

ВИЗНАЧЕННЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗРАХУНКУ ІНДЕКСУ ЗАЛУЧЕНОСТІ СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ

Артюх Т.О, *Хоменко В. М.

Кафедра управління та економіки фармації Інституту підвищення
кваліфікації спеціалістів фармації Національного фармацевтичного
університету, м. Харків, Україна
uef-ipksf@nuph.edu.ua

*Кафедра фармації і фармакології Донецького національного медичного
університету, м. Лиман, Україна
khomenko_donnmu@ukr.net

Вступ. Основним ефектом від залучення персоналу є підвищення продуктивності праці спеціалістів фармації і, як наслідок, розвиток аптечного закладу за рахунок проявів ініціативності з боку персоналу, тобто готовність співробітника інвестувати свій когнітивний, навичковий і емоційний капітал в діяльність аптечного закладу. Проте на сьогодні не існує єдиного стандарту для розрахунку цієї «готовності» спеціалістів фармації, а враховуючи особливості їх діяльності, як працівників фармацевтичного сектору галузі охорони здоров'я, яка ні в якому разі не може бути прирівняною до рівня сервісних послуг у їх класичному розумінні, становлять певні перешкоди для керівників на шляху до підвищення ефективності персоналу через використання базових методик, що враховували б усі аспекти залученості спеціалістів фармації.

Мета дослідження. Метою роботи є пошук шляхів всебічного аналізу залученості спеціалістів фармації та розрахунку зазначеного індексу для подальшої діагностики організаційної культури аптечних закладів у рамках адаптивного управління персоналом.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети були використані сучасні методи логічного та типологічного угруповання, аналітичного аналізу та порівняння. Об'єктами дослідження стали спеціальна наукова література, фундаментальні публікації з організації праці, наукові огляди і монографічні видання вітчизняних та зарубіжних учених з управління персоналом організацій, Internet ресурси, що висвітлюють різноманітні методики, підходи та тести, направлені на аналіз різноманітних аспектів

діяльності персоналу організації та його культури. Також для підтвердження кабінетних результатів дослідження використані соціологічні методи та особисті спостереження, які здійснювали серед 1940 спеціалістів фармації з 23 областей України. Враховуючи багатокритеріальність індексу залученості та вплив на нього значної кількості факторів, здійснили аналіз діяльності спеціалістів фармації, які обіймають різні посади: головний спеціаліст аптечної мережі – 0,26%, директор АЗ – 0,36%, завідувач аптечного складу – 0,67%, завідувач аптечного закладу – 15,31%, завідувач аптечного пункту – 2,22%, завідувач відділу аптечного закладу – 1,65%, заступник директора аптечного закладу – 0,15%, заступник завідувача аптечного складу – 0,26%, заступник завідувача аптечного закладу – 2,63%, заступник завідувача аптечного пункту – 0,10%, заступник завідувача відділу аптечного закладу – 0,31%, провізор – 67,88%, фармацевт – 8,2%.

Результати дослідження. Аналіз літератури виявив, що на сьогодні існує декілька різновидів методик для розрахунку індексу залученості персоналу. При відборі методики враховували не тільки рівень її інформаційної насиченості та коректності поставлених завдань, а й рівень простоти або складності розуміння для виконавців (респондентів), надмірну складність при проведенні дослідження, тощо. Так одні дозволяють досить швидко і порівняно простими підходами встановити рівень залученості співробітників у справи компанії і розрахувати індекс (експрес методика), а інші передбачають більш ґрунтовний підхід: розподіл показника залученості на складові, отримання даних за кожним з них, а потім підбиття підсумків і розрахунок індексу (комплексний показник).

Проте найбільшу цікавість викликають методики, розроблені компаніями Hewitt Associates, Towers Watson, Gallup Media. Всі вони йдуть від практичних напрацювань конкретних компаній, які проводять дослідження. Проте кожна з цих методик має свої недоліки та переваги, які пояснюються вектором правильного розуміння з боку керівництва та оцінки ними залученості й тих чинників, які на неї впливають.

Так, у підході Hewitt Associates розглядаються три індикатори залученості: • «Говорить» - співробітник позитивно відгукується про організацію у спілкуванні з колегами, потенційними співробітниками і клієнтами; • «Залишається» - співробітник хоче залишитися в організації на

тривалий час, бути частиною компанії; • «Прагне» - співробітник прикладає додаткові зусилля, щоб сприяти успіху бізнесу.

На думку консультантів Towers Watson, залученість співробітників залежить від того, як вони: • «Думають» - раціонально розуміють стратегічні цілі організації та цінності, а так само те, як їх робота узгоджується з цими цілями і цінностями; • «Відчувають» - емоційно прив'язані до організації і тим, з ким вони працюють; • «Діють» - мотивовані і готові інвестувати свої зусилля, робити більше того, що від них очікується.

Підхід Gallup Inc. передбачає виділення чотирьох вимірів залученості співробітників, які виражаються у 12 запитаннях, які найбільше корелюються з продуктивністю праці, лояльністю клієнтів і зростанням продажів: • «Основні потреби» - два питання; • «Підтримка управління» - чотири питання; • «Робота в команді» - чотири питання; • «Зростання» - два питання. Рейтинги з цих дванадцяти питань об'єднуються в індекс, який може бути використаний для поділу співробітників на три категорії: 1. «Залучені співробітники» - працюють з пристрасстю. Вони відчувають сильний зв'язок з організацією і наполегливо працюють, щоб оновлювати і покращувати свою компанію; 2. «Незалучені співробітники» - роблять роботу, яку очікують від них, але не прикладають додаткових зусиль; 3. «Активно відключені співробітники» - не тільки самі нещасні, працюючи в компанії, але поширюють своє невдоволення серед інших співробітників.

Проте, не зважаючи на комплексність цих охоплених питань, дослідження лише за однією з зазначених методик не дають цілісної картини для оцінки залученості спеціалістів фармації. Тому, на основі отриманих результатів дослідження, встановлена доцільність розподілу оцінювання індексу залученості за чотирма факторами, які умовно можна розділити на дві групи: 1) аптечний заклад: керівництво, підтримка ініціатив, задоволеність (умовами роботи, перспективами кар'єрного і професійного розвитку, і іншими найважливішими аспектами життя); 2) сам співробітник, його інтеграція.

Висновки. Встановлена різноманітність підходів до оцінки залученості співробітників та з'ясовано, що на сьогодні відсутні зазначені методики, які б відображали всю специфіку діяльності аптечного закладу та спеціалістів фармації. Саме тому метою подальших досліджень є розробка методики для розрахунку індексу залученості спеціалістів фармації за виділеними аспектами та факторами впливу: залученість, що залежить від аптечного закладу та від самого спеціаліста фармації, як співробітника організації.