

## 从医药行业现状看我国医药市场的人才需求

文/洪玉花

进入本世纪以来,我国对医疗卫生事业逐步加大了改革力度,广大人民群众的健康水平得到了不断提升。以此为契机,我国的医药行业得到了快速发展。医药生产企业数量快速增加,生产规模不断扩大,使医药市场得到了充分的发育。这种态势对作为沟通生产和流通两大领域媒介的医药市场,提供了巨大的发展空间。为了深入探索我国医药行业发展对医药市场的作用和影响,2005年9月至2007年9月间,我们针对吉林省医药行业的和医药市场现状,对吉林省不同规模、不同体制的医药生产企业和医药市场展开了调查,并通过调查分析对我国未来医药市场营销人才群体的需求状况进行了实证分析。

### 一、吉林省医药企业现状调查

#### 1. 吉林省医药企业的现状

医药企业被称为五高产业:高投入、高回报、高风险、高科技、高管理。目前我国已拥有约8000家医药企业。吉林省是我国药品生产的重要基地,是我省三大经济支柱产业之一,也是我省大力发展的产业。吉林省现有医药生产企业240多家,有多家上市公司,如通化东宝、金马、延边敦东、吉林制药、修正药业、吴太药业等等,这些企业都通过了《国家药品管理法》规定的GMP认证,是国内知名企业。目前,这些企业职工总数为7万余人,其中从事营销人员3.2万人,占职工总数的45%。我们对其中4家有代表性的药厂营销人员数量和学历进行重点调查,调研情况见下表。2006年医药企业情况调查汇总表(单位:人,万元)

单位名称	总人数	营销		营销学历结构				产值	主要产品
		人员		本科	专科	中专	其他		
鹿王制药	520	240		15	40	100	85	8000	中西药、肾炎舒
吉林制药	600	280		18	52	110	100	15000	西药、西药原料、参芪片
康乃尔制药	780	200		10	30	85	75	11000	大输液、固体制剂
振林药业	460	240		20	50	70	100	12000	中成药、杜仲平压片
合计	2360	960		63	172	365	360	46000	——
占总人数 %		40.6%							
占营销人员总数 %				6.5	17.9				

#### 2. 吉林省医药市场现状

医药市场也是决定对营销人才需求的重要因素。由于我国医疗改革扩大了享受医疗保险人群的范围,所以从城市到农村,医药市场总体趋势将保持平稳增加,医药商品销售额将以8%-10%左右的速度递增;药品分类管理制度的实施,使药品零售业有较大空间;医疗卫生机构的改革与药品流通体制的改革,实行药品集中采购,公开招标的方式等等,都要求拥有强大的医药营销队伍,并要求营销人员提高自身素质,适时调整好营销策略,以变适应医药市场的发展需求。

##### 2.1 医药商业企业(医药公司)

在医药商业企业中形成多种所有制并存,企业经营多元化,市场行为法制化,优胜劣汰的良好竞争机制;医药商业企业实现组织结构多元化,经营方式集约化,打破部门区域行业等限制;国家有关部门在全面规划,总量控制。发展趋势是:企业经营的规模化优势凸现;OTC市场快速发展;商业企业的市场辐射半径延至全国,配送、物流和结算系统现代化。

##### 2.2 医疗卫生机构

我国有县及以上医院15277所,乡镇、城市卫生院5060所,23.3万个诊所、医务室、门诊部及社区门诊,503个疗养院,这么庞大的药品需求多数都是通过医药营销人员供应。

##### 2.3 医药零售药店

我国医药零售药店数量巨大,拥有12万家零售药店,OTC市场价值在220亿元以上,随着我国医疗制度的改革。人的求医问药的方式逐渐发生了较大变化,自购药品治疗已形成了一种趋势,据北京某公司对广州、上海、北京、武汉等城市消费者购药行为与影响因素的研究报告表现;79.6%的消费者都有到过药店购买药品的经历。OTC在我国发展已是大势所趋。我国OTC市场容量正以每年15%—30%的速度递增,市场潜力巨大。

## 二、我国医药营销市场的人才需求分析

通过对吉林省医药行业的调查，我们认为我国未来医药市场对营销人才的需求数量大、层次高、结构呈多样化。

### 1. 营销人才未来需求数量巨大

通过对上述厂家的调查，我们了解到，按照当今先进的生产理念，企业人才结构方面应该具有“两头大、中间小”的特点，即科研开发和产品营销人员比例大，而生产人员比例相对较小。

随着国家一系列医药制度和政策的改革与规范，以往那种单凭好的销售政策就能做好市场的时代将逐渐离我们远去。取而代之的是企业还必须有疗效确切、安全可靠、方便消费者使用的产品作为营销的坚强后盾。因此，医药行业对同时具备医药理论知识和研发技能的研发人才会有较大的增长空间。同时，随着医药行业科技的进步，未来新产品的周期性将会越来越短，对营销队伍的要求会越来越高。在未来的几年中，各医药企业的首要任务就是建设一支更加强大的营销队伍。公司目标的完成要靠提升大多数营销人员的效率；对于营销人员和营销管理人员来说，具有营销或医药专业知识技能，受到过良好的培训，对市场敏感并且反应迅速，团队意识强是必须具备的条件。

