

医疗机构药品集中招标采购的改进措施

聂 岚, 邓冬青

(武汉市结核病防治所, 430030)

[关键词] 医疗机构; 药品招标; 药品采购

[中图分类号] R951; F045.3

[文献标识码] C

[文章编号] 1004-0781(2002)12-0821-02

药品集中招标采购自实行以来,在加强药品流通领域的有序性,降低虚高药价,提升政府宏观调控功能,纠正医药采购不正之风,提高医疗机构管理水平等方面都起到了积极的作用。很多医疗机构都取得了实效,我所2002年一季度中标药品购进金额合计226.8万元,药品购进总额304.4万元,中标药品占购药金额74.51%,招标后药品平均下降幅度25.01%,让利于患者56.7万元。同时,在实施的过程中,也出现了一些新情况、新问题需要进行深入的研究和有效的解决。

1 存在的主要问题

1.1 由于人才储备和人员培训的不足,造成集中招标工作流于形式,而不能触其根本。招标投标工作是随着市场经济的发展应运而生的一项新制度和新的工作方法,是对大型建设工程项目进行采购的交易方式。但对于广大的基层医疗机构和医疗工商企业来说,从事药品集中招标投标工作的专业人员还很匮乏,在没有实际操作经验的背景下,往往容易造成招标投标工作流于形式或形成价格竞争,有碍于医疗机构和医疗工商企业的健康发展^[1]。

2001年11月12日国家六部委(局)联合颁布了《医疗机构药品集中招标采购工作规范(试行)》(简称《规范》)^[2],为医疗机构药品集中招标采购工作提供了政策指导和法律依据。真正掌握《规范》,还需要大量的药学、法律、市场营销、管理等多学科知识和大量常识及实践经验的支撑。在现有条件下,广大基层医疗机构的相关人力资源严重不足,需要在人力资源优化配置和相关人员的培训上下大功夫,尽快转变从业人员的思想观念、思维模式,提高他们的综合素质。

1.2 药品集中招标采购工作需要技术手段和物质基础的支撑,保证信息量的充分、完整。医药市场具有品种多、品牌杂、信息大的特点,严重的信息不对称是造成流通领域市场混乱的主要原因。面对大量的信息和繁琐的操作程序,没有一定的技术手段和物质基础支撑,无疑将增加医药购销成本,难以保证药品集中招标采购工作的有效进行。

医药电子商务是医药流通体制改革的重要组成部分,基层医疗机构作为医药采购主体,其采购行为占到整个药品采购行为的85%以上,但由于电子化程度不高,电子网络远远没有普及,在实际采购行为中,不得不借鉴以往经验弥补信息量的不足,

在面临价格压力的前提下,很容易忽视药品的质量及针对性。

1.3 医药工商企业在标书的制作上多是扬长避短,举优隐劣,给药品集中招标采购工作造成了一定难度。医药产业是以高效益为支撑的高投入、高科技、高风险的国际化生命产业。随着医药工业的发展,各个制药企业科研和仿制新药能力加强,一些利润大、销售前景好的产品被大量仿制。“一药多厂”的现象十分普遍^[3]。为了中标,厂家使出了浑身解数,在标书的制作上,往往扬长避短,举优隐劣,对自己的优点、长处极尽渲染,对自己的缺陷丝毫不提,给招标采购的实际操作带来一定难度。

1.4 医药行业的管理部门广,如何消除集中招标过程中地区歧视、所有制歧视等不公平现象也是一个不容忽视的问题。如何规范市场,坚持公开、公平、公正竞争和诚实信用原则,克服各种保护主义,真正做到在对待企业及产品性质上,做到国营、民营一个样,进口品、国产品一个样,不歧视外地企业,不歧视民营企业,不限制进口产品,不限制国内产品也是个值得重视的问题。在我国,医药工商企业分布面广,所有制形式多样,它们在专利形式、成本、产品质量等方面各不相同,竞标的起点也就不同,消除这种不同,需要国家在多个领域进行综合治理,这是一个长期的过程,在这个过程中,保证结果公平还是制度公平,对于一些珍稀保护药品如何取舍需要多方达成共识。

2 建议

①药品集中招标采购工作如何与公费医疗制度改革接轨,正确处理医疗机构、医疗工商企业、患者三者之间的利益关系是一个需要不断研究的课题。②我国在相当长的一段历史时期内,实行的是全免性的国家医疗保险制度,患者对药品费用漠不关心,导致用药在量和质上的失控。实行社保医疗之后,患者的经济意识大大提高,价格的敏感度大大加强,很多患者对药品的特性和疗效并不清楚,形成了片面追求低价格的局面。有的医疗厂家为了争夺有限的市场,不得不竞相杀价。而我国的医药产业在国际上是滞后的,新产品研究开发投入不足,盈利能力也远远低于国际水平。为了与国际接轨,我国医药行业正在加速实施GMP、GSP等,企业需要大量资金投入,而资金只能来源于企业的盈利。在进行药价调整时,将患者的利益放在第一位是正确的,如过分考虑患者利益而使其他方面利益受到危害,同样是不可取的,而患者的利益也将难以保证。如果企业没有利润去做研发,最终将导致患者没有新药可用。③药品的特殊性决定医药企业必须兼顾社会效益和经济效益,

