

УДК 615.1:005.5

<https://doi.org/10.24959/nphj.21.70>М. М. Кобець¹, Ю. М. Кобець², Н. Г. Малініна¹, О. В. Філіпцова¹, О. Л. Ібрагімова³¹ Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я України² ТОВ «Брейн Сорс Корпорейшн», Україна³ Харківський національний медичний університет Міністерства охорони здоров'я України

Вивчення сучасного ставлення фахівців до системи мотивації персоналу в аптеці

Кожен завідувач аптеки стикається з питанням мотивації своїх співробітників. На жаль, універсальних мотиваційних схем, які б однаково ефективно впливали на усіх провізорів, не існує.

Метою роботи є вивчення сучасного ставлення фахівців до системи мотивації персоналу в аптеці.

Матеріали та методи. У роботі використано польові дослідження. Проведено анкетування провізорів та фармацевтів однієї з аптекних мереж м. Харкова. Опитано 107 фахівців. Отриману в результаті анкетування базу даних сформовано в Microsoft Excel. Усі розрахунки виконано в Microsoft Excel.

Результати та їх обговорення. Проведено анкетування провізорів та фармацевтів однієї з аптекних мереж м. Харкова. Збір отриманої в результаті анкетування інформації виконано згідно з етичними вимогами. Зв'язок між якісними ознаками здійснювали за допомогою критерію χ^2 . Вивчено сучасне ставлення фахівців до системи мотивації в аптеці. Виявлено, що мотивація співробітника на 70 % залежить від того, як працює над цією проблемою керівник. У результаті проведеного дослідження з'ясовано, що 46 % опитаних фахівців ідуть на роботу з почуттям звички і лише 16 % з почуттям творчого пориву. Досліджено питання щодо зміни місця роботи. Визначено, що 34% респондентів хочуть змінити своє місце роботи, 28 % респондентів повністю задоволені посадою, на якій перебувають. Хоча значний відсоток опитаних фахівців і замислюється над питанням зміни місця роботи, пандемія COVID-19 внесла свої корективи. Більшість працівників поки що залишається на своїх робочих місцях, оскільки боїться втратити роботу взагалі. Виявлено мотивувальні та демотивувальні фактори для працівників аптек. Серед мотивувальних факторів можна виокремити: лояльне ставлення керівництва, дружній колектив, наявність соціальних гарантій (право на працю, право на відпочинок, пенсійне забезпечення). Демотивувальні фактори: відсутність перспективи кар'єрного зростання, невідповідність умов праці, відсутність інновацій, недостатнє технологічне забезпечення.

Висновки. У результаті проведеного дослідження мотиваційного середовища однієї з аптекних мереж м. Харкова визначено, що застосовувані механізми недостатньо забезпечують досягнення цілей цієї мережі аптек. Для оптимального мотивування необхідно комплексно застосовувати елементи системи мотивації.

Ключові слова: мотивація; мотивувальні фактори; демотивувальні фактори; провізор; аптека; анкетування

M. M. Kobets¹, Yu. M. Kobets², N. G. Malinina¹, O. V. Filiptsova¹, O. L. Ibrahimova³

¹ National University of Pharmacy of the Ministry of Health of Ukraine

² Brain Source Corporation LLC, Ukraine

³ Kharkiv National Medical University of the Ministry of Health of Ukraine

The study of the current attitude of specialists to the system of the staff motivation in a pharmacy

Every pharmacy manager is faced with the question of motivating his/her employees. Unfortunately, there are no single motivational schemes that would effectively affect all pharmacists in the same manner.

Aim. To study the current attitude of specialists to the system of the staff motivation in a pharmacy.

Materials and methods. The field studies were used in the work. A survey of pharmacists and pharmacists of one of the pharmacy chain in Kharkiv was carried out. 107 specialists were interviewed. The database obtained as a result of the questionnaire was formed in Microsoft Excel. All calculations were performed in Microsoft Excel.

