

Рекомендована д-м фармац. наук, проф. В. В. Трохимчуком
УДК 615.15:614.27

ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МОТИВАЦІЙ ПРОВІЗОРІВ ПРИ ВІДПУСКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

© М. Ю. Гром, О. Л. Гром, А. Й. Дацко, А. В. Комар, І. М. Зелінська

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

Резюме: згідно з методиками Маслоу, Елерса і Шейна проведено анкетне опитування фармацевтів на предмет оцінки соціально-психологічних мотивацій при відпуску ліків. Результати кореляції та ранжування оцінок мотиваційних факторів відпуску ліків свідчать, що у фармацевтів із високим рівнем професійної компетенції основним мотиваційним фактором рекомендації ліків є їх ефективність. 44% фармацевтів з відсотковою формою оплати праці при рекомендації споживачу ліків звертають увагу на власну вигоду і вони не належать до категорії особистостей з мотивацією високих матеріальних потреб. Не підтверджується гіпотеза, що фармацевти з високою мотивацією до успіху рекомендують ліки за ціновим фактором.

Ключові слова: соціально-психологічні мотивації, відпуск ліків, фармацевти.

Вступ. Діяльність персоналу будь-якої організації, в тому числі аптек, тісно пов'язана з мотивацією. Напрямок та характер трудової поведінки працівника базується на певних мотивах, внутрішніх спрямуваннях та особистісних цінностях, в основі яких лежать незадоволені потреби. Для результативного впливу на поведінку персоналу та можливість її змінювати необхідне розуміння та знання потреб своїх працівників. Розрізняють внутрішню та зовнішню мотивації. Внутрішня мотивація – це відносно стійка система мотивів, які визначають поведінку особи, а зовнішня мотивація – це процес спонукання інших осіб до діяльності із досягнення цілей організації [3, 4, 6]. Процес мотивації персоналу досить складний та неоднозначний і опрацьована на сьогодні методологія мотивації не є самодостатньою для розуміння та використання в практичній ситуації менеджера фармацевтичного персоналу, в професійній обов'язки якого входить реалізація соціально значимих споживчих товарів першої необхідності – лікарських засобів (ЛЗ) [2,5].

Мета нашого дослідження – вивчення соціально-психологічних особливостей факторів мотивації фармацевтів першого столу безпосе-

редньо здійснюючих реалізацію ЛЗ. Вивчення соціально-психологічних аспектів діяльності фармацевтичних працівників при реалізації ЛЗ проводили з метою перевірки гіпотези та думки, що в умовах ринкової економіки в аптеках нівелюються функції та етичні засади закладу охорони здоров'я, а домінуючої ролі набувають функції торгового закладу, що при відпуску і рекомендаціях ЛЗ фармацевти першочергово керуються власною матеріальною вигодою, а не принципами раціональності, гуманізму, фармацевтичної етики та деонтології.

Методи дослідження. Для отримання інформації щодо мотивацій фармацевтів при реалізації ЛЗ проводили анкетне опитування та експертну оцінку мотиваційних факторів групою працівників безпосередньо зайнятих реалізацією ЛЗ населенню (96 провізорів та фармацевтів).

Професійно-кваліфікаційна і тендерна характеристика респондентів наведена в таблиці 1. Опрацьована нами анкета складається з двох частин: I частина – паспортна надає інформацію про кваліфікацію, соціальний статус учасників анкетування та місце їх роботи; II – опитувальна частина складається з 8 питань (табл. 2), одне з

Таблиця 1. Професійно-кваліфікаційна характеристика респондентів

Ознака	Стать		Вік		Освіта		Кваліфікац. категорія			Сімейний стан			Форма оплати праці			Стаж роботи за спеціал.		
	жін.	чол.	< 20 р.	> 30 р.	вища	серед.	I	II	б/к	одруж.	неодруж.	мають діти	ставка	ставка+ %	% від обороту	< 5 р.	5-10 р	> 10 р.
К-сть	93	3	70	26	60	36	3	7	86	70	26	62	35	46	15	42	24	30
%	96,8	3,2	72,9	21,1	62,5	37,5	3,1	7,3	89,6	72,9	21,1	64,5	36,4	47,9	15,6	43,7	25,0	31,3

Організація роботи аптечних підприємств

Organization of pharmaceutical structures' work

них передбачає ранжування респондентом вказаних 9-ти чинників. Форма роботи опитування – індивідуальна. Для уникнення стереотипних відповідей для респондентів було завуальоване спрямування анкетування.

