

Sự tăng trưởng các kích thước vùng đầu mặt diễn ra liên tục và đều đặn từ 7-9 tuổi, ở nữ có xu hướng tăng trưởng sớm hơn, nhanh hơn ở nam giới khi so sánh giữa nam và nữ ở cùng khoảng tuổi 7-8 tuổi và 8-9 tuổi, ở mỗi loại khớp cắn theo phân loại Angle.

**Lời cảm ơn.** Trân trọng cảm ơn những đối tượng tự nguyện tham gia nghiên cứu, cảm ơn sự giúp đỡ của Ban giám hiệu trường Tiểu học Liên Ninh, Thanh Trì, Hà Nội. Xin chân thành cảm ơn Viện Răng Hàm Mặt – Đại học Y Hà Nội đã tạo điều kiện cho chúng tôi hoàn thành nghiên cứu này.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Farhad.B Naini (2011). Facial aesthetics: Concepts and Clinical diagnosis, John Wiley & Sons Ltd, Chichester, chapter 2, 18-44.
2. J.Leon Williams (1920). New classification of human tooth forms with special reference to a new system of artificial teeth, The dentist's supply .Co, NewYork, 49-124.
3. Ibrahimagic.L, Jerolimov.V, Celebie.A et al (2001). Relationship between the face and the tooth form, coll . Antropol, **25(2)**, 619-626.
4. Lê Đức Lánh (2007). Sự phát triển hình thái đầu mặt của trẻ em Việt Nam từ 12-15 tuổi. Y học Thành phố Hồ Chí Minh, 11(2), 68-78.
5. Võ Trương Như Ngọc (2010). Nghiên cứu đặc điểm kết cấu sọ mặt và đánh giá khuôn mặt hài hòa ở một nhóm người Việt tuổi từ 18-25, Luận án tiến sỹ y học, Viện Đào Tạo Răng Hàm Mặt- Đại học Y Hà Nội, 4-154.
6. Trương Hoàng Lê Thủy, Nguyễn Thị Kim Anh (2012). Sự thay đổi hình thái vùng mặt ở trẻ em Việt Nam từ 6 đến 12 tuổi. Y học Thành phố Hồ Chí Minh, 16(2), 69-77.
7. Trần Tuấn Anh (2016). Nghiên cứu một số đặc điểm hình thái, chỉ số đầu mặt ở một nhóm người Việt độ tuổi từ 18-25 có khớp cắn bình thường và khuôn mặt hài hòa, Luận văn tiến sỹ sinh học, Trường Đại học Y Hà Nội, 63-108.
8. Claman L et al (1990). Standardized portrait photography for dental patients, The American journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics, 98(3), 197-205.
9. Bishara S. E et al (1995). Changes in facial dimensions assessed from lateral and frontal photographs, methodology, The American journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics, 108(4), 389-393.

## KHẢO SÁT CƠ CẤU DANH MỤC SẢN PHẨM SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC KHOA, GIAI ĐOẠN 2015-2019

Nguyễn Thị Song Hà\*

### TÓM TẮT

**Mục tiêu nghiên cứu:** Khảo sát cơ cấu danh mục sản phẩm kinh doanh của Công ty cổ phần Dược Khoa giai đoạn 2015-2019. **Đối tượng nghiên cứu:** Danh mục sản phẩm và một số kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần Dược Khoa từ năm 2015 đến hết năm 2019. **Phương pháp nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang. b Cơ cấu danh mục sản phẩm của Công ty giai đoạn 2015-2019 gồm 4 nhóm sản phẩm: Thuốc, TPBVSK (Thực phẩm bảo vệ sức khỏe), Mỹ phẩm và TTBYT (Trang thiết bị Y tế). Nhóm TPBVSK luôn có số sản phẩm kinh doanh lớn nhất với trên 50% số sản phẩm kinh doanh hàng năm. Nhóm Thuốc có số sản phẩm kinh doanh đứng thứ 2 với khoảng 20% sản phẩm hàng năm, nhưng là nhóm chiếm tỷ trọng doanh thu chính với trên 40% tổng doanh thu sản xuất. Nhóm Mỹ phẩm và TTBYT có sự phát triển mạnh về số lượng sản phẩm kinh doanh và doanh thu qua các năm giai đoạn 2015-2019. **Kết luận:** Nhóm sản phẩm Thuốc là nhóm chiếm doanh thu chính. Cơ cấu sản phẩm có xu hướng chuyển dịch sang nhóm

sản phẩm TPBVSK và nhóm sản phẩm Mỹ phẩm.

