

· 药事管理 ·

## 零售药店导购人员胜任力模型构建\*

吴方<sup>1,2</sup>, 周迎波<sup>1</sup>

(1. 中国药科大学国际医药商学院, 南京 211198; 2. 河海大学商学院管理科学与工程博士后流动站, 南京 210098)

**摘要** 零售药店作为药品流通领域的终端, 其导购人员提供的药学服务质量是药店赢得顾客信任的基础。该文在研究国内外药学服务人员胜任力模型的基础上, 筛选出影响零售药店导购人员胜任力的因素, 并以此作为研究变量, 调查部分零售药店, 运用 SPSS 19.0 版统计软件进行因子分析, 提取了专业知识及工作潜质、个人特质、药品质量管理技能、营销技能、辅助能力五大胜任力特征, 构建了零售药店导购人员胜任力模型, 为零售药店选拔、培训、激励导购人员提供理论依据, 促进我国零售药店药学服务的深入开展。

**关键词** 胜任力模型; 零售药店; 导购人员; 药学服务

**中图分类号** R952; R951

**文献标识码** C

**文章编号** 1004-0781(2017)04-0445-06

**DOI** 10.3870/j.issn.1004-0781.2017.04.024

自 1973 年麦克利兰提出胜任力这一概念以来, 胜任力的理论与应用研究已逐步扩展到各种领域、各种任务角色中来。为了更好地完成特定工作, 研究者以绩效标准为参照, 将工作所需具备的各项胜任要素相组合, 构建出胜任力模型。目前, 国内胜任力模型的研究主要聚焦于高校教师、医护人员、公务员等特殊岗位, 针对零售药店导购人员胜任力模型的研究还有待深化和拓展。创新性地将胜任力模型应用到零售药店的人力资源管理体系中, 不仅能作为其工作发展和绩效管理标准, 也将更有效地提高零售药店的市场竞争力。2013 年 6 月 1 日, 新版《药品经营质量管理规范》(Good Supply Practice, GSP) 颁布实施以来, 药品零售行业的经营模式及发展趋势成为关注焦点, 零售药店若想在激烈的线上及线下竞争中占据优势, 要拼的不仅是价格, 更重要的是药学服务。因此, 对于零售药店的经营管理者及导购人员来说, 其主要职责就是为消费者提供购药指导及建议, 促进药学服务的深入开展。在国外, 政府设立行政管理机构, 通过建立药学服务法规实现保护公众健康、福利和安全的目标。而国内零售药店监管体制不明, 执业药师缺乏, 致使零售药

店的经营模式难以转变为以服务为主导, 而不能满足整个行业及消费者需求<sup>[1]</sup>。

为此, 笔者基于对零售药店导购人员胜任素质的调查, 运用因子分析法构建零售药店导购人员胜任力素质模型, 尝试为零售药店在转型发展中制定切实可行的导购人员培养与管理制度, 明确导购人员的选拔、岗位职责、培训与激励机制提供理论依据。

## 1 零售药店导购人员胜任特征理论研究分析

### 1.1 零售药店导购人员概念界定及其工作特征分析

研究对象为零售药店导购人员, 主要包括三种, 一是经过国家资格认定的执业药师, 二是具有药学或医学、生物、化学等相关专业中专以上学历或具有药学初级以上专业技术职称的药学技术人员, 三是具有高中以上文化程度或符合省级食品药品监督管理部门规定条件的未经过专业学习的人员。根据其工作性质, 零售药店导购人员, 是指能够通过优质的药学服务, 赢得顾客信任, 树立良好的店面形象, 指导顾客合理用药, 并引导顾客促成药品购买的终端业务人员。导购人员需运用专业知识向顾客提供以药物治疗为目的的服务, 包括与药品导购相关的安全用药指导、不良反应的监护以及药品导购之外的疾病治疗指导、健康教育等<sup>[2]</sup>。新版 GSP 对企业或药店的负责人、质量管理人、处方审核人员及营业人员做了不同的资质要求。

企业负责人: 应具有大专以上学历或中级职称, 暂无专业要求; 质量负责人: 应具有大学本科学历, 具有药学中专或者医学、生物、化学等相关专业, 必须是执业药师, 注册到位, 具备 3 年以上药品经营管理工作经历; 处方审核人员: 必须是执业药师及导购药师, 负责处方

