



现代药店管理系列丛书

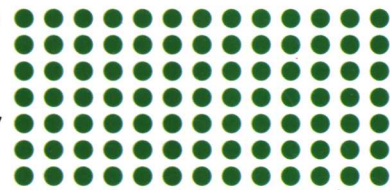
药店

经营管理

实务

主编
陈玉文

YAO DIAN
JING YING GUAN LI
SHI WU



中国医药科技出版社

现代药店管理系列丛书

药店经营管理实务

主 编 陈玉文

副 主 编 李学良 钟素艳 金丹凤 王淑玲

编写人员 (按姓氏笔画排名)

王淑玲 刘 皓 严 明 李学良

李维涅 吴 锦 陈玉文 陈 晶

张 铭 金丹凤 孟令全 罗 刚

杨亚明 杨 悦 杨舒杰 钟素艳

袁红梅 郭 莹 董 丽 琚志燕

中国医药科技出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

药店经营管理实务/陈玉文主编. —北京: 中国医药科技出版社, 2006.3

(现代药店管理系列丛书)

ISBN 7-5067-3375-7

I. 药... II. 陈... III. 药品—专业商店—商业经营—基本知识 IV. F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 010570 号

美术编辑 陈君杞

责任校对 张学军

版式设计 程明

出版 中国医药科技出版社

地址 北京市海淀区文慧园北路甲 22 号

邮编 100088

电话 010-62244206

网址 www.cspyp.cn www.mpsky.com.cn

规格 850×1168mm^{1/32}

印张 22

字数 540 千字

印数 1—4000

版次 2006 年 4 月第 1 版

印次 2006 年 4 月第 1 次印刷

印刷 北京市昌平区百善印刷厂

经销 全国各地新华书店

书号 ISBN 7-5067-3375-7/R·2797

定价 43.00 元

本社图书如存在印装质量问题请与本社联系调换

前 言

药品是特殊商品，药店是一种特殊的经营场所。对药店的经营与管理行为，国家有着系统、严格的政策和法规约束。药店作为零售业态的一种，伴随着药品零售市场的变化又有着其独特的经营之道，其经营管理者不仅需要具备一定的药事管理法规、药品知识与技能，还应掌握一定的经营和管理技巧，只有这样，才能创造出更好的经济效益和社会效益。

本书的特点主要有：①系统性和逻辑性。本书突出了系统性和逻辑性，涉及到药店经营管理的全部过程和内容。首先按药店经营与管理的逻辑顺序，对药店的开办、选址、营业场所设计、设施设备管理、采购、验收、仓储与养护、陈列、销售与促销、服务等主要工作环节的业务经营活动的方法、技术和策略进行了详细的论述，然后，论述了药品质量、价格、员工、财务、安全等管理问题以及网上药店的发展及开展情况，书后的附录中还收录了与药店经营与管理活动相关的法律法规。②理论联系实际。对经营与管理的理论不做系统性叙述，而是将理论与药店经营管理的实际有机结合，并突出体现药品零售经营的特点，强调药店不同于一般商店经营与管理的特殊性。③实用性和可操作性。本书更多的是提供药店经营与管理的手段和方法，技术和技巧，是药店经营管理者的好帮手。

本书共十六章。第一章药店的开办，介绍了药品与药店的特殊性以及药店开办的条件和程序；第二章药店选址，主要介绍了影响药店商圈的因素以及药店选址的原则和方法；第三章药店营

