

# СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПСИХОЛОГИИ

УДК 159.9.072.43

DOI 10.26425/1816-4277-2021-5-214-222

**Родина Наталья Александровна**  
канд. психол. наук, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского», г. Нижний Новгород, Российская Федерация

**ORCID:** 0000-0002-6046-3942

**e-mail:** na4aikovskaya@mail.ru

**Кашина Ольга Павловна**

канд. филос. наук, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского», г. Нижний Новгород, Российская Федерация

**ORCID:** 0000-0003-3418-9393

**e-mail:** olgaurtaeva2009@yandex.ru

**Жегалова Маргарита Андреевна**

магистр, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского», г. Нижний Новгород, Российская Федерация

**ORCID:** 0000-0001-5200-5573

**e-mail:** m.zhegalova88@mail.ru

**Natalya A. Rodina**

Cand. Sci. (Psy.), Lobachevsky University, Nizhny Novgorod, Russia

**ORCID:** 0000-0002-6046-3942

**e-mail:** na4aikovskaya@mail.ru

**Olga P. Kashina**

Cand. Sci. (Philos.), Lobachevsky University, Nizhny Novgorod, Russia

**ORCID:** 0000-0003-3418-9393

**e-mail:** olgaurtaeva2009@yandex.ru

**Margarita A. Zhegalova**

Master of degree, Lobachevsky University, Nizhny Novgorod, Russia

**ORCID:** 0000-0001-5200-5573

**e-mail:** m.zhegalova88@mail.ru

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ ПРОВИЗОРА В АСПЕКТЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Аннотация.** Приведены результаты исследования личности провизора в контексте корпоративной культуры, на основе которых была разработана комплексная программа развития личностного потенциала работников аптечных организаций. Выборку составили 70 специалистов (провизоров), работающих в аптечных сетях Нижнего Новгорода. Результаты исследования указали на значимые изменения, произошедшие в экспериментальной и контрольной группах по всем анализируемым критериям. Значение полученных результатов для науки заключается в расширении представления о многомерности личностных качеств провизоров, требующихся представителям данной профессии, что позволяет более обстоятельно изучить данный феномен, объяснить некоторые особенности личности провизоров, от профессионализма которых зависит качество выполняемой работы, а значит, и здоровье общества.

**Ключевые слова:** личность, провизор, тренинги, личностные качества провизора, корпоративная культура, общество, фармацевтическая компания, профессиональная деятельность

**Для цитирования:** Родина Н.А., Кашина О.П., Жегалова М.А. Исследование психологических особенностей личности провизора в аспекте корпоративной культуры аптечной организации // Вестник университета. 2021. № 5. С. 214–222.

## THE STUDY OF THE PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF THE PHARMACIST'S PERSONALITY IN THE ASPECT OF THE CORPORATE CULTURE OF THE PHARMACY ORGANIZATION

**Abstract.** The article presents the results of a study of the pharmacist's personality in the context of corporate culture, on the basis of which a comprehensive program for the development of the personal potential of employees of pharmacy organizations was developed. The sample consisted of 70 specialists (pharmacists) working in pharmacy chains in the city of Nizhny Novgorod. The results of the study indicated significant changes that occurred in the experimental and control groups according to all the analysed criteria. The significance of the results obtained for science is to expand the understanding of the multidimensional personality qualities of pharmacists required by representatives of this profession, which allows us to study this phenomenon in more detail, to explain some features of the personality of pharmacists, on whose professionalism depends the quality of the work performed, and hence the health of society.

**Keywords:** personality, pharmacist, training, personal qualities of a pharmacist, corporate culture, society, pharmaceutical company, professional activity

**For citation:** Rodina N.A., Kashina O.P., Zhegalova M.A. (2021) The study of the psychological characteristics of the pharmacist's personality in the aspect of the corporate culture of the pharmacy organization. *Vestnik universiteta*, no. 5, pp. 214–222. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-5-214-222

© Родина Н.А., Кашина О.П., Жегалова М.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Rodina N.A., Kashina O.P., Zhegalova M.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



## Введение

В области фармации в современном обществе происходят стремительные изменения, обусловленные потребностью более квалифицированной подготовки специалистов-профессионалов, способных своевременно включаться в динамичные процессы реформирования социума, осуществлять разработку и внедрение различных инноваций; уметь профессионально действовать в стрессовых ситуациях, преодолевая возникающие трудности. Очевидно, сегодня обществу необходимы высококвалифицированные специалисты, обладающие как качественной профессиональной подготовкой, так и определенными личностными характеристиками.