**收稿日期** 2015-07-01 **修回日期** 2015-12-14

**基金项目** \* 国家自然科学基金资助项目(71103199); 中国博士后科学基金第 56 批面上资助项目; 中央高校科研专项基金(ZJ13177); 中国药科大学国际医药商学院院长科研基金资助项目(CPUSIPB-LFJJ-04)

**作者简介** 吴方(1982-), 女, 河南周口人, 副教授, 博士后, 研究方向: 可持续发展与风险管理、企业创新管理。电话: 025-86185038, E-mail: xiaoyll@126.com。

审核,指导合理用药;营业人员:具有高中以上文化程度或符合省级食品药品监督管理部门规定的条件<sup>[3]</sup>。资质要求是基本的法定条件,是导购人员迈进医药行业的最低配置要求,零售药店导购人员除满足基本的资质要求外,胜任该工作还需具备较高的专业技能及知识,包括常见病专业知识、实用药理学知识、中医中药知识等。此外,导购人员的胜任特征还表现在其他方面:①服务礼仪周到,使消费者满意度提高。导购人员面临的顾客大都为身体不适而自我药疗或具有保健意识的人群。导购人员应具备感知顾客心理的能力,从自己的着装、语言、神态、专业素养等方面取得顾客信任,使顾客愿意分享交流自身的病史、变态反应、职业、体质等,以方便导购人员推荐符合顾客需求的药品。②人员流动性大,工作积极性要求高。零售药店导购人员流动性大,而顾客对导购人员的专业素养要求又高,需要药店管理人员制定合理的绩效考核制度及激励机制,同时将药店的企业文化理念深入人心,有利于降低导购人员的离职率,提高店员的忠诚度。③工作复杂性和压力大。导购人员在提供专业的药学服务咨询的同时,最终的目标是引导顾客促成药品的购买。零售药店为了提高企业利润,绩效考核中涉及完成率、成交时长、客单价等财务指标,使导购人员压力增大。④需服务意识强烈,专业素养要求高。导购人员专业的药学服务是顾客的信任传感器,在指导顾客合理用药的过程中,应积极主动,服务热情,尊重患者。

### 1.2 零售药店导购人员基本胜任特征维度的确定

在国外,胜任力模型的研究应用广泛,包括技术人员、教育工作者、政府工作人员等。服务人员的胜任特征涉及人际理解、顾客服务导向、团队协作、成就导向、自信心等方面。NATALIE 等<sup>[4]</sup>运用德尔菲评估法分析加拿大药剂师在施行初级卫生保健时所需要的胜任力排行,依次为提供专业的卫生与保健指导,提供专业的用药指导,沟通交流、协作、管理患者等。国内也有针对卫生监督人员、医药代表、医务人员等服务人员的胜任特征研究<sup>[5-7]</sup>,虽然处于医药行业内不同岗位上,但职能相似,都是致力于我国的健康服务业,满足人民的健康服务需求,参考研究中的不同胜任力特征,归纳出可应用于本文研究对象的胜任力特征。

在此基础上,笔者综合考虑医药领域内服务人员及导购人员的工作职能、职责要求,再综合分析国内外文献资料中所涉及的相关人员的胜任特征要素,筛选出优秀零售药店导购人员的胜任特征。此外,为了最大限度确保研究具有适用性,本研究运用行为事件访谈法,针对零售药店导购人员设计了“零售药店导购

人员胜任特征访谈提纲”,访谈提纲以结构化形式为主,由课题组成员采用面对面交流形式进行访谈,目的是了解零售药店导购人员在个人品质、基本素质、专业技能等方面的特征和具体行为表现,并汇总优秀导购人员的胜任特征。再另请相关领域的 6 位资深专家对这些胜任特征进行专家评定,并在保持与访谈内容相吻合的基础上进行修正,确定 26 项零售药店导购人员基本胜任特征:v1 仪表端庄、v2 服务意识、v3 诚实守信、v4 自信心、v5 自控力、v6 团队协作能力、v7 感知顾客心理能力、v8 沟通表达能力、v9 工作态度、v10 社会责任感、v11 应变能力、v12 学习能力、v13 挖掘需求能力、v14 执行力、v15 营销技巧、v16 谈判技巧、v17 客户关系管理能力、v18 成就导向、v19 卫生管理知识、v20 常见病诊疗知识、v21 药学及中药学知识、v22 医药产品知识、v23 药品经营管理知识、v24 药品分类知识、v25 药品法律法规知识、v26 营销知识。

