

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ФАРМАЦИИ. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АПТЕКИ

План.

1. Экономика. Фармацевтическая экономика в условиях рыночных отношений:
2. Субъекты микроэкономики.
3. Особенности деятельности предприятий малого бизнеса.
4. Особенности фармацевтической экономики.
5. Планирование, как функции управления.
6. Методика планирования экономических показателей.

- Название науки «экономика» дал древнегреческий мыслитель и ученый Аристотель, называя науку «экономикой»,
- что в переводе с греч. означало «искусство ведения домашнего хозяйства». Под экономикой понимается совокупность отраслей народного хозяйства, обеспечивающая общество жизненно-необходимыми благами и услугами. Современная экономическая наука позволяет наиболее эффективно решать основные вопросы экономического развития общества: что (сколько) производить?, каким образом производить? для кого производить?

- **Фармацевтическая экономика** – совокупность предприятий и организаций, занятых производством, распределением и обменом лекарственных средств, изделий мед. Назначения и услуг, необходимых для поддержания индивидуального и общественного здоровья. Областью исследований фармацевтической экономики являются проблемы эффективного использования ограниченных ресурсов лекарственных средств и предметов медицинского назначения или управления ими с целью достижения максимального удовлетворения потребностей населения и ЛПУ в товарах аптечного ассортимента.
- **Экономическая теория выполняет три функции:** познавательную, практическую и методологическую, являясь теоретической базой для других конкретных экономических наук

- **Экономическая система**- совокупность всех экономических процессов, происходящих в обществе на основе отношений собственности в рамках определенного организационного механизма
- **Субъекты макро- и микроэкономики.** Экономика подразделяется на две области: макро- и микроэкономика.
- **Макроэкономика**- изучает экономику в целом или такие крупные составные части экономики, как государственный сектор, частный сектор. Макроэкономика анализирует крупные рынки (товаров, услуг, рабочей силы и ценных бумаг). При этом анализирует: валовой национальный доход (ВНД), общий объём продукции, общий уровень занятости, общий объём дохода, общий объём расхода, общий уровень цен, совокупный спрос, безработица, инфляция и т. д.

- **Макроэкономика связана** с деятельностью отдельных экономических субъектов. К ним относятся потребители, предприятия (фирмы), отдельные отрасли, т. е. любой хозяйственный субъект, который играет существенную роль в функционировании экономики.
- **Микроэкономика** исследует также взаимодействие субъектов микроэкономики, образование отдельных рынков, их развитие, функционирование, влияние на них политики правительства и внешней экономики. В микроэкономике анализируются такие величины, как выручка, или доход отдельного предприятия (или фирмы), численность работающих на отдельном предприятии, спрос на конкретный товар, цена конкретного товара.
- Основные качественные параметры:
 - - характер и содержание деятельности;
 - - базовая форма собственности;
 - - организационно-правовой статус предприятия;
 - - способы ведения конкуренции.

1. Экономика. Фармацевтическая экономика в Руководителям и сотрудникам любых учреждений и предприятий, условиях рыночных отношений

деятельностью в условиях современной экономической среды

не достаточно иметь только профессиональные знания, они

должны иметь определенный уровень специальных экономических знаний. Это в полной мере относится и к руководителям аптечных учреждений. В процессе демократизации общественной жизни хозяйственная деятельность все более регулируется через рынок и, порой, государственные институты не успевают за постоянно меняющейся экономической ситуацией. Хотя, как говорят экономисты, государства в рынке должно быть столько, сколько необходимо. Особенно это важно при распределении благ, которые не может дать рынок и при выполнении государством социальных функций,

к которым относится и поддержание общественного

Лекарственные препараты входят в число благ, которые потребляются строго индивидуально, однако, результаты этого потребления имеют значимость для общества в целом.

Менеджеры аптек должны постоянно помнить о своей социальной роли и представлять последствия, например, необходимость внутриаптечного приготовления лекарств, заведомо зная, что это убыточно, или осуществление бесплатного и льготного отпуска и т.д. а в то же время, отсутствие налога на добавленную стоимость (НДС) на лекарственные препараты (ЛП) и другие льготы, предоставляемые аптекам, из-за общественной значимости их товаров и услуг, при грамотном использовании основных рыночных закономерностей помогут аптечным учреждениям не просто удержаться на плаву, но и получить прибыль.

