

之三



另一道曙光

社區型示範藥局

藥師公會推行示範藥局，迄今已有幾年的歷史，成效斐然，僅台北市便有九十餘家之多，對提升藥師專業形象，功不可沒。然而，筆者整理位於北市的示範藥局，赫然發覺：目前由藥師所經營的示範藥局，依照其營業形態大體上可區分成三類：

1.一般型：此類藥局主要以販賣成藥為主，僅具備藥師公會核准申請示範藥局的最低資格，即藥師親自駐店及一個毫不起眼的「調劑台」，而店面的絕大部份則陳列著各式各樣的成藥。此類藥局與一般藥房沒什麼差異，但為數最多。

2.過渡型：此類藥局調劑與成藥的販賣幾乎各佔營業額的一半，所以其「調劑台」乃較前者醒目。這種藥局可說是邁向醫藥分業過渡期的一種「產物」，數量較前者略少。

3.社區型：此類型的示範藥局與前二者有極顯著的差異。在經營上以調劑

開業藥師是服務社會大眾的尖兵，
和民衆的接觸最直接，是提升藥師
社會地位最快方法。

為主，所以有一極具規模的「調劑室」，間有鮮少的成藥及化粧品點綴。這類型的示範藥局其服務對象是以居住在與藥局所在地的社區民衆為主，除了輔導民衆使用國民處方選輯，並且接受醫師處方而進行核對，還不時提供民衆用藥知識，以確保民衆的健康與安全；對藥師形象的樹立有極大貢獻，可惜為數甚少。

藥局可說是藥師接觸民衆的最前線，現今藥局、藥房林立導致藥界呈現一片混亂之象。然而，藥師公會之所以在此際推行示範藥局，其本意在建立藥師的新形象，以發揮團隊精神，進而確立藥師的社會地位——社區型的示範藥局正

之三：另一道曙光——社區型示範藥局

是符合此項要求，為我們所期待的，筆者樂觀於此類示範藥局的新興，故做此專題介紹之。

一、社區型示範藥局的定義

所謂「社區型示範藥局」是筆者為現今示範藥局的發展與分類而命名的，其特色即一般所普遍稱謂的「社區藥局」(Community Pharmacy)相同。它與一般的開業藥局(如一般型與過渡型示範藥局)不同點是，一般藥局可能是設置在鬧區街上，而非住宅區中，亦非經規劃中的社區，所以與社區發展無關，不必與社區的公共衛生推展，有密切的聯繫。社區藥局，是隨著社區的發

展，負責社區公共衛生的推廣與維護，建立Family Drug History，為整個社區個人健康資料的一部分，並提供Drug information Service 給社區醫事人員及社區居民，做為社區衛生教育的一部分，同時，由於有普遍性與大眾化(popular)的特性，將擔任重要的Screening和轉介(refer)任務，並成為社區醫藥中心。亦即，深入社區的民衆家庭內；成為社區中每一家庭衛生顧問，並參與社區建設工作，儼如家庭藥師(Family Pharmacist)的意味。以日本為例，成立於1930年的日本學校藥師會，目前已擁有數萬藥師的會員，他們的職責範圍包括：①照明②噪音③空氣污染④黑板管理⑤水衛生⑥衛生設備⑦學校清潔⑧食品

顯示當時的藥局
(西元1722年)



之三：另一道曙光——社區型示範藥局

生⑨游泳池管理⑩洗手台等10個項目，類似的工作，設由社區藥師在社區來做。

二、實際例子

座落於忠孝東路五段的一家示範藥局，其負責人乃是本校校友，這位學姐以其本身做例子為我們說明所謂社區型示範藥局與其他型式的藥局、藥房有什麼不同點。首先陳學姊強調，經營藥局應重視宣導工作的推行；因為只有在民衆對藥品有充分的認識與了解之後，才能好好的與醫療人員配合，使藥品發揮其功效，進而達到預期療效而保障民衆健康。可是，在宣導用藥知識的當兒宜採和緩的態度，否則非但不能取得病患的認同，甚或可能得到反效果。其次調劑所用的藥品須達一定的品管標準，她表示目前國內雖有許多藥廠，但良莠不齊；尤其是那些家庭式的小廠限於資本額及設備，所生產的藥品不論藥效或穩定性都有問題，因此現今採用的都是GMP廠出品，營業利潤雖薄卻頗受好評；此外，同時提出數種藥品仔細地為顧客分析其療效、正負兩面的影響及經濟效益以供民衆參考，再由患者本身決定購買何種藥品，可增加顧客的信賴。另外，陳學姊也考慮到人的體質並非一成不變，且患者在用藥之後病情可能有所轉變，所以除非患者要求，通常僅調配一日的劑量。如此一來，才不會浪費患者的金錢，也才能充分利用藥品的療效不致造成浪費。就是這樣的慘淡經營半年之久，陳學姊逐漸地打入該社區民衆的內心，現在已不同二年多前那麼光景。民衆起先由不信任到懷疑直到現在的完全依賴，這便是一個成功社區型示範

