

ЛИДЕРСТВО В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ: ПРОФЕССИОНАЛИЗМ ИЛИ ПСИХОЛОГИЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА?

И. Н. Андреева, М. И. Кимадзе, Т. Г. Бужоряну

Пятигорская государственная фармацевтическая академия

Предложена методика, позволяющая выявить лидерские способности у молодых специалистов в фармацевтической отрасли и степень их выраженности. Данный момент предназначен для выявления потенциала карьерного роста у молодых специалистов и для выявления психологических особенностей кандидатов на ту или иную руководящую должность.

Во все времена общество нуждалось в высококлассных специалистах, в т.ч. в квалифицированных работниках фармацевтической службы. Фармацевтический рынок сегодня характеризуется динамичностью развития и сложной конкурентной средой. Главная задача, стоящая перед фармацевтическими компаниями, — это достижение лидерства. Только лидерство способно обеспечить конкурентные преимущества как в обеспечении технических условий, так и в решении проблемы руководства людьми на глобальном уровне. Как и в других наукоемких отраслях, проблемой для фармацевтической отрасли является привлечение и удержание талантливых специалистов, и прежде всего менеджеров всех уровней. Для многих организаций талант ассоциируется именно с наличием качеств будущего лидера. Слово «лидер» в переводе с англосакс. «lead» означает «путешествовать, идти». Лидером был человек, который показывал путь. Древние греки первыми убедили нас, что человек, имеющий потенциал лидера, через образование и опыт может развивать необходимые для этого навыки и знания в течение всей жизни. Многие обладают этим потенциалом, подчас не осознавая того. Если они окажутся в условиях, где возникнет потребность или возможность взять на себя роль лидера, если обеспечить им поддержку и курс соответствующего обучения, их возможности могут развиваться в полной мере.

В теории психологического менеджмента уделяется большое внимание типологии лидерских качеств. Самые преуспевающие люди не обязательно имеют много знаний или зарабатывают много денег. У них много возможностей выбора. Эффективный тест для оценки возможностей — пропускать основные карьерные решения через следующий вопрос: это увеличивает или уменьшает мои возможности выбора? Преуспевающие люди не

только понимают, что создают ценности на каждой стадии их карьеры, они также обеспечивают для себя привлекательные возможности выбора [1].

Мы выявляли задатки лидерских качеств у интернов, проходящих специализацию «Управление и экономика фармации», которая предполагает подготовку руководящего звена фармацевтической отрасли.

Поскольку в научной фармацевтической литературе отсутствуют методики выявления лидерских качеств, нами были приняты за основу широко используемые методики психологии менеджмента.

На первом этапе исследований был проведен анализ социально-психологической литературы, обобщен перечень личностных характеристик.

Для объективной оценки и ранжирования выделенных характеристик провели опрос экспертов. Одним из наиболее распространенных и результативных методов получения достоверной информации от узкого круга лиц, авторитетных специалистов считается Дельфи-метод [2].

Цель проведения опроса: получение качественной и количественной информации об основных характеристиках, определяющих лидерские качества.

Для проведения Дельфи-метода была отобрана группа экспертов из 30 человек, в которую входили кандидаты наук и доктора наук следующих научных специальностей: 5 чел. — фармация, 5 чел. — биология, 5 чел. — психология, 5 чел. — социология, 5 чел. — педагогика, 5 чел. — медицина. Для определения степени согласованности мнений экспертов рассчитывали медианы значения варьирующего признака и квартили. Определение квартилей позволило определить согласованность мнений экспертов и отсеять «экстремальные» ответы, не вписавшиеся в межквартильное расстояние. Нами установлено, что разброс мнений был очень мал, и мы ограничились одним туром анкетирования (табл. 1).

Ранжирование качеств, присущих лидеру, по данным экспертной оценки

Психологические характеристики				
Ранг	Харизматические качества	Обязательные качества	Дополнительные качества	Нейтральные качества
1	личное обаяние	уверенность	гибкость	опытность
2	ораторское искусство	видение перспективы	здоровый смысл	умение внушать доверие
3	дар убеждения	целеустремленность	выдержка	предсказуемость
4	суггестивность	дальновидность	свобода от предрассудков	рассудительность
5	энергичность	решительность	ответственность	искренность
6	навыки общения	результативность	инициативность	настойчивость
7	социальная мимикрия	смелость	особое видение	простота
8	вдохновляемость	интуиция	адекватное поведение	спокойствие
9	проективность	способность к риску	доброжелательность	открытость
10	таинственность	новаторство	любопытность	критическая настроенность
11	фантазия	позитивное мышление	независимость	непредсказуемость
12	одиозность	бойцовские качества	жесткость	толстокожесть

Для ранжирования выбранных качеств по степени важности эксперты заполняли опросные листы, расставляя баллы каждому качеству в блоке по 12-балльной шкале. Средний балл рассчитывали по формуле:

$$Z_{cp} = \frac{\sum O_1 \cdot n_1 + \dots + O_{12} \cdot n_{12}}{n}$$

где Z_{cp} — средний балл оценки качества по степени функциональной значимости; $O_1 \dots O_{12}$ — оценка каждого качества, данная каждым экспертом; $n_1 \dots n_{12}$ — количество экспертов, присвоивших качеству ту или иную оценку; n — общее количество экспертов.

Следующим этапом было определение характеристики степени значимости каждого качества.