## 2 问卷设计及调研

**2.1 问卷设计** 根据“1.2”项下 26 项零售药店导购人员胜任特征,编制了《零售药店导购人员胜任特征调研问卷》。问卷调研内容包括 2 个部分:第一部分,调查零售药店导购人员的基本信息,包括性别、职位类别、工作年限、所学专业等;第二部分,调查导购人员的胜任特征项目及评价。根据“1.2”项下提及的 26 个变量设计问卷,问卷采用 5 级李克特量表,评分代表问卷项目对绩效优异的零售药店导购人员在工作过程中的重要程度,1~5 分别代表非常不重要、不重要、一般、重要、非常重要。

**2.2 数据收集** 使用探索性因子分析的方法研究众多变量之间的内部依赖关系,以少数几个公因子构建因子结构来最大限度表示所有变量的信息<sup>[8]</sup>,考虑到探索性因子分析易受样本量的影响,一般要求样本量至少为 100,国外学者 Rummel 建议样本量与测量项目比例在 4:1 以上,本文调研依据变量数目:问卷数量 = 1:5 的原则共发放 130 份问卷,采用网络平台发放电子问卷,实行匿名答卷。根据刘嫦娥等<sup>[8]</sup>的研究,建构工作胜任特征模型的数据收集通常包括由任职者、任职者的同事及其主管或对任职者进行工作场所观察等。本文调研对象为北京、上海、江苏、浙江等地的零售药店导购人员,其中包括执业药师、药店负责人、药学技术人员、营业人员等零售药店在岗职员。回收工作完成后,统计结果如下:问卷回收 120 份,回收率为 92.31%,剔除信息不完整的问卷 8 份,有效问卷 112 份,有效率 86.15%。调查数据采用 Excel 软件录入,被调研者详细的个人信息见表 1 所示,这些样本特征

与目前我国零售药店导购人员实际情况基本相符。采用 SPSS 19.0 版统计软件对变量得分进行描述性统计、信效度检验及探索性因子分析。见表 1。

表 1 被调研对象基本信息

调研题项与类别	人数	百分比/%
性别		
男	29	25.89
女	83	74.11
职位类别		
执业药师	12	10.71
药店负责人	35	31.25
营业人员	65	58.04
工作年限		
<1 年	7	6.25
1 ~ <3 年	31	27.68
3 ~ <5 年	34	30.36
≥5 年	40	35.71
所学专业		
药学专业	46	41.07
相关专业	29	25.89
其他专业	20	17.86
无专业背景	17	15.18

3 数据处理及结果分析

3.1 描述性统计结果分析 对调研数据进行描述性统计分析,由于从胜任特征的解释力度来看,均值得分与胜任特征的重要性程度呈正比。采用 Likert 五点量表评价法<sup>[9]</sup>,若评胜任特征均值超过 2.5 则意味着其解释能力达到平均水平。运用 SPSS 19.0 版软件统计分析可得到 26 项胜任特征的均值得分见表 2。结果显示均值均>3.90,标准差均<1,表明 26 个胜任特征都具有相当程度的重要性,且一致性较高。见表 2。

表 2 零售药店胜任特征描述统计结果

胜任特征	均值	标准差	胜任特征	均值	标准差
工作态度	4.75	0.460	诚实守信	4.37	0.770
社会责任感	4.72	0.603	客户关系管理能力	4.36	0.686
沟通表达能力	4.68	0.530	应变能力	4.35	0.639
医药产品知识	4.62	0.630	自信心	4.30	0.686
常见病诊疗知识	4.62	0.676	药法学法律法规知识	4.29	0.654
执行力	4.61	0.616	感知顾客心理能力	4.28	0.651
药学及中药学知识	4.62	0.707	营销知识	4.27	0.706
服务意识	4.50	0.671	自控力	4.26	0.688
学习能力	4.50	0.671	营销技巧	4.23	0.730
挖掘需求能力	4.49	0.686	谈判技巧	4.23	0.688
药品经营管理知识	4.46	0.655	成就导向	4.23	0.782
药品分类知识	4.45	0.556	卫生管理知识	4.10	0.751
团队协作能力	4.44	0.606	仪表端庄	3.90	0.802

