

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОТИВАЦИОННОЙ КОМПОНЕНТЫ ТРУДА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

И. М. Раздорская¹, И. А. Занина², И. В. Плохих¹

¹ Курский государственный медицинский университет

² Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко

Поступила в редакцию 31.07.2018 г.

Аннотация. Целью исследования стал анализ состояния системы мотивации аптечных работников. Профессия фармацевтического работника требует высоких интеллектуальных усилий, не ограничивается технологическим процессом реализации аптечных товаров, а несет значительные дополнительные нагрузки. Такой напряженный труд с высокой физической и моральной нагрузкой требует не только адекватной усилиям зарплаты, но и эффективной мотивации. Трансформация менталитета новых поколений предполагает изменение мотивационных факторов. В качестве методов исследования выступали метод опроса (интервью и анкетирование), ранжирования и группировки, статистические (корреляционный и факторный), а также логический анализ. В работе представлены результаты анализа состояния монетарного и немонетарного методов стимулирования сотрудников аптек. Изучены мотивационные факторы в разрезе возрастных групп специалистов, выделенных на основе концепции Н. Хоува и У. Штраусса. Показано, что для представителей поколения X более значимыми являются монетарные факторы, такие как повышение заработной платы, премии. Для представителей поколения Y наибольшее значение имеют факторы общественного признания и вовлечение в коллектив. Такие специалисты самоуверенны, прагматичны, предпочитают мотивацию, способствующую процессам самообучения, самореализации, возможности самостоятельно принимать решения. Представители поколения Y желают сочетать финансовые и нематериальные стимуляторы, они очень быстро осваивают новые знания, для них важно экспертное мнение, а не только статус. Преимущество нематериальных методов в формировании мотивации состоит в меньшей затратности, в значимом воздействии на психологические и культурные детерминанты личности работника. Направление их применения может быть гораздо шире, чем у финансовых методов, а их синергизм позволяет повысить эффективность труда и удовлетворенность им. Проведенное исследование позволило констатировать отсутствие взаимосвязи между применяемой системой немонетарных поощрений и потребностями в мотивации фармацевтических специалистов различных возрастных групп, что приводит к значительному ослаблению мотивации к профессиональной деятельности. Руководителям аптечных организаций необходимо совершенствовать существующие методы мотивации поколения X, учитывая при этом тот факт, что старшее поколение продолжает формировать конкурентное преимущество организации.

Ключевые слова: мотивация, немонетарные методы стимулирования, фармацевтические специалисты.

В течение последних десятилетий наблюдается чёткая смена тенденций перехода общества от экономики, основанной на материальных активах, к поведенческой экономике, использующей умения и компетенции сотрудников, их интеллектуальный капитал [1, 2]. Однако, преобразование человеческого капитала сотрудника как личности и профессионала в капитал организации и его реализация в процессе профессиональной деятель-

ности возможны лишь при высоком уровне трудовой мотивации [3, 4].

Анализ уровня развития современного фармацевтического рынка подтверждает, что немалая доля сотрудников аптечных организаций (АО) недовольны или безразличны к своей работе [5], что неизбежно сказывается на результатах деятельности организации [6, 7]. Выявление причин недовольства и безразличия как симптомов профессионального выгорания – это область особого внимания современного менеджмента,

так как успешное функционирование и конкурентоспособность АО зависят, прежде всего, от заинтересованности работников в эффективной деятельности [8, 9]. Необходимо отметить, что профессия фармацевтического работника требует высоких интеллектуальных усилий, не ограничивается технологическим процессом реализации аптечных товаров, а несет значительные дополнительные нагрузки. Это фармацевтическое консультирование, оформление витрин с учетом мерчандайзинга, изучение спроса и предложения - то есть маркетинговая функция и, наконец, знание основ менеджмента, психологии и педагогики для общения со специфическим контингентом клиентов, ведь аптеку посещают в основном больные люди и родственники заболевших. Такой напряженный труд с высокой физической и моральной нагрузкой требует не только адекватной усилиям зарплат, но и эффективной мотивации.