На основі проведеного анкетування визначали вплив таких факторів мотивацій за 26-значною шкалою.

Оцінку впливу задоволеності основних потреб на рекомендацію провізора здійснювали за методикою діагностики ступеня задоволеності основних потреб за Маслоу [1]. Респонденту надавалося 15 тверджень, які стосуються ціннісних орієнтацій і які потрібно попарно порівнювати, обравши те, яке більше імпонує (табл. 3). Перше твердження порівнюється з другим, потім з

Таблиця 2. Фактори мотивацій

Фактор впливу на рекомендації	Шкала	Форма впливу
Матеріальний стан відвідувача	I	Впливає
	II	Не впливає
Особисті переваги щодо ЛЗ	III	Нові, брендові ЛЗ
	IV	Традиційні, добре відомі
	V	Засоби народної медицини
Особиста матеріальна вигода	VI	Впливає
	VII	Не впливає
Ефективність ЛЗ залежить від країни-виробника	VIII	Закордонні кращі
	IX	Вітчизняні кращі
	X	Різниця немає
Особисті переваги при самолікуванні	XI	Засоби народної медицини
	XII	ЛЗ традиційної медицини
Ціна як показник якості	XIII	Ціна – показник якості
	XIV	Ціна не є показником якості
Форма оплати праці	XV	Фіксована
	XVI	Фіксована + % від обороту
	XVII	Відсоток від обороту
Вплив окремих факторів на рекомендацію ЛЗ	XVIII	Реклама
	XIX	Власний досвід
	XX	Рекомендації медпредставника
	XXI	Ціна ЛЗ
	XXII	Власна матеріальна вигода
	XXIII	Турбота про клієнта
	XXIV	Матеріальний статус клієнта
	XXV	Морально-етичний статус

Таблиця 3. Стимульний матеріал до методики Маслоу

№	Твердження
1	Досягти визнання і поваги
2	Мати теплі стосунки з людьми
3	Забезпечити своє майбутнє
4	Заробляти на життя
5	Мати гарних співрозмовників
6	Зміцнити своє становище
7	Розвивати свої сили і здібності
8	Забезпечити собі матеріальний комфорт
9	Підвищувати рівень майстерності компетентності
10	Запобігати неприємностям
11	Прагнути до нового і невідомого
12	Забезпечити собі становище впливу
13	Купувати гарні речі
14	Займатись справою, що потребує повної віддачі
15	Бути зрозумілим для інших

третім і т.д. Потім так само порівнюється друге по порядку твердження з третім, четвертим і далі, і так всі твердження. За даною методикою визначали задоволеність за 5 групами основних потреб: матеріальні потреби, потреби безпеки, соціальні (міжособистісні) потреби, потреби у визнанні та потреби у самовираженні. Рівень задоволеності оцінювали за трьома ступенями: задоволеність потреби, часткова незадоволеність та незадоволеність потреби. Сумували бали, поставлені респондентом за кожну з цих цінностей, за схемою: матеріальні потреби – 4+8+13; потреби у безпеці – 3+6+10; соціальні потреби – 2+5+15; потреби у визнанні – 1+9+12; потреби у самовираженні – 7+11+14.

Оцінку мотиваційної спрямованості особистості на досягнення успіху здійснювали за методикою

Т. Елерса «Методика діагностики особистості на мотивацію до успіху». Стимульний матеріал складає 41 твердження, на які респонденту необхідно було дати відповідь «так» чи «ні». Ступінь виразності мотивації до успіху оцінювали сумою балів, які розраховували згідно з ключем методики. Оцінку здійснювали за шкалою:

від 1 до 10 балів – низька мотивація до успіху; від 11 до 16 балів – середній рівень мотивації; від 17 до 20 балів – помірковано високий рівень мотивації; понад 21 бал – занадто високий рівень мотивації до успіху.

При вивченні мотивацій використовували методику Шейна «якорі кар'єри», яка складається з 41 питання (табл. 4), яке оцінюється за десятибальною шкалою: 10 балів – виключно важливо, ... 1 бал – виключно неважливо.