**Từ khóa:** Cơ cấu sản phẩm, Công ty cổ phần Dược khoa.

### SUMMARY

#### SURVEY ON THE STRUCTURE OF PRODUCT PORTFOLIO OF DUOC KHOA JOINT STOCK COMPANY IN THE PERIOD 2015-2019

**Objectives:** Surveying the structure of product portfolio of Duoc Khoa Joint Stock Company in the period 2015-2019. **Subjects:** Product portfolio and business performance of Duoc Khoa Joint Stock Company from 2015 to the end of 2019. **Methods:** Cross-sectional descriptive study. **Results:** The Company's product portfolio in the period of 2015-2019 included 4 product groups: Drugs, Dietary Supplements, Cosmetics and Medical Equipment. The group of Dietary Supplements always accounted for the highest number of products with more than 50% of products annually. The group of Drugs possessed the second highest number of products with about 20% of annual products, however, it accounted for the main revenue with more than 40% of total revenue. The Cosmetics and Medical equipment group experienced a strong growth in the number of products and sales in the period of 2015- 2019. **Conclusion:** Drugs account for the main revenue of the company. The product portfolio structure tends to shift to Dietary Supplements and Cosmetics.

\*Trường Đại học Dược Hà Nội

Chịu trách nhiệm chính: Nguyễn Thị Song Hà

Email: songhaktd@gmail.com

Ngày nhận bài: 8.3.2021

Ngày phản biện khoa học: 27.4.2021

Ngày duyệt bài: 11.5.2021

**Keywords:** Structure of product portfolio, Duoc Khoa Joint Stock Company

Công ty cổ phần Dược Khoa trong giai đoạn 2015-2019.

## I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cơ cấu danh mục sản phẩm sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp thể hiện được kích thước của tập hợp sản phẩm mà doanh nghiệp đưa ra thị trường và cấu trúc bên trong của tập hợp sản phẩm đó. Cơ cấu danh mục sản phẩm vừa thể hiện thế mạnh của mỗi doanh nghiệp đồng thời cũng thể hiện phản ứng của doanh nghiệp trước những sự biến động của thị trường. Chiến lược về cơ cấu sản phẩm góp phần quan trọng trong sự phát triển của mỗi doanh nghiệp.

Nghiên cứu này nhằm đánh giá sự thay đổi của cơ cấu sản phẩm sản xuất kinh doanh của

## II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu hồi cứu, mô tả cắt ngang, có phân tích được thực hiện tại Công ty cổ phần Dược Khoa. Thời gian nghiên cứu từ tháng 01/2015 đến hết tháng 12/2019. Đối tượng nghiên cứu là danh mục sản phẩm sản xuất kinh doanh của Công ty giai đoạn 2015-2019 và một số kết quả sản xuất kinh doanh trong giai đoạn này.

**Số liệu được thu thập** từ nguồn dữ liệu sẵn có, chiết xuất dữ liệu từ phần mềm kế toán của Công ty. Số liệu được nhập, làm sạch và sau đó được định dạng và phân tích bằng phần mềm Microsoft Excel 2016.

