

ВНУТРЕННЯЯ МОТИВАЦИЯ ПРОВИЗОРОВ КАК ФАКТОР ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА ОРГАНИЗАЦИИ

Внутренняя мотивация вдохновляет сотрудников, позволяет раскрыть их потенциал и желание эффективно достигать целей организации

Окончание. Начало читайте в журнале «Фармацевт Практик», № 6, 2017

Лидер организации играет важную роль в формировании условий для развития у сотрудников внутренней мотивации и возможности получения внутреннего вознаграждения. Именно он:

- формирует высокие и значимые для сотрудников цели и вдохновляет на их достижение;
- создает атмосферу доверия, которая способствует творческому процессу и инновациям;
- устраняет демотивирующие факторы и пр.

Как отмечал Питер Друкер: «Задача высшего руководства заключается в том, чтобы улучшить деятельность компании, в полной мере используя сильные стороны и здоровое стремление к успеху отдельных личностей». К сожалению, многие забывают о важности внутренней мотивации, ориентируя людей на выполнение работы ради получения внешнего вознаграждения. Но всего этого недостаточно для повышения результативности работы организации в долгосрочной перспективе.

Рассмотрим основные виды внутреннего вознаграждения, которые способствуют эффективной мотивации людей:

Достижение результата позволяет удовлетворить потребности человека в уважении, развитии и самовыражении. Согласно модели Портера-Лоулера успешный результат является мотивирующим фактором, особенно для людей с выраженной потребностью в успехе. Например, для провизора, который только начал свою профессиональную деятельность, первые успехи в оказании фармацевтической помощи посетителям аптеки сами по себе имеют значительное мотивационное воздействие.

Для того чтобы сотрудники были мотивированы на достижение результата, необходимо формировать их цели и ставить задачи, которые дают им возможность профессионально развиваться. Также очень важно, чтобы они понимали взаимосвязь краткосрочных и долгосрочных целей организации и знали, каким образом полученный результат влияет на их достижение. Постоянные и интересные вызовы, которые стимулируют сотрудников и поощряют их стремление удовлетворить высокие потребности, также способствуют динамичному развитию организации. Без возможности профессионального развития и применения имеющихся знаний и навыков высококвалифицированные и талантливые работники не будут длительно мотивированы на достижение результата.

Удовольствие от работы — это внутреннее вознаграждение, которое получает сотрудник, занимающийся интересной и приносящей удовлетворение работой. Питер Друкер отмечал, что в успешных компаниях работники получают удовольствие от своего труда, а Фредерик Герцберг в 2003 г. писал: «Забудьте о похвале. Забудьте о наказании. Забудьте о деньгах. Вам необходимо сделать их работу более интересной». Что может сделать интересным и увлекательным работу провизора в аптеке? Безусловно, возможность оказывать грамотную и профессиональную консультативную помощь, использовать и эффективно применять имеющиеся знания и навыки на практике. На получение удовольствия от работы влияет также возможность эффективно работать в команде, создать сплоченный и дружный коллектив, члены которого будут охотно делиться своими знаниями и поддерживать друг друга в различных ситуациях.

Стоит отметить, что в аптеке провизор часто выполняет функцию дистрибьютора, которая не требует специализированных знаний и навыков, что может снижать показатель удовлетворенности от содержания самой работы. Поэтому важно формировать роль провизора, прежде всего как полноценного специалиста системы здравоохранения, ответственного за лекарственную терапию пациентов. Согласно разработанной Всемирной организацией здравоохранения и Международной фармацевтической федерацией концепции «фармацевт семи звезд» провизор (фармацевт) выступает в роли специалиста, который должен выполнять такие функции:

- оказывать помощь пациенту;
- принимать важные решения;
- выполнять роль наставника;
- выступать звеном общения между врачом и пациентом;
- постоянно повышать свою квалификацию;
- быть лидером;
- выступать в качестве менеджера.

Дополнительной функцией (фармацевт-исследователь) является эффективное использование информации, основанной на данных доказательной медицины, для рационального применения ЛС. Безусловно, необходимо постоянно повышать роль и значимость профессии провизора, постоянно углублять и расширять специализированные знания. Успеха, как правило, достигает тот, кто любит свою работу и получает от нее удовольствие. Как отмечал Стив Джобс: «Существует только один способ проделать большую работу — это полюбить ее».

