

## ВИКОРИСТАННЯ СОЦІОНІКИ ЯК КОМПОНЕНТУ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ

*к.е.н., ст. викладач Н.С. Мамонтенко*

*Д.А. Назаренко*

*Одеський національний політехнічний університет*

Відбір персоналу – це комплексний процес, який охоплює широкий спектр заходів та процедур, які спрямовані на полегшення процесу пошуку найкращого кандидату серед усіх, хто подав свої заяви на дану вакансію. На сьогодні існує декілька стандартних методів відбору персоналу, які використовуються багатьма підприємствами для пошуку найкращих працівників. Вони були розроблені ще на початку минулого століття, і на той час були досить прогресивними заходами, але у сучасному світі вони поступово втрачають свою актуальність. Через шаблонність та ненадійність існуючої традиційної методології, останнім часом все більшою популярністю користуються альтернативні методи відбору кадрів, які спираються на психологічні особливості людини та її професійну кваліфікацію, а не тільки на стандартний набір інформації та фактів.

Одним із найновіших та найнезвичайніших методів відбору персоналу є використання системи психологічних тестів MBTI (Myers–BriggsTypeIndicator). У російськомовному інтернет–просторі даний набір психологічних індикаторів відомий як соціоніка, оскільки обидві системи розроблювались на базі існуючої типології Карла Юнга незалежними вченими у Литві та Америці. Соціоніка є доволі суперечливою концепцією, яка знаходиться на перетині двох загально визнаних наук: психології та соціоніки. Соціоніка базується на припущенні, що поведінку усіх людей можна класифікувати, категоризувати та виявити певні закономірності. На базі цих закономірностей і було створено типологію, яка охоплює 16 типів індивідів, кожний з яких для полегшення сприйняття асоціюється з певною історичною або літературною особистістю: Джек Лондон, Робесп'єр, Штірліц, Максим Горький, Гамлет, Достоевський, Гюго, Драйзер, Дон Кіхот, Бальзак, Гекслі, Єсенін, Жуков, Габен, Наполеон та Дюма.

Соціоніка припускає, що психіку людини можна розглядати як інформаційну систему, яка базується на окремих 8 підсистемах, що характеризують те, яким чином людина сприймає та оброблює інформацію. В свою чергу, підсистеми базуються на 4 парах функцій інформаційного метаболізму: раціональність – ірраціональність, екстраверсія –інтроверсія, логіка – етика та сенсорика – інтуїція. Виходячи з цих функцій і порядку їх розміщення у структурі функцій кожного соціотипу, можна надати достатньо розгорнуту характеристику будь–якої людини, яка надає інформацію про те, як даний конкретний індивід сприймає, перероблює та використовує інформацію, а також про можливі шляхи взаємодії даної людини з представниками інших соціотипів.

Соціоніку можливо використовувати у практиці відбору персоналу на вітчизняних підприємствах як допоміжний інструмент відбору кадрів, імітуючи практику зарубіжних підприємств. Треба відмітити, що хоча для визначення свого соціотипу необхідно пройти тест, не варто сприймати соціоніку як інструмент контролю, завдання, яке треба виконати, і на яке існує лише одна правильна відповідь. Отримана інформація про соціотип кандидата не є гарантією або показником його занаць, умінь та навичок, але використовуючи її, можна з достатньо високою імовірністю передбачити майбутню взаємодію потенційного робітника з існуючим колективом. Таким чином можна уникнути конфліктів у колективі та створити сприятливий робочий клімат для існуючих працівників.

Використання соціоніки як одного з методів відбору кадрів має низку переваг, серед яких можна відзначити доступність матеріалів для проведення тестування. Анкети на визначення соціотипу, а також різноманітна інформація про соціотипи, їх особливості та взаємодію, доступні онлайн на багатьох сайтах. Для використання даного методу підприємству не потрібно купувати ліцензію на використання певного тесту або оплачувати достатньо дорогі послуги асесмент–центрів, достатньо просто надати кандидатам роздруковані версії тесту на визначення соціотипу та обробити отриману інформацію. Якщо даному методу відбору надається велике значення при відборі кандидатів, доцільним буде залучити також кваліфікованого соціолога або психолога, який зможе спиратися не тільки на отриману з тестів інформацію, але й провести інтерв'ю з кожним кандидатом. В ході інтерв'ю спеціаліст не тільки зможе точніше визначити соціотип людини (адже як і в психології, в соціоніці немає екстремівів: жодна людина не є стовідсотковим представником свого соціотипу), але й визначити додаткові особливості характеру людини, які можуть залишитися непоміченими при виконанні тесту.

