

час анкетування становлено частоту відвідування аптек фармацевтичними представниками. Визначено, що більшість респондентів відмітили, що фармацевтичні представники відвідують аптечні заклади 1 раз на 2 тижні (43%), 27 % опитаних стверджує, що представники компанії «Тева» приходять з візитами 1 раз в місяць, 25 % – кожного тижня. І найменша частка фахівців (5 %) зустрічають медичних представників рідше 1 разу на місяць.

Фахівці аптечних закладів стверджують, що частіш за все представники компанії під час візитів надають інформацію стосовно короткої характеристики лікарських засобів (42 %), 39 % – стосовно детальної інформації щодо застосування лікарського засобу. 16 % респондентів вказали на інформацію про нові лікарські засоби і 5 % – про результати досліджень.

Представники компаній можуть під час візитів роздавати промоційний матеріал з метою надання більш поглибленої інформації та нагадування про товар. 81 % респондентів вказали, що їм інколи залишають промоційний матеріал, 17 % стверджує, що кожного візиту надається матеріал і 2 % фахівців відмітили, що взагалі не надається матеріал.

Одним із видів промоції серед фахівців охорони здоров'я є тренінги та семінари, під час яких виробник надає повну інформацію про лікарські засоби. Такий вид промоції позитивно впливає на фахівців та підвищує їх лояльність до засобів конкретного виробника. Тому під час анкетування було досліджено, як часто запрошує представник фармацевтичної фірми «Тева» працівників аптечних закладів на спеціалізовані заходи (конференції, семінари, круглі столи), які організує фірма. Лєвова частка фахівців зазначила, що їх лише інколи запрошують на заходи (57%), 36 % стверджують, що їх часто запрошують і 7 % вказали, що ніколи не були запрошені на заходи досліджуваної компанії.

Висновки. Таким чином, за результатами аналізу можна зробити висновок, що досліджувана компанія активно залучає фармацевтичних представників для промоції засобів серед фахівців аптечних закладів. Це свідчить про те, що більшість фармацевтів вказали, що представники досить часто відвідують аптеки з візитами, надають необхідну інформацію та розповсюджують промоційні матеріали.

ANALYSIS OF STAFF TURNOVER IN PHARMACY INSTITUTIONS

Oliinyk V. V.

Scientific supervisor: Bondarieva I. V.

National University of Pharmacy, Kharkiv, Ukraine

fmm@nuph.edu.ua

Introduction. Today's operating conditions of pharmacy institutions place increased demands on pharmacy workers, which are determined not only by the specifics of legal norms, but also by social and psychological factors. Human capital is the most valuable resource that contributes to the development of the organization and strengthening its position in the market, which contributes to the profit and competitiveness of the organization. Every pharmacy organization seeks to strengthen its staff and monitors turnover, as it can affect the economic results of the organization. The most effective means of preventing the release of employees is the timely determination of the reasons for staff turnover.

The aim. The purpose of the work is to study staff turnover in pharmacy establishments.

Materials and methods: questionnaire, systematic, graphic.

Research results. A survey of 30 respondents was conducted to analyze the reasons for staff turnover in pharmacy establishments. It was found that only 27.1% of the respondents did not think about changing jobs, while out of 28.1% of respondents who expressed a desire to change jobs, more than 94% prefer the pharmaceutical industry. It is important to note that pharmaceutical workers with higher education are more committed to the pharmaceutical industry, but at the same time, every third of them expressed a desire to change their place of work.

It was revealed that among respondents with secondary education, only near 10% of respondents are disappointed in their chosen profession, and for every third of the respondents, the question of changing jobs did not arise at all. For the pharmaceutical staff, the determining factors influencing the change of the place of work are: ignoring the interests and abilities of subordinates when assigning work, lack of career growth and performance of non-specific work. It is important to note that the main factor determining the desire to change jobs is the discrepancy in wages for all categories of personnel.

Staff satisfaction with work in pharmacy organizations was analyzed. It was found that many employees are not satisfied with the reward system, training system, work mode, workplace, provision of necessary materials. It was found that more than half respondents are not satisfied with their working conditions.

Conclusions. Thus, the methods of managing staff turnover in pharmacy enterprises were investigated.