




С новым учебным
годом!



**Сущность предмета УЭФ.
Современное состояние
фармацевтического рынка.
Фармацевтическая служба как
составная часть системы
«Здравоохранение». Моделирование
систем. Структура фармацевтического
рынка (объекты и субъекты).**

Управление и экономика фармации (УЭФ)— это дисциплина, занимающаяся изучением вопросов экономической и управленческой деятельности субъектов обращения лекарственных средств.

Предметом управления и экономики фармации являются субъекты обращения лекарственных средств, выполняющие фармацевтическую деятельность, хозяйственные связи между ними и внешней средой, кроме того объекты, процессы и явления, образующие основу их деятельности на фармацевтическом рынке



Целью изучения УЭФ является получение различных сведений и знаний, а также практических навыков в области организации, планирования, контроля, анализа, учета и другой деятельности субъектов обращения лекарственных средств для оказания качественной фармацевтической помощи.

**При изучении Управления и экономики фармации
используются следующие подходы:**

Логистический

Маркетинговый

Институциональный

Системный

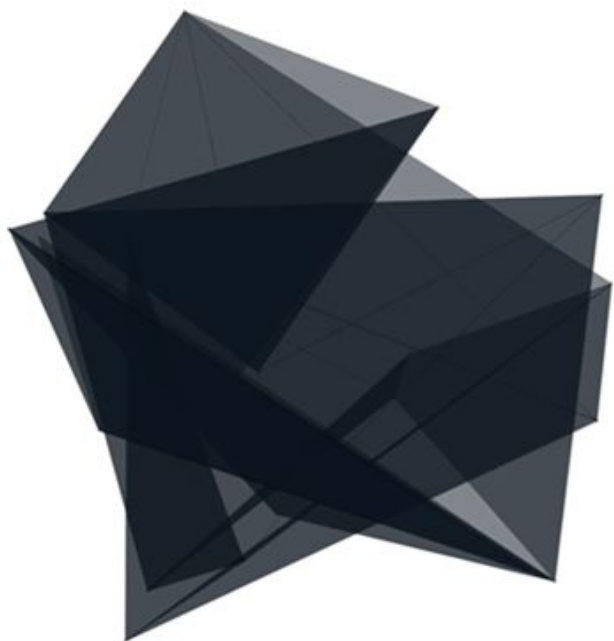
Моделирование

**Исторический, логический, социологический,
статистический, экономико-математический и др.**



Логистический — предмет
УЭФ считается как
совокупность товарных, а
также связующих с ними
информационных потоков;
предоставляет возможность
существенно улучшать
хозяйственную деятельность
субъектов обращения
лекарственных средств
путем усовершенствования
сквозного материального
потока





Маркетинговый —
определяет предмет УЭФ как
средство удовлетворения
потенциальных и реальных
потребителей в
лекарственных препаратах и
других товарах аптечного
ассортимента;
предусматривает изучение
деятельности субъектов
обращения лекарственных
средств в полной
взаимосвязи с конъюнктурой
фармацевтического рынка и
потребительским
поведением

Маркетинговый —

определяет предмет УЭФ как средство удовлетворения потенциальных и реальных потребителей в лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента; предусматривает изучение деятельности субъектов обращения лекарственных средств в полной взаимосвязи с конъюнктурой фармацевтического рынка и потребительским поведением





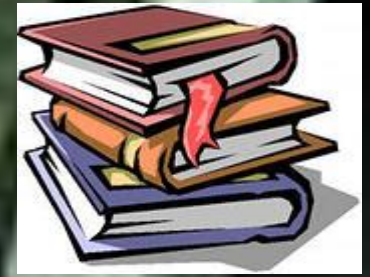
Системный — видит предмет УЭФ как сочетание взаимосвязанных и взаимозависимых подсистем, сплоченных общей целью, выявляет его интегративные свойства, внешние и внутренние связи

Моделирование —
дает возможность
изучать процессы и
системы, образующие
предмет УЭФ, путем
изучения и построения
их моделей
(графических,
концептуальных,
формальных и других).

При изучении
предмета УЭФ
используются также и
другие методы
познания:
исторический,
логический,
социологический,
статистический,
экономико-
математический и т.

Д.