业场所设计，介绍了影响药店营业场所设计的因素以及药店店面设计、内部布局和药店环境设计的方法与技巧；第四章药店设施设备管理，介绍了药店经营所需的设施与设备以及对它们进行管理的手段和方法；第五章药品采购管理，介绍了药店药品采购的程序、采购计划制订、确定采购时间和数量的方法、采购合同和药品购进记录管理等内容；第六章药品验收，介绍了药品验收的原则、程序和方法以及验收记录管理等；第七章药品的仓储和养护，介绍了药品仓库的建设要求，以及药品的储存、保管、养护与在库检查的一般方法；第八章药品陈列，介绍了药品陈列的原则、要求、方式、技巧与艺术，以及陈列药品的标价、补货及盘点的技术与方法；第九章药品销售与促销，介绍了非处方药品及保健品等销售过程中，药品消费者消费行为分析，药品促销的模式、方法与策略等；第十章药店服务管理，介绍了药店服务的形式与内容，服务的主体与职责以及服务的技巧与艺术等；第十一章药店质量管理，介绍了GSP对药店的软硬件要求和药品经营质量管理方法和常见质量事故处理的原则和方法等；第十二章药品价格管理，介绍了影响药品价格的因素，药品的定价方法和策略以及价格调整策略；第十三章药店员工管理，介绍了药店的工作岗位职责，员工的选用、培训与教育和员工健康检查管理等；第十四章财务与收银作业管理，介绍了药店收银作业的工作流程、原则和要求以及会计凭证、账簿管理和财务管理的主要内容；第十五章药店安全管理，介绍了药店偷盗、抢劫和火灾的防范与处理方法；第十六章网上药店，介绍了国内外网上药店的开展情况，网上药店的优势与制约因素以及网上药店运营的基本技术。

本书主要适用于经营与管理药店的管理者、药店的工作人员，也可作为从事药事监督、管理人员的参考书，还可以

作为药店员工培训之用，同时还可供各药学高等院校相关专业学生参考、学习，也可作为药学高等职业技术教育教材使用。

本书难免有不当与疏漏之处，望广大读者批评斧正。

陈玉文

目 录

第一章 药店的开办	(1)
第一节 药品和药店的特殊性	(1)
一、药品的定义.....	(1)
二、药品的特殊性及对药店经营管理的影响.....	(1)
三、药店及其特殊性.....	(4)
四、药店的功能.....	(6)
第二节 药店的开办	(7)
一、申请开办药店的手续.....	(7)
二、基本医疗保险定点药店的申报与管理.....	(9)
第二章 药店选址	(13)
第一节 目标市场选择	(14)
第二节 商圈分析	(15)
一、商圈的定义及构成.....	(15)
二、影响药店商圈的因素.....	(16)
三、商圈的划定方法.....	(17)
四、药店商圈分析要考虑的因素.....	(19)
五、商圈分析的意义.....	(22)

第三节 药店地址的选择	(23)
一、药店位置类型及对药店经营的影响	(23)
二、药店地址选择的原则	(24)
三、药店选址应考虑的因素	(25)
四、连锁药店总店与分店的选址	(26)
五、药店选址的过程与方法	(26)
第三章 药店营业场所设计	(31)
第一节 药店营业场所设计的重要性和宗旨	(31)
一、药店营业场所设计的重要性	(31)
二、药店营业场所设计的宗旨	(32)
第二节 影响药店营业场所设计的因素	(33)
一、行业的特性	(33)
二、顾客的需求	(34)
三、竞争的驱使	(34)
四、与周边环境相协调	(34)
五、要符合相应的法律和法规	(35)
第三节 药店店面设计	(35)
一、药店店面设计的原则	(35)
二、药店店面设计的类型	(37)
三、药店出入口设计	(38)
四、药店招牌设计	(42)
五、药店橱窗设计	(52)

第四节 药店内部布局	(56)
一、药店的空间布局.....	(56)
二、药店顾客流动线设计.....	(59)
三、货架布局.....	(64)
四、药品类别面积与位置的配置.....	(69)
五、营业场所的内部辅助区域设计.....	(71)
第五节 药店环境设计	(78)
一、色彩.....	(79)
二、照明.....	(81)
三、温度和湿度.....	(87)
四、声音.....	(88)
五、气味.....	(90)
六、卫生条件.....	(90)
七、药店的装饰与用材.....	(91)
第四章 药店设施设备管理	(95)
第一节 我国相关法规对药店设施设备的要求	(95)
一、GSP 对药店设施设备的要求	(95)
二、GSP 实施细则对药店设施设备的要求	(96)
第二节 药店设施设备的分类和配置原则	(98)
一、药店设施设备的分类.....	(98)
二、配置设施设备的原则.....	(100)

