

# ANALYSIS OF HUMAN RESOURCES, PRODUCT PORTFOLIO, AND DISTRIBUTION CHANNELS OF IMEXPHARM PHARMACEUTICAL JOINT STOCK COMPANY IN 2023

Nguyen Thi Phuong Loan<sup>1</sup>, Tran Ba Kien<sup>2\*</sup>, Ha Hai Anh<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Duy Tan University, 254 Nguyen Van Linh, Thanh Khe Ward, Da Nang city

<sup>2\*</sup> Hai Duong Central College of Pharmacy, 324 Nguyen Luong Bang Street, Le Thanh Nghi Ward, Hai Phong City.

Received: 21/11/2025

Revised: 21/12/2025; Accepted: 23/03/2026

## ABSTRACT

**Objectives:** This study analyzes the human resources, product portfolio, and distribution channels of Imexpharm Pharmaceutical Joint Stock Company (IMP) in 2023 to evaluate operational efficiency and competitive advantages.

**Methods:** A descriptive and retrospective analysis was conducted using secondary data extracted from audited annual reports, financial statements, and internal corporate documents.

**Results:** The findings indicate that IMP possesses a high-quality workforce of 1,405 employees (an increase of 11.5% compared to 2022), with a strong focus on training and talent retention (retention rate of 89%). The product portfolio is diverse, comprising 333 products, of which beta-lactam antibiotics account for 45% (150 SKUs), along with 11 new marketing authorizations for export to Europe. The distribution network consists of 20 branches, predominantly located in the South (12 branches), achieving 16,000 points of sale in the OTC channel and a 25% revenue growth in the ETC channel.

**Conclusion:** Human resources, product diversity, and distribution channels play pivotal roles in IMP's business success. The study recommends enhancing R&D investment, expanding the distribution network in the Northern region, and advancing workforce training to optimize competitive efficacy within the Vietnamese pharmaceutical industry.

**Keywords:** Human resources; product portfolio; distribution channels; Imexpharm; Vietnamese pharmaceutical industry.

---

\*Corresponding author

**Email:** tranbakien77@gmail.com **Phone:** (+84) 989 206 272 **Https://doi.org/10.52163/yhc.v67i3.4625**



# PHÂN TÍCH NGUỒN NHÂN LỰC, DANH MỤC SẢN PHẨM VÀ KÊNH PHÂN PHỐI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC PHẨM IMEXPHARM NĂM 2023

Nguyễn Thị Phương Loan<sup>1</sup>, Trần Bá Kiên<sup>2\*</sup>, Hà Hải Anh<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Trường Đại học Duy Tân, 254 Nguyễn Văn Linh, phường Thanh Khê, thành phố Đà Nẵng

<sup>2</sup> Trường Cao đẳng Dược Trung ương Hải Dương, 324 Nguyễn Lương Bằng, phường Lê Thanh Nghị, thành phố Hải Phòng.

Ngày nhận bài: 21/11/2025

Ngày chỉnh sửa: 21/12/2025; Ngày duyệt đăng: 23/03/2026

## TÓM TẮT

**Mục tiêu:** Nghiên cứu này phân tích nguồn nhân lực, danh mục sản phẩm và kênh phân phối của Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm (IMP) năm tài chính 2023.

**Phương pháp:** Sử dụng thiết kế nghiên cứu mô tả cắt ngang kết hợp phân tích hồi cứu. Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo tài chính kiểm toán, báo cáo thường niên và dữ liệu thị trường để phân tích các chỉ số tăng trưởng và so sánh hiệu quả hoạt động.

