

对我国网上药店药学服务的研究

贡庆*,李文思,王莹雯(复旦大学药学院临床药学与药事管理教研室,上海 201203)

中图分类号 R95 文献标志码 C 文章编号 1001-0408(2013)09-0859-03

DOI 10.6039/j.issn.1001-0408.2013.09.32

摘要 目的:为我国网上药店提升药学服务提供参考。方法:通过查询国家食品药品监督管理局互联网药品交易服务数据库(截至2012年3月),和对美国国家药房委员会协会认证的具有网上药房开业认证网站标识的26家网上药店进行调查,描述分析我国网上药店药学服务的现状,总结并归纳其特点,并和美国知名网上药店的药学服务进行比较。结果与结论:我国有59家向个人消费者提供药品的网上药店,其中51家能有效访问。与美国比较,我国网上药店的药学服务具有一定的特色,但是专业化程度不高,不够注重细节。建议应以药品消费者为中心开展服务,在个人健康管理、咨询服务、提供医药信息方面还需要改善。

关键词 网上药店;药学服务;现状

Study on Pharmaceutical Care of the Online Drugstore in China

GONG Qing, LI Wen-si, WANG Ying-wen (Dept. of Clinical Pharmacy and Pharmaceutical Administration, School of Pharmacy, Fudan University, Shanghai 201203, China)

ABSTRACT OBJECTIVE: To provide reference for the improvement of pharmaceutical care of online drugstore in China. METHOD: By querying the internet drug transaction services database of State Food and Drug Administration (finishing on Mar. 2012), and conducting surveys among 26 online drugstores which had online pharmacy certification mark and certified by U.S. National Pharmacy Association of Boards, the status quo of pharmaceutical care of online drugstores were analyzed descriptively, their characteristics were summarized and compared with that of well-known U.S. online drugstores. RESULTS & CONCLUSIONS: 59 online drugstores provide drugs for individual consumers in China, among which 51 drugstores can be accessed. Compared with U.S., our online drugstores present certain characteristics of pharmaceutical care, but the degree of specialization is not high, and there is not enough concern with detail. It is recommended to carry out the service taking drug consumers as the center, and it also needs to be improved in terms of personal health management, professional consulting, medical information, etc.

KEY WORDS Online drugstores; Pharmaceutical care; Status quo

药店的重要责任之一是确保药品消费者获得高质量的药学服务,从而提高消费者的健康水平和生活质量^[1]。在药学服务方面,网上药店和社会实体药店既有相同点,也有不同点:相同点在于它们都需要为药品消费者提供药品信息、用药咨询等基本服务;不同点在于实体药店会给予消费者面对面的专业化服务,而网上药店提供服务的形式完全基于网络的虚拟平台。网上药店在我国正处于快速发展之中,药学服务无

论内容还是形式都有较大提升空间。本文通过总结我国网上药店药学服务的现状,为其进一步提升服务水平、更好地壮大自身品牌提供可行性建议。

1 资料与方法

本研究采用实地调查、文献研究和比较研究法。通过查询国家食品药品监督管理局互联网药品交易服务数据库,截至2012年3月,我国有59家向个人消费者提供药品的网上药

[4] Worley MM. Testing a pharmacist-patient relationship quality among older persons with diabetes[J]. *Res Social Adm Pharm*, 2006, 2(1):1.

[5] 杨男,胡明,蒋学华.国外临床药学服务的质量标准与评价及其对我国的启示[J]. *中国药房*, 2009, 20(7):486.

[6] 杨男,胡明,蒋学华.临床药学服务质量评价体系的建立探索[J]. *中国药房*, 2011, 22(29):2 697.

[7] 孟玲,张宜清,王蔚青,等.江苏省92家医院药学人力资源与知识结构调查分析[J]. *药学与临床研究*, 2012, 20(4):360.

[8] 刘滔滔,钟小斌,陈龙英,等.临床药师药学服务考核评价

系统初探[J]. *中国医院药学杂志*, 2008, 28(19):1 714.

[9] 陈毓敏,陈国耘. Servqual评价法在门诊药学服务质量评价中的应用[J]. *药学实践杂志*, 2011, 29(6):464.

[10] Donabedian A. 医疗质量评估与监测[M]. 李岩,译.北京:北京大学医学出版社&北京大学出版社, 2007:8-37.

[11] 叶耀军,王首军,魏磊,等.矩阵最大特征值的近似求法[J]. *河南农业大学学报*, 2001, 35(1):69.

