

РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Глобалізація економічного розвитку та пов'язане з нею загострення конкуренції, зростання соціальної орієнтації світових стандартів функціонування бізнесу свідчать про потребу створення сталого бізнес середовища в Україні.

В сучасних умовах функціонування українських підприємств за змінами окремих елементів господарського механізму повинна стояти принципово нова концепція, що узагальнює спрямованість, фундаментальну ідею і глибокий зміст соціальної орієнтації підприємства. Основою для наукового обґрунтування цього механізму повинно бути дослідження внутрішньої логіки розвитку економічних та соціальних процесів підприємств в умовах ринкового господарювання.

Актуальність проблеми соціально-орієнтованої діяльності підприємства являється однією з найбільш превентивних в системі регулювання трудових відношень. Різні аспекти даної проблеми досліджені в тому чи іншому вигляді в роботах А.Аверіна, М.Дороніної, А.Колота, Л.Лутай, Н.Лук'янченка, І.Слепенкова, Г.Щокіна, О. Грішнєвої, А.Гриненка, С. Мельника та інших. Змістовність проведених досліджень свідчить про науковий інтерес до соціально-орієнтованого управління.

Незважаючи на достатню кількість наукових праць, слід зазначити про фрагментарність та дискусійність теоретичних і методичних розробок щодо використання їхніх результатів у практиці управління підприємствами. У науковій літературі не сформовано теоретичної конструкції, що дозволило б обґрунтувати цілісну концепцію соціально-орієнтованого управління. Це ускладнює процес розробки механізму соціально-орієнтованого управління та його запровадження.

Розвиток системи соціально-орієнтованого управління на підприємстві в сучасних умовах господарювання представлено на Рис. 1.