На становление, развитие, совершенствование необходимых личностных качеств специалистов, работающих в области фармации влияют не только трансформации современного общества, но и корпоративная культура, представляющая собой совокупность ценностей, социально-психологических норм, взглядов, традиций и обычаев в определенной организации, формирующих ее внутреннюю среду.

Несмотря на то, что в настоящее время исследователями активно анализируются основные аспекты корпоративной культуры различных предприятий, в том числе и фармацевтических компаний, вопросы, касающиеся изучения взаимного влияния личности работника организации на формирование корпоративной культуры, с одной стороны, и влияние самой корпоративной культуры организации на становление личностных особенностей ее работников, с другой стороны, изучены недостаточно полно.

В связи с этим в рамках данной статьи мы ставим цель изучения феномена личности провизора через исследование отношения провизоров к себе, людям и профессии, на которое особое влияние оказывает корпоративная культура организации, где осуществляется профессиональная деятельность провизора. Исследование является актуальным, поскольку к профессиональной деятельности провизора в нашей стране сегодня предъявляются высокие требования и от качества выполнения его профессиональных обязанностей зависит не только товарооборот аптеки, но и здоровье пациента.

Исследуя особенности личности провизора, мы исходим из основных концептуальных положений ведущих отечественных и зарубежных исследователей, занимающихся изучением различных аспектов корпоративной культуры. Наиболее значимые исследования в этой области связаны с именами таких ученых как К. Камерон, Р. Куинн, Т. Н. Персикова, Л. Г. Зайцев, Д. В. Ньюстром, К. Дейвис, А. А. Радугин, Н. В. Наумов, Р. Д. Льюис [3; 6; 9; 11; 12; 13; 14].

Авторы статьи полагают, что в настоящее время большинство провизоров рассматривают свою профессию лишь как деятельность продавца. Все чаще провизор воспринимается людьми как обычный кассир, промежуточное звено в передаче денежных средств от потребителя к фармацевтической компании. Однако, профессия «провизор» является социально значимой и принадлежит к числу медицинских специальностей, а это значит, что личностные качества провизора в его профессиональной деятельности могут являться предметом серьезного научного исследования. В этом плане авторы соглашаются с точкой зрения, высказанной в работах И. Н. Кузнецова, Н. Т. Кушниковой, Е. А. Максимкиной, Н. В. Зайцевой [7; 8; 10].

В настоящее время можно выделить различные подходы к исследованию проблем корпоративной культуры. Т. Дил и А. Кеннеди, например, выделяют и анализируют ее четыре основных уровня: ценности; героев, обряды и ритуалы, структуру общения. Эта точка зрения представлена в работах Э. Ф. Зеер, А. М. Павловой, Н. О. Садовниковой. В них также отмечены исследования С. П. Роббинса, рассматривающего корпоративную культуру с позиции наиболее ценящихся в ее организации компонентов, таких как: лояльность сотрудников, личная инициатива, согласованность действий, управленческая поддержка, четкие цели, готовность идти на риск [4].

Мы, однако, полагаем, что данные компоненты позволяют оценить только организационное поведение и систему мотивации и установок работников, но этого явно недостаточно для анализа корпоративной культуры как постоянно трансформирующейся среды, определяющей внешнюю и внутреннюю коммуникацию организации.

Российские ученые Т. Б. Иванова и Е. А. Журавлёва отмечают подход А. Ф. Харриса и Р. Моргана к пониманию проблем корпоративной культуры, включающей в себя: осознание своего места в организации, коммуникационную систему и язык общения, нормы и ценности, мотивацию и трудовую этику, а также внешний вид, одежду и презентацию себя на работе (соответствующая униформа, прическа), традиции и привычки сотрудников, обучение и процесс всестороннего развития работника [5].