[12] 费智聪.熵权-层次分析法与灰色-层次分析法研究[D].天津:天津大学, 2009:10-14.

[13] 刘思峰,党耀国,方志耕,等.灰色系统理论及其应用[M].北京:科学出版社, 2010:62-95.

* 讲师,硕士。研究方向:药事管理。电话:021-51980025。E-mail:gongqing@fudan.edu.cn

(收稿日期:2012-10-25 修回日期:2012-12-20)

店^[2],其中有51家能有效访问,笔者对这些网上药店进行实地调查并参考相关文献探索分析其药学服务的特点。

此外,本文通过对美国国家药房委员会协会(National Association of Boards of Pharmacy, NABP)认证的具有网上药房开业认证网站(Verified Internet Pharmacy Practice Sites, VIPPS)标识的26家网上药店进行调查,同时选择美国知名网上药店进行重点分析,研究其药学服务的内容和特色。通过比较分析找出我国网上药店药学服务尚需改善之处,并有针对性地提出建议。

2 我国网上药店的药学服务分析

2.1 网上药店概况

笔者对能够正常访问的51家药店进行了调查。其中,广东11家,北京7家,上海5家,山东3家,浙江、江西、重庆、安徽、云南、四川、湖南、江苏和山西各2家,天津、湖北、辽宁、河北、福建、贵州和黑龙江各1家。51家药店均通过快递或EMS向全国范围提供药品,自提药品方式仅支持实体药店覆盖区域,而网上药学服务无明显的地域性差别。笔者根据经营药品范围大致将这些网上药店分为两类,所提供的药学服务也有明显区别。第一类,经营各类非处方药品,这类网上药店占据多数,如药品零售网。此类网上药店可通过覆盖区域范围分为全国性和地区性两种,药品种类丰富,提供的服务较为全面,尤其是专业咨询、健康论坛的设立以及健康资讯等版块相对较完全,常见中西药均可获得信息并进行购买。第二类,主要经营自有品牌药品,如盘龙云海电子商务网等。此类网上药店药品品牌较为单一,市场定位明确,多通过赠阅公司旗下的健康电子报刊、健康讲座视频、大幅网站广告等手段宣传、推荐药品。

另外,如好药师网上药店、平安药网还与著名购物网站京东商城、淘宝网、一号店等网站合作,同一用户名可在网上药店及网上商城中同时购物、结算,利用购物网站的便捷物流一同派送,省去再次注册、登记等烦琐手续,同时节省了派送成本。此类网站的页面结构与合作的购物网站是相同的,利于消费者操作,但提供的服务内容相对较少,服务特点在于快捷。

2.2 提供的药学服务分析

国内有学者提出,社会药房药学服务可以分成3个方面:核心服务,包括推荐合理药品、介绍科学的用药方法、解释不良反应等;感知服务,包括服务品牌、提供便利设施等;扩展服务,包括建立药历和回访制度等^[3]。参考该理论并结合网上药店的特点,笔者也将药学服务分为3个层面:核心服务:在线药师咨询、购药后的用药指导;感知服务:药品分类方法、药品信息浏览方式、医药信息的更新普及;扩展服务:其他特色服务。就此分别进行阐述。

2.2.1 核心服务。国内网上药店大部分提供在线咨询。但截至2012年3月,笔者统计尚有17家网上药店无法提供在线咨询,但部分提供了药师或医师的邮箱、电话。有5家仅提供专科医师咨询或导购咨询,但未见执业药师咨询方式。在提供执业药师在线咨询方式的29家网上药店中,笔者通过咨询普通咳嗽症状了解在线药师咨询的效果,其中1家药师拒绝提供用药方面的咨询,1家药师未经详细询问直接推荐抗菌药物,其余药师均劝导消费者不要轻易使用抗菌药物并仔细询问症状,推荐常见止咳药物,并建议消费者及时就医。

各网站在线咨询的时间多为8:00—18:00或延长至20:00,但仍出现工作时间离线情况。在执业药师离线期间,部分网站提供网络留言服务,只需留下电话或电子邮件,执业药师上线期间通过电子邮件或短信方式通知留言回复情况。有的网站未标注药品说明书,甚至有的尚未注明处方药与非处方药的标识,容易引起消费者混淆,无法找到自己真正所需的药品^[4]。

在调查中,只有1家网上药店在购买后提供用药指导。值得注意的是,消费者在购买特殊剂型或有特别用法(如泡腾剂、栓剂、喷剂)、特别贮存要求(如要求低温贮存)等药品之后,如果得不到有效指导,极易出现使用不当或其他用药隐患。