[收稿日期] 2002-07-16

[修回日期] 2002-08-07

[作者简介] 聂 岚(1972-),女,湖北武汉人,药师,从事医院药学工作。

对一些经过长期临床应用证明仍然有效,价格低廉的“普药”“老药”,是“医保”中“广覆盖”不可缺少的,利润本身极微,再竞相降价,势必导致停产。集中招标的目的是要让广大患者用上物美价廉之药和降低社会医药费用负担,同时还要有利于企业发展^[4],因此,笔者认为,第一,在药品招标中,应注意引导合理报价,尤其应防止某些企业为占领市场一席之地而不惜代价搞恶性降价。对此,除物价部门协助把关外,还应增加必要的措施;第二,招标经办机构应听取基层医疗机构和企业的意见,将中标价或议价限定在合理范围内,兼顾医疗机构、医药工商企业、患者三方利益。

规范药品集中招标采购工作的过程中,要处理好上述新问题。同时,也要认识到,药品集中招标采购制度为营造医患“双赢”,提高医药工商企业的竞争力及医疗机构的管理水平提供

了技术支撑,通过建立科学的药品生产、经营成本评价体系和药品价格听证制度,推进药品集中招标采购工作,不断深化医疗制度改革,就一定能够更好地为我国的医疗事业服务。

[参考文献]

- [1] 张静华,连纯钢,沈炜明,等.参加上海市药品集中招标采购工作的几点体会和建议[J].中国药房,2002,13(2):72-74.
- [2] 中国药房,摘.医疗机构药品集中招标采购工作规范(试行)[J].中国药房,2002,13(1):4-7.
- [3] 徐德宇.对一药多厂产品的思考[J].医药导报,2002,21(2):127.
- [4] 王慧萍.药品集中招标采购的特性与亟待解决的问题[J].医药导报,2002,21(4):256-257.

医药生产企业营销渠道的建设与管理

王朝鹏

(西安杨森制药有限公司武汉办事处,430033)

[关键词] 医药生产企业;营销渠道

[中图分类号] R951

[文献标识码] C

[文章编号] 1004-0781(2002)12-0822-02

医药生产企业的竞争已经由产品的疗效质量、生产工艺的竞争过渡到企业管理、企业文化、人员素质的竞争以及销售网络建设、终端市场掌控能力的竞争。一个医药生产企业如果没有一条通畅的销售渠道和较高的终端市场的掌控能力,就很难对市场的变化有足够快的反应能力并将产品送到终端市场。因此,企业要将营销渠道作为无形资产来经营。而做好营销渠道的建设与管理,笔者认为应该重点掌握如下几个方面。

1 营销渠道的选择

医药生产企业的销售渠道就是企业生产的药品从该企业向消费者(患者)转移过程中,取得药品所有权或帮助所有权转移的所有企业和个人^[1]。

事药品销售工作。

负责销售与回款给生产企业;分销商是不直接与生产企业发生关系,但又帮助经销商销售生产企业的产品的企业(或个人),而且分销商又可以分为一级、二级……分销商;药店、医院是直接面对消费者的零售企业,是营销渠道的终端客户;农村市场是目前医药企业销售增长和利润增长点。

营销渠道可从不同的角度分为不同的模式。①根据一条渠道上是否有中间商,分为直接分销渠道和间接分销渠道。药品作为特殊的商品,生产企业必须选择间接渠道。②根据中间商是否取得药品所有权,可以分为经销渠道和代销渠道。选择经销渠道,经销商会有较大的经营风险,同时会带来较大的利益;选择代销渠道,由生产企业承担大部分的风险和利益。③根据一条分销渠道上层次(环节)数量,可以分为长渠道和短渠道。医药生产企业必须根据自身生产的药品特征来选择,而且相同的企业但不同的药品可能选择不同的渠道。④根据销售渠道各个层次上相同类型中间商的多少,可以分为宽渠道和窄渠道。医药企业在不同的发展阶段营销渠道的宽窄也会不同,在发展阶段渠道会宽,市场覆盖率会增长很快,到了成熟期,为了便于掌控市场,密切与经销商的合作关系,选择窄渠道更有利些。现在一些大的合资医药企业则偏重于上窄下宽,即尽可能地选择少量质量高的经销商,而选择数量尽可能多、市场覆盖面尽可能大的分销商,这样可避免大的回款风险以及拥有更大的市场覆盖面。

西安杨森制药公司针对自己不同的产品的特点,给不同的产品有不同的营销渠道。如该公司的第一品牌“吗丁啉”就采取给分销客户做促销活动的方式,尽量拉长营销渠道,使“吗丁

图1 药品营销渠道示意图

图1代表了目前绝大部分医药生产企业的营销渠道模式,其中经销商是直接与生产企业签定购销协议的商业企业,直接

[收稿日期] 2002-06-28

[作者简介] 王朝鹏(1974-),男,湖北黄冈人,工商管理硕士,从