Содержание корпоративной культуры – это не просто сумма перечисленных выше структурных элементов. Она определяется взаимосвязью этих элементов и их расположением в иерархической структуре существующей системы. Однако, сформировавшись в той или иной организации, корпоративная культура представляет собой еще и явление трансформационное, динамическое, изменяющееся подобно любому живому организму.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что корпоративная культура представляет собой сложную, многоуровневую, динамичную систему, состоящую из ряда элементов материальной и духовной жизни: ценностных характеристик, установок, ожиданий, верований, норм поведения, образа мышления и действия, а также внешних и внутренних атрибутов, принятых в данной организации и разделяемых ее членами. Это феномен, рассматривающийся, с одной стороны, как набор важных предположений, условий и функций, принимаемых всеми членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры для их поведения, а с другой стороны – это среда, которая может благоприятно влиять как на личность сотрудников, так и на качество выполняемой ими работы.

На сегодняшний день фармацевтические работники, наряду с медицинскими – ключевые элементы в существующей системе здравоохранения нашей страны. Они должны обладать определенными знаниями и умениями в области психологии, уметь продуктивно и целесообразно выстраивать беседу и грамотно оказывать психологическую поддержку покупателю. Это является весьма актуальным в настоящее время.

Стоит отметить, что профессиональная деятельность зачастую активизирует личностные качества, поэтому для того, чтобы можно было говорить о профессиональной эффективности деятельности провизора, анализу и оценке необходимо подвергнуть комплекс личностно-профессиональных характеристик специалиста, так как в работе аптечной сети на первое место выступает «человеческий фактор», сам работник и его личностные психологические качества в совокупности с профессиональными, что подтверждается многочисленными научными исследованиями таких ученых как Г. Т. Глембоцкая, Н. Б. Дремова, Е. А. Максимкина, Н. В. Зайцева, И. М. Раздорская и др. [1; 2; 10; 15].

Итак, психологическая сущность корпоративной культуры раскрывается во взаимном двустороннем процессе взаимодействия личности и культуры, тем самым отражая особенности преобразования системы ценностных отношений провизоров к себе, к людям, к профессии. В соответствии с этим в рамках предпринятого исследования авторы выдвинули и поставили задачу подтвердить следующую гипотезу.

В процессе изучения психологических особенностей личности провизоров через исследование отношения провизоров к себе, к людям, к профессии можно выявить необходимость в развитии профессионально важных качеств личности, что достигается посредством разработки и апробации специальной комплексной программы по развитию личностного потенциала провизора.

В связи с этим все используемые методики были разделены на три блока: отношение провизоров к себе, к другим людям, к профессии.

Исходя из результатов теоретического анализа, было запланировано и осуществлено эмпирическое исследование, целью которого стало изучение феномена личности провизора в контексте корпоративной культуры, разработка комплексной программы развития личностного потенциала работников аптечной сети с учетом их психологических особенностей.

На первом этапе исследования проводилось изучение уровня ответственности провизоров, способности их к саморазвитию, эмоциональной устойчивости, моральной нормативности, эмоциональной чувствительности, самодисциплины, общительности, доверчивости, дипломатичности, конформности, доброты, универсализма, самостоятельности, а также направленности на задачу, на взаимодействие, на себя. На втором этапе проводился анализ и интерпретация полученных результатов исследования. На третьем этапе осуществлялась разработка и апробация программы тренингов для провизоров. Четвертый этап представлял собой обобщение и систематизацию результатов исследования, формулирование выводов.

### **Метод и методический инструментарий**

Исследование было проведено на базе аптечных сетей г. Нижнего Новгорода. Всего в эксперименте было задействовано 70 специалистов – женщины в возрасте от 27 до 32 лет, имеющие высшее фармацевтическое образование.

Методом эмпирического исследования выступило тестирование, проводимое с помощью следующих методик.

1. Исследование отношения провизоров к себе:
  - Методика Дембо-Рубинштейн (модификация А. М. Прихожан);
  - Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В.
2. Исследование отношения провизоров к другим:
  - Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В;
  - Ценностный опросник Шаломы Шварца.
3. Исследование отношения провизоров к профессии:
  - Методика оценки профессиональной направленности личности Смекала – Кучера.

Выбор и применение методик для сбора эмпирических данных были обусловлены теоретическими основаниями исследования, содержанием поставленных исследовательских задач, с учетом возможностей и ограничений методик, их точности, надежности и валидности измерений, а также существующими возможностями проведения исследования и объективными условиями.

В целях оказания влияния на исследуемые факторы личности провизора нами была разработана и реализована программа, включающая следующие мероприятия:

- индивидуальные психологические консультации;
- тренинг личностного роста;
- тренинг командообразования;
- тренинг коммуникативной компетентности;
- тренинг разрешения конфликтов;
- тренинг профессиональной идентичности;

проведение курса лекций, включающих темы: «Эмоциональный интеллект», «Психотипы личности», «Психология конфликта» и др.