### 2. 企业需求是高质量的营销人才

一方面企业需求大量的营销人才，连续多年高居各地人才需求榜首；另一方面，虽然社会上愿意从事并且正在从事营销的人员很多，但真正符合企业要求的营销人才较少。全省现有医药营销人员3.2万余人，这些人员极少数毕业于医学、药学专业，很多毕业于管理、贸易以及其他于医学无关的专业，大学毕业生占8%，专科占32%，其他占60%。从上表中显示的营销人才的学历上看，具有本科学历的仅占6.5%；专科学历的仅占17.9%，而未受过专业教育的却占到37.5%。以至于我国目前营销人员专业水准，做市场的能力和营销观念等不能符合市场实际需求。市场需求使高质量营销人才变得更加抢手，因此营销人才的短缺实质上也是一种质量上的短缺。

### 3. 复合型的营销人才越来越受到用人单位青睐

从长远看，具有一定的专业知识，又有市场营销技能的复合型人才会逐渐受到用人单位的青睐，通过用人单位的接触了解，他们最需要不但懂得营销技能，同时还要懂得专业知识的复合型营销人才。这样的人才应该具有一定的药理学、药物学、药品生产工艺以及产品特点等专业知识，以便更好地宣传产品，取得用户的广泛信任。所以，医药行业对从事医药营销人才的要求是理论扎实，技能娴熟，经验丰富，思路开阔，踏实勤奋；同时也必须是医药专业知识和营销技能双方面的行家。据医药营销权威人士说：能够在中国把药卖好的人，从事他种营销总能驾轻就熟，百试不爽。医药营销人员是医药行业链条中的关键环节之一。从目前的情况看，一方面是企业大量需求市场营销人才，另一方面，相当一部分求职者不能被企业聘用。供需达不到平衡，这里边的关键问题就是人才知识结构和能力素质的差异所造成的。真正符合企业所求的营销人才十分稀缺，满足不了用人单位需求。所以在制定医药营销人才培养方案时，请医药营销专家参与指导，才能使培养出来的人才真正符合用人单位的需求。而真正符合用人单位的人才，就业前景是相当光明的。

据资料显示，目前，中国OTC市场发展强劲，每年基本保持在10%左右的增长率。2005年中国OTC市场增长情况位于全球第五位，为42亿美元，增长11.2%；五年之后，中国就可能成为全球OTC的第三大市场，十年之后，也将超过日本位居第二，到本世纪中叶，有望成为全球最大的OTC市场。

随着医药企业每年以18%的速率递增，其对人才的需求远远高于市场供给，医药人才已经进入中国十大高薪职业排行榜，同时，医药行业也成为人才流动最快的行业之一。

在2007年山西的一次人才市场举行的“医疗、药品、保健品、旅游、餐饮、娱乐、休闲类专场招聘会”上，医药行业人才需求继续扩大，医药代表成为各大企业招聘的主流。在山西人才市场参会的80多家医药企业发布的职位中，医药代表、药品销售等销售类职位占去了整个招聘需求的半壁江山。据山西人才市场工作人员介绍，医药代表的基本薪资为1500元~2000元，收入大部分来源于提成。

## 三结论与建议

以上分析不难得出这样的结论：首先，目前我国医药企业市场营销人才短缺状况难以通过企业自身努力在短时间内加以解决，因此要解决医药企业市场营销人才短缺问题，必须加强医药生产企业与高等院校、职业院校和社会职业培训组织的合作，构建具有我国特色的医药营销人才群体的职业教育产业链；第二，高等院校、职业院校和社会职业培训组织要抓住医药营销市场人才短缺的契机，加快高等教育与职业教育改革步伐，实现产、学、研的有机结合，以有效满足社会对高层次医药营销人才的有效需求，实现高等学校和职业院校毕业生的充分就业；第三，政府应当加强对医药市场监管，制定科学合理的医药营销人才市场准入制度；第四，作为劳动和社会保障部门应当加强对医药营销人才群体的职业资格认证与职业资格鉴定工作，加快对社会潜在的医药营销人才群体由人力资源向人才群体的转化工作。

总之，保障我国全体公民的身体健康，是构建我国社会主义和谐社会的重要物质基础，建立健全高效运转的医药市场是政府部门、医药行业企业、高等学校、职业院校和社会职业培训机构和组织的

共同责任和义务。因此，在构建我国社会主义和谐社会的历史进程中，无论是政府部门、医药企业、高等学校、职业院校和社会职业培训机构和组织，都应担负起自身的使命与共同的社会责任（作者单位：吉林工业职业技术学院）

#### 相关链接

南昌市物流体系政策平台规划的探讨  
浅谈工程变更的管理与控制  
汽车工业跨文化管理探讨  
和谐社会下的社区酒店建设  
铁路5T系统信息融合技术的研究  
当前供电企业绩效考核问题及其对策  
提升我国航空收益管理水平的对策思考  
从医药行业现状看我国医药市场的人才需求  
我国体育健身娱乐行业的经济特点与发展对策  
谈传动小齿轮工艺在水泥企业降耗节能中的作用及经济意义

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心