

ГЕЙМШТОРМИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ БИЗНЕСОМ

И. Г. Грентикова¹, Т. А. Алабина^{1,2}

¹ Кемеровский государственный медицинский университет (Кемерово, Россия)

² Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

В статье обоснована целесообразность использования российским бизнесом геймшторминга, который позволяет совершенствовать коммуникативные навыки сотрудников, генерировать новое, выстраивать стратегию развития коммерческой организации. Методика геймшторминга проста и доступна к использованию. Авторами обосновано использование руководителями коммерческой организации наиболее удобного инструмента геймшторминга. Сделано заключение о необходимости делового сотрудничества между высшей школой и бизнесом. В результате может быть получен действенный вариант государственно-частного партнерства, преследующий формирование инновационной модели экономики.

Ключевые слова: геймшторминг, бизнес, инновация, апробированная методика, командная работа.

GAMESTORMING AS A TOOL IN MAKING DECISIONS BY BUSINESS

I. G. Grentikova¹, T. A. Alabina^{2,3}

¹ Kemerovo state medical university (Kemerovo, Russia)

² Kemerovo state university (Kemerovo, Russia)

³ Altai state university (Barnaul, Russia)

The article substantiates the expediency of using gamestorming by Russian business, which allows to improve the communication skills of employees, generate new, build a strategy for the development of a commercial organization. Gamestorming technique is simple and available for use. The authors substantiate the use of the most convenient tool gamestorming by managers of a commercial organization. The conclusion about the need for business cooperation between higher education and business was made. As a result, an effective option of public-private partnership can be obtained, pursuing the formation of an innovative model of the economy.

Keywords: gamestorming, business, innovation, proven methodology, teamwork.

В процессе интеграции России в мирохозяйственные связи появилось огромное количество заимствованных терминов, имеющих свое смысловое содержание, методическое наполнение и конкретное практическое использование. Одним из таких терминов является геймшторминг (англ. gamestorming). Дословно данный термин можно интерпретировать как «игра» (англ. game), «мозговой штурм» (англ. brainstorming, brainstorm), «игровая буря» (англ. game storm). В отличие от многих других заимствованных терминов, гейм-

шторминг привнес в российскую действительность практическое наполнение, так как включал в себя не только объединение игры и мозгового штурма, но и представлял одну из игровых методик. Геймшторминг как метод в 2010 г. был описан в совместной работе Д. Грея (Dave Gray)¹, С. Брауна (Sunni

¹ Dave Gray — основатель компаний XPLANE (<https://www.xplane.com/>) и Boardthing (<https://boardthing.com/>).

Brown)¹ и Дж. Макануфо (James Macanufо)² под названием «Геймшторминг. Игры, в которые играет бизнес»³ [1] (в оригинале «*Gamestorming. A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers*», 2010 [2]), где авторы определили геймшторминг как продукт «силиконового супа» («*Silicon soup*»), который был получен в среде разработчиков инновационных идей, прежде всего, Силиконовой долины США (Silicon Valley) и помог в исследовании неочевидных проблем, позволил идти к целям, которые не имеют чёткого контура, погружаться в содержание инновационной идеи.

В настоящий период времени в России предлагаются готовые продукты геймшторминга, например, такие как лин-игры (lean games), тренинги, которые, на наш взгляд, не могут учесть особенности коммерческой деятельности, связанные с самой спецификой ее видов (например, добывающее или обрабатывающее производство) [3, 4].

Компания Adobe Inc., входящая в число 500 крупнейших компаний мира, одна из первых успешно использовала на практике геймшторминг для собственного бизнеса, где основной целью была определена вовлеченность клиента. В исследовании приняли участие примерно 90% от числа всех сотрудников компании. Проект был успешно реализован и усовершенствован с ориентацией на конечного пользователя. В результате было определено, что предлагаемый продукт эффективен и близок конечным потребителям, способен их заинтересовать, удержать и стабильно существовать на рынке [5].

