

## ФОРМУВАННЯ ПІДХОДІВ ДО МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

*Євтушенко О.М., Ткаченко А.В.*

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

**Вступ.** На сьогоднішній день в Україні в зв'язку з розвитком ринкової економіки зростає значення проблеми управління фармацевтичними кадрами. Особливу актуальність в наш час набуває вміння та розуміння основ організації управління персоналом в аптеці.

Знання (вдале використання) внутрішніх механізмів мотивації трудової діяльності фармацевта є необхідною умовою побудови ефективної організації кадрової політики, головною складовою частиною якої є система мотивації працівників в аптеці. Питання управління трудовою мотивацією має велику питому вагу в процесі управління успішним розвитком організації і його рішення досить проблемне для більшості приватних підприємств. У зв'язку з цим, існує потреба в дослідженнях в області системи мотивації праці.

**Мета дослідження.** Провести аналіз сучасних моделей та механізмів мотивації в приватних українських аптеках.

**Методи дослідження.** Спостереження, аналіз матеріальної мотивації в аптеці.

**Основні результати.** Було досліджено мотиваційну програму "Пріоритет №8" в аптечній мережі "НА ЗДОРОВ'Я", на прикладі однієї з аптек.

Ця програма дає умови продажу певних лікарських засобів, біологічно активних добавок (БАД) або засобів медичного призначення. Кожен з провізорів, фармацевтів має змогу з початку місяця (кожен місяць оновлюється їх кількість) ознайомитись зі списком та грошовими бонусами, що можливо отримати виконавши план.

Ціль "Пріоритету №8" - це 100% виконання продажу заданих упаковок. На початку роботи всі позиції із списку відображаються на прозорому фоні, а після того як певна позиція починає виконуватись з'являється жовтий колір фону, а якщо повністю виконали зелений.

Опрацювали дані реалізації препаратів в аптеці за рік, що встановлені в мотиваційній програмі і поділили їх на категорії :

1. Вітаміни для дорослих;
2. Біль різної етіології;
3. Кашель (всі види);

За статистичними даними аптеки зробили аналіз реалізації продажів до початку роботи мотивації та розрахували середній об'єм реалізації в місяць кожного препарату. Також урахували коефіцієнт сезонності за вересень-жовтень-листопад 2017 року.

Отримали такий об'єм плану на вересень-жовтень-листопад 2018 року див. рис. 1.

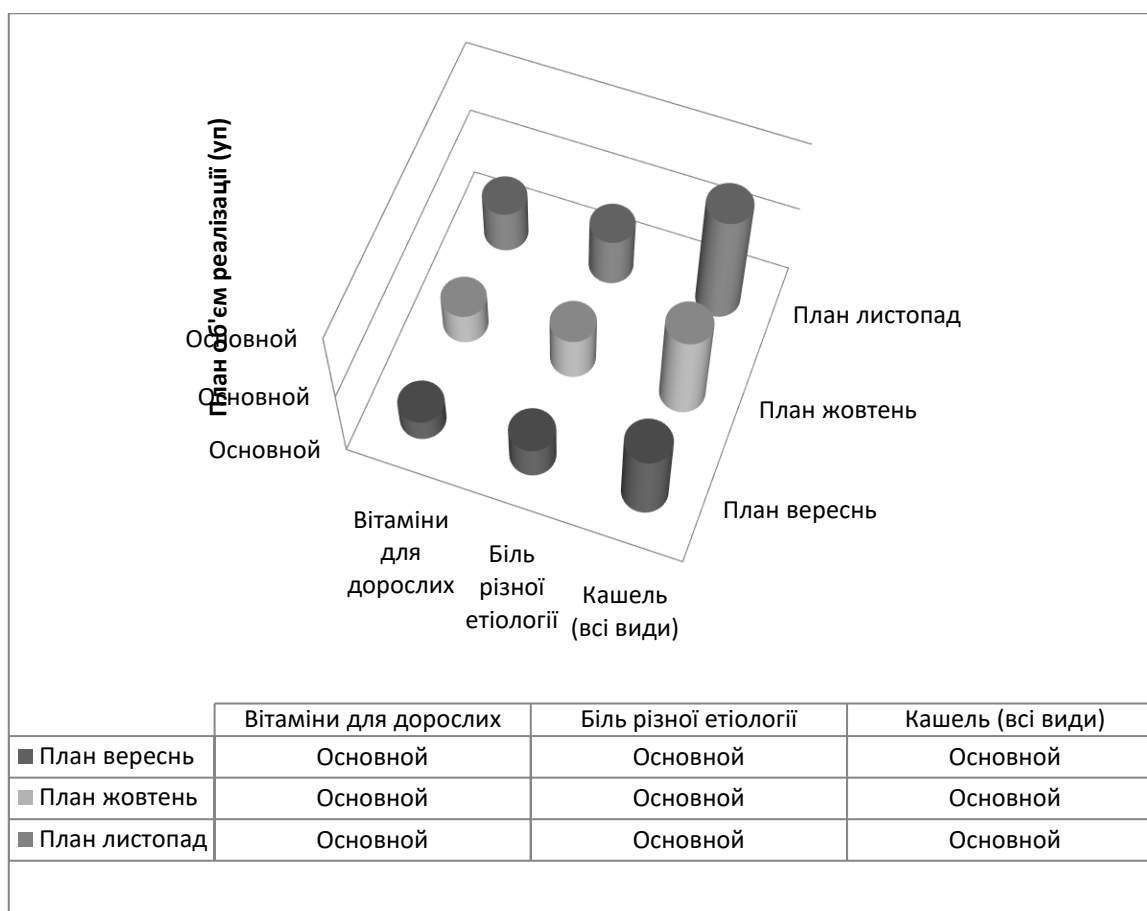


рис.1. Дані планів об'єму реалізації (в упаковках) вересень-жовтень-листопад за мотиваційною програмою "Пріоритет №8"

На рис.1 видно, що ціль мотивації є зростання продажів даних позицій. Та чи працює така матеріальна мотивацій програма на провізорів та чи отримує фірма те на що розраховує ?!

