

ОРГАНИЗАЦИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ДЕЛА

О.Н. Кулич, В.В. Кугач

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В АПТЕКАХ

Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет

Статья посвящена сравнению корпоративной культуры двух аптек второй категории г. Витебска, характеризующихся одинаковым по численности штатом, похожим расположением и структурой, заведующими которых являются женщины. Анкетирование всех работников с использованием экспресс-методики О.С. Михалюка и А. Ю. Шалыто показало наличие благоприятного психологического климата в коллективах обеих аптек. Установлено, что состояние корпоративной культуры в обеих аптеках находится на высоком уровне. При этом упадочный уровень для отдельных работников встречается чаще в аптеке В. Определено, что работники аптеки А не боятся брать на себя ответственность за выполненную работу, способны к установлению прочных и доброжелательных отношений с окружающими. Установлено, что сплочённость работников аптеки В выше, чем аптеки А, однако их личные интересы преобладают над производственными. При определении типа корпоративной культуры по методике Камерона-Куинна показано, что нынешний тип корпоративной культуры аптеки А – клан, а работники стремятся к адхократии; тип корпоративной культуры аптеки В – сочетание бюрократии с элементами клановой и рыночной культур, при этом работники стремятся к клановой культуре. С целью оптимизации психологического климата руководству аптеки А рекомендовано поощрять инициативу работников и предоставлять им больше творческой свободы; руководству аптеки В – изменить стиль управления и вовлечь сотрудников в активное участие в проектах развития аптеки.

Ключевые слова: корпоративная культура, аптеки, анкетирование, психологический климат.

ВВЕДЕНИЕ

Термин «культура» имеет латинское происхождение и первоначально означал возделывание почвы, ее культивирование. В дальнейшем слово «культура» обобщили, и им стали называть все, созданное человеком. Культура включает в себя результаты материальной и духовной деятельности человека [1].

Культура формируется как механизм взаимодействия людей, помогающий им жить в своей среде, сохранять единство и целостность сообщества при взаимодействии с другими социальными образованиями [2].

Организационная культура, или корпоративная культура рассматривается как одна из субкультур, в которой находят свое вы-

ражение все основные элементы культуры общества: представления, символы, ценности, идеалы, образцы поведения и т. д. Такой подход выражает определение, данное французскими социологами С. Мишоном и П. Штерном. «Организационная культура – совокупность поведений, символов, ритуалов и мифов, которые соответствуют разделяемым ценностям, присущим предприятию, и передаются каждому члену из уст в уста в качестве жизненного опыта» [3].

Недавно словосочетание организационная (корпоративная) культура было ещё малоизвестно, хотя она существовала всегда. Элементы корпоративной культуры имели свои аналоги в СССР: доски передовиков труда, значки, почетные грамоты являются классическим выражением кор-

поративной культуры [4].

Корпоративная культура – это социально-психологический компонент предприятия, ее духовная и идеологическая составляющая. Корпоративная культура является системой главенствующих в организации ценностей, мнений и норм поведения, которые ведут предприятие к развитию либо к упадку [4].

Корпоративная культура выполняет две основные функции: внутренней интеграции членов коллектива, благодаря которой они знают, как взаимодействовать друг с другом, и их адаптации к внешней среде [5].

Корпоративная культура может как помогать организации добиваться значительных успехов, так и работать против нее, создавая обстановку, которая ведёт к снижению производительности и качества труда, препятствует внедрению нового, разрушает систему внутренних и внешних коммуникаций организации. От содержания корпоративной культуры зависит, является ли она активной, поощряющей членов коллектива к творческой, производительной работе, что является основой увеличения эффективности труда, или сложившаяся культура подавляет в человеке стремление к самосовершенствованию, саморазвитию [6].

Целью настоящего исследования было сравнить корпоративную культуру двух аптек г. Витебска.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

- определить общую направленность психологического климата в коллективах аптек;
- оценить уровень организационной культуры в аптеках в целом и по секциям: работа, коммуникации, управление, мотивация и мораль;
- установить степень развития социально-психологического климата;
- определить существующий и желаемый типы корпоративной культуры в аптеках.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Было проведено анкетирование сотрудников двух аптек Витебского РУП "Фармация", расположенных в городе Витебске.