Следует отметить, что детальное описание данной программы планируется представить в наших дальнейших публикациях.

Статистическая обработка результатов исследования была осуществлена с помощью программы Statistika 10. Для выявления достоверности полученных в ходе эмпирического исследования результатов осуществлялось сравнение выборок с помощью Т-критерия Вилкоксона. Сравнение экспериментальной и контрольной группы проводилось с помощью критерия Стьюдента.

## Результаты исследования

В соответствии с предметом исследования и возможностями выбранных методик в ходе эксперимента измерялись следующие показатели (табл. 1).

1. Отношение провизоров к себе:
  - Методика Дембо-Рубинштейн (ответственность, способность к саморазвитию);
  - Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В (эмоциональная устойчивость, моральная нормативность, эмоциональная чувствительность, самодисциплина).
2. Отношение провизоров к другим:
  - Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В (общительность, дипломатичность, конформность);
  - Ценностный опросник Шаломы Шварца (доброта, универсализм, самостоятельность).
3. Отношение провизоров к профессии:
  - Методика профессиональной направленности личности Смекала – Кучера (направленности на себя, направленности на взаимодействие, направленности на задачу).

С целью апробации разработанной программы тренингов все участвующие в исследовании провизоры были разделены на две группы (контрольную и экспериментальную) по 35 человек. При формировании групп применялся метод попарного выравнивания по шкале «эмоциональная устойчивость» (Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В).

Согласно данным, представленным в таблице 1, распределение провизоров по исследуемым показателям относительно одинаково. Расчет *t*-критерия Стьюдента показал, что различия между экспериментальной (ЭГ)

и контрольной группой (КГ) не имеют статистически значимых различий (все значения превышают уровень значимости ( $p \leq 0,05$ )).

Таблица 1

**Достоверность различий двух независимых контрольной и экспериментальной групп до эксперимента (*t*-критерий Стьюдента)**

Показатель	КГ среднее	ЭГ среднее	<i>t</i> -критерий Стьюдента	<i>P</i> (уровень значимости)
<b>Отношение провизоров с себе</b>				
<i>Методика Дембо-Рубинштейн</i>				
Ответственность	70,8	69,8	0,36	0,65
Способность к саморазвитию	61,2	62,4	-0,26	0,49
<i>Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В</i>				
Эмоциональная устойчивость	6,1	6,3	-0,4	0,78
Моральная нормативность	8,1	7,9	0,28	0,59
Эмоциональная чувствительность	6,9	7,1	-0,5	0,95
Самодисциплина	7,7	7,8	-0,32	0,61
<b>Отношение провизоров к другим</b>				
<i>Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В</i>				
Общительность	7,7	7,5	0,72	0,37
Доверчивость	5,9	5,8	0,49	0,12
Дипломатичность	6,4	6,5	-0,78	0,92
Конформность	6,2	6,1	0,35	0,65
<i>Ценностный опросник Шаломы Шварца</i>				
Доброта	5,2	5,4	-0,41	0,37
Универсализм	6,3	6,1	0,83	0,08
Самостоятельность	6,6	6,5	0,59	0,26
<b>Отношение провизоров к профессии</b>				
<i>Методика профессиональной направленности личности Смекала – Кучера</i>				
Направленности на себя	27,9	28,1	-0,13	0,8
Направленности на взаимодействие	32	31,9	0,32	0,88
Направленности на задачу	39,9	39,8	0,14	0,79

Составлено авторами по материалам исследования

В экспериментальной группе была реализована программа тренингов, в контрольной группе никаких видов программ и тренингов не проводилось. Ниже приведены результаты апробации программы в экспериментальной группе по сравнению с контрольной, а также представлен анализ средних групповых показателей у провизоров контрольной и экспериментальной групп до и после эксперимента (см. табл. 2, 3). Проверка значимости различий проводилась с помощью *t*-критерия Вилкоксона.