## III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

**Cơ cấu sản phẩm của Công ty cổ phần Dược Khoa giai đoạn 2015-2019**

**Bảng 1: Cơ cấu số khoản mục sản phẩm của Công ty**

Chỉ tiêu	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2019
Thuốc	19	18	20	19	22	25
TPBVSK	57	46	53	72	63	145
Mỹ phẩm	4	6	2	8	11	14
TTBYT	11	5	7	14	22	37
<b>Tổng</b>	<b>91</b>	<b>75</b>	<b>82</b>	<b>113</b>	<b>118</b>	<b>221</b>

**Nhận xét:** Số sản phẩm sản xuất thuộc nhóm TPBVSK hàng năm là lớn nhất, đồng thời số sản phẩm giai đoạn 2015-2019 cũng lớn nhất. Nhóm Thuốc có số sản phẩm ổn định qua từng năm. Nhóm Mỹ phẩm có số sản phẩm sản xuất hàng năm và giai đoạn 2015-2019 là nhỏ nhất.

**Bảng 2: Cơ cấu doanh thu theo các nhóm sản phẩm (triệu đồng)**

Chỉ tiêu	2015	2016	2017	2018	2019	Tổng
<b>Thuốc</b>	<b>15215,0</b>	<b>17594,5</b>	<b>21564,2</b>	<b>27699,7</b>	<b>26651,2</b>	<b>108724,7</b>
Tỷ lệ (%)	51,8	61,3	67,7	52,5	43,9	53,5
<b>TPBVSK</b>	<b>12261,0</b>	<b>10312,2</b>	<b>8749,2</b>	<b>13495,4</b>	<b>11511,4</b>	<b>56329,2</b>
Tỷ lệ (%)	41,7	35,9	27,5	25,6	19,0	27,7
<b>Mỹ phẩm</b>	<b>639,5</b>	<b>403,6</b>	<b>810,5</b>	<b>9014,0</b>	<b>17389,1</b>	<b>28256,8</b>
Tỷ lệ (%)	2,2	1,4	2,5	17,1	28,7	13,9
<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Tổng</b>
<b>TTBYT</b>	<b>1257,1</b>	<b>415,4</b>	<b>747,3</b>	<b>2525,7</b>	<b>5111,0</b>	<b>10056,5</b>
Tỷ lệ (%)	4,3	1,4	2,3	4,8	8,4	4,9
<b>Tổng</b>	<b>29372,6</b>	<b>28725,7</b>	<b>31871,3</b>	<b>52734,7</b>	<b>60662,7</b>	<b>203367,1</b>

**Nhận xét:** Nhóm sản phẩm Thuốc có doanh thu hàng năm và doanh thu tổng 5 năm lớn nhất (luôn trên 40% tổng doanh thu), nhóm TTBYT có doanh thu thấp nhất. Nhóm Mỹ phẩm có doanh thu tổng 5 năm đứng thứ 3, nhưng doanh thu có xu hướng tăng mạnh qua mỗi năm và năm 2019 đã vượt nhóm TPBVSK.

**Cơ cấu sản phẩm Thuốc theo nhóm tác dụng dược lý giai đoạn 2015-2019**

**Bảng 3: Doanh thu sản phẩm Thuốc theo nhóm tác dụng dược lý (tỷ đồng)**

Nhóm thuốc	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2019
Thuốc điều trị nghẹt mũi	9,7	10,1	11,3	15,6	11,5	58,2
Tỷ lệ (%)	63,8	57,2	52,3	56,4	43,1	53,5
Thuốc điều trị nhiễm khuẩn mắt, tai có chứa Corticoids	0,9	1,4	2,0	2,3	2,0	8,6
Tỷ lệ (%)	6,2	8,0	9,2	8,2	7,4	7,9
Thuốc điều trị nhiễm khuẩn mắt không chứa Corticoids	1,0	1,0	2,2	1,8	0,9	6,9

Tỷ lệ (%)	6,6	5,4	10,2	6,6	3,4	6,3
Thuốc điều trị nhiễm khuẩn mắt có chứa Corticoids	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>	<b>2,6</b>	<b>3,6</b>	<b>3,4</b>	<b>13,2</b>
Tỷ lệ (%)	11,2	10,5	12,1	12,8	12,9	12,1
Thuốc nhỏ mắt khác	<b>1,8</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>4,4</b>	<b>8,8</b>	<b>21,9</b>
Tỷ lệ (%)	12,1	18,9	16,2	16,0	33,1	20,2
<b>Tổng</b>	<b>15,2</b>	<b>17,6</b>	<b>21,6</b>	<b>27,7</b>	<b>26,7</b>	<b>108,7</b>

