

Моцук К.А., Юркова О.М.
студенти,
Криворізький економічний інститут
Криворізького національного університету

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІОНІКИ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Ще декілька століть тому, коли робочий процес був заснований на елементарних виробничих операціях, людина позиціонувалася лише як знаряддя праці, адже до уваги бралися лише її фізичні можливості. Феодальний устрій суспільства не визнавав ефективну організацію робочого ладу, основою мотивації виступав страх та базові потреби людини.

Зараз, у наш час, в час інформатизації та використання новітніх систем, все більш важливу роль відіграє людська особистість. Адже ефективне використання розумових, фізичних здібностей людини, її загального потенціалу до розвитку, дає можливість якнайкраще реалізуватися в суспільстві в різних сферах життя, зокрема оптимізувати робочий процес на підприємствах та підвищити продуктивність праці. Виявити резерв людських здібностей, особливості взаємодії окремої людини з оточуючим середовищем, на сьогоднішній день стає можливим завдяки різноманітним психологічним теоріям. І хоча їх використання не дає стовідсоткового тлумачення та відповіді на це запитання, вони безумовно надають підґрунтя для роздумів та аналізу. Однією з таких теорій на сьогодні виступає теорія соціонічного вчення.

Питання щодо використання соціоніки для якісної взаємодії з персоналом були розглянуті в роботах В.В. Гуленко, С.В. Савченко, Л.О. Нестеренко, Н.Л. Горобець, С.В. Кручиніна, О.Е. Акімової, Т.А. Першиної.

Метою роботи є аналіз соціонічного вчення як ефективного інструменту в менеджменті та дослідження його впровадження на підприємствах.

Соціоніка – це наука, що вивчає процес обміну інформацією між людиною і світом, тобто, яким чином людина сприймає, обдумує та відтворює інформацію. Як самостійна теорія, вона почала розвиватися лише в другій половині ХХ сторіччя. В цей час литовська дослідниця, психолог та економіст за освітою, Аушра Аугустінавічюте, вирішила поєднати ідеї швейцарського психолога Карла Густава Юнга з дослідженням польського психіатра Антонія Кемпінського. Розглянувши погляди цих видатних науковців, Аушра об'єднала теорію аналітичної психології Юнга з теорією інформаційного метаболізму Кемпінського. Офіційним часом «народження» соціоніки вважається 1980-й рік, коли була опублікована перша робота з цієї дисципліни («Mokslas ir technika», Vilnius, 1980 Nr.4).

Аушра, за допомогою спеціальних символів, побудувала модель психіки 16 типів особистості та показала, як ці типи взаємодіятимуть між собою. Вона обґрунтовано довела, чому одні типи чудово уживаються один з одним, а інші конфліктують. Вся справа знову ж таки в різниці отримання і засвоєння інформації різними типами. Так, за теорією Кемпінського психіка людини потребує «їжі» у вигляді різної інформації, а нестача інформації певного типу пригнічує психіку і навіть може призвести до хвороб психіки.

За соціонічною теорією, кожна людину можна віднести до однієї з визначених моделей. Вони, за теорією К. Юнга, виділяються залежно від рівня екстраверсії або інтроверсії та від того, яка функція психіки стоїть на другому місці після найсильнішої. Цих функцій чотири: мислення, емоції, відчуття і інтуїція. Залежно від цього, одні люди краще оперують з логікою, інші орієнтуються в людських відносинах, своїх відчуттях, а дехто покладається в основному на свою інтуїцію.

Визначивши всі чотири базисні ознаки своєї особистості, можна знайти наукову назву свого соціонічного типу.

Соціотип (соціонічний тип, також використовується назва тип інформаційного метаболізму (ТІМ))- центральне поняття соціоніки, що позначає вроджену і незмінну впродовж життя структуру психіки, яка визначає спосіб взаємодії психіки з інформацією [1].

В дужках наводиться псевдонім соціотипа – хтось із видатних людей, котрий мав такий же тип особистості.

Таблиця 1

Список соціотипів за квадратами та базисними ознаками

Квадра Альфа	Квадра «Бета»	Квадра «Гамма»	Квадра «Дельта»
Інтуїтивно-логічний екстраверт («Дон Кіхот»).	Етико-інтуїтивний екстраверт («Гамлет»).	Сенсорно-етичний екстраверт («Цезар»).	Логіко-сенсорний екстраверт («Холмс»).
Сенсорно-етичний інтроверт («Дюма»).	Логіко-сенсорний інтроверт («Горький»).	Інтуїтивно-логічний інтроверт («Бальзак»).	Етико-інтуїтивний інтроверт («Достоевський»).
Етико-сенсорний екстраверт («Гюго»).	Сенсорно-логічний екстраверт («Жуков»).	Логіко-інтуїтивний екстраверт («Джек Лондон»).	Сенсорно-логічний інтроверт («Габен»).
Логіко-інтуїтивний інтроверт («Робесп'єр»).	Інтуїтивно-етичний інтроверт («Єсенін»).	Етико-сенсорний інтроверт («Драйзер»).	Інтуїтивно-етичний екстраверт («Гекслі»).

