**АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ**

**ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРЯТИЙ**

**Ваулина Наталья Николаевна**

**преподаватель ЦМК «Фармация», провизор,**

**Жихарева Нелли Ивановна**

**преподаватель доп. проф. образования, провизор**

**БПОУ ВО «Воронежский базовый медицинский колледж»**

Организационная культура представляет собой большую область явлений материальной и духовной жизни любого коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и разделяются большинством ее сотрудников [1].

Еще со студенческой скамьи на занятиях прививаются навыки и закладываются основы ключевых ценностей фармацевтических работников.

Корпоративная (организационная) культура - это воплощение отношения аптечного работника организации к ключевым ценностям, убеждениям и традициям.

Несомненно, что только интенсивная и целенаправленная работа со студентами – сначала на занятиях, а затем и на производственной практике, совместно с персоналом аптеки может принести сколь либо достойные плоды. Студенты видят и понимают, что только сплоченная команда способна решать поставленные перед ней задачи с гораздо большей эффективностью, чем разрозненный коллектив.

Эффективная организационная культура – это также самый действенный способ разгрузить руководителя аптеки. Только при участии коллектива задается долговременная цель существования организации, создаются корпоративные стандарты. Решить эти проблемы в одиночку, без помощи коллектива, который будет с уважением относиться к соблюдению стандартов и самой администрацией, не сможет ни один руководитель. Организационная культура это основная ценность, которую персонал создает и поддерживает [3].

Аптечный бизнес является одним из самых прибыльных благодаря высокому спросу в индустрии красоты и здоровья. В связи с этим существует жесткая конкуренция в этой сфере. Корпоративная культура как раз таки тот инструмент, с помощью которого можно повысить конкурентоспособность аптеки. Работающий человек в наше время не может себе позволить не только часто болеть, но и просто быть "не в тонусе". Быть здоровым сейчас просто необходимо - иначе нельзя полноценно жить и работать. Постоянная профилактика заболеваний стала такой же важной, как и их лечение. Соответственно, изменились и функции аптеки. Сейчас она зачастую играет роль не только врача, но и консультанта. Возросло значение грамотных фармацевтов, способных посоветовать тот или иной препарат. Поэтому важным при формировании культуры стало и продуманное размещение товаров и рекламы, наличие грамотного персонала. При этом, несомненно, становится значимым и интерьер аптеки, то, как она выглядит и как себя в ней чувствует посетитель. Для выполнения данной задачи владельцы все серьезней относятся как к внешнему виду своего торгового предприятия, так и к внешнему виду, профессионализму и культуре сотрудников.

Фундаментом корпоративной культуры аптеки являются ценности и нормы. Чаще всего эти ценности направлены на заботу о клиентах, построение доверительных отношений - доверие и гарантия качества, открытость, профессионализм, ориентированность на клиента.

С помощью корпоративных ценностей можно разработать определенную культуру общения между сотрудниками и партнерами по бизнесу, а так же определить этические нормы для решения тех или иных ситуаций.

Все нормы и ценности регламентируются и в документах. К примеру, гарантия качества подтверждается соответствующими сертификатами. Ценности могут быть прописаны в уставе предприятия.

Одним из важных документов в аптеке является книга жалоб и предложений. С помощью этой книги можно выявить слабые и сильные стороны культуры в аптеке. Как показывает практика, если в организации устойчивая положительная корпоративная культура, вежливый грамотный персонал, то в книге будут в основном положительные отзывы и предложения.

Очень важную роль в аптеке играют морально – этические нормы. Они могут быть закреплены в этическом кодексе предприятия. Сотрудники аптеки должны соответствовать статусу "медицинский работник" в глазах клиентов. Миссия фармацевтов, не только предложить нужное лекарство, но и способность понять потребности клиента, дать добрый совет в области здоровья, оказать психологическую поддержку всем нуждающимся.

При этом недопустимы: посторонние разговоры в присутствии покупателя (с коллегами или по мобильному телефону); споры и разговор "на повышенных тонах"; проявление недоброжелательности во взгляде, мимике, жестах, речи; злоупотребление терминологией, малопонятной простому покупателю; неопрятный внешний вид сотрудника аптеки.

Аптечные полки для большинства потребителей – темный лес, где единственным ориентиром в выборе медицинских препаратов служит сотрудник первого стола. Многие клиенты уходят, так и не сделав выбор. Поэтому организации сейчас используют такой документ, как стандарты обслуживания. Этот документ может быть полезен студентам и молодым специалистам, чтобы они могли быстро ориентироваться в любой ситуации. В стандартах обслуживания могут быть прописаны спорные ситуации, связанные с возражениями клиентов, возвратами.

В аптеке очень важна доверительная, доброжелательная атмосфера. Эту атмосферу могут легко создать руководители компании, используя неформальную обстановку, устраивая корпоративные праздники, где сотрудники разных отделов в неформальной обстановке могут обсудить свои проблемы и найти пути решения.

Таким образом, с помощью корпоративной культуры можно добиться того, чтобы каждый сотрудник выполнял свою работу на высшем уровне. Корпоративная культура помогает создать систему мотиваций (материальных и нематериальных), направленную на максимально возможное сближение целей и действий сотрудников с целями организации [2], а так же создать индивидуальный стиль аптеки, привлечь и удержать как можно больше клиентов.

Каждый студент может принять участие в формировании организационной культуры. Роль преподавателей и наставников в этом направлении - бесспорна.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Фатхутдинов Р.А. Управленческие решения: Учебник./Р.А. Фатхутдинов – М.:ИНФРА-М, 2013. – 283с.
2. Шеметов П.В.Менеджмент: управление организационными системами: учеб. Пособ / П.В. Шеметов, Л.Е. Чередникова, С.В. Петухова. – 2-е изд. М.: Издательство «Омега- Л», 2014. - 456 с.
3. Шейн О. Организационная культура и лидерство / О. Шейн. - СПб.: Питер, 2013. – 203 с.