Гордость за свою работу (профессию, достижения) — также важный мотивационный фактор, который непосредственно связан с работой и ее содержанием. Нужно формировать систему ценностей в организации, что позволит сотрудникам гордиться своей работой. Эти ценности должны носить социально значимый характер, особенно в организациях, входящих в систему здравоохранения. Например, для аптеки самой важной ценностью является клиент, которого следует обеспечить необходимым товаром аптечного ассортимента и дать профессиональную консультацию. Также мотивирующей ценностью является повышение компетенции сотрудников, их обучение и развитие. В аптеке, где эти ценности наиболее важны, провизоры стремятся постоянно повышать свою квалификацию, чтобы максимально эффективно оказывать фармацевтическую помощь. Удовлетворенность и лояльность клиентов является для провизоров поводом для гордости, показателем эффективности их работы и профессионализма.

Для фармацевтических производственных предприятий основной ценностью выступает качество (эффективность и безопасность) выпускаемых ЛП, их важность для потребителей. Ощущение причастности и личного вклада сотрудников в успешную разработку, исследование, производство и вывод ЛС на рынок позволяет им испытывать чувство гордости за свою работу и полученный результат. Эдвардс Деминг в своих лекциях спрашивал аудиторию: «Что же у вас есть, если нет гордости за качество своей работы? Всего лишь какая-то работа, чтобы зарабатывать столько-то денег. В этом не так много радости». Также стоит привести к этой теме цитату Стива

Джобса: «Единственный способ быть довольным своей работой — это заниматься тем, что вы считаете великим делом».

Получение знаний и возможность развиваться. Этот вид внутреннего вознаграждения актуален для тех сотрудников, которые представляют самый ценный актив любой организации, а именно: талантливых, нацеленных на успех, с развитыми потребностями в росте и саморазвитии. Именно такие работники представляют наибольшую ценность для компании. Фармацевтическая отрасль является одной из самых инновационных, потому что мировые фармацевтические лидеры на рынке — это компании, которые эффективно используют новые знания для создания оригинальных ЛП. Поэтому привлечение способных, мотивированных, компетентных, стремящихся к получению знаний людей является жизненно необходимым для таких компаний. Сотрудники, которые хотят получать новые знания, важны и для аптечных предприятий, так как они являются наиболее компетентными и профессиональными. Все это способствует не только удовлетворению клиентов и повышению их лояльности, но и улучшению показателей финансово-хозяйственной деятельности.

О роли современных знаний писал Питер Друкер, который отмечал, что «они перестают быть абстрактной ценностью и превращаются в ресурс, способный давать практическую отдачу». Важную роль в этом вопросе играет система образования, которая должна быть направлена прежде всего на практическую сторону работы провизора и понимание им собственной роли в современной системе здравоохранения. Также провизору важно уметь работать с информацией, самому заниматься самообразованием и самосовершенствованием своих профессиональных компетенций, а также коммуникативных навыков.

Роль лидера в организации, в том числе фармацевтической, заключается не только в подборе сотрудников, для которых возможность получения новых знаний является внутренним вознаграждением, но и в создании условий, поощряющих стремление сотрудников к самообразованию и использованию ими новых знаний и умений в практической деятельности. Важность процесса получения знаний отмечал Эдвардс Деминг, который на своих лекциях в Нью-Йоркском университете призывал слушателей: «Учредите эффективную программу образования и поощряйте самосовершенствование каждого. Организация нуждается не просто в хороших сотрудниках — ей нужны люди, которые совершенствуются благодаря образованию. Знания — это источник повышения конкурентоспособности».

Наталья Алекперова, канд. фарм. наук, доцент кафедры организации и экономики фармации НМУ им. А.А. Богомольца

Литература

1. Алекперова Н.В. Лидерство в фармации. – К.: Издательский дом Дмитрия Бугаго, 2015. – 240 с.
2. Армстронг М., Стивенс Т. Оплата труда: практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала: пер. с англ. О.В. Теплых, науч. ред. Т.В. Герасимова. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Бук, 2007. – 512 с.
3. Друкер П., Макьярелло Дж. Друкер на каждый день. 366 советов успешному менеджеру: пер. с англ. А. Рыбьянец. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 432 с.
4. Нив Г.Р. Пространство доктора Деминга: принципы построения устойчивого бизнеса: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 370 с.
5. Стив Джобс: путь лидера. Главные изречения об успехе, бизнесе и жизни. – М.: Эксмо, 2012. – 200 с.

Rx index®

ДОВІДНИК ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

- містить усі зареєстровані в Україні лікарські засоби
- зручний за структурою, пошуком та форматом
- практичний та корисний
- надійний помічник для спеціалістів у лікарні та аптеці