第三节 营业场所用设备设施及其管理	(101)
一、营业场所的环境管理	(101)
二、药品陈列展示设施及管理	(103)
三、包装打码设备管理	(105)
四、收银设备管理	(106)
五、多媒体设备管理	(112)
六、购物篮	(113)
七、符合药品特性需求的设备	(113)
八、顾客休息区的设备	(113)
九、便民服务设备	(114)
十、药学服务设备	(114)
十一、药店广告宣传设备	(115)
十二、促销区设备	(115)
十三、员工休息区设备	(115)
十四、安全设备	(116)
十五、经营中药饮片所需的调配处方和临方炮制的设备	(120)
十六、分类、指引、区别、识别设施	(122)
第四节 药店储存与保管用设施设备及其管理	(122)
一、药品储存的设施设备及其管理	(122)
二、通风、防潮设施设备及其管理	(123)
三、检测和调节温、湿度的设施设备及其管理	(123)
四、特殊管理药品、贵重药品的专用保管设施设备及其管理	(125)
五、符合药品特性要求的常温、阴凉和冷藏保管设施	

设备及其管理	(126)
六、消防、安全防盗设备及其管理	(126)
七、防尘、防虫、防污染和防霉变等设施设备及其管理	(127)
八、验收养护用设施设备及其管理	(127)
九、标牌及其管理	(128)
第五章 药品采购管理	(129)
第一节 药品采购的一般程序	(129)
一、药品进货程序	(129)
二、供货企业的法定资格与质量信誉的确定	(130)
三、购入药品合法性的审核	(132)
四、供货单位销售人员合法资格的验证	(132)
五、首营品种需经审核批准	(133)
六、签订有质量条款的合同并执行合同	(134)
第二节 药品采购管理的制度	(134)
一、药品购进质量管理程序举例	(135)
二、首营企业和首营品种审核制度举例	(137)
三、药品购进管理制度举例	(138)
第三节 药品采购计划的编制	(139)
一、按顾客需要确定采购计划	(140)
二、ABC分析法	(141)
三、药品品种组合	(141)

第四节 采购数量和采购时间的确定	(142)
一、经济订货批量模型	(142)
二、EOQ 延伸	(143)
三、定期订货法	(146)
四、订货时间的确定	(147)
第五节 采购合同及管理	(151)
一、采购合同包含的内容	(151)
二、签订采购合同要注意的事项	(153)
第六节 药品采购渠道类型、方式及谈判	(154)
一、药品采购渠道类型及特点	(154)
二、采购方式	(154)
三、药品采购过程的谈判	(155)
第七节 对药品购进记录的管理	(156)
一、药品购进记录和保存	(156)
二、填写购进记录时应注意的问题	(156)
第六章 药品验收	(158)
第一节 药品验收的原则和程序	(158)
一、药品验收的原则	(158)
二、药品验收的程序	(159)
第二节 药品验收的方法	(160)
一、药品外在质量的验收与检查	(160)

目 录

二、药品外观性状的验收与检查·····	(168)
三、非药品的验收与检查·····	(174)
第三节 验收记录及其保存 ·····	(176)
第四节 药品检查验收管理制度 ·····	(179)
第五节 药品拒收(退货)作业管理 ·····	(181)
第七章 药品的仓储和养护 ·····	(183)
第一节 药品仓库的建设要求 ·····	(183)
一、仓库面积和环境的建设要求·····	(183)
二、仓库内建设的具体要求·····	(183)
第二节 药品的储存管理 ·····	(184)
一、影响药品质量的因素·····	(184)
二、药品储存的基本要求·····	(187)
三、药品储存中的效期管理·····	(189)
四、药品储存中的色标管理·····	(191)
五、特殊管理药品的储存·····	(191)
六、货位的规划·····	(191)
七、堆垛·····	(192)
八、药品储存管理制度·····	(193)
第三节 药品的保管与养护 ·····	(195)
一、药品的保管·····	(195)
二、药品的养护·····	(196)