Если говорить о содержании геймшторминга, его особенностях и методических подходах, то он применяется для определения конкретной сферы, ориентированности, реальности сценария в условиях определенной среды, что напрямую связано с видом экономической деятельности коммерческой организации [6, с. 44–52]. Исходя из чего можно констатировать его значимость непосредственно для регионального бизнеса, обусловлен-

ного особенностями социально-экономического развития отдельно взятого субъекта Российской Федерации. Например, для Кемеровской области доминирующий вид экономической деятельности — это угледобыча, металлургия, «большая» химия, для Алтайского края — агропромышленный сектор экономики.

В каждом конкретном случае важно получить ответы на такие вопросы, как правдоподобность сценария, достоверность полученных в результате игры результатов, реальность содержания игры, возможность внесения изменений в целях оптимизации результатов [7]. Важной особенностью геймшторминга является участие в «игровой буре» различных команд.

Одной среди основных задач в рамках реализации Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации обозначена задача содействия распространению апробированных успешных методик обучения менеджеров среди российских образовательных учреждений, занимающихся подготовкой управленческих кадров. Среди практических навыков, которые представители бизнеса хотели бы получить в ходе участия в Президентской программе, чаще всего заявляется разработка стратегии коммерческой организации. Разнонаправленные задачи слушателей данной программы отражаются на групповом обучении — основном элементе используемых интерактивных методов обучения, что, в свою очередь, отражается на целостности картины взаимосвязей и взаимодействия отдельных элементов, что не всегда позволяет слушателям как представителям бизнеса решать комплексные задачи [8, с. 26–28]. Необходимо также учитывать, что присутствует неоднородность состава слушателей по возрасту, стажу работы, образованию и сфере деятельности, что отражается на формировании состава групп для решения поставленных задач [9, с. 29]. Следовательно, геймшторминг может выступать инструментом для принятия решений как в процессе обучения представителей бизнеса, так и использования в практической деятельности.

Проблемным остается вопрос, каким образом проводить геймшторминг. Инструменты геймшторминга сами по себе не новы — модерация, фасилитация — давно используют аналогичные практики. Эксперты приводят примеры, когда руководители организаций просят провести мозговой штурм или тренинг по командообразованию, при этом каждый закладывает свой смысл — это может быть формат либо тимбилдинга, либо стратегической деловой игры, либо модерации конкретного мероприятия корпоративного характера.

¹ Sunni Brown названа одной из «100 самых креативных людей в бизнесе» («100 Most Creative People in Business») и одной из «10 самых креативных людей в Твиттере» («10 Most Creative People on Twitter») по версии Fast Company. Она является основателем креативного консалтинга, международным спикером, соавтором *Gamestorming* и лидером глобальной кампании по визуальной грамотности под названием *The Doodle Revolution*.

² James Macanufо является старшим консультантом (senior consultant) в компании XPLANE (<https://www.xplane.com/>), где руководит практикой визуального мышления. Среди его клиентов компании HP, IBM, Autodesk, Nokia, Департамент образования США (The US Department of Education) и Корпус морской пехоты США (The US Marine Corps).

³ Издана в России в 2012 г.

Топ-менеджмент коммерческих организаций необходимо обучать методикам вовлечения сотрудников в качественное решение рабочих вопросов. Решение конкретной задачи позволяет сотрудникам организации взять на себя определенный объем работ и нести ответственность за выполнение.

Геймшторминг отличает собственный подход, точка зрения:

- для командной работы необходимо принять базовый арсенал инструментов для обсуждения, поиска новых идей, устранения ошибок (ассоциограммы, матрицы, ландшафтные карты);
- в процессе работы команды эмоциональная составляющая должна поддерживать рациональную составляющую (нужна цветовая составляющая, музыка, движение, макеты);
- должна присутствовать визуализация проблемы и возникающих идей, так как это позволяет людям с разными взглядами прийти к согласию (можно использовать все подручные элементы: коробки, пластилин, карандаши, скрепки и т. д.);
- для исследования проблемы необходимы различные подходы, инициатива должна переходить от одного участника команды к другому (например, затратный и рыночный подход в ценообразовании);
- использовать приемы немецких модераторов [10, с. 3–6], которые ищут вопрос, являющийся ключом к решению проблемы (игра на преодоление).