Мотивация способствует раскрытию профессионального и творческого потенциала фармацевтических специалистов (ФС) в процессе трудовой деятельности, а также в создании условий, поддерживающих у специалистов желание совершенствоваться и обучаться, стимулирующих их не только к продуктивной работе, но и к саморазвитию как личности [10]. Ключевым фактором успеха в решении данной проблемы является внедрение действенной системы мотивации труда, способствующей повышению компетентности, активности, предприимчивости ФС, мобилизации сил для решения определенных задач с максимальной эффективностью [11, 12].

Необходимо отметить, что сегодня на рынке труда наблюдаются мировоззренческие и поведенческие изменения в личностных и коллективных характеристиках сотрудников и клиентов, а также в моделях социального взаимодействия. В нашем исследовании мы использовали концепцию Н. Хоува и У. Штраусса [13] о том, что основополагающие ценности людей меняются через определенное количество времени и напрямую зависят от одних и тех же событий, которые эти люди пережили (политических, экономических, социальных, технологических), а также от принципов их воспитания. В рамках данной концепции выделено шесть поколений, живущих в настоящее время. Особый интерес для нашего исследования вызывают два поколения - X и Y, так как их представители составляют экономически активное население [14]. Специалисты поколения X, рожденные с 1963 по 1983 годы, отличаются

трудолюбием, коллективизмом, стремлением к саморазвитию, вещизмом и высоким уровнем материальных амбиций, но уже подвержены синдрому профессионального выгорания. Специалисты поколения Y, родившиеся в период с 1983 по 2003 год, самоуверенны, прагматичны, могут потребовать от руководителя компенсировать минимально переработанное время, хотят получить все и сразу, не мотивируются на разговоры о возможности построения карьеры в течение 3-5 долгих лет. Тем не менее, они очень быстро осваивают новые знания, для них важно экспертное мнение, а не только статус; для специалистов имеет огромное значение внимание руководства и вовремя данная обратная связь, которую они привыкли получать в социальных сетях [15].

Основным отличием поколения Y от предыдущего поколения X являются базовые ориентиры успеха. Если для поколения X, формировавшегося в эпоху перестройки, ключевыми понятиями являются деньги и вещи, то для поколения Y – успех как личностное и общественное признание (92%) в контексте прагматизма, индивидуализма, наличия значимых нематериальных ценностей и жизненной стратегии, готовности рисковать и жертвовать для ее выполнения [16].

Целью данного исследования был сравнительный анализ ценностных и мировоззренческих ориентиров систем мотивации фармацевтических работников аптечных организаций г. Курска в разрезе возрастных групп и занимаемых должностей.

В качестве методов исследования выступали метод опроса (интервью и анкетирование), ранжирования и группировки, статистические (корреляционный и факторный), а также логический анализ. Число респондентов, принявших участие в исследовании, составило 197 человек (76 заведующих, 54 провизора и 67 фармацевтов). Исследование проводилось на базе Курских аптечных организаций в июне – сентябре 2017 года. Преобладающая часть опрошенных специалистов — женщины (97.2%) в возрасте от 25 до 45 лет (74.6%).

Для проведения первого этапа эксперимента была составлена анкета, включающая, помимо демографических характеристик, перечень инструментов мотивации, используемых заведующими аптеками и руководителями аптечных сетей, имеющих высокую квалификацию и достаточно большой стаж работы на руководящей должности. Мотивационные параметры представлены

тремя монетарными и шестью немонетарными.

Контент-анализ отечественной и зарубежной литературы по изучаемому вопросу позволил разработать анкету для второго этапа исследования, включающую наиболее значимые и часто встречающиеся инструменты мотивации. Мотивационные параметры представлены семью монетарными и 13 немонетарными.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

На первом этапе эксперимента респондентам необходимо было выбрать из предложенного списка инструменты мотивации, реально предоставляемые им руководством (таблица 1), а на втором этапе - отметить те, которые отвечали бы их предпочтениям (таблица 2).

