

Аблязимова Т.Ш., Короленко Ю.Н.

УДК 331.101.3

**ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ФАРМАЦИИ**

**Актуальность.** Проблема конкурентоспособности предприятия очень актуальна в современном мире. От того, насколько успешно она решается, зависит не только эффективность деятельности конкретного предприятия, но в совокупности многое в экономической и социальной жизни любой страны и ее конкурентоспособность на мировом уровне.

**Постановка проблемы.** Конкурентоспособность предприятия зависит от многих факторов, например таких, как активность конкурентов, действия со стороны государства, эффективность издержек и менеджмента, случайные события и другие. Однако одним из важнейших факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, является персонал предприятия.

**Целью статьи** является рассмотрение особенностей и проблем процесса мотивации персонала в сфере фармации.

**Анализ последних исследований.** Проблеме управления конкурентоспособностью, посредством эффективного мотивирования персонала, предприятий посвящено множество статей и научных конференций. Проблемы процесса мотивации персонала рассмотрены в трудах таких ученых, как В.М. Цветаев, М.Х. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури, А.Я. Кибанов, А.П. Егоршин, В.М. Цветаев, В.И. Шкатулла, Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремин, Е.В. Маслов и др.

Они рассматривали такие вопросы, как сущность персонала, его значимость для предприятия, принципы и методы управления кадрами, процесс мотивации, виды мотивирования персонала, а также проблемы, связанные с неправильным применением стратегий мотивации.

Несмотря на большое количество публикаций по мотивации персонала, менее рассмотренной является мотивация персонала применительно к определенной отрасли, сфере, в том числе и фармацевтической отрасли.

Успех всех многомиллионных компаний начинался с чего-то малого. Без помощи преданного персонала и желания трудиться ни одна из существующих сегодня крупных компаний не стала бы такой, какой она является на сегодняшний день. Как отмечают Кьелл Нордстрем и Йонас Риддестрале: «То, как вы привлекаете, удерживаете и мотивируете ваших сотрудников, важнее технологий» [5].

**Основные результаты исследований.** Персонал – это одна из главнейших ценностей предприятия. Его знания, творческий потенциал, приверженность интересам фирмы стоят гораздо больше, чем недвижимость, техника и другие ресурсы, обеспечивающие деятельность предприятия. Каким бы современным не было производственное оборудование, само по себе оно не обеспечит надлежащего качества продукции. Нужен подготовленный квалифицированный персонал. Как писал Л. Якокка: «Когда речь идет о том, чтобы предприятие двигалось вперед, вся суть в мотивации сотрудников» [5].

Каждый работник в аптеке рассматривается, как элемент системы обеспечения качества обслуживания клиентов, что повышает прибыльность аптеки, а, следовательно, повышает конкурентоспособность предприятия. Таким образом, очень важно мотивировать и стимулировать персонал аптеки.

Существует несколько особенностей правильной мотивации служащих и создания обстановки, благоприятной для побуждения персонала к работе:

- Существует множество теорий, видов мотиваций и способов стимулирования. Необходимо знать, что является побуждением к работе для каждого члена персонала аптеки, т.е. здесь нужен индивидуальный подход. Также необходимо помнить, что предмет мотивации для одного человека может не иметь никакого значения для другого. Нельзя думать, что каждому члену персонала нравятся одни и те же вещи. Например, одному сотруднику аптеки важна похвала руководства, признание, другому – скользящий график, третьему – удобное месторасположение и т.д. По мнению ученых: «Один и тот же фактор может вызвать удовлетворение работой у одного человека и неудовлетворение у другого, и наоборот» [1, 2].

- Руководство должно постоянно общаться с персоналом аптеки. Даже если предприятие платит не очень большие деньги, то лучшим путем к мотивации персонала является взаимопонимание. Признательность работникам аптеки за выполненную работу и донесение до них, о принятии ими непосредственного участия в процессе роста компании.

Как пишет Брайан Трейси: «Когда я работаю с компаниями, чей уровень продаж идет вверх, чья рыночная доля увеличивается и чья прибыль имеет внушительные размеры, все сотрудники кажутся мне довольными, общительными и уверенными. Когда я имею дело с компаниями, которые занимаются борьбой – на рынке или внутри себя, - служащие часто похожи на членов команды, проигрывающей слишком много матчей. Они недовольны и негативно оценивают собственные перспективы. Все это они вымещают друг на друга - критикуя, жалуясь и злословя» [3, с.80-81].

Поэтому с точки зрения руководителя очень важно поддерживать дух людей, постоянно говоря им, насколько они хороши. Каждый человек ждет сверху указания относительно того, как интерпретировать происходящее. Руководитель должен поддерживать моральный дух на высоте, показывая события под наилучшим из возможных углов зрения, сосредотачивая людей на будущих возможностях, но не на прошлых проблемах [3, с.80-81].