Что же такое «экономика»? Существует много определений экономики.

Вот некоторые из них:

«Экономика» (от греч. oikonomike-буквально переводится, как искусство ведения домашнего хозяйства) – это совокупность произведенных отношений, экономический базис общества; или

Экономика – это совокупность отраслей народного хозяйства, обеспечивающая жизненно необходимыми благами и услугами, главное поле деятельности людей.

Здравоохранение и аптечная служба – часть экономики страны.

макроэкономике и микроэкономике.

Макроэкономика изучает экономику в целом, или такие

Крупные составные части экономики, как

государственный

сектор, частный сектор. При этом исследуется общая

структура экономики и связи между крупными

составными

частями экономики в целом. Макроэкономика

анализирует

совокупные рынки (товаров, услуг, рабочей силы и

ценных

бумаг). В макроэкономике анализируются такие

величины

как валовой национальный доход (ВНД), общий объем

продукции, общий уровень занятости, общий объем

дохода, общий объем расхода, общий уровень

цен, совокупный спрос, безработица, инфляция и т.д.

Если сравнить экономическую среду с океаном

то макроэкономика изучает океан в целом: приливы.

Четких субъектов. К ним относятся потребители, предприятия (фирмы) отдельные отрасли, т.е. любой индивидуум или хозяйственный субъект, который играет существенную роль в функционировании экономики. В микроэкономике анализируются такие величины как: выручка или доход отдельного предприятия (или фирмы), численность работающих на отдельном предприятии,

спрос на конкретный товар, цена конкретного товара.

Сравнивая с океаном можно сказать, что микроэкономика изучает

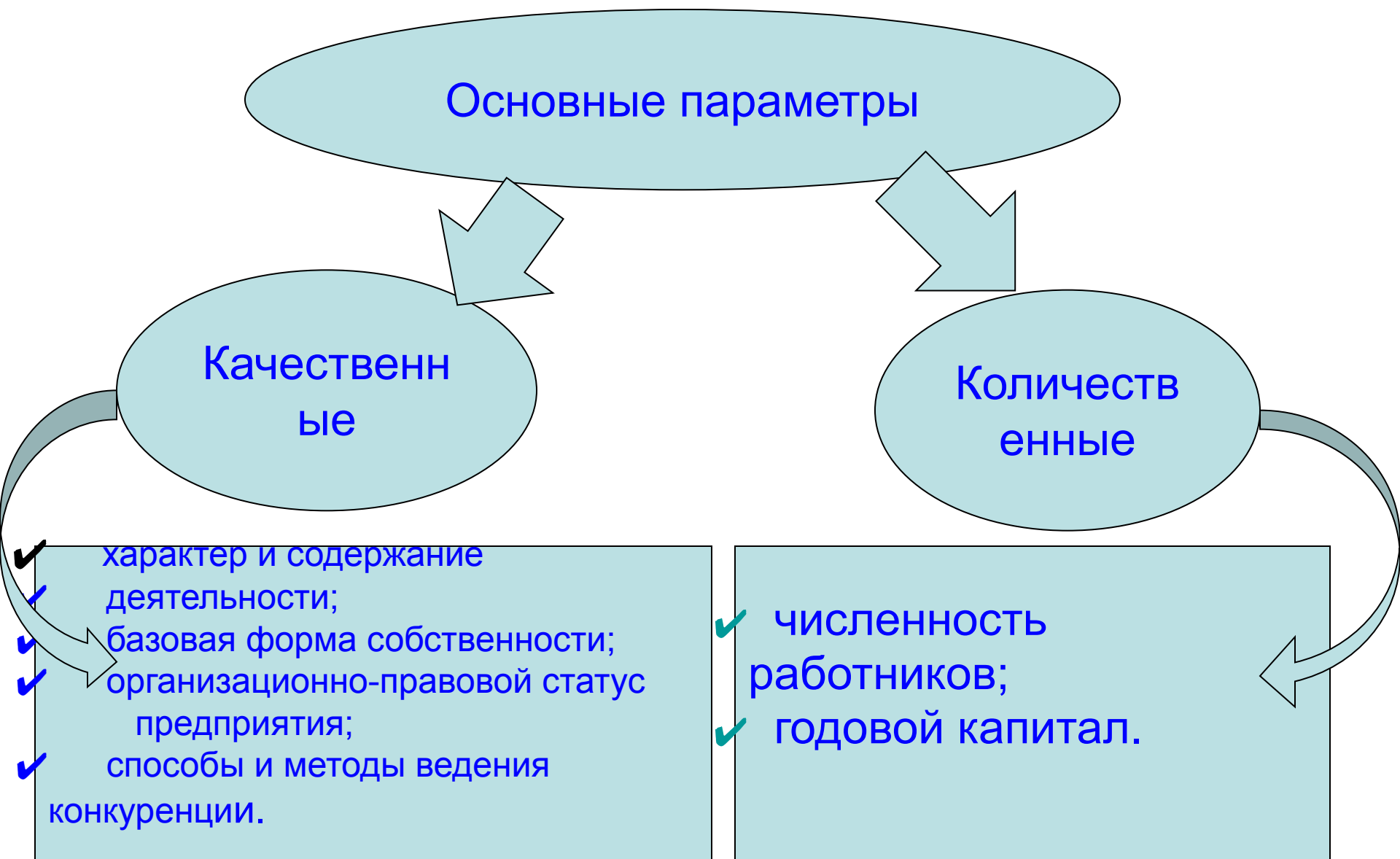
отдельных обитателей океана (рыб, растения, океанических животных), а не океан в целом. Микроэкономика исследует также взаимодействие субъектов микроэкономки, образование отдельных рынков, их развитие, функционирование, влияние на них политики правительства и внешней экономики.

