

# 약국에서의 환자응대를 위한 환자유형에 대한 연구

정소영\*

조은약국

(2019년 5월 1일 접수 · 2019년 5월 19일 수정 · 2019년 5월 21일 승인)

## A Study on Patient Type for Improvement of Patient Service in Pharmacy Gyeonggi-do Pharmacists' Association, Suwon City

So Young Jung\*

Joeun Pharmacy, Suwon 16698, Republic of Korea

(Received May 1, 2019 · Revised May 19, 2019 · Received May 21, 2019)

### ABSTRACT

#### Keywords:

patient type  
counseling  
drug decision method  
expertise

**Object:** Since the division of medicine, the main role of pharmacists has narrowed to prescription and medication guidance, and pharmacists are trying to find the right position and role of pharmacists in various ways. We analyzed the distribution of patients visiting the pharmacy and the type of counseling, and conducted this study to suggest ways to develop and provide better pharmacy services. **Method:** From January to December 2018, we visited and surveyed patients who visited a drugstore located in Suwon, Gyeonggi Province. **Results:** A total of 10,230 patients responded to a pharmacist during the past one year. 37.0% of males and 63% of females were in the study. There were more female patients than men in all ages. Of the patients visited, 49.3% of them decided to make their own OTC drug purchase, but 50.7% of them decided to make a purchase after consulting with a pharmacist. In addition, there was no significant difference in each age group. After consulting with a pharmacist, the decision to purchase the medicines was to purchase drugs for the family or friends. 33.8 percent of those in their 30s and 32.1 percent of their females were in their 30s, but men generally purchased medicines for themselves. For in-depth counseling for more than five minutes, nutritional counseling was the most common (39.1%), followed by external medicine and musculo-skeletal disease counseling. In the 30s who consulted the most, counseling on infectious diseases, growth, and immunity of children was the main topic. In their 50s and 60s, health counseling was the most common among themselves and their spouses. **Conclusion:** As the population ages and the safety consciousness is strengthened and the concern about health increases, it is necessary to change from 'pharmacist-centered' pharmacy management to 'patient-centered'. And pharmacists should improve their roles and responsibilities, and try to specialize and popularize pharmacies.

## 서론

의약분업 이후부터 약국업무에 많은 변화가 있었다. 약국의 업무는 처방조제 및 일반의약품 등의 판매이다. 그런데 의약분업 이후 약국의 주된 역할이 의사의 처방에 따른 조제서비스로 정착되면서 약국의 총수입 중 80% 이상이 처방조제로서 발생하고 일반의약품 및 의약외품 판매에 따른 수익은 20%를 넘지 않는다고 보고되었다.<sup>1,2)</sup> 이러한 변화로 약국개업 시 가장 중요하게 고려하는 사항이 유동인구 수에서 주위 병원의 분포도로 변화하였다.<sup>3)</sup> 이렇듯 약국의 본원적 기능이 조제약의 제공 업무로 편중되면서 약국의 특성화 서비스나 1차 의료의 담당자로서 건강관리 같은 전문 서비스의 제공기능은 약화되었다.

한편, 건강기능식품의 시장이 꾸준히 성장하였다. 2011년도 이후 5년간 생산실적은 연평균 7.4%씩 성장했으며 2015년도 생산실적은 1조 8,230억원에 달한다. 지난 2008년 8,030억원에서 7년 만에 2배 이상 증가할 정도로 가파른 성장세를 보였다. 이러한 시장 확대에도 불구하고 건강기능식품 판매를 위한 약국의 입지는 갈수록 좁아지고 있다. 이것은 자금력이나 유통력이 강한 헬스 앤 뷰티(H&B) 스토어가 성장하여 원하는 제품을 보다 저렴하고 쉽게 구입할 수 있게 된 것에 기인한다.<sup>4)</sup> 이에 비해 2015년 우리나라의 일반의약품 생산실적은 2조 4,342억원으로 2008년 2조 5,454억원 대비 4.4% 감소했다. 소비자들은 건강에 대한 관심이 증가했는데 일반의약품 시장이 축소되는 역설적인 상황이 발생한 것이다. 또한, 의약품의 소매점 판매 확대 및 화상투약기 도입문제가 대두되는 등 약국에서의 일반의약품 판매 부문은 계속 축소되는 실정이다. 이렇게 일반의약품 판매 비중이 축소된 것은 약사들의 총수익에서 상대적으로 적은 부분인 일반약 판매에 대한 관심도가 낮아지는 시대적 변화에 대한 약국의 대응 속도가 느린 것도 하나의 원인으로 볼 수 있다. 이러한 현실에서 사회가 요구하는 약사의 전문성과 사회적 역할에 관련하여서 많은 변화가 있었다. 약사들은 의약분업 체제에서 약사의 올바른 위치와 역할을 찾으려고 다각도로 노력 중이다. 사회적으로 약사의 위상을 높이기 위한 약사회나 유관단체의 역할도 중요하지만 약사의 직능확대를 위해서는 약사 개인의 신속한 대응과 준비가 필요하다.