Results and discussion. A survey of pharmacists and pharmacists of pharmacies of one of the pharmacy network in Kharkiv was carried out. The information obtained as a result of the questionnaire was collected in accordance with ethical requirements. The relationship between qualitative characteristics was carried out using the χ^2 test. The current attitude of specialists to the system of motivation in a pharmacy was studied. It was revealed that the employee's motivation depended by 70 % on how the manager worked on this problem. As a result of the study, it was found that 46 % of the surveyed specialists went to work with a sense of habit and only 16 % with a sense of a creative impulse. The question of changing the place of work was investigated. It was determined that 34 % of respondents wanted to change their place of work, 28 % of respondents were completely satisfied with their position. Although a significant percentage of the surveyed specialists are now thinking about changing jobs, the COVID-19 pandemic has made its own adjustments. Most workers remain at their jobs for now, fearing that they will lose their jobs altogether. Motivating and demotivating factors for pharmacy workers were determined. Among the motivating factors, one can single out the loyal attitude of the management, a friendly team, the presence of social guarantees (the right to work, the right to rest, retirement benefits). Demotivating factors are the lack of career prospects, inadequate working conditions, the lack of innovation, insufficient technological support.

Conclusions. As a result of the study of the motivational environment of one of the network of pharmacies in Kharkiv, it has been found that the mechanisms used do not sufficiently ensure the achievement of the goals of this network of pharmacies. For optimal motivation, it is necessary to apply the elements of the motivation system in a comprehensive manner.

Key words: motivation; motivating factors; demotivating factors; pharmacist; pharmacy; questioning

М. Н. Кобец¹, Ю. Н. Кобец², Н. Г. Малинина¹, О. В. Филипцова¹, Е. Л. Ибрагимова³

¹ Національний фармацевтичний університет Міністерства здравоохоронення України

² ООО «Брейн Сорс Корпорейшн», Україна

³ Харківський національний медичинський університет Міністерства здравоохоронення України

Изучение современного отношения специалистов к системе мотивации персонала в аптеке

Каждый заведующий аптекой сталкивается с вопросом мотивации своих сотрудников. К сожалению, универсальных мотивационных схем, которые бы одинаково эффективно влияли на всех провизоров, не существует.

Целью работы является изучение современного отношения специалистов к системе мотивации персонала в аптеке.

Материалы и методы. В работе использованы полевые исследования. Проведено анкетирование провизоров и фармацевтов одной из аптечных сетей г. Харькова. Опрошено 107 специалистов. Полученная в результате анкетирования база данных сформирована в Microsoft Excel. Все расчеты выполнены в Microsoft Excel.

Результаты и их обсуждение. Проведено анкетирование провизоров и фармацевтов одной из аптечных сетей г. Харькова. Сбор полученной в результате анкетирования информации проведен согласно этических требований. Связь между качественными признаками осуществляли с помощью критерия χ^2 . Изучено современное отношение специалистов к системе мотивации в аптеке. Выявлено, что мотивация сотрудника на 70 % зависит от того, как работает над этой проблемой руководитель. В результате проведенного исследования установлено, что 46 % опрошенных специалистов идут на работу с чувством привычки и только 16 % с чувством творческого порыва. Исследован вопрос об изменении места работы. Определено, что 34 % респондентов хотят изменить своё место работы, 28 % респондентов полностью удовлетворены занимаемой должностью. Хотя значительный процент опрошенных специалистов и задумывается сейчас над вопросом смены места работы, пандемия COVID-19 внесла свои коррективы. Большинство работников пока остается на своих рабочих местах, боясь потерять работу вовсе. Установлены мотивирующие и демотивирующие факторы для работников аптек. Среди мотивирующих факторов можно выделить: лояльное отношение руководства, дружный коллектив, наличие социальных гарантий (право на труд, право на отдых, пенсионное обеспечение). Демотивирующие факторы: отсутствие перспективы карьерного роста, несоответствие условий труда, отсутствие инноваций, недостаточное технологическое обеспечение.

Выводы. В результате проведенного исследования мотивационной среды одной из аптечных сетей г. Харькова установлено, что применяемые механизмы не в достаточной степени обеспечивают достижение целей данной сети аптек. Для оптимальной мотивации необходимо комплексно применять элементы системы мотивации.