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что руководством аптечных сетей г. Курска уделяется недостаточное внимание трудовой мотивации сотрудников, как материальной, так и нематериальной. Если сотрудники не считают указанные параметры мотивации значимыми, значит, они только декларируются, не используются или неизвестны сотрудникам. Единственным мотивационным параметром, оцененным всеми группами респондентов, является корпоративный отдых, заключающийся в основном в совместном праздновании памятных дат (Новый год, День медика, 8 марта, день рождения фирмы). Большинство респондентов как действующий мотивационный

фактор отметили гибкий график работы, что связано, в первую очередь, с трудовым распорядком в АО - сменным графиком у работников первого стола (по 100% в группах провизоров и фармацевтов, 13.33% в группе заведующих АО).

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что для всех респондентов, безусловно, большое значение имеют монетарные параметры, такие как повышение заработной платы (100%), премии (от 62.5% до 100% соответственно). Оплата проезда, мобильной связи и питания значима, в основном, для представителей поколения X (от 51.61% до 100% соответственно). Такой параметр как дополнительное медицинское страхование превалирует по важности для мотивации заведующих аптечными организациями (55.56% и 75.00% соответственно по поколениям).

Для поколения X значимым параметром является участие в принятии управленческих решений (73%-86%), вознаграждение за выслугу лет (от 47% у зав. аптеками до 73% у провизоров), дополнительный отпуск (100%). Представители поколения Y предпочитают мотивацию, способствующую процессам самообучения, самореализации, возможности самостоятельно принимать решения. Им необходимо публичное признание заслуг (82%-87%), помещение на доску почета (48%-54%). Сотрудников поколения Y привлекает возможность самореализации через творчество (58%), совместный корпоративный отдых (68%-92%), получение карты в фитнес-центр.

Таблица 1.

Результаты использования мотивационных параметров труда в аптечных организациях г. Курска

Мотивационные параметры	Предоставляемые инструменты мотивации (%)					
	Мнение Заведующих АО (60 чел. - 100%)		Мнение Провизоров (39 чел. - 100%)		Мнение Фармацевтов (48 чел. - 100%)	
	Поколение X	Поколение Y	Поколение X	Поколение Y	Поколение X	Поколение Y
Монетарные:	1	2	3	4	5	6
Премия	3.33	30.00	-	7.69	-	-
Оплата проезда	20.00	25.00	-	-	-	-
Внутри корпоративные конкурсы с ценными призами	8.3	5.00	-	-	2.08	-
Немонетарные:	1	2	3	4	5	6
Гибкий график работы	13.33	-	43.59	56.41	60.42	39.58
Корпоративный отдых	23.33	36.67	20.51	10.26	37.50	31.25
Помещение на доску почета	5.00	-	-	-	2.08	-
Публичное признание заслуг	30.00	-	-	-	-	-
Направление на профессиональные конференции	-	-	-	25.64	-	25.00
Вознаграждение за выслугу лет	6.67	-	5.13	10.26	-	-

Таблица 2.