Для этого экспертная группа должна была установить, как часто определяемое качество проявляется у респондента по следующей балльной шкале:

- 1) если всегда — 1,5 балла;
- 2) если в большинстве случаев — 1 балл;
- 3) если иногда — 0,5 балла;
- 4) если почти никогда — 0,1 балла.

При оценке ставится соответствующий балл в таблице против каждого качества.

Расчет эталона производили следующим образом: сумма баллов по всем 12 качествам (48 делим на 4) ($12+11+10+9+8+7+6+5+4+3+2+1=78$) умножается на 1,5 (коэффициент степени проявления качества, если оно проявляется всегда), или на 1,0 (если оно проявляется в большинстве случаев), или же на 0,5 (если качество присутствует иногда). В итоге получаем следующие результаты:

- 1) $78 \times 1,5 = 107$,
- 2) $78 \times 1,0 = 78$,
- 3) $78 \times 0,5 = 39$,
- 4) $0,1 \times 78 = 8$.

Далее суммировали оценки в баллах и получили ранжированные балльные оценки (4 зоны лидерства): лидер высокого ранга «харизматический» — от 107 до 78 баллов; лидер линейного ранга «общеуправленческий» — от 37 до 77 баллов; лидер функционального ранга «специально-управленческий» — от 13 до 36 баллов и до 12 баллов — лидер низшего ранга или «исполняющий» (рис. 1).

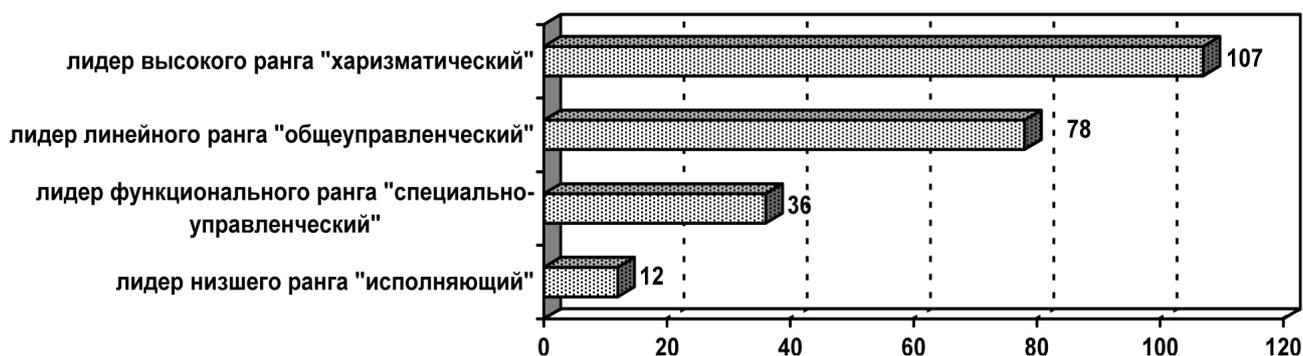


Рис. 1. Выраженность степени лидерских качеств успешных руководителей

Как следует из приведенного рисунка, зоны лидерства были распределены нами следующим образом:

I — зона харизматического лидерства (характеризует лидера самого высокого ранга как ярко выраженного человека, готового не только к управлению, но и к активному влиянию на людей с целью изменения событий в своих интересах);

II — зона общеуправленческого лидерства (характеризует лидера линейного или фронтального ранга как человека, способного решать широкомасштабные управленческие задачи);

III — зона специально-управленческого лидерства (характеризует лидера функционального ранга как человека, имеющего сформированные и развитые навыки управления);

IV — зона исполняющего лидерства (характеризует человека как лидера низшего ранга, который лидирует только на определенных участках управления).

В соответствии с выработанными рангами был составлен опросник для анкетирования интернов, проходящих специализацию «Управление и экономика фармации» [3]. Всего было проанкетировано 56 человек.

Для определения выраженности того или иного лидерского качества определяли средний балл степени проявления качества по предложенной шкале с помощью формулы:

$$P_{cp} = \sum P_{1,5} \cdot n_{1,5} + \sum P_1 \cdot n_1 + \sum P_{0,5} \cdot n_{0,5},$$

где P_{cp} — средняя оценка степени проявления качества у аттестуемого; $P_{1,5} \dots P_{0,5}$ — степень проявления качества у аттестуемого; $n_{1,5}$ — количество оценок одной номинации.

Полученные результаты распределились следующим образом: у 1—2% респондентов выявлены харизматические качества, 10% — линейные лидеры, 15% — с общеуправленческими способностями,

15% — функциональные лидеры, 63% — лидеры низшего ранга с высоким потенциалом исполнителя.

Проанализировав полученные данные, мы сделали вывод, что на основе предложенной методики можно выявить потенциальных лидеров для подготовки их к практической деятельности в качестве управленцев различного уровня для фармацевтических компаний. При поиске менеджеров для обучения и дальнейшего карьерного роста фармацевтические компании могут учитывать наши рекомендации в отношении выявления психологических особенностей кандидатов на ту или иную руководящую должность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Беляевский И.К.* Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И.К. Беляевский. — М: Финансы и статистика, 2002. — 320 с.
2. Как оценить специалиста? // Управление персоналом, 1998. — № 9. — С. 27—31.
3. *Серова Л.Г.* Тесты для отбора персонала / Л.Г. Серова. — Ростов-н/Д: «Феникс», 2004. — 256 с.