Ключевые слова: мотивация; мотивирующие факторы; демотивирующие факторы; провизор; аптека; анкетирование

Вступ. З питанням мотивації співробітників аптеки стикається кожен завідувач. На жаль, єдиних мотиваційних схем, які б однаково ефективно впливали на всіх провизорів, не існує. Саме тому більшість завідувачів аптек експериментує з різними методами мотивації персоналу, намагаючись знайти з-поміж них такі, що якнайкраще відповідають певній компанії.

Застосування ефективною системи мотивації персоналу необхідно розпочинати з аналізу системи управління персоналом, яка існує в аптеці, і внести необхідні корективи [1]. Так, згідно з двофакторною теорією мотивації, розробленою відомим американським психологом Ф. Герцбергом [2], виокремлюють дві групи факторів, необхідних для задоволеності роботою – підтримувальні фактори (гігієнічні) та справжні (істинні) мотиви (таблиця).

Таблиця

Підтримувальні фактори і справжні мотиви згідно з двофакторною теорією Фредеріка Герцберга

Підтримувальні фактори	Справжні мотиви
Оплата праці	Визнання
Умови праці	Досягнення
Організація і управління	Праця «як сам собі знає»
Безпека і політика компанії	Відповідальність
Міжособистісні відносини	Особистісне зростання

Якщо всі перераховані вище підтримувальні фактори задовольняють персонал аптеки, то співробітники перебувають у нейтральному стані. Якщо хоча б один фактор відсутній, то співробітники перестають бути задоволеними своєю роботою. Отже, щоб система мотивації в аптеці функціонувала досить ефективно, необхідно спершу забезпечити наявність підтримувальних (гігієнічних) факторів, тобто закласти фундамент ефективною системи управління персоналом [2].

Підґрунтя сучасних уявлень про мотивацію персоналу як важливого елементу існування та розвитку підприємства створено завдяки науковим пошукам зарубіжних і вітчизняних учених різних часів. Проблеми мотивації праці, методи її стимулювання знайшли своє відображення в працях зарубіжних дослідників, з-поміж яких: М. Мескон [2], М. Альберт [2], Ф. Хедоурі [2], Е. Мейо [2], А. Маслоу [2], Ф. Герцберг [2], Ф. Котлер [3], К. Л. Келлер [3], В. М. Верхоглазенко [4], А. М. Леонтєва [4], О. С. Анісімова [4]. Щодо вітчизняних дослідників, то вагомий внесок у вивчення цієї проблеми належить таким ученим, як: З. М. Мнушко [5], І. В. Пестун [5], Л. П. Дорохова [5], О. Ю. Солошенко [6], К. С. Богомоллова [6], А. М. Колот [7], І. М. Герчикова [8], Л. Є. Басовський [9], Л. О. Лещенко [10] та ін.

На жаль, із наявних сьогодні в Україні засобів мотивації праці персоналу застосовують лише окремі елементи. Це зумовлює необхідність створення цілісної системи мотивації праці персоналу, орієнтованої

на результативність діяльності аптеки загалом. Тому виникла нагальна потреба розв'язання цього питання, зокрема удосконалення наукового та методично-забезпечення.

Метою роботи є аналіз основних напрямів мотивації персоналу та вивчення сучасного ставлення фахівців до системи мотивації в аптеці, що зумовлює визначення можливих перспектив поліпшення умов праці в аптеках. Актуальним є питання виявлення найбільш значущих позитивних та негативних факторів у роботі спеціалістів.

Матеріали та методи. Проведено анкетування провізорів та фармацевтів однієї з аптекних мереж м. Харкова. Опитано 107 фахівців. Частина анкет було відхилено через некоректне заповнення. Для аналізу використовували дані 98 анкет. Анкета для фахівців містила три частини: вступ; реквізитну частину для ідентифікації (дата заповнення, місце проведення анкетування, професійні дані експерта – освіта, спеціальність, посада, стаж роботи, категорія); головну частину (запитання до респондента стосовно ставлення провізорів та фармацевтів до системи мотивації в аптеці).

Збір інформації виконано відповідно до етичних вимог. Усі провізори, які взяли участь в опитуванні, дали свою згоду на проведення анкетування. Зв'язок між якісними ознаками здійснювали за допомогою критерію χ^2 . Висновок щодо статистичних гіпотез зроблено з урахуванням рівня значущості $p \leq 0,05$. Отриману в результаті анкетування базу даних сформовано в Microsoft Excel. Усі обчислення виконано в Microsoft Excel.

