

ТИПОЛОГИЯ ЛИЧНОСТЕЙ И ЕЕ ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

*Тамара Сергеевна Овсянникова, канд. техн. наук,
доц. кафедры менеджмента и маркетинга,*

E-mail: ovsyannikova_ts@mail.ru,

*Екатерина Анатольевна Алямкина, зам. зав. кафедрой
менеджмента и маркетинга,*

E-mail: ealyamkina@miiv.ru,

*Евгений Сергеевич Бурыкин, канд. экон. наук, доц.
кафедры менеджмента и маркетинга,*

E-mail: burrrikin@rambler.ru,

*Московский университет им. С.Ю. Витте,
<http://miiv.ru>*

В статье рассматривается типология личностей и особенности формирования инновационного поведения для различных типов, описана возможность диагностики и выявления инновационности в личности и оценки инновационного потенциала посредством инструментария соционики, определена важность соционической модели для построения инновационных команд.

Ключевые слова: инновационность личности, темперамент, соционика, инновационное поведение, команда.



Т.С. Овсянникова

В контексте инновационного развития современного мира все большую актуальность приобретает исследование типологии личностей и ее влияние на экономическое поведение и формирование инновационного мышления.

Современный менеджер в своей деятельности взаимодействует с коллективами людей и отдельными контрагентами и поэтому неизбежно сталкивается с различными типами человеческого поведения.

Дискуссии о сущности и характеристиках экономического поведения

в современном научном мире не потеряли своей актуальности, тем более что разворачиваются они в междисциплинарном контексте на стыке экономики, психологии, социологии, философии и других общественных наук.

Стремительный рост интереса, который наблюдается в нашей стране к проблематике инноваций, является важным



Е.А. Алямкина

знаменательным событием в изучении личностной: проблематики и типологии личности.

Попытки свести практически бесконечное множество индивидуальностей к небольшому числу типичных портретов делались издавна.

Гиппократовские четыре типа темперамента – наиболее древний и наиболее известный пример типизации, выделения общих закономерностей среди индивидуальных вариаций психики.

Темперамент – это те врожденные особенности человека, которые обуславливают динамические характеристики интенсивности и скорости реагирования, степени эмоциональной возбудимости и уравновешенности, особенности приспособления к окружающей среде.



Е.С. Бурыкин

Рассмотрим характеристики четырех основных типологических групп, основанных на темпераменте.

Сангвиник – энергичный, инициативный, общительный, легко переживает неудачи. Продуктивен в работе, когда ему интересно, и будет ее избегать, если она его не интересует. Его уверенность в себе иногда переходит границы. Считается, что сангвиники – прирожденные лидеры, управленцы.

Холерик – активный, умеет быстро ориентироваться в обстановке, инициативный, стремится к новому, общительный, но резкий в отношениях. Для него характерна цикличность настроения и работоспособности. Часто подчеркивается наличие у него предпринимательской жилки.

Флегматик – спокойный, уравновешенный, настойчивый, в меру общительный, доводит дело до конца. Информацию постигает постепенно, но знания глубоки за счет трудолюбия. Флегматик может сделать хорошую карьеру, однако для этого ему понадобится много усилий.

Меланхолик – чувствительный, ранимый, замкнутый, мнительный, неуверенный в себе, в привычной для него обстановке исполнительный работник. Можно отметить его способность хорошо говорить и писать.

Принадлежность индивида к одной из четырех типологических групп можно определить по реакции на возникающую на его пути проблему. Холерик сметет со своего пути любое препятствие, сангвиник его обойдет, флегматик может даже не заметить возникающих проблем, меланхолика любое препятствие поставит в тупик.

Типология личности, основанная на темпераменте, позволяет определить основные психологические характеристики человека и предвидеть особенности поведения в той или иной ситуации, но в общих чертах, не уделяя внимание таким характеристикам инновационного поведения как целенаправленность, умение предвосхищать результаты, ориентированность на преодоление возникающих препятствий, гибкость, подразумевающая адекватную реакцию на быстро меняющуюся обстановку [1, С. 133].

Такой подход к определению деловой направленности личности используется давно и в первом приближении помогает определить управленческие способности человека, его возможности в сфере управления коллективом и разрешения возникающих проблем.

Для формирования работоспособного коллектива важно понимать, насколько совместимы люди разных темпераментов, кто сможет быть лидером в группе и взять на себя ответственность за выбор оптимального направления развития бизнеса.

Предлагаются следующие сценарии взаимодействия работников коллектива в зависимости от типа темперамента (рисунок 1).