Обе аптеки относятся ко второй категории, имеют прикрепленные аптеки четвертой категории, расположенные в поли-

клиниках. Штат каждой аптеки составляет 15 человек. Обе аптеки располагаются в жилых зданиях на первом этаже, обеими аптеками руководят женщины.

В анкетировании приняли участие все сотрудники обеих аптек.

Анкета, предложенная для заполнения сотрудникам, состояла из 5 разделов.

Первый раздел – это общая характеристика сотрудника: пол, возраст, образование, профиль образования, стаж работы.

Второй раздел представлял собой экспресс-методику О.С. Михалюка и А. Ю. Шалыто по изучению психологического климата в трудовом коллективе, которая состояла из восьми вопросов (характеристика коллектива, атмосферы в коллективе, личных качеств сотрудников) [6].

О существующем психологическом климате судили по количеству набранных баллов: от 8 до 13 – совершенно неудовлетворительный, 14-18 баллов – в целом благоприятный, 19-24 – благоприятный.

Третий раздел представлял собой тест «Уровень организационной культуры», состоящий из 29 пунктов, по которым оценивали уровень организационной культуры в общем и с делением на четыре секции: работа, коммуникации, управление, мотивация и мораль. Для более объективной оценки данный тест предлагался сотрудникам с пронумерованными по порядку вопросами без деления на секции [7].

Уровень организационной культуры оценивали по общей сумме полученных баллов:

- 261-290 – очень высокий;
- 175-260 – высокий;
- 115-174 – средний;
- ниже 115 – имеющий тенденцию к деградации.

Узкие места организационной культуры определяли по средним значениям секций:

- 9-10 – великолепное;
- 6-8 – мажорное;
- 4-5 – заметное уныние;
- 1-3 – упадочное [7].

Четвёртый раздел состоял из 74 суждений, характеризующих наиболее важные аспекты поведения и отношения, которые должны присутствовать в идеальном коллективе. После проведения опроса данные собирались и обрабатывались. Все суждения, кроме контрольных 15, 30, 45, 60, показывали степень развития наиболее важных семи характеристик коллектива

и социально-психологического климата в нем: ответственность, коллективизм, сплоченность, контактность, открытость, организованность, информированность [6].

Анкета одного из сотрудников аптеки В не была учтена в результатах, так как им были даны положительные ответы на все контрольные вопросы, что свидетельствовало о неискренности анкетированного.

Степень развития социально-психологического климата оценивали по количеству набранных баллов для каждой характеристики:

- 1 балл – очень низкая;
- 2-3 балла – низкая;
- 4-5 балла – средняя;
- 6-7 баллов – оптимальная;
- 8-10 баллов – идеальная [6].

На следующем этапе сотрудники аптек отвечали на вопросы опросника Камерона-Куинна, состоящего из двух частей и характеризующего существующую и желаемую корпоративную культуру [8].

Основной идеей теста являлось формирование двух профилей корпоративной культуры: «как есть» и «как должно быть». Затем формулировали необходимые направления для проведения изменений в организационной культуре. Форматом исследования являлось распределение 100 баллов между 4 вариантами утверждений, характерных для каждого вида культуры [8].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Сравнение штата исследуемых аптек показало, что в аптеке В работают только женщины, в то время как в аптеке А работает один мужчина. В аптеке В больше специалистов с высшим фармацевтическим образованием и большее количество лиц в возрасте от 41 до 60 лет. В штате аптеки А имеется специалист с финансово-экономическим образованием.

Общая оценка психологического климата. По итогам анкетирования с использованием экспресс-методики О.С. Михалюка и А. Ю. Шалыто получены следующие результаты:

- аптека А – общий средний балл 19;
- аптека В – общий средний балл 20.

Такое значение параметра свидетельствует о благоприятном психологическом климате в коллективах обеих аптек. Низкий уровень эмоционального выгорания членов коллектива и его благоприятный климат говорят об отсутствии необходимости срочно предлагать сотрудникам аптек какой-либо вид корпоративного отдыха.