Результати та їх обговорення. У результаті аналізу професійних даних експертів було виявлено, що

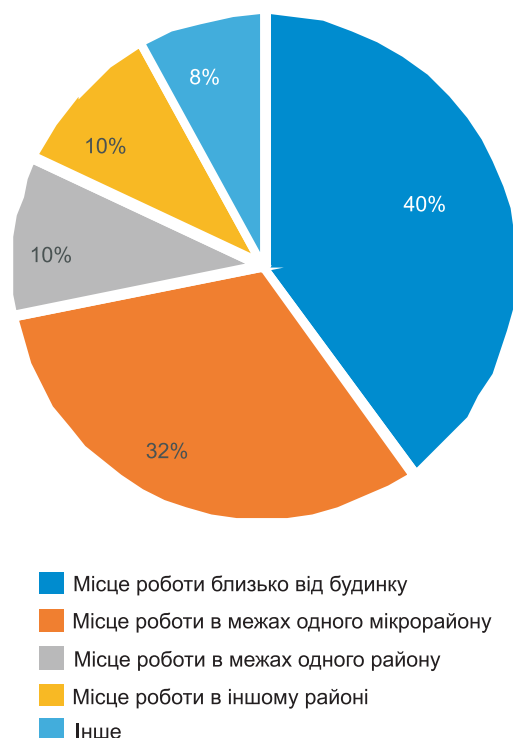


Рис. 1. Віддаленість місця роботи від місця проживання експертів

40 % респондентів мають вищу фармацевтичну освіту й перебувають на посадах провізора, завідувача аптеки, 60 % – спеціальну фармацевтичну освіту і обіймають посаду фармацевта. 24 % опитаних мають стаж роботи за фахом до 5 років, 58 % – від 5 до 10 років, 18 % – понад 10 років.

Ключовим фактором, що впливає на мотивацію співробітника, є безпосередній керівник. Так, 70 % респондентів стверджують, що керівник – це найвпливовіший мотиваційний фактор для працівника. Також у результаті проведених досліджень було виявлено, що найвагомішою є особиста мотивація до дій, а вже потім керівник і компанія-роботодавець. Суттєвою проблемою українського бізнесу є брак висококваліфікованих керівників. Тому інвестиції в їх навчання не тільки швидко окупляться, а й зроблять таких керівників конкурентною перевагою аптекної мережі.

Віддаленість місця зайнятості від місця проживання фахівця є досить важливим критерієм для вибору роботи, а отже, й одним із мотиваційних факторів. За результатами анкетування побудовано діаграму віддаленості робочого місця від місця проживання експерта (рис. 1).

Як видно з діаграми, більшість працівників аптеки проживають недалеко від місця роботи або мешкають у межах одного мікрорайону.

Почуття, з яким іде на роботу працівник аптеки, розподілились так: звичка (46 %); не бажають іти зовсім (16 %); бажання спілкуватися (22 %). Виявлено, що лише 16 % респондентів ідуть на роботу з почуттям творчого пориву.

Також нами було досліджено, чим є робота для експертів (рис. 2). Виявлено, що для провізорів робота – це засіб заробити гроші. Лише 6 % респондентів відповіли, що це засіб творчого зростання.

Щодо причин звільнення з аптеки, де працюють експерти, то опитані зазначили, що мають різні погляди з керівництвом на робочий процес (52 %); не будуть чекати звільнення, підуть самі (36 %); будуть звільнені через хронічні запізнення (12 %).

