

Алгоритм реалізації системи ефективної мотивації персоналу агентства з нерухомості

Ярослав Шаров

*здобувач освітньої програми «Менеджмент організацій»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: SharovIO@krok.edu.ua*

Віктор Алькема

*доктор економічних наук, професор,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: Alkema@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-5997-7076*

Актуальність дослідження полягає в тому, що мотивація персоналу є одним з ключових чинників успіху будь-якої компанії, включаючи агентства з нерухомості. Ефективна система мотивації персоналу забезпечує залучення та збереження талановитих співробітників, що в свою чергу призводить до зростання продуктивності, покращення якості послуг та збільшення прибутку. Однак, розробка ефективної системи мотивації персоналу є складним завданням, особливо в агентствах з нерухомості, де співробітники повинні мати високий рівень професійної компетентності та комунікативних навичок. Тому, розробка алгоритму реалізації системи ефективної мотивації персоналу агентства з нерухомості є важливим напрямком дослідження, який може сприяти підвищенню ефективності роботи компаній та покращенню їх конкурентоспроможності на ринку.

Об'єктом дослідження є система мотивації персоналу агентства з нерухомості. Основними елементами цієї системи є мотиваційні інструменти, які використовуються для залучення та підтримки високої продуктивності працівників.

Предметом дослідження є алгоритм реалізації системи ефективної мотивації персоналу агентства з нерухомості.

Метою дослідження є розробка такого алгоритму, який би допоміг агентствам з нерухомості збільшувати продуктивність свого персоналу шляхом належної мотивації. Крім того, метою дослідження є виявлення ефективних мотиваційних інструментів та стратегій, які допомагають залучати та зберігати талановитих працівників у цій галузі.

Досліджувана проблематика є предметом наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців. Теоретичною і методологічною базою дослідження послужили праці таких науковців як: І. М. Долішній [1], А. М. Колот [2], М. І. Туган-Барановський, А. Г. Маслоу, Ю. П. Бурило, В. Ф. Грищенко [3], Р. Б. Данилейчук [4], Г. Армстронг, Ф. В. Тейлор, П. Ф. Друкер.

У процесі роботи були використані такі методи дослідження: бібліографічний аналіз фахових джерел з проблематики дослідження, порівняльний аналіз для оцінки кращих практик реалізації системи ефективної мотивації агентства з

нерухомості та синтез для узагальнення та формулювання висновків.

На першому етапі дослідження були проаналізовані наукові погляди на поняття мотивації та її роль у досягненні бізнес-цілей агентства з нерухомості [1-2]. Було визначено, що мотивація персоналу може бути реалізована за допомогою різних мотиваційних чинників, таких як матеріальні та нематеріальні стимули, можливість розвитку та зростання, визнання та похвала, комунікація та співпраця між працівниками та керівництвом. Також було виявлено, що мотивація персоналу повинна бути спрямована не тільки на досягнення короткострокових цілей, але й на забезпечення розвитку та довгострокової стійкості агентства на ринку нерухомості.

В науковій літературі поняття «мотивація персоналу» визначене по-різному залежно від автора та його наукової позиції. Деякі автори визначають мотивацію персоналу як систему впливів на працівників з метою стимулювання їхньої активності, зацікавленості та задоволеності від праці. Інші автори визначають мотивацію персоналу як внутрішній процес, пов'язаний з потребами, цілями та цінностями працівників, який впливає на їхню поведінку та результативність роботи. Окрім того, існують інші підходи до визначення мотивації персоналу, такі як підхід, що зосереджений на винагороді та підхід, що зосереджений на групових мотиваційних факторах.

На другому етапі досліджувалися особливості мотивації персоналу агентств з нерухомості. Агентства з нерухомості - це компанії, що займаються купівлею, продажем, орендою та управлінням нерухомим майном. Оскільки в цій галузі працює велика кількість конкуруючих фірм, успіх агентства залежить від його здатності привернути та утримати клієнтів. І саме тут важливу роль відіграє мотивація персоналу - задоволені працівники надають якісніші послуги та забезпечують відмінну репутацію компанії.

Існує матеріальна мотивація та нематеріальна, її ще називають фінансовою та нефінансовою. Інструментами фінансової мотивації агентств з нерухомості є грошові заохочення і штрафи. Грошовими заохоченнями є премії, надбавки, бонуси за перевиконання завдань, соціальний пакет, страхування, пільги та інші нагороди матеріального характеру. Систему штрафів кожне агентство з нерухомості формує по-своєму. Загалом, існують такі види покарань: штраф за адміністративні порушення, позбавлення премії за незадовільні результати, позбавлення премії за незадовільні результати. Штрафи можуть стати ефективним методом мотивації, або ж навпаки знизити бажання працювати. Тут головне, щоб керівник знайшов баланс між заохоченнями та покараннями. Важливо розуміти, що різного роду бонуси формують у персоналу бажання досягати кращих результатів, а штрафи формують страх уникати помилок.