Использование типологических особенностей личности, основанных на темпераменте, долгое время применялось в качестве экспресс-метода определения потенциальных возможностей людей, лидерских качеств человека, совместимости в личной и социальной сфере. Подобный подход достаточно прост и позволяет, без глубоких познаний в сфере психологии, диагностировать возможности человека и способности, допустим, к управленческой деятельности. И в настоящее время многие специалисты сферы бизнеса основываются при подборе и продвижении по служебной лестнице кадров на типологии, связанной с темпераментом личности.

Современный потребитель принимает решения в условиях многообразия информации, что затрудняет его выбор, побуждая его действовать на основе личностных установок. Поэтому большой интерес представляют исследования психологических основ поведения человека.

Швейцарский психиатр Карл Густав Юнг на основании своей практической деятельности выявил, что поведение человека предсказуемо и зависит от предпочтений, связанных с информацией, получаемой из окружающего мира, а также способом ее получения и переработки. Указанным процессом управляют характеристики, которые, по его мнению, являются определяющими в личности и поведении человека.

В 1921 году в работе «Психологические типы» К.Г. Юнг высказал идею о том, что поведение человека носит не случайный характер, оно предсказуемо и может быть классифицировано в зависимости от предпочтений, формирующих основу индивидуальности. Юнг различал две личностные установки – интроверсию и экстраверсию – и четыре функции – мышление, чувство, ощущение и интуицию, каждая из которых может действовать интровертным или экстравертным образом.









Сангвиник		Сангвиник	Совместная плодотворная деятельность связана с наличием взаимных интересов, взаимозаменяемостью, но не оказанием помощи друг другу. Нередки попытки управлять партнером, чтобы доказать свое превосходство
Сангвиник		Флегматик	Мало взаимопонимания, однако, возможна серьезная взаимопомощь, особенно когда их интересы совпадают. Высокая социальная активность сангвиника и трудолюбие флегматика приносят успех особенно в деловой сфере. Сангвиник в этой паре лидирует, флегматик легко уступает, становясь ведомым. Поэтому конфликты возникают редко
Сангвиник		Холерик	Очень результативный союз, в котором холерик становится организатором, генератором идей, сангвиник – воплощает их в жизнь. Между ними могут возникать споры, соперничество, однако результат будет зависеть от умения подстраиваться к партнеру
Сангвиник		Меланхолик	Перспективный союз при условии хорошего воспитания. Являясь антиподами, они могут дополнять друг друга. Наилучшим деловым партнером для меланхолика всегда будет сангвиник
Флегматик		Холерик	Идеальная пара в бизнесе, поскольку каждый обладает качествами, которые отсутствуют у другого. Флегматик готов терпеливо переносит резкость холерика, который при этом высоко ценит ответственность и надежность флегматика
Флегматик		Меланхолик	Формируют достаточно спокойные взаимоотношения. В силу пассивности обеих взаимопомощь проявляется незначительно. Оба погружены в свой внутренний мир, что делает их недостаточно совместимыми
Холерик		Холерик	Полное взаимопонимание, но несущественная взаимопомощь. Они обычно предпочитают делать все самостоятельно, что может привести к попыткам управлять партнером, конфликтным ситуациям
Холерик		Меланхолик	Нежелательное партнерство, поскольку властный холерик, так или иначе, будет подавлять робкого меланхолика. Ситуация может измениться, если холерик начнет опекать меланхолика, беря его под свою защиту

Рисунок 1 – Сценарии взаимодействия работников коллектива в зависимости от типа темперамента

В 1970-е годы литовский экономист и социолог Аушра Аугустиновичуте на основе теорий Юнга и польского психиатра Антония Кемпинского об информационном метаболизме предложили учение – **соционику**. А. Кемпинский показал, что информация воспринимается определенными каналами человеческой психики, усваивается, накапливается, преобразуется и частично выводится вовне для взаимодействия с внешним миром, но часть ее остается и представляет внутренний мир человека.

Соционика – концепция о том, как человек воспринимает информацию об окружающем мире и информационно взаимодействует с другими людьми. Соционика рассматривается с точки зрения типологии (изучения человеческой психики) и социопрактики (регулирования человеческих отношений), что дает основания полагать, что ее инструментарий можно использовать для выявления инновационных личностей и оценки инновационного потенциала.