3.2 信度及效度检验

3.2.1 信度检验 信度是指测量结果的一致性和可靠性,即测量工具能否稳定反应所要测量的变量。信度的度量通常是以相关系数表示,也称信度系数。笔者选用克朗巴哈(Cronbach)的 α 系数检验变量的信度。Cronbach's α 系数,代表问卷条目的内部一致性。它等于所有可能组合的折半法信度系数的平均值<sup>[10]</sup>。一般要求问卷的 α 系数>0.8,而本研究整体的克朗巴哈系数为0.930,说明问卷整体的可信度高。

3.2.2 效度检验 效度指正确性程度,即测量工具能准确测出其所要测量特征的程度。效度越高表示测量结果越能显示出所要测量对象的真正特征。常用的结构效度评价方法是因子分析,因子负荷反映条目与研究领域的相关性,因子负荷值越大说明与研究领域的关系越密切。在进行分析以前,必须先进行因子分析适用性评估,以确定所获得的资料是否适合进行因子分析<sup>[10]</sup>。一般采用 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)检验,KMO 越接近于 1,则所有变量之间的简单相关系数平方和远大于偏相关系数平方和,越适合做因子分析。本文调查数据进行因子可行性分析,结果:KMO 值为 0.878,大于 0.8 接近于 0.9, Bartlett 球形度检验,近似卡方为1 741.104,自由度 325,相伴概率为0.000,适合做因子分析。初步因子分析见表 3。

3.3 探索性因子分析检验

3.3.1 公因子提取 因子分析是通过研究众多变量之间内部依赖关系,用少数几个综合变量来比较清晰的解释较多原始变量。笔者采用因子分析中的主成分分析法,通过方差最大旋转方式对因子载荷矩阵进行正交旋转以使因子具有命名解释性。根据因子分析方法的原理,计算出各因子对应的特征值、贡献率、累计贡献率与各指标变量正交旋转后的因子载荷矩阵等,按照特征值大于 1 的原则,提取公因子,结果见表 4,第五个公因子的特征值为 1.081,大于 1,故提取 5 个公因子。公共因子的累积方差贡献率为 67.776%,大于 40%,说明前 5 个因子蕴含了原始数据所能表达的足够信息,因此提取 5 个公共因子作为零售药店导购人员重要的胜任特征。由表 4 可知,每个条目都有一个大于 0.4 的最高负荷值,对应于其中一个公共因子。说明每个条目反应的意义明确,可以用公共因子解释,均予以采纳。见表 4。

3.3.2 因子命名 根据表 3 所示的变量之间的关系,并结合问卷条目的具体内容对每个公因子进行命名解释,见表 5。公因子 1 包含了 7 个项目,涉及到的是能决定个人行为 and 表现的个体特征,具有个体差异性,独

表 3 初步因子分析的载荷矩阵

因素	公因子				
	1	2	3	4	5
v2	0.832	-0.146	0.045	-0.028	0.156
v3	0.819	-0.263	0.085	0.063	0.237
v1	0.759	0.176	0.221	0.014	-0.149
v4	0.631	-0.048	0.242	0.294	0.430
v5	0.615	0.195	0.354	0.357	0.232
v7	0.569	0.077	0.429	0.311	0.132
v6	0.490	0.283	0.224	0.381	0.273
v10	0.036	0.805	0.005	0.156	-0.037
v20	0.272	0.763	0.124	0.334	0.070
v22	0.171	0.726	-0.140	0.063	0.289
v21	0.094	0.657	0.121	0.416	0.073
v14	0.035	0.643	0.420	-0.059	0.277
v13	0.064	0.599	0.135	0.104	0.460
v12	0.185	0.581	0.454	-0.092	0.255
v19	0.352	0.573	-0.072	0.430	0.094
v15	0.127	-0.003	0.774	0.245	0.197
v16	0.178	0.043	0.652	0.311	0.336
v11	0.525	0.105	0.622	0.348	0.018
v9	0.409	0.131	0.510	-0.020	0.167
v24	0.214	0.198	0.238	0.707	-0.008
v23	-0.024	0.233	0.132	0.673	0.314
v25	0.329	0.174	0.490	0.549	-0.162
v17	0.317	0.220	0.133	0.346	0.717
v8	0.115	0.219	0.245	-0.114	0.668
v18	0.219	0.350	0.330	0.468	0.511
v26	0.343	0.401	0.154	0.266	0.503