**Kết quả:** Kết quả cho thấy IMP sở hữu nguồn nhân lực chất lượng với 1.405 nhân viên, tăng 11,5% so với năm 2022, chú trọng đào tạo và giữ chân nhân tài (tỷ lệ giữ chân 89%). Danh mục sản phẩm đa dạng với 333 sản phẩm, trong đó kháng sinh beta-lactam chiếm 45% (150 sản phẩm), cùng 11 số đăng ký mới cho xuất khẩu châu Âu. Hệ thống kênh phân phối bao gồm 20 chi nhánh, tập trung miền Nam (12 chi nhánh), với kênh OTC đạt 16.000 điểm bán và kênh ETC tăng trưởng doanh thu 25%.

**Kết luận:** Các yếu tố nguồn nhân lực, sản phẩm và kênh phân phối có vai trò quan trọng trong thành công kinh doanh của IMP, đồng thời đề xuất tăng cường đầu tư R&D, mở rộng kênh phân phối miền Bắc và nâng cao đào tạo nhân lực để tối ưu hóa hiệu quả cạnh tranh trong ngành dược phẩm Việt Nam.

**Từ khóa:** Nguồn nhân lực; danh mục sản phẩm; kênh phân phối; Imexpharm; ngành dược phẩm Việt Nam.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngành dược phẩm Việt Nam đang chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc, với giá trị thị trường đạt khoảng 7,6 tỷ USD năm 2024, tăng 7,3% so với năm 2023, và dự báo đạt 12,12 tỷ USD vào năm 2030 với tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm (CAGR) 7,96% [9]. Dân số già hóa (dự kiến người trên 60 tuổi chiếm 20% dân số vào năm 2030), và sự gia tăng nhu cầu thuốc điều trị bệnh mãn tính như tim mạch, tiểu đường, ngành dược đối mặt với những thách thức như phụ thuộc 90% nguyên liệu nhập khẩu, lạm phát chi phí và cạnh tranh khốc liệt từ các tập đoàn đa quốc gia [4], [5]. Việc phân tích các yếu tố nội tại như nguồn nhân lực, danh mục sản phẩm và kênh phân phối trở nên cấp bách hơn bao giờ hết, nhằm giúp doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh và thích ứng với biến động thị trường [9].

Trong bối cảnh này, Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm (IMP), với hơn 45 năm lịch sử và vị thế dẫn đầu trong phân khúc kháng sinh tại Việt Nam, nổi bật như một doanh nghiệp tiên phong, đặc biệt với thành tựu xuất khẩu sang thị trường châu Âu đạt chuẩn EU-GMP [2], [4].

Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích nguồn nhân lực, danh mục sản phẩm và kênh phân phối của IMP năm 2023, nhằm làm rõ các điểm mạnh, điểm yếu và đề xuất cải thiện. Kết quả sẽ cung cấp cơ sở cho các doanh nghiệp dược phẩm khác trong việc tối ưu hóa nguồn lực nội tại.

## 2. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo thiết kế mô tả cắt ngang kết hợp phân tích hồi cứu. Nghiên cứu tập trung đánh giá thực trạng và hiệu quả quản trị nguồn lực doanh nghiệp dược phẩm thông qua ba trụ cột chính: Nhân lực, sản phẩm và hệ thống phân phối.

### 2.2. Nguồn dữ liệu và thu thập số liệu

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn chính thống đã được kiểm toán và công bố công khai để đảm bảo tính xác thực:

- **Dữ liệu doanh nghiệp:** Báo cáo thường niên (Annual Reports), Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán (Audited Financial Statements), và Báo cáo phát triển bền vững (Sustainability Reports) của Imexpharm trong giai đoạn 2022-2023.

- **Dữ liệu thị trường:** Các báo cáo chuyên ngành từ IQVIA, Tổng cục Thống kê (GSO), và các dữ liệu so sánh (benchmarking) từ các đối thủ cạnh tranh cùng phân khúc (Dược Hậu Giang - DHG, Traphaco - TRA, Domesco - DMC).