Следует отметить, что границы между макро- и микроэкономикой в

последние годы все больше размываются. Например, чтобы понять

как действуют совокупные рынки надо изучить поведение потребителей, предприятий и других субъектов, которые участвуют

2. Субъекты микроэкономики



Характер и содержание деятельности предприятия

Определяется, во-первых, отраслью в которой функционирует предприятие. Бывают промышленные, торговые, транспортные, страховые предприятия, учреждения здравоохранения и т.д. В свою очередь, каждое предприятие конкретизирует содержание своей деятельности. Эти основные виды деятельности должны быть зафиксированы в Уставе предприятия. Например, аптека, по характеру своей деятельности относится к учреждениям здравоохранения, наряду с поликлиниками, больницами и т.д., а по содержанию своей деятельности является розничным предприятием, которое предназначено для оказания фармацевтической помощи, в т.ч. для продажи лекарственных препаратов и предметов медицинского назначения.

Базовая форма собственности

В нашей стране существует следующие формы собственности (Закон РУз «О собственности»):

- ✓ частная
- ✓ ширкатная (коллективная)
- ✓ государственная
- ✓ смешанная форма собственности
- ✓ собственность юридических и физических лиц других государств и международных организаций

Республика Узбекистан гарантирует равноправие и правовую защиту всех форм собственности.

Частная собственность создаётся за счёт доходов граждан, занятий предпринимательской деятельности и других доходов.

Коллективная собственность обеспечивается путем передачи государственных предприятий в аренду, преобразованием государственных предприятий в акционерные общества.

Государственная собственность предлагает, имущество создается и приобретается за счет бюджетных или иных средств Республики Узбекистан

Смешанные формы собственности образуются путем соединения материальных и денежных средств собственников.

Собственность иностранных граждан, организаций и Государств создается либо в результате приобретения ими доли участия (пая акции) в учрежденном предприятии или приобретения такого предприятия полностью.

Организационно - правовые формы предприятия

Определены Законом РУз «О
предприятиях»

Закон определяет общие правовые,
экономические и социальные
основы создания, деятельности,
реорганизации и ликвидации
предприятий всех форм собственности.

