

Кунавин Максим Владимирович

магистрант

ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОТИПИРОВАНИЯ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ, ВОВЛЕЧЕННОСТЬЮ И ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ РАБОТНИКОВ

Аннотация: в статье рассмотрены понятия эффективности сотрудников, лояльности и вовлеченности персонала. Отмечено, что данные явления оказывают влияние на организационный процесс и продуктивность организации. Указано, что психотипирование является методом изучения личностных качеств и черт, изучение которых позволит разработать методы увеличения эффективности, лояльности и вовлеченности сотрудников.

Ключевые слова: вовлеченность, лояльность, эффективность, управление персоналом, психотипирование, личность.

Актуальность темы заключается в исследовании процессов вовлеченности персонала, так как это важный фактор для успешной деятельности организации. Высокая степень вовлеченности сотрудников способствует повышению производительности, увеличению прибыли и расширению возможностей для инвестирования и развития компании. Вовлеченные сотрудники, работающие добровольно, обычно проявляют более высокую производительность, готовность делиться идеями и рекомендовать компанию как привлекательного работодателя, что в итоге способствует экономии на подборе персонала и повышению качества обслуживания.

Психотипирование – это метод, который может быть использован для управления лояльностью, вовлеченностью и эффективностью сотрудников. При помощи психотипирования анализируются индивидуальные особенности личности сотрудников, что позволяет лучше понять их мотивацию, потребности и

способности. Этот подход помогает создать более эффективные стратегии управления персоналом, адаптированные к индивидуальным особенностям каждого сотрудника. Психотипирование основывается на типологии Майерс-Бриггс, которая появилась в 1940-х годах и стала популярной в США и Европе. Эта система психологического тестирования, известная как Myers-Briggs Type Indicator (МВТИ), была создана на основе типологии Юнга. Основная идея этой теории заключается в том, что каждый человек рождается с определённой структурой психики. Её можно описать четырьмя парами предпочтений:

- E-I – экстраверсия или интроверсия;
- S-N – ощущение или интуиция;
- T-F – мышление или чувство;
- J-P – суждение или восприятие.

С учётом всех возможных сочетаний характеристик, существует всего шестнадцать типов личности по классификации МВТИ. В рамках этой теории, каждый тип личности имеет свои сильные и слабые стороны. Это можно использовать для того, чтобы найти подходящий стимул для каждого конкретного человека [7].

Некоторые авторы (Луцкина В., Онучин А., Розин М.) определяют лояльность как первичное стремление работника оставаться в организации. Сотрудники, проявляющие лояльность, положительно относятся к своей компании, ее бренду, гордятся своим работодателем и открыто демонстрируют это. К примеру, они могут положительно отзываться о компании в неофициальных разговорах, писать хвалебные отзывы в личных блогах, социальных сетях, с радостью носить одежду с логотипом компании и так далее. Важно отметить, что все эти действия совершаются ими добровольно [2].

С позиции управления лояльностью, психотипирование способно помочь работодателям выявить, какие категории работников лучше всего подходят для работы в их организации. Например, если компания ищет сотрудников, которые будут оставаться верными и преданными на протяжении долгого времени, то

психотипирование может помочь определить, какие типы людей обычно проявляют такую лояльность.

Например, сотрудникам типа NF (интуитивные этики) может быть важно чувствовать себя включенными в команду и иметь возможность применять свои этические принципы на работе. В этом случае компания может предоставить им возможность участвовать в благотворительных проектах или создать среду для развития их этических убеждений.

Если же сотрудник относится к типу SP (сенсорные иррационалы), для него может быть важно иметь свободу действий и возможность проявлять свою креативность на работе. В таком случае компания может дать ему возможность работать над проектами, которые требуют креативного подхода и нестандартных решений. Эффективность работы компании напрямую связана с вовлеченностью сотрудников. Как свидетельствуют данные опроса Aon Hewitt, более высокий уровень вовлеченности способствует повышению производительности труда. Опрос также показал, что работодатели и предприятия с наибольшим количеством работников, поддающимся количественной оценке, превосходят средние компании на 6% по росту продаж, на 4% по операционной марже и на 6% по общей доходности для акционеров [1].

Согласно точке зрения Ф. Франка, Р. Финнегана и К. Тейлора, вовлеченность сотрудников оценивается с позиции экономики как «модель вклада и инвестиций», то есть числом приложенных сотрудником усилий для выполнения рабочих обязанностей [4]. Н.А. Александрова считает, что вовлеченность – это следствие увеличения удовлетворенности [6].