### 2.3. Các chỉ số nghiên cứu

Các biến số được xác định và đo lường bao gồm:

\*Tác giả liên hệ

Email: tranbakien77@gmail.com Điện thoại: (+84) 989 206 272 <https://doi.org/10.52163/yhc.v67i3.4625>

- **Nhóm chỉ số nhân lực:** Cơ cấu nhân sự (trình độ, giới tính, độ tuổi), tỷ lệ giữ chân nhân viên (Retention rate), năng suất lao động bình quân.

- **Nhóm chỉ số sản phẩm:** Độ rộng (số nhóm điều trị), độ dài (số lượng SKU), độ sâu (dạng bào chế/hàm lượng), tỷ trọng nhóm thuốc chủ lực (Beta-lactam), số lượng visa/số đăng ký mới.

- **Nhóm chỉ số phân phối:** Độ phủ thị trường (số lượng chi nhánh, điểm bán OTC), cơ cấu kênh phân phối (tỷ trọng doanh thu OTC/ETC), hiệu quả logistics (thời gian giao hàng, tồn kho).

**2.4. Phương pháp xử lý và phân tích số liệu**

Sử dụng phần mềm Microsoft Excel và SPSS để tổng hợp, tính toán các tham số thống kê (tần số, tỷ lệ phần trăm).

**3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

**3.1. Kết quả phân tích nguồn nhân lực**

Năm 2023, tổng số cán bộ công nhân viên (CBCNV) của IMP đạt 1.405 người, tăng 145 người (11,5%) so với năm 2022. Phân loại theo trình độ: Đại học chiếm 40% (562 người), thạc sĩ tăng từ 38 lên 57 người (tăng 50%). Tỷ lệ giữ chân nhân viên đạt 89%, cao hơn năm 2022 (81%). Giới tính: Nam chiếm 67% ở khối sản xuất, nữ chiếm đa số ở khối văn phòng. IMP chi 10 tỷ đồng cho đào tạo, tập trung vào 3 trụ cột: Giới chuyên môn, khỏe thể chất, vững tinh thần.

**Bảng 1. Cấu trúc nguồn nhân lực của IMP năm 2023**

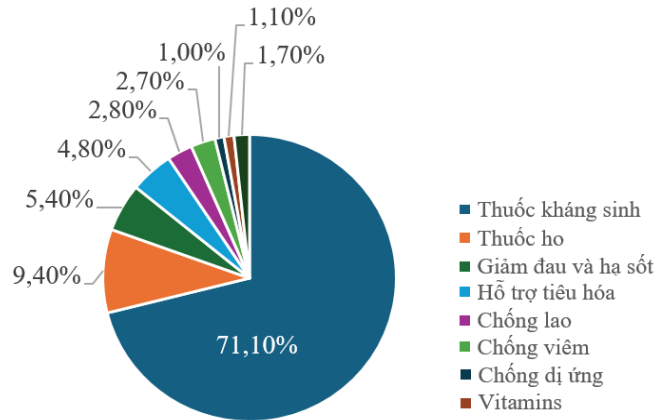
Chỉ tiêu	Đầu kỳ		Cuối kỳ		Chênh lệch	Tỷ lệ (%)
	Số lượng	%	Số lượng	%		
Giới tính	1260	100,0	1405	100,0	145	11,5
Nam	794	63,0	855	63,0	61	7,7
Nữ	466	37,0	550	37,0	84	18,0
Độ tuổi	1260	100,0	1405	100,0	145	11,5
Dưới 35	680	54,0	789	56,0	109	16,0
Từ 35-50 tuổi	479	38,0	520	37,0	41	8,6
Trên 50 tuổi	101	8,0	96	7,0	-5	-5,0
Trình độ	1260	100,0	1405	100,0	145	11,5
Sơ cấp	126	10,0	126	9,0	0	0,0
Trung cấp	353	28,0	337	24,0	-16	-4,5
Cao đẳng	239	19,0	323	23,0	84	35,1
Đại học	504	40,0	562	40,0	58	11,5
Thạc sĩ trở lên	38	3,0	57	4,0	19	50,0