Методы мотивации, предпочитаемые фармацевтическими специалистами

Мотивационные параметры	Предпочтения респондентов (%)					
	Заведующие АО (60 чел.)		Провизоры (39 чел.)		Фармацевты (48 чел.)	
	X	Y	X	Y	X	Y
Монетарные:						
Премия	97.22	62.50	93.33	83.33	96.77	100
Повышение заработной платы	100	100	100	100	100	100
Внутри корпоративные конкурсы с ценными призами	13.89	87.5	13.33	45.83	16.13	70.59
Оплата проезда	75.00	12.5	73.33	16.67	77.42	64.71
Оплата питания	80.56	4.17	100	12.5	77.42	29.41
Дополнительное медицинское страхование	55.56	75.00	46.67	12.5	6.45	23.53
Плата мобильной связи	72.22	8.33	86.67	33.33	51.61	17.65
Немонетарные:						
Участие в принятии решений	86.11	45.83	73.33	20.83	6.45	17.65
Отдельный кабинет	27.78	4.17	-	-	-	-
Гибкий график работы	33.33	75	-	-	-	-
Публичное признание заслуг	8.33	87.5	6.67	16.67	12.91	82.35
Дополнительный отпуск	100.00	75	100	100	93.55	82.35
Корпоративная карта в фитнес-центр	-	58.33	26.67	83.33	9.68	64.71
Помещение на доску почета	-	54.17	13.33	8.33	48.39	23.53
Возможность самостоятельной работы	-	-	-	8.33	-	-
Благодарность руководства	2.78	20.83	-	25	-	82.35
Вознаграждение за выслугу лет (грамота, доска почета и т.п.)	47.22	8.33	73.33	16.67	61.29	29.41
Возможность самореализации через творчество	11.11	58.33	-	58.33	3.23	82.35
Корпоративный отдых	8.33	91.67	13.33	8.33	67.74	23.53
Направление на профессиональные конференции	11.11	62.5	-	-	-	23.53

Руководители поколения Y желают получать информацию, посещая научные профессиональные конференции (62,5%). Отмечено, что для представителей поколения Y нематериальная мотивация имеет не меньшее значение, чем материальная, в отличие от респондентов поколения X.

Для подтверждения репрезентативности полученной информации нами был проведен парный корреляционный анализ результатов опроса респондентов в разрезе возрастных групп и занимаемых должностей в АО, результаты которого представлены в таблице 3.

Данные, представленные в таблице 3, свидетельствуют о достаточно высокой степени согласованности в определении параметров мотивации между представителями различных должностей внутри возрастных групп.

Представители поколения X (тандем заведующие - провизоры) единогласны в определении па-

раметров мотивации, то есть приемы мотивации, декларируемые и принимаемые руководителями X, находят отклик, поддержку и ответную реакцию у провизоров X и фармацевтов X (0.948).

Поколение X (тандем заведующие - фармацевты и тандем фармацевты - провизоры) достаточно стабильно в оценке действенных мотивационных факторов (0.622-0.652).

Противоположные показатели у представительниц поколения Y, более молодого по возрасту. У заведующих - провизоров и заведующих-фармацевтов представления о необходимых приемах мотивации различны, связь можно определить как умеренную (0.398 и 0.354 соответственно) [17]. Однако группа фармацевты Y - провизоры Y показывает высокий уровень согласованности (0.707).

Для определения наиболее значимых для респондентов немонетарных поощрений (в разрезе возраст-

Таблица 3.

Результаты изучения взаимосвязи между ответами респондентов внутри возрастных групп по параметрам занимаемых должностей.

Поколение X	Корреляционный параметр тандема	Поколение Y
0.948	Заведующие АО - Провизоры	0.398
0.622	Заведующие АО - Фармацевты	0.354
0.652	Фармацевты - Провизоры	0.707

ных групп) был проведен факторный анализ, который заключался в сведении большого количества переменных параметров к меньшему количеству независимых влияющих факторов. При этом в один фактор объединялись переменные, значимо коррелирующие между собой (факторная нагрузка больше 0.3) [18].

Данные, представленные в таблице 4, свидетельствуют, о достаточно высокой степени согласованности между представителями различных профессий внутри возрастных групп, кроме респондентов Y между провизорами, фармацевтами и заведующими (0.398 и 0.354 соответственно), которую можно определить как умеренную. Значимость рассчитанных коэффициентов корреляции подтверждали с помощью t-критерия Стьюдента, результаты представлены в таблице 4.

Данный анализ позволил выделить из представленного списка поощрений, представленных в таблице 2, особо важные для респондентов и объединить их в группы факторов, не зависящих друг от друга. Результаты представлены в таблице 5.

