



藥品代理商評選模式

余銘忠 1

國立高雄科技大學企業管理系 教授

陳綾萱 2

國立高雄科技大學 企業管理系碩士在職專班 研究生

一、摘要

由於藥品產業法規日益趨嚴及市場發展受限，臺灣學名藥廠及藥商之生存不易，經營越趨艱辛。為尋求方法突破，企業積極找尋理想的商業夥伴，而委託代理商執行商業行為即是企業經常使用之經營策略之一，公司代理商之優劣將攸關企業發展及企業經營效益。

有鑒於以往未有研究探討藥品產業之代理商評選議題，故本研究將針對藥品代理商評選之議題進行探討及建構其評選模式。

關鍵詞：藥品代理商、評選決策、分析層級程序法

Keywords: Drug Distributor, Selection Decision, Analytic Hierarchy Process (AHP)

二、動機與目的

在如此競爭、條件嚴峻的市場中，企業生存不易，選擇理想的代理商可協助企業將產品快速導入市場，也可減少企業開發或維護客戶的成本，提升企業經營效益，因此代理商評選對企業來說是一個相當重要的議題。

基於上述動機，擬以藥品銷售公司管理角度進行藥品產業在選擇代理商時，其選擇因素及決策模式之探討，提出本研究目的如下：

1. 根據藥品產業之現況，透過文獻探討及專家訪談，歸納整合藥品產業選擇代理商時評選代理商之評估因素。
2. 建立藥品產業代理商評選之目標層級架構，並用層級分析法（AHP）計算出各層級因素之權重，以找出關鍵因素。
3. 本研究冀望透過研究成果提供日後決策者在進行藥品產業代理商評選時之參考依據，並作為後續學者研究相關議題之參考。

三、相關文獻與研究方法

擬藉由收集中央衛生主管機關法令法規、學者之相關研究文獻、藥品產業及其通路相關文獻資料，進行分析探討。共分為二個部分：第一節為藥品產業簡介，第二節為代理商/經銷商評選決策之相關文獻。再應用「分析層級程序法」以找出藥品產業選擇代理商之關鍵因素。

四、研究結果與討論

1. 本研究之藥品代理商評選由四個構面：客戶服務能力、銷售能力、市場拓展能力以及經營管理能力與十七項評估準則：提供藥品諮詢服務、提供不良品處理機制、提供客戶反應管道、銷售人員教育訓練制度、平均年銷售額、銷售專員人數、代理藥品品牌、銷售產品之治療類別、銷售人員業界經歷、主要銷售市場、銷售地區範圍、銷售往來醫院數、產品銷售計劃可行性、代理資歷、公司商譽、具備藥品販賣許可資格、公司內部人員專業能力所構成。
2. 四個構面重要性排序：經營管理能力(0.488605) > 市場拓展能力(0.24001) > 銷售能力(0.190409) > 客戶服務能力(0.080975)，C.I.值為 0.008762、C.R.值為 0.009736，兩者皆小於 0.1，均符合一致性程度之要求。
3. 十七項評估準則重要性以公司內部人員專業能力為最關鍵之考量因素。

五、結論

進行藥品代理商評選時，企業最看重的是該代理商經營管理能力而非銷售能力。一間公司若是擁有好的商譽、代理資歷也長且公司內部人員皆能發揮其專業能力各司其職協助公司運作，代表一家公司是長期處於穩定發展的階段，銷售能力自然有其一定水準；此外，得以在該產業生存多年相信必定有其相當之市場優勢。