



國立高雄應用科技大學
企業管理系碩士班

碩士論文



連鎖藥局展店關鍵因素之研究－以NB連鎖藥局為例

A study on the key factors of the pharmacy chain stores expansion
– Evidence on the NB pharmacy store

研究生：楊莉玫

指導教授：李政峰 博士

中華民國 100 年 6 月

連鎖藥局展店關鍵因素之研究－以NB連鎖藥局
為例

A study on the key factors of the pharmacy chain stores
expansion – Evidence on the NB pharmacy store

研究生：楊莉玫

指導教授：李政峰 博士



國立高雄應用科技大學

企業管理系碩士班

碩士論文

A Thesis

Submitted to

Department of Business Administration

National Kaohsiung University of Applied Sciences

In Partial Fulfillment of Requirements

For the Degree of Master of Business Administration

June 2011

Kaohsiung, Taiwan, Republic of China

中華民國 100 年 6 月

連鎖藥局展店關鍵因素之研究—以 NB 連鎖藥局為例

學 生：楊莉玫

指導教授：李政峰 博士

國立高雄應用科技大學企業管理系碩士班

摘 要

自 2008 年金融海嘯後，全球經濟相對保守，整體投資環境呈現不明狀況，但婦嬰用品、保健食品及藥粧相關產業仍於零售市場中屹立不搖，店數亦有漸增之趨勢，顯示此產業之蓬勃發展，與國人的生活已密不可分。無論是何種定位的藥粧店，商品組成不外乎健康、美麗、居家自用三大類，藥粧通路扮演著守門員角色，為顧客挑選最優質的商品，由專業人員嚴選把關使顧客能放心的選購所需商品。然而，成功的經營連鎖商店，其所需的條件很多，為清楚這些條件為何，本論文選取店齡、商圈人口數、可見度、商圈同業競爭與賣場面積等五個變數，以 NB 連鎖藥局為研究對象，使用問卷調查資料，研究這些變數對經營績效的影響。實證結果顯示，店齡、商圈人口數、商圈同業競爭與賣場面積對經營績效之影響有顯著的正相關；唯商店可見度對於經營績效的影響並不顯著。因此，在展店策略的實務上，店齡、商圈人口數、商圈同業競爭與賣場面積，具有關鍵性的影響。而可見度變數呈現不顯著的現象可能與資料測度有關。所以，在實證上可見度對公司經營績效相對影響性小，可不列入考慮因素。

關鍵字：連鎖藥局、展店策略、經營績效、迴歸模型。

A study on the key factors of the pharmacy chain stores expansion
– Evidence on the NB pharmacy store

Student : Li-Wen Yang

Advisors : Dr. Cheng-Feng Lee

Institute of Department of Business Administration
National Kaohsiung University of Applied Sciences

Abstract

Since the 2008 financial crisis, the global economy is relatively conservative, the overall investment environment present situation is unknown, but maternal and infant supplies, health food and drug and beauty-related industry is still in the retail market in the survive this, number of stores are also getting trend, showing The industry flourished, and people's lives have been inextricably linked. No matter what kind of drug store location, commodity composition of no more than health, beauty, home occupied three categories, drug store channel plays gatekeeper role for the customer to select the best quality products, carefully selected by professionals so that customers can rest assured that checks to buy the necessary goods. However, successful business chain stores, many of the conditions necessary for clear why these conditions, the paper selects store age, district population, visibility, competition and shopping district with an area of five variables to chain drug NB Board to study, using questionnaire survey data to study these variables on business performance. The empirical results show that age stores, shopping district population, competition and shopping district with an area of impact on business performance have a significant positive correlation; CD store visibility of the impact on operating performance is not significant. Therefore, in

practical policy development shop, store age, district population, district and shopping area of the same competition, with a key influence. The visibility of the variables that showed no significant measure of the phenomenon may be related with the data. Therefore, the visibility of empirically the relative impact on business performance of small, may be included in considerations.

Keywords : chain pharmacies 、 shops strategy development 、 performance regression model



第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

近年來，全球經濟景氣快速成長，再加上市場開放與自由化的因素，隨國民所得大幅提升，生活習慣也有很大的改變，國人漸漸重視精神層面與彰顯自我價值觀的滿足。就消費層面來看，最大的改變是消費觀的轉變，隨著經濟快速的成長與國民所得的增加，國內整體消費能力也跟著大幅上升，消費力顯現在各個零售產業上。

首先，由於整體產業潮流與社會價值觀的轉變，自然屬於消費性產業中的婦嬰幼兒用品亦不會排除於外。隨著國人生活水準不斷的提高，但出生率卻逐年遞減，孩子在父母親心中的地位變成寶貝，父母盡己所能給予孩子最優的生活品質環境，願意花費更多金錢購買好品質與有價值的商品。因此，嬰幼兒用品市場漸被重視，並快速蓬勃發展，市場競爭者也不斷湧現，消費者有更多採購比較的平台，致使現今婦嬰用品零售產業面臨一個價格競爭激烈的環境。

接著，在資訊科技進步的年代，台灣極力推動全民保健顯著，加上高齡化的人口遞增，使得保健食品已由早期的奢侈品，轉變成一般普遍大眾皆必需之保健品。雖然國內經濟在 2008 年歷經劇烈震盪，特別是從第 4 季開始，隨國際金融海嘯發生以來，國內整體經濟隨之反轉，但國人對保健食品的需求絲毫不減。(陳淑芳，2009)。在圖 1-1 中，依據食品所 ITIS 計畫調查及推估，2008 年台灣保健食品市場規模仍維持上漲的趨勢，整體市場規模約有新台幣 677 億元。