三、不同性质药品的保管与养护·····	(203)
四、药品在库养护管理制度·····	(213)
第四节 药品的在库检查 ·····	(214)
一、检查的时间和方式·····	(214)
二、检查的内容与要求·····	(215)
第五节 仓库卫生管理 ·····	(215)
第八章 药品陈列 ·····	(217)
第一节 药品货位布局 ·····	(217)
一、药品货位布局的原则·····	(217)
二、药品货位布局的方式·····	(219)
三、货位布局应考虑的因素·····	(221)
第二节 药品陈列的原则和要求 ·····	(224)
一、药品陈列的基本原则·····	(224)
二、药品陈列的要求·····	(228)
第三节 药品陈列的方式、技巧与艺术 ·····	(230)
一、药品陈列的方式·····	(230)
二、药品陈列的技巧·····	(233)
三、药品陈列的艺术·····	(237)
第四节 陈列药品的标价及补上货管理 ·····	(241)
一、药品的标价卡管理·····	(241)
二、补上货管理·····	(243)

第五节 陈列药品的盘点	(244)
一、盘点的重点	(244)
二、盘点人员的构成	(244)
三、盘点时应注意的问题	(245)
四、盘点前后的注意事项	(246)
五、陈列阶段的药品损失	(246)
六、减少陈列阶段药品损失的方法	(247)
第九章 药品销售与促销	(248)
第一节 药品的销售	(248)
一、处方药的销售	(248)
二、到处方的管理	(250)
三、药品的拆零销售	(255)
四、特殊管理药品的销售	(256)
五、中药饮片的销售	(256)
第二节 消费者行为分析	(257)
一、药品消费行为的影响因素	(257)
二、药品消费市场的特点及药店消费者消费行为特征	(260)
三、城市与乡村消费者购药心理分析	(262)
四、药店与消费者关系模型分析	(265)
五、药店消费者的类型分析	(267)
第三节 药店促销与促销组合	(268)
一、药店促销的概念	(268)

目 录

二、药店促销的作用·····	(269)
三、药店促销法则与核心·····	(270)
四、药店促销策略·····	(271)
五、药店促销组合·····	(273)
六、营业员心态和顾客心态与促销·····	(274)
第四节 药店促销的模式 ·····	(279)
一、店员促销模式·····	(279)
二、社区促销模式·····	(287)
三、体验促销模式·····	(291)
四、服务促销模式·····	(298)
五、药品展览与展示促销模式·····	(303)
六、多元化经营的集客促销模式·····	(307)
七、POP广告促销模式·····	(312)
第五节 药店销售促进技术 ·····	(321)
一、赠送优待券·····	(321)
二、折价优待·····	(325)
三、集点优待·····	(328)
四、退费优待·····	(331)
五、包装促销·····	(335)
六、交流与促销·····	(337)
第十章 药店服务管理 ·····	(339)
第一节 药店服务管理概述 ·····	(339)
第二节 药店的服务形式和内容 ·····	(342)

第三节 会员制服务	(346)
一、药店推行会员制的意义	(346)
二、我国药店会员制开展中存在的问题	(348)
三、药店实施会员制应注意的问题	(349)
四、会员营销	(351)
五、会员制运作流程	(352)
六、会员制运作的管理	(353)
第四节 药店服务主体及其职责	(354)
一、药店服务质量管理的规定	(354)
二、药店服务主体及其职责	(355)
三、药店服务质量管理制度	(358)
第五节 药店的服务技巧与艺术	(359)
一、让顾客满意的十大基本功	(359)
二、接待顾客的步骤	(361)
三、接待不同个性顾客的服务策略	(365)
第六节 顾客投诉处理	(367)
一、药店服务与顾客投诉的关系	(367)
二、顾客投诉意见的类型	(368)
三、处理顾客投诉的原则	(370)
四、不同投诉方式的应对策略	(370)
五、处理顾客投诉的管理制度与办法	(372)
第七节 药品不良反应报告管理	(377)
一、药品不良反应定义	(378)