**Nhận xét:** Doanh thu nhóm thuốc điều trị nghẹt mũi chiếm tỷ lệ lớn nhất với 53,5%; Nhóm thuốc điều trị nhiễm khuẩn mắt không chứa Corticoids chiếm tỷ lệ nhỏ nhất với 6,3%; Nhóm thuốc nhỏ mắt khác tăng trưởng doanh thu qua các năm và tăng trưởng mạnh doanh thu trong năm 2019. Các nhóm thuốc còn lại đều sụt giảm doanh thu trong năm 2019.

#### Cơ cấu nhóm sản phẩm Thực phẩm bảo vệ sức khỏe theo dạng bào chế

**Bảng 4. Cơ cấu số khoản mục theo dạng bào chế nhóm sản phẩm TPBVSK**

Dạng bào chế	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2019
Cốm	4	5	6	10	8	17
Viên	27	22	25	30	24	72
Siro	26	19	22	31	31	56
<b>Tổng</b>	<b>57</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	<b>71</b>	<b>63</b>	<b>145</b>

**Nhận xét:** Số khoản mục sản phẩm của nhóm sản phẩm TPBVSK và mỗi dạng bào chế thuộc nhóm này tăng giảm không đều qua các năm. Dạng viên luôn có số khoản mục cao nhất.

Phân tích 10 sản phẩm có tổng doanh thu cao nhất trong giai đoạn 2015-2019

**Bảng 5. Mười 10 sản phẩm có doanh thu cao nhất (triệu đồng)**

Tên sản phẩm	Nhóm	2015	2016	2017	2018	2019
Eskar	Thuốc	1.319,7	2.893,1	3.240,2	4.154,1	5.286,0
So sánh liên hoàn (%)		100,0	219,2	112,0	128,2	127,2
Aladka	Thuốc	2.326,0	2.319,4	2.618,2	4.504,3	3.966,8
So sánh liên hoàn (%)		100,0	99,7	112,9	172,0	88,1
Elemis	Mỹ phẩm	0,0	32,4	82,0	4.516,7	10.038,4
So sánh liên hoàn (%)		0,0	100,0	252,9	5.507,3	222,3
Dophazolin	Thuốc	2.059,8	1.727,8	2.662,5	3.114,6	1.946,2
So sánh liên hoàn (%)		100,0	83,9	154,1	117,0	62,5
Dao'spa mama 3 lọ	Mỹ phẩm	460,2	275,1	728,5	3.622,5	3.682,0
So sánh liên hoàn (%)		100,0	59,8	264,8	497,2	101,6
Elossy	Thuốc	1.057,0	1.337,7	1.545,1	2.389,2	2.400,5
So sánh liên hoàn (%)		100,0	126,6	115,5	154,6	100,5
Dexavel	Thuốc	1.363,3	1.239,1	1.600,9	2.668,4	975,1
So sánh liên hoàn (%)		100,0	90,9	129,2	166,7	36,5
PANDEX	Thuốc	1.125,7	1.130,2	1.259,3	1.914,0	2.083,6
So sánh liên hoàn (%)		100,0	100,4	111,4	152,0	108,9
DK - Betics	TPBVSK	730,3	897,9	699,7	1.184,1	1.420,5
So sánh liên hoàn (%)		100,0	122,9	77,9	169,2	120,0
Tobradico - D	Thuốc	583,1	713,3	968,6	1.451,7	805,6
So sánh liên hoàn (%)		100,0	122,3	135,8	149,9	55,5

**Nhận xét:** Trong 10 sản phẩm thì có 7 sản phẩm là thuốc, 2 sản phẩm là mỹ phẩm và 1 sản phẩm thuộc nhóm TPBVSK. Trong đó 3 sản phẩm là Eskar (Thuốc), Elemis (Mỹ phẩm) và DKBetics (TPBVSK) giữ được mức tăng trưởng trên 10% trong năm 2019. Sản phẩm Elemis có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất, một số sản phẩm tăng trưởng âm trong năm 2019.