Современная глобальная среда и социально-экономическое развитие формирует спрос на работников инновационного склада. Как справедливо подчеркнул А.Л. Никифоров «специфика инноваций как деятельности порождает определенный тип личности». Мысль о том, что это просто творческие личности, постоянно занятые созданием и внедрением новых технологий, сама по себе правильна, но она уже общеизвестна и не является сколько-нибудь новой.

Само понятие инновационной, новаторской личности как типа, было впервые введено Э. Хагеном в 1962 году. Он выделил следующие черты инновационной личности: любознательное отношение к миру, поддержка новаций и оригинальности мышления других людей, собственное стремление к новизне, творческий дух.

Однако инновационность личности не может быть базовым психологическим параметром (таким, например, как темперамент) и выражается в определенном сочетании характерных черт.

Соционика, несмотря на узнаваемость, модность и популярность, ответ на этот вопрос не дает, поскольку не обеспечена научной методологией и инструментами оценки инновационности личности.

Прикладное назначение соционики заключается в возможности человека оценить собственный потенциал и найти пути самореализации, профессионального выбора и роста. Важно подчеркнуть вероятность объективного восприятия возможностей и способностей окружающих, что позволяет строить гармоничные отношения с ними. В результате диагностики соционического типа можно проанализировать свои индивидуальные особенности и определить стратегию взаимодействия с другими людьми и коллективом в целом, в том числе и в инновационном аспекте.

В 1975 году Consulting Psychologists Press опубликовала индикатор типов Майерс-Бриггс, который характеризует предпочтения индивидов по четырем шкалам, представляющим собой два противоположных предпочтения:

- шкала E-I – описывает отношение того, на чем человек склонен фокусировать внимание: на внешнем или на внутреннем мире;
- шкала S-N – описывает способы восприятия или получения информации;
- шкала T-F – описывает способы принятия решений или формирования суждений о чем-либо;
- шкала J-P – описывает жизненный стиль по отношению к внешнему миру.

На основе этой классификации определяются шестнадцать типов личности.

Анализ характеристик шестнадцати соционических типов позволяет выявить черты инновационной личности и предпосылки инновационного поведения. В результате анализа было получено, что наиболее ярко они выражены у 6 типов из 16 (таблица 1).

Таблица 1

Характеристики соционических типов на предмет
инновационной составляющей

Соционический тип	Краткая характеристика
Логико-сенсорный экстраверт (Штирлиц)	Прирожденный разведчик – собирает информацию по всем каналам, добиваясь полной ясности для действия
Этико-сенсорный экстраверт (Гюго)	Консерватор. Не ищет и не любит новые решения, предпочитает старые, испытанные пути, наука – эгоистическое удовольствие
Логико-сенсорный интроверт (Максим Горький)	Исследователь. Имеет склонность к глубокому исследованию узких проблем

Интуитивно-логический экстраверт (Дон-Кихот)	Отлично видит перспективы, возможности. Руководитель. Хороший организатор, потому что видит потенциальные возможности людей и ситуаций
Интуитивно-этический экстраверт (Гексли)	Чувствителен к оценке своих умственных способностей. Часто стремится защитить диссертацию, добивается ученых степеней и званий
Сенсорно-логический интроверт (Габен)	Прирожденный изобретатель, но с внедрением своих идей не торопится, пока не созрел условий для максимальной отдачи

Полученный результат не говорит о том, что представители других соционических типов не способны к инновационному поведению. Но четыре дихотомии (пары взаимоисключающих признаков «рациональность–иррациональность», «экстраверсия–интроверсия», «логика–этика», «сенсорика-интуиция»), лежащие в основе классификации не позволяют распознать признаки инновационного поведения в их минимальном проявлении.

В связи с этим соционическую модель Аушры Аугустинавичюте необходимо дополнить для дихотомий «логика-этика», «сенсорика-интуиция», таким критерием как активность в изменении условий, степень реального воздействия, практическое развитие.

Предлагаемая гипотеза на данный момент обладает как достоинствами, так и серьезными недостатками. Возможность ее применения в науке и практике появится только в результате проведения достаточного числа методологически корректных экспериментов и независимых исследований.

Сложность современных технологий экономической деятельности определяет необходимость и преимущества коллективного творчества в создании и освоении существенных инноваций, обеспечивая приоритет командного подхода в развитии инновационного потенциала и формировании инновационного поведения работников.

Необходимым элементом организации инновационного процесса, максимально способствующим обмену знаниями и реализации инноваций, являются инновационные команды.

