

影响重庆市消费者选择零售药店的因素分析

刘 洋*(重庆工商职业学院财经管理学院,重庆 400013)

中图分类号 R95 文献标志码 A 文章编号 1001-0408(2016)16-2301-04
DOI 10.6039/j.issn.1001-0408.2016.16.42

摘要 目的:为零售药店的生存与发展提供参考。方法:采用问卷调查法,对重庆市主城区500例消费者选择零售药店的主要因素进行分析;结合探索性因子分析法,归纳影响消费者选择零售药店的主要因子和重要因子;并利用单因素方差分析法就重要因子及其变量与消费者的个性特征之间的关系作进一步研究。结果与结论:在发放的500份问卷中,回收有效问卷403份,有效率达80.60%。在影响消费者选择零售药店的19个因素评价指标中,专业药学服务、顾客便利、药店声誉及购药成本已成为影响重庆市消费者选择零售药店的主要因子,其中专业药学服务与顾客便利是影响消费者选择零售药店的重要因子。消费者的个性特征对影响消费者选择零售药店的因素也存在不同的影响。因此,零售药店应将竞争策略从传统单一的价格竞争转移到差异化服务竞争上,做好顾客细分,提升专业药学服务水平,关注顾客便利需求的差异性,创新服务形式。

关键词 零售药店;问卷调查;专业药学服务;顾客便利

Analysis of Influential Factors of Consumers' Choice to Retail Pharmacies in Chongqing

LIU Yang (School of Finance and Economic Management, Chongqing Technology and Business Institute, Chongqing 400013, China)

ABSTRACT OBJECTIVE: To provide reference for the survival and development of retail pharmacies. METHODS: By questionnaire survey, main influential factors of 500 consumers' choice to retail pharmacies in urban district of Chongqing were analyzed; combined with exploratory factor analysis, main factors and important factors of consumers' choice to retail pharmacies were summarized; single factor variance analysis was adopted to study the relationship of important factors and their variables with the personality characteristics of consumers. RESULTS & CONCLUSIONS: Among 500 questionnaires, there retrieved 403 effective questionnaires with effective rate of 80.60%. Among 19 influential factors of consumers' choice to retail pharmacies, professional pharmaceutical care, customer convenience, drugstore reputation and purchase cost had become the main influential factors; pharmaceutical care and customer convenience were important factors that affected the choice of retail pharmacies. While, consumers' personality characteristics have different influences on consumers' choice to retail pharmacies. So, competitive retail pharmacies should transfer traditional price competition strategy into differentiated service competition, subdivide customers, promote professional pharmaceutical care, focus on the difference of customer convenience service and innovate service form.

KEYWORDS Retail pharmacy; Questionnaire survey; Professional pharmaceutical care; Consumer convenience

近年来,随着《药品经营质量管理规范》(GSP)、基本药物制度以及药品零差率销售等一系列医改新政的推进和医药电子商务的逐步发展,国内药品零售市场格局发生了悄然变化,市场份额呈现向医疗机构及电子商务转移的趋势,零售药店的生存与发展面临严峻考验^[1]。据《2014中国医药物资协会发展状况蓝皮书》提供的数据显示,全国单体药店的数量占药店总数的比例从2012年的65.38%下降到了2014年的40.00%,预计2015年将减少至35.00%左右^[2]。另一方面,由于消费者需求的日益个性化和差异化,使得以价格竞争为主要竞争手段的平价药店逐渐消失,特色化经营成了关乎零售药店生存与发展的关键^[3]。为了进一步了解重庆市消费者选择零售药店的动机,本文拟采用问卷调查的方法对当前影响消费者选择零售药店的因素进行分析,发现其中的规律,为零售药店的进一步发展提供参考。

1 资料与方法

1.1 资料来源

考虑到不同区域内消费者个性特征的差异,为了使样本

*讲师,硕士。研究方向:医药营销。电话:023-42860125。E-mail:kris_ocean@163.com

数据更有代表性,笔者采用分层随机抽样的方法选取重庆市主城区有过购药经历的500例消费者作为样本进行调查:分别在重庆市渝中、沙坪坝、江北、渝北、北碚、南岸、巴南、九龙坡及大渡口等9大行政区域的商业中心或药店比较集中的街道区域设立调查点,通过询问甄别,随机选取相同数量有过购药经历的消费者作为调研对象。