#### IV. BÀN LUẬN

Danh mục sản phẩm kinh doanh của Công ty cổ phần Dược khoa giai đoạn 2015-2019 gồm

221 khoản mục, nhóm Thực phẩm bảo vệ sức khỏe luôn có số khoản mục lớn nhất nhưng doanh thu chỉ đứng thứ 2 sau nhóm Thuốc. Danh mục sản phẩm của Công ty có số lượng không ổn định qua các năm, trong đó nhóm sản phẩm TPBVSK có biến động về số khoản mục lớn nhất. Nhóm sản phẩm TPBVSK được dự báo có khả năng phát triển tốt ở thị trường Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu. Lãnh đạo của Công ty đã rất kỳ vọng và có những chiến lược nhất định nhằm phát sự phát triển của nhóm sản

phẩm này, thể hiện qua việc đầu tư xây dựng xưởng GMP-TPBVSK. Tuy nhiên dữ liệu về doanh thu của nhóm sản phẩm này chỉ đứng thứ 2 trong 4 nhóm, chiếm 27,7%. Doanh thu của nhóm TPBVSK tăng giảm không đều qua các năm. Trước tình hình đó, Doanh nghiệp cần có những chiến lược tốt hơn để phát triển nhóm sản phẩm này, cần tăng cường phát triển các sản phẩm tương tự DKBetic (sản phẩm nằm trong nhóm 10 sản phẩm có tổng doanh thu cao nhất trong 5 năm 2015-2019 đồng thời giữ được mức tăng trưởng trên 10% trong năm 2019).

Trong 4 nhóm sản phẩm được sản xuất tại Công ty, nhóm sản phẩm Thuốc luôn là nhóm sản phẩm chiếm tỷ trọng chính về doanh thu. Lãnh đạo công ty đã có những đầu tư cho nhóm sản phẩm này như tiến hành nâng cấp dây chuyền sản xuất dung dịch thuốc mắt mũi, đã đầu tư thêm dây chuyền thuốc hỗn dịch vô trùng và dây chuyền thuốc nước uống dạng lỏng. Số khoản mục của nhóm Thuốc ổn định trong giai đoạn 2015-2019. Trong 10 sản phẩm có tổng doanh thu cao nhất thì có tới 7 sản phẩm thuộc nhóm thuốc. Những điều này cũng thể hiện được tầm quan trọng của nhóm sản phẩm Thuốc trong cơ cấu sản phẩm kinh doanh của công ty. Tuy nhiên, qua phân tích cơ cấu sản phẩm nhóm Thuốc cũng cho thấy một số điểm chưa hợp lý thể hiện qua sự sụt giảm doanh thu trong năm 2019. 6 sản phẩm thuốc có doanh thu cao nhất không có được sự tăng trưởng hoặc tăng trưởng âm trong năm 2019, chỉ có sản phẩm Eskar (hoạt chất là Sodium chloride) giữ được sự tăng trưởng.

Phân tích cơ cấu Thuốc theo nhóm tác dụng dược lý cũng cho thấy sự sụt giảm về doanh thu, chỉ có nhóm thuốc nhỏ mắt khác (chứa thành phần hoạt chất là Sodium chloride) có mức tăng trưởng 198,0% trong năm 2019. Lãnh đạo công ty cũng bắt đầu có những chiến lược cho nhóm sản phẩm này: nghiên cứu phát triển và đưa vào sản xuất các sản phẩm mới (Tobeta, Neobeta, Cipmedic...); phát triển các dạng bào chế mới (hỗn dịch thuốc mắt, mũi; dung dịch thuốc nước uống; hỗn dịch thuốc nước uống); phát triển các sản phẩm có thị trường rộng lớn (nhóm sản phẩm thuốc nhỏ mắt có chứa Sodium Chloride, nước mắt nhân tạo), tuy nhiên tiến độ triển khai và kết quả không được như kỳ vọng. Đầu năm 2020 công ty đã tiến hành sản xuất một số sản phẩm thuốc ở các dạng bào chế khác: Wizoson, DKSolon (hỗn dịch thuốc xịt mũi); DKCetamol (Hỗn dịch uống); Desloratadin (Dung dịch uống).