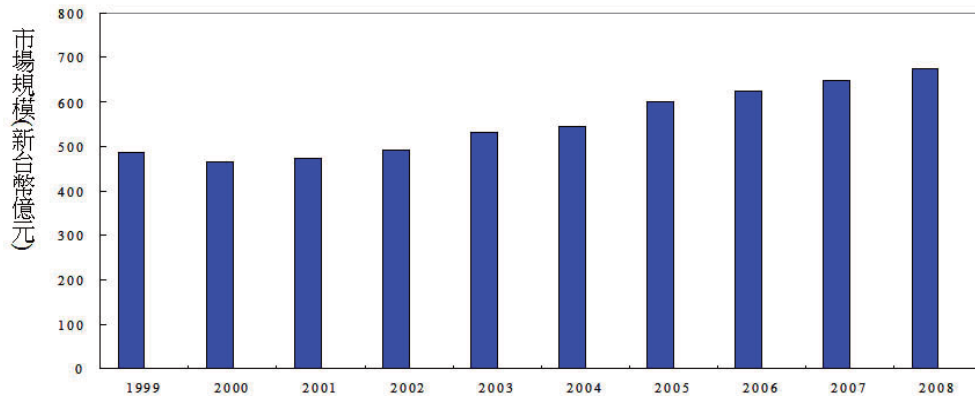


圖 1-1 台灣保健食品市場規模

資料來源：台灣食品所ITIS計畫調查與推估

最後，連鎖藥局產業在台灣發展已有20年以上之久，近年來在全民健保、藥品自由化、醫藥分業等制度的衝擊，加上資訊自由化引導消費者消費型態轉變下，經營環境更具挑戰性，然而在藥局產業特性限制下，許多連鎖藥局產業面臨體制改革與重整，以順應市場發展並尋求新的定位。

第二節 研究目的

台灣零售服務產業在全球經濟自由化的過程中，面對連鎖經營趨勢和變革下造成極大的衝擊。國外集團挾著雄厚資金和成熟的經營管理技術，運用連鎖經營的競爭優勢在國內攻城略地；國內集團為維持永續經營，有些和國外大廠結盟，有些研習國外的經營優勢再結合本土特色，紛紛成立連鎖體系，並和國外的連鎖店進行競合。而傳統商店在面對內外夾擊的衝擊下，有的失去競爭力而結束營業，有些轉型到加盟連鎖行列，也有的進行體質調整來固守原先即有的市場。

現今藥局的經營已不再是在傳統藥局的角色，僅提供藥品銷售服務，於是取而代之是以專業、多元及便利為訴求的大型連鎖藥局相繼成立，因應藥品零售市場的擴大，藥局已跨越只銷售藥品的設限，兼賣保健、美容

與婦幼等用品。在消費市場環境與消費趨勢的變遷下，以迎合顧客多元的需求，連鎖藥局開始強化「專業」、「複合」、「多元」、「便利」的經營模式(蔡玉琴，2007)。

藥局連鎖化已是當前之趨勢，目前台灣連鎖藥局產業已處於經營變革與競爭白熱化時期。因此，影響台灣連鎖藥局產業之展店關鍵因素為何？何者為此連鎖藥局展店所應考慮之方向，成為本研究之主要目的，希望藉由個案藥局的各個直營連鎖店的店齡、商圈人口數、可見度、商圈同業競爭、賣場面積等因素的分析，其與經營績效的關連性了解藥局的經營管理方面的問題。希望藉由學理與實務的觀察能做為產業經營者未來經營之參考。本文內容共分為六個章節，依序概略敘述如下：第一章 緒論，提出本文研究連鎖藥局展店關鍵因素的研究背景動機目的及架構。第二章文獻探討。第三章 藥局產業發展現況。第四章 研究方法，描述研究期間、樣本選取標準及研究方法之建立。第五章 實證分析。第六章 結論與建議，彙集本文結果，描述研究限制並提出對後續研究的建議。

第三節 研究流程



圖 1-2 研究流程

參考文獻

中文部分

1. 王琇嫻(2004)，「台灣連鎖便利超商市場需求預測--迴歸模型之應用」，國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
2. 行政院主計處(2009)，「國民所得統計及國內經濟情勢展望」。
3. 李錦炯(2003)，「獨立型藥局和連鎖藥局經營管理之比較研究」，淡江大學商管學院高階管理碩士學程碩士在職專班碩士論文。
4. 吳致平(1997)，「影響服務業連鎖潛力之重要因素探討」，國立東華大學企業管理研究所碩士論文。
5. 許景鈞(2003)，「大高雄地區不同連鎖型態藥局物流之研究」，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。
6. 許崧庭(2008)，「台灣藥局產業現況與未來發展」。
7. 張智勇(2010)，「台灣某一連鎖藥局商品供應鏈管理的物流資訊之研究」，國立中興大學高階經理人班碩士論文。
8. 經濟部投資業務處(2008)，「流通服務產業分析及投資機會」。
9. 經濟部商業司(2000)，「連鎖店經營管理實務」。
10. 蔡玉琴(2007)，連鎖零售商店服務據點特性與行銷策略績效之研究，南台科技大學企業管理研究所碩士學位論文。
11. 盧淑惠(2003)，「台灣連鎖藥局成長策略與關鍵成功因素之關聯性研究」，私立中原大學企業管理研究所碩士論文。

英文部分

1. Berman B. and J. R. Evans (1992),”Retail Management : A Strategic Approach”, N.Y.:Macmillan,5th ed,p.86.
2. Justis & Judd (1986)“Master Franchising: A New Look “ Journal of Small Business Management p16-21.
3. Kotler P.(1991),”Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control”, Prentice-Hall 7th ed., New Jersey.
4. Stern, L.W. and A.I. Elarketi-Ansary (1988),” Marketing Channels”, N.J.: Prentice-Hall 3 rd ed., p. 319~357.