이에, 본 연구에서는 약국을 방문하는 환자의 분포와 약사가 제공하는 상담유형에 대하여 분석하여 보다 나은 약국서비스를 개발하고 확산시킬 방안을 제시하고자 실시하였다.

## 연구방법

2018년 1월부터 12월까지 경기도 수원시에 소재한 일개 약국을 방문한 환자를 조사, 분석하였다. 본 약국은 앞쪽에 대로와 뒤쪽에 아파트 단지를 배후로 두고 4개의 의원이 위치한 건물 1층에 소재하며 조제전문 약국의 특성과 동네약국의 특성을 모두 갖춘 중간규모의 약국이다. 전 연령대 환자가 고르게 이용하며 수입원은 처방조제가 80%, 그 외 제품의 판매수입이 20%로 구성되어 지역약국으로서 대표성을 지녔다고 판단하여 약국으로부터 제공받는 각종 서비스에 대한 의문사항에 정보를 제공할 수 있는 모델로 선정하여 연구를 진행하였다.<sup>5)</sup>

연구대상은 20대 이상 성인으로서, 이들이 일반의약품 및 건강기능식품의 상담 및 구매를 위한 약국 이용 행태를 상세하게 조사하였고, 화장품과 의약외품을 구입하기 위한 방문은 제외하였다. 한 사람이 한 번 약국을 방문하여 다수의 약품을 구매하거나 상담하였을 경우는 약물이나 질병마다 각 1회 약국을 방문한 것으로 간주하였다. 그리고 정확한 집계 및 분석을 위해 약사 1명이 상대한 환자만을 집계, 분석하였다. 조사내용은 일반사항(나이, 성별)과 구매한 의약품의 질환별 분류 및 분포를 조사했고, 구매방법은 환자가 상담 없이 먼저 구매의약품을 결정한 경우(지정의약품 또는 진열의약품 구매 포함)와 상담 후 의약품을 구매한 경우로 분류하였다. 그리고 전문지식이 많이 요구되는 상담이 필요했던 의약품에 대한 분포도 조사하였다. 연구에 참여한 모든 환자의 개인정보와 관련된 사항은 비밀을 보장했고, ‘약국경영’보다는 ‘환자응대’에 중점을 둔 것으로 구매의약품의 가격과 상관없이 방문횟수만을 분석하였다.

## 연구결과 및 고찰

### 1. 약국 방문환자의 특성

1년간 본 약국을 방문하여 약사 1명이 대응한 환자는 총 10,230명으로 남자가 37.0%, 여자가 63%였고, 연령대는 20대 12.2%, 30대 33.9%, 40대 20.9%, 50대 21.5%, 60대 이상은 11.5%를 차지하여 30대가 가장 많았고 각 연령대에서 남자보다 여자의 방문 수가 많았다(Fig. 1).