Трансформация менталитета новых поколений предполагает изменение мотивационных факторов. Импульсы менталитета как умственные установки множества специалистов различных возрастных поколений сказываются в вопросах мотивации, разграничивая ценностные ориентации каждого поколения, формируя высокую значимость нематериальных приемов мотивации у молодых поколений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования было установлено, что наряду с формами монетарного

стимулирования для достижения максимальной эффективности профессиональной деятельности сотрудников АО необходимо использовать нематериальные формы мотивации с учетом возрастной структуры коллектива. Выявлены существенные различия в мотивационных предпочтениях различных возрастных групп. Для представителей поколения Y наибольшее значение имеют такие факторы немонетарного стимулирования как общественное признание и вовлечение в коллектив, при этом они не сбрасывают со счетов и финансовые стимуляторы. Представители поколения X среди немонетарных факторов выделяют стимулирование свободным временем и благодарность за верность, однако для них достаточно значимыми являются монетарные факторы, что согласуется с общеизвестными признаками этой социальной группы.

Проведенное исследование позволило констатировать отсутствие взаимосвязи между применяемой системой немонетарных поощрений и потребностями в мотивации фармацевтических специалистов различных возрастных групп, что приводит к значительному ослаблению мотивации к профессиональной деятельности. Как следствие этого сотрудники недостаточно чувствуют взаимосвязь между затрачиваемыми усилиями и поощрением со стороны руководства, получаемое вознаграждение имеет низкую значимость и ценность для специалистов. Руководителям АО необходимо совершенствовать существующие методы мотивации поколения X, учитывать тот факт, что «ветераны» продолжают формировать конкурентное преимущество организации.

Таблица 4

Результаты определения значимости полученных коэффициентов корреляции при $\alpha = 0,05$.

Значение r_{xy}	Значение $T_{набл}$	Значение $T_{табл}$	Вывод
0.948 (n = 51)	20.85	1.676	Рассчитанные значения показателя r_{xy} статистически значимы

Таблица 5.

Основные немонетарные мотивационные факторы, предпочитаемые фармацевтическими специалистами (заведующие АО, провизоры, фармацевты) в разрезе возрастных групп

Поколение X	Поколение Y
Фактор I	Фактор I
Дополнительный отпуск (0.92)*	Дополнительный отпуск (0.83) Корпоративная карта в фитнес-центр (0.76) Возможность самореализации через творчество (0.75)
Фактор II	Фактор II
Вознаграждение за выслугу лет (грамота, доска почета и т.п.) (0.53) Участие в принятии решений (0.51)	Публичное признание заслуг (0.69) Благодарность руководства (0.65)
Фактор III	Фактор III
Публичное признание заслуг (0.41) Корпоративный отдых (0.34)	Направление на профессиональные конференции (0.54) Участие в принятии решений (0.51)

*в скобках указаны значения факторных нагрузок для изучаемых параметров

Сотрудники поколения Y ожидают от своей работы не только получения соответствующей зарплаты, а гораздо большего – удовлетворения своих психологических, личностных потребностей. В системе мотивации поколения Y необходим индивидуальный подход, учет амбиций, желания специалистов к самореализации. Поэтому для эффективной мотивации и продуктивной деятельности специалистов руководству аптек необходимо четко сопоставлять существующие методы вознаграждения и приводить их в соответствие с потребностями сотрудников.

Следует обратить внимание и на то, что преимущество нематериальных методов в формировании мотивации состоит в меньшей финансовой нагрузке при воздействии на культурные детерминанты личности работника. В связи с этим возможности применения нематериальных мотиваторов гораздо шире, чем финансовых методов. В свою очередь их синергизм с материальными методами позволяет повысить эффективность труда и удовлетворенность им.