**Nhận xét:** So với các công ty dược phẩm hàng đầu khác tại Việt Nam như Dược Hậu Giang (DHG, khoảng 250 sản phẩm) và Traphaco (khoảng 200 sản phẩm), danh mục của IMP vượt trội về số lượng và chiều sâu, đặc biệt trong nhóm kháng sinh. Tuy nhiên, DHG có lợi thế về nhóm thuốc tim mạch và thực phẩm chức năng, trong khi Traphaco tập trung vào đông dược. Sự tập trung vào

kháng sinh của IMP là lợi thế nhưng cũng tiềm ẩn rủi ro nếu nhu cầu thị trường chuyển dịch sang các nhóm thuốc điều trị bệnh mãn tính (ví dụ: tim mạch, tiểu đường) do xu hướng già hóa dân số.

**3.2. Kết quả phân tích danh mục sản phẩm**

Danh mục sản phẩm của IMP năm 2023 cho thấy chiến lược phát triển rõ ràng theo cả ba chiều: rộng, dài, và sâu.

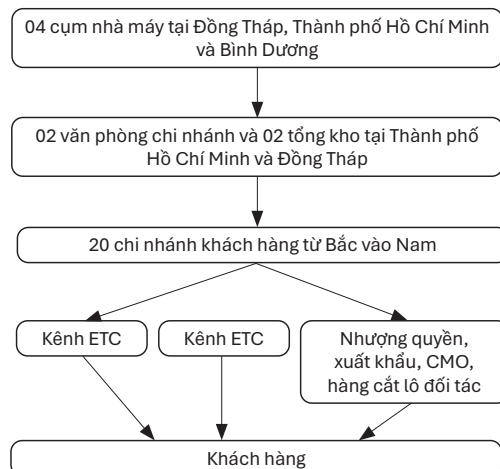


**Hình 1. Cơ cấu danh mục sản phẩm của Imexpharm năm 2023**

**Nhận xét:** Sự tập trung vào kháng sinh beta-lactam giúp công ty duy trì vị thế dẫn đầu trong phân khúc này, trong khi việc mở rộng các nhóm sản phẩm khác như tim mạch và thực phẩm chức năng phản ánh nỗ lực đa dạng hóa để giảm rủi ro thị trường. Thành tựu xuất khẩu sang châu Âu là minh chứng cho chất lượng sản phẩm và năng lực sản xuất, số liệu cho thấy IMP cần tiếp tục đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) để mở rộng danh mục sang các nhóm thuốc điều trị bệnh mãn tính, phù hợp với xu hướng tiêu dùng trong tương lai.

**3.3. Kết quả phân tích kênh phân phối**

Hệ thống kênh phân phối của Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm trong năm 2023 đóng vai trò quan trọng trong việc đưa sản phẩm từ nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng, đồng thời củng cố vị thế cạnh tranh trong ngành dược phẩm Việt Nam. Dựa trên dữ liệu từ báo cáo thường niên và báo cáo tài chính, IMP đã xây dựng một mạng lưới phân phối rộng khắp, tập trung vào cả kênh bệnh viện (ETC - Ethical) và kênh nhà thuốc bán lẻ (OTC - Over The Counter), với các chiến lược tối ưu hóa để tăng trưởng doanh thu và mở rộng thị phần.



**Hình 2. Sơ đồ phân phối của Imexpharm năm 2023**

Hệ thống phân phối của IMP năm 2023 vận hành qua 20 chi nhánh và 2 tổng kho đạt chuẩn GSP, với hiệu suất logistics được cải thiện khi thời gian giao hàng trung bình giảm từ 48 giờ xuống còn 36 giờ. Tuy nhiên, cấu trúc phân bố địa lý chưa cân đối khi tập trung chủ yếu tại miền Nam (12 chi nhánh, chiếm 60%), trong khi dư địa phát triển tại miền Bắc (3 chi nhánh, chiếm 15%) vẫn còn lớn.