방문환자 중 일반의약품(OTC)을 직접 지명하거나 진열된 약품을 직접 결정하여 구매한 경우가 49.3%, 약사와 상담을 통해 약품을 결정한 경우가 50.7%로 큰 차이를 보이지 않았으며, 연령대별로 적게는 44.2%에서 많게는 54.6%로 역시 큰 차이를 보이지 않았다. 본인이 약품을 결정하여 구매한 경우는 상담 후 약품을 구매한 후 재구매하는 경우

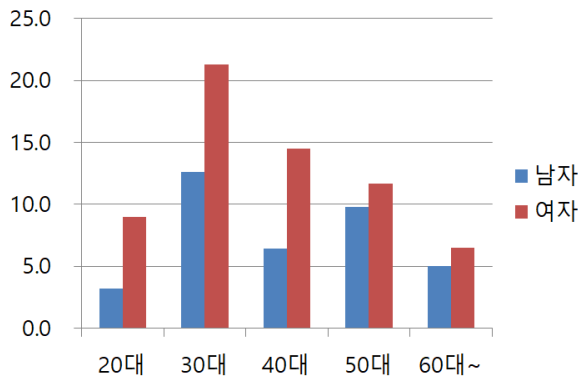


Fig. 1. 방문환자의 유형분포 (%)

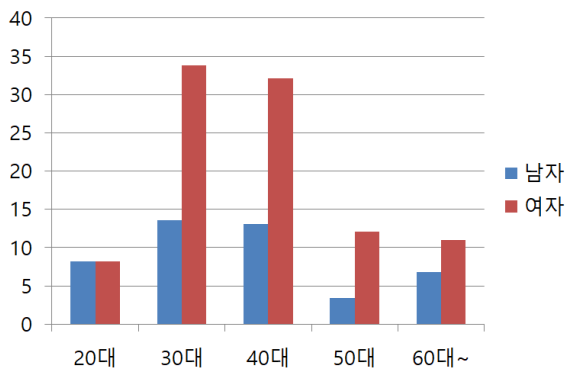


Fig. 2. 가족 및 지인의 약물상담 (%)

가 많았으나 정확한 분석이 어려워 본인이 약물을 결정한 경우로 간주하였다. 상담을 통해 약품을 결정한 경우 가족이나 지인을 위해 구매하는 경우가 많았는데 30대 여성이 33.8%, 40대 여성이 32.1%로 가장 많았고 대체로 남성은 본인의 약품을 구매하였다(Fig 2).

방문환자의 질환별 분포는 근골격계 질환으로 방문(20.4%)이 가장 많았고 호흡기 질환(19.7%), 외용약(14.6%), 소화기계 질환(13.8%)이 그 뒤를 따랐다. 장기간 복용하는 비타민류와 건강기능식품이 영양제 항목으로 분류되었고, 신경/심혈관계에는 치질, 정맥류에 해당하는 혈관탄력 질환과 불면증 치료제 및 멀미약, 우황청심원, 안정제를 포함했으며 기타 약물로는 피로회복제, 쌍화탕 및 드링크류, 성기능개선제, 피임제가 포함되었다. 또한, 쌍화탕 및 드링크류를 구매한 경우에는 상담 후 약품을 결정한 경우라도 본인이 직접 결정한 것으로 처리하였다(Fig. 3).

## 2. 질환별 약물 결정방법

질환별로 약품을 결정한 행태를 살펴보면, 영양제, 외용약, 호흡기질환 치료제 구매에서 상담을 거쳐 구매한 경우

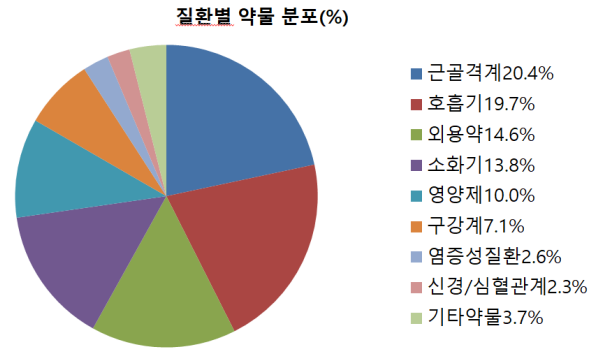


Fig. 3. 약국방문환자의 질환별 약물 분포

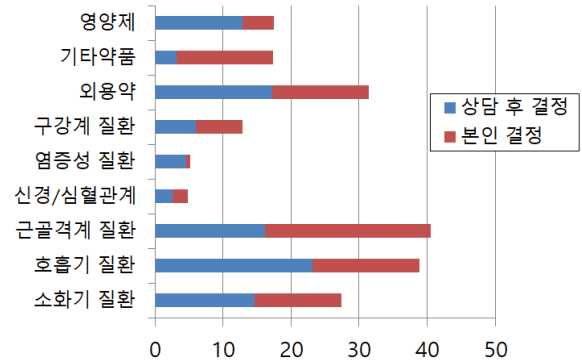


Fig. 4. 질환별 약물 결정방법 (%)