Основная задача инновационных коллективов заключается, по мнению И. Юрасова, в коммерциализации знаний, информации, получения материальной прибыли из идеальной субстанции [2, С. 11]. Следовательно, можно выделить ряд преимуществ, которые создает проектная группа в инновационной деятельности:

- 1) объединение внутренних исследований компании с внешними идеями с целью использования их в собственном бизнесе или реализация их посредством рынка идей;
- 2) привлечение инноваций и увеличение объема привлекаемых новых технологий и ноу-хау с ориентацией на повышение эффективности их внедрения;
- 3) расширенное воспроизводство знаний и опыта членов команды проекта за счет их высокой потребности создание чего-то нового в ситуации высокой неопределенности;
- 4) формирование инновационного поведения и мышления посредством эффективного сотрудничества, обмена знаниями и идеями специалистов из разных предметных областей [3, С. 14].

Таким образом, очевидно влияние индивидуальных установок и поведенческих стереотипов участников команды на поведение каждого его члена. В связи с предлагаемой гипотезой прямое назначение соционики – формирование инновационных команд.

Подводя итог, сделаем ряд основных выводов. Наиболее простым, доступным для широкого круга специалистов с точки зрения определения способностей и возможностей личности, в том числе в сфере лидерских качеств, является метод, основанный на темпераменте человека. Он хорошо подкрепляется индикатором Майер-Бриггс, не вызывает тех сложностей, которые связаны с использованием соционических типов и имеет большую достоверность. Чаще всего, для определе-

ния типа личности, возможностей и способностей человека, принятия решения о способах и приемах взаимодействия с ним в бизнесе время ограничено. В подобной ситуации наличие и использование экспресс-метода позволит принять наиболее правильное решение взаимодействия с партнером.

Методы соционики полезны для формирования инновационных коллективов, когда есть возможность изучить каждого члена коллектива и сформировать команду, распределив функции между специалистами таким образом, чтобы получить максимальную отдачу от каждого. Но они требуют дополнительной проработки теоретического аппарата, проведения достаточного числа методологически корректных экспериментов и независимых исследований.

Литература

1. *Молостова Н.Ю.* Теоретико-методологические основания понятия «инновационное поведение» // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. № 5. 2010. Т. 12. С. 132–136.
2. *Юрасов И.* Творческие коллективы // Управление персоналом. 2006. № 6.
3. *Алексашина Т.В.* Особенности формирования команды проекта // Стратегическое и проектное управление: сб. науч. ст. / гл. ред. В.Г. Прудский; Пермский гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2013. Вып. 5. С. 12–15.
4. *Авдеева Т.В.* Формирование производственной стратегии на промышленном предприятии // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2008. № 3. С. 33–35.
5. *Алексашина Т.В.* О развитии институциональной инфраструктуры рынка интеллектуального капитала в инновационно-ориентированной экономике России // Экономические и гуманитарные науки. 2014. № 10 (273). С. 28–34.
6. *Рибокене Е.В.* Экономическое поведение потребителей в условиях транзитивной экономики России: дис. ... на соискание ученой степени канд. экон. наук / Саратов, 2001.
7. *Дохолян С.Б.* Анализ социальной ответственности бизнеса в России // Региональные проблемы преобразования экономики. 2014. № 4. С. 41–46.
8. *Алямкина Е.А.* Взаимосвязь мотивации достижения и временной перспективы // Психологический журнал Международного университета природы, общества и человека. Дубна, 2008. № 1.
9. *Алексеев А.Н.* Корпоративная культура предприятия в условиях инновационной экономики // Транспортное дело России. 2014. № 2. С. 129–131.
10. *Мушкетова Н.С., Бuryкин Е.С.* Роль и место инновационных процессов в социально-экономическом развитии общества <http://elibrary.ru/item.asp?id=12928856> // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2006. Т. 11. № 6. С. 37–41.

Typology of persons and the condition of its practical application in the conditions of development of innovative economy

Tamara Sergeevna Ovsyannikova, candidate of technical Sciences, associate Professor in the Department of management and marketing, S.Yu. Witte Moscow University

Ekaterina Anatol'evna Alyamkina, Deputy head. the Department of management and marketing, S.Yu. Witte Moscow University

Evgueni Sergeevich Burykin, candidate of economic Sciences, associate Professor the Department of management and marketing, S.Yu. Witte Moscow University

In article the typology of persons and feature of formation of innovative behavior for various types is considered, possibility of diagnostics and detection of innovation in the personality and estimates of innovative potential by means of tools of socionics is described, importance of sotsionichesky model for creation of innovative teams is defined.

Keywords: innovation of the personality, temperament, socionics, innovative behavior, team.