Розроблено авторами за даними [3]

Досвід застосування соціоніки у відборі персоналу, формуванні колективу, управлінні дозволяє стверджувати, що у представників різних соціонічних типів є схильності до певних видів діяльності. Тому врахування цих особливостей допомагає ефективно організувати виробничий процес. У кожного з 16-ти соціонічних типів виявляються як переваги, так і недоліки.

Знання соціоніки повинно спонукати власника підприємства на пошуки людей, здатних стримати його власні необдумані управлінські пориви.

Найчастіше такими людьми виявляються представники типів, що доповнюють один одного. В соціонічному вченні такі відносини називаються дуальними [2].

Слід зазначити, що переважно серед керівників різних рівнів, як правило, велика частка сенсорно-етичних екстравертів («Цезар») і дуже мала частка етико-інтуїтивних інтровертів («Достоевський»). Інтуїтивні логічні екстраверти («Дон Кіхот») легко приймаються за нові починання, але через поспіх, який їм властивий, часто збирають непрацездатні команди. Етико-сенсорним («Гюго») і етико-інтуїтивним екстравертам («Гамлет») властива недовірливість, яка спонукає їх багато радитися і змінювати свої думки. Інтуїтивно-логічні («Бальзак») та інтуїтивно-етичні інтроверти («Єсенін») сильно залежать від поривів ентузіазму, які трапляються у них вкрай нерегулярно.

Також необхідно зазначити про так звані квадрати – четвірки найбільш сумісних типів. У соціоніці 16 типів діляться на квадрати – по 4 типи в кожній. Учасників цих квадрат об'єднує певна спільність інтересів, а головне – відсутність можливостей конфлікту, адже вони добре розуміють один одного. Спільна робота в цьому разі є виключно плідна і продуктивна. Їх класифікація значно допоможе в організації колективів, підрозділів, команд на підприємстві та значно полегшить їх управління. Їх називають наступним чином:

1) Квадра «Альфа». В неї входять наступні соціотипи: «Дон Кіхот», «Дюма», «Гюго», «Робесп'єр». Вони завжди спрямовані в усі сторони, живуть очікуванням нової цікавої інформації, звідки б вона не виходила. Це дуже захоплені особистості, які віддають перевагу обстановці неформального спілкування. Від цього може відштовхуватися менеджер, який буде надавати їм творчі, нестандартні завдання – роботу, пов'язану зі спілкуванням з людьми. Це можуть бути менеджери з продажу, продавці та ін.

2) Квадра «Бета». В неї входять такі соціотипи: «Гамлет», «Горький», «Жуков», «Єсенін». Їм притаманні наступні якості: діяльна натура, пристрасність, цілеспрямованість і сила. Вони буквально киплять енергією, шукають і знаходять собі поле діяльності, де можуть застосувати себе і відчутти так необхідну їм дух боротьби. Це можуть бути енергійні лідери в колективах, маркетологи, які розуміють особливості конкурентоздатності та ін.

3) Квадра «Гамма». В неї входять «Цезар», «Бальзак», «Джек Лондон», «Драйзер». Це люди, для яких сприйняття світу жорстке і реалістичне. Така в цілому і атмосфера квадрати, у якій об'єднані реалісти. З таких людей виходять сумлінні працівники, які можуть виконувати монотонну, але стабільну роботу, наприклад на виробництві. З них також виходять вдалі керівники, які розуміють серйозність справи.

4) Квадра «Дельта». До неї входять «Холмс», «Достоевський», «Габен», «Гекслі». Це найбільш дбайлива квадра, вмє раціонально споживати. Для соціотипів цієї квадрати непритаманний ризик, аврал, економічний хаос, махінації. Товариство якісного споживання може бути тільки стабільним. З таких людей виходять вдалі робітники економічного, юридичного відділу та ін.

Ось чому знання соціонічних типів істотно допомагає в управлінні персоналом та його заохочуванні. Соціоніка дозволяє мотивувати персонал саме тим, що його реально цікавить та заохочує, створювати ефективні робочі групи, знаючи особливості взаємовідносин різних типів, домагатися від людей

максимуму, поєднуючи інтереси компанії з напрямком внутрішнього розвитку співробітника, бачити перспективу і реальний кадровий резерв компанії, зробити відносини в колективі комфортними [2].

Список використаних джерел:

1. Аугустинавичюте А. Соціоніка // – Москва, 1998. – 858 с.
2. Горобець Н.Л. Використання соціоніки при мотивації персоналу // Донецьк, [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_NOBG_2008/Economics/38216.doc.htm
3. Гуленко В.В. Особистість: як вона влаштована? // Київ, 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://business-territory.com/articles/sotsionika-rol-v-menedzhmenti>