

АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В МЕДИЦИНСКОМ БИЗНЕСЕ КАК УСЛОВИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ

Жлобич Наталья Петровна

Независимый исследователь

г. Тула

89509144488@mail.ru

ANALYSIS OF CORPORATE CULTURE IN THE MEDICAL BUSINESS AS A CONDITION FOR ATTRACTION OF QUALIFIED PERSONNEL

N. Zhlobich

Summary. In this article, the author puts forward a hypothesis according to which one of the main conditions for attracting qualified personnel in the field of medical business is a developed, effective corporate culture. The purpose of this study is to analyze the corporate culture in the medical business as a condition for attracting qualified personnel. a systematic literature review and content analysis, as well as an analysis of the corporate cultures of medical organizations in the city of Tula, helped to identify the main vectors and formulate recommendations for the formation and development of such a corporate culture of medical organizations that would help attract the most qualified specialists with key skills and knowledge. The article details the proposed recommendations.

Keywords: corporate culture, medical organization, qualification, medical business, qualified personnel.

Аннотация. В данной статье автор выдвигает гипотезу, согласно которой одним из основных условий привлечения квалифицированных кадров в сфере медицинского бизнеса является развитая, эффективная корпоративная культура. Целью данного исследования является анализ корпоративной культуры в медицинском бизнесе как условия привлечения квалифицированных кадров. выполненный систематизированный литературный обзор и контент-анализ, а также анализ корпоративных культур медицинских организаций города Тула помогли определить основные вектора и сформулировать рекомендации для формирования и развития такой корпоративной культуры медицинских организаций, которая способствовала бы привлечению наиболее квалифицированных специалистов, обладающих ключевыми навыками и знаниями. В статье подробно изложены предлагаемые рекомендации.

Ключевые слова: корпоративную культуру, медицинская организация, квалификация, медицинский бизнес, квалифицированные кадры.

Привлечение квалифицированных кадров является актуальной задачей для любого бизнеса. Если мы говорим о медицинских учреждениях, медицинском бизнесе, опыт пандемии коронавирусной инфекции продемонстрировал, что текущее состояние здравоохранения характеризуется нехваткой квалифицированных медицинских кадров. Из этого вытекает острая актуальность вопроса привлечения квалифицированных кадров, необходима разработка и реализация эффективных техник и решений. Согласно гипотезе автора данной статьи, одним из основных условий привлечения квалифицированных кадров в сфере медицинского бизнеса является развитая, эффективная корпоративная

культура. Целью данного исследования является анализ корпоративной культуры в медицинском бизнесе как условия привлечения квалифицированных кадров.

Корпоративная культура часто фокусируется на поведении, убеждениях и ценностях организации. Руководители несут ответственность за формулирование и распространение ценностей, поддерживающих корпоративную культуру медицинской организации, а также за установление стандартов отношений и поведения сотрудников организации в соответствии с корпоративной философией [1,2]. Когда медицинская организация имеет четко определенную корпоративную

культуру, это создает дорожную карту для сотрудников, на которой они должны сосредоточиться, создает ощущение сотрудничества и сплочения команды. Корпоративная культура способствует формированию из сотрудников единого сообщества единомышленников, которое участвует в постановке корпоративных целей, что в конечном итоге приводит к успеху компании.

Если рассматривать корпоративную культуру в современной отечественной науке, необходимо отметить плюрализм мнений:

- ◆ Согласно первому подходу, корпоративная культура отождествляется с организационной культурой. К примеру, в своих исследованиях П.А.Тихомиров рассматривает корпоративную культуру как фактор устойчивости организации», при этом приравнивая два данных явления [3].
- ◆ Согласно второму подходу, корпоративная культура представляет собой «совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавших свою эффективность и разделяемых большинством членов организации» [4].
- ◆ Согласно третьему подходу, корпоративная культура представляет собой «одно из средств управления персоналом, а также маркетинговый инструмент, делающий компанию привлекательной для клиентов, партнёров, соискателей, если транслируемые ценности совпадают» [5].

В рамках данного исследования актуален третий подход, согласно которому посредством корпоративной культуры открывается возможность формирования привлекательного для соискателей имиджа медицинской организации.

Если рассматривать корпоративную культуру через призму зарубежных исследователей, она относится к убеждениям и поведению, которые определяют, как сотрудники и руководство взаимодействуют между собой и реализуют бизнес-процессы, деловые операции. Часто корпоративная культура подразумевается, а не определяется явно, и развивается органично с течением времени из совокупности качеств людей, которых нанимает компания. Культура компании будет отражаться в ее дресс-коде, рабочих часах, обустройстве офиса, льготах для сотрудников, текучести кадров, решениях о найме, отношении к клиентам, удовлетворенности клиентов и во всех других аспектах деятельности [6, 7].

