корпоративным ценностям – 40%

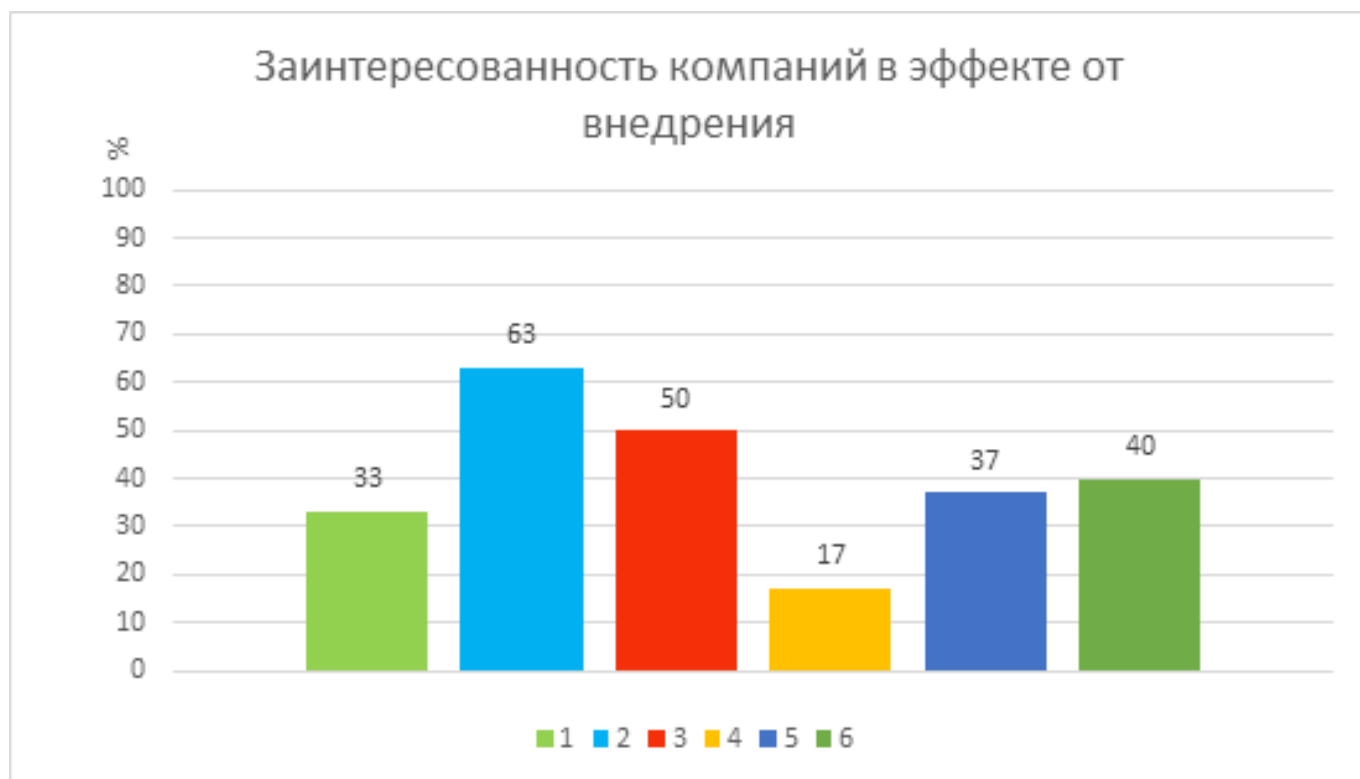


Рисунок 1. Заинтересованность компаний в эффектах от внедрения

Повышение вовлеченности персонала методом геймификации

Организация и работа внутренних корпоративных социальных сетей аналогична открытым. В них каждый пользователь также заполняет свой профиль, указывает компетенции, интересы, цели, ведет блоги, устанавливает связи с коллегами[1]. Ключевым моментом является качественная визуализация сети и возможность быстрого нахождения необходимой информации. Не смотря на привычный интерфейс сети и неформальное общения, пользователям необходима мотивация для ее использования.

Существуют методы нематериальной мотивации, например, геймификация (игрофикация). Процесс реализации игровых стратегий в бизнесе называется геймификацией. Геймифицированный проект использует преимущества игровых механик, программ лояльности и поведенческой экономики для решения критических проблем и увеличения вовлеченности. [1]. При этом сотрудники, или целые отделы, будут оцениваться по качеству и количеству выполненной работы. Достижения могут быть оценены очками опыта, лайками, уровнями или умениями.

Степень заинтересованности персонала в геймификации напрямую зависит от возраста отдельно взятого сотрудника. Чем старше сотрудник, тем менее он заинтересован в мотивации данным методом. На рисунке 2 представлена разбивка направленности на сотрудников метода геймификации в Российских компаниях.