Було досліджено питання щодо зміни роботи. З'ясовано, що 38 % опитаних іноді хочуть змінити місце роботи; 34 % часто замислюються над цим, 28 % цілком задоволені своїм місцем роботи. Якщо ж працівник

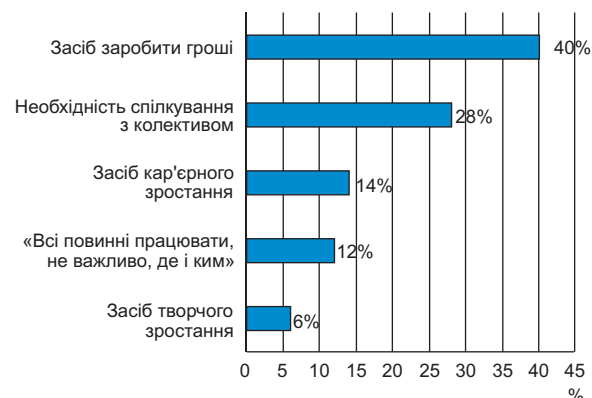


Рис. 2. Значення роботи для провізора/фармацевта



Рис. 3. Розподіл мотиваційних факторів за важливістю для фахівця

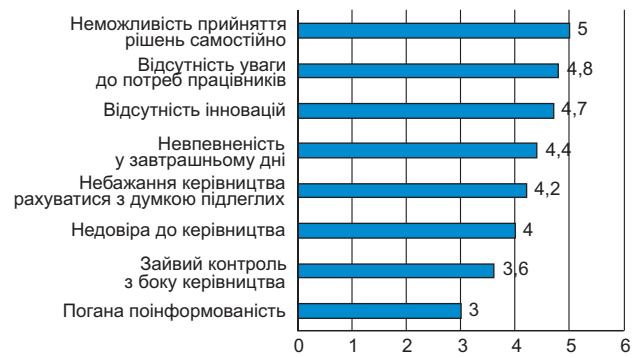


Рис. 4. Негативні фактори, що впливають на продуктивну роботу фахівця, за 5-ти бальною шкалою

все-таки вирішити піти з посади, то 68 % респондентів зовсім змінять місце роботи; 28 % опитаних підуть до іншого відділення тієї ж аптечної мережі; 4 % перейдуть в інший структурний підрозділ.

Під час дослідження визначено ставлення експертів до кола своїх обов'язків. Так, 52 % опитаних провізорів відповіли, що їх влаштовує коло виконуваних обов'язків, 36 % респондентів байдуже до них ставляться, 12 % – незадоволені. Під час виконання своїх безпосередніх обов'язків 24 % респондентів самостійно приймають рішення, 32 % виконують чіткі інструкції керівника, решта 44 % зіставляють чіткі інструкції керівництва з власним баченням проблеми.

З метою детальнішого вивчення системи мотивації було досліджено стосунки працівників аптеки з керівництвом. Мотивація співробітників на 40 % залежить від діяльності керівника. Виявлено, що нормальні ділові відносини з керівництвом у 36 % опитаних, відмінні і хороші – у 34 %, погані – у 30 % респондентів. Більша частина керівників досліджуваних аптек рідко або майже ніколи не критикує своїх підлеглих, 12 % респондентів вважають, що критикують саме їх, 18 % опитаних стверджують, що керівництво часто критикує колектив загалом (у цьому випадку керівництву потрібно переглянути свої методи управління).

Для вироблення системи мотивації в аптеці потрібно знати безпосередні потреби працівників. З метою визначення цих потреб нами було запропоновано респондентам оцінити важливість кожного з наведених факторів за 5-ти бальною шкалою (рис. 3).

Було виявлено, що найбільш значущими є зручне робоче місце, гідна заробітна плата і дружні взаємовідносини в колективі. Саме на ці критерії керівництву аптек потрібно звернути увагу, щоб мотивувати своїх співробітників до роботи. Мотиваційні фактори, які мають місце в аптеках: подарунки працівникам з нагоди свят і корпоративні заходи.

Також нами було виявлено фактори, які негативно впливають на роботу фахівця (рис. 4).

Отже, найбільш значущими негативними факторами, на думку респондентів, є: відсутність уваги до потреб працівників, відсутність інновацій, неможливість самостійного прийняття рішень.

Для оптимального мотивування не досить застосувати окремі елементи системи мотивації, бо спів-

робітники повсякчас підсвідомо відчуватимуть дискомфорт, що своєю чергою майже завжди спричинюватиме конфлікти, а отже, нестабільність діяльності і плинність кадрів.

Висновки та перспективи подальших досліджень

1. Вивчено сучасне ставлення фахівців до системи мотивації в аптеці. Виявлено, що мотивація співробітника на 70 % залежить від того, як працює над цією проблемою керівник.