Таблица 2

**Достоверность различий показателей для ЭГ до и после эксперимента (*t*-критерия Вилкоксона)**

Показатель	ЭГ среднее		<i>P</i> (уровень значимости)
	до	после	
<b>Отношение провизоров с себе</b>			
<i>Методика Дембо-Рубинштейн</i>			
Ответственность	69,8	77,2	0,02
Способность к саморазвитию	62,4	69,4	0,001

Окончание табл. 2

Показатель	ЭГ среднее		P (уровень значимости)
	до	после	
<i>Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В</i>			
Эмоциональная устойчивость	6,3	7,1	0,003
Моральная нормативность	7,9	8,7	0,004
Эмоциональная чувствительность	7,1	7,9	0,003
Самодисциплина	7,8	8,7	0,005
<b>Отношение провизоров к другим</b>			
<i>Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В</i>			
Общительность	7,5	8,1	0,01
Доверчивость	5,8	6,5	0,01
Дипломатичность	6,5	7,4	0,001
Конформность	6,1	6,7	0,01
<i>Ценностный опросник Шалом Шварца</i>			
Доброта	5,4	5,9	0,02
Универсализм	6,1	6,8	0,03
Самостоятельность	6,5	7,4	0,001
<b>Отношение провизоров к профессии</b>			
<i>Методика профессиональной направленности личности Смекала – Кучера</i>			
Направленности на себя	28,1	27,5	0,004
Направленности на взаимодействие	31,9	32,9	0,001
Направленности на задачу	39,8	40,9	0,003

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица 3

**Достоверность различий показателей для КГ до и после эксперимента (t-критерия Вилкоксона)**

Показатель	КГ среднее		P (уровень значимости)
	до	после	
<b>Отношение провизоров с себе</b>			
<i>Методика Дембо-Рубинштейн</i>			
Ответственность	70,8	70,6	0,08
Способность к саморазвитию	61,2	61	0,06
<i>Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В</i>			
Эмоциональная устойчивость	6,1	6	0,1
Моральная нормативность	8,1	8	0,08
Эмоциональная чувствительность	6,9	6,7	0,09
Самодисциплина	7,7	7,6	0,08
<b>Отношение провизоров к другим</b>			
<i>Методика многофакторного исследования личности Кэттелла, форма В</i>			
Общительность	7,7	7,8	0,3
Доверчивость	5,9	6,0	0,08
Дипломатичность	6,4	6,2	0,06
Конформность	6,2	6,1	0,08
<i>Ценностный опросник Шалом Шварца</i>			
Доброта	5,2	5	0,1
Универсализм	6,3	6,2	0,1
Самостоятельность	6,6	6,8	0,06
<b>Отношение провизоров к профессии</b>			
<i>Методика профессиональной направленности личности Смекала – Кучера</i>			

Показатель	КГ среднее		P (уровень значимости)
	до	после	
Направленности на себя	27,9	27,8	0,08
Направленности на взаимодействие	32	31,8	0,06
Направленности на задачу	39,9	40,1	0,1

Составлено авторами по материалам исследования

Результаты исследования «отношения провизоров к себе» показали, что для провизоров характерны показатели среднего уровня самооценки (82 %). При этом в исследуемой группе присутствовали провизоры как с завышенным (14 %), так и заниженным (4 %) уровнем самооценки. По фактору «эмоциональная устойчивость» у большей части испытуемых (77 %) наблюдались средние значения, при этом, также, встречались высокие (10 %) и низкие (13 %) показатели. По фактору «моральная нормативность» у большинства провизоров встречаются средние (66 %) и высокие значения (27 %). Однако, у некоторого количества испытуемых (7 %) наблюдались низкие показатели. Средние (57 %), высокие (39 %) и низкие (4 %) значения у испытуемых получены по фактору «эмоциональная чувствительность». По данным эмпирического исследования, среди опрошенных провизоров, по фактору «самодисциплина» встречаются высокие (12 %), средние (74 %) и низкие (14 %) значения. Анализ «отношения провизоров к другим» показал, что по фактору «общительность» результаты являлись низкими у (9 %), средними – у (63 %) и высокими у (28 %). По результатам исследования фактора «доверчивость» были получены следующие результаты: высокие (17 %), средние (73 %), низкие (10 %). Исследования «отношения провизоров к профессии» показали, что базовой доминирующей ориентацией провизоров является направленность на задачу; при этом менее выражена направленность на социальное взаимодействие и меньше всего выражена ориентация на себя.

Интерпретация различий экспериментальной и контрольной групп после реализации программы показывает наличие существенных изменений по всем исследуемым показателям, что подтверждает ранее выдвинутую нами гипотезу о том, что в процессе изучения психологических особенностей личности провизоров через исследование отношения провизоров к себе, к людям, к профессии можно выявить необходимость в развитии профессионально важных качеств личности, что становится возможным посредством разработки и апробации специальной комплексной программы по развитию личностного потенциала провизора.