立性,但是在工作中发挥着重要作用,因此命名为个人特质。第 2 个公因子,总结了零售药店导购人员在工作中所需要的常见病诊疗知识、医药产品知识、药学及中药学知识等方面的内容,同时强调能够从日常工作中总结经验、提取关键信息、加强专业知识学习的能力,并且要求导购人员具有责任心,能将患者的生命健康安全视为己任,因此命名为专业知识及工作潜质。第 3 个因子所包含的原始变量为营销技巧、谈判技巧、

应变能力及工作态度,该项包含的内容聚焦了导购人员胜任工作所必须具备的基本技能,因此命名为营销技能。第 4 个因子共包含了 3 个问题,药品经营管理知识、药品分类知识、药品法律法规知识,该部分强调零售药店导购人员在药品质量管理环节所应具备的基本理论知识,而药品质量管理是零售药店的关键,以防止药品串味、霉变、虫鼠损坏等,同时药品分类管理还涉及到处方药、非处方药、抗菌药物、特殊药品等区别导购,因此命名为药品质量管理能力。第 5 个因子包含的原始变量有成就导向、客户关系管理能力、营销知识、沟通表达能力,其中成就导向是零售药店导购人员不断追求卓越和创新的行动,是具有目标导向、竞争意识的体现,追求成功的驱动力。沟通表达能力代表导购人员能耐心听取并理解顾客的需求,做出及时的反馈,沟通表达能力的高低影响着处理客户关系的水平和程度。客户关系能力指处理好与客户的关系,并为患者建立药历档案,问询药物的不良反应情况,提高顾客的忠诚度。这些能力是完成工作必备的技能,因此命名为辅助能力<sup>[2,4-5,11]</sup>。

**3.3.3 胜任力模型结构及胜任特征** 依据因子分析结果,参照国内外有关胜任力模型研究成果,将零售药店导购人员所应具备的胜任特征按照个人特征、专业知识和能力、营销技能、药品经营和质量管理知识、辅助能力进行分类,构建零售药店导购人员胜任力模型。见图 1。

4 讨论

随着“医药分开”政策的试点推行,药品流通服务模式在悄然发生变化,“医药卫生体制改革”的逐步深入、网上药店大肆兴起、基本药物配送、基层医疗机构药品“零差率”导购、药品价格等问题都直接影响着零售药店的发展。零售市场虽呈现快速发展之势,但仍难以应对宏观政策与市场竞争的双重压力<sup>[11]</sup>。为了提高顾客的忠诚度,零售药店逐渐注重提高药学服务的水平,并提供一些增值服务,如家中常备药品的知识

表 4 零售药店导购人员胜任素质的因子分析方差贡献率和累积方差贡献率

因子	初始特征值			提取平方载荷总和			旋转平方载荷总和		
	特征值	贡献率	累积贡献率	特征值	贡献率	累积贡献率	特征值	贡献率	累积贡献率
1	9.825	37.790	37.790	9.825	37.790	37.790	4.480	17.233	17.233
2	3.840	14.769	52.559	3.840	14.769	52.559	4.408	16.952	34.185
3	1.555	5.981	58.540	1.555	5.981	58.540	3.128	12.030	46.215
4	1.320	5.079	63.618	1.320	5.079	63.618	2.935	11.287	57.502
5	1.081	4.158	67.776	1.081	4.158	67.776	2.671	10.275	67.776

表 5 公因子命名

因子	命名	释义	所含题项
1	个人特质	能够区别于一般人群所具有的特质,能决定个人行为 and 表现的个体特征	v2、v3、v1、v4、v5、v7、v6
2	专业知识和工作潜质	利于工作开展的医药领域内相对稳定的系统化知识以及其他能够推动业务发展的能力	v10、v20、v22、v21、v14、v13、v12、v19
3	营销技能	对顾客心理、医药产品专业知识、社会常识、表达能力以及沟通能力等的掌控运用	v15、v16、v11、v9
4	药品质量管理知识	零售药店导购人员在药品经营质量管理环节所应具备的基本理论知识	v24、v23、v25
5	辅助能力	完成工作必备技能	v17、v8、v18、v26

