

社區健保藥局經營管理

魏嘉宏、陳秋蘭*

嘉南藥理科技大學，藥學系

藥品不同一般的消費性產品，其中製造過程、銷售通路、醫師的處方及藥師的調劑行為，都受到藥事法嚴格的規範，因此會影響行銷通路的內、外在因素，受制於政府法規相當深遠。而藥局是算是一個比較特殊的行業，兼具有一般零售業的特性，也同時具備了專業醫療的角色。在藥事法規的限制下，一定要具備專業藥師執照才能開立藥局。

藥局走向從台灣民國 79 年之前，以治病為主，大多數為傳統藥局，民國 84 年政府實施「全民健保」後，藥品需求量逐漸增加，傳統藥局已經無法滿足廣大消費者的需要，因而逐漸消失，慢慢轉變為婦幼藥局為主，屈臣氏集團在民國 77 年引進台灣，慢慢揭開台灣藥妝連鎖藥局的序幕。醫藥環境近年來除了全民健保、醫藥分業、醫院總額預算制度等重大政策，在醫藥分業的制度下，醫療院所釋出的處方箋商機，使得各藥局紛紛加入全民健康保險特約藥局的行列，另外台灣民眾消費行為與習慣的改變以健康、美麗、生活、便利為訴求，消費者對於一次購足之購買方式需求逐漸提升，且國內人口趨向高齡化，促使社會大眾逐漸重視健康與保健的觀念，藥妝連鎖藥局配合其消費者特點，進行多角化經營而蓬勃發展，不再只有販售藥品而已，進而也販售各式各樣的生活日常用品，包括：衛生用品、保健食品、化妝品、醫療器材等等，使得本土與外商的連鎖藥局在藥業市場這塊大餅中激烈競爭。雖然如此各藥局之定位並非全然相同，其中以專業藥局與藥妝藥局兩大型態為主，無論醫藥市場環境如何的演變，藥師的專業服務及健康諮詢仍是藥局存在的基本核心價值。

因此本研究採個案研究法（專家訪談），以台南市經營成功的藥局為研究對象進行訪談，從企業價值觀點分析藥局的營運特點及經營成功因素，從藥局資料分析不同地點藥局的貨品採購、上架等物流作業、社區互動、行(促)銷活動、消費市場、營運彈性及營收比例等等，瞭解如何去選擇藥局地點或經營模式，做為藥局經營之參考。因應台灣人口趨向高齡化，跟鄰近國家日本情況相近，銀髮族商機愈來愈大，而居家照護需求直線攀升，所衍生的需求，包括提供安全無障礙的老人家具設備、定期的居家護理服務、三餐照料及家事服務，以及緊急通報系統的服務建置等，將成為未來照護產業的主流服務。另外，由於熟齡者擔心自身的健康問題，衍生而來的各種養生保健需求，包括保健食品、抗衰老產品、養生食(飲)品、健康器材、運動健身等，更成為龐大的商機所在，藥局可朝「居家型醫護照顧服務」相關作改變。