Способы и методы ведения конкуренции

Участие предприятий в рыночной системе делает необходимым и его участие о конкурентной борьбе. Вид ее зависит от типа рынка (монопольный, или конкурентный), на котором действует предприятие.

Конкуренции - необходимый элемент рыночной экономики

Однако, каждая страна стремится законодательно оградить предприятие от недобросовестной конкуренции

в соответствии с Законом Рус «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных биржах» 1996 г все предприятия законодательно защищены от недобросовестной конкуренции.

По данным Минздрава РУз

На 01.10.2016 года было выдано аптекам около 8700 лицензий, производителям 149 лицензий.

В число отечественных производителей на 2016 год входило более 100 организаций различных форм собственности, производящих свыше 1845 наименований

ЛП и около 46 наименований субстанций.

На фармацевтической рынке страны действует около 149

Предприятий с участием иностранного капитала.

При переходе к рыночным отношениям и расширении возможностей децентрализованных поставок увеличился

поток зарубежных фирм в республику на 2016 года на территории Узбекистана представлено более 189 зарубежных компаний - производителей.

3. Особенности деятельности предприятий малого бизнеса

В соответствии с Указом Президента РУз «О мерах по дальнейшему стимулированию развития частного предпринимательства, малого и среднего бизнеса» субъектами малого и среднего бизнеса в нашей стране являются:

Микроформы независимо от форм собственности, со среднегодовой численностью занятых работников в производственных отраслях до 10 человек, в сфере торговли, услуг и отраслей непроизводственной сферы- до 5 человек;

Малые предприятия, независимо от форм собственности, со среднегодовой численностью занятых в сфере промышленности до 40 человек, строительстве, сельском хозяйстве и других производственных отраслях – до 20 человек, науке, научном обслуживании, розничной торговле и других отраслях непроизводственной сферы – до 10 человек;

Средние предприятия, независимо от форм собственности, со среднегодовой численностью работников свыше установленных для малых предприятий, но не превышающих в сфере промышленности 100 человек, строительстве – 50 человек, сельском хозяйстве, других производственных отраслях, оптовой торговле – 30 человек, в розничной торговле, сфере услуг и других непроизводственных отраслях 20 человек.

Предприятия малого бизнеса (а значит и аптеки) имеют ряд преимуществ:

Определенный рынок сбыта: известен его размер (число жителей, ЛПУ, прикрепленных на снабжение) и расположение.

Высокая восприимчивость к новым идеям, исключительная способность к быстрому переключению на производство новой продукции (например создание фитобаров в аптеке). Здесь же можно отметить изменение в стиле работы в целях создания более выгодных условий для клиентов.

Личное общение: руководителя (менеджера) с работниками, работников с покупателями

Предприятия малого бизнеса имеют определенные *недостатки*, которые необходимо знать и учитывать в процессе деловой активности:

Неравные, по сравнению с крупными предприятиями, возможности при доступе к ресурсам (особенно финансовым). Банки охотнее кредитуют крупные предприятия с большим уставным капиталом.

Отсутствие экономии на масштабах производства. Высокий уровень расходов на содержание, эксплуатацию и охрану помещений (постоянные издержки).