가 본인이 직접 약품을 결정한 경우보다 많았다. 근골격계 질환과 기타 질환의 경우, 본인이 직접 결정하여 약품을 구매한 경우가 많았는데 근골격계 질환에는 환자들에게 익숙한 진통제 항목이 포함되어 있고(39.0%) 손쉽게 결정하는 파스류가 포함되어 있기 때문이며(39.2%), 기타 질환에는 드링크류가 81.7%로 큰 부분을 차지했기 때문이다(Fig. 4).

## 3. 상담 후 약품을 결정한 경우의 질환별 분류

가장 관심 사항인 상담 후 약품을 결정한 때를 살펴보면, 가장 많았던 근골격계 질환의 경우 앞서 언급한 진통제 구매가 39.0%, 파스류가 39.2%를 차지했으며, 근이완제의 경우 21.8%에 달했다. 아래의 그림은 방문환자 전체의 유형(Fig. 1)과 비슷한 분포를 보이며 40대 남성의 경우 방문환자 수가 전체적으로 적었으며(Fig. 5), 호흡기계 질환도 비슷한 양상이었다(Fig. 6).

소화기계 치료약물의 경우 소화장애 및 위경련에 대한 약품 구매 건수가 가장 많았으며 위염의 경우 다른 질병에 비해 남성 수가 많았고 변비는 전 연령층의 여성이 현저히 많았으나, 특이하게도 설사의 경우는 20~40대 여성이 많았고

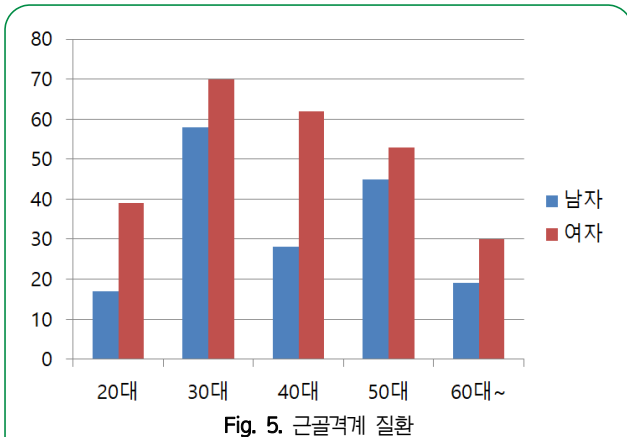


Fig. 5. 근골격계 질환

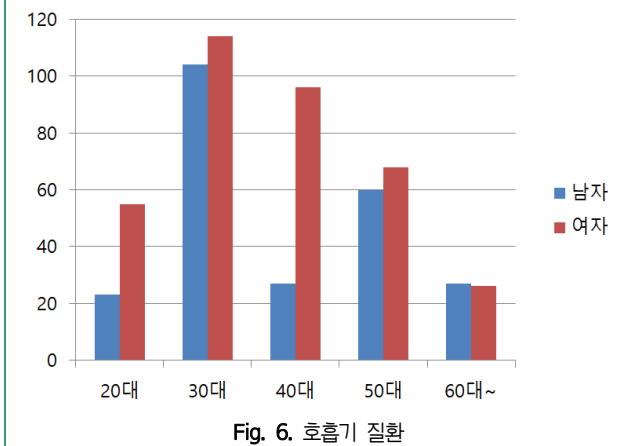


Fig. 6. 호흡기 질환

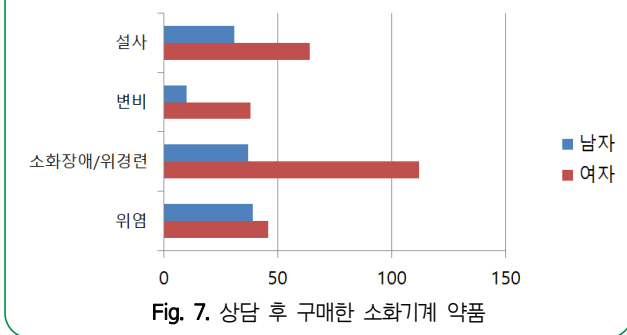


Fig. 7. 상담 후 구매한 소화기계 약물

다른 연령이나 남성의 경우에서 큰 차이가 없었다(Fig. 7).