Крім доступності матеріалів, перевагою використання соціоніки є також те, що вона дозволяє отримати приблизне уявлення про те, як кандидат буде поводити себе в уже існуючому колективі, і як його появлення в колективі може вплинути на робочий клімат. Якщо отримана інформація про соціотипи кандидатів базується не тільки на виконаному тесті, але й на оцінці спеціаліста, то рівень достовірності такої інформації і припущень, які базуються на ній, є достатньо високим. Додатковою перевагою соціоніки є те, що її можливо використовувати не тільки у процесі відбору персоналу, але й при побудові робочих груп, створенні сприятливої робочої атмосфери та регулюванні конфліктів. Отже, якщо підприємство вкладає значні кошти у використання соціоніки при відборі кадрів (професійна підготовка наявного HR-менеджера, створення комп'ютеризованої версії тесту, тощо), то дана інвестиція може бути використана і в майбутньому, навіть якщо немає необхідності у подальшому відборі кандидатів.

Серед недоліків використання соціоніки при відборі кадрів критики наводять той факт, що кандидати можуть надавати неправильні відповіді (підсвідомо чи умисно), тим самим впливаючи на кінцевий результат тесту. У соціоніці поки що не існує методів, які дозволили б хоча б частково відфільтрувати неправдиву інформацію, проте рівень достовірності отриманої інформації можна значно збільшити, використовуючи не тільки тест, але й інтерв'ю. Крім того, критики концепції соціоніки вважають, що валідність передбачень, що базуються на соціотипі людини, є достатньо низькою. Нарешті, останнім недоліком соціоніки як інструменту відбору персоналу є те, що отримані дані не показують компетентність, лише персональні схильності та преференції кандидата. Таким чином, кандидат, який за соціотипом виявився найкращим варіантом для існуючого колективу, на практиці може виявитися зовсім некомпетентним.

В цілому, потенціал використання соціоніки для відбору кадрів є достатньо великим, але треба пам'ятати, що даний інструмент відбору персоналу не може бути головним критерієм відбору, оскільки на його достовірність можуть впливати зовнішні фактори, а отримані результати не відображають рівень професійної компетентності кандидата. Доцільним є використання соціоніки як додаткового інструменту відбору.

#### **Література:**

1. Bloisi, W. An Introduction to Human Resource Management. – McGraw–Hill Education, 2007. – 486с.
2. Cook, M. Personnel Selection and Productivity. – Chichester, John Wiley, 1993. – 364с.
3. Cooper D., Robertson I. Recruitment and Selection: A Framework for Success. – London: Thomson, 2003. – 256с.
4. Newell, S. Recruitment and Selection. – Oxford: Blackwell, 2005. С.347–361.
5. Roberts, G. Recruitment and Selection: A Competency Approach. – London: CIPD, 2013. – 225с.
6. Taylor, S. People Resourcing. – London: CIPD, 2008. – 640с.

### **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ**

*к.е.н., доц. Л.І. Чернишова,  
І.В. Гуляк, Маріо Перейра  
Одеський національний політехнічний університет*

З кожним днем кадрове управління визнається як одне з найважливіших напрямків життєдіяльності будь-якої організації, здатної підвищити її ефективність, продуктивність функціонування й конкурентні позиції на ринку. Однак особливості управління трудовим колективом у галузі телекомунікацій є не досить вивченим питанням, тим паче, що в управлінні кадрами необхідно враховувати теперішній стан економіки та суспільства, що наразі знаходиться не на вищому рівні. Тому актуальною проблемою у здійсненні соціально-економічних перебудов у телекомунікаційній галузі є впорядкування відносин між людьми в організаціях визначеної сфери, впровадження сучасних кадрових інструментів в управлінську діяльність та стратегічний розвиток даних підприємств.