Процесс мотивации, да и сами мотиваторы, должны быть современными и способствовать формированию ценностей индивида, совпадающих с ценностями организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Артемова О.В., Раздорская И.М. Бизнес-процесс «Принятие управленческих решений в фармацевтическом кадровом менеджменте» требует обновления // Фармация. 2011. № 2. С. 30-32.
2. Михайлова Е.А. Труд руководителя аптечной организации: сущность, специфика и содержание [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/121-17304>.
3. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. Москва, Бизнес-школа «Интел-синтез», 2000, 368 с.
4. Шапиро С. А. Управление человеческими ресурсами: практическое пособие по кадровому планированию организации. Москва, ГроссМедиа: РОСБУХ, 2007, 266 с.
5. Волгин Н. ВИЛАР: мотивационная основа эффективного труда // Человек и труд. 2000. № 4. С. 75—79.
6. Мороз Т.Л. Анализ групповой мотивации персонала муниципальной аптеки // Сибирский медицинский журнал (Иркутск). 2011. Т. 105. № 6. С. 169 – 171.
7. Шамилев С.Р., Арсаханова З.А. Анализ факторов, влияющих на производительность труда и валовой региональный продукт Владимирской области // Электронный мультидисциплинарный научный журнал с порталом международных научно-практических конференций Интернетнаука. – Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом Интернетнаука». 2015. №. 10. С. 35-42.
8. Гарифуллина Г.Х., Грибова Я.В., Муслимова Н.Н., Шакирова Д.Х. Основа успеха в работе и фармацевтическом бизнесе - сила мобилизации и мотивации специалистов-провизоров // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. №. 8-2. С. 128-131.
9. Павлова А. Е. Особенности применения дистанционного обучения с учётом теории поколений // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Информатика и информатизация образования. 2012. №23. С. 64-68.
10. Гришин А.В., Лузянина Е.С. Анализ эффективности применения поощрений для трудовой мотивации специалистов аптечного предприятия // Бюллетень сибирской медицины. 2010. №1. С.119 - 125.
11. Мамиева Р.Р. Управление мотивацией — это польза или вред? // Кадры предприятия. 2004. № 3. С. 91—100.
12. Шаленкова Е.В., Петрова С.В., Кононова С.В., Баранов Д.Е., Шакирова Д.Х. Анализ лояльности фармацевтического персонала аптечной организации // Медицинский альманах. 2011. №. 1. С. 220 - 222.
13. Howe N., Strauss W. Generations: The History of Americas Future, 1584 to 2069. ed. New York.: Quill William Morrow, 1991, 544 p.
14. Шамис Е., Антипов А. Теория поколений. 2011. URL: http://old.executive.ru/publications/specialization/newfolder8086/article_5457
15. Родионова И.А. Повышение экономической эффективности труда работников на основе совершенствования системы мотивации // Проблемы экономики и менеджмента. 2013. №5 (21). С.70-73.
16. Раздорская И.М., Луцюк Я.Ю. Управление знаниями как фактором создания ценности фармацевтического бизнеса // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Естественные, технические и медицинские науки. 2015. №. 4. С. 394-397.
17. Айвазян С. А., Мхитарян В. С. Прикладная статистика и основы эконометрики: Учебник для вузов, 1998, 349 с.

18. Молчаненко С. А. Факторный анализ социально-экономической эффективности совместного предпринимательства // *Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты*. 2015. №. 17. С. 177-181.

19. Королева Н.В., Левченко А.С. Этические основы экономических отношений в информационном обществе // *Актуальные научные исследования в современном мире*. 2017. №. 1-7. С. 124-128.

20. Паутова Л. Поколение XXI века: опыт социологического исследования. 2011. URL: [http://](http://bd.fom.ru/pdf/prezentria2.pdf)

bd.fom.ru/pdf/prezentria2.pdf (дата обращения: 09.09.2017).

21. Резцова Т.В., Сугак Г.А. Изучение мотивационного комплекса сотрудников аптек // *Фармацевтическое образование, наука и практика: горизонты развития*. 2016. С. 189- 194.

22. Хомякова Е.И. «Поколение У» в контексте социального взаимодействия в современном обществе // *Известия ТПУ*. 2011. №6. С.153 – 156.

Курский государственный медицинский университет

Раздорская И. М., доктор фармацевтических наук, профессор, заведующая кафедрой управления и экономики фармации

E-mail: razdorski@yandex.ru.

Kursk State Medical University

Razdorskaya I. M., PhD., DSci., Full Professor, Head of the Department of Management and Economics of Pharmacy

E-mail: razdorski@yandex.ru.

Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко

Занина И. А., кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры организации фармацевтического дела, клинической фармации и фармакогнозии

E-mail: i.zanina@vsmaburdenko.ru;

Voronezh State Medical University. named after N.N. Burdenko

Zanina I. A., PhD., Associate Professor of the Department of Organization of Pharmaceutical Affairs, Clinical Pharmacy and Pharmacognosy

E-mail: i.zanina@vsmaburdenko.ru;

Плохих И. В., кандидат фармацевтических наук, ассистент кафедры управления и экономики фармации

E-mail: ponochka1234@yandex.ru

Plokhikh I.V., PhD., Assistant of the Department of Management and Economics of Pharmacy

E-mail: ponochka1234@yandex.ru

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE MOTIVATION COMPONENT OF THE PHARMACEUTICAL SPECIALISTS' LABOUR

I. M. Razdorskaya¹, I. A. Zanina², I. V. Plokhikh¹

¹ *Kursk State Medical University*

² *N.N. Burdenko Voronezh State Medical University*

Abstract. The aim of the research is the analysis of the situation with the pharmacists' stimulating system. The profession of a pharmacist requires high intellectual efforts, is not limited to the technological process of realization of pharmaceutical products, and carries significant additional loads. Such hard work with high physical and moral load requires not only adequate salary efforts, but also effective stimulating. The transformation of the mentality of new generations involves a change in motivation factors. The research methods are the survey method (interview and questionnaire), ranging and grouping, statistical (correlation and factor), and logical analysis. The analysis of the situation with the organizing of the monetary and non-monetary methods of stimulation of the pharmacists has been presented. Motivation factors have been studied in the context of the specialists' age groups on the basis of the concept of N. Howe and W. Strauss. For the representatives of the generation X, the monetary factors such as wage increases and bonuses are more significant. For the representatives of the generation Y, the most important factors are public recognition and the involvement in the staff; both financial and intangible stimuli are important.

Such specialists are self-confident, pragmatic, prefer the motivation of contributing to the processes of self-learning, self-expression, and opportunities to make their own decisions. Representatives of generation Y want to combine financial and non-financial stimulators, they learn new knowledge very quickly, expert opinion is important for them, not only status. The advantage of non-material methods in the formation of motivation is their lower cost and the significant impact on employee's personal, psychological and cultural determinants. The direction of their application is broader than that of financial methods, and their synergy makes it possible to increase the efficiency of labor and satisfaction with it. The research revealed the absence of a relationship between the system of non-monetary methods of stimulation and the need for motivation of pharmacists of different age groups, which leads to a significant weakening of motivation for professional activities. Pharmacy manager needs to improve the existing methods of motivation of generation X, taking into account the fact that the older generation continues to form a competitive advantage of the organization.

Keywords: motivation, non-monetary methods of stimulation, pharmacists.

