

Проте, слід зазначити, що впровадження та реалізація основних принципів належних практик ставить нові завдання перед керівництвом фармацевтичного закладу, що передбачає гнучкість у прийнятті рішень та використання відповідних навичок побудови міжособистісних відносин для ефективного використання найбільш сильних професійних сторін фармацевтичного персоналу [2, 3]. Застосування такого підходу передбачає використання ключових принципів управління комунікаціями, що включає в себе сукупність процесів, які необхідні для збору, розподілу, зберігання отримання та використання інформації.

Управління комунікаціями на фармацевтичному підприємстві доцільно розглядати у рамках кількох послідовних етапів, які опираються на основні постулати «Керівництва до зводу знань з управління проектами», що може бути використано не залежно від галузі реалізації проекту, та визначає проект як тимчасовий захід, метою якого є створення унікальних продуктів, послуг чи результатів[4]. До таких етапів віднесено наступні: 1. Визначення адресатів комунікації; 2. Планування комунікації; 3. Розподіл та розповсюдження інформації; 4. Управління очікуваннями; 5. Підготовка звітності (при необхідності).

Однією з найскладніших проблем в управлінні комунікаціями є аналіз ефективності розробленого механізму внутрішніх комунікацій та вибір інструментарію звітності. Підготовка звітів зводиться до збору та розподілу інформації про результати діяльності робочої групи, яка бере участь у визначеному робочому процесі, крім того, результати вимірювання діяльності робочої групи та прогнози. Процес підготовки звіту про виконану роботу включає періодичний збір фактичних даних і їх зіставлення з плановими показниками роботи, передачі інформації та прогнозування результатів роботи.

Висновки. Дотримуючись основних принципів управління комунікаціями, кожен керівник аптечним закладом, має розуміти підстави розуміння ефективних принципів управління персоналом в умовах впровадження належних практик та покладених на нього обов'язків у системі забезпечення якості, а також тієї ролі, яку повинен виконати кожен із фармацевтичних працівників для забезпечення належної фармацевтичної допомоги кожному пацієнтові. Таким чином, пріоритетним напрямком при впровадженні системи забезпечення якості на фармацевтичному підприємстві має стати не тільки підтримка високого рівня кваліфікації фармацевтичних фахівців, а й розуміння основних засад планування, аналізу та алгоритмів налагодження внутрішніх для гарантування належного забезпечення системи якості.

Використана література:

1. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників випуск 78 Охорона здоров'я[Електронний ресурс] : наказ Міністерства охорони здоров'я України від 29 березня 2002 р. № 117. – Режим доступу : https://www.moz.gov.ua/ua/portal/dn_20020329_117.html (дата звернення 12.10.2015).

2. Настанова «Лікарські засоби. Належна практика дистрибуції. СТ-Н МОЗУ 42-5.0:2014» [Електронний ресурс] : наказ Міністерства охорони здоров'я України від 22 серпня 2014 р. № 593. – Режим доступу : https://www.moz.gov.ua/ua/portal/dn_20140822_0593.html (дата звернення 12.10.2015).

3. СТ-Н МОЗУ 42-5.1:2011 Лікарські засоби. Належна практика зберігання (GSP)[Електронний ресурс] :наказ Міністерства охорони здоров'я України від 03 жовтня 2011 р. № 634. – Режим доступу : https://www.moz.gov.ua/ua/portal/dn_20111003_634.html (дата звернення 12.10.2015).

4. Practice Standard for Work Breakdown Structures (2006). Project Management Institute, 123. ISBN: 1933890134, 9781933890135.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

Нетребя А., студентка 4 курса направления подготовки «Менеджмент» Национального фармацевтического университета

Сегодня отбор персонала является одной из основных функций кадрового менеджмента. Руководители понимают, что кадры решают все. Для того, чтобы они

выкладывались «на полную», необходимо подбирать ответственных специалистов, которые имели бы стимул для работы в компании. Естественно, для достижения такого результата, лучше всего применять современные формы поиска персонала. Для каждой компании подойдет именно такая методика подбора персонала, которая применима именно в ее условиях. Поэтому специалисты по подбору персонала должны владеть необходимыми знаниями и набором приемов, которые смогут позволить подобрать квалифицированных специалистов и достаточно успешных сотрудников. Какие же методы отбора персонала зачастую применяются в компаниях? Это так называемые классические методы. К ним относятся: анкетирование, собеседование, тестирование, резюме и метод оценки. Анкетирование используют с целью получения, в документальной форме, данных о потенциальном работнике, таких как: имя, фамилия, отчество, адрес проживания, сведения об образовании, опыте работы и тому подобное.