1.2 调查方法

设计调查问卷,由经过培训的调查员在各行政区域的商业中心或药店比较集中的街道区域发放,不记名,当场回收。共发放问卷500份,实际回收458份,样本回收率达91.60%。经一致性检验,有效问卷为403份,有效率达80.60%。

1.3 调查内容

调查问卷共分两大部分,第一部分是消费者个人的基本信息;第二部分以量表的形式反映消费者选择零售药店的动机。第二部分内容中涉及到的量表,是在借鉴陈玉文等^[4]提出的影响消费者选择零售药店的因素的态度评价量表、倪永兵等^[5]提出的零售药店药学服务质量评价量表及李维涅等^[6]提出的零售药店消费者评价量表的基础上,征求部分购药顾客意见后调整形成,共有19项内容。量表采用Likert 5分评分法,

分为非常不重要、不重要、一般、重要、非常重要,分别赋值1~5分,由受访者对问卷中影响自身选择零售药店的因素指标进行重要程度判断。

1.4 统计方法

1.4.1 探索性因子分析法 该方法是一种将一些具有错综复杂关系的变量归结为少数几个核心主要因子的多变量统计方法。其基本思想是将观测变量进行分类,将相关性较高,即联系较紧密的分在同一类,而不同类变量之间的相关性则较低,那么每一类变量实际上就代表一个基本结构,即公因子。对于所研究的问题就是试用最少个数的不可测的所谓公因子的线性函数与特殊因子之和来描述原来观测的每一分量。据此原理,本文构造如下因子分析模型: $X_i = a_{i1}F_1 + a_{i2}F_2 + \dots + a_{ij}F_j + \zeta_i$ ($i=1,2,\dots,k$)。其中, X_i 表示观测变量, F_i 表示公因子, ζ_i 表示特殊因子, a_{ij} 表示第*i*个变量在第*j*个公因子上的系数(表明变量 X_i 与公因子 F_j 之间的相依程度,又称公因子 F_j 对于变量 X_i 的因子载荷)。

1.4.2 单因素方差分析法 该方法主要用于检验单个因素取不同水平时,某因变量的均值是否有显著变化。其基本原理如下:①提出原假设, H_0 :单因素变量不同水平下,某因变量各总体的均值无差异; H_1 :单因素变量不同水平下,某因变量各总体的均值有显著差异。②选择*F*检验统计量,其公式如下: $F = MSA/MSE$,MSA表示平均组间平方和,MSE表示平均组内平方和。③通过SPSS软件计算检验统计量的观测值和概率*P*。如果*P*小于显著性水平 α ,则拒绝原假设 H_0 ,认为单因素

变量不同水平下,因变量各总体的均值存在显著差异,即单因素变量的不同水平对因变量产生了显著影响。

利用SPSS 19.0软件对调查样本数据进行分析。首先,根据调查问卷态度评价量表确定影响消费者选择零售药店对应的19个变量;然后,通过探索性因子分析法对这些变量进行分析、提取和归纳,得到影响消费者选择零售药店的主要因子及重要因子;最后,采用单因素方差分析法从消费者特征差异的角度对重要因子及对应变量进行差异性分析,研究不同特征的消费者选择零售药店的动机。

2 结果与分析

2.1 受访者基本信息

受访者基本信息统计见表1。

表1 受访者基本信息统计($n=403$)

Tab 1 General information of respondents($n=403$)

基本信息	选项	比例, %	基本信息	选项	比例, %
性别	男	46.80	学历	高中/职高及以下	66.68
	女	53.20		大专/本科	23.04
年龄	≤35岁	14.80	月收入	研究生及以上	10.28
	36~59岁	43.70		≤2 000元	65.70
	≥60岁	41.50		2 001~6 000元	26.80
健康状况	不经常生病	28.40		>6 000元	7.50
	偶尔生病	39.40			
	经常生病	32.20			

