



**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**

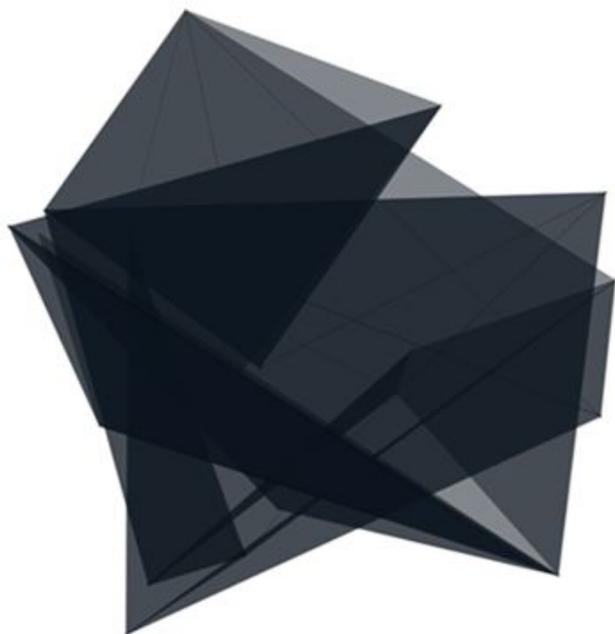
**Моделирование**

**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



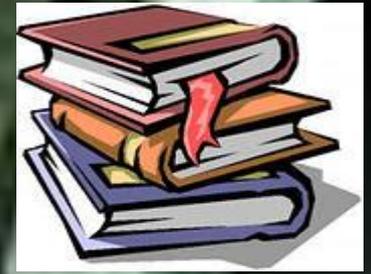


*Системный* — видит предмет УЭФ как сочетание взаимосвязанных и взаимозависимых подсистем, сплоченных общей целью, выявляет его интегративные свойства, внешние и внутренние связи

*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.

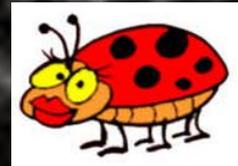
Интегральный характер  
фармацевтической экономики в  
настоящее время обуславливается в  
современной экономической теории  
соединением трех составляющих:



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.).

### Факторы внешней макросреды

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

Стратегиями 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.*

Меняющиеся

возможности, которые могут

помочь в

разработке новых

подходов к

производству

товаров и

предоставлению

услуг. Создание

дополнительных

услуг, применение

новых форм

работы с потребителями позво-

лят 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.

*Возможности компьютерной обработки данных.*

Персональные компьютеры, соединенные в

сети с

всевозрастающими творческими

возможностями, меняют способы

сбора и

обработки

информации, а также условия

сотрудничества.

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

*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.

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».