Оценка уровня организационной культуры. Значение общего балла – 253 для аптеки А и 234 для аптеки В – свидетельствовало, что уровень организационной культуры в обеих аптеках можно характеризовать как высокий.

Установлено, что состояние корпоративной культуры в секциях «коммуникации», «управление», «мотивация и мораль» аптеки А находится на великолепном уровне, в секции «работа» – на мажорном. Однако у четырех анкетированных в ответах по разделу «работа» встречались баллы ниже 4, что свидетельствовало об упадочном уровне организационной культуры на этом направлении. Баллы ниже 4 встречались в секциях «коммуникации», «мотивация и мораль» – у двух анкетированных, «управление» – у одного анкетированного. При этом определено, что в целом сотрудники аптеки комфортно чувствуют себя в коллективе, их устраивает стиль управления заведующего аптекой (таблица 1).

Исследование показало, что для аптеки В общее состояние коллектива можно оценить как мажорное. Однако у шести анкетированных в ответах по разделу «работа» встречались баллы ниже 4, что свидетельствовало о неблагоприятном положении дел на этом направлении организационной

Таблица 1 – Сравнительная характеристика результатов теста «Уровень организационной культуры»

Секции	Аптека А	Аптека В
Работа	8,2 – мажорный	8,2 – мажорный
Коммуникации	8,9 – великолепный	7,3 – мажорный
Управление	9,1 – великолепный	7,7 – мажорный
Мотивация и мораль	8,7 – великолепный	8,1 – мажорный
Общий балл	253	234

культуры. Также баллы ниже 4 встречались в секциях «коммуникации», «мотивация и мораль» – у двух анкетированных, «управление» – у трёх анкетированных. Полученные результаты указывали на неудовлетворенность собой ряда сотрудников, переживание ими тревожности и депрессии.

Работникам аптеки А в основном нравится их работа, у них сильна положительная мотивация в работе, основанная скорее на нуждах и содержании деятельности, чем на желании власти. У работников аптеки В возникает недовольство по отношению к управляющему персоналу (рисунок 1).



Рисунок 1 – Уровень организационной культуры в аптеках А и В

Оценка степени социально-психологического климата. Как показали результаты анализа теста, состоящего из 74 суждений, сплочённость у работников аптеки А минимальна. Несмотря на это, сотрудники не отделяют себя от коллектива, так как уровень коллективизма средний, не боятся брать на себя ответственность за выполненную работу. Люди способны к установлению прочных и доброжелательных отношений с окружающими, откровенны и искренни при общении с коллегами и пациентами (таблица 2).

Определено, что работники аптеки В более закрыты при общении, чем работники аптеки А, хотя и коммуникабельны. Их сплочённость выше, чем в аптеке А, однако личные интересы преобладают над производственными. Работники аптеки В работу руководства оценивают средне. По их мнению, им не хватает знаний, инфор-

мации о ключевых решениях и изменениях на предприятии. Они довольно прохладно относятся к работе, не желают отвечать за последствия своих поступков (таблица 2).

Сотрудники аптеки А более ответственно подходят к своей работе, получают достаточно информации о деятельности организации, изменениях в законодательстве, достаточно высоко оценили работу руководства (рисунок 2).

Как видно из результатов анкетирования, корпоративная культура более выражена в аптеке А.

Оценка типа корпоративной культуры. Результаты анкетирования по методике Камерона-Куинна показали, что нынешний тип корпоративной культуры аптеки А – клан (рисунок 3).