2.2 受访者选择零售药店的因素

受访者选择零售药店的因素统计见表2。

表2 受访者选择零售药店的因素($n=403$)

Tab 2 Factors of choosing retail pharmacy by respondents($n=403$)

项目编号	选项内容	非常重要	重要	一般	不重要	非常不重要
		人数(比例, %)	人数(比例, %)	人数(比例, %)	人数(比例, %)	人数(比例, %)
1	营业员能根据消费者的疾病症状、价格要求等推荐合适的药品	266(66.00)	109(27.05)	28(6.95)	0(0)	0(0)
2	驻店执业药师营业时间内在岗,能提供专业的咨询服务并能对医师处方进行审核及正确调配	266(66.00)	101(25.06)	36(8.93)	0(0)	0(0)
3	离家近、方便	133(33.00)	198(49.13)	60(14.89)	12(2.98)	0(0)
4	药店形象好、口碑好	37(9.18)	196(48.64)	129(32.01)	41(10.17)	0(0)
5	能及时处理顾客的投诉	270(67.00)	109(27.05)	24(5.96)	0(0)	0(0)
6	深入社区宣传安全用药知识及其他药学服务	318(78.91)	85(21.09)	0(0)	0(0)	0(0)
7	营业员能耐心地向消费者解释药品的用法、用量、副作用及相关注意事项	270(67.00)	121(30.02)	12(2.98)	0(0)	0(0)
8	建立顾客的药历,并定期对顾客进行电话回访	314(77.92)	85(21.09)	4(1.00)	0(0)	0(0)
9	能提供诸如保健品、医疗器械及功能性食品等多种类别的健康产品	109(27.05)	230(57.07)	56(13.90)	8(1.99)	0(0)
10	药品种类齐全、数量充足	141(34.74)	202(50.12)	56(13.90)	4(1.00)	0(0)
11	药品价格偏低	24(5.96)	49(12.16)	130(32.26)	163(40.45)	37(9.18)
12	药品分区合理、指示标志醒目、陈列饱满合理、方便拿取	101(25.06)	173(42.93)	81(20.10)	40(9.93)	8(1.99)
13	有24小时提供药品的方式	137(34.00)	202(50.12)	48(11.91)	8(1.99)	8(1.99)
14	开展测量血压、血糖、免费打粉、代客煎中药等便民服务	141(34.74)	202(50.12)	56(13.90)	4(1.00)	0(0)
15	定期发放一些安全用药的健康资讯	314(77.92)	81(20.10)	8(1.99)	0(0)	0(0)
16	药店规模大	33(8.19)	123(30.52)	140(34.73)	96(23.82)	11(2.73)
17	是“百年老店”,药品质量有保障	30(7.44)	116(28.78)	129(32.01)	120(29.78)	8(1.99)
18	医保定点药店	137(34.00)	202(50.12)	48(11.91)	8(1.99)	8(1.99)
19	开展会员积分、积分换购、产品促销等营销活动	17(4.22)	23(5.71)	150(37.22)	168(41.69)	45(11.17)

2.3 探索性因子分析

选取调查问卷评价表中包含的19个影响消费者选择零售药店的指标作为探索性因子分析的观测变量(X_1, X_2, \dots, X_{19}),即本次SPSS因子分析的对象。使用SPSS 19.0对样本数据进行KMO值计算,本次样本数据的KMO值为0.756,满足因子分析前提条件。通过对19个观测变量进行探索性因子分析,提取4个公因子作为影响消费者选择零售药店的主要因子,4个主要因子共解释了观测变量总方差的72.965%,较好地解释了观测变量包含的信息^[7]。因子载荷数据项反映了公

