

چینش منابع انسانی



چینش در مدیریت منابع انسانی

تیم تحریریه اقیانوس آبی

در هر کسب و کار تعدادی نیرو و تعدادی سمت سازمانی وجود دارد که باید افراد مناسب با هر سمت در آن جایگاه قرار بگیرند. یکی از 7 بخش مدیریت منابع انسانی، چینش است، یعنی شما به عنوان مدیر کسب و کار یا مدیر منابع انسانی، باید افراد را در سمت های سازمانی که متناسب با ویژگی های شخصیتی و مهارت های آن ها است قرار دهید .

چطور یک چینش حرفه ای داشته باشیم؟

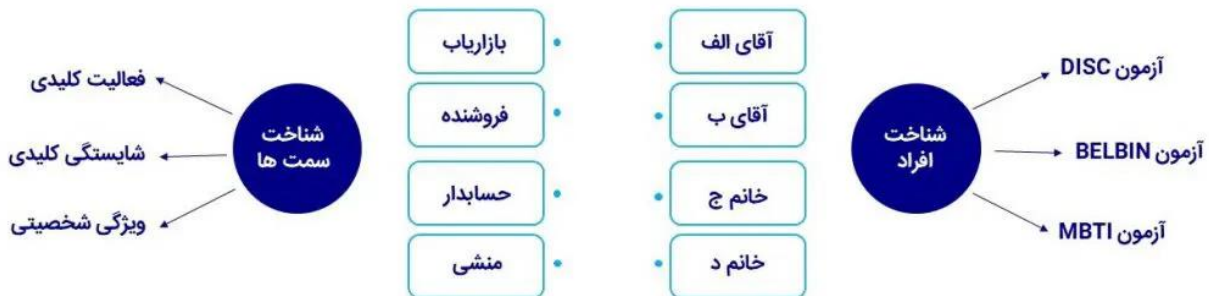
اگر به خاطر داشته باشید یکی از تمرین هایی که در کتاب های دبستان داشتیم این بود که موارد سمت راست را به موارد مرتبط سمت چپ وصل کنیم. شما تعدادی نیرو و تعدادی سمت در سازمان خود دارید. در بحث چینش منابع انسانی،

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

شما باید افراد را در سمت های سازمانی که متناسب با ویژگی های شخصیتی و مهارت های آن ها است قرار دهید. برای این کار هم باید نسبت به دو مورد زیر شناخت پیدا کنید:

1. نیروی انسانی

2. شاخص های عملکردی هر سمت سازمانی



شناخت کارمندان برای یک چپش حرفه ای

برای شناخت افراد آزمون های شناختی متفاوتی مثل DISC, BELBIN, MBTI وجود دارد. آزمون MBTI در مقایسه با سایر آزمون ها، ابعاد بیشتری را در رفتار و شخصیت افراد بررسی می کند، اما مزیت ابزار DISC این است که حتی با نگاه کردن، بررسی زبان بدن و گفتمان ساده با آن فرد می توانید مدل رفتاری او را تشخیص بدهید.

برایان تریسی می گوید: "امکان ندارد فردی را در مجموعه خود استخدام کنم و از او تست DISC نگیرم." رفتارشناسی با ابزار DISC به شما کمک بسیاری برای شناخت تمایلات افراد، نحوه رفتار با آن ها و مدیریت درست کارمندان می کند .

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

کتاب فارسی ابزار DISC به نام "رفتار هوشمندانه به سبک آفتاب پرست با ابزار جهانی دیسک" برای اولین بار در ایران توسط هادی احمدی و داوود احمدی نوشته شده است.

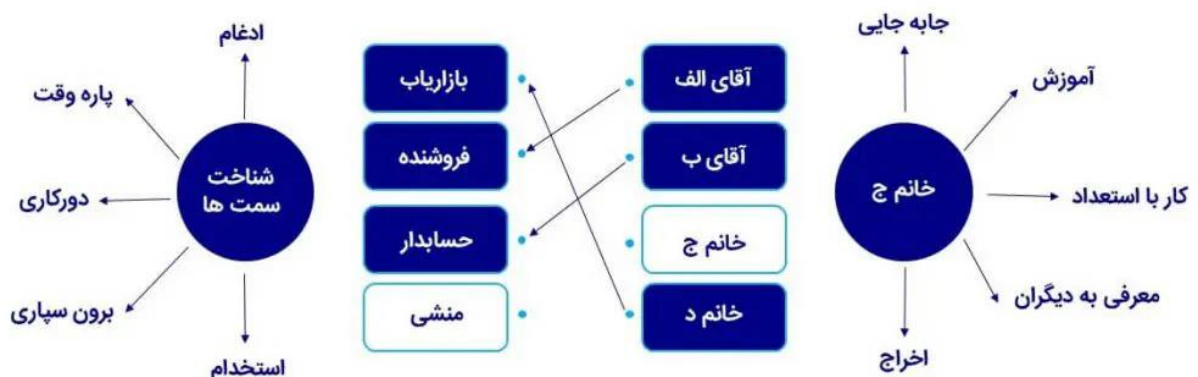
شناخت شاخص های کلیدی هر شغل برای چینش حرفه ای

برای شناخت یک شغل، ابتدا باید فعالیت های کلیدی آن را بشناسید، یعنی مهم ترین کاری که نیروی انسانی در آن سمت باید انجام دهد. سپس بر مبنای فعالیت کلیدی، شایستگی کلیدی که برای انجام درست آن سمت شغلی لازم است را شناسایی کنید. بگذارید یک مثال برای شما بزنیم:

برای بازاریاب، فعالیت های کلیدی به این صورت است: شناخت بازار، خلاقیت برای تدوین تبلیغات، اجرای درست برنامه بازاریابی و دسته بندی بازار.