Клановая организационная культура представляет собой очень комфортное место работы, где у людей много общих ин-

Таблица 2 – Степень социально-психологического климата в аптеках

Разделы	Аптека А		Аптека В	
	Баллы	Уровень	Баллы	Уровень
Ответственность	4,00	средний	2,10	низкий
Коллективизм	3,61	средний	3,00	низкий
Сплоченность	1,23	очень низкий	2,00	низкий
Контактность	3,92	средний	4,37	средний
Открытость	3,30	низкий	2,75	низкий
Организованность	4,69	средний	4,37	средний
Информированность	6,30	оптимальный	4,37	средний

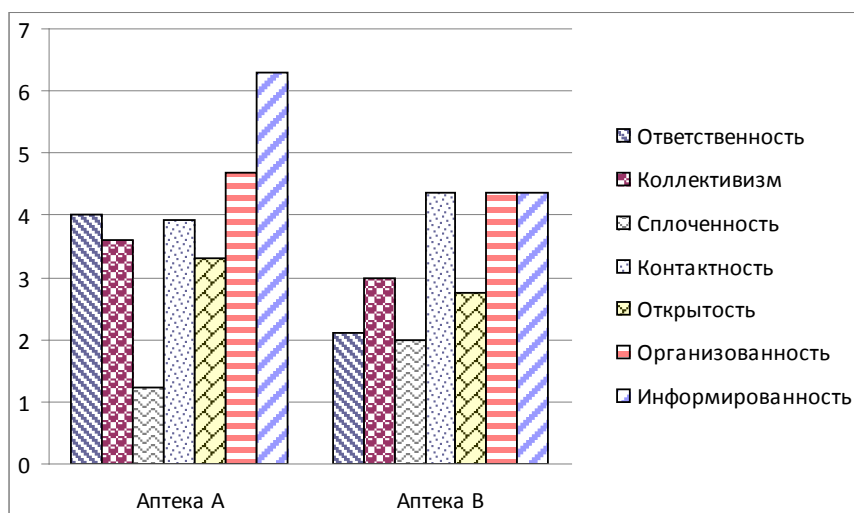


Рисунок 2 – Характеристика коллективов аптек А и В по тесту «Список суждений»

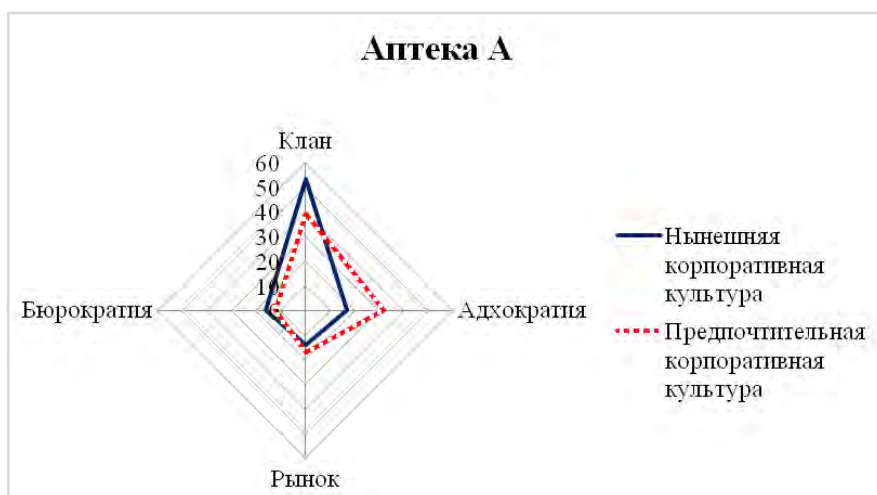


Рисунок 3 – Характеристика коллектива аптеки А по опроснику Камерона-Куинна

тересов. Организация похожа на большую семью. Лидеры или главы организации воспринимаются как воспитатели и даже как родители. Организация держится вместе благодаря преданности и традиции и делает акцент на долгосрочное совершенствование личности, придает значение высокой степени сплоченности коллектива и моральному климату. Успех определяется благодаря позитивному отношению к потребителям и заботе о людях. При этом типе организационной культуры поощряется бригадная работа [8].

Тип корпоративной культуры, которую хотели бы видеть сотрудники аптеки А, – это среднее между кланом и адхократией (рисунок 3). Адхократическую организационную культуру отличают динамичное предпринимательство и творческое место

работы. Ради общего успеха работники готовы на личные жертвы и риск. Лидеры должны быть новаторами и людьми, готовыми рисковать. Связующей сущностью организации становится преданность экспериментированию и новаторству. В долгосрочной перспективе организация делает акцент на рост и обретение новых ресурсов. Успех означает предоставление уникальных и новых продуктов или услуг. Организация поощряет личную инициативу, творчество и свободу [8].