因子与观测变量的相关程度,载荷绝对值越大,说明观测变量与公因子之间的关系越密切。根据这些变量的特点以及彼此之间的相互关系,将4个主要因子分别命名为“专业药学服务”(F_1 ,药师应用药学专业知识向公众(包括医护人员、患者及家属)提供直接的、负责任的、与药物使用有关的服务^[8])、“顾客便利”(F_2 ,指顾客购药的方便性问题)、“药店声誉”(F_3 ,药店获得社会公众信任和赞美的程度)和“购药成本”(F_4 ,指顾客购药时实际支付的费用)。探索性因子分析结果见表3(表中*M*表示主要因子的评价均值,*S*表示主要因子的评价标准差)。

表3 探索性因子分析结果

Tab 3 Analysis results of exploratory factors

主要因子	变量代码	变量名称	因子载荷	累积解释方差, %
$F_1(M=4.843; S=0.803)$	X_1	营业员能根据消费者的疾病症状、价格要求等推荐合适的药品	0.85	26.682
	X_5	定期发放一些安全用药的健康资讯	0.75	
	X_8	建立顾客的药历,并定期对顾客进行电话回访	0.73	
	X_2	驻店执业药师营业时间内在岗,能提供专业的咨询服务并能对医师处方进行审核及正确调配	0.72	
	X_3	能及时处理顾客的投诉	0.68	
	X_6	深入社区宣传安全用药知识及其他药学服务	0.74	
	X_7	营业员能耐心地向消费者解释药品的用法、用量、副作用及相关注意事项	0.83	
$F_2(M=4.038; S=0.921)$	X_9	离家近、方便	0.75	42.965
	X_6	能提供诸如保健品、医疗器械及功能性食品等多种类别的健康产品	0.74	
	X_{10}	药品种类齐全、数量充足	0.76	
	X_{18}	医保定点药店	0.74	
	X_{12}	药品分区合理、指示标志醒目、陈列饱满合理、方便拿取	0.71	
	X_{13}	有24小时提供药品的方式	0.68	
$F_3(M=3.216; S=0.938)$	X_4	开展测量血压、血糖、免费打粉、代客煎中药等便民服务	0.66	
	X_1	药店形象好、口碑好	0.83	60.648
	X_6	药店规模大	0.59	
	X_{17}	是“百年老店”,药品质量有保障	0.54	
$F_4(M=2.588; S=0.894)$	X_{11}	药品价格偏低	0.71	72.965
	X_9	开展会员积分、积分换购、产品促销等营销活动	0.70	

通过比较表3中的M值可知,重庆市消费者在选择零售药店时,最关注的是药店的 F_1 因子($M=4.843$),其次是 F_2 ($M=4.038$)、 F_3 ($M=3.216$),最后才是 F_4 ($M=2.588$)。因此,对于当前重庆市的消费者而言, F_1 、 F_2 对其选择零售药店起重要作用,而 F_4 方面的考虑则相对次要。

2.4 单因素方差分析

为了进一步研究不同特征消费者选择零售药店的动机,笔者选择表3中 $M>4$ 的主要因子(即 F_1 和 F_2)作为影响消费者选择零售药店的重要因子(下文简称“重要因子”),从性别、年龄、学历、月收入及健康状况5个维度对重要因子及其对应变量进行单因素方差分析,从而揭示消费者的个性特征与这些重要因子之间的相互关系。消费者个性特征对选择零售药店的重要因子的影响结果见表4(注:*表示当显著水平为0.05时,消费者的个性特征对重要因子的影响显著;表中均值为消费者对重要因子的评价均值)。

表4 消费者个性特征对选择零售药店的重要因子的影响
Tab 4 Influence of consumers' personality characteristics on the important factors of choosing retail pharmacies

项目	F_1		F_2		
	均值	P	均值	P	
性别	男	4.819	0.494	4.045	0.897
	女	4.865		4.033	
年龄	≤35岁	4.640	0.021*	4.036	0.020*
	36~59岁	4.959		4.143	
	≥60岁	4.787		4.290	
学历	高中/职高及以下	4.693	0.058	4.059	0.544
	大专/本科	4.634		3.854	
	研究生及以上	4.592		3.683	
月收入	≤2 000元	4.966	0.008*	4.03	0.146
	2 001~6 000元	4.599		4.06	
	>6 000元	4.434		4.179	
健康状况	不经常生病	4.805	0.155	4.166	0.527
	偶尔生病	4.768		4.062	
	经常生病	4.782		4.204	

