

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ФІРМИ

Пузак Н.О., Школенко Ю.О.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

socpharm@nuph.edu.ua

Процес становлення та розвитку професійного фармацевтичного бізнесу характеризується посиленням конкуренції та необхідністю використання фармацевтичними фірмами нових, ефективних засобів просування лікарських препаратів та удосконалення власної діяльності на фармацевтичному ринку.

Особливості комерційної діяльності у фармацевтичному секторі галузі охорони здоров'я, які обумовлені специфічністю лікарських засобів як товару, актуалізують питання елементів репутації, іміджу та корпоративної культури (КК) для фармацевтичних підприємств.

Метою нашого дослідження є визначення сутності та основних принципів формування КК фармацевтичних організацій.

Успіх діяльності організації визначається як економічними, так і соціально-політичними напрямками власної діяльності. І майже кожна успішна організація має свою КК, яку можна визначити як сукупність найважливіших положень діяльності організації, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях більшості працівників. Певний рівень розвитку КК дозволяє вирізняти організацію, створює відповідну атмосферу для її членів, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників. За своєю сутністю КК – це специфічна форма існування взаємозалежної системи, яка включає в себе ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації та сукупність способів їх реалізації, що переважають в ній на певному етапі розвитку.

Базовими положеннями, що впливають на формування та розвиток КК фармацевтичної організації, є загальні та спеціальні принципи КК. До загальних можна віднести принципи соціально-економічного та інтелектуального розвитку, всеохопленості та системності, відкритості та постійного удосконалення, координації, обов'язковості, винагороди, вимірності та корисності, відповідності чинному законодавству. Спеціальними вважають принципи індивідуальності, вільного прояву, узгодженості та відповідності, чіткості, особистісно-орієнтованого менеджменту, стосунків «керівництво-працівник», еталону.

Принципи КК фармацевтичної організації – це базові вихідні положення, які забезпечують її формування та розвиток. Дотримання підприємством принципів КК впливає на подальший її стан, ефективність прийняття управлінських

рішень, результативність діяльності працівників. Еталонним носієм культури у фармацевтичній організації є її керівний склад: адже саме представники різних рівнів управління організацією найяскравіше можуть продемонструвати норми корпоративної культури, оскільки мають для цього більше можливостей, ніж звичайні працівники. Розвиваючись, організація будує свої стосунки з суб'єктами внутрішнього та зовнішнього середовища на підставі розуміння їхньої системної сутності і унікальності, прикладає максимум зусиль для отримання якнайповніших відомостей про ділових партнерів і співробітників з метою їх кращого розуміння.

Таким чином, узагальнюючи твердження науковців різних шкіл та напрямків управлінської діяльності, можна зробити висновок, що КК організації, у тому числі й фармацевтичної, — це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлюючи характер життєдіяльності організації. Чіткі принципи КК сприяють реалізації місії, цілей, завдань та стратегії підприємства, забезпечують прозоре та ефективне управління підприємством відповідно до вимог сьогодення.