Kênh OTC (Nhà thuốc): Đóng vai trò chủ đạo trong cơ cấu doanh thu (~70%) với độ bao phủ thị trường đạt 16.000 điểm bán, tăng 10% so với năm 2022. Quy mô mạng lưới bán lẻ này hiện vượt trội so với các đối thủ cùng ngành như DHG (14.000 điểm) và Traphaco (12.000 điểm), được hỗ trợ bởi đội ngũ hơn 300 trình dược viên.

Kênh ETC (Bệnh viện): Ghi nhận tốc độ tăng trưởng doanh thu ấn tượng 25%, đưa IMP vào Top 5 doanh nghiệp nội địa với 2,3% thị phần thuốc đấu thầu. Kết quả này đến từ việc tận dụng lợi thế các dây chuyền sản xuất đạt chuẩn EU-GMP và chiến lược tăng cường lực lượng bán hàng tại khu vực miền Bắc (tăng từ 50 lên 80 nhân sự) nhằm khai thác các gói thầu chất lượng cao.

Hệ thống logistics của IMP được tối ưu hóa nhờ hai tổng kho tại TP.HCM và Đồng Tháp, cùng với sự hỗ trợ từ hai văn phòng chi nhánh tại TP.HCM. Các tổng kho này đảm bảo:

- Khả năng lưu trữ: Dung lượng lưu trữ đủ để đáp ứng nhu cầu của 16.000 điểm bán OTC và hàng trăm bệnh viện trong kênh ETC.
- Tốc độ vận chuyển: Thời gian giao hàng trung bình giảm từ 48 giờ (2022) xuống 36 giờ (2023) nhờ ứng dụng công nghệ quản lý chuỗi cung ứng.
- Kiểm soát chất lượng: Các kho đạt chuẩn GSP, đảm bảo điều kiện bảo quản thuốc (nhiệt độ, độ ẩm) phù hợp, đặc biệt với kháng sinh và thuốc đặc trị.

Hệ thống kênh phân phối của IMP năm 2023 cho thấy sự phát triển mạnh mẽ ở cả kênh OTC và ETC, với doanh thu tăng trưởng đáng kể (OTC: +15%; ETC: +25%). Sự tập trung vào miền Nam và logistics hiệu quả giúp công ty tối ưu hóa chi phí và thời gian giao hàng. Tuy nhiên, số lượng chi nhánh hạn chế ở miền Bắc (chỉ 3 chi nhánh) là một điểm yếu, đặc biệt khi thị trường này đang có nhu cầu tăng cao. Chiến lược tăng trình dược viên và đa dạng hóa đấu thầu là bước đi đúng đắn, nhưng IMP cần đầu tư thêm vào mở rộng chi nhánh và tối ưu hóa kênh ETC để cạnh tranh với các đối thủ như DHG và các công ty nước ngoài (như Sanofi, Novartis).

#### 4. THẢO LUẬN

Kết quả cho thấy nguồn nhân lực của IMP là yếu tố then chốt góp phần vào sự thành công của công ty, với tổng số 1.405 cán bộ công nhân viên, tăng 11,5% so với năm 2022, và tỷ lệ giữ chân nhân viên đạt 89% – cao hơn mức trung bình ngành dược phẩm Việt Nam (khoảng 80-85%, theo Anphabe, 2023). Sự tăng trưởng này phù hợp với triết lý “nguồn nhân lực hạnh phúc” của IMP, nhấn mạnh vào ba trụ cột: giới chuyên môn, khỏe thể chất và vững tinh thần. Việc đầu tư 10 tỷ đồng vào đào tạo chuyên sâu đã nâng cao trình độ nhân sự, với tỷ lệ đại học và thạc sĩ chiếm 40% và 4%, tương ứng, giúp IMP duy trì lợi thế cạnh tranh trong sản xuất dược phẩm chất lượng cao.