На наш взгляд, для руководителя коммерческой организации наиболее удобен формат модерации. На типовых совещаниях, как правило, принято считать, что присутствует человек, который знает проблему лучше, чем кто-либо, соответственно, он может сформулировать цель и довести процесс до эффективного результата. Если сформулировать отличие модерации от типового совещания, то можно прийти к выводу, что модерация — это определенный вариант проведения обсуждения, который логично приводит к нужному результату и предусматривает возможность участия всех присутствующих в процессе обсуждения и принятия предварительного решения, осознавая, что за этим стоит и персонифицированная ответственность за конечный результат.

В модерации процесс обсуждения проблемы и принятие решения разделен на конкретные части, каждая из которых имеет свою методику и специфику. Фазы модерации включают в себя:

- приветствие, создание неформальной обстановки;
- постановка проблемы или темы обсуждения в модерации;

- обсуждение темы модерации;
- ориентация на эффективный результат;
- окончание модерации.

Результаты проведенного обсуждения могут быть оформлены в предварительный свод мероприятий. Роль модератора заключается в том, чтобы получить от участников четкую и понятную формулировку результатов. Только четкость и простота позволит участникам понять и утвердить выводы обсуждения. Результаты могут фиксироваться в виде таблицы, которая содержит перечень ответственных лиц, отвечающих за реализацию каждого мероприятия и сроки выполнения.

Компетентный модератор должен придерживаться основных правил, а именно: не навязывать собственное мнение и собственные цели; не оценивать мысли других, высказывания и поведение участников модерации; активизировать группу, ставить перед группой проблему, настраивать на ее обсуждение, задавать вопросы, при этом не навязывать собственные решения или мнение; принимать все высказывания группы как сигналы, которые помогают ему понимать коммуникационные процессы в группе; в случае возникновения конфликтов уметь привлечь внимание участвующих в обсуждении к формам их поведения по отношению друг к другу; управлять процессом, но не вмешиваться в содержание обсуждения.

Поскольку коммуникационные процессы в группах не всегда проходят упорядоченно, модератор может предложить группе принять «правила игры» для эффективной работы на время обсуждения. Группа может дополнить предложения модератора своими собственными предложениями. В этом случае группа будет более охотно принимать эти правила и сама следить за их выполнением. Основные правила игры для модерации представлены на рисунке.

Чтобы техника модерации была более наглядной, можно разработать конкретные типовые примеры, например, «Разработка программы обучения для руководящих сотрудников».

Итак, на первый взгляд все достаточно просто и логично выстраивается. Все шаги имеют описание, т. е. методика достоверно прописана. И вот здесь возникает вопрос: насколько представители бизнеса готовы самостоятельно разрабатывать типовые примеры, применять их для штурма новых инновационных идей, а также качественно, быстро проводить геймшторминг и формировать нужный в текущий момент времени результат. Можно констатировать, что в данном случае возникает необходимость делового сотрудничества между высшей школой и бизнесом: бизнес формулирует задачу, сотрудники высшей школы разрабатывают типовые примеры, используя методику геймштормин-

га, участвуют в «мозговом штурме», принимают участие в формулировке полученных результатов. В данном случае получается своеобразный вари-

ант государственно-частного партнерства, преследующий формирование инновационной модели экономики.

<p>Правило 1: высказывания должны быть краткими</p>	<ul style="list-style-type: none"> • При обсуждении в группе каждому участнику дается ограниченное время для выступления
<p>Правило 2: нельзя всем говорить одновременно</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Желающие выступить должны это подтвердить поднятием руки
<p>Правило 3: главные мысли нужно визуализировать</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Модератор должен резюмировать выступления и, согласовав с выступающим, записать главные идеи их выступления
<p>Правило 4: все обсуждать письменно</p>	<ul style="list-style-type: none"> • При острой тематике трудно соблюдать порядок обсуждения, поэтому все мысли должны быть зафиксированы на карточках
<p>Правило 5: спорные мнения отмечать «конфликтными знаками»</p>	<ul style="list-style-type: none"> • На любом совещании высказываются противоречивые мнения. Чтобы избежать длительных и непродуктивных дискуссий можно применять «конфликтные знаки», например знак «молния»