Таблиця 4. Питання до методики Шейна

1	Будувати свою кар'єру в межах своєї наукової чи технічної сфери
2	Здійснювати спостереження і контроль за людьми, впливати на них на всіх рівнях
3	Мати можливість робити все по-своєму і не бути обмеженим правилами якої-небудь організації
4	Мати постійне місце роботи з гарантованим окладом і соціальною захищеністю
5	Застосовувати своє уміння спілкуватися на користь людям, допомагати іншим
6	Працювати над проблемами, які є майже нерозв'язаними
7	Вести такий спосіб життя, щоб інтереси сім'ї і кар'єри взаємно врівноважували один одного
8	Створити і побудувати щось, що буде цілком моїм творінням або ідеєю
9	Продовжувати роботу за своєю спеціальністю, ніж отримати вищу посаду, не пов'язану з моєю спеціальністю
10	Бути першим керівником в організації
11	Мати роботу, не пов'язану з режимом або іншими організаційними обмеженнями
12	Працювати в організації, яка забезпечить мені стабільність на тривалий період часу
13	Використати свої уміння і здібності на те, щоб зробити світ кращим
14	Змагатися з іншими і перемагати
15	Будувати кар'єру, яка дозволить мені не змінювати свій спосіб життя
16	Обійняти високу керівну посаду
17	Присвятити все життя обраній професії
18	Зайняти високу керівну посаду
19	Мати роботу, яка дає максимум свободи і автономії у виборі характеру занять, часу виконання і так далі
20	Залишатися на одному місці проживання, ніж переїхати у зв'язку з підвищенням
21	Мати можливість використовувати свої вміння і талант для служіння важливій меті
22	Єдина дійсна мета моєї кар'єри – це знаходити і вирішувати складні проблеми, незалежно від того, в якій галузі вони виникли
23	Я завжди стараюся приділяти однакову кількість часу моїй сім'ї і кар'єрі
24	Я завжди в пошуку ідей, які дадуть мені можливість почати і побудувати свою власну справу
25	Я погоджуся на керівну посаду лише в тому випадку, якщо вона знаходиться у сфері моєї професійної компетенції
26	Я хотів би досягти такого положення в організації, яке давало б можливість спостерігати за роботою інших і інтегрувати їх діяльність
27	У моїй професійній діяльності я понад усе піклуюся про свою свободу і автономію
28	Для мене важливіше залишитися на нинішньому місці проживання, ніж отримати підвищення або нову роботу в іншій діяльності
29	Я завжди шукав роботу на якій би міг приносити користь іншим
30	Змагання і вигреш – це найважливіші складові моєї кар'єри
31	Кар'єра має сенс лише в тому випадку, якщо вона дозволяє мені вести такий спосіб життя, який подобається

32	Підприємницька діяльність складає велику частину моєї кар'єри
33	Я б швидше пішов з організації, ніж займався роботою, не пов'язаною з моєю професією
34	Я вважаю, що досяг успіху в кар'єрі лише тоді, коли стану керівником високого рівня в солідній організації
35	Я не хочу, щоб мене соромилася якась організація або світ бізнесу
36	Я б надала перевагу організації з довгостроковим контрактом
37	Я б хотіла присвятити свою кар'єру важливій і корисній цілі
38	Я відчуваю себе успішним лише тоді, коли постійно залучений у вирішення складних проблем або в ситуацію змагання
39	Обрати і дотримуватися певного способу життя важливіше, ніж досягнути успіху в кар'єрі
40	Я завжди хотів створити і побудувати свій власний бізнес
41	Я надаю перевагу роботі, яка не пов'язана з відрядженнями

Дана методика містить 9 шкал:

1. Професійна компетентність
2. Менеджмент
3. Автономія (незалежність)
4. Стабільність роботи
5. Стабільність місця проживання
6. Служіння
7. Виклик
8. Інтеграція стилів життя
9. Підприємництво

Диференційовано для кожного респондента розраховували показник шкали його кар'єрної

орієнтації таким чином: сумували бали виставлені респондентом питанням, які належать до даної орієнтації і ділили на кількість цих питань (табл. 5). Орієнтація вважається яскраво вираженою, якщо показник вище шкали кар'єрної орієнтації вище 6 балів. Методом кореляційного аналізу нами проаналізовано вплив і взаємозв'язок факторів, поданих респондентам у вигляді питань анкети і стимульного матеріалу вищезазначених методик на мотивацію при відпуску ЛЗ. Для цього використовували пакет прикладних програм «Statistica 6.0».