Собеседование является самым распространенным, на данный момент, методом отбора персонала. Посредством разговора работодатель получает достаточную информацию о кандидате: его предыдущем опыте работы, знакомится с личностными качествами претендента на должность, интересуется кругом его интересов и так далее. Преимущество собеседования заключается в том, что с его помощью можно получить невербальную информацию о кандидате, так как есть возможность оценить его жесты, интонацию и манеру поведения. Это поможет сделать более точные выводы в дополнение к другим методам отбора персонала.

Следующий традиционный метод отбора персонала – тестирование. Данный метод не так распространен, как, например, собеседование, хотя достаточно эффективен. Тестирование помогает основательно выявить общий уровень качеств и свойств претендента, которые необходимы конкретно для данной должности в данной организации.

Еще один метод отбора персонала - метод оценки. Зачастую он проходит в игровой форме с имитацией реальной рабочей обстановки, а кандидат по ходу игры должен выступить с речью перед присутствующими, принять какое-то решение, связанное с конкретной должностью, проанализировать какой-то факт, обосновать собственное мнение и тому подобное.

Последний, довольно распространенный метод – поиск персонала посредством использования резюме, который содержит информацию об опыте работы претендента, и другие сведения, связанные с желаемой должностью, которые он пожелает сообщить работодателю.

Все эти традиционные методы отбора персонала являются основными. Они неоднократно проверены и испытаны временем, что, несомненно, является плюсом. Но время идет, ситуация на рынке труда изменяется, организации развиваются и расширяются, и, соответственно, изменяются и возрастают требования к персоналу. И использования лишь традиционных методов для этого уже становится недостаточно для выявления требуемых качеств потенциальных сотрудников. И тогда на помощь специалистам по подбору персонала приходят абсолютно новые, современные методики. Далее рассмотрены некоторые из них.

Проведенное мною исследование выявило, что сегодня помимо традиционных методик отбора персонала, нетрадиционные методики приобретают популярность как в зарубежных, так и в украинских компаниях.

Первая современная нетрадиционная методика отбора персонала - brainteaser-интервью. Данный метод заключается в том, что претенденты должны ответить на «заковыристые» вопросы или решить какие-то логические задачи. С помощью данного метода руководитель может проверить способность к аналитическому мышлению, а также выявить творческий потенциал кандидата. Зачастую brainteaser-интервью применяется при отборе работников умственного труда и «креативщиков». Brainteaser-интервью состоит из небольших логических задач с четко заданными ответами и задачи, у которых нет четкого ответа. Здесь в ответах оцениваются логичность рассуждений и нестандартность решения.

Помимо таких задач существуют и сложные бизнес-кейсы - упражнения, в которых необходимо проявить креативность мышления.

Следующий метод связан с физиогномикой. На практике довольно часто применяется данный метод. Физиогномика – это метод определения типа личности человека, его душевных качеств и состояния здоровья, исходя из анализа внешних черт лица и его выражения.

По мнению современных физиогномистов, любую перемену в чертах лица можно связать с переменами внутри и эмоциональными трансформациями. Анализ черт лица помогает выявить особенности характера человека. В настоящее время многие HR-специалисты используют эти знания для подбора персонала. Люди могут высказывать одно, а думать совсем другое, поэтому понятие их истинного состояния очень важно. Исследования показывают, что при общении люди только 7% передают информацию вербально, около 30% выражается с помощью голоса и примерно 60% передается по невербальным каналам.

Следующим современным нетрадиционным методом подбора персонала является френология. Под френологией понимается система знаний, основным положением которой является связь психики человека и строения поверхности его черепа. Основная цель френологии - изучение зависимости между индивидуальными признаками человеческого черепа и чертами его характера. Но использование такой методики при подборе персонала довольно редко применяется в практической деятельности специалистами, так как сотрудники кадровых служб с недоверием относятся к данной науке.

Очень интересным является применение соционики для поиска персонала. Это наука, которая изучает процесс переработки психикой человека информации из окружающего мира. Идея соционики заключается в том, что психика людей имеет 16 возможных вариантов восприятия информации и её обработки. На основании принадлежности человека одному из данных типов можно выявить соответствие определенному социотипу, это позволяют сделать прогнозы поведения кандидата и взаимодействия его с людьми, имеющими другие типы. Для каждого типа можно составить определенные рекомендации как в сфере профессионального взаимодействия, так и в области личных интересов. Использование соционики позволяет произвести отбор людей, которые наиболее подходят для выполнения данного рода работы, которым понравится политика мотивации данной организации и которые смогут хорошо вписаться в её коллектив. Это позволит повысить эффективность труда. Также надо отметить, что кандидаты довольно позитивно относятся к такому методу, ведь после прохождения собеседования они смогут узнать описание собственного типа и получить конкретные рекомендации.