- Необходимо убедиться в том, что персонал осознает заслуги и результаты предприятия. Ведь одной из наихудших вещей является неполное понимание того, чем вообще занимается предприятие, и какие оно преследует цели. Очень важной задачей для менеджеров является делиться такой информацией с работниками.

- Одним из важнейших шагов к мотивации работников является настойчивость на продолжение обучения и предоставление путей его реализации. Предложения самообучения и предоставление возможности персоналу выбора обучающих курсов – вот еще два пути к мотивации, которые иллюстрируют также то, что компания заботится о своих работниках. В случае сотрудников аптеки это всевозможные тренинги, как личностного роста, так и профессионального, курсы повышения квалификаций и т.д.

- Для большинства людей проживающих и работающих в Украине очень важно материальное стимулирование из-за нестабильной экономической ситуации в стране. Этот вид стимулирования является первоочередным, потому что каждый человек будет стремиться в первую очередь удовлетворить первичные потребности [2].

Значительное повышение зарплаты может вызвать краткосрочное чувство благополучия, однако оно достаточно быстро исчезает. Необходимо помнить, что оплата, которую планирует руководство для своих сотрудников, будет на достаточном уровне, чтобы остановить их от перехода на другую работу, и справедливой, чтобы предусмотреть внутренние недоразумения. Оплата – количественный измеритель того, насколько хорошо, по мнению организации, конкретный работник справляется со своей работой. Следует отметить, что в фармацевтической сфере материальным стимулированием является процент от продаж, в результате фармацевт заинтересован правильно предложить, рассказать о препарате, чтобы его купили и обслужить таким образом, чтобы у покупателя сложилось хорошее впечатление и в следующий раз он хотел прийти и купить именно в вашей аптеке.

- Нематериальное мотивирование должно обязательно опираться на индивидуальные различия людей. Для большинства людей определяющим фактором в выборе места работы является: возможность реализоваться, хорошая атмосфера в коллективе, хорошие взаимоотношения с руководством, удобный график работы, благоприятные условия труда и т.д.

Высший мотив в пирамиде Маслоу является самореализация, стремление человека реализовать себя в каком – то виде деятельности. Важно, чтобы отдельный работник или группа работников знали, что руководство фирмы признает их заслуги и ценит их старания. Люди нуждаются во внимании и признании результатов их труда. Проявление внимания является формой признания [4].

Так как в настоящее время добиться успеха, игнорируя проблему мотивации персонала, трудно. Очень важно эффективно управлять и мотивировать персонал, потому что при отсутствии заинтересованности даже самый талантливый работник становится лишним элементом компании.

**Выводы.** Таким образом, для правильного мотивирования персонала аптеки важен индивидуальный подход к каждому сотруднику, постоянное уделение внимания системе мотивации, применение сразу нескольких видов мотиваций, а также изменение стратегии и способа мотивации, внося каждый раз какие-то новые элементы, для создания правильного мотивационного климата, приемлемого только для данной аптеки.

#### Источники и литература:

1. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1992. – 799 с.
2. Тимошенко И. И. Менеджер организации / И. И. Тимошенко, А. С. Соснин. – М. : Киев, 1999. – 348 с.
3. Трейси Б. Достижение максимума / Б. Трейси; пер. с англ. В. Ф. Волченко; худ. обл. М. В. Драко. – 2-е изд. – М. : Попурри, 2002. – 368 с.
4. Цветаев В. М. Управление персоналом / В. М. Цветаев. – СПб. : Питер, 2002. – 126 с.
5. Мотивирование ваших работников: секреты к успеху : [Электронный ресурс] // Сайт развития личности. – Режим доступа : <http://bealphi.com/content/view/801/149/>

**Акименко П.И., Чернявая А.Л., Шумаева М.В.**

**УДК 338.486:005.342 (477.75)**

## **ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АР КРЫМ**

**Постановка проблемы в общем виде.** Индустрия международного, а также внутреннего туризма в Украине переживает стадию роста. Благодаря улучшению уровня жизни, увеличивается платежеспособность спроса и расширение сегмента «среднего класса» дают импульс развитию данного вида туризма. Многие международные туристические фирмы ведут свою деятельность в Украине. В условиях жесткой конкуренции первостепенной задачей любой туристической фирмы является завоевание лидирующего места на туристическом рынке, получение и увеличение прибыли. Одним из способов обратить внимание потребителей на свой товар является предложение рынку нового товара (инновации), отличающуюся от товара конкурентов. Именно своевременный вывод нового товара на рынок способен привлечь новых покупателей, увеличить доход предприятия.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросами инноваций занимались Ф.Янсен [1], Р.А. Фатхутдинов [2] и другие ученые. Й.Шумпетер в своей работе «Теория экономического развития», впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций изменений в развитии (вопросы инноваций) и дал полное описание инновационного процесса [3, с.15-20]. А.С.Слепокуров в своей работе рассматривал современные