Фармацевтическая экономика принадлежит к числу интегральных дисциплин, поскольку использует достижения разных наук:



математики и статистики (например, в качестве инструмента для анализа и прогнозирования экономических показателей деятельности организации);

химии, биологии, медицины (как основы для создания лекарственных средств основного продукта фармацевтической отрасли),



а также опирается на возможности, опыт и практику в области социологии, политологии, психологии, менеджмента и маркетинга.

Интегральный характер
фармацевтической экономики в
настоящее время обуславливается в
современной экономической теории
соединением трех составляющих:



политической экономики
(сущностный анализ);

микро- и макроэкономики
(функциональный анализ);

хозяйственной системы государства
(институциональный анализ).



Фармацевтическая экономика может рассматриваться как составная часть макроэкономической системы государства, поэтому она базируется на ряде общих и частных принципов.



К общим принципам относятся:

- учет действия объективных экономических законов;
- ограниченность ресурсов и безграничность потребностей как исходное положение любой экономической теории, которое определяет предмет экономической науки и ее существование;
- социальная значимость как признание реального вклада в удовлетворение потребности в фармацевтической помощи;
- взаимодействие теории и практики; единство микро- и макроанализа;
- принцип реального историзма.

Частными принципами являются:

- личная заинтересованность в здоровье. Этот принцип естествен и разумен в физиократическом смысле, а также индивидуалистичен, поскольку обеспечивает ответственность каждого человека за свое здоровье, что в конечном итоге соответствует общественным интересам;
- рациональное поведение при расходовании ресурсов на оказание фармацевтической помощи. Рациональное поведение направлено на достижение максимума результатов при имеющихся ограничениях;
- количественное измерение различных экономических проявлений.

Модель экономической системы фармацевтической организации

Природная среда

Макросреда – Российская Федерация

Экономика



На входе в систему
существуют различного рода
ресурсы:

материальные (основные
средства, нематериальные активы,
материально-производственные
запасы)

финансовые (денежные
средства, обязательства по
расчетам);

трудовые (управленческий,
фармацевтический и
производственный персонал);

информационные

технологические

Во внутренней среде
происходит
преобразование
получаемых ресурсов, а
также учет, анализ и
планирование основных
экономических
показателей в процессе
осуществления
хозяйственно-финансовой
деятельности

Процессы, происходящие во
внутренней среде
организации, относятся
непосредственно к сфере
управленческих
воздействий в отличие от
факторов внешней среды



Внешняя среда предприятия имеет несколько уровней.

Макроокружение, которое составляют факторы социального, политического, экономического, технологического, культурного характера, природные ресурсы, определяющие экономический потенциал государства, создает условия, в которых функционирует предприятие.

Макросреда

объединяющая факторы, оказывающие непосредственное влияние на условия деятельности (поставщики, различные типы потребителей, органы контроля и регулирования, налоговые органы и др.).

Микросреда

Факторы внешней микросреды

фармацевтической организации выступают по отношению к ней как причина и условие ограничения или расширения деятельности, а также как предпосылка, вызывающая необходимость изменений внутри

Стратегические цели экономической деятельности фарм. торговой организации, которые должны быть достигнуты на выходе из системы, являются прибыльность (экономическая цель), а также удовлетворение потребности в квалифицированной фармацевтической помощи (социальная цель).

Фармацевтическая торговая организация как система характеризуется рядом признаков:

саморегулирование, которое выражается в поддержании баланса между внутренними возможностями и факторами внешней среды;

самоорганизация, которая предполагает способность преодолевать внутренние противоречия и ограничения, достигать новых более устойчивых состояний;

развитие, проявляющееся в постоянном поиске баланса между стабильностью и изменчивостью.



Понимание сущности торгового предприятия как системы позволяет руководству организации, с одной стороны, предотвратить влияние негативных факторов, а с другой использовать положительные тенденции в направлении повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности фармацевтического торгового предприятия.

Особенности и тенденции мирового фармацевтического рынка.

Основными характеристиками современного мира, которые оказывают влияние на практическую работу руководителя фармацевтической организации, являются:

Телекоммуникации.

Технология.

Глобализация. Например, продукция производится в одной стране, а реализуется в других странах, рамки мирового хозяйства расширяются. Транснациональные фармацевтические компании работают на рынках многих стран мира.