На корпоративную культуру влияют национальные культуры и традиции, экономические тенденции, международная торговля, размер компании и продукция. Корпоративная культура, вне зависимости от того, фор-

мировалась она преднамеренно или выростала органически, проникает в суть идеологии и практики компании и влияет на все аспекты бизнеса.

Проведенный систематизированный литературный обзор позволяет выявить функции корпоративной культуры:

- ◆ Накопление ценностей компании;
- ◆ Оценочно-нормативная функция для сравнения поведения того или иного субъекта с установленными внутри компании нормами;
- ◆ Регламентирующая и регулирующая функция
- ◆ Смыслообразующая функция, которая заключается в оказании влияния на мировоззрение и установки сотрудников, что способствует переходу корпоративных ценностей в личные или же возникновению разногласий между ними;
- ◆ Коммуникационная функция, обеспечивающая нормы и ценности при взаимодействии сотрудников;
- ◆ Восстановительная функция, обеспечивающая восстановление сил и ресурсов сотрудников [8–10].

Если говорить о формировании корпоративной культуры, на сегодняшний день наиболее распространенным является следующий алгоритм: «Формирование миссии организации — Постановка цели организации — Выявление основных базовых ценностей — Создание стандартов поведения, исходя из базовых ценностей — Создание традиций и символики, отражающих миссию, цели, ценности и стандарты поведения компании» [11].

Однако выполненный систематизированный литературный обзор и контент-анализ, а также анализ корпоративных культур медицинских организаций города Тула демонстрируют, что данный алгоритм необходимо доработать и адаптировать под субъекты медицинского бизнеса, чтобы привлечь квалифицированные кадры. Анализ корпоративной культуры в медицинском бизнесе как условия привлечения квалифицированных кадров в рамках данного исследования позволил разработать следующие рекомендации.

Прежде всего, перед формированием миссии организации необходимо провести аналитический этап. Это предварительная работа, которая позволит правильно определить предназначение, истинные мотивы и цели формирования миссии. Вторым важным моментом является анализ текущей ситуации, текущей репутации и авторитета мед. организации, как со стороны внешней среды, так и со стороны внутренней среды, чтобы выявить текущее отношение к медицинской организации, чего от нее ожидают. Следующим этапом должен

стать анализ потенциала медицинской организации: какова идентификация на данный момент, в каком состоянии ресурсы, бизнес-процессы и ценности.

Только после этого можно переходить к формированию миссии медицинской организации. Необходимо определить структуру миссии, этапы ее разработки и процедуры реализации положений миссии.

После того, как миссия сформулирована, ее необходимо внедрить. Эталонная миссия включает в себя описание сферы деятельности компании, целевые векторы и ориентиры медицинской организации, принятые ценности, социальную значимость мед. организации, способы выполнения деятельности.

Корпоративная культура должна быть отражена в должностных инструкциях сотрудников. При этом наиболее целесообразной на сегодняшний день представляется оплата труда на основании результатов работы. Важным элементом корпоративной культуры в контексте рассмотрения ее как условия привлечения квалифицированных кадров является организация труда на основании следующих принципов:

- ◆ Оплата напрямую зависит от качества и количества выполненного труда.
- ◆ Заработная плата рассчитывается с учетом квалификации.
- ◆ С учетом темпов инфляции регулярно выполняется индексация заработной платы.

Также важным элементом корпоративной культуры в контексте условия привлечения квалифицированных кадров является недостаточный учет квалификации, знаний и навыков сотрудника, в этом случае квалификация специалиста превышает занимаемую им должность, у него нет возможности проявлять себя, реализовывать имеющийся багаж знаний и навыков. Решением является постановка перед ним более сложных задач, проектных и иных, чтобы он задействовал все доступные ресурсы.

Также важно учитывать, при каких ситуациях и в каких условиях у сотрудников снижается мотивация и эффективность, производительность труда. Это позволяет выстроить корпоративную культуру таким образом, чтобы учесть данные моменты и минимизировать их влияние. Итак, необходимо избегать следующих ситуаций:

- ◆ Отсутствие профессионального и личного роста сотрудников, отсутствие программ и условий для стимулирования и поддержки их развития.
- ◆ Долгосрочная деятельность с результатом, который ощущим через длительное время.