2.2.2 感知服务。我国网上药店主页的药品分类方法较为单一,多数只提供1种分类方法进行药品查询。经统计仅6家网上药店提供多于1种的药品分类方法供消费者选择查询。另外网上药店的药品分类无统一标准,大致可分为按照药理作用、症状、临床科别、品牌4种分类方式,还有7家网上药店分类综合多种方式,但识别度不高。当通过主分类进入子分类中,多数网上药店均将此分类下所有药品列出,需要消费者点击商品链接才能查看药品详情,仅有7家网上药店在子分类药品列表以及搜索清单中列出简明的适应证、规格和厂家等关键信息。

51家网上药店中32家有健康资讯专栏,消费者可通过选项卡或超链接进入专栏阅读,其更新频率不一。少数网上药店的健康资讯仅局限于几项热门话题,比如美容保健、妊娠保健、肿瘤防治等。资讯内容大多能够符合专业性描述,但也有不少资讯内容纯为广告性质,仅为诱导购买。

2.2.3 扩展服务。部分网上药店为消费者提供一些特色服务项目,多利用新兴交互式网络技术提供交流平台以方便消费者就医或自我药疗。例如,提供挂号预约、私人医师、药品说明书查询;健康游戏自测服务;微博互动、进口药品代购、药品真伪查询服务;自诊及自诊结束后提供建议药品清单等。

3 美国网上药店的药学服务概述

美国NABP于1999年春启动了VIPPS计划,开始对网上药店进行认证。通过VIPPS认证的网上药店可以销售处方药,但必须遵守美国NABP制定的一系列严格的标准(包括许可证、处方药、执业药师、顾客隐私、药品的运输和存储等多个方面),并接受美国NABP的监督^[5]。

3.1 资料来源

资料来源于VIPPS-NABP[®]网站中“online pharmacy”的清单。其中有25家可以顺利登录主页进行访问:如Caremark.com、Drugstore.com、Care Services、Diabetic Care Services & Pharmacy等。

3.2 药学服务特点

这些网上药店可根据顾客定位分成两类:第一类,采取会员制(Membership required)的网上药店。购药者必须是实体药房的会员,从实体药房中拿到许可注册号,登录网站注册,注册后药房将自动完善其病历、药历以及药师的分配,如Caremark等。第二类,向所有消费者开放(Open to all)的网上药店。购药者只需填写自己真实证件号码以及住址即可购买非处方药品,但要求填写完全电子处方、提供医师电话以及保险账号后才能购买处方药品,如Drugstore。本文以较有代表性的Drugstore为主,简要分析美国网上药店药学服务的特点。

首先其药品分类方式多样,提供简明的选项卡供购药者选择最熟悉的药品分类方式,搜索清单以及子分类列表内提供联想功能,进入购买药品界面后有旁栏提示可提供免费执业药师咨询服务。

与我国网上药店相比,美国的网上药店在细节信息的提供和记录上有着显著优势。以Drugstore为例,在首页中除了常见的药物信息外,还提供药物相互作用数据库(Drug Interaction Checker),它相当于一个检查装置,会告诉人们两种药物同时服用是否会发生不良反应。在进入结算界面后,除登记真实个人信息外,Drugstore还会让购药者填写过敏史、家族史、目前用药情况及患病情况、保险项目等。另外,美国的网上药店还考虑提供药物的经济性。在提交处方时,顾客可以授权Drugstore的执业药师在审核处方时,运用药物经济学的知识对处方进行评价。当发现处方中昂贵的专利药品有效果相近却较廉价的仿制药可以替代时,可修改处方^[6]。美国的药房有个人药历制度,当购药者在网上药店登录后,其在实体药店登记的个人药历可以通过某些快捷操作传至网上,从而网上药店也有了该购药者的个人药历。

通过对美国网上药店的实地调查,笔者认为其在药学核心服务和感知服务的细节上更加专业化、人性化,更加注重药学服务的长期可持续效果,信息传送也更为迅捷,从而更好地发挥了药学服务在保障消费者合理用药方面的作用。

4 提升我国网上药店药学服务的建议

与美国网上药店相比,我国网上药店的服务也有自己的特色,但是服务的专业化、细节化尚待提高,服务的长期效应更应凸现,即除了提供专业准确的药学核心服务外,高质量的感知服务和扩展服务也应得到重视。

