

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ

У сучасному світі все більше компаній обирають саме дистанційний формат роботи для свого персоналу. Даний формат має багато значних переваг, порівняно із класичним, очним форматом роботи в офісі. Проте при використанні дистанційного формату роботи постає проблема мотивації персоналу, адже в даному випадку мотивація співробітників має свою специфіку порівняно із класичним форматом, коли для мотивації персоналу підходять далеко не всі засоби мотивації персоналу. Мета даного дослідження полягає у з'ясуванні класичних засобів мотивації персоналу, які будуть найбільш ефективними при дистанційному форматі роботи співробітників.

Підприємства завжди стикалися і стикаються з різноманітними викликами різної складності та специфіки, і, незважаючи на наявні виклики та протистояння, практично перед кожним підприємством першочерговими завданнями є забезпечення підвищення ефективності господарської діяльності, посилення конкурентоспроможності на ринку. Загальновідомо, що на конкурентоспроможність підприємства впливає низка факторів внутрішнього та зовнішнього порядку, ключовим серед яких є персонал підприємства. Адже персонал підприємства – головний ресурс у контексті здійснення ефективної господарської діяльності та ключовий фактор конкурентних переваг на ринку [1]. Проте головним фактором ефективності персоналу, що значно впливає на ефективність самого підприємства є його мотивація, і, як було сказано раніше, для мотивації дистанційного персоналу підходять далеко не всі засоби, що використовуються для класичного формату роботи. Для того, щоб правильно визначити ефективні засоби мотивації персоналу підприємства необхідно дослідити її види.

В класичній теорії виділяють 4 види мотивації персоналу:

1. Організаційна мотивація — полягає в регламентації праці, вдосконаленні організації праці, регулюванні трудової дисципліни, розробці та застосуванні різних систем адміністративних покарань і заохочень.
2. Економічна мотивація — полягає в розробці та застосуванні систем матеріального стимулювання, спрямованих на відповідну винагороду за результатами праці.
3. Соціальна мотивація — враховує залучення людини в процесі праці в певний колектив, яка відчуває приналежність до нього та потребує визнання своєї праці і її результатів сім'єю, колективом, суспільством.
4. Психологічна мотивація — враховує різноманітні і неповторні індивідуальні риси особистості, її потреби, цінності, очікування тощо [2, с. 313].

Відомо, що при будь-якому форматі роботи персоналу: класичному, очному форматі роботи в офісі, гібридному чи дистанційному — найбільшій ефективності мотивації можливо досягнути лише при комбінуванні різних видів мотивації персоналу. Для того, щоб побудувати вдалу комбінацію, насамперед, визначаються основні фактори, які мотивують персонал до праці.

Загалом виділяють такі основні фактори мотивації персоналу:

1. Матеріальне стимулювання, до якого відносять: заробітну плату і премії, надбавки та різноманітні бонуси до неї, участь співробітників в акціонерному капіталі, участь у прибутках, плани додаткових виплат, оплата транспортних витрат та/або надання транспорту, стипендіальні програми та програми навчання тощо.
2. Умовно-матеріальне стимулювання, до якого відносять ощадні фонди, організацію харчування, продаж товарів, які виробляє компанія на вигідних умовах працівникам, програми медичного обслуговування, житлового будівництва, програми виховання і навчання дітей, гнучкі соціальні виплати, страхування життя тощо.
3. Нематеріальне стимулювання, до якого відносять стимулювання вільним часом, трудове (організаційне) стимулювання, стимулювання на основі суспільного визнання тощо [2, с. 313-315].

У факторах мотивації персоналу наведених вище, можна спостерігати засоби, що або взагалі не підходять для дистанційного персоналу, або не мають значного впливу на його мотивацію. До переліку таких засобів входять: оплата транспортних витрат, надання транспорту/підвозу співробітників до місця роботи, організації харчування, що не є доцільними через дистанційний формат роботи персоналу, тощо. З огляду на вищесказане, можна визначити засоби мотивації, які будуть найбільш ефективними для дистанційного персоналу на основі скомбінованих видів та факторів мотивації персоналу.