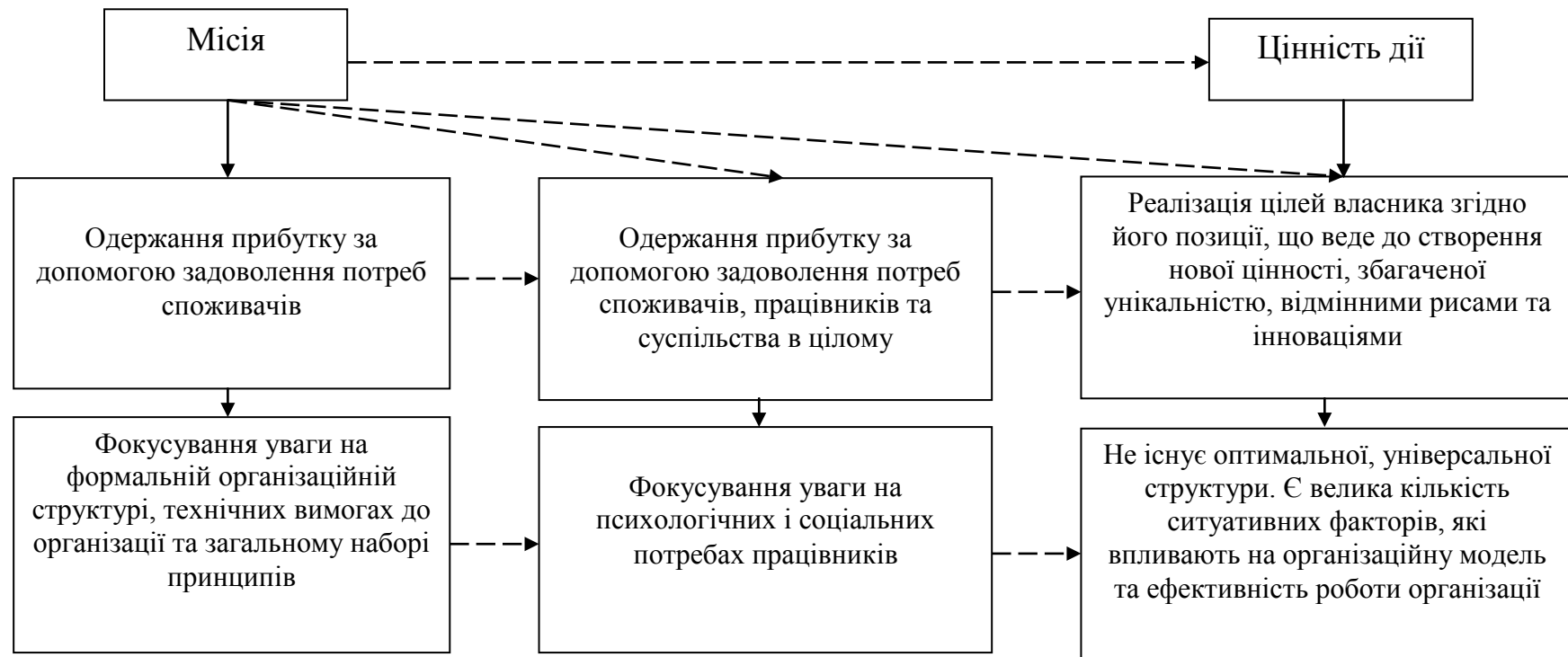


Рис. 1 – Еволюція формування системи соціально-орієнтованого управління на фармацевтичному підприємстві.

В сучасних умовах господарювання фармацевтичному ринку властиві функції, характеристики, закономірності будь-якого ринку, однак процес надання фармацевтичної допомоги має багато специфічних особливостей, які об'єктивно обмежують дію основних законів ринку (попит, пропозиція та вартість) в цій соціально-значущій сфері. На фармацевтичних підприємствах використовується особливий механізм господарювання, що диктує особливий механізм поєднання економічної активності та соціальної справедливості. Соціальна орієнтація фармацевтичного ринку передбачає обов'язкове включення в механізм його функціонування спеціальної системи соціального захисту окремих категорій населення (інвалідів, пенсіонерів, дітей, студентів, незаможні родини і т. ін.) [1, с. 165-180]. Тому саме для фармацевтичних підприємств особливо актуальним стає механізм соціально-економічного розвитку у якості соціально-економічної системи.

У вітчизняній та зарубіжній економічній теорії та практиці при дослідженні впливу соціальних процесів на функціонування будь-яких явищ використовують термін «соціальний механізм» [2]. О. Конт визначав, що соціальний механізм - це особливий механізм, що забезпечує сталість суспільства, як цілісної соціальної системи. Г. Спенсер визначав «соціальний механізм» як регулятивну систему [3].

Є.Є. Немерюк при розгляді поняття соціальний механізм зазначив, що на відміну від технічних систем соціальні не мають чітко окреслених кордонів та визначених сталих умов. Тоді при функціонуванні соціального механізму підприємства буде існувати деяка багатоманітна сукупність «вхідних» умов, які соціальний механізм перетворює в ті чи інші соціальні процеси. Є.Є. Немерюк визначає соціальний механізм, як деяку сукупність логічних зв'язків та процедур, які визначають ті чи інші зміни в соціальних системах, що розвиваються [4].

Таким чином, механізм характеризує динамічний процес, що містить у собі певну послідовність і взаємообумовленість економічних явищ. Незважаючи на різне трактування економістами існування механізмів, необхідно зазначити, що

дія будь-якого механізму направлена на отримання конкретного результату, який в свою чергу відрізняється від першопочаткового стану, який змінюється через та за допомогою механізму.

Механізм соціально-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством представлено на Рис. 2.



Рис. 2 - Механізм соціально-орієнтованого управління підприємством

Розвиток суспільства зумовив бачення підприємства як соціальної організації, добровільного об'єднання власників і працівників, що є носієм індивідуальних цілей. Тому цілі підприємства не можуть бути зведені виключно до отримання максимального прибутку - вони складаються з основних цілей його власників, працівників, споживачів продукції, всіх зацікавлених сторін, пов'язаних з підприємством.