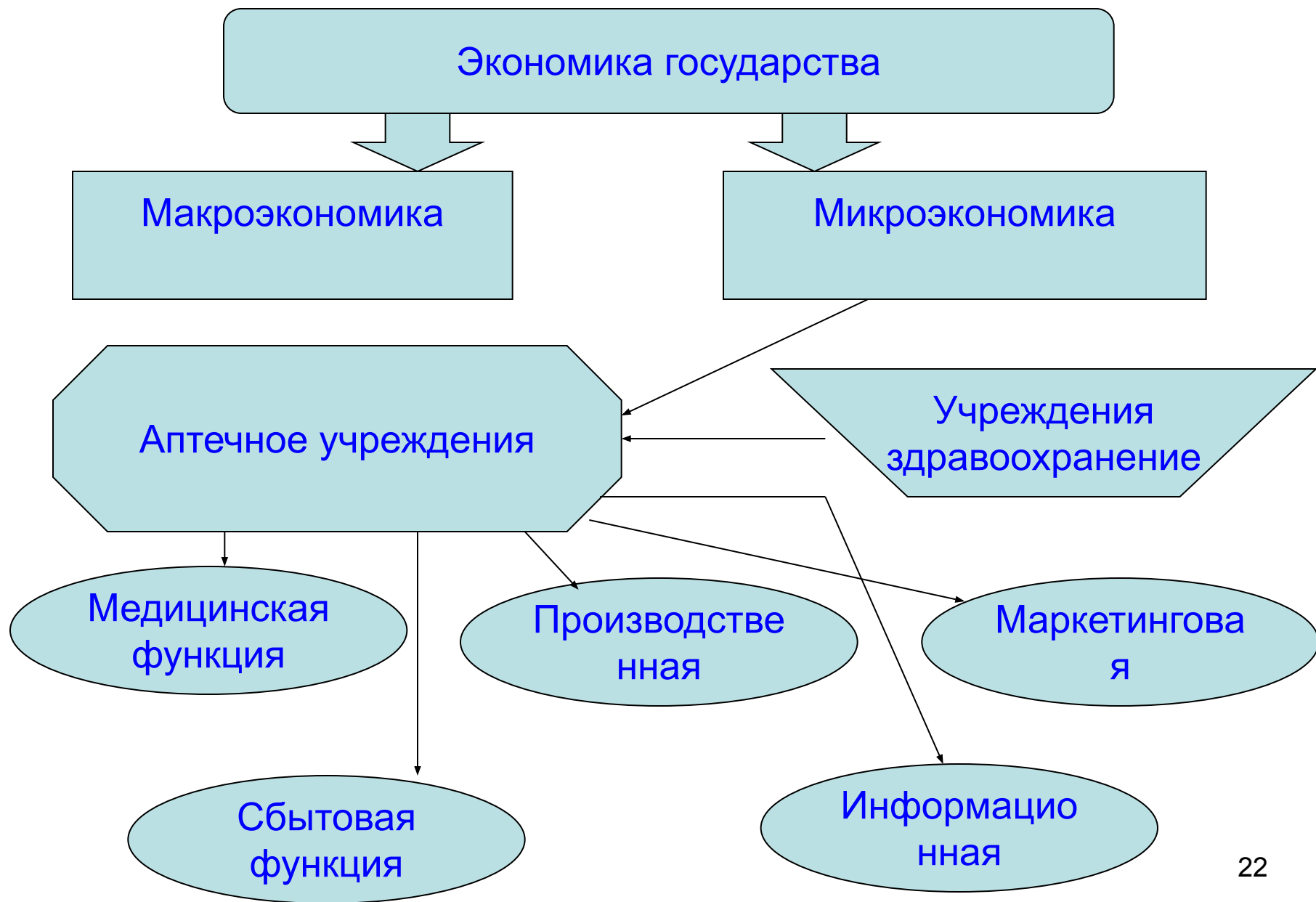
Представление отчетной документации в правительственные органы (налоговую инспекцию, статуправление, различные фонды), в составлении которой принимает непосредственное участие руководитель предприятия.