Nhóm sản phẩm Mỹ phẩm và nhóm TBYT

thể hiện được sự tăng trưởng mạnh mẽ trong 5 năm giai đoạn 2015- 2019. Năm 2019, nhóm này có doanh thu vượt nhóm TPBVSK và chiếm 28,7% tổng doanh thu chỉ với 11 sản phẩm kinh doanh. Trong nhóm Mỹ phẩm có 2 sản phẩm đặc biệt là Dao'spa mama và sản phẩm Elemis (Dòng nước tắm dành cho mẹ và bé) có sự tăng trưởng mạnh và doanh thu cao trong giai đoạn 2015-2019, cả 2 sản phẩm này đều nằm trong 10 sản phẩm có doanh thu cao nhất trong giai đoạn 2015-2019. Điều này cho thấy Công ty đã có những chiến lược tốt cho nhóm sản phẩm Mỹ phẩm. Song song với 2 sản phẩm trên, công ty cũng đã triển khai bộ các sản phẩm mỹ phẩm dành cho mẹ và bé (Yaocare mama, Yaocare mama gel, Yaocare baby, Yaocare baby Plus) và cũng cho thấy xu hướng phát triển tương đối tốt.

## V. KẾT LUẬN

Qua phân tích cơ cấu sản phẩm kinh doanh của Công ty cổ phần Dược khoa cho thấy Thuốc là nhóm chiếm doanh thu chủ yếu (khoảng 50% tổng doanh thu sản xuất các năm). Trong danh mục sản phẩm nhóm thuốc, hầu hết không phải là thuốc điều trị thiết yếu và dần chuyển sang dòng sản phẩm nhỏ mắt chứa thành phần Sodium chloride và nước mắt nhân tạo.

Chiến lược của Công ty thể hiện rõ việc chuyển dịch cơ cấu sản phẩm sang nhóm sản phẩm TPBVSK và nhóm sản phẩm Mỹ phẩm, điều này phù hợp với xu hướng và quy mô doanh nghiệp trong giai đoạn này. Sản lượng và doanh thu của nhóm Mỹ phẩm có sự tăng trưởng mạnh, đến năm 2019 doanh thu chỉ đứng sau nhóm Thuốc. Các sản phẩm Mỹ phẩm tập trung chủ yếu vào nhóm sản phẩm cho mẹ và bé, trong đó có sản phẩm Elemis có doanh thu cao nhất trong các mặt hàng sản xuất trong năm 2019.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. **Bộ môn Quản lý & Kinh tế dược (2007)**, Giáo trình quản lý và Kinh tế Dược, NXB Y học, Hà Nội.
2. **KIS (2019)**, "Báo cáo ngành 09/01/2019 – Triển vọng ngành Dược Việt Nam".
3. **Lê Văn Tâm, Trần Hoàng Kim (1994)**, "Chiến lược kinh doanh, phương án sản phẩm lựa chọn và quyết định", NXB Thống Kê, Hà Nội.
4. **Lê Văn Tâm (2000)**, "Giáo trình quản trị chiến lược", NXB Thống Kê, Hà Nội.
5. **VietNam report (2018)**, "Các xu hướng lợi nhuận theo ngành kinh tế năm 2018-2019".
6. **Antonio Angelino, Do Ta Khanh, Nguyen An Ha, Tuan Pham (2017)**, "Pharmaceutical Industry in Vietnam: Sluggish Sector in a Growing Market", International Journal of Environmental Research and Public Health.