从表4可见,消费者年龄与月收入情况对 F_1 的影响有统计学意义($P<0.05$),年龄对 F_2 的影响有统计学意义($P<0.05$)。由于性别、学历与健康状况对 F_1 和 F_2 的影响不大($P>0.05$),月收入对 F_2 的影响也甚微($P>0.05$),因此在下面的论述中将主要就消费者年龄对 F_1 和 F_2 对应变量的影响以及消费者月收入对 F_1 对应变量的影响作进一步分析。

2.4.1 消费者年龄对 F_1 及 F_2 对应变量的影响 从消费者年龄对 F_1 及 F_2 的对应变量进行单因素方差分析得到的结果见图1(注:+表示此组均值与其他组均值之间存在显著差异)。

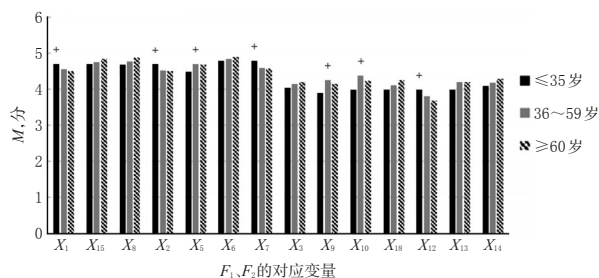


图1 年龄对 F_1 及 F_2 的对应变量的影响

Fig 1 Effects of age on the corresponding variables of F_1 and F_2

由图1可知,随着年龄的增长,消费者对 X_{15} 、 X_8 、 X_6 、 X_{14} 、 X_3 及 X_{18} 6个变量的评价逐渐上升,而对 X_{12} 变量的评价则逐渐降低。年龄≤35岁者比>60岁者更加关注 X_1 、 X_7 、 X_2 及 X_{12} ; 35~59岁者则更加关注 X_5 、 X_9 及 X_{10} 。因此,中、老年消费群体与年轻消费群体的评价结果存在差异,年轻的消费者更加注重药店所提供的诸如 X_1 、 X_7 与 X_2 这样的基础药学服务项目以及 X_{12} ,而中、老年群体则更加注重药店所提供的 X_{15} 、 X_6 等扩展和延伸性的中高级药学服务项目和 X_9 、 X_{10} 、 X_3 、 X_{14} 以及 X_{18} 。

2.4.2 消费者月收入对 F_1 的对应变量的影响 从消费者月收入对 F_1 的对应变量进行单因素方差分析得到的结果见图2(注:+表示此组均值与其他组均值之间存在显著差异)。

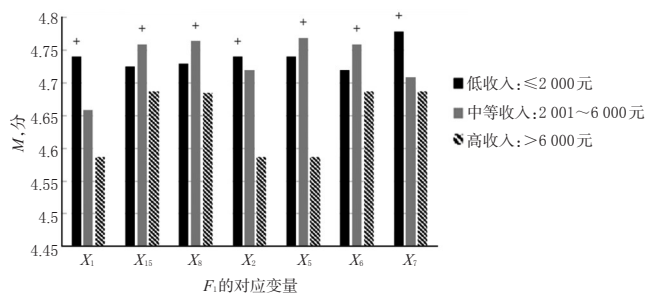


图2 月收入对 F_1 的对应变量的影响

Fig 2 Effects of monthly income on the corresponding variables of F_1

由图2可知,低收入人群比高收入人群更加关注 X_1 、 X_7 与 X_2 ,而中等收入人群则比高收入人群更加关注 X_{15} 、 X_8 以及 X_6 。因此,中低收入的人群与高收入人群的评价结果存在差异,低收入的人群要比高收入人群更加关注药店所提供的诸如 X_1 、 X_7 与 X_2 这样的基础药学服务项目,而中等收入人群则比高收入人群更加注重药店所提供的 X_{15} 、 X_8 等扩展和延伸性的中高级药学服务项目。