외용약 상담의 경우, 안약이 차지하는 비중이 26.9%로 가장 많았으며 알레르기나 염증성 질환 보다는 안구건조증으로 인해 안약을 구매한 경우가 많았다(82.7%). 안약을 제외한 외용약 상담빈도에서는 상처나 화상연고를 구매한 경우가(21.7%) 가장 많았고 스테로이드 외용약(18.9%), 무좀약(18.3%)이 뒤를 이었다(Fig. 8).

특히 남성의 경우 외상연고, 무좀약, steroid 제제를 많이 구매하였다. 외용약 중 여드름 및 흉터 치료나 상처 치료용 연고제는 본인이 약품을 결정한 경우가 상담한 후 결정한

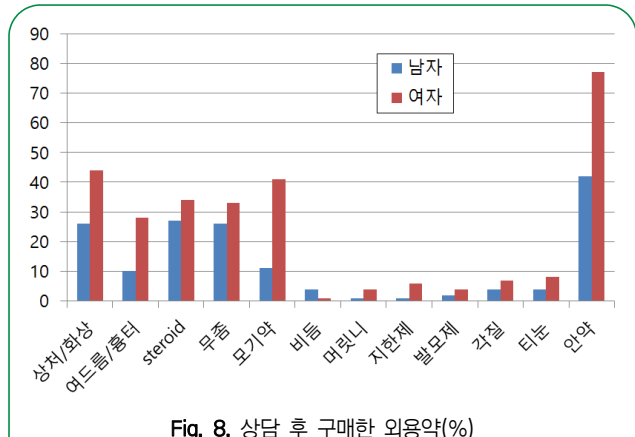


Fig. 8. 상담 후 구매한 외용약(%)