Таблиця 5. Ключ методики

	Кар'єрна орієнтація	Номери питання	Кількість питань
1	Професійна компетентність	1, 9, 17, 25, 33	5
2	Менеджмент	2, 10, 18, 26, 34	5
3	Автономія (незалежність)	3, 11, 19, 27, 35	5
4	Стабільність роботи	4, 12, 36	3
5	Стабільність місця проживання	20, 28, 41	3
6	Служіння	5, 13, 21, 29, 37	5
7	Виклик	6, 14, 22, 30, 38	5
8	Інтеграція стилів життя	7, 15, 23, 31, 39	5
9	Підприємництво	8, 16, 24, 32, 40	5

Результати й обговорення. Розраховані значення коефіцієнтів кореляції вказують на суттєвий прямий кореляційний зв'язок між шкалами професійна компетентність і рекомендації за ефективністю ($r = 0,36$, при $p \leq 0,05$), викликом іновітніми ЛЗ ($r = 0,38$), відсоткова ставка і рекомендації через власну фінансову вигоду ($r = 0,35$); фінансова ставка і ціна не показник якості ($r = 0,37$); рекомендації за ефективність і дотримання морально-етичного кодексу ($r = 0,59$); потреба в безпеці і рекомендації агента ($r = 0,37$); матеріальні потреби і матеріальний стан клієнта ($r = 0,40$); інтеграція стилів життя і врахування власної вигоди.

Непрямий, кореляційний зв'язок має місце між шкалами професійна компетентність і надання

перевагам народним методам лікування ($r = -0,44$); мотивацією до успіху і стабільністю місця роботи ($r = -0,42$); автономією і впливом реклами на рекомендації провізора ($r = -0,38$); виклик і перевагами традиційним ЛЗ ($r = -0,46$); власна вигода і турбота за клієнта ($r = -0,43$); фіксована ставка і матеріальні потреби ($r = -0,39$).

Зрозумілим виявився прямий кореляційний зв'язок ($r = 0,35$, при $p \leq 0,05$) між рекомендацією лікарського засобу через власну фінансову вигоду і відсоткову ставку провізора від ви торгу. Так само зрозумілим є прямий кореляційний зв'язок ($r = 0,37$, при $p \leq 0,05$) між фіксованою ставкою провізора і тим, що він вважає, що ціна не є показником якості та ефективності.

Вивчення соціально-психологічних мотивацій фармацевтів-першостільників при відпуску ЛЗ населенню проводили з метою перевірки трьох гіпотез:

1. Провізор (фармацевт), у якого високий рівень професійної компетенції, рекомендує лікарський засіб за його ефективністю.

2. Провізор (фармацевт), у якого відсоткова ставка, при рекомендації лікарського засобу звертає увагу на власну фінансову вигоду і має високий рівень матеріальних потреб.

3. Провізори (фармацевти), у яких висока мотивація до успіху, рекомендують ліки за ціновим показником.

Висновки. Результати проведеного кореляційного аналізу оцінки фармацевтами 41 факторних питань стосовно мотивацій відпуску ЛЗ вказують на правильність гіпотези, що спеціалісти з високим рівнем професійної компетенції при відпуску ЛЗ першочергово надають перевагу їх ефективності для пацієнта. Підтвердженням цього є суттєвий прямий кореляційний зв'язок між шкалами професійна компетентність і рекомендації за ефективністю ($r = 0,36$), рекомендації за ефективністю і дотримання морально-етичного кодексу ($r = 0,59$), матеріальні потреби і матеріальний стан клієнта ($r = 0,40$), а також від'ємні значення коефіцієнтів кореляції між шкалами професійна компетентність і рекомендації за ефективністю ($r = -0,44$), автономія і вплив реклами ($r = -0,38$), власна вигода і турбота про клієнта ($r = -0,43$). Окрім того, при ранжуванні сьомого питання анкети (фактори впли-

ву на Ваші рекомендації) 65 % респондентів рекомендацію ЛЗ за їх ефективністю ставлять на перші три місця.