3 讨论

3.1 消费者特征及其对相关因子的影响

由表1可见,重庆市零售药店消费者的样本特征主要为偶尔及经常生病(二者比例之和占71.4%)、学历较低(占

66.68%)和收入较低(占65.70%)者,其中女性顾客比例大于男性顾客。

经分析表明,一方面, F_1 、 F_2 、 F_3 及 F_4 已成为当前影响重庆市消费者选择零售药店的4个主要因子,其中 F_1 、 F_2 对其选择零售药店起重要作用,而 F_4 不再是主要因素;另一方面,消费者的个性特征对其选择零售药店也存在不同影响:(1)消费者年龄与月收入情况对 F_1 的影响有统计学意义。年轻消费者在选择零售药店时会比较注重药店所提供的诸如 X_1 、 X_7 与 X_2 这样的基础药学服务项目及 X_{12} ,而中、老年消费者则更加关注 X_{15} 、 X_8 等扩展和延伸性的中高级药学服务项目。(2)低收入者(≤ 2000 元)要比高收入者(>6000 元)更加注重药店所提供的诸如 X_1 、 X_7 与 X_2 这样的基础药学服务项目,而中等收入者(2001~6000元)则比高收入者更加注重药店所提供的 X_{15} 、 X_8 等扩展和延伸性的中高级药学服务项目。(3)消费者年龄对 F_2 的影响有统计学意义。年龄越大者越看重零售药店所提供的 F_2 ,中、老年消费者比较注重药店的 X_9 、 X_{10} 、 X_3 、 X_{14} 以及 X_{18} ,而年轻人更关注 X_{12} 。(4)消费者的性别、学历与健康状况对 F_1 的影响无统计学意义;消费者的性别、学历、月收入与健康状况对 F_2 的影响无统计学意义。可见,零售药店要想在当前激烈的市场环境下重获竞争优势,从本质上应将竞争策略从传统单一的价格竞争转移到差异化服务的竞争上。

3.2 药店服务存在的不足

目前国内药店的差异化服务依然存在以下不足:(1)零售药店普遍存在驻店执业药师人数不足。据国家食品药品监督管理总局(CFDA)官方数据显示,截至2016年2月,零售药店共计453038家,药店执业药师注册人数总计228767人,执业药师平均配备率约为50.50%,远不能满足药店广泛而切实地开展差异化药学服务的需要^[9]。(2)国内驻店执业药师总体执业水平偏低。CFDA官方数据显示,我国现有执业药师注册人员中,本科以下学历占比65.70%,非药学专业人数高达112516人,占注册执业药师总数的42.00%^[9]。零售药店药学人员专业知识与药学服务的要求存在差异,所学课程主要以化学或中药学为主,缺乏临床用药知识和经验,无法有效地审核处方和指导合理用药^[10]。(3)药店营业员药学服务意识不高,绝大多数在向消费者售药时,明显存在用药服务信息提供的缺失。药店的服务过程仅局限于产品推荐、告知用法用量上,且对消费者最终用药结果和用药依从性不承担责任^[11]。(4)药师等专业人士上岗后由于缺少再学习,停留在“卖出药品就完成任务”的陈旧观念上,故不能充分发挥药师及营业员在差异化药学服务上的主体作用。(5)绝大多数零售药店缺少对患者情况的跟踪,虽有些药店开展了会员服务,建立了会员信息数据库,但其内容简单,未能充分发挥差异化药学服务的作用,为差异化药学服务提供的配套工具也不足,诸如建立消费者健康资料档案、设立提供药学服务的专用场地和设备等^[12]。

3.3 对零售药店提升竞争力的建议

3.3.1 做好顾客细分 零售药店应进一步加大会员数据库信息建设的力度,利用会员顾客信息数据的挖掘做好顾客细分。即通过办理会员卡的方式,建立会员档案,获取顾客的基本信息,依托会员制服务的推进,进一步完善会员顾客数据库的信息。以消费者年龄及月收入为标准对顾客进行细分,通过对其进行药店服务满意度问卷调查,以进一步了解不同顾客需求的差异,更好地为其提供特色化服务。