- ◆ Отсутствие, низкое качество или низкая скорость обратной связи между сотрудниками и получаемыми результатами.

Для преодоления этих и иных проблемных ситуаций корпоративная культура медицинской организации должна предусматривать применение изменения статуса того или иного специалиста без изменения его должности, например, назначение ответственным или руководителем того или иного проекта, акции. Также обязательно внедрение материального и нематериального награждения, стимулирования. Необходимо уделять внимание достижениям сотрудников, признавать их результаты, выделять из коллектива. Если до этого данные меры не реализовывались, необходимо проанализировать критерии, по которым оцениваются результаты работы, и, при необходимости, пересмотреть их.

Корпоративная культура, учитывающая перечисленные аспекты, сформированная преднамеренно или выросшая органически, достигает сути идеологии и практики компании и влияет на каждый аспект бизнеса, от каждого сотрудника до клиента и общественного имиджа компании. Нынешнее осознание корпоративной культуры является более острым, чем когда-либо. Harvard Business Review определил шесть важных характеристик успешной корпоративной культуры в 2021 г. Прежде всего, это «видение», во-вторых, это «ценности», они являются широкой концепцией, воплощают менталитет и перспективы, необходимые для достижения цели компании. Третья характеристика — «практики», это материальные методы, основанные на этике, с помощью которых компания реализует свои ценности. Следующая характеристика — «люди», когда компании нанимают и нанимают сотрудников таким образом, который отражает и повышает их общую культуру. Наконец, «повествование» и «место» — пожалуй, самые современные характеристики корпоративной культуры. Наличие мощного повествования или истории происхождения, важно для роста и общественного имиджа. «Место» бизнеса, такое как выбранный город, а также офисный дизайн и архитектура, является одним из самых передовых достижений в современной корпоративной культуре [12].

Таким образом, выполненный систематизированный литературный обзор и контент-анализ, а также анализ корпоративных культур медицинских организаций города Тула помогли определить основные вектора и сформулировать рекомендации для формирования и развития такой корпоративной культуры медицинских организаций, которая способствовала бы привлечению наиболее квалифицированных специалистов, обладающих ключевыми навыками и знаниями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Главатских Д.В. Функции корпоративной культуры // Вестник Науки и Творчества. 2019. № 4 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-korporativnoy-kultury-1> (дата обращения: 04.07.2022). /
2. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. Изд-во Питер, 2001. — 345 с.
3. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. Изд-во СПбГУ ИТМО, 2008. — 154 с.
4. Пастухова У.Ю., Ищенко И.Г. Анализ корпоративной культуры в медицинском бизнесе и рекомендации по ее совершенствованию на примере ООО «Титанмед» г. Пензы // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2019. № 1 (49). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-korporativnoy-kultury-v-meditsinskom-biznese-i-rekomendatsii-po-ee-sovershenstvovaniyu-na-primere-ooo-titanmed-g-penzy> (дата обращения: 04.07.2022).
5. Астафьева, Л. Корпоративный университет: этажи системы [Текст] / Л. Астафьева // Отдел кадров. — 2014. — № 19 (130).
6. Cameron K., Quinn R. Diagnosing and changing organizational culture / translated from English by I.V. Andreeva. S.-Petersburg: Piter, 2011.
7. Mannion R, Davies H. Understanding organisational culture for healthcare quality improvement BMJ 2018; 363: k4907
8. Мордовин, С.К. Управление персоналом: современная российская практика [Текст] / С.К. Мордовин. — СПб.: Питер. 2013. — 288 с.
9. Ferlie E, Montgomery K, Reff Pedersen A, Mannion R. Davies, H Cultures in Healthcare. In: Ferlie E, Montgomery K, Reff Pedersen A, eds. Oxford Handbook of Health Care Management. Oxford University Press, 2016. Dixon-Woods M, Baker R, Charles K, et al. Culture and behaviour in the English National Health Service: overview of lessons from a large multimethod study. BMJ Qual Saf 2014;23:106–15.
10. Davies HT, Nutley SM, Mannion R. Organisational culture and quality of health care. Qual Health Care 2000;9:111–9.
11. Галагузов А.Н. Корпоративная культура и корпоративное образование // Вестник ЮУрГГПУ. 2010. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-i-korporativnoe-obrazovanie> (дата обращения: 04.07.2022).
12. Harvard Business Review. "Six Components of a Great Corporate Culture." Accessed Jule. 4, 2022.

© Жлобич Наталья Петровна (89509144488@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»