

ВПЛИВ МОТИВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ КОМАНДОЮ ІТ-СТАРТАПУ

Гладій Г.М.¹⁾, Гадевич Т.Ю.²⁾

Західноукраїнський національний університет

¹⁾ к.е.н., доцент; ²⁾ магістрант

I. Постановка проблеми

Незважаючи на спад у вітчизняній економіці в даний момент, іноземні інвестиції в ІТ-проекти зростають, як і кількість стартапів у цій сфері. Саме через високу затребуваність технічних інновацій, вибір стартапів в ІТ-сфері (і системи мотивації в управлінні ними зокрема) як предмета дослідження є досить актуальним.

II. Мета роботи

Мета дослідження – виявлення ключових чинників мотивації команд стартап-проектів у сфері інформаційних технологій для подальшого впровадження їх у практику проектного менеджменту.

III. Чинники мотивації в управлінні проектною командою ІТ-стартапу

Особливістю управління проектними командами стартапів є те, що єдиних рекомендацій по мотивації стартап-команди не існує [1]. Мотивація при роботі в стартап-проектах суттєво відрізняється від мотивації співробітників компанії. У випадку зі стартапом чинник невизначеності значно вищий.

На відміну від компанії, в стартапі дуже велика роль окремої особистості, і команди, зазвичай, незбалансовані. Крім цього, кожен стартап працює в унікальних умовах і при наявності багатьох обмежень, тому єдина схема мотивації неможлива. Проте, експерти одногосно виділяють нематеріальну мотивацію як переважний спосіб мотивації команди. Окремо обумовлюється, що керівники стартап-проектів і співзасновники мають високий рівень внутрішньої мотивації спочатку і не потребують регулярного зовнішнього матеріального підкріплення.

Для досягнення поставленої мети нами проводилося емпіричне дослідження методом експертного інтерв'ю і анкетування. Для цього перевірялися дві основні гіпотези:

1. Керівники стартап-команд частіше використовують зовнішні чинники мотивації, ніж чинники внутрішньої мотивації;
2. Для членів стартап-команд більше значення мають чинники внутрішньої мотивації, ніж чинники зовнішньої мотивації.

Також з допомогою анкетування вирішувалися такі дослідницькі завдання:

- вивчити найчастіше використовувані методи мотивації команд з боку керівників стартап-проектів у ІТ сфері;
- визначити найуспішніші з точки зору керівників стартап-команд методи мотивації;
- виявити найуспішніші з точки зору команд методи мотивації;
- визначити задоволеність команд наявними системами мотивації.

Обидві гіпотези підтвердилися частково. Виявилось, що керівники стартап-команд часто використовують чинники зовнішньої мотивації, однак не частіше, ніж чинники внутрішньої мотивації. Опитані експерти також підтверджують первинність нематеріальної мотивації в роботі над стартап-проектами. Для членів стартап-команд важливу роль відіграють нематеріальні чинники, проте так само важливі і заробітна плата, і інші матеріальні блага.

Для розробки системи мотивації необхідно, насамперед, розділити спектр завдань на мотивацію матеріальну і нематеріальну. Як показало дослідження, обидва аспекти вкрай важливі і для керівників, і для членів стартап-команд. Варто також враховувати специфіку роботи стартапу: маленькі команди, широкі зони відповідальності, високе психологічне і часте фізичне навантаження.

Реалізація комплексної стратегії мотивації персоналу вимагає фінансових вкладень. Незважаючи на те, що деякі мотивуючі чинники можуть використовуватися керівництвом компанії спонтанно, в бюджет проекту необхідно закладати конкретні витрати за цією статтею.

Розрахунок витрат на мотивацію має свої особливості в ІТ-стартапах. Компанія може брати на себе витрати по мотивації як усєї команди, так і окремих співробітників індивідуально. Для загальної мотивації виділяється невелика сума, яка покриває поточні витрати, такі як запрошення від компанії в бар, замовлення піци в офіс, обладнання робочих місць, та інше. Більша увага і ресурси приділяються індивідуальній мотивації. Після завершення великих етапів робіт виплачуються премії. Крім цього, на

кожен місяць на кожного співробітника варто виділяти невелику суму, яка використовується для індивідуальних заохочень (часткова оплата курсів, квитки на концерти або сімейні свята, тощо). Витрати на конференції різні щомісяця, оскільки самі події проходять нерегулярно і концентруються за часом у весняний і осінній періоди, як найефективніші для залучення учасників і партнерів [2].