Сотрудники аптеки А ощущают нехватку нововведений, роста, самосовершенствования. Они хотят двигаться вперед за или с предвидящим ситуацию лидером, но при этом сохранить те моральные устои, которые существуют, сплочённость и защитническую роль руководителя.

Результаты анкетирования по методике Камерона-Куинна сотрудников аптеки В показали, что преобладающий тип корпоративной культуры в данной аптеке – бю-

рократия с элементами клановой и рыночной культур (рисунок 4).

Иерархическую (бюрократическую) организационную культуру характеризует

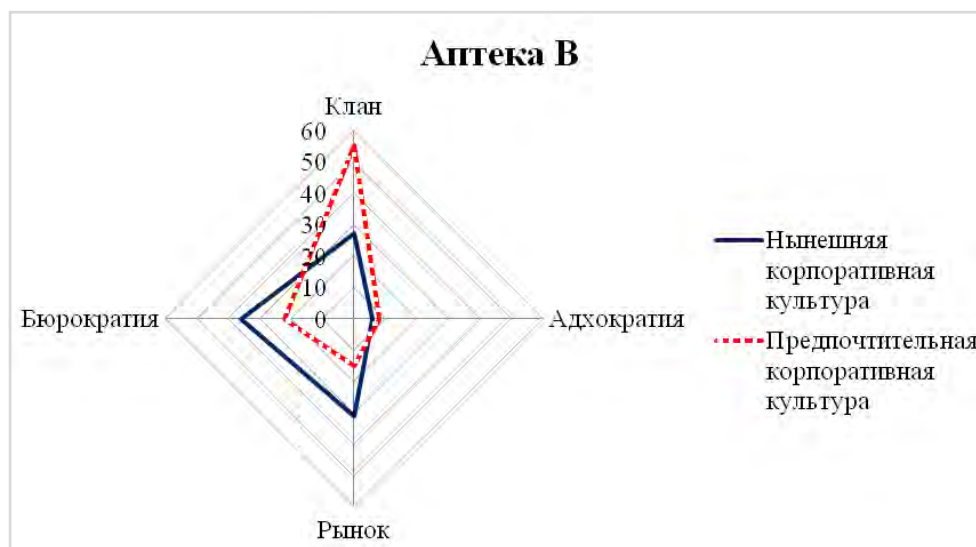


Рисунок 4 – Характеристика коллектива аптеки В по опроснику Камерона-Куинна

очень формализованное и структурированное место работы. Тем, что делают люди, управляют процедуры. Критериями эффективности работы являются своевременность и гладкое функционирование. Стратегии достижения качества – обнаруживать ошибки, измерять, контролировать процессы, систематически решать проблемы [8].

Тип рыночной организационной культуры доминирует в организациях, ориентированных на результаты. Ее главная забота – выполнение поставленной задачи. Лидеры – твердые руководители и суровые конкуренты, они непоколебимы и требовательны [4].

Тип корпоративной культуры, которую сотрудники хотели бы видеть – это клан (рисунок 4).

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ КОЛЛЕКТИВОВ АПТЕК

Руководству аптеки А можно порекомендовать давать больше свободы своим сотрудникам при исполнении служебных поручений, поощрять инициативу, творческие замыслы. Ориентировать сотрудников на поиск, разработку, выбор и воплощение наиболее оптимальных способов осуществления своей деятельности. Формировать у работников ощущение ответственности

за качество работы и порождать заинтересованность в его повышении.

Руководству аптеки В можно порекомендовать провести оздоровительные мероприятия, направленные на предотвращение отстраненности членов коллектива, изменить стиль управления на более открытый, установить цели деятельности сотрудников и объяснить, каким образом они увязаны с целями развития аптеки. Повысить лояльность сотрудников за счет удовлетворения чувства социальной значимости. Вовлечь сотрудников в активное участие в проектах развития аптеки, мотивировать на результат в ежедневной работе.

