Організаційна культура фармацевтичного підприємства

Братішко Ю. С., *Інститут підвищення кваліфікації спеціалістів фармації Національного фармацевтичного університету*

Вступ. Організаційна культура фармацевтичних підприємств підвищує адаптивність менеджменту, зберігає конкурентні переваги, підвищує вмотивованість персоналу, забезпечує продуктивну роботу команд, зменшує плинність, сприяє створенню позитивного іміджу, стимулює спільну відповідальність за якість фармацевтичного забезпечення населення країни.

Метою дослідження є визначення складових організаційної культури суб'єкту фармацевтичного ринку. **Методами** дослідження були контент-аналіз, анкетування.

Результати дослідження. За результатами проведений нами досліджень із залучення експертів виявлено, що сучасними структурними елементами організаційної культури фармацевтичних підприємств є: культура комунікацій; взаємовідносини з контрагентами; культура управління; культура персоналу; культура умов праці; культура виробництва (культура безпосередньо трудової діяльності); культура інновацій; культура організації праці; економічна культура; культура соціального забезпечення.

1) культура комунікацій
- забезпеченість засобами комунікацій
- технічний рівень засобів комунікації
- доступність засобів комунікацій
- частота оновлення засобів комунікації
- навчання персоналу з питань використанню інноваційних засобів комунікації
- навички персоналу по використанню засобів комунікації

2) культура взаємо-відносин з контрагентами
- культура попередження про суттєві зміни у стратегії діяльності
- своєчасність і повнота розрахунків з персоналом
- своєчасність і повнота розрахунків з контрагентами
- своєчасність розрахунків з державою (сумлінність сплати податків та зборів)
- своєчасність надання інформації про діяльність (звітування)
- культура поведінки у кризових ситуаціях

3) культура управління
- вибір стилю керівництва
- гуманізм
- цінність знань та інформації
- цінність часу
- моральна культура керівників
- професіоналізм керівників
- культура праці керівників
- відношення до персоналу як до інвесторів

4) культура персоналу
- традиції, норми, правила поведінки
- психологічний клімат
- рівень освіти
- професійний досвід
- наявність системи розвитку персоналу
- культура неформальних відносин
- згуртованість колективу
- залученість персоналу

5) культура умов праці
- безпечність робочих місць
- кліматичні умови праці
- ергономічність робочих місць
- оточення
- естетичність робочих місць
- наявність зон відпочинку
- дотримання графіків роботи, культура поваги до позаробочого часу персоналу
- справедливість у формуванні умов праці у всього персоналу

6) культура виробництва (культура трудової діяльності)
- технічна оснащеності трудового процесу
- технологічність
- економічність
- екологічність
- цифровізація професійної діяльності
- якість результатів праці

7) культура інновацій
- наявність інвесторів
- наявність витрат на впровадження інновацій
- частка оновлення асортименту товарів та послуг
- частка персоналу з науковим ступенем, вчений званням
- кількість одночасно реалізованих проєктів
- навчання персоналу

8) культура організації праці
- структура персоналу
- кількість ієрархічних рівнів
- справедливість розподілу обов'язків
- широта повноважень
- повнота забезпечення всіх процесів
- наявність КП, СРМ (СОП)

9) економічна культура
- використання сучасних систем автоматизації обліку
- комплексне економічне обґрунтування всіх дій організації
- здійснення управління на основі показників
- наявність систем бізнес-планування і прогнозування
- наявність комплексної системи фінансового планування і бюджетування

10) культура соціального забезпечення
- наявність соціального пакету
- культура розвитку існуючого соціального пакету для персоналу
- підтримка пенсіонерів і ветеранів професії
- врахування потреб персоналу різних категорій
- традиції турботи, піклування про персонал

Висновки. Загалом, організаційна культура є основою для стабільного та ефективного функціонування фармпідприємства, а управління організаційною культурою допомагає гармонізувати внутрішнє середовище організації із зовнішнім середовищем, сприяє досягненню стратегічних цілей і крокуванню підприємства шляхом сталого розвитку.