Управление вовлеченностью сотрудников – важная задача для любой компании. В этом помогают различные инструменты психотипирования, среди которых выделяется эннеаграмма. Она определяет девять типов личности, каждый из которых принадлежит к определенному центру. Эннеаграмма используется как инструмент психотипирования и помогает лучше понять мотивационные матрицы каждого сотрудника. Эти матрицы связаны с вопросами о том, почему люди живут так, как они живут, и почему они ставят перед собой определенные

цели. Каждое внутреннее стремление связано со специфическим способом мышления, чувств и действий. Эти паттерны определяют черты и тип личности человека [3].

Повышение вовлеченности персонала достигается путем реализации различных стратегий. Приоритезация вовлеченности, регулярные опросы сотрудников для выявления их интересов и целей, а также создание благоприятных условий для командной работы являются ключевыми методами.

Методика Q12, разработанная Gallup Inc., представляет собой эффективный подход к управлению вовлеченностью. Она включает 12 вопросов, охватывающих различные аспекты рабочего места, такие как ресурсы, производительность, командный климат и приверженность ценностям компании. Анализ ответов позволяет классифицировать сотрудников на три категории: вовлеченные, с низким уровнем вовлеченности и активно отстраненные.

Учитывая проблемы, с которыми сталкиваются сотрудники, методика Q12 помогает определить их уровень вовлеченности и разработать индивидуальные планы действий для повышения эффективности. Таким образом, использование Q12 позволяет управлять вовлеченностью, выявлять проблемные области и адаптировать меры по повышению производительности сотрудников. Управление эффективностью сотрудников – важная сфера организации персонала. Термин «эффективность» трактуется как общая продуктивность или результативность деятельности в единицах объема произведенной работы, времени, затраченного на ее выполнение, и допущенных при этом ошибок [8]. М. Армстронг, разрабатывая концепцию стратегического управления человеческими ресурсами, говорил о том, что стратегии управления эффективностью нацелены на повышение организационной эффективности, совершенствование результатов индивидуальных работников и команд, развитие умений, навыков, компетентности, приверженности и мотивации [9].

Психотипирование может помочь работодателям понять, какие типы людей лучше всего подходят для работы в их компании. Например, если компания ищет сотрудников, которые будут эффективно выполнять свои задачи и достигать

поставленных целей, то психотипирование может помочь определить, какие типы людей склонны к такой эффективности.

В целом, психотипирование может быть полезным инструментом для управления лояльностью, вовлеченностью и эффективностью работников. Анализ индивидуальных особенностей личности сотрудников позволяет лучше понять их мотивацию, потребности и способности, что в свою очередь помогает создать персонализированные стратегии управления персоналом, адаптированные к каждому сотруднику. Однако, необходимо помнить, что каждый человек уникален и не может быть полностью описан только на основе его психотипа.

Список литературы

1. 10 способов повысить вовлеченность сотрудников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kickidler.com/ru/info/10-sposobov-povyisit-vovlechenost-sotrudnikov.html> (дата обращения: 17.03.2024).

2. Луцкина В. Управление вовлеченностью персонала / В. Луцкина В., А. Онучин, М. Розин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ecopsy.ru/insights/upravlenie-vovlechenostyu-personala/> (дата обращения: 17.03.2024).

3. Эннеаграмма – технология развития осознанности. Эффективные интегральные практики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--2-9sb0d.xn--p1ai/enneagramma-ndash-tehnologiya-razvitiya-osoznannosti-effektivnye-integralnyue-praktiki-41258742/read/part-2> (дата обращения: 17.03.2024).

4. A paper prepared for the Britain After Blair conference, British Politics Group of the American Political Science Association, Chicago, IL., 29th August 2007.

5. Биктагирова А.Р. Система кадрового резерва предприятия как фактор профессионального становления и развития личности сотрудника / А.Р. Биктагирова, Е.Н. Валиева // Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы. – 2017. – №3 (43). – С. 44–52. – EDN ZMVUKB

6. Александрова Н.А. Повышение степени удовлетворенности трудом как направление кадровой политики организации / Н.А. Александрова // Аграрное образование и наука. – 2016. – №2. – С. 1–4. – EDN WDYZNH

7. Бриггс Майерс И. MBTI: Определение типов. У каждого свой дар / Майерс И. Бриггс, П. Бриггс. – М.: Карьера Пресс, 2014. – 320 с.

8. Майзель Н.И. Сущность и условия организации эффективного психологического отбора / Н.И. Майзель, В.Д. Небылицын, Б.М. Теплов // Психология работы с персоналом в трудах отечественных специалистов. – 2001. – 512 с.

9. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. – СПб.: Питер, 2004. EDN QQEHOH