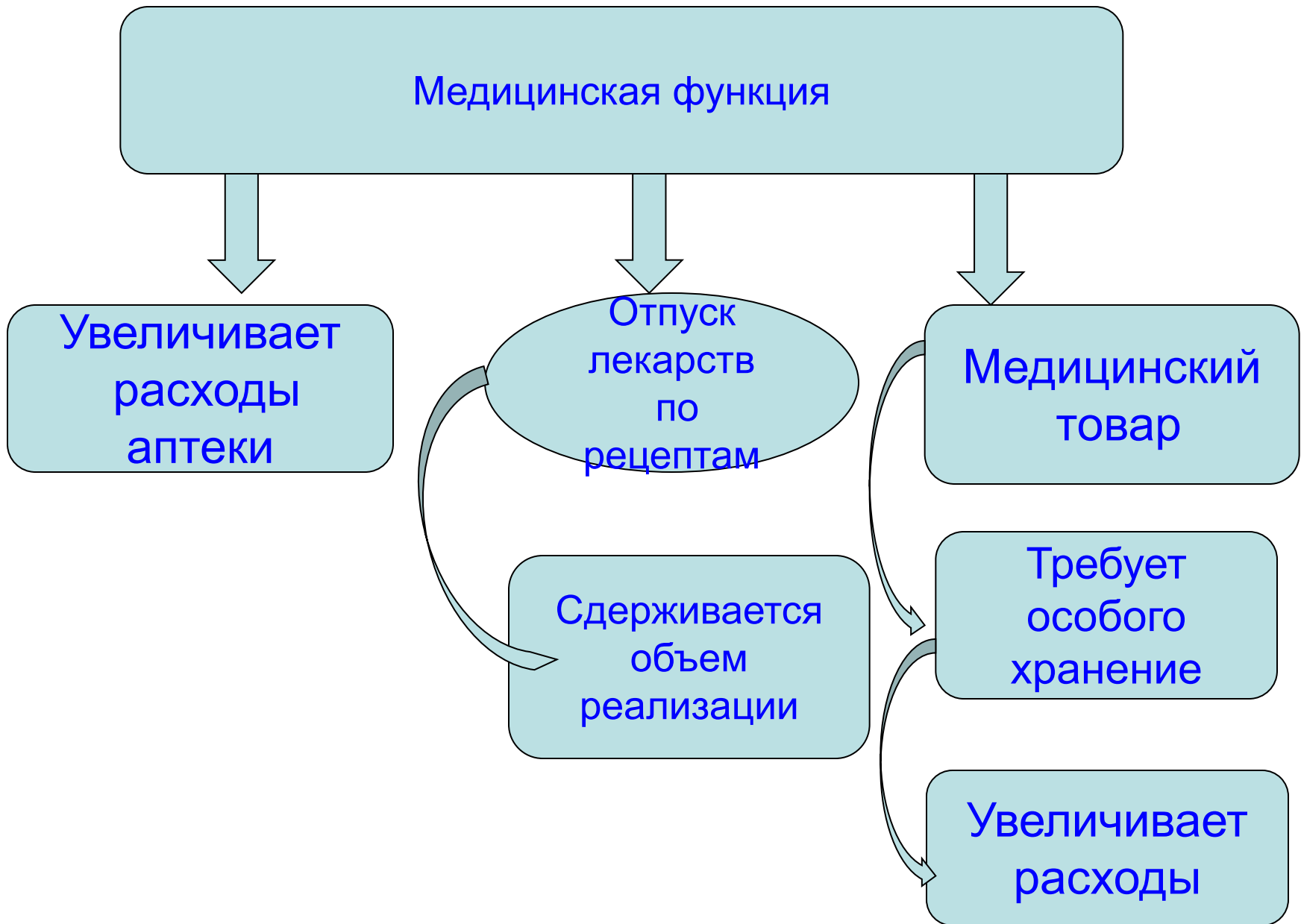
4. Особенности фармацевтической экономики. Фармацевтическая экономика

совокупность отраслей, занятых производством, распределением и обменом лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и услуг, необходимых для поддержания общественного здоровья.

Областью исследований фармацевтической экономики являются проблемы эффективного использования ограниченных ресурсов лекарственных препаратов и Предметов медицинского назначения или управления ими с целью достижения максимального удовлетворения потребностей населения и ЛПУ в товарах аптечного ассортимента.

