

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХІДІВ ДО ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО ВИЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Артюх Т.О.

Інститут підвищення кваліфікації спеціалістів фармації
Національного фармацевтичного університету м. Харків, Україна
uef-ipksf@mail.ru

Організаційна культура фармацевтичних закладів є складним соціальним явищем, яке формується у фармацевтичному закладі під впливом низки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Вона залишається тією сферою, де розробка концепцій та наукові надбання озброюють керівників різних фармацевтичних закладів орієнтирами для пошуку шляхів підвищення ефективності своїх закладів.

Історичний розвиток суспільства та перехід його на нові рівні свідомості висувають фармацевтичним закладам сучасні вимоги до розробки та впровадження оновленої системи цінностей. За сучасних умов складної економічної ситуації на фармацевтичному ринку саме організаційна культура кожного фармацевтичного закладу є тією відмінною рисою, що дозволяє не загубитися серед конкурентів, підтримувати високий рівень ефективності та сприяти еволюційному розвитку організації відповідно до розвитку суспільства, що додатковий раз підкреслює актуальність обраної тематики.

Саме тому, метою нашої роботи постало вивчення сучасних підходів до термінологічного визначення організаційної культури фармацевтичного закладу. Для вирішення поставленого завдання нами було досліджено організаційну культуру фармацевтичних закладів як феномен з використанням сучасних методів дослідження (системного, історичного, порівняльного аналізу та соціологічних опитувань: анкетування та інтерв'ювання).

Встановлено, що в існуванні феномену організаційної культури фармацевтичних закладів, як такого, дослідники практично не сумнівалися. Проте, її становлення, як окремого інструменту управління відбувалось протягом ба-

гатьох десятиліть. Аналіз даних наукової літератури показав, що сучасні дослідники визначають загальний термін організаційної культури, як складну композицію важливих припущень, які часто не піддаються формулюванню та бездоказово приймаються персоналом.

В той же час, багато дослідників організаційної культури при окресленні її суті ставлять акценти на різних аспектах. Це може бути і механізм формування цінностей організації в процесі адаптації до змін, і сукупність колективних базових правил, винайдених, відкритих або вироблених певною групою людей, і правила досягнення мети в ситуаціях, пов'язаних з вирішенням проблем та інтеграцією нових членів колективу.

Організаційна культура може трактуватися, як основа для подальшого функціонування організації. Це обумовлено історичним розвитком суспільства та використанням різних підходів до визначення сутності та змістовності організаційної культури.

Порівнюючи різні визначення зазначеного терміну, всі варіанти поняття можна умовно розділити на категорії: визначення, пов'язані з характеристикою діяльності організації (методи роботи, уявлення та підходи до вирішення проблем, правила відбору, прийняття на роботу, адаптації нових співробітників, програми їх підвищення кваліфікації, механізм просування та кар'єрний зріст тощо), визначення, що враховують лише окремі елементи організаційної культури (поняття, цінності, правила, норми, символи, філософія, переконання співробітників тощо), визначення, що передбачають комплексний та системний підходи для її трактування (колективна атмосфера, система взаємозв'язків у колективі, соціально-психологічний мікроклімат тощо).

Узагальнюючою рисою всіх визначень організаційної культури є сприйняття її усіма членами організації, оскільки вона створюється в процесі взаємодії цих співробітників, їх індивідуальних особливостей, уявлень, моральних принципів, цінностей, а потім стає інструментом для корегування та регулювання дій співробітників на основі існуючого історичного досвіду через створення міфів, легенд, етичних норм і правил тощо, які формують стереотипи

поведінки для майбутніх колег в процесі їх адаптації (сприймається як механізм впливу організаційної культури на персонал).

На сьогоднішній день організаційна культура фармацевтичних закладів сформувалась як явище, що дає спеціалістам фармації відчуття їх ідентичності, несе в собі неписані, зрозумілі настанови, а також сприяє стабільності соціальної системи, в якій вони перебувають повсякденно.

На нашу думку, термін «організаційна культура фармацевтичних закладів» є більш широким поняттям і уособлює в собі, зокрема, й корпоративну культуру окремих фармацевтичних мереж і певних закладів, кожен із підрозділів яких, що під час розташовані у різних географічних регіонах, може формувати власну культуру.

Тому, в межах організаційної культури фармацевтичних закладів нами розглянуто такі поняття: корпоративна культура, ділова етика спеціалістів фармації, організаційна поведінка спеціалістів фармації. Оскільки, етичні вимоги знаходять відображення в корпоративних кодексах, які стають підґрунтям організаційної культури закладу, як ефективний інструмент управління персоналом. А організаційна поведінка є зовнішнім проявом організаційної культури і багато в чому визначається нею.

Одже, враховуючи велику соціальну значущість та впливовість фармацевтичної галузі та її культури на суспільство визначення терміну організаційна культура фармацевтичних закладів потребує свого уточнення, що і постало за мету наших подальших досліджень.