藥局的模範。

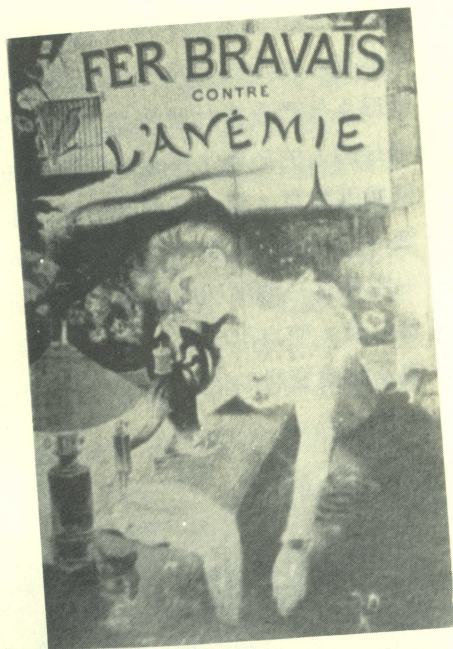
一個實例是，在筆者進行採訪的當兒，正好有一民衆來藥局詢問學姊關於鎮靜劑的使用。只見學姊細心的詢問該人的身體狀況及過去用藥情形，並一再的叮囑注意事項。因此筆者相信：陳學姊與該社區民衆已不再只是顧客與藥商的關係，她是民衆用藥的顧問、健康的保母；他們若有什麼醫藥上的疑問，甚至身體上的病痛，都會來找陳學姊，請她提供意見，儼如是他們的專任家庭藥師一般。陳學姊說：做為一個開業藥師一定要有一個深切的認識：要不斷地充實自我，使自己成為一個真正的藥物專家及醫藥資訊的傳達者，透過廣泛不間

顯示醫生與藥師
正在討論處方的
木刻



之三：另一道曙光——社區型示範藥局

19世紀色彩豐富的
專利藥品廣告。
當時靈丹廣告，
均屬於沒有政府
許可
證。



諷刺當時藥品「
廣告藥」成為眾
人信賴的仙丹。

斷的服務，使經營的藥局成為社區衛生保健的諮詢中心，不但是醫師的伙伴更是病患的朋友。千萬不可為了貪圖己利而將病患當成肥羊任意烹殺。她強調世上並沒有所謂的仙丹或特效藥。今天藥界一片混亂除了一般民衆對藥品的認識不夠，那些不肖的藥販、藥商更要負大部責任。為什麼一般藥房幾乎都比正規藥局有賺頭？究其原因，乃是不肖之徒利用民衆對藥品的認識不清，胡亂吹噓藥效，致使劣藥、「廣告藥」等充斥市場而成一片紊亂。因此不貪得暴利，取得合理報酬，並且不厭其煩地向患者解說服用藥品應注意的事項與應有反應，是每一個開業藥局成功的因素。

綜上所述，我們可以發現，一個成功社區示範藥局必須做到下列兩點：

一、深得民心，
取得民衆信

現今藥師似乎有一種清高的想法，自以為是具有專業知識的「高級人才」，就應該享受國家所付予的權利，而不積極的自我宣傳，在民衆間取得重視與信任。因此，社會大眾只知道有醫師、護士而鮮少知藥師的存在；「拿藥找醫師，用藥問醫師」成為理所當然的事情，如同大眾咸認為就讀醫學院的學生，畢業後就是衆所矚目的醫師了，而藥師則淪為數數藥丸的伙計或販賣成藥的商人。

現今的行政法令是衆多相關壓力團體協調下的產物，而它的最大依據則是民間普遍的意識。因此藥師們不能再將自己關在「藥界」的象牙塔中，而要積極的推銷自己，推銷藥師的社會功能。民衆不再迂腐無知，他們需要專業知識與知性的服務，因此不能學習一般藥房過份渲染藥效，譁衆取寵，而以適度不誇大的宣傳來推介藥師的正面功能，宣傳藥即是毒的觀念，以導正民衆用藥常識。

二、自我充實， 取得醫師信任

現今醫藥不能分業，醫師不願交出處方，其最大癥結在於現任在職藥師是否有能力接受處方，予以調劑。行政院衛生署曾會同藥師公會全國聯合會在全省千餘家藥局藥房進行調劑處方能力抽查，結果卻發現，全國千餘家藥局能接受醫師處方而調劑者，不到百分之十，即使在台北市藥師親自執業的示範藥局中，也有百分之四十看不懂醫師處方，這份抽查的成績單，成為醫師不願交出處方的最大理由。

此外，確立診療費的觀念，如顧客要調劑劑，一天藥費實際為五〇元，以相同藥品在醫院則需要多四倍診療費，這一點，藥師必須不厭其煩的告訴顧客。灌輸消費者診療費的觀念，使全台灣消費大眾皆知診療費為五倍藥價這個事實，自然消費大眾就會支持醫藥分業，迫使醫師交出處方。



諷刺家用治療藥物
及專賣藥物

(西元1822年)