3.3.2 提升专业药学服务水平 引入“互联网+”等最新的信息化技术成果,全面提升零售药店的药学服务质量与水平:①利用互联网的远程优势,让驻店执业药师或营业员通过网络对消费者进行用药指导^[13],其中应对低收入消费人群的用药指

导需求给予更多关注。②依托互联网在线教育资源进行专业药学人才队伍的培养和服务观念的转变。③利用云技术扩展和延伸药店的专业药学服务项目,尝试对药店的顾客尤其是中、老年群体建立健康档案,记录其家族病史、过敏史和不良反应史等影响安全用药的信息,将健康档案保存到特定的云服务器上;同时结合其药历记录,利用云计算技术,通过大数据分析,第一时间将有关安全用药、健康养生及最新药品销售信息推送给消费者,提高其自我保健及药疗的意识。

3.3.3 关注顾客便利需求差异,创新服务形式 关注 F_2 需求的差异性,创新服务形式,实施以健康为主题的多元化经营:①在社区开展各种活动,如对中、老年人群开展免费测量血压等健康服务,也可专门代客加工中药饮片、研粉泛丸。②对社区中行动不便的顾客或电话及网络订药的顾客提供送药上门服务。③建立缺货登记簿,对于缺口较大的药品进行集中采购,对于缺口较小但急需的药品采用网络代购或联合就近其他单体药店的方式集中采购,以热心为民的服务态度树立良好的口碑。④积极加入医保药店行列,做好药店内药品的合理分区、指示标志醒目、陈列饱满合理、方便拿取。⑤实施健康为主题的多元化经营,充当中、老年顾客的健康管家。秉承“药食同源、养生防病”的理念,将药品销售扩展到疾病预防、健康调养等方面来,如提供保健品、功能性食品、健康调理咨询服务等。

参考文献

- [1] 赵梅.新医改和现代商业背景下零售药店的生存现状与策略[J].中国药房,2015,26(4):575.
- [2] 中国医药物资协会.2014中国医药物资协会发展状况蓝皮书[EB/OL].(2015-01-28)[2015-11-22].http://news.xinhuanet.com/2015-01/28/c_1114169253.htm.
- [3] 肖辛垣,罗玉川,罗金玉,等.实施GSP提升医药连锁药店的核心竞争力[J].中国药房,2009,20(10):798.
- [4] 陈玉文,李野,熊慧玲,等.药店顾客需求特征及影响因素分析[J].中国药房,2008,19(10):797.
- [5] 倪永兵,褚淑贞,黄文龙.基于因子分析的零售药店药学服务质量评价的实证研究[J].南京社会科学,2010,22(4):42.
- [6] 李维涅,詹卫雪.基于因子分析的海口市零售药店消费者评价指标研究[J].中国执业药师,2015,10(8):38.
- [7] 杜强,贾丽艳.SPSS统计分析:从入门到精通[M].2版.北京:人民邮电出版社,2014:116-117.
- [8] Helper CD, Strand LM. Opportunities and responsibilities in pharmaceutical care[J]. *Am J Hosp Pharm*, 1990, 47(3):533.
- [9] 国家食品药品监督管理局.国家食品药品监督管理局执业药师注册网络服务平台[EB/OL].[2016-03-16].http://zyys.sfda.gov.cn/zyysweb/app/zqlpweb/registselect.jsp.
- [10] 宁冬雁.对我国执业药师制度存在的缺陷分析[J].中国医药现代远程教育,2010,8(11):174.
- [11] 朱守惠.药学服务与零售药店的关系探讨[J].上海医药,2014,35(19):64.
- [12] 吴幼萍,谢青.零售药店如何提升药学服务水平[J].上海医药,2009,30(12):563.
- [13] 金朝辉,顾锦建,郑明琳,等.成都市区连锁药店药学服务基本情况调查[J].中国药房,2015,26(21):2893.

(收稿日期:2015-10-07 修回日期:2016-03-20)

(编辑:杨小军)