

## ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ СКЛАДОВИХ СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Лебедин А. М., Хоралець О. П., Мамай А. С.

*Кафедра організації та економіки фармації*

*Національний фармацевтичний університет м. Харків, Україна*

alla\_leb7@ukr.net

Створення ефективної системи мотивації персоналу аптеки – один з найбільш складних процесів в менеджменті. На сьогодні не існує єдиної схеми мотивації, яка б однаково ефективно впливала на всіх працівників. Існують основні показники, які впливають на професійну відповідальність персоналу аптеки: мета системи управління персоналом; оцінка роботи фармацевтичних працівників; мотивація завідувача аптеки.

Ефективна робота з відвідувачами аптеки оцінюється на основі постійно зростаючої кількості постійних відвідувачів. Орієнтовний розрахунок цього показника можна провести на основі кількості виданих дисконтних карток, кількості та частоті покупок за цими картками.

Додаткові мотиваційні премії рекомендується проводити індексацію зарплати, особливо при нестабільній економічній ситуації. Додаткові виплати можна проводити за стаж роботи на даному підприємстві, за наявність вищої фармацевтичної освіти працівників, кваліфікації та категорії провізора.

Нефінансова мотивація є досить ефективним інструментом. Цей вид мотивації полягає в усвідомленні працівником відповідальності за свою роботу та довіри керівництва. Здійснюється шляхом доручення додаткових обов'язків: навчання нового персоналу; замовлення товару, аналіз асортименту; внесення ідей та пропозицій щодо покращення бізнес-процесу в аптеці.

У мережі аптек «911» розроблені і визначені стандарти роботи фармацевтів і обслуговування клієнтів. Вони прописані у вигляді зводу правил, обов'язкового для виконання всіма співробітниками. При їх наявності аптечна мережа може претендувати на високу якість обслуговування споживачів.

Рівень заробітної плати провізора в мережі аптек «911» залежить від кількох складових, до найбільш важливих (ключових) відносяться: виконання плану продажів та дотримання існуючих стандартів обслуговування клієнтів.

Показник клієнт-орієнтованості в мережі аптек «911» визначається за допомогою регулярного методу дослідження «таємний покупець». В процесі обслуговування провізор повинен виявити і задовольнити потреби покупця, надати йому професійну консультацію, розповісти про поточні акції, новинки і запропонувати придбати додатковий засіб, наприклад, з неспорідненій категорії. Дана модель поведінки формує лояльність клієнтів і допомагає провізорам досягати тих показників, від яких залежить рівень їх заробітної плати.

Особлива увага приділяється правильній мотивації завідувача аптеки, по двом напрямкам робота з персоналом і аптечним асортиментом.