После проведения интенсивных тренинговых мероприятий, направленных на развитие и трансформацию корпоративной культуры организации через динамику психологических факторов явно прослеживались положительные тенденции по всем показателям в экспериментальной группе по сравнению с контрольной группой, в которой никаких программ и тренингов не проводилось.

Таким образом, при изучении психологических особенностей личности провизоров через исследование отношения провизоров к себе, людям и профессии выявляется необходимость в развитии и совершенствовании профессионально важных качеств личности, достигаемых при помощи специальных программ и психологических тренингов.

В результате проведенного эмпирического исследования авторами были выработаны практические рекомендации для сотрудников службы управления персоналом, руководителей аптек и психологов.

## Заключение

Специфика работы провизора заключается в постоянном общении с огромным количеством людей и включает в себя решение вопросов и задач, касающихся сохранения здоровья человека. При этом процесс общения между работником аптеки и посетителем предполагает установление доверительного контакта с личностью пациента, при котором важную роль играют вежливость, тактичность провизора, чуткость, доброта, умение проявлять сострадание, внимательность, терпимость, сдержанность, честность, взаимопонимание.

В настоящее время при приеме на работу в аптечную сеть обычно не проводятся необходимые тестирования, показывающие уровень развития желательных качеств провизора. Поэтому возникает необходимость в проведении тренинговых занятий: например, тренинга личностного роста, направленного на различные

стороны развития личности (развитие рефлексии, уверенности в себе, активности, коммуникативных способностей); тренинга коммуникативной компетентности, направленного на развитие навыков общения, являющиеся основными в работе провизоров. Данные тренинги помогают преодолевать возникающие конфликтные ситуации.

Также важной частью работы провизоров является умение работать в коллективе. Дружеская атмосфера и взаимопомощь, уважение к коллегам снижает вероятность возникновения конфликтных ситуаций и положительно влияет на работу каждого сотрудника. В данном процессе актуален тренинг командообразования, направленный на понимание и принятие сотрудниками личностных особенностей друг друга, установление доверительных отношений.

Таким образом, современный провизор должен быть, в первую очередь, мудрым психологом. Об этом в свое время говорил Гиппократ: «Лечить следует заболевшего, а не болезнь», подчеркивая индивидуальный подход к каждому из пациентов. Для реализации данного подхода провизор должен обладать характерными качествами личности.

В целом отношение провизора к себе, другим людям и к своей профессиональной деятельности можно рассматривать как важный базовый уровень корпоративной культуры. Многоуровневая модель, предложенная Э. Шейном, подходит для различных предприятий, но именно для аптечных организаций она имеет наибольшее значение, так как носителями корпоративной культуры являются сами сотрудники, от уровня развития личностных качеств которых зависит качество выполняемой ими работы, а значит, и здоровье людей.

#### Библиографический список

1. Глембоцкая, Г. Т. Фармацевтический менеджмент: модели развития профессиональной культуры общения // Экономический вестник фармации: Законодательство, учет, налоги, менеджмент. – 2002. – № 3. – С. 61–69.
2. Дремова, Н. Б. Потребитель товаров фармацевтического рынка: женский потребительский профиль // Аптечный бизнес. – 2006. – № 4. – С. 25–28.
3. Зайцев, Л. Г., Соколова, М. И. Организационное поведение: учебник. – М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. – 464 с.
4. Зеер, Э. Ф., Павлова, А. М., Садовникова, Н. О. Профорентология: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов. – М.: Академический проект, 2004. – 188 с.
5. Иванова, Т. Б., Журавлёва, Е. А. Корпоративная культура и эффективность предприятия: монография. – М.: Российский ун-т дружбы народов, 2011. – 152 с.
6. Камерон, К. С., Куинн, Р. Э. Диагностика и изменение организационной культуры / пер. с англ. А. Токарева; под науч. ред. И. В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 310 с.
7. Кузнецов, И. Н. Корпоративная культура: учебное пособие. – Минск: Народная асвета, 2006. – 304 с.
8. Кушникова, Н. Т. Научное обоснование методических подходов к рациональному использованию кадровых ресурсов аптечных организаций в условиях конкурентной среды: автореферат дис. ... канд. фарм. наук: 15.00.01 / Тюменская государственная медицинская академия. – Тюмень, 2005. – 22 с.
9. Льюис, Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / пер. с англ. Т. А. Нестика. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с.
10. Максимкина, Е. А., Зайцева, Н. В. Стратегия управления фармацевтическими кадрами // Новая аптека. – 1999. – № 8. – С. 9–16.
11. Наумов, Н. В. Организационная культура. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 82 с.
12. Ньюстром, Дж. В., Дэвис, К. Организационное поведение / пер. с англ. Е. Бугаевой, В. Вольского; под ред. Ю. Н. Каптулевского. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.
13. Персикова, Т. Н. Корпоративная культура: учебник. – М.: Логос, 2011. – 288 с.
14. Радугин, А. А., Радугин, К. А. Введение в менеджмент: социология организаций и управления. – Воронеж: Воронежская высшая школа предпринимательства, 1995. – 193 с.
15. Раздорская, И. М. Социально-психологические проблемы профессиональной адаптации специалиста-провизора к условиям современного фармацевтического рынка: автореферат дис. ... д-ра фарм. наук: 15.00.01 / Курский государственный медицинский университет. – М., 2000. – 46 с.