2. Почуття, з яким іде на роботу працівник аптеки, розподілились так: звичка (46 %); не бажають іти зовсім (16 %); бажання спілкуватися (22 %). Лише 16 % респондентів ідуть на роботу з почуттям творчого пориву.

3. Досліджено питання щодо зміни роботи. Визначено, що 34 % респондентів хочуть змінити своє місце роботи, 28 % опитаних цілком задоволені посадою, на якій перебувають. Хоча значний відсоток опитаних фахівців і замислюється зараз над питанням зміни місця роботи, пандемія COVID-19 внесла свої корективи. Більшість працівників поки що залишається на своїх робочих місцях, оскільки боїться втратити роботу взагалі.

4. Виявлено 5 найбільш значущих позитивних факторів у роботі спеціаліста: зручне робоче місце; гідна заробітна плата; дружні взаємини в колективі; премії і надбавки; чітке окреслення кола обов'язків і прав.

5. У результаті дослідження виявлено фактори, які негативно впливають на роботу спеціаліста. Це відсутність уваги до особистих проблем фахівця, відсутність інновацій, неможливість самостійно приймати рішення.

6. Проаналізовано основні напрями мотивації персоналу. Доведено, що вибір системи мотивації персоналу залежить як від потреб кожного провізора/фармацевта, так і колективу загалом.

7. У результаті проведеного дослідження мотиваційного середовища однієї з аптечних мереж м. Харкова з'ясовано, що застосовувані механізми недостатньо мірою забезпечують досягнення цілей цієї мережі аптек.

У подальшому планується вивчення питання впровадження матеріальних і моральних стимулів, поліпшення умов праці в аптеках досліджуваної аптечної мережі з метою підвищення мотивації фахівців.

Конфлікт інтересів: відсутній.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Мнушко З. М., Пестун І. В., Бондарєва І. В. Сучасні підходи до процесу управління змінами на виробничому фармацевтичному підприємстві. *Фармаком*. 2011. № 4. С. 64–67.
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента, 3–е изд. / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2008. 672 с.
3. Kotler Ph., Keller K. L. *Marketing management*. 14th ed. Pearson Education, 2012. 812 p. URL: <https://fliphtml5.com/lnym/rdkn/basic>.
4. Верхоглазенко В. Н. Система мотивації персоналу. *Жива психологія*. 2015. Том 2, № 4. С. 319–336. DOI: <https://doi.org/10.18334/lp.2.4.35133>.
5. Мнушко З. М., Діхтярєва Н. М. Менеджмент та маркетинг у фармацевції : ч. 1. Менеджмент у фармацевції : підруч. для студ. ВНЗ. 2–ге вид. Харків : НФаУ : Золоті сторінки, 2009. 448 с.
6. Солошенко Ю. О. Методи мотивації персоналу на підприємствах. Вітчизняний та світовий досвід. *Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ*. Вип. 1. С. 69–71. URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/9045/1/23.pdf>.
7. Колот А. М. Мотивація персоналу : підруч. Київ : КНЕУ, 2002. 337 с.
8. Герчикова І. М. Менеджмент : підруч. 4–те вид., випр. та доп. Москва : ЮНІТІ–ДАНА, 2011. 500 с.
9. Басовський Л. Е. Маркетинг : курс лекцій. Москва : ІНФРА-М, 2008. 224 с.
10. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва. *Ефективна економіка*. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4917>.

REFERENCES

1. Mnushko, Z. M., Pestun, I. V., Bondarieva, I. V. (2011). *Farmakom*, 4, 64-67.
2. Meskon, M. Kh., Albert, M., Khedouri, F. (2008). *Osnovy menedzhmenta*. 3rd ed. Moscow: I. D. Vilyams, 672.
3. Kotler, Ph., Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. 14th ed. Pearson Education, 812. Available at: <https://fliphtml5.com/lnym/rdkn/basic>.
4. Verkhohlazenko, V. N. (2015). *Zhyvaia psykholohiia*, 2 (4), 319-336. doi: 10.18334/lp.2.4.35133.
5. Mnushko, Z. M., Dikhtiarova, N. M. (2009). *Menedzhment ta marketynh u farmatsii*. Ch. I. *Menedzhment u farmatsii*. 2nd ed. Kharkiv: Vyd-vo NFaU: Zoloti storinki, 448.
6. Soloshenko, Yu. O. (2019). *Visnik SNT NNI biznesu i menedzhmentu KhNTUSG*, 1, 69-71. Available at: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/9045/1/23.pdf>.
7. Kolot, A. M. (2002). *Motivatsiia personalu*. Kyiv: KNYeU, 337.
8. Herchikova, I. M. (2011). *Menedzhment*. 4th ed. Moscow: YuNITI-DANA.
9. Basovskiy, L. Ye. (2008). *Marketing: Kurs lektsii*. Moscow: INFRA-M, 224.
10. Leshchenko, L. O. (2016). *Efektivna ekonomika*, 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4917>.