За результатами проведеного дослідження було визначено, що для мотивації дистанційного персоналу найбільш ефективними є такі засоби:

1. Створення можливостей прозорого кар'єрного зростання для всіх працівників всередині компанії, що дає персоналу стимули до продуктивної праці.
2. Забезпечення високого рівня заробітної плати, що відчутно перевищує середню заробітну плату по ринку.
3. Впровадження та забезпечення прозорої та справедливої системи оплати праці, яка орієнтується на кваліфікацію та досвід конкретного працівника, результати його діяльності та його індивідуальні досягнення.

4. Впровадження щорічної індексації заробітної плати відповідно до рівня інфляції, з метою компенсації працівникам втрат спричинених інфляційними процесами, що допоможе забезпечити збереження купівельної спроможності працівників на її попередньому рівні.
5. Виплати різноманітних премій і надбавок, що стимулюватиме працівників до якнайбільшої ефективності праці.
6. Фінансування різноманітних навчальних програм та програм підвищення кваліфікації персоналу компанії, або запровадження таких програм самою компанією, як стимулу до постійного професійного саморозвитку працівників компанії, і, як наслідок, до підвищення ефективності їхньої праці.
7. Подарунки з нагоди різних свят для працівників компанії, для підвищення продуктивності та лояльності до компанії.
8. Надання працівникам ексклюзивних знижок на продукцію компанії (у випадках, коли компанія випускає певну продукцію або розробляє певний продукт споживацького сегменту).
9. Забезпечення персоналу медичним страхуванням за кошти компанії.
10. Стимулювання продуктивних працівників вільним часом, шляхом надання додаткових вихідних, днів відпустки тощо.
11. Заохочення продуктивних працівників скороченням тривалості робочого дня за продуктивну працю.
12. Організація гнучкого графіку роботи, що надає дистанційному персоналу більше свободи, і, як наслідок — підвищує мотивацію та продуктивність.
13. Наявність постійного контакту та зворотного зв'язку з працівниками компанії з боку вищого керівництва.
14. Регулярне проведення різноманітних конференцій та обговорень, де будуть враховуватись думки та різноманітні ідеї кожного працівника, що викличе у нього відчуття значущості та приналежності, і, як наслідок — призведе до зростання його мотивації до ефективної праці.
15. Публічне суспільне визнання керівництвом досягнень працівників, що також викличе у конкретного працівника гордість та відчуття значущості, відчуття, що його робота має сенс та приносить користь, що матиме неабиякий вплив на рівень мотивації даного працівника.
16. Створення дружнього робочого колективу.
17. Підтримка дружньої та здорової робочої атмосфери в робочому колективі.
18. Впровадження системи та заходів запобігання та вирішення конфліктів, які виникають або можуть виникнути.
19. Забезпечити працівникам доступ до психолога, який буде надавати психологічну підтримку шляхом проведення як індивідуальних зустрічей, так і групових, своєчасного виявлення різноманітних психоемоційних проблем, які виникають під час робочого процесу та проведення заходів задля їх вирішення.
20. Організація гарної комунікації між членами робочого колективу, шляхом впровадження єдиної платформи для комунікації та обміну знаннями та розробки чітких стандартів комунікації між членами колективу.
21. Менторство та наставництво для нових та менш досвідчених працівників компанії з боку їх досвідчених колег, що має на меті допомогти працівникам у пристосуванні та адаптуванні, у розширенні та отриманні нових знань менш досвідченими працівниками тощо.

Таким чином, вище зазначені засоби мотивації дистанційного персоналу не є вичерпними і можуть коригуватись та адаптуватись до потреб та умов кожної конкретної компанії. Але при цьому необхідно завжди пам'ятати, що найбільш ефективної мотивації персоналу можливо досягти лише при комбінуванні різних видів та факторів мотивації працівників.

Список використаних джерел

1. Заставнюк, Л. (2022). Мотивація персоналу як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Економіка та суспільство, (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-54>
2. Менеджмент: Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». – Житомир: Вид-во «Рута», 2021. – 856 с.