

Литература

1. Апетов, С. С. Роль гестагенов в заместительной гормональной терапии /С. С. Апетов, С. Ю. Калинин, Л. О. Ворслов // Лечащий врач.- 2013. - № 11. - С. 78-84.
2. Шайхова, Г.И.Состояние здоровья женщин в климактерическом периоде / Г.И. Шайхова, Г.Т. Саидова // Профилактическая и клиническая медицина. - 2009. - № 2. - С. 54-57. '

РАЗРАБОТКА ПОДХОДОВ К ПОДБОРУ ПЕРСОНАЛА АПТЕК НА ОСНОВЕ СОЦИОНИКИ

И.В. Спичак, Н.В. Безуглая

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Белгород

На сегодняшний день на фармацевтическом рынке присутствует высокая конкуренция. Данная ситуация увеличивает зависимость эффективной деятельности аптеки от деятельности фармацевтического персонала. Подходы соционики в сфере управления персоналом помогают спрогнозировать поведение работника в определенных условиях, оценить его взаимодействие с окружающими, проанализировать микроклимат в рабочем коллективе, дать рекомендации для каждого сотрудника в плане формирования наиболее комфортной рабочей среды, определить дальнейшее развитие.

Целью исследования явилось разработка подходов к отбору и расстановке персонала в аптеку на основе соционики.

Объектами исследования явились 20 анкет, заведующих аптеками и работников «первого стола» г. Белгорода и 50 Тестов - опросников Юнга. Методы: структурный, социологический(анкетирование), графический, аналитический, ранжирование.

Сотрудники организации - это конкурентное богатство, капитал предприятия, главный ресурс компании, от качества и эффективности использования которого в большей степени зависят экономические результаты ее деятельности. Поэтому разработка четкого плана действий, политика предприятия по подбору персонала является первостепенной для любой компании, т. к. играет немаловажную роль для достижения целей и задач организации.

Соционика - это наука, изучающая процесс обмена информацией между человеком и внешним миром, т.е. каким образом люди воспринимают, перерабатывают и выдают информацию.

Соционика позволяет:

- мотивировать персонал именно тем, что его реально мотивирует;

- создавать эффективные рабочие группы, зная особенности взаимоотношений разных типов;
- добиваться от людей максимума, сочетая интересы компании с вектором внутреннего развития сотрудника;
- видеть перспективу и реальный кадровый резерв компании;
- сделать отношения в коллективе комфортными

В соционике выделяют 16 психотипов личности, в зависимости от того, какую информацию человек воспринимает лучше. Эти психотипы имеют несколько названий: первое название формируется в зависимости от того, какие психологические функции проявляются лучше всего. Например, логико - сенсорный экстраверт; вторым названием социотипа является фамилия наиболее яркого представителя, например, Жуков, Есенин, Штирлиц.

Разница в восприятии информации влияет на взаимоотношения между данными типами. Поэтому в соционике есть такое понятие как интертипные отношения, т.е. отношения между этими типами. Все эти отношения можно разделить на 3 группы по степени комфортности собеседников: комфортные (тождественные), нейтральные (деловые), напряженные (отношения ревизии).

Для понимания возможности использования соционики в аптечной организации с целью разработки «идеального» портрета сотрудника аптечной организации разработана концепция исследования, состоящая из 4 основополагающих блоков.

Первый блок включает в себя теоретическое обоснование подходов соционики в управлении персоналом аптечной организации.

Второй блок посвящен разработке «идеальных» психотипных портретов аптечных работников на основе соционического исследования.

Третий блок подразумевает определение соционических типов работников при помощи теста Юнга.

Четвертый блок включает разработку алгоритмов и методического сопровождения отбора, расстановки и управления аптечными работниками на основе подходов соционики.

В ходе исследования, проводимого путем прохождения соционического тестирования, были выявлены следующие психоэмоциональные качества для фармацевтического работника «первого стола».

Так, по мнению респондентов, фармацевтический работник (провизор, фармацевт) должен обладать следующими качествами:

Он должен быть систематичным, умеющим планировать свою деятельность, в сложных ситуациях уметь находить нестандартные решения, проявлять смекалку и активность в работе.

По своему характеру он должен быть отзывчивым и доброжелательным, в экстренной ситуации не поддаваться эмоциям.

Полученные знания он должен уметь применять на практике, опираться на свой опыт, быть понятливым, происходящие события оценивать реально.

Проанализировав полученные в ходе исследования характеристики, установлено, что данным критериям соответствует следующий соционический тип: логико-сенсорный интроверт (Максим Горький).

В ходе исследования получены следующие качественные характеристики, которыми должен обладать идеальный заведующий или директор аптеки. Итак, он должен быть систематичным, конструктивным, в нестандартных ситуациях действовать строго по предложенному плану; должен быть решительным, уметь быстро подготовиться при занятии непривычным делом.

По своему характеру он должен быть бескомпромиссным, склонным к критике, должен иметь преимущество при достижении поставленной цели, в экстренной ситуации не поддаваться эмоциям.

Полученные знания он должен уметь применять на практике, опираться на свой опыт и имеющиеся факты, быть здравомыслящим, происходящие события оценивать реально, видеть перспективу в вещах.

Проанализировав полученные в ходе исследования характеристики, установлено, что данным критериям соответствует такой соционический тип, как логико-сенсорный экстраверт (Штирлиц).

Для изучения реального психологического типа аптечных работников (заведующие аптекой, фармацевтические работники «первого стола») был взят тест - опросник Юнга, с помощью которого были определены соционические типы каждого респондента.

После проведения анкетирования провизоров выявлены следующие психотипы: логико - сенсорный экстраверт (ЛСЭ, Штирлиц) (26%), этико - сенсорный экстраверт (ЭСЭ, Гюго) (26%), логико - сенсорный интроверт (ЛСИ, Максим Горький) (22%)

При анкетировании заведующих аптек при помощи теста - опросника Юнга были получены следующие результаты: логико - сенсорный экстраверт (ЛСЭ, Штирлиц) (40%), этико - сенсорный экстраверт (ЭСЭ, Гюго), этико - сенсорный интроверт (ЭСИ, Драйзер) (по 15% соответственно)

Таким образом, в большинстве аптечных организаций сотрудники занимаются тем родом деятельности, которая в наибольшей степени подходит им с точки зрения соционики.

Но для улучшения микроклимата в аптечной организации и взаимопонимания между сотрудниками необходимо обеспечить каждому сотруднику оптимальный род деятельности в соответствии с его психотипом.

Для этого необходима разработка алгоритма отбора и расстановки персонала в аптечной организации.