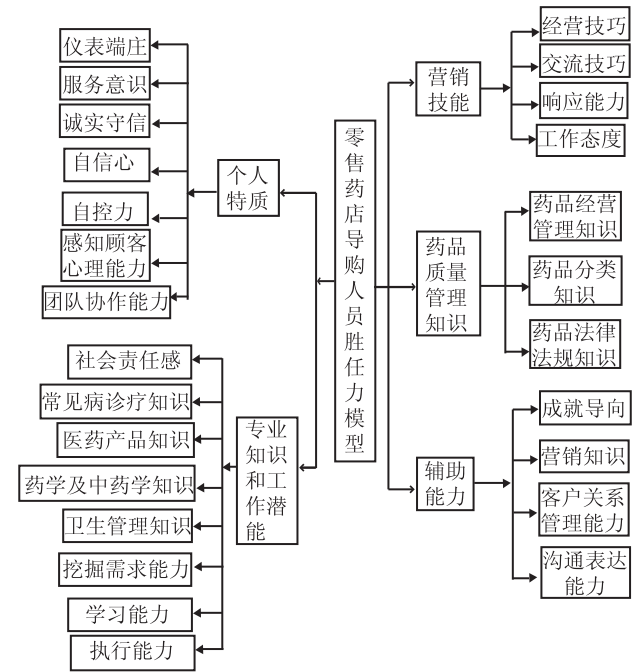


图 1 零售药店导购人员胜任力结构模型

宣传、中医药咨询、量血压、科普知识讲座、义诊等。为帮助零售药店提高其药学服务质量,更好适应激烈的市场竞争。笔者在国内外胜任力模型研究的基础上,结合我国国内药品零售业导购人员的工作特征,通过探索性因子分析,提出了零售药店导购人员胜任力模型。该模型包括 5 大胜任特征,26 个胜任要素,符合新时期对零售药店导购人才的培养,具有较高的适用性。

零售药店导购人员不仅承担导购的任务,更重要的是保证公众的生命健康安全。随着新时期零售药店的转型发展需求,其在导购人员的培训方向及建立职业道德准则方面亟需理论依据。本文基于对零售药店导购人员胜任素质的研究,通过上述分析,将零售药店导购人员胜任力模型应用总结如下。

4.1 基于胜任力模型的导购人员的激励机制设计及绩效考核 零售药店面临“人员多、规模小、成本高、区域性强”等特点,且药学工作要求工作人员提供专业的购药指导与用药指南,导购人员必须具备丰富的专业知识和高水平的药学服务技能。因此,零售药店更需要制定合理的考核体系及激励机制,不能仅以绩效结果作为考核目标,忽视导购人员的服务过程。为改变传统的以财务指标为准则评价员工的方式,将胜任力模型应用于绩效考核的设计及管理,能有效界定绩效在过程方面的指标,从而明确绩效评价过程,并能鼓励员工不断提高自己的胜任力水平。在导购人员绩效考核中引入员工胜任力要素和基本素质,明确导购人员所期望的能产生高绩效的能力和素质,对每项关键因素外化的行为设定若干评价等级和标准,从而使考核评价拥有量化的标准。概念界定:沟通能力包含着表达能力、争辩能力、倾听能力和设计能力,是个人素质的重要体现,它关系着一个人的知识、能力和品德;核心问题:这个特征在于为倾听和准确理解他人的感受需要和观点,并做出恰当反馈的能力。这个能力的高低影响导购人员团结员工以及影响客户的水平和程度。例如在表 6 范例中,可以将沟通表达能力分成 A1 到 A3 三个等级,从而使考核评价拥有可以量化的标准。将胜任力模型应用于绩效管理过程中,需要建立公平公正公开的绩效管理体系,具有一定的发展导向和战略性。当然,这些将胜任力要素从定量的角度进行开发赋值是本文论述中所缺乏的,也是需要进一步研究的方向。

4.2 基于胜任力模型的导购人员的培训设计 零售药店人员培训的目的是增强其业务能力,适应工作环境,在为顾客提供合格药品的同时能够进行安全用药指导、不良反应监护、健康教育等。此外,还要响应新版《GSP》中对导购人员的培训要求,即培训内容应当