Особенности экономики аптек





Производственная функция

Создание запасов
Сырья для
Приготовления ЛП
по индивидуальным
прописям
и мелкосерийного
изготовления

Увеличивают
ся
расходы

Требования к
составу
помещений
(асептический
блок,
ассистентская,
кабинет
провизора –
аналитика),

Увеличивают
ся
расходы

Трудовые
затраты
на
приготовление
ЛП

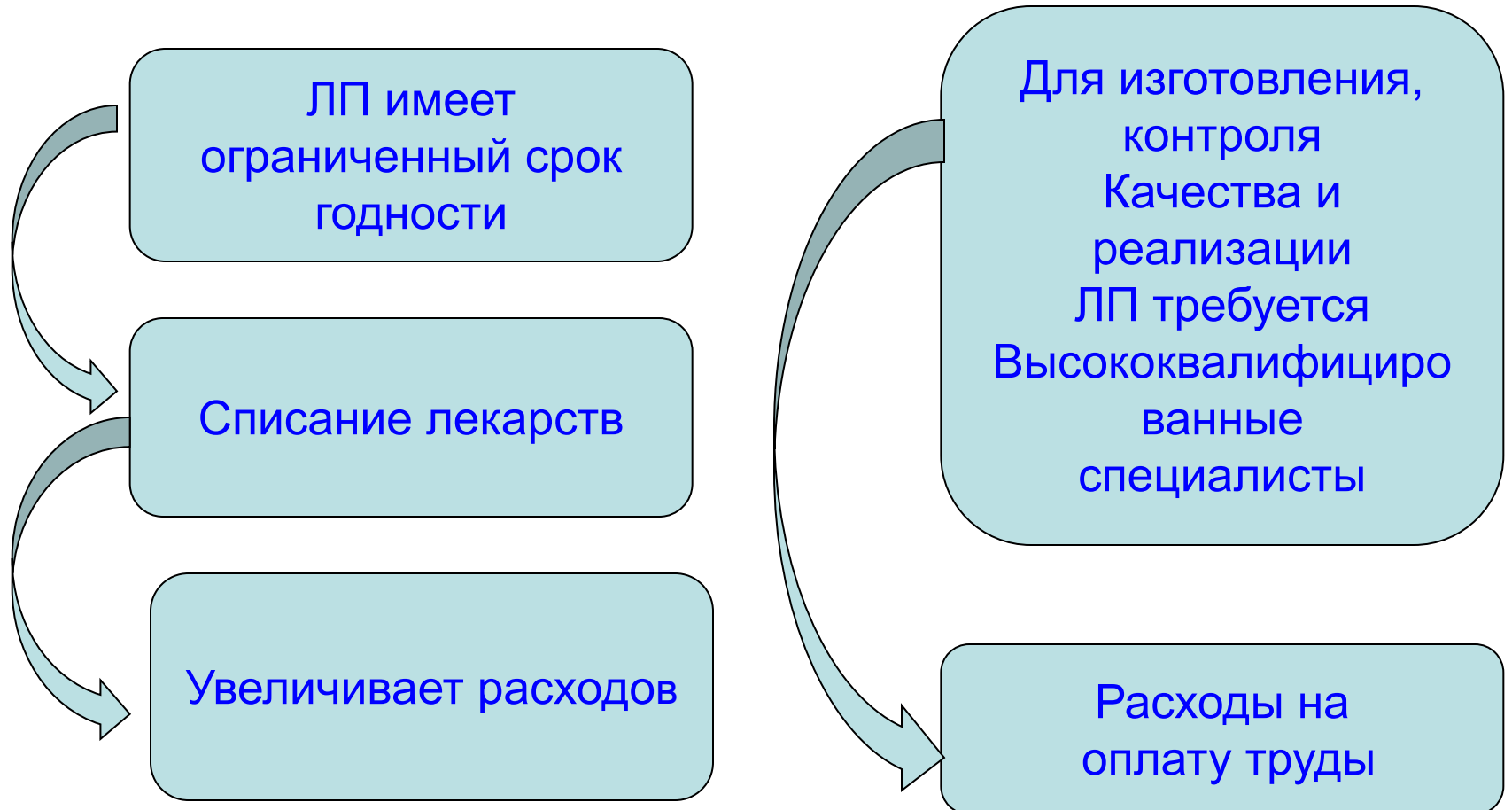
Увеличивают
ся
расходы

использование
дополнительной
энергии для
обеспечения
процесса
производства
(например, для
получения воды
очищенной)

Получение
воды
очищенной

замедленная
товарооборачиваемость
к др.