За результатами дослідження запропоновано механізм побудови мотиваційної стратегії як для колективної мотивації, так і для індивідуальних заохочень членів стартап-команди в сфері інформаційних технологій. Також наводиться універсальна схема мотивуючих чинників для співробітників ІТ-стартапів (див. рис.1).

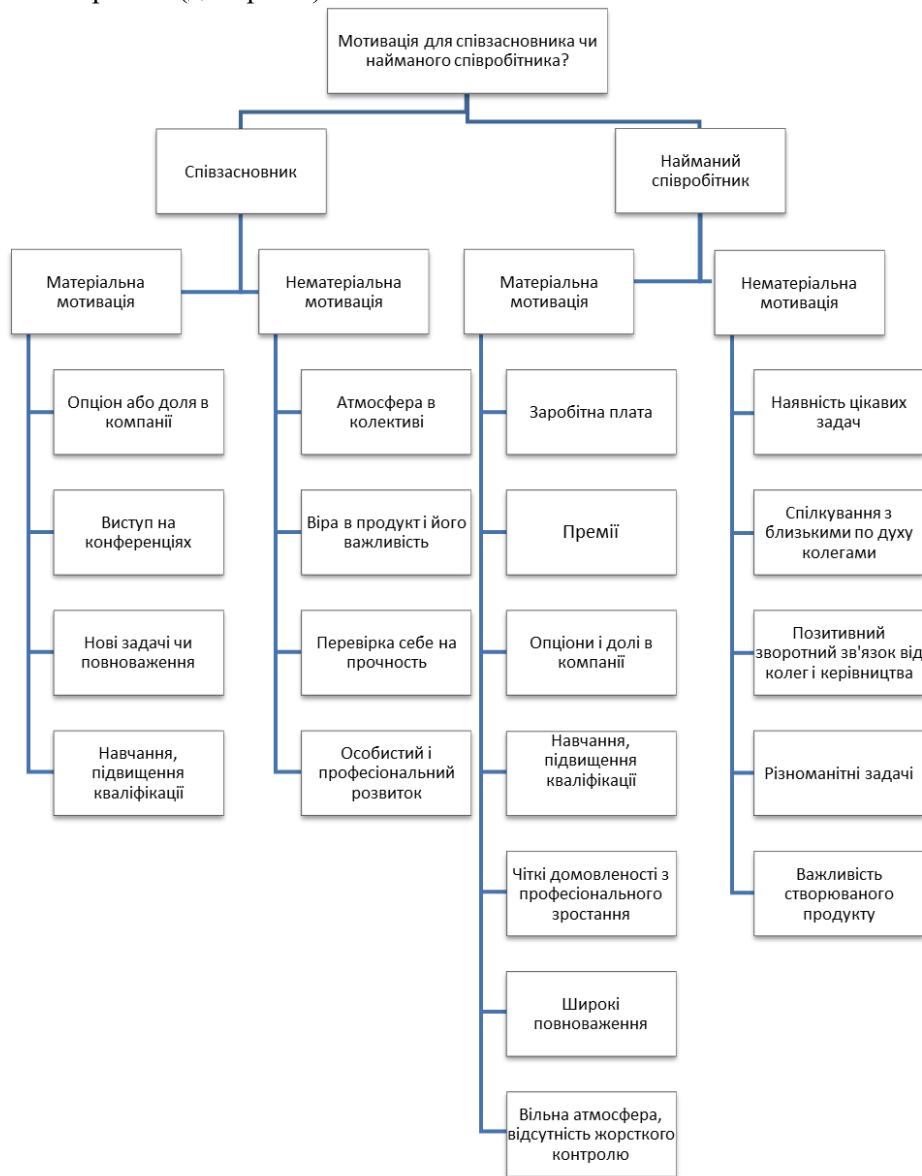


Рисунок 1 – Схема визначення мотивації персоналу в ІТ-сфері

Наведена схема може бути використана в алгоритмі розрахунку витрат на колективну й індивідуальну мотивацію персоналу стартапу.

Висновок

Дослідження показало приблизно рівну цінність матеріальної та нематеріальної мотивації як для роботодавців, так і для команди стартапу. Це означає, що при складанні системи мотивації команди варто враховувати обидва ці напрямки і максимально збалансувати їх.

Список використаної літератури

1. Управління командою для стартапів [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/yak-upravlyati-komandoy>.
2. Батенко Л.П. Управління проектами / Батенко Л.П., Завгородніх О.А., Ліщинська В.В. – К.: Київський національно-економічний університет, 2003. – 231с.