Но ведь личность человека формируется в результате влияния на неё воспитания и социального окружения. Поэтому описание социотипа не может полностью совпадать с личностью человека. И, конечно же, хотелось бы добавить, что соционический метод подбора персонала должен использоваться в дополнение к традиционным методам.

Еще одним необычным методом является графология. Такой метод достаточно распространен в западных компаниях и подразумевает под собой экспертизу почерка. Графология – учение, согласно которому существует устойчивая связь между почерком и индивидуальными особенностями личности. Графологи помогают сформировать общее впечатление о почерке кандидата посредством изучения его особенностей и отличительных черт. Наличие ритмических колебаний, сила нажима на бумагу, направленность почерка и скорость письма - всё это в совокупности помогает сделать заключение об определенных качествах кандидата и соответствии их для желаемого рода занятий в организации. Наиболее распространено применение графологии в Европе. Во Франции, например, при отборе персонала работодатели применяют графологический анализ биографии, в Израиле государственные служащие подвергаются графологической экспертизе. HR-специалисты не просто так обращаются к такой науке как графология. Несомненным плюсом является то, что графологический анализ можно проводить на расстоянии и без ведома персонала, что дает более достоверный результат. Однако эффективность графологии на сегодняшний день

является спорным вопросом. В нашей стране графология не популярна, из-за отсутствия специальных обучающих программ, и, следовательно, квалифицированных специалистов в этой сфере.

Довольно интересным фактом является применение астрологии при отборе персонала. Астрология – это учение, согласно которому будущее можно определить по движению и расположению небесных тел относительно друг друга. Надо заметить, что в последнее время популярность гороскопов в бизнесе упала, но и по сей день остаются сторонники такой методики отбора персонала и принятия решений в соответствии с астрологическими предсказаниями.

Руководители некоторых компаний в процессе отбора кандидатов эффективным методом отбора по группе крови. Сторонники данной методики полагают, что к людям с первой группой крови относятся люди с выраженными лидерскими качествами, амбициозностью, общительностью, активностью, высоким уровнем целеустремленности. Качества, способные тормозить их карьерный рост: высокомерие, самовлюбленность, тяжелое восприятие критики. Люди со второй группой крови больше всего ценят порядок, дисциплину и организованность. Они всегда уделяют повышенное внимание деталям, очень аккуратны, обязательны и трудолюбивы. Сотрудники с третьей группой крови – люди творческие, с неординарным подходом к решению задач, при этом они плохо идут на контакт, необщительны и малословны. Высшие ценности для людей этого типа – свобода и независимость, хотя они всегда учитывают чужую точку зрения, умеют сочувствовать, сопереживать. Согласно данной теории, на позиции менеджеров среднего звена лучше всего брать людей с четвертой группой крови, поскольку среди них можно найти замечательных организаторов, которых отличают рационализм, тактичность и честность. Эта методика имеет место при отборе персонала, и выводы, сделанные на основании данных о группе крови сотрудника могут быть использованы как дополнительная информация, но ни в коем случае не могут быть ключевым показателем в выборе кандидата.

Современным методом, рассмотренных в статье, является использование полиграфа. С помощью полиграфных обследований выявляются и оцениваются лояльность по отношению к компании, истинные причины поступления на работу, наличие наркотической и/или алкогольной зависимости и т.д.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод о том, что, несмотря на то, что многие компании используют множество нетрадиционных методов отбора персонала, специалисты по кадрам с недоверием относятся к ним, сомневаясь в эффективности их применения. Кроме того, нетрадиционные методики следует применять только для получения дополнительной информации в совокупности с традиционными методами подбора персонала. Ни в коем случае, нетрадиционную методику нельзя использовать в качестве основной и полагаться лишь на её результаты.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ТРУДОВОЇ ПОВЕДІНКИ ЧЕРЕЗ ГАРМОНІЗАЦІЮ ПОТРЕБ ПРАЦІВНИКІВ З ЦІЛЯМИ-ЦІННОСТЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

*Польова В. В., к.е.н, викладач кафедри економіки Харківського національного
університету будівництва та архітектури*

Необхідність управління трудовою поведінкою працівників зумовлена тим, що, незалежно від причин, які спонукають людину до праці, вона повинна відповідати вимогам того виробничого середовища, яке надає їй необхідні умови для реалізації особистісних та професійних здібностей, дає можливість забезпечити себе матеріально.

Механізм управління трудовою поведінкою працівників повинен враховувати як особистісні можливості людини, так і умови, в яких вона працює. «В результаті працівник як носій конкретних професійних здібностей стає активним функціональним компонентом