References

1. Glembotskaya G. T. Pharmaceutical management: models of professional communication culture development, *Ekonomicheskii vestnik farmatsii: Zakonodatel'stvo, uchët, nalogi, menedzhment*, 2002, no. 3, pp. 61–69. (In Russian).
2. Dremova N. B. Consumer of goods of the pharmaceutical market: female consumer profile, *Aptechnyi bizness*, 2006, no. 4, pp. 25–28. (In Russian).
3. Zaitsev L. G., Sokolova M. I. *Organizational behavior: textbook*, Moscow, Magistr, NITs Infra-Moscow, 2013, 464 p. (In Russian).
4. Zeer E. F., Pavlova A. M., Sadovnikova N. O. *Career guidance: theory and practice: training manual for university students*, Moscow, Akademicheskii proekt, 2004, 188 p. (In Russian).
5. Ivanova T. B., Zhuravleva E. A. *Corporate culture and enterprise efficiency: monograph*, Moscow, RUDN University, 2011, 151 p. (In Russian).
6. Cameron K. S., Quinn R. E. *Diagnosing and changing organizational culture*, Translated from English by A. Tokarev, under the scientific editorship by I. V. Andreeva, St. Petersburg, Piter, 2001, 310 p. (In Russian).
7. Kuznetsov I. N. *Corporate culture: textbook*, Minsk, Narodnaya asveta, 2006, 304 p. (In Russian).
8. Kushnikova N. T. *Scientific justification of methodological approaches to the rational use of human resources of pharmacy organizations in a competitive environment*: Abstract of the Dissertation of Candidate of Pharmaceutical Sciences: 15.00.01, Tyumen State Medical Academy, Tyumen, 2005, 24 p. (In Russian).
9. Lewis R. D. *When cultures collide. Managing successfully across cultures*, Translated from English by T. A. Nestik, 2<sup>d</sup> edition, Moscow, Delo, 2001, 448 p. (In Russian).
10. Maksimkina E. A., Zaitseva N. V. Strategy of pharmaceutical personnel management, *Novaya apteka*, 1999, no. 8, pp. 9–16. (In Russian).
11. Naumov N. V. *Organizational culture*, Moscow, Laboratoriya knigi, 2010, 82 p. (In Russian).
12. Newstrom J. W., Davis K. *Organizational behavior: Human behavior at work*, Translated from English by E. Bugaeva, V. Volskii, edited by Yu. N. Kaptulevsky, St. Petersburg, Piter, 2000, 448 p. (In Russian).
13. Persikova T. N. *Corporate culture: textbook*, Moscow, Logos, 2011, 288 p. (In Russian).
14. Radugin A. A., Radugin K. A. *Introduction to management: sociology of organizations and management*, Voronezh, Voronezhskaya vysshaya shkola predprinimatel'stva, 1995, 193 p. (In Russian).
15. Razdorskaya I. M. *Socio-psychological problems of professional adaptation of a pharmacist to the conditions of the modern pharmaceutical market*: Abstract of the Dissertation of Doctor of Pharmaceutical Sciences: 15.00.01, Kursk State Medical University, Moscow, 2000, 46 p. (In Russian).