Крупнейшие организации и отдельные лица соединены между собой во всемирную компьютерную сеть, осуществляется передача данных, получение информации посредством спутниковой связи и других современных

Возможности компьютерной обработки данных. Персональные компьютеры, соединенные в сети с всевозрастающими творческими возможностями, меняют способы сбора и обработки информации, а также условия сотрудничества.

Меняющиеся возможности, которые могут помочь в разработке новых подходов к производству товаров и предоставлению услуг. Создание дополнительных услуг, применение новых форм работы с потребителями позволят повысить качество сервиса в

Образованная рабочая сила. В современном мире меняются предпочтения и мотивы труда. Необходимость периодического обновления профессиональных навыков делает наиболее конкурентоспособными на рынке труда работников, которые постоянно учатся и пр.

Основными направлениями эволюции фармацевтической отрасли останутся:



процессы консолидации фармацевтических компаний

Слияние и поглощение обусловлено глобализацией, европейской интеграцией, растущими затратами на научные исследования и разработки и на маркетинг ЛС.

создание широкой сети контрактных исследовательских организаций

Для разработки и продвижения новых лекарственных средств

использование интегрированных маркетинговых структур

Для более эффективного продвижения ЛС или других товаров создается цепочка: производитель, дистрибьютор, аптека – это и есть интегрированная маркетинговая структура.

поиск безрисковых стратегий научных исследований и опытно-конструкторских разработок (в первую очередь с использованием компьютерных технологий).

**Основными субъектами фармацевтического рынка
являются:**

производители



дистрибьюторы

**аптечные
организации**



Среди новых тенденций развития отечественного производства можно отметить

Производители

- а) увеличение инвестиций и участие иностранного капитала в сделках по слиянию/поглощению, привлечение стратегических инвесторов;
- б) строительство предприятий иностранными компаниями;
- в) изменения в правовом поле (например, в условиях лицензирования).



В качестве стратегических направлений развития отечественного производства рассматриваются два сценария:

- 1) ориентир на производство дженериков (ежегодно в среднем на 30-40 ЛС заканчивается срок патентной защиты) и это наиболее вероятный путь;
- 2) развитие производства инновационных отечественных ЛС.



Основными тенденциями развития этого субъекта рынка является:

Дистрибьюторы



укрепление на рынке национальных дистрибьюторов и увеличение конкуренции между ними;

концентрация рынка;

рост и расширение ассортимента;

развитие собственных розничных сетей;

поиск новых форм работы с аптечными организациями, например, предложение некоммерческого партнерства

включение аптек в закупочный союз (специальные скидки и условия поставки, приобретение и модернизация оборудования, компьютеризация, оптимизация управления товарными запасами и персоналом)

доступ к современным технологиям

обучение сотрудников аптеки.



Для эффективной работы в условиях современной экономической среды и растущей конкуренции в аптечном секторе фармацевтического рынка используются

конкурентные технологии

К конкурентным

технологиям относятся:

развитие мелкорозничной сети, изменение режима работы, развитие фармацевтических и медицинских услуг и повышение уровня сервиса, использование достижений менеджмента (в частности менеджмента качества) и маркетинга, внедрение новых технологий, компьютеризация и

создаются сетевые организации

Аптечные сети могут быть как государственные и муниципальные, так и частные.

Мировым фармацевтическим сообществом выработаны следующие признаки аптечных сетей:

- а) единые принципы работы, ассортимент и система ценообразования;
- б) широкий ассортимент;
- в) использование эффекта масштаба;
- г) снижение издержек;
- д) низкие цены;
- е) компьютеризация и применение новых



В качестве тенденций развития российского фармацевтического рынка можно отметить следующее:

- рост объема фармацевтического рынка;
- усиление взаимодействия по схемам производитель-дистрибьютор-аптека и дистрибьютор-аптека;

- концентрация компаний в дистрибьюторском и розничном секторе;

- внедрение маркетинговых подходов в организацию работы субъектов фармацевтического рынка;

- внедрение новых технологий (в том числе Интернет и электронной торговли товарами аптечного ассортимента) и автоматизация работы аптек.

Спасибо за внимание.



«То что ты делаешь сегодня, завтра получишь как результат».