Після того як закінчився листопад місяць 2018 року, була розрахована кількість продажу препаратів в упаковках за вересень-жовтень-листопад 2018 див. рис. 2.

Ці дані чітко відображають зростання продажу пріоритетних лікарських засобів. Категорія вітаміни збільшилась в об'ємах на 29 упаковок, як і планувалось мотиваційною програмою.

Розглянемо категорію біль різної етіології, кількість об'єму продажу планувалось 35,5 упаковки ( 34,5 упаковки реалізувалось до системи мотивації та 70,25 упаковки реального продажу отримали після внесених змін), тобто зростання на 35,75 упаковки, що говорить про активне виконання заданих мотиваційних цілей.

Якщо порівнювати приріст об'ємів продажу між мотиваційними місяцями вересень-жовтень-листопад ,взагалі, від об'ємів реалізованого до внесення змін в мотивацію провізорів, то реалізація зросла більше ніж у 2 рази. Початковий 100% об'єм реалізації становив 126,5 упаковок, після закінчення вересня місяця приріст виріс на 46% ( 184,1 упаковки ), наступний результат за жовтень 243 упаковки, що збільшило продаж лікарських засобів на 92,8%.

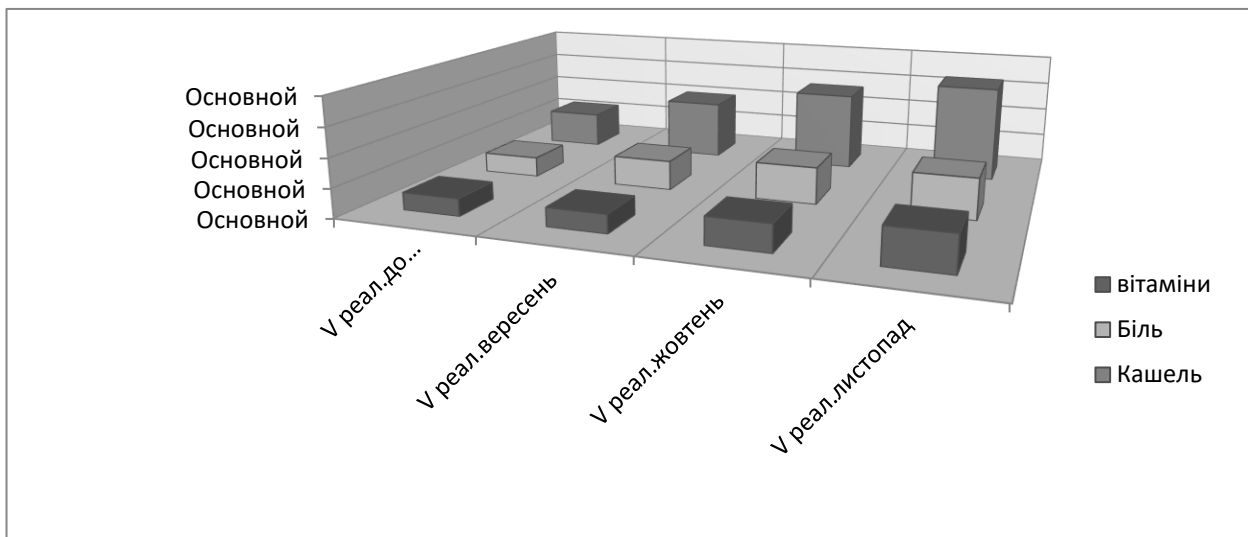


рис 2. Реальний обсяг продажів протягом реалізації мотиваційної програми вересень-жовтень-листопад 2018 в упаковках в порівнянні з звичайними обсягами продажу лікарських засобів

Останній досліджуваний місяць листопад, у якому чітко відображається активний ріст реалізації потрібних пріоритетних препаратів досягнув збільшення об'ємів продажу 295,95 упаковок, що на 134% більше (приблизно 2,5 рази) ніж можливо було очікувати.

**Висновки.** В ході роботи була опрацьована нова мотиваційна програма "Пріоритет №8" в аптечній мережі "НА ЗДОРОВ'Я". Проаналізувавши дані реалізації пріоритетних препаратів отримали достатньо великий приріст об'єму реалізованих упаковок більше ніж у 2,5 рази.

Такий результат пояснюється тим що, працівники можуть активно сприяти зростанню ефективної діяльності організації, якщо застосовувати правильні методи мотивації та організаційні моменти. Та є і працівники, які можуть байдуже відноситися до результатів діяльності, протидіяти нововведенням, що порушують звичний для них ритм роботи. Тільки зацікавлена людина у своїй роботі і задоволена нею може ефективно працювати і приносити користь організації і суспільству. У цьому головне завдання продуманої системи мотивації праці.

### Список літератури

1. Алекперова Н.В. Лидерство в фармации. - К. : Издательский дом Дмитрия Бураго, 2015-240 с.
2. Варданян И.С. Новые тенденции в мотивации персонала / И.С.Варданян// Управление персоналом. - 2005 - №9/10.- 93-95 -с.
3. Методика диагностики личности на мотивацию к успеху Т.Эслерса [Электронный ресурс].- Режим доступа : <http://psylist.net/praktikum/23.htm>.
4. Хижняк М.В. Мотивация в менеджменте : учебное пособие / М.В. Хижняк, 2007-222 с.