

Засоби переконання: аргументація, доказ, обґрунтування, спростування, дискусія, формування когнітивного дисонансу у партнера.

9. Метод гіпнозу – полягає в тому, що в ньому практично не віддають прямих наказів, просто щось коментують, про щось запитують, радяться з партнером по спілкуванню. Разом з тим застосовувані мовні стратегії дозволяють отримувати результат і отримувати свідомого опору наказу.

10. Психоаналітичний метод. В основі цього методу лежать два важливих положення:

- товар повинен бути привабливим підсвідомо,
- основа привабливості товару – сексуальність в широкому сенсі.

11. Метод нейролінгвістичного програмування являє собою підхід впливу на людину з метою впливу на його психіку, і на поведінку. «Нейро» тут означає той факт, що наведене в результаті впливу поведінка є наслідком нерво-психологічних процесів, а «лінгвістичне» – те, що ці процеси управляються словом. «Програмування», передбачає чітку організацію управлінських впливів на об'єкт впливу. Ця чіткість стосується й «зчитування» інформації з об'єкта шляхом його мовної поведінки, жестикуляції, голосових проявів, руху очей, дихання.

Модель НЛП включає в себе три поведінкових етапи впливу з боку суб'єкта спілкування:

- встановлення психологічного контакту з об'єктом,
- налагодження та підтримання з ним процесу комунікації,
- спонукання об'єкта до відповідної бажаної поведінки.

12. Метод лінгвістичного маніпулювання – це використання особливостей мови та правил її вживання з метою прихованого впливу на адресата в потрібному напрямку. Рекламисти досить часто користуються прийомами мовного маніпулювання, часом інтуїтивно, часом цілком усвідомлено. Маніпулятивні можливості мови надзвичайно багаті. На службі в рекламіста і мовні метафори, хибна аналогія, багатомовність, непрямі мовні акти, багато іншого.

**УДК 159.9**

**Олег Лужний – ст. гр. БПм-51**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІДБОРУ КАДРІВ**

Науковий керівник: к.психол.н., доцент Періг І. М.

**Oleh Lushny, student**

Ternopil Ivan Puluuj National Technical University, Ukraine

## **PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF RECRUITMENT**

Scientific supervisor: Ph.D., Associate Professor Perih I. M.

На сьогоднішній день можна сміло стверджувати, що одною з основних детермінант успіху у бізнесі є правильно підібрані співробітники. Підбір кадрів – один

з важливих психологічних елементів в управлінні компанією, він відноситься до довгострокової інвестиції, яка у разі правильного розрахунку принесе чималий прибуток для будь-якого бізнесу.

Підбір персоналу – це процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника з метою встановлення його відповідності до вимог робочого місця і підбору з наявних претендентів того, хто найбільше підходить на цю вакансію, з врахуванням його кваліфікації, спеціальності, особистих якостей, здібностей, характеру та інтересів організації. Це досить складний і дорогий процес, що здійснюється поетапно:

1. Попереднє інтерв'ю – спосіб одержання соціально-психологічної інформації за допомогою усного опитування. Інтерв'ю проводить фахівець з персоналу або психолог. При цьому з'ясовуються лише загальна інформація про кандидата. Бесіда може проходити по телефону, також актуальною є інтернет бесіда. Важливими пунктами, на які звертають увагу при попередній бесіді є: адреса, напрямок у навчальному закладі, закінчені навчальні заклади, мета вступу на роботу, час перебування на попередніх місцях роботи, бажана зарплата, загальний стан здоров'я, оцінки в університеті, військова служба, найближча можлива дата виходу на роботу.

2. Заповнення анкети – особи, які пройшли попередню бесіду, повинні заповнити бланк заяви або анкети. Число пунктів анкети повинне бути мінімальним, запитання спрямовані на інформацію яка найбільше впливає на продуктивність праці, та загальні відомості опитуваного.

3. Тестування – вимірювання індивідуально-психологічних відмінностей, є основним інструментом психологічної діагностики при підборі кадрів. Як правило, під час тестування відповіді на питання даються письмово, після чого інтерпретуються результати.

Види тестів:

- ✓ тести на здібності і схильності (математичні, логічні та ін.);
- ✓ психомоторні тести (спритність пальців рук тощо);
- ✓ тести на професійні знання та досвід;
- ✓ графологічні тести проєктивні методики;
- ✓ особистісні опитувальники тести на інтереси.

4. Діагностичне інтерв'ю – співбесіда, є центральним елементом і розповсюдженим психологічним методом відбору персоналу. До інтерв'ю зазвичай допускаються 20-30% від загального числа кандидатів, що залишилися після попередніх етапів відбору.

В залежності від цілей і завдань відбору можуть використовуватися такі типи інтерв'ю:

- ✓ структуроване (в основі якого лежить фіксований набір питань);
- ✓ неструктуроване (проведене у вільній формі);
- ✓ слабо формалізоване (де використовуються не питання, а теми для обговорення);
- ✓ стрес-інтерв'ю (в умовах спеціально змодельованої стресовій ситуації);
- ✓ панельне (проведене спеціально створеною комісією);
- ✓ групове (інтерв'ю з групою кандидатів);
- ✓ один на один.

У ході інтерв'ю можуть використовуватися такі типи питань:

- ✓ відкриті (це такі питання, які припускають розгорнуті змістовні відповіді, не обмежені жодними рамками);
- ✓ прямі або закриті (припускають відповіді “Так” або “Ні”, або повідомлення конкретних відомостей);
- ✓ навідні (це такі питання, які підказують, який тип відповіді очікується);
- ✓ рефлексивні (потрібні для того, щоб уникнути непорозумінь або неправильного розуміння, крім того, вони показують кандидату, що його уважно слухають);
- ✓ непрямі.

5. Перевірки рекомендацій і послужного списку – частіше практикуються у виді спеціальних запитів, в яких колишнього роботодавця просять оцінити кандидата за певним переліком якостей. Ще більш поширені телефонні дзвінки попередньому начальнику для обміну думками і з'ясування питань які цікавлять.

6. Медичний огляд. Деякі організації вимагають, щоб найбільш підходящі їм заявники заповнювали медичні запитальники або проходили медичний огляд. Причини для такої вимоги такі:

- ✓ необхідність знання фізичного стану претендента в момент найму на випадок подачі можливих вимог компенсацій через погіршення здоров'я;
- ✓ необхідність запобігти прийом переносників заразних хворіб;
- ✓ необхідність визначити, чи може людина фізично виконувати пропонувану роботу.

7. Рішення про прийом кандидата на роботу – є заключним етапом і формується на основі всіх психічних особливостей та отриманих результатів. Рішення повинне бути максимально об'єктивним і враховувати всі особливості щоб виключити можливість помилки.

Система оцінки кандидатів на вакантні посади повинна мати наступні характеристики:

- ✓ повинна бути заснована на об'єктивній інформації
- ✓ повинна стимулювати тих, хто проводить відбір до того,
- ✓ повинна допомагати працівникам організації, які беруть участь у процесі відбору
- ✓ повинна бути продовженням складеної в організації політики в галузі управління персоналом.

Відбір кандидатів закінчується прийняттям на роботу особи, яка найбільш успішно пройшла всі щаблі відбору і відповідає критеріям підбору, або включенням її до резерву організації, в крайньому випадку, відмовою всім кандидатам, якщо відповідна кандидатура не буде знайдена.