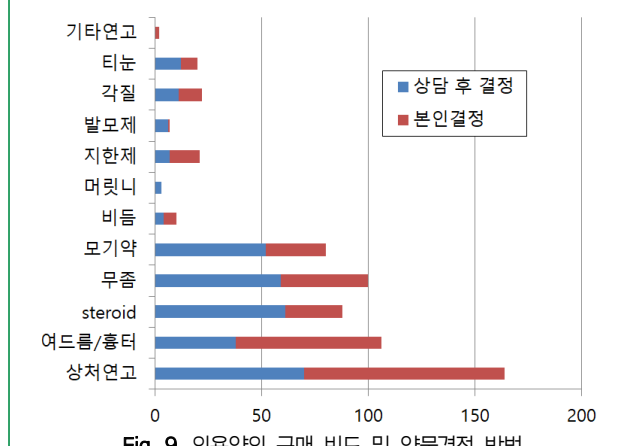


Fig. 9. 외용약의 구매 빈도 및 약물결정 방법

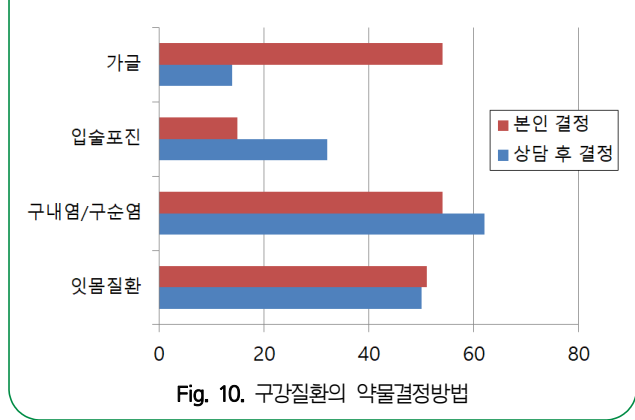
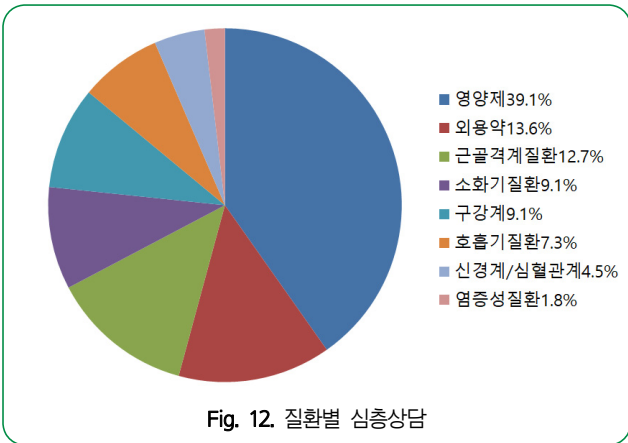
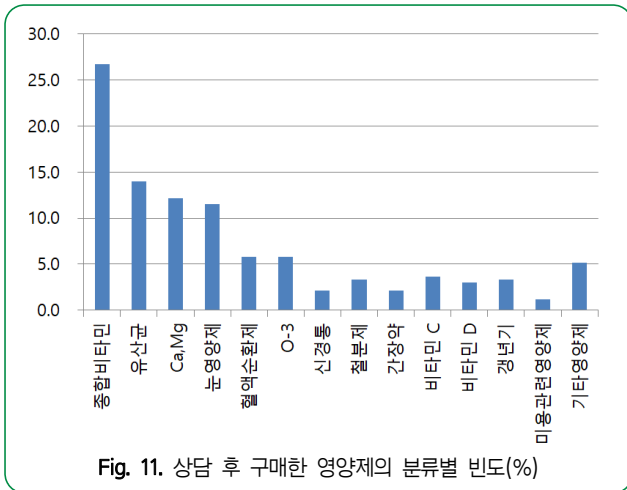


Fig. 10. 구강질환의 약물결정방법

경우보다 많았는데 이는 소비자가 대중광고의 영향을 받았을 것으로 사료된다(Fig. 9).

구강질환의 경우, 가글액은 본인 의사에 의한 선택이 높은 품목이었으며 잇몸질환은 두 가지 경우가 비슷하였는데, 이는 광고를 통해 인지한 제품을 지목한 경우가 있었고 상담 후 구매한 약품을 재구매하는 경우도 많았다(Fig. 10).

총 환자의 2.6%에 해당하는 염증성 질환에는 질염, 방광염, 기타 염증성 질환과 구충제 항목으로 나누어 조사하였



는데, 4가지 모두 상담 후 약품을 결정하는 경우가(88.2%) 현저히 많았고 현재까지 약사의 역할이 여전히 요구되는 부분이다. 73.6%의 환자가 상담 후 약품을 결정한 영양제의 경우 종합비타민이 26.7%로 가장 많이 구매하였으며 유산균 제품 13.0%, 칼슘 또는 마그네슘 함유제품 12.2%, 눈 영양제가 11.6%로 뒤를 이었다(Fig. 11).

비타민C의 경우, 장기복용을 위한 제품구매만 분석대상에 포함했고 임시복용을 위한 것은 전체 분석대상에서 제외했다. 갱년기 증상개선 제품에는 여성호르몬 대체제, 골관절 영양제를 포함했으며 미용 관련 제제는 기미, 주근깨 등의 피부미용 제품과 손발톱 영양제, 다이어트용 제품이 포함되었고, 기타 영양제로는 성장발육 촉진제, 엽산, 아연, 프로폴리스, 스피루리나 등을 포함하였다. 영양제에 대하여 상담한 환자는 남성이 30.4%, 여성이 69.6%를 차지하였으며, 이 중 가족 혹은 지인을 위한 의약품 구매를 경우가 35.8%에 달했다. 연령은 30대와 50대 모두, 그리고 60대 이상의 여성 비율이 높았다. 여기서 주의할 사항은 영양제를 상담하는 약사의 역량 및 질환을 바라보는 약사의 관점에 따라 분포가 달라질 수 있는 점을 고려하였다.

#### 4. 심층상담을 받은 환자의 특성

5분 이상의 다소 긴 상담이 필요했던 경우는 421건에 달했는데 그 중 영양제 상담이 39.1%로 가장 많았고 외용약 상담이 13.6%, 근골격계 질환 상담이 12.7%로 뒤를 이었다(Fig. 12).