Сбытовая (торговая) функция



Особенности деятельности аптек влекут за собой и особенности экономики

Более низкий (чем в торговле) темп роста продаж

особенности формирования спроса на лекарственные препараты (наличие промежуточных потребителей)

сравнительно высокий уровень издержек производства (обращения)

несовершенство ценообразования, продажа как за наличный так и по безналичному расчету

замедленная оборачиваемость товаров

4. Планирование, как функции управления

Эффективное планирование предполагает соблюдение основных условий:

гибкость и адаптивность, т.е. планирование должно своевременно реагировать на изменение внешней среды предприятия

планированием должны заниматься прежде всего те, кто будет затем выполнять разработанные планы

уровень компетенции в планировании должен соответствовать уровню компетенции в отношении распоряжения ресурсами предприятия.

Процедура планирования любого показателя включает следующие этапы:

Сбор информации и оценка достигнутого уровня экономического показателя за период времени определенной для исследования (это могут быть данные за месяц, квартал, за 3-5 предшествующих лет)

Расчет ожидаемого показателя за текущий период

Анализ возможностей изменения показателя на прогнозируемый период, выявление факторов, которые могут повлиять на его изменение в перспективе.

Изучение особенностей деятельности аптеки, влияющих на величину показателя

Обоснование методического подхода, который может быть применен при анализе показателя в ретроспективе расчете на перспективе и расчете на Перспективу (балансовый нормативный, учет прошлых тенденций и т. д)

Стратегическое планирование

1.Этап. Разработка программы предприятия.

Программа предприятия ориентируется на удовлетворение конкретных нужд и запросов клиентов, расширение рынка, совершенствование производства, увеличение продажах- всё это подчинено удовлетворению потребности людей.

2.Этап. Для реализации программы формируются цели и задачи в виде конкретных цифр.

Цели формируются в терминах:
объём реализации,
валовая прибыль, товарные запасы
Рентабельность издержки,
доля участия в рынке и т.д.

3.Этап.

Для принятия стратегических решений необходимо учесть комплекс факторов внешней среды, влияющих на деятельность предприятия, в частности, политику правительства, состояние отрасли, к которой принадлежит предприятие экономическое положение в страны и т.д.

4-Этап.

Представляет собой анализ хозяйственно - финансовой деятельности предприятия. При этом выявляются слабые и сильные стороны предприятия, возможности перераспределения средств и необходимость инвестиций, сбыт и маркетинг, трудовые ресурсы, финансы, исследования и разработки

5.Этап.

На этом этапе стратегия предприятия приобретает конкретную форму. Определяются возможности расширения производства и границ рынка (увеличение сбыта).

6.Методика планирования экономических показателей

БАЛОНСКИЙ МЕТОД

$$O_n + П = P - B + O_k$$

O_n - запасы или остатки на начало периода;

O_k - запасы или остатки на конец периода;

П - поступление;

Б - выбытие (прочий расход);

Р - расход, т.ч. реализация.

Методы технико – экономических расчетов (нормативные)

основаны на использовании утвержденных нормативов и норм расхода материальных средств (ресурсов). Этот метод, например, применяется при определении потребности в спирте, наркотических ЛП и специфических ЛП, расчете штатной численности, расширении сети и др.

Экономико-математические методы

основаны на построении математических моделей, которые отражают количественные взаимосвязи между показателями. В аптечной системе широко используются регрессионные модели (одно- и многофакторные).

Экономико-аналитические (статистические) методы.

Методическими приемами является группировка, сравнение показателей. При использовании этих методов используются статистические данные учета и отчетности.

Для составления текущих планов часто применяется метод основанный на учете прошлых тенденций. Планирование на основе этого метода включает:

- 1.Сбор фактических данных, определение ожидаемых данных;
2. Построение и анализ динамических или моментных рядов показателя, графиков, диаграмм;
3. Расчет относительных показателей: темпов роста или прироста;
- 4.Выявление тенденции относительного показателя или расчет среднегодового темпа роста или прироста;
- 5.Определение планового показателя на основе данных базисного года с учетом выявленной тенденции относительного показателя или среднегодового темпа роста (прироста).