

ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ В СИСТЕМЕ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ АПТЕК

Акбаров Ойбек

Национальный фармацевтический университет, м. Харків, Україна
oybeka@mail.ru

Вступление. Для эффективного управления организацией и достижения ее целей необходимо грамотное использование стимулирования и мотивации персонала. Мотивация как одна из функций менеджмента представляет собой способ побуждения работников к более надлежащему выполнению своих обязанностей. Мотивация базируется на определении мотивов сотрудников, представляющих собой осознанные внутренние побуждения, которые они пытаются реализовать, работая в организации. Мотивы сотрудников определяются личностными ценностями и убеждениями, а также их представлениями о том, какое место они занимают в организации. Мотивация работников аптечных учреждений имеет ряд особенностей, связанных со спецификой работы фармацевтических работников.

Цель. Целью исследования было изучение подходов к мотивации работников аптеки, используемых в различных организациях в Украине и за рубежом.

Методы исследования. Для реализации поставленной цели были использованы методы системного, логического и сравнительного анализа.

Основные результаты. Система мотивации в аптечных учреждениях включает как внешнюю мотивацию, так и внутреннюю. Внешними факторами мотивации являются доход, продвижение по служебной лестнице, признание и положение в обществе (положительное подкрепление) дисциплинарное взыскание, критика, удержание части заработной платы (отрицательное подкрепление). Внешняя мотивация может подействовать на сотрудников довольно быстро и эффективно, но она не является долговременной в отличие от внутренней мотивации.

Как свидетельствуют исследования отношения работников аптек, к мотивации, большинством признается существенное влияние именно внешних факторов мотивации на свое поведение. Так подавляющее число опрошенных работников аптек (98%) считают, что материальное стимулирование существенно повышает их трудовую активность, а другие методы: возможность принятия участия в управлении компанией, моральные стимулы

и психологическое воздействие, влияют менее существенно. Для сотрудников аптек важны высокая заработная плата (92%), возможности профессионального роста (46%).

В практике аптечных предприятий чаще всего используется мотивация сотрудников на общую выручку, на реализацию товаров, обеспечивающих аптеке наибольший доход, на выполнение плана продаж по «связанным» позициям и бонусным акциям. Иногда учитывают количество выданных подарочных сертификатов, дисконтных карт и заполненных покупателями анкет и т. д. Хорошим мотиватором является внедрение регламентов, стандартизация работы с последующим контролем их соблюдения и с введением системы наказаний, являющейся подкреплением контроля.

К внутренним мотивационным факторам относятся самореализация, самоутверждение, творчество, удовлетворение от выполненной работы. Важными элементами внутренней мотивации являются ответственность, независимость, самостоятельность, возможность плодотворно использовать собственные знания и навыки для дальнейшего профессионального роста. Действие внутренних мотивационных факторов является эффективным и длительным, так как отражает внутреннюю сущность людей и их психологические установки.

На практике внутренние мотивационные факторы могут проявляться в создании для сотрудников возможности карьерного роста, хорошем психологическом климате в коллективе, признании заслуг каждого работника. На повышение мотивации может повлиять хорошо развитая корпоративная культура, при которой все сотрудники разделяют корпоративные ценности и чувствуют свою причастность к общему делу.

Выводы. В практической фармации используются как внешние, так и внутренние факторы мотивации. По мнению работников аптек, материальное стимулирование имеет более сильное мотивирующее влияние по сравнению с моральным. При этом важно, чтобы применение материального стимулирования сопровождалось установлением стандартов и контролем их выполнения. В этом случае эффект для аптечного учреждения будет наиболее ощутимым. Наряду с этим нельзя недооценивать роль внутренних факторов мотивации, оказывающих эффективное и продолжительное мотивирующее воздействие.