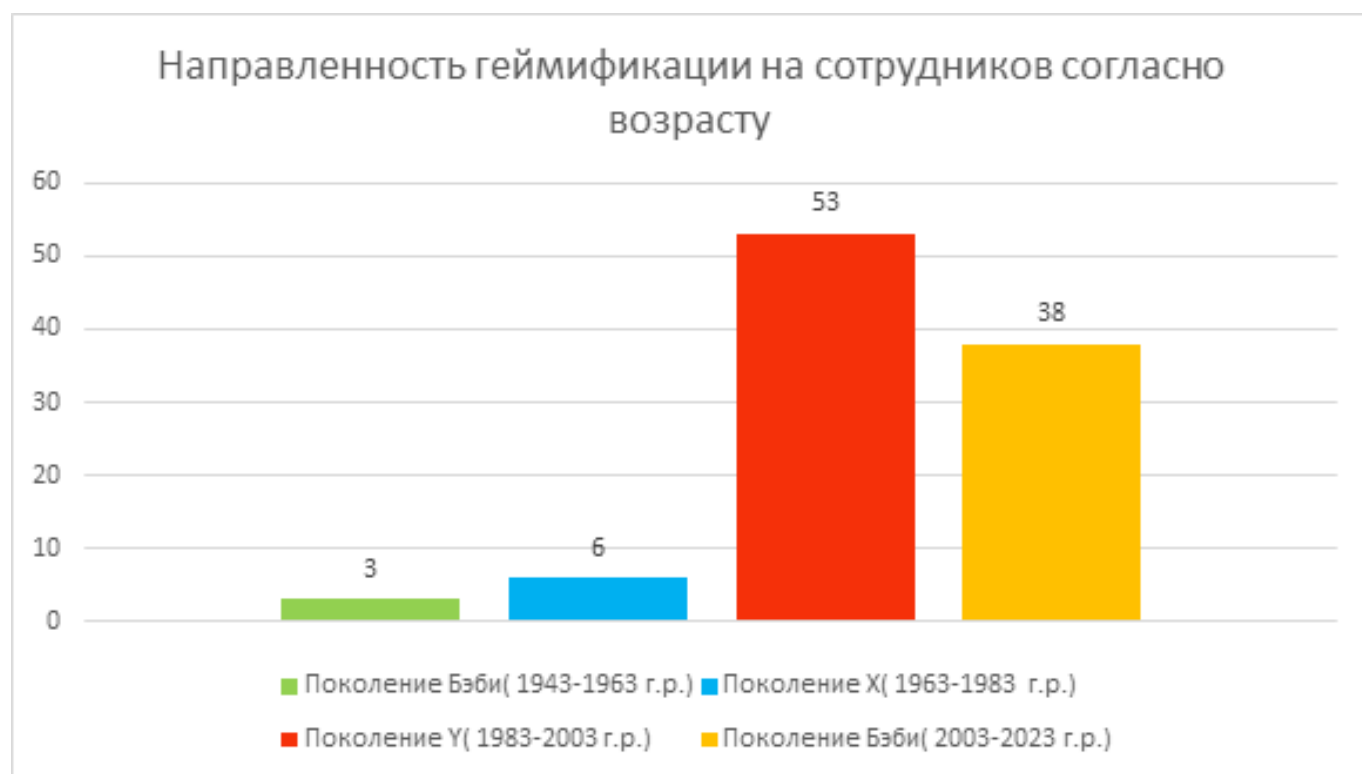


Рисунок 2. Направленность геймификации на сотрудников согласно возрасту

В зависимости от рода деятельности предприятия и приоритетов сотрудников необходимо определить направленность системы мотивации (Рисунок 2).



Рисунок 3. Системы мотивации в рамках геймификации компании

Расчет и оценка экономической эффективности

Основываясь на предположении, что вовлеченность персонала является основным показателем эффективности внедрения, влияющего на повышение производительности труда, сделаем расчет эффективности внедрения.

Исключая субъективный анализ, используем способ, основанный на использовании в расчете характеристик активности работников в социальной сети.

Допустим, что высоко-вовлеченные сотрудники заходят в сеть, как минимум, один раз в день. По мнению экспертов, такие сотрудники смогут сэкономить около тридцати часов в год, используя систему с аналогичной частотой посещений. Подобным способом, посчитав показатели активности пользователей в сети, можно оценить повышение продуктивности.

Таблица 1

Повышение производительности труда на одного работника

№	Метрика	Формула	Год 1	Год 2	Год 3
C1	Количество работников		7 000	7 000	7 000
C2	Доля работников с высоким уровнем вовлечения		5 %	5 %	5 %
C3	Годовая ставка на одного работника		720 000	720 000	720 000
C4	Процент улучшения производительности	30 из 1970 часов в год	1,5 %	1,5 %	1,5 %
C5	Процентов охвата		50 %	50 %	50 %
	Всего	$C1 * C2 * C3 * C4 * C5$	1 764 000	1 764 000	1 764 000

--	--	--	--	--	--

Список литературы:

1. Гейб Зикерманн. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов. М.: Манн Иванов Фербер, 2014. – 272 с.
2. Связанные одной сетью: Корпоративный портал - социальная сеть сотрудников. Журнал СІО – 2011.