ВЫВОДЫ

1. С помощью экспресс-методики О.С. Михалюка и А. Ю. Шальто показано, что в коллективах обеих аптек психологический климат характеризуется как благоприятный.

2. Установлено, что корпоративная культура в обеих аптеках находится на высоком уровне. Определено, что состояние корпоративной культуры в секциях «коммуникации», «управление», «мотивация и мораль» аптеки А находится на великолепном уровне, в секции «работа» и во всех секциях аптеки В – на мажорном.

3. Показано, что работники аптеки В чаще недовольны работой и управлением (упадочный уровень).

4. При оценке степени социально-психологического климата в коллективах аптек установлено, что работники аптеки А не боятся ответственности при выполнении работы, готовы работать в коллективе и информированы обо всех изменениях на предприятии. Работники аптеки В более сплочены и контактны, однако боятся брать на себя ответственность за результаты работы и личные интересы ставят выше производственных.

5. С использованием анкетирования по методике Камерона-Куинна показано, что для аптеки А характерна клановая культура, а работники аптеки стремятся к адхократии; для аптеки В характерна бюрократическая культура с элементами клановой и рыночной, при этом работники стремятся к значительно большей клановости.

SUMMARY

O.N. Kulich, V.V. Kuhach CORPORATE CULTURE IN PHARMACIES

The article is devoted to the comparison of the corporate culture of two pharmacies of second category of Vitebsk, which are characterized by the same number of staff, like the location and structure, heads of which are women. Questioning of all workers using rapid methods of O.S. Mikhalyuk and A. Yu. Shalyto showed the presence of a favorable psychological climate in the team of both pharmacies. It is established that the state of the corporate culture at both pharmacies is at a high level. In this decadent level of the individual workers more common at pharmacy В. It is determined that the pharmacy А workers are not afraid to take responsibility for their work, are able to establish strong and friendly relations with others. It is found that the cohesion of the pharmacy В workers is higher than pharmacy А, but their personal interests prevail over production. In determining of the type of corporate culture by the method of Cameron-Quinn it is shown that the current type of corporate culture of pharmacy А is the clan, but workers tend to adhocracy, the type of corporate culture in the pharmacy В is a combination of bureaucracy, with elements of clan and market culture, while workers seek to clan culture. In order to optimize the psychological climate it

is recommended for manager of the pharmacy А to encourage the initiative of employees and provide them with more creative freedom; for manager of the pharmacy В it is recommended to change the style of management and engage employees in active participation in development projects of pharmacy.

Keywords: corporate culture, pharmacy, questioning, psychological climate.

ЛИТЕРАТУРА

1. Культурология. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Феникс. –1995. – 576 с.

2. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://traditio-ru.org/wiki/>. – Дата доступа: 20.02.2013.

3. Власова, Н. Корпоративная культура / Н. Власова // Дела, люди XXI. – 2001, №10.

4. Макаренко, Г. Корпоративная культура как нематериальная основа бизнеса: Часть вторая / Г. Макаренко // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hungryshark.ru/articles/2629-korporativnaja-kultura-2>. – Дата доступа: 20.02.2013.

5. Управление персоналом: организационная культура // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/personal/personal14-03.htm>. – Дата доступа: 02.03.2013.

6. Райгородский, Д.Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты / Д.Я. Райгородский // Учебное пособие // под ред. Д. Я. Райгородского. – Самара: Бахрах-М, 2001. – 672 с.

7. Блинова, Т.А. Тест «Уровень корпоративной культуры «ОК» / Т.А. Блинова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru>. – Дата доступа: 12.02. 2013.

8. Камерон, К.С. Диагностика и изменение организационной культуры / К.С. Камерон, Р.Э. Куинн – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.

Адрес для корреспонденции:

210023, Республика Беларусь,
г. Витебск, пр. Фрунзе, 27,
УО «Витебский государственный
ордена Дружбы народов
медицинский университет»,
деканат фармацевтического факультета,
тел. раб.: 8 (0212) 60-14-34.
Кугач В.В.

Поступила 12.06.2013 г.