So sánh với các công ty cùng ngành, IMP vượt trội về chất lượng nhân lực so với Dược Hậu Giang (DHG), vốn có khoảng 1.200 nhân viên nhưng tỷ lệ giữ chân chỉ khoảng 85% [9]. Tuy nhiên, cơ cấu giới tính của IMP vẫn còn bất cân bằng, với nam giới chiếm 67% ở khối sản xuất, có thể hạn chế sự đa dạng và sáng tạo tổ chức. Điều này tương tự nghiên cứu của về Domesco, nơi thiếu đa dạng giới tính dẫn đến giảm hiệu quả quản trị. Bám sát mục tiêu nghiên cứu, nguồn nhân lực mạnh mẽ của IMP hỗ trợ mở rộng sản xuất và xuất khẩu, nhưng cần cải thiện đa dạng giới để giảm rủi ro và thúc đẩy sáng tạo, phù hợp với xu hướng toàn cầu hóa ngành dược [5].

Danh mục sản phẩm đa dạng của IMP, với hơn 333 sản phẩm và 10 nhóm theo tác dụng điều trị, đã giúp công ty dẫn đầu thị trường kháng sinh tại Việt Nam (xếp hạng 1, theo IMP, 2023b). Chiều rộng (10 nhóm) và chiều dài (150 sản phẩm kháng sinh beta-lactam) phản ánh chiến lược đa dạng hóa để đáp ứng nhu cầu thị trường, trong khi chiều sâu (nhiều hàm lượng và dạng bào chế cho hoạt chất như amoxicillin) tăng cường tính cạnh tranh và hiệu quả điều trị. Thành tựu xuất khẩu với 11 số đăng ký mới cho 6 sản phẩm sang châu Âu khẳng định chất lượng sản phẩm, phù hợp với mục tiêu quốc tế hóa của IMP.

Tuy nhiên, sự tập trung quá mức vào beta-lactam (45% danh mục) có thể tạo rủi ro nếu thị trường thay đổi, chẳng hạn như tăng nhu cầu thuốc tim mạch và tiểu đường do dân số già hóa (dự báo chiếm tỷ trọng cao nhất đến 2028, theo IQVIA, 2023). So sánh với Traphaco, vốn chỉ có khoảng 200 sản phẩm nhưng mạnh về đông dược, IMP vượt trội về xuất khẩu châu Âu nhưng kém đa dạng ở nhóm thuốc mãn tính. Nghiên cứu về DHG cũng chỉ ra rằng sự phụ thuộc vào một nhóm sản phẩm có thể dẫn đến suy giảm doanh thu nếu chuỗi cung ứng bị gián đoạn, như trong đại dịch COVID-19 [10]. Bám theo mục tiêu nghiên cứu, danh mục sản phẩm của IMP hỗ trợ tăng trưởng doanh thu 21,31% năm 2023, nhưng cần đầu tư R&D để mở rộng nhóm thuốc tim mạch và thực phẩm chức năng nhằm giảm rủi ro và tận dụng xu hướng thị trường [4].

Hệ thống kênh phân phối rộng rãi của IMP, với 20 chi nhánh và 16.000 điểm bán OTC, đã hỗ trợ tăng trưởng doanh thu 21,31% năm 2023, đặc biệt qua kênh ETC (tăng 25% nhờ đa dạng hóa đấu thầu). Sự phân bố địa lý (12 chi nhánh miền Nam) và hỗ trợ logistics từ hai tổng kho đảm bảo hiệu quả giao hàng, phù hợp với mô hình phân phối dược phẩm hiện đại [4].