Важливою рисою соціально-орієнтованої моделі управління підприємством в сучасних умовах господарювання є зміна цілей діяльності фармацевтичних підприємств: від виробництва лікарського засобу як об'єкту, що несе в собі певні витрати при виробництві та певні доходи при реалізації, тобто виступає об'єктом економічної цінності, до виробництва лікарського засобу певної якості, що має фармакотерапевтичну цінність для населення, тобто стає об'єктом соціальної корисності. Також досить невизначено простежується зв'язок між витратами праці фармацевтичних робітників та кінцевими результатами.

Тому однією зі складових місії фармацевтичного підприємства є задоволення споживчих потреб через просування товарів аптечного асортименту, очікуваних споживачами, що поєднує персонал, споживачів, посередників у процесі економічної діяльності і виключає ігнорування цінностей і переваг споживачів. Місія соціально-орієнтованого підприємства веде до створення нової цінності, збагаченої унікальністю, відмінними рисами і інноваціями. Діяльність соціально-орієнтованого підприємства створює цінність, яка виконується для досягнення добробуту, прибутковості, соціальної справедливості, благополуччя і т. ін. Дії, що створюють цінність, можна визначати як дії, спрямовані на досягнення цінностей, що задовольняють потреби людей, виробництва і суспільства, які здійснюються індивідом або групою людей на основі інтелектуальних, фізичних і фінансових ресурсів.

Систему соціальних стратегічних цілей фармацевтичного підприємства пов'язують із концепцією корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, яка передбачає залучення соціальних, гуманістичних та екологічних аспектів у його

діяльність на засадах добровільності як власний внесок у забезпечення сталого розвитку суспільства. Нині соціальна відповідальність стає однією із головних економічних цінностей підприємства, а суспільно-корисні витрати розглядають як прямі інвестиції в створення його корпоративного іміджу, у налагодження дружніх та сприятливих стосунків з державними органами, населенням та іншими зацікавленими особами.

Таким чином, ефективну стратегічну концепцію підприємства можна сформулювати лише за умови гармонійного поєднання означених складових. Формування стратегії, окрім цього, передбачає правильний вибір методів конкуренції і створення на цьому підґрунті стратегічної унікальності підприємства, яка обумовлюється філософською концепцією його функціонування.

Система цінностей включає ключові цінності - люди, якість, комунікації, та операційні цінності - інноваційність, гнучкість та швидкість. Система цінностей є полем, в межах якого мають прийматися всі стратегічні і тактичні управлінські рішення та проводитись щоденна операційна діяльність. Система цінностей формує нову філософію та нову корпоративну культуру постійного вдосконалення та розвитку. Цінності визначають напрямок та умови діяльності працівників фармацевтичного підприємства, які дають змогу кожній особі та підприємству загалом досягти успіху. Цінності, формуються, як правило, на неформальній основі, а поширюються, наприклад, через усне спілкування — у формі історій, міфів, легенд і метафор. Цінності, що поділяються, формуються кожним підприємством індивідуально.

Основним засобом підвищення ефективності діяльності соціально-орієнтованого підприємства доцільно вважати соціальні ресурси.

Кузубова О.Л. [5, с. 99] визначає соціальні ресурси як пізнавальний, виробничий потенціал особистості, соціальної групи, первинної організації чи суспільства.

Соціальні ресурси як складові соціально-економічної спрямованості можна визначити як запаси творчої енергії особистості (соціальні, пізнавальні, діяльні),

соціальні організації суспільства в цілому – співдружності людей, організацій, інститутів, соціальних груп. Деякі вчені порівнюють запаси людської енергії з енергією атомного ядра.

Соціальні ресурси мають деякі особливості, що принципово відрізняє їх, наприклад, від природних:

- соціальні ресурси невичерпні;
- цілком поновлювані;
- соціальні ресурси починають деградувати й забезпечуватися в результаті своєї незатребуваності;
- соціальні ресурси мають бути складовою частиною механізму будь-якого підприємства;
- вони не тільки різноманітніші, а й можуть замінити один одного.

Характерними ознаками формування сучасної економіки визначено зростання частки зайнятих у сфері послуг (наука, освіта, охорона здоров'я, культура, галузі інформаційно-комунікаційних послуг тощо) і відповідно збільшення обсягів реалізації послуг населенню, підвищення інтелектуалізації праці, що простежується і в Україні.