شایستگی کلیدی یک بازاریاب خوب راست مغزی، روابط عمومی بالا و تجربه است.

با استفاده از ابزار DISC می توان گفت که شخصی با مدل رفتاری DI برای این شغل مناسب است. با این روش می توانید منابع انسانی خود را مانند شکل زیر به سمت های مناسبشان وصل کنید.



برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

خانم ج در تصویر بالا به سمتی منصوب نشده است. برای ادامه همکاری با یک فرد همیشه این سوال را از خودتان بپرسید: اگر خانم ج که در حال حاضر در مجموعه شما منشی است و از او شناخت دارید، الان برای مصاحبه مراجعه می کرد، او را استخدام می کردید یا نه؟ اگر جواب نه است و خانم ج گزینه مناسبی برای منشی بودن نیست، از راهکارهایی که در سمت راست شکل آورده شده استفاده کنید.

راهکارهایی برای برخورد با نیرویی که برای سمت خود مناسب نیست:

1. راهکار اول این است که خانم ج را با شناختی که از مدل شخصیتی او به دست آورده اید جا به جا کنید. مثلاً او را به قسمت فروش منتقل کنید.
 2. راهکار دوم آموزش است. اگر شخصیت خانم ج به گونه ای است که آموزش پذیر است و استعداد یادگیری دارد، برای او یک دوره آموزشی منشی گری بگذارید.
 3. راهکار سوم استفاده از استعدادهای نیروی انسانی است، یعنی بین استعدادهای و نقاط قوت فرد و منافع سازمان نقطه اشتراکی پیدا کنید. البته این بدان معنی نیست که کار یا سمت اضافه ای در سازمان مبنی بر استعدادهای این فرد ایجاد کنید.
 4. راهکار چهارم این است که نیروی خود را به سازمان دیگری معرفی کنید. اگر می بینید که استعداد و شخصیت خانم ج برای سازمان و سمت دیگری مناسب است او را به دوستان و اشنایان خود معرفی کنید.
 5. راهکار آخر اخراج است. وقتی هیچ کدام از راهکارهای ۱ تا ۴ برای آن فرد جوابگو نبودند، باید او را از مجموعه خود حذف کنید.
- حالا اگر خانم ج را اخراج کردید و سمت منشی در سازمان شما خالی ماند، از ۵ راهکار ارائه شده در سمت چپ تصویر بالا استفاده کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

راهکارهایی برای پر کردن سمت های شغلی که در سازمان شما خالی مانده اند:

۱. راهکار اول که از لحاظ هزینه برای شما بسیار به صرفه است، ادغام است. یعنی اگر شما نیرویی در سازمان دارید که حقوق و حق بیمه ای برای او پرداخت می کنید، اگر از او بخواهید که دو ساعت اضافه تر کار کند و کارهای منشی را نیز برای شما انجام بدهد، بسیار از لحاظ هزینه برای شما به صرفه است. چون دیگر نیازی به استخدام یک فرد جدید با حقوق و مزایا ندارید. از طرف دیگر آن نیروی انسانی هم خوشحال است که با چند ساعت اضافه کاری حقوق بیشتری دریافت می کند.

۲. راهکار بعدی کار کردن با نیروی انسانی به صورت پاره وقت است. برای برخی سمت ها مثل کارپرداز، مسئول خرید، مسئول شبکه های اجتماعی و ... می توانید فردی را به صورت پاره وقت استخدام کنید. بنابراین به تعداد ساعاتی که برای شما کار می کند به او حقوق و حق بیمه پرداخت می کنید که هزینه ها را برای سازمان شما به شدت پایین می آورد.

۳. راهکار سوم دورکاری است که در شرایط کرونا بسیار از آن استفاده می شود. مزیت دورکاری این است که شما را از لحاظ مکان محدود نمی کند. مثلاً اگر در حوزه IT فعالیت می کنید، می توانید بهترین نیروها را از هر جای دنیا استخدام کنید.

۴. راهکار بعدی برون سپاری است. اگر در سازمان شما سمتی مانند منشی خالی است، اولین گزینه استخدام نیست. می توانید این کار را برون سپاری کنید که هزینه کمتری نسبت به منشی مستقر در سازمان دارد.

۵. راهکار آخر برای پر کردن یک سمت در سازمان، استخدام نیروی انسانی جدید است.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

