

який механізм його дії на шкіру. Фактор якості не є вирішальним для чоловіків-споживачів ЛКЗ, але якість продукції обов'язково враховується при виборі. Важливість фактору ціни для чоловіків з віком втрачає важливість при виборі ЛКЗ.

Висновки. Таким чином, дослідження характеристик чоловіків-споживачів ЛКЗ показало їх відмінність від характеристик жінок-споживачів цих засобів. Тому при розробці маркетингових заходів ці відмінності треба враховувати для того щоб не втратити цю групу споживачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Посилкіна О. В. Дослідження характеристик споживачів лікувальної косметики в Україні / О. В. Посилкіна, В. Г. Котлярова, О. В. Чечотка // ScienceRise. Pharmaceutical Science. – 2016. – № 4 (4). – С. 53-60

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Пузак Н. О., Гавриш Н.Б., Матвєєва Г. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

socpharm@nuph.edu.ua

Вступ. За сучасних умов значної практичної реалізації у різних сферах економіки набули соціально-психологічні методи менеджменту. Вони використовуються з метою підвищення виробничої активності працівників, створення відповідних соціально-психологічних умов їх діяльності. Передусім такі методи зорієнтовані на дотримання принципу психофізіологічної сумісності у колективі, формування здорового морально-психологічного клімату, виховання почуття взаємодопомоги та колективізму. Базуючись на суспільно-значущих морально-етичних цінностях, вони активно використовують індивідуальну та групову свідомість, психологічні особливості

різних типів індивідів, спільнот, які є передумовою вибору конкретних прийомів впливу.

Головна мета застосування соціально-психологічних методів менеджменту – формування у колективі позитивного морально-психологічного клімату, який активізує ініціативність кожного працівника, творчу цілеспрямованість та самодисципліну.

Мета дослідження. Оцінити ступінь згуртованості та інтеграції серед співробітників аптеки та оцінити стан морально-психологічного клімату в колективі.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети було застосовано методи наукового аналізу та анкетного опитування.

Результати. Для ефективного застосування соціально-психологічних методів управління необхідно володіти інформацією про міжособистісні та групові стосунки в трудовому колективі, здібності й риси характеру кожного працівника, психологічну сумісність членів колективу, їхні симпатії та антипатії, вплив стилю керівництва на морально-психологічний клімат у трудовому колективі.

З огляду на зазначене, нами здійснено анкетне соціометричне опитування серед працівників аптеки м. Харкова.

В опитуванні приймали участь 20 респондентів (15 жінок і 5 чоловіків) віком від 24 до 50 років з вищою і середньою освітою, з досвідом роботи від 2 до 28 років. Серед анкетованих були завідувач аптеки, заступник завідувача, провізори, фармацевти та допоміжний персонал. Узагальнені дані представлено у вигляді соціограми, яка дозволяє охарактеризувати взаємостосунки між членами колективу та оцінити ступінь згуртованості у колективі аптеки.

Використавши дані соціограми та розрахункову формулу (1), нами визначено індекс згуртованості групи ($Z_{гр}$). Отримані результати ($Z_{гр} = 0,22$) показали, що у колективі даної аптеки спостерігається дуже низький рівень згуртованості.

$$Z_{гр} = \frac{\sum R_{74}^+}{0,5N(N-1)} \quad (1), \text{ де}$$

Z_{gr} – індекс згуртованості групи;

$\sum R^+_{74}$ – кількість взаємопозитивних виборів в групі;

N – кількість членів групи, що приймали участь в опитуванні.

Важливою характеристикою групи є також індекс інтеграції (I_{gr}), що розраховується за формулою (2). Значення цього індексу характеризує здатність групи зберігати свою структуру як єдине ціле:

$$I_{gr} = 1/N_i \quad (2), \text{ де}$$

N_i – кількість членів групи, які не отримали жодного вибору.

Розрахований показник (I_{gr}) також виявився низьким ($I_{gr} = 0,15$).

Таким чином, одержані результати вказують на наявність міжособистісних конфліктів, а також прихованих несприятливих психологічних факторів у колективі аптеки. Завдання керівника – знати стан психологічного клімату у своєму колективі, впливати і регулювати відносини в ньому, що сприятиме розвитку соціальних ресурсів аптеки, її можливостей, необхідних для ефективного виконання поточних завдань і досягнення її цілей.