Модерация. «Правила игры»

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Грей Д., Браун С., Макануфо Дж. Геймшторминг. Игры, в которые играет бизнес: монография. СПб.: Питер, 2012. 288 с.
2. Gray D., Brown S., Macanuf J. Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers. Sebastopol (California, USA): O'Reilly Media, 2010. 290 p.
3. Геймшторминг — деловые игры и тенинги, гейм-решения для бизнес-задач. [Электронный ресурс]. URL: <http://gamestorming.ru/> (дата обращения: 25.07.2019).
4. Игры для обучения бережливому производству. [Электронный ресурс]. URL: <http://lean-games.ru/> (дата обращения: 25.07.2019).
5. Геймшторминг: описание, геймификация рабочего процесса. [Электронный ресурс]. URL: <https://bizgame.top/geymshstorming/> (дата обращения: 27.07.2019).
6. Feijoo G., Crujeiras R. M., Moreira M. T. Gamestorming for the Conceptual Design of Products and Processes in the context of engineering education // Education for Chemical Engineers. 2018. Vol. 22. P. 44–52.
7. Lejeune A. From Gamestorming to mobile learning: a conceptual framework and a gaming proposition to explore the design of flourishing business models: Thesis presented as partial requirement for the doctorate in cognitive informatics. Université du Québec à Montréal. 2017. 277 p.

8. Панина Т. С., Грентикова И. Г., Веремеенко А. В. Президентская программа подготовки управленческих кадров: проблемы и пути решения // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2016. № 3 (23). С. 25–30.

9. Грентикова И. Г., Поварич И. П. Проблемные аспекты подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства России // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2014. № 4 (16). С. 27–29.

10. Schülein M., Kusnetsova E., Alabina T. A. Das Ausbildungssystem in Deutschland als ein Weg zum Job oder zur Wissenschaft // Молодежь и наука: реальность и будущее: сборник трудов VIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. ФГБОУ ВПО Кемеровский государственный университет. 2016. С. 3–6.

REFERENCES

1. Gray D., Brown S. and Macanujo J. (2012) *Gamestorming. The games played by the business*: monograph. SPb.: Piter. 288 p. (in Russian)

2. Gray D., Brown S. and Macanujo J. (2010) *Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers*. Sebastopol (California, USA): O'Reilly Media. 290 p.

3. *Gamestorming — business games and trainings, game solutions for business tasks*. URL: <http://gamestorming.ru/>

4. *Games for learning lean manufacturing*. URL: <http://lean-games.ru/>

5. *Gamestorming: description, gamification of the workflow*. URL: <https://bizgame.top/geymshtorming/>

6. Feijoo G., Crujeiras R. M. and Moreira M. T. (2018) *Gamestorming for the Conceptual Design of Products and Processes in the context of engineering education*. *Education for Chemical Engineers*, Vol 22, 44–52.

7. Lejeune A. (2017) *From Gamestorming to mobile learning: a conceptual framework and a gaming proposition to explore the design of flourishing business models*: Thesis presented as partial requirement for the doctorate in cognitive informatics. Université du Québec à Montréal. 277 p.

8. Panina T. S., Grentikova I. G. and Veremeyenko A. V. (2016) *Presidential program management training: problems and solutions*. *Professional Education in Russia and Abroad*, 3 (23), 25–30. (in Russian).

9. Grentikova I. G. and Povarich I. P. (2014) *Challenges in management training for national economic enterprises of Russia*. *Professional Education in Russia and Abroad*, 4 (16), 27–29. (in Russian).

10. Schülein M., Kusnetsova E. and Alabina T. A. (2016) *Das Ausbildungssystem in Deutschland als ein Weg zum Job oder zur Wissenschaft*. *Youth and science: reality and future: proceedings of the VIII International conference of students, postgraduates and young scientists*. Kemerovo state university, 3–6.

Поступила в редакцию: 01.08.2019.

Принята к печати: 18.08.2019.