Соціальний потенціал – це ресурс, заснований на міжособистісних стосунках певних суб'єктів у певній соціальній структурі, яка організована на основі взаємної довіри і взаємодопомоги з метою встановлення і підтримки зв'язків з іншими суб'єктами заради взаємної вигоди [6]. Соціальний потенціал ототожнюють з проявом соціальної обдарованості, який в свою чергу є результатом функціонування певних психологічних структур, притаманних особистості. Якість та рівень розвитку цих структур визначають соціальну ефективність людини.

Соціальний потенціал підприємства, головним носієм якого є людина, характеризує його спроможність до формування специфічних соціальних механізмів, інститутів, мотивацій, за рахунок чого забезпечується реалізація суспільних прав, свобод та соціальних вимог його діяльності, гармонізація його соціально-економічних інтересів, створення системи соціальних мотивів і

стимулів, які спрямовані на соціально-економічне зростання корпорації та підвищення якості життя персоналу.

Таким чином, досягнення високих темпів економічного розвитку регіонів та основних їх складових - підприємств України потребує розширеного відтворення людського потенціалу. Для реалізації стратегії у людському розвитку на середньо- і довгострокову перспективу найважливішим є формування інтелектуального потенціалу суспільства. Сучасна організація залишається конкурентоспроможною, коли володіє оригінальними можливостями, що гарантують ринковий успіх. Доцільно відзначити, що можливості працівника інтегруються у людському потенціалі, а згодом і в інноваційному потенціалі всього підприємства, що дає змогу підвищувати результативність роботи.

Системи мотивації та винагороди сучасного торгівельного аптечного персоналу переважно побудована таким чином, щоб стимулювати середніх за здібностями робітників, які складають основу служби збуту фармацевтичного підприємства. При цьому підприємства не враховують, що успішна робота на ринку може у значній мірі визначатись зусиллями найбільш талановитих та працездатних робітників.

Відсутність ефективних схем мотивації знижує ефективність системи управління та соціально-економічної діяльності трудового колективу. Передумовами щодо можливості формування таких схем є: по-перше, колективи ставляться в такі економічні умови, коли вони зацікавлені в пошуку внутрішніх резервів, високопродуктивній праці, адже одержаний прибуток є головним джерелом розвитку підприємства, а також стимулюванням праці залежно кінцевого результату; по-друге, зацікавленість підприємств у досягненні високого економічного ефекту створює передумови для поліпшення використання робочого часу та соціально-орієнтованої економіки підприємств; по-третє, перетворення робітника на господаря засобів виробництва і результатів праці спонукає до ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства.

Результати діяльності підприємства пов'язані з результатами діяльності персоналу, а результати діяльності персоналу можуть бути прямо пов'язані із

системою мотивації. Найкращою системою оплати праці є та, яка пов'язує заробітну плату з цілями підприємства. У зв'язку з цим заслуговують на увагу гнучкі системи оплати праці (як тарифні, так і безтарифні), засновані на індивідуалізації заробітної плати конкретного робітника, яка визначається не тільки стажем роботи, рівнем кваліфікації, ефективністю та якістю роботи (що характерно для традиційних систем оплати праці), а також можливостей їх реалізувати. Тарифні гнучкі системи оплати праці розробляються під конкретне підприємство на основі існуючих на цьому підприємстві робіт з різним рівнем складності та необхідності для її виконання кваліфікації, а не на основі єдиних кваліфікаційних довідників. У безтарифних гнучких системах оплати праці важливе місце відводиться індивідуальній частині в заробітній платі, яка визначається залежно від результатів діяльності даного робітника.

Для ефективного стимулювання праці необхідно ретельно обґрунтувати всі елементи системи оцінювання результатів: показники результатів (обсяг продукції, стабільність виробництва, якість виробів тощо, умови стимулювання, розміри винагороди. Необхідно розробити таку систему оцінювання, яка повною мірою забезпечить інтереси як співробітників, так і підприємства.