Відомості про авторів:

Кобець М. М., кандидатка фармац. наук, доцентка кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу, Національний фармацевтичний

університет Міністерства охорони здоров'я України. E-mail: maya4ok777@yahoo.com. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0736-0167>

Кобець Ю. М., кандидатка фармац. наук, доцентка, фахівець з методів розширення ринку збуту лікарських засобів, ТОВ «Брейн Сорс Корпорейшн». E-mail: beretta98g@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3631-5018>

Малініна Н. Г., кандидатка фармац. наук, доцентка кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу, Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я України. E-mail: malininanatala78@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7796-1924>

Філіпцова О. В., докторка біол. наук, професорка кафедри косметології і ароматології, Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я України. E-mail: philiptsova@yahoo.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1297-1651>

Ібрагімова О. Л., кандидатка мед. наук, асистентка кафедри неврології № 1, Харківський національний медичний університет Міністерства охорони здоров'я України. E-mail: e.l.ibragimova7@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8080-2166>

Information about authors:

Kobets M. M., Candidate of Pharmacy (Ph.D.), associate professor of the Department of Pharmaceutical Management and Marketing, National University of Pharmacy of the Ministry of Health of Ukraine. E-mail: maya4ok777@yahoo.com.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0736-0167>

Kobets Yu. M., Candidate of Pharmacy (Ph.D.), associate professor, specialist in methods of expanding the sales market for drugs, Brain Source Corporation LLC, Ukraine E-mail: beretta98g@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3631-5018>

Malinina N. G., Candidate of Pharmacy (Ph.D.), associate professor of the Department of Pharmaceutical Management and Marketing, National University of Pharmacy of the Ministry of Health of Ukraine. E-mail: malininanatala78@gmail.com.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7796-1924>

Filipstsova O. V., Doctor of Biology (Dr. habil.), professor of the Department of Cosmetology and Aromology, National University of Pharmacy of the Ministry of Health of Ukraine. E-mail: philiptsova@yahoo.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1297-1651>

Ibrahimova O. L., Candidate of Medicine (Ph.D.), teaching assistant of the Department of Neurology 1, Kharkiv National Medical University of the Ministry of Health of Ukraine. E-mail: e.l.ibragimova7@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8080-2166>

Сведения об авторах:

Кобец М. Н., кандидат фармац. наук, доцент кафедры фармацевтического менеджмента и маркетинга, Национальный фармацевтический университет Министерства здравоохранения Украины. E-mail: maya4ok777@yahoo.com. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0736-0167>

Кобец Ю. Н., кандидат фармац. наук, доцент, специалист по методам расширения рынка сбыта лекарственных средств, ООО «Брейн Сорс Корпорейшн». E-mail: beretta98g@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3631-5018>

Малинина Н. Г., кандидат фармац. наук, доцент кафедры фармацевтического менеджмента и маркетинга, Национальный фармацевтический университет Министерства здравоохранения Украины. E-mail: malininanatala78@gmail.com.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7796-1924>

Филипцова О. В., доктор биол. наук, профессор кафедры косметологии и ароматологии, Национальный фармацевтический университет Министерства здравоохранения Украины. E-mail: philiptsova@yahoo.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1297-1651>

Ибрагимова Е. Л., кандидат мед. наук, ассистент кафедры неврологии № 1, Харьковский национальный медицинский университет Министерства здравоохранения Украины. E-mail: e.l.ibragimova7@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8080-2166>