Однією з основних особливостей мотивації персоналу в агентствах з нерухомості є важливість розуміння потреб та бажань клієнтів. Ще однією особливістю мотивації персоналу в агентствах з нерухомості є важливість кваліфікації працівників. Для успішної роботи у цій галузі необхідно мати спеціальну освіту та знати законодавство, що стосується нерухомості. Тому,

компанії з нерухомості зазвичай пропонують своїм працівникам можливість проходження спеціалізованих курсів і навчання, щоб підвищити їх кваліфікацію та знання. Також, важливою особливістю мотивації персоналу в агентствах з нерухомості є можливість високого доходу. Це пов'язано з тим, що робота в цій галузі може бути досить прибутковою, особливо якщо агентство має успішну репутацію та високий обсяг продажів. Тому, компанії з нерухомості зазвичай пропонують своїм працівникам стимулюючу оплату, що складається з базової зарплати та бонусів за досягнення поставлених цілей.

Окрім того, у сфері нерухомості важливою є репутація компанії та її працівників. Успіх агентства залежить від того, наскільки клієнти задоволені роботою працівників та якістю послуг. Тому, компанії з нерухомості можуть створювати програми мотивації, які спрямовані на підвищення репутації компанії та її працівників, наприклад, заохочення до отримання позитивних відгуків від клієнтів. Ринок нерухомості є досить конкурентним середовищем, що ставить високі вимоги до працівників агентств. Тому важливо забезпечити мотивацію персоналу шляхом надання високої оплати праці, бонусів, премій, які стимулюють їхню продуктивність та ефективність. Ринок нерухомості підпорядковується сезонним закономірностям, що може впливати на обсяги роботи та доходи працівників. Для забезпечення мотивації працівників важливо запровадити систему винагород за досягнення певних цілей, що збільшують продуктивність і доходи в періоди пікової роботи.

На завершальному етапі досліджувався алгоритм реалізації системи ефективної мотивації персоналу агентства з нерухомості[3-4]. Було з'ясовано, що система ефективної мотивації персоналу є важливим інструментом для досягнення успіху агентства з нерухомості. Для досягнення цієї мети, рекомендується розробити алгоритм, який дозволить ефективно стимулювати працівників і допоможе підвищити їхню продуктивність.

Перш за все, необхідно провести аналіз та оцінку роботи кожного співробітника. Для цього можна використати систему рейтингів, яка буде враховувати кількість продажів, відгуки клієнтів, час виконання завдань та інші критерії. Це допоможе визначити найбільш ефективних співробітників та знайти ті проблеми, які можна вирішити. Другим кроком є визначення особистісних рис кожного співробітника. Для цього можна провести анкетування з метою виявлення інтересів, мотивації та інших факторів, які впливають на мотивацію працівників. Це допоможе знайти індивідуальний підхід до кожного співробітника та визначити, які заохочення його найбільше мотивують.

На основі аналізу роботи співробітників та їх особистісних рис можна виявити причини браку мотивації. Якщо помітний брак мотивації, то потрібно виявити які проблеми в агентстві з нерухомості його створюють. Прикладами таких проблем можуть бути плинність кадрів, погана атмосфера в колективі. Після виявлення проблем, потрібно скласти список основних завдань, які потрібно досягти. До списку може входити підвищення продуктивності, підняття командного духу, формування згуртованої команди.

На основі отриманих даних потрібно розробити та впровадити систему мотивації персоналу. Тут потрібно обрати конкретні методи та встановити їх послідовність і періодичність. Потрібно розрахувати усі фінансові витрати пов'язані із впровадженням системи мотивації персоналу агентства з нерухомості. Проінформувати персонал про впровадження системи мотивації краще всього через інструкцію в якій будуть описані параметри оцінювання та способи нарахування бонусів і штрафів. На завершальному етапі потрібно здійснити запуск і тестування системи. По закінченню пробного періоду підбиваються перші результати шляхом зіставлення витрат і отриманого прибутку. Якщо результати за пробний період незадовільні, то система потребує вдосконалення. Отже, на основі досліджень та аналізу існуючих підходів до мотивації персоналу агентства з нерухомості було розроблено алгоритм реалізації системи ефективної мотивації. Цей алгоритм містить кілька етапів, які включають аналіз та оцінку роботи кожного співробітника, формування мотиваційної системи та контроль її ефективності. Результати використання такої системи мотивації можуть бути дуже значущими для агентства з нерухомості. Ефективна мотиваційна система може підвищити продуктивність персоналу, збільшити якість обслуговування клієнтів, знизити відсоток працівників і покращити загальну репутацію компанії. Реалізація алгоритму системи ефективної мотивації персоналу агентства з нерухомості є важливою умовою для досягнення успіху в цій сфері бізнесу. Важливо пам'ятати, що така система має бути адаптованою до конкретних потреб і характеристик персоналу, та постійно вдосконалюватися для забезпечення максимальної ефективності.

Ключові слова: алгоритм; агентство з нерухомості; мотивація; персонал.

Список використаних джерел

1. Долішній І. М., Колодійчук А. В. *Мотивація персоналу як об'єкт управління на підприємстві* // Науковий вісник НЛТУ України. – 2017. – Вип. 20.5. – с. 211-216.
2. Колот А. М. *Мотивація персоналу: Підручник*. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
3. Грищенко В. Ф. *Інноваційні підходи до удосконалення системи мотивації персоналу малих підприємств України в сучасних умовах господарювання* // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. - №1. – с. 103-112.
4. Данилейчук Р. Б. *Шляхи вдосконалення системи мотивації персоналу підприємства*. Вісник Прикарпатського університету. Економіка. 2014. Випуск. – с. 247-253.