Друга гіпотеза підтверджується частково, так лише 20 % респондентів, які працюють за відсотковою формою оплати праці, при відпуску ліків орієнтуються на власну фінансову вигоду, а 46 % і 34% працівників цієї групи відповідно інколи або зовсім не керуються власною вигодою при наданні фармацевтичної опіки.

Також частково підтвердилася друга гіпотеза. У другій гіпотезі підтвердилося припущення, що провізор, у якого відсоткова ставка, звертає увагу на власну фінансову вигоду при рекомендації лікарського засобу. 46% провізорів респондентів на питання анкети чи зважаєте Ви на власну фінансову вигоду при рекомендації лікарського засобу відповіли, що інколи, 34% провізорів відповіли, що не звертають увагу на власну фінансову вигоду і тільки 19 провізорів (20%) відповіли, що звертають увагу на власну фінансову вигоду.

Стосовно другої частини гіпотези, що провізори, які звертають увагу при рекомендації лікарського засобу на власну фінансову вигоду, мають високі матеріальні потреби не підтвердилася. Попри це 44% провізорів при ранжуванні рекомендаційних факторів поставили власну матеріальну вигоду на перші п'ять місць і 36 провізорів (38%) поставили власну фінансову вигоду на останнє, дев'яте місце.

Також не знайшла підтвердження третя гіпотеза, що провізори з високою мотивацією до успіху рекомендують ліки за ціновим фактором.

Література

1. Маслоу А. Г. Мотивация и личность: пер. с англ. – СПб.: Евразия, 1999. – 403 с.
2. Мельман В. А. Эффективные коммуникации на уровне «провизор – потребитель» // Провизор. – 2008. – № 18 – С. 6-11.
3. Толочко В. М., Галій Л. В., Васілін В. Ю. Дослідження організації праці провізора аптеки // Фармацевтичний журнал. – 2007. – № 18. – С. 48-55.

4. Толочко В. М., Галій Л. В. Мотивация персонала фармацевтических организаций // Провизор. – 2008. – С. 21-24.
5. Толочко В. М., Галій Л. В. Требования к персоналу фармацевтических организаций: квалификация или компетенции? // Провизор. – 2009. – № 3. – С. 7-12.
6. Перцев І. М. Фармацевтичні та медико-біологічні аспекти ліків. – Вінниця : Нова книга, – 2007. – С. 105-110.

ИЗУЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ МОТИВАЦИЙ ПРОВИЗОРОВ ПРИ ОТПУСКЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

М. Ю. Гром, О. Л. Гром, А. И. Дацко, А. В. Комар, И. М. Зелинская

Львовский национальный медицинский университет имени Данила Галицкого

Резюме: согласно методик Маслоу, Элерса и Шейна осуществлен анкетный опрос фармацевтов на предмет оценки социально-психологических мотиваций при отпуске лекарственных средств. Результаты корреляции и ранжирования оценок мотивационных факторов отпуска лекарств свидетельствуют, что у фармацевтов с высоким уровнем профессиональной компетенции основным мотивационным фактором рекомендации лекарств является

их эффективность. 44 % опрошенных фармацевтов с процентной формой оплаты труда при рекомендации посетителю аптеки лекарств обращают внимание на личный материальный интерес и, что они не относятся к категории личностей с мотивацией высоких материальных запросов. Не подтверждается гипотеза, что фармацевты с высокой мотивацией к успеху, а таких большинство, рекомендуют лекарства за ценовым фактором.

Ключевые слова: социально-психологические мотивации, отпуск лекарств, фармацевты.

RESEARCH OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL MOTIVATIONS OF PHARMACISTS DURING DRUGS DISPENSING

M.Yu. Hrom, O. L. Hrom, A.Y. Datsko, A. V. Komar, I. M. Zelinska

Lviv National Medical University by Danylo Halytsky

Summary: survey of pharmacists regarding estimation of social and psychological motivations during drugs dispensing was carried out according to methods of Maslow, Ehlers and Shane. Results of correlation and ranking of estimates of motivating factors during drug dispensing show that drugs effectiveness is the main motivating factor among pharmacists with high level of professional competence. 44 % of pharmacists with interest-bearing salaries pay attention on personal benefits. Hypothesis that pharmacists with high motivation to success recommend drugs according to their cost was not proved.

Key words: social and psychological motivations, drugs dispensing, pharmacist.