Tuy nhiên, sự tập trung 60% vào miền Nam có thể hạn chế mở rộng miền Bắc, nơi nhu cầu dược phẩm đang tăng nhanh. Chiến lược tăng trình dược viên và đa dạng ETC của IMP tương tự DHG, vốn có doanh thu ETC cao hơn nhờ phân bố đồng đều [8]. So sánh với nghiên cứu về OPC, nơi kênh phân phối tập trung dẫn đến mất thị phần, IMP cần mở rộng chi nhánh miền Bắc để giảm rủi ro địa lý. Liên hệ với mục tiêu nghiên cứu, kênh phân phối mạnh mẽ góp phần vào vị thế dẫn đầu của IMP, nhưng cần tích hợp thương mại điện tử (như Pharmacy) để đáp ứng xu hướng tiêu dùng kỹ thuật số [9].

#### 5. KẾT LUẬN

Phân tích nguồn nhân lực, danh mục sản phẩm và kênh phân phối của Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm (IMP) năm 2023 cho thấy những điểm mạnh nổi bật và

tiềm năng phát triển bền vững trong ngành dược phẩm Việt Nam. Với nguồn nhân lực chất lượng cao (1.405 nhân viên, tỷ lệ giữ chân 89%), danh mục sản phẩm đa dạng (333 sản phẩm, dẫn đầu về kháng sinh beta-lactam), và hệ thống kênh phân phối rộng khắp (20 chi nhánh, 16.000 điểm bán OTC, thị phần ETC 2,3%), IMP đã khẳng định vị thế dẫn đầu trong phân khúc kháng sinh và mở rộng ảnh hưởng ra thị trường quốc tế, đặc biệt là châu Âu. Tuy nhiên, những hạn chế như sự tập trung quá mức vào miền Nam trong kênh phân phối, sự phụ thuộc vào nhóm kháng sinh, và nhu cầu đầu tư thêm vào R&D để đa dạng hóa danh mục sản phẩm cần được chú trọng để giảm thiểu rủi ro thị trường.

## 6. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm. (2023a). *Báo cáo phát triển bền vững năm 2023*. Cao Lãnh, Đồng Tháp, Việt Nam: Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm.
- [2] Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm. (2023b). *Báo cáo tài chính năm 2023 đã được kiểm toán*. Cao Lãnh, Đồng Tháp, Việt Nam: Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm.
- [3] Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm. (2023c). *Báo cáo thường niên năm 2023*. Cao Lãnh, Đồng Tháp, Việt Nam: Công ty Cổ phần Dược phẩm Imexpharm.
- [4] GlobeNewswire. (2024). "Vietnam Pharmaceuticals Market Research Report 2024-2029: Technological Advancements and Market Trends, Healthcare Infrastructure Developments, Economic and Regulatory Impacts". *Research and Markets*.
- [5] IQVIA. (2023). "The global use of medicines 2023: Outlook to 2027". IQVIA Institute for Human Data Science. <https://www.iqvia.com/insights/the-iqvia-institute/reports-and-publications/reports/the-global-use-of-medicines-2023>
- [6] Khoa quản trị kinh doanh. (2019). *Tài liệu học tập Quản trị nhân lực*. Hà Nội, Việt Nam: Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp.
- [7] Tổng cục thống kê. (2023). *Niên giám thống kê 2023*. Hà Nội, Việt Nam: Tổng cục thống kê.
- [8] VnEconomy. (2024). "Imexpharm - Poised to lead growth in pharmaceutical industry". VnEconomy. <https://en.vneconomy.vn/imexpharm-poised-to-lead-growth-in-pharmaceutical-industry.htm>
- [9] Nguyễn Thị Như Quỳnh. (2018). "Phân tích năng lực cạnh tranh nội tại của Công ty Cổ phần Dược phẩm Quảng Bình – Chi nhánh Tp.HCM". *Tạp chí Khoa học & Công nghệ*, Đại học Nguyễn Tất Thành, 2.
- [10] Trương Thị Ánh Tuyết và cộng sự. (2022). "Khảo sát thực trạng tổ chức hoạt động phân phối dược phẩm của công ty TNHH Hasan - Dermapharm giai đoạn 2016-2020". *Tạp chí Y học Việt Nam*, 520(2).