4.1 提供多样、简明的药品分类方式

网上药店所面对的主要是非医药专业购药者,药品分类方式的简明、多样关系到其购药的便捷性。分类方式的混乱常使购药者无法正确找到自己所需药品,而反复点击链接才能阅读药品的相关信息也常使购药者备感不便。可提供多样、简明的药品分类方式供购药者根据自身情况选择,同时在分类清单中提供简明、必要的信息可以缩短购药者购药时所花费的时间,也能提高购药者对网上药店的认同度。

4.2 完善在线咨询服务

在我国,网上药店所面对的消费群体主要是一些不太看重报销、偶尔有用药需求且熟悉网上购物的上班族^[7],在网上药店购买药品并咨询的时间可能较晚。适当延长在线咨询的时间有利于购药者得到及时帮助,同时可提高购药者对网上药店的认知度,帮助网上药店树立品牌。若离线时,可提供短信、邮件或其他即时通讯方式通知服务,让购药者第一时间知晓回复情况。在线咨询服务人员应具备一定的行业准入资格,应至少配备1名执业药师,并能够及时提供专业的用药指导、信息咨询服务。网上药店也可定期将消费者咨询频率较高的用药问题和药师回复整理发表在网站上(同时注意购药者隐私保护),方便其他购药者查询参考。

4.3 加强特殊药品的用药指导

由于网上药店无法与消费者面对面交流,对于一些特殊药品的用药指导就显得更为必要,即这些药品在显示购买后

应该有及时醒目的方式(如自动弹出窗口)提示正确用药方法以及注意事项。一些特殊剂型,如妇科栓剂,可用简单易懂的文字或动态图示介绍其使用方法;一些有特殊要求的药品,如见光易分解的药品,可以用醒目的符号标识提醒购药者避光贮存。这些设置不但显示对购药者的人性化关怀,更可以减少因错误使用或忽视注意事项而引起的用药危害。

4.4 提供更加详细而便捷的医药信息

医药信息包括与药物相关的药品说明书、药物数据库及与用药相关的健康资讯等。我国网上药店的药学信息局限于一些健康咨询和药品说明书的查询上。但购药者还需要更多的药学信息辅助其选购药品和安全使用药品。这就要求网上药店提供更多的药学信息查询,例如建立药品相互作用查询库,建立药品禁忌证数据库(或疾病禁用药物数据库),主动提示有某些过敏史、家族史的患者慎用或禁用某些药品等。为了使资讯更专业、准确,要由执业药师或专业人士负责网站的信息更新^[8]。

4.5 完善个人健康管理

用药的效果和不良反应因个体差异而不同,而个人健康管理有助于掌握购药者个体的不同需求。在做好信息安全的条件下,网上药店可通过用户注册时设定一些个人基本健康情况选项简单记录购药者有关用药的个人信息,如过敏史、疾病史、用药史、生活习惯等。这些信息能够在购药者购药尤其是多次购药或多品种购药时有针对性提醒所购药品是否有禁忌证、药物配伍作用、个人用药注意事项等。网络和技术的发展已可轻松帮助网上药店实现个人健康管理,这也为建立健全个人药历制度打下基础。

综上所述,网上药店的经营者在保持自身经营特色的同时,更应树立专业化服务理念,真正做到以消费者为中心,使消费者享受到专业、便捷、人性化的服务,同时也有助于提升药店自身品牌的知名度和美誉度,让网上药店在竞争激烈的电子商务时代能够快速稳步地发展。

参考文献

- [1] 杨世民.中国药事法规[M].北京:化学工业出版社,2005:159.
- [2] 国家食品药品监督管理局.互联网药品交易服务列表[DB/OL].[2012-06-07].<http://app1.sfda.gov.cn/datasearch>.
- [3] 贡庆.对社会药房药学服务3个层次的探讨[J].中国药房,2004,15(1):60.
- [4] 邓燕平,王怡,党丽娟.我国网上药店经营状况的调查分析[J].中国药房,2012,23(12):1 080.
- [5] 孟令全,周莹,王淑玲,等.中美网上药店的比较研究[J].中国药房,2007,18(25):1 999.
- [6] 雷婷.网上药店离我们有多远[J].中国药店,2003,4(10):60.
- [7] 孟令全,武志昂.建立我国网上药店统一电子交易平台的探讨[J].中国药房,2012,23(13):1 245.
- [8] 佚名.网上药店在线药学服务初探[EB/OL].[2012-06-07].<http://www.yaoliwang.com>.

(收稿日期:2012-04-13 修回日期:2012-06-08)