Показники оцінки: оцінювання професійно-кваліфікаційного рівня, ділові якості, результати, складність праці, якість виконаної роботи. Методи: збір інформації від працівника – співбесіда, вивчення документів, опитування керівників, підлеглих, спостереження під час виконання роботи, анкетування, тестування. Процедура оцінки: бальна оцінка, коефіцієнтна оцінка.

Управління персоналом до цього часу залишається найбільш слабкою ланкою в загальній системі управління фармацевтичною організацією. Обов'язки по управлінню персоналом переважної більшості аптечних закладів покладені на їх завідувачів або директорів. За даними обстежень українських аптек [7], зовнішніх фахівців для роботи з персоналом залучають тільки 5,7% дистриб'юторів ЛЗ та 4,7% аптек. Цей факт впливає на зниження взаємодії між прямим та зворотним зв'язками фармацевтичної організації і таким чином відображається на результативності діяльності.

На думку Н. Балтачєєва [8, с. 16-22], розробка соціальної політики керівництвом багатьох підприємств до теперішнього часу не відповідає принципу системності і, як правило зумовлює тимчасове згладжування найгостріших проблем у сфері соціально-трудоx вiдносин. Нині недостатньо розроблена нормативна і правова база для регулювання соціальної політики на підприємстві і розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Таким чином, у сучасних умовах функціонування і розвитку фармацевтичних підприємств досить важливим є завдання визначення соціального призначення суб'єктів господарювання як соціальних результатів і наслідків їх діяльності внаслідок особливостей ціннісних орієнтирів, які склалися в національній економіці країни. Здійснений аналіз елементів механізму соціально-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством дозволяє робити висновки, що розробка механізму соціально-орієнтованого управління на сучасних підприємствах не відповідає принципу системності, і як правило, в результаті зумовлює тимчасове згладжування найгостріших проблем у сфері соціально-трудоx вiдносин. Нині недостатньо розроблена нормативно-правова база для регулювання соціально-орієнтованого механізму підприємства. Підвищувати ефективність функціонування системи підприємства, призводить до інтенсифікації процесів розвитку системи.

Література

1. Багирова В.Л. Управление и экономика фармации: Учебник / Под ред. В.Л. Багировой. – М.: ОАО «Издательство «Медицина», 2004. – 720 с.
2. Крисилов А.Д. Определение, структура и функции социально-экономического механизма регионального развития//Экономические инновации. Выпуск 7. – Одесса, 2000. – С. 200 -216.
3. Спікер П. Соціальна політика. Теми та підходи. К.: Фенікс, 2000. – 400 с.
4. Франчук, В. И. Основы общей теории социального управления [Текст] : монография / В.И.Франчук. - М. : [б. и.], 2000. - 180 с.

5. Кузубова Е.Л. Социальный менеджмент в работе фармацевтических организаций. – М.: МЦФЭР, 2003. – 240 с. – (Приложение к журналу «Новая аптека», 4-2003).

6. Новікова О.Ф. Соціальна орієнтація економіки: механізм державного регулювання: моногр./ О.Ф. Новікова, С.М. Гринецька, Л.Л. Шамілева / НАН України. Ін-т економіки пром-ті. – Донецьк, 2009. – 220 с.

7. Дьякова Л.Ю., Немченко А.С. Системний аналіз процесів розвитку і використання персоналу аптекних закладів згідно з вимогами GDP та GPP/ Фармація України. Погляд у майбутнє: матеріали VII Нац. з'їзду фармацевтів Ф 24 України (Харків, 15–17 верес. 2010 р.). У 2 т. / М-во охорони здоров'я України, Нац.фармац. ун-т; ред. кол.: В.П. Черних (голова) та ін.; уклад. : Н.А. Третьякова та ін. –Х. : НФаУ, 2010. — Т. 2. — 594 с.

8. Балтачєєва Н.А. Теорія та практика формування і реалізації соціальної політики України: пріоритети / М.І. Долішній. – К.: Наук. думка, 2006. – 512 с.