REFERENCES

1. Artemova O.V., Razdorskaya I.M. *Biznes-process «Prinyatie upravlencheskih reshenij v farmacevticheskom kadrovom menedzhmente» trebuets obnovleniya*, Farmaciya, 2011, № 2, pp. 30-32.
2. Mihajlova E.A. *Trud rukovoditelya aptechnoj organizacii: sushchnost', specifika i sodержanie*, *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*, 2015, № 1. Available at: <http://www.science-education.ru/121-17304>.
3. SHekhshnya S.V. *Upravlenie personalom sovremennoj organizacii*. Moskva, *Biznes-shkola «Intel-sintez»*, 2000, 368 p.
4. SHapiro S. A. *Upravlenie chelovecheskimi resursami: prakticheskoe posobie po kadrovomu planirovaniyu organizacii*. Moskva, GrossMedia: ROSBUH, 2007, 266 p.
5. Volgin N. *VILAR: motivacionnaya osnova ehffektivnogo truda, CHElovek i trud*, 2000, № 4, pp. 75—79.
6. Moroz T.L. *Analiz gruppovoj motivacii personala municipal'noj apteki, Sibirskij medicinskij zhurnal (Irkutsk)*, 2011, T. 105, № 6, pp. 169 – 171.
7. SHamilev S.R., Arsahanova Z.A. *Analiz faktorov, vliyayushchih na proizvoditel'nost' truda i valovoj regional'nyj produkt Vladimirskoj oblasti, EHlektronnyj mul'tidisciplinarnyj nauchnyj zhurnal s portalom mezhdunarodnyh nauchno-prakticheskikh konferencij Internetnauka. –Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu «Izdatel'skij dom Internauka»*, 2015, № 10, pp. 35-42.
8. Garifullina G.H., Gribova YA.V., Muslimova N.N., SHakirova D.H. *Osnova uspekha v rabote i farmacevticheskom biznese - sila mobilizacii i motivacii specialistov-provizorov, Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal*, 2017, № 8-2, pp. 128-131.
9. Pavlova A. E. *Osobennosti primeneniya distancionnogo obucheniya s uchyotom teorii pokolenij*, *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Informatika i informatizaciya obrazovaniya*, 2012, №23, pp. 64-68.
10. Grishin A.V., Luzyanina E.S. *Analiz ehffektivnosti primeneniya pooshchrenij dlya trudovoj motivacii specialistov aptechnogo predpriyatiya*, *Byulleten' sibirskoj mediciny*, 2010, №1, pp.119 - 125.
11. Mamieva R.R. *Upravlenie motivaciej — ehto pol'za ili vred?*, *Kadry predpriyatiya*, 2004, № 3. pp. 91—100.
12. SHalenkova E.V., Petrova S.V., Kononova S.V., Baranov D.E., SHakirova D.H. *Analiz loy'al'nosti farmacevticheskogo personala aptechnoj organizacii, Medicinskij al'manah*, 2011, № 1, pp. 220 - 222.
13. Howe N., Strauss W. *Generations: The History of Americas Future, 1584 to 2069*. ed. New York.: Quill William Morrow, 1991, 544 p.
14. SHamis E., Antipov A. *Teoriya pokolenij*, 2011. Available at: http://old.executive.ru/publications/specialization/newfolder8086article_5457
15. Rodionova I.A. *Povyshenie ehkonomicheskoy ehffektivnosti truda rabotnikov na osnove sovershenstvovaniya sistemy motivacii, Problemy ehkonomiki i menedzhmenta*, 2013, №5 (21), pp.70-73.
16. Razdorskaya I.M., Lucyuk YA.YU. *Upravlenie znaniyami kak faktorom sozdaniya cennosti farmacevticheskogo biznesa, Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Estestvennye, tekhnicheskie i medicinskie nauki*, 2015, № 4, pp. 394-397.
17. Ajvazyan S. A., Mhitarian V. S. *Prikladnaya statistika i osnovy ehkonometriki: Uchebnyk dlya vuzov*, 1998, 349 p.

18. Molchanenko S. A. Faktornyj analiz social'no-ehkonomicheskoy ehffektivnosti sovmestnogo predprinimatel'stva, Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya: problemy i rezul'taty, 2015, №. 17, pp. 177-181.

19. Koroleva N.V., Levchenko A.S. Ehticheskie osnovy ehkonomicheskikh otnoshenij v informacionnom obshchestve, Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire, 2017, №. 1-7, pp. 124-128.

20. Pautova L. Pokolenie XXI veka: opyt sociologicheskogo issledovaniya. 2011. Available

at: <http://bd.fom.ru/pdf/prezzentria2.pdf> (accessed 09 September 2011).

21. Rezcova T.V., Sugak G.A. Izuchenie motivacionnogo kompleksa sotrudnikov aptek, Farmaceuticheskoe obrazovanie, nauka i praktika: gorizonty razvitiya, 2016, pp. 189- 19.

22. Homyakova E.I. «Pokolenie U» v kontekste social'nogo vzaimodejstviya v sovremennom obshchestve, Izvestiya TPU, 2011, №6, pp.153 – 156.