

(спостерігається динаміка зміни частоти здійснення покупок, середнього чека, рівня відтоку). Для усунення сезонних коливань і зовнішніх змін інтерпретацію показників до і після запуску програми проводять з врахуванням аналогічних показників серед не учасників програми. 3. Когортний аналіз дозволяє виміряти вплив програми лояльності на різні сегменти учасників з плином часу (при довгостроковій участі у програмі) і з урахуванням етапу життєвого циклу. 4. Look-alike аналіз використовується для порівняння учасників і не учасників програми, що відносяться до аналогічного сегменту з точки зору соціо-демографічних і поведінкових факторів. 5. Метод контрольних груп використовується для визначення ефекту від реалізації окремих складових програми лояльності. Контрольна група клієнтів обирається випадковим чином (є репрезентативною вибіркою), до яких не застосовуються маркетингові заходи.

**Висновки.** Проведені дослідження показали, що серед значної кількості існуючих підходів і методів оцінки ефективності маркетингових заходів відсутня єдина загальноприйнята методика. Враховуючи, що економічна і соціальна ефективність маркетингових заходів взаємопов'язані, то для прийняття адекватних рішень їх необхідно розглядати в комплексі.

## **АНАЛІЗ ПІДХОДІВ В УПРАВЛІННІ ФАРМАЦЕВТИЧНИМ ПЕРСОНАЛОМ В АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДАХ**

Пристапа Д.П., Чернуха В.М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

Alla\_leb7@ukr.net

**Вступ.** Персонал аптеки є об'єктом управління, продуктивною силою, основною складовою всіх робочих процесів. На сьогоднішній день управління персоналом повинно мати соціальну спрямованість, орієнтуючись на інтереси працівника. Процес мотивації персоналу досить складний та неоднозначний. Тому, не зважаючи на значну кількість мотиваційних теорій, які вже розроблені

та продовжують розроблятися, жодна з них не може бути самодостатньою. А професіоналізм керівника залежить від його вміння використовувати теоретичні концепції для покращення розуміння власної практичної ситуації.

**Мета.** Провести аналіз підходів в управлінні фармацевтичним персоналом в аптечних закладах.

**Методи дослідження.** Логічний, історичний, структурний аналіз.

**Результати дослідження.** Розвиток персоналу – це системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу.

Гуманістичний підхід в управлінні персоналом передбачає створення умов та змісту праці, які забезпечують зниження рівня відчуження працівника від його трудової діяльності та інших працівників. Відповідно цієї концепції, результативність організації залежить не тільки від відповідності кількісного та якісного складу працівників потребам організації, а і від рівня мотивації працівників до праці, формування єдиної команди, «корпоративного духу», єдності цінностей та особистих уподобань членів колективу, їх уявленню про місце роботи у системі життєвих цілей.

Методами управління персоналом є: економічні, організаційно-розпорядчі, соціально-психологічні. Досить велику увагу приділяють соціально-психологічним методам управління персоналом, які представляють собою конкретні прийоми і способи впливу на процес формування і розвитку окремих працівників і трудового колективу. Соціальні методи обирають для впливу на цілий колектив (соціальне планування, створення оптимального соціально-психологічного клімату), психологічні – на окремих працівників (методи психологічного відбору, оцінювання персоналу).

Організаційно-розпорядчі методи – це різні способи впливу на працівників, основою для яких служить використання установлених організаційних зв'язків, правових положень і норм.

До економічних методів відносять: прогнозування і планування кадрової роботи, розрахунки балансу робочих місць і трудових ресурсів, визначення основної і додаткової потреби в кадрах і джерел її забезпечення. Управління персоналом повністю узгоджується із концепцією розвитку організації і передбачає декілька стадій: формування, використання та стабілізацію.

Формування персоналу охоплює прогнозування структури персоналу, визначення потреби в кадрах, планування, залучення та розміщення персоналу.

Стабілізація персоналу забезпечується врахуванням кваліфікації та персональних навичок з формування банку даних, оцінюванням результатів праці для виявлення потенціалу кожного працівника, навчанням, підвищенням кадрів.

**Висновки.** Персонал є важливим ресурсом організації, який вимагає пошуку нових підходів та методів управління ним для забезпечення результативності його роботи в довгостроковій перспективі. Конкурентоспроможність організації значною мірою визначається управлінням персоналом, де переможцями виявляться ті підприємства, які мають високий рівень стимулювання персоналу, його розвиток та навчання, забезпечення конкурентними перевагами на ринку.

## **ВИЗНАЧЕННЯ ЦІННОСТЕЙ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ МІСІЇ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Пузак Н.О., Чмихало Н.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна  
socpharm@nuph.edu.ua

**Вступ.** Кожне фармацевтичне підприємство (ФП) планує свою діяльність у довгостроковій перспективі. Така діяльність дозволяє розробити адекватну стратегію розвитку організації. Перспективне планування діяльності дозволяє накреслити пріоритетні напрями, в яких повинна рухатися організація та