表 6 挖掘需求的能力要素考核

等级	等级定义	可能的行为表现
A1	不能进行有效沟通	面对顾客不够热情主动;与顾客产生冲突;顾客进行药学服务咨询时思维不够清晰,不能有效地收集信息,并做出逻辑的分析和判断;不能处理好与同事之间的关系
A2	能够进行有效沟通	能够做好与同事之间的协调工作;能够针对顾客的需求进行提供针对性的药学服务,做出合理的分析和判断
A3	能够影响顾客行为	通过深入交流,充分了解顾客的需求,针对顾客需求,做出合理用药的指导,提高顾客的忠诚度

包括相关法律法规、药品专业知识及技能、质量管理体系、职责及岗位操作规程等。因此,零售药店导购人员的培训应涉及药店的企业文化、服务礼仪、专业知识等内容,这与本文所构建的胜任力模型遥相呼应,针对专业知识这一块,模型中列出了常见病诊疗知识、医药产品知识、药学及中药学理论知识、卫生管理知识等,这些知识都是导购人员履行职责时所面临的常见问题。可见,基于胜任力模型设计导购人员的培训内容,更富有针对性,导购人员也可以通过模型发现自己的“短板”,对症下药。这种培训设计注重导购人员关键胜任力的培养,况且导购人员的工作实践是其提升知识的最佳途径。所以,基于胜任力模型的导购人员培训形式也可以多样化,如问题讨论、情景模拟、案例研究、现场教学等。

**4.3 基于胜任力模型的导购人员的聘用选拔** 目前,我国零售药店导购人员整体水平偏低,传统的聘用选拔模式多以学历、专业、工作经验、知识水平等为依据来衡量是否符合企业需求,而这些外显特征可以通过后天的培养和学习来获得,相对来说,应聘者的个人特质、工作态度、应变能力等内隐特征难以评估和改进。本文构建的胜任力模型,重点列出了个人特质,其中,

服务意识是指导购人员能够把为顾客服务作为自己的责任,维护顾客的生命健康安全。团队意识是指导购人员能以组织发展为重,在日常工作中传播组织文化,崇尚合作精神,将自我价值与企业融为一体。此外。导购人员以诚实守信的态度做人做事,能够赢得顾客的青睐与信任,提高顾客的忠诚度。因此,药店在选择应以胜任力模型为依据,建立面试测评要素进行评估和甄别,以区分未来工作中的业绩优秀者和业绩一般者,实现员工胜任特征与岗位需求的高度匹配。

参考文献

[1] 蒋皓,倪永兵. 新医改背景下推进零售药店药学服务探讨[J]. 南京医科大学学报(社会科学版),2011,12(4): 292-294.

[2] NATALIE K K, BARBARA F, NATALIE W, et al. Pharmacist provision of primary health care: a modified Delphi validation of pharmacists' competencies. [J]. BMC Fam Pract,2012,13(1):1-9.

[3] 邵蓉. 中国药事法理论与实务[M]. 北京:中国医药科技出版社,2010:3.

[4] 冯恬,武志昂. 我国医药代表胜任素质模型的构建[J]. 中国药师,2014,17(12):2036-2039.

[5] 张亚超,樊立华,王刚,等. 基于因子分析法的卫生监督人员胜任力模型构建研究[J]. 中国卫生事业管理, 2014,30(1):28-30.

[6] 丁悦敏. 基于医务人员胜任力模型的人员素质测评方法研究[J]. 人力资源管理,2015,10(2):195-196.

[7] 孙晓军,周宗奎. 探索性因子分析及其在应用中存在的主要问题[J]. 心理科学,2005,28(6):1440-1442.

[8] 刘嫦娥,赵曙明,张丹. 工作胜任力模型建构的方法研究[J]. 现代管理科学,2009,28(3):11-13.

[9] 卢纹岱. SPSS for Windows[M]. 北京:电子工业出版社, 2002:9.

[10] 李灿,辛玲. 调查问卷的信度与效度的评价方法研究[J]. 中国卫生统计,2008,25(5):541-544.

[11] 胡雪峰,吴晓明. 我国药品流通行业的基本现状与发展建议[J]. 医药导报,2015,34(1):126-130.