가장 많이 상담한 30대 여성의 경우, 자녀의 감염성 질환, 성장 및 면역력에 대한 상담이 주를 이루었으며 50대, 60대는 본인 혹은 배우자를 위한 건강상담 비중이 높았다. 본인이 약물을 결정하는 비율이 높은 근골격계 질환에서는 진통제에 대한 심층상담률이 높았다(71.4%). 이는 환자들이

진통제에 대하여 많이 알고 있다고 생각하지만 실제로는 잘못 복용할 가능성이 높음을 의미하므로 본인이 진통제를 결정한 경우라도 상담을 통해 부작용이나 효과적 측면에서 더 나은 약품으로 대체되었다고 사료된다. 외용약의 경우에도 여드름 및 흉터나 상처 치료용 연고제는 소비자가 직접 결정한 제품을 구매한 경우가 많았는데(각 64.2%, 57.3%) 여드름 및 흉터 치료제의 경우는 심층상담 비율이 높았다(71.4%). 특히 근래에는 흉터 치료에 대한 관심이 높아졌기에 대중광고로부터 취득한 지식을 기반으로 소비자가 구매를 직접 결정하기보다 약사와 상담을 통해 선택하도록 유도하는 것이 바람직하다.

#### 결론 및 제언

최근 미래에 없어질 직종에 약사가 포함된다는 발표가 있는 반면, 약사의 고용이 증가할 것이라는 주장도 제기되는 등 약사의 미래를 두고 상반된 다양한 의견이 존재한다. 자동조제기의 사용으로 단순조제 업무량이 줄었고 조제로봇의 도입으로 약사가 취급하기에 위험한 항암제 조제를 자동화기기를 사용하여 효율을 높이는 실정이며 이 같은 경향은 지속적으로 확대될 전망이다. 한편 미국의 약사회는 자동화 기기의 도입확대를 부정적인 시각으로만 보지 않는다. 이는 미국 약사회가 약사의 능력을 단순히 조제업무에 국한하여 생각하지 않고 환자에게 약물사용을 상담하는 능력과 더불어 약물간 상호작용을 점검하는 역할을 완전히 대체할 로봇은 아직 없다는 점을 강조하고 있다. 오히려 일개 병원에서는 로봇조제시스템의 도입 이후에도 약사 인력이 감소하지 않았으며 심지어 약사의 권위가 향상되었다.<sup>6)</sup>

현재 우리나라는 약사의 직역이 축소되는 현실에 더불어 비도덕적 행위, 부실한 복약지도 행위 등 논란이 계속되면



서 약사의 자긍심과 위상이 훼손, 추락하는 중이다. 또한, 일부 분야이지만 환자의 지식수준이 약사의 그것을 뛰어넘는 경우도 종종 있다. 따라서 약사의 처방검토, 약물사용 모니터링, 복약상담 기능의 강화를 통한 직능향상이 중요해졌다. 인구의 고령화와 안전의식의 강화, 건강에 대한 관심이 높아지면서 지금까지는 ‘약사 중심’의 약국경영 행태가 문제없었으나 이제부터는 ‘환자 중심’으로 변모하지 않으면 더 이상 생존할 수 없는 시대가 도래하였다. 이에 약사는 사회가 요구하는 약사의 역량을 재고하고, 약국서비스의 차별화 전문화, 대중화에 매진해야 할 것이다.

## 참고문헌

- 1) Park HK, Choi SM, Kim YS. Pharmacy Operation Status Survey. Institute for Drug Policy Research. Seoul, 2009.
- 2) The 2nd Pharmacists' Future Development Institute Symposium. Korean Pharmacists' Association. 2017.
- 3) Lee HJ. Changes in location of pharmacies in Seoul before and after the division of medicine, Korea University. 2007.
- 4) Statistical Yearbook of Food and Drug Statistics. Korea Food and Drug Administration. 2016.
- 5) Kim HS, Choi JY. A Study on the Factors Affecting Professional and Occupational Satisfaction of Pharmacist in Pharmacy. Awarded article of the Pharmacists' Conference of Gyeonggi Province. 2015.
- 6) KPA News 2017;4917:A4-A5.