

Серія "Наука"



---

# **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТВОРЕННЯ НОВИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ**

**МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

---

**21-22 квітня 2010 року  
м. Харків**

---

## АНАЛІЗ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АПТЕЧНОЇ МЕРЕЖІ ЗА БІОГРАФІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

Бабічева Г.С. асп., проф. Мнушко З.М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Зростання вагомості маркетингової концепції в управлінні аптечними мережевими структурами висвітлює один із найважливіших напрямів розвитку аптечних підприємств на вітчизняному фармацевтичному ринку – досягнення ефективності маркетингової діяльності, що, в свою чергу, обумовлює доцільність визначення факторів, які впливають на якість вирішення маркетингових функцій аптек та їх мереж.

Повнота реалізації комплексу маркетингових функцій аптечних мережеских підприємств безпосередньо пов'язана з їх кадровим потенціалом. За таких умов проблема аналізу потенціалу персоналу аптечних мереж, як одного з ключових аспектів ефективності розв'язання маркетингових завдань, є вельми актуальною.

Мета даної роботи – дослідження теоретичних та методичних аспектів оцінювання кадрового потенціалу аптечної мережі за біографічними показниками.

Рівень кадрового потенціалу підприємства обумовлений не лише рівнем якості робочої сили, а, перш за все, визначається сукупністю якісних (професійних та особистісних властивостей працівників) та кількісних характеристик.

Важливими кількісними характеристиками, за якими проводиться аналіз потенціалу персоналу, є біографічні показники працівників аптечного підприємства: вік, стать, освіта та стаж роботи.

Алгоритм визначення рівня кадрового потенціалу аптечної мережі містить такі етапи: вибір параметрів оцінювання і встановлення їхньої вагомості, аналіз біографічних показників персоналу, розрахунок одиничних параметричних індексів і групового показника кадрового потенціалу за даними характеристиками.

Вагомість біографічних показників та відносна істотність виділених в розрізі даних характеристик груп визначається експертним методом шляхом анкетування керівників аптек та їх мереж. Найбільш пріоритетними вважаються працівники з вищою освітою (вагоме місце поряд з вищою фармацевтичною займає наявність економічної або маркетингової освіти) у віці від 25 до 45 років та стажем роботи не менше, ніж 5 років.

За даними наших попередніх досліджень встановлено, що більшість маркетингових завдань для ефективного вирішення в аптечних мережах потребують знань та навичок професійного маркетолога.

Отже, наявність спеціалісту з маркетингу у штаті аптечної мережі підвищує рівень конкурентоспроможності персоналу, що, в свою чергу, покращує якість вирішення маркетингових функцій та підтверджує тезу, що рівень кадрового потенціалу аптечного підприємства значною мірою впливає на ефективність його маркетингової діяльності.

Зважаючи на вищевикладене, перспективними напрямками подальших досліджень є оцінка кадрового потенціалу аптечних мереж за біографічними характеристиками та визначення впливу його рівня на ступінь вирішення маркетингових функцій.