

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ Г.СЕМЕЙ
КАФЕДРА ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
ДИСЦИПЛИНА: ОСНОВЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ЛОГИСТИКИ

Фармацевтическая экономика в системе товарного обращения

Подготовила: Қайратова Ж.Қ
402-группа Фармация
Проверила: Хисметова З.А

ПЛАН:

- Фармацевтическая экономика в системе товарного обращения.
- Движение материальных ресурсов.
- Особенности поведения покупателей на фармацевтическом рынке.

ВВЕДЕНИЕ:

Фармацевтическая экономика является интегральной дисциплиной, 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.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В СИСТЕМЕ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ

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 экономии (сущностный анализ);
- микро- и макроэкономики (функциональный анализ);
- хозяйственной системы государства (институциональный анализ).

Фармацевтическая экономика также 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, определяющее 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, поскольку является основой существования любого индивида, 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.

- В современной экономике объективно существуют и взаимодействуют три сферы движения материальных ресурсов

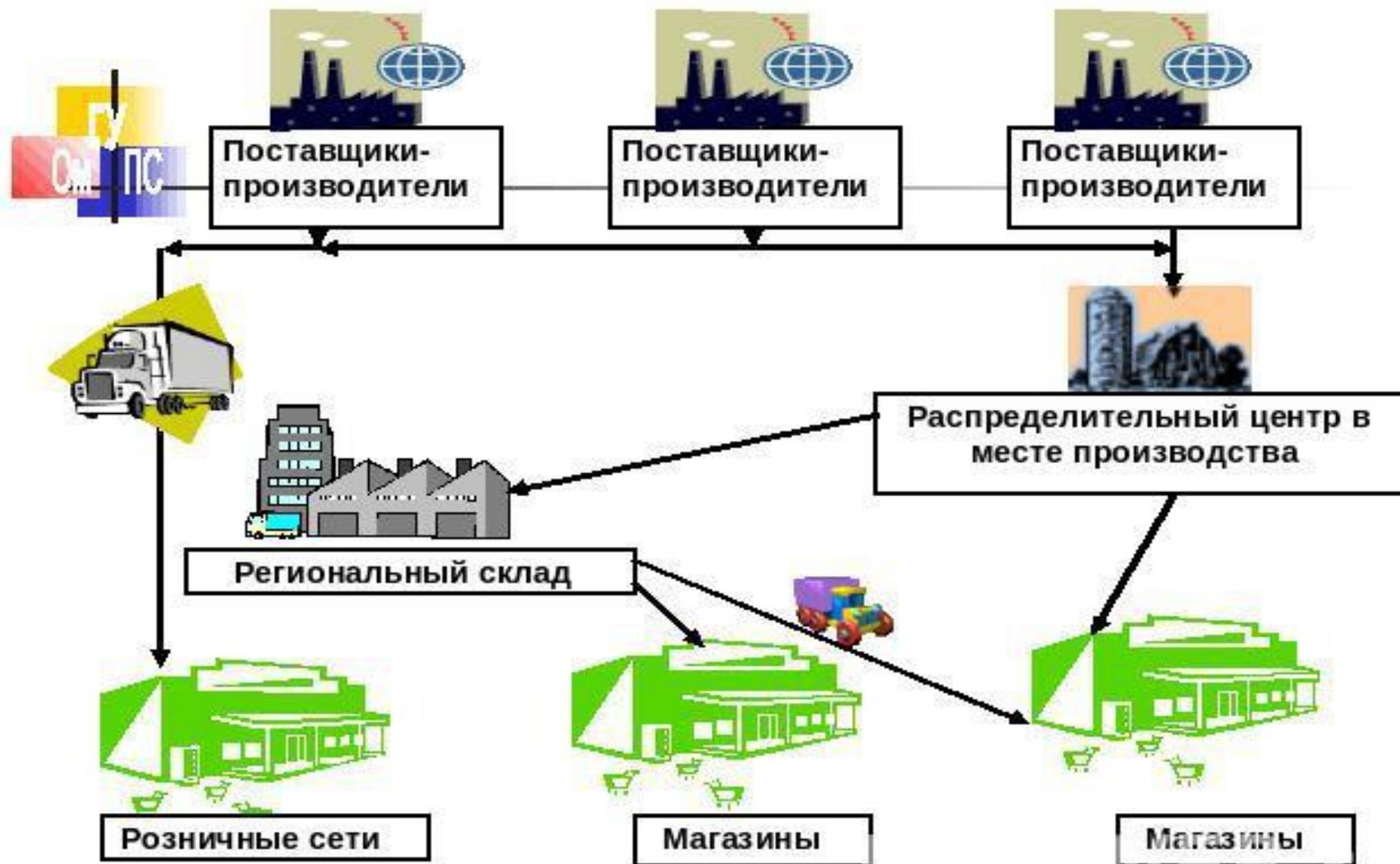


Основные вопросы, которые решаются в сфере товарного производства, – что, как и для кого производить? В сфере товарного обращения главная функциональная направленность – рациональный обмен и соединение сферы производства и потребления. Обслуживание обмена товаров осуществляется в двух формах – натурально-вещественной и стоимостной.

Одним из видов предпринимательской деятельности в сфере обращения, направленных на удовлетворение покупательского спроса, является торговля. Основными видами торговой деятельности являются оптовая, мелкооптовая, розничная и мелкорозничная.

- ❑ В условиях рыночной экономики, когда предложение превышает спрос, идет конкурентная борьба за потребителя. В связи с этим стандартная микроэкономическая теория приобретения считается актом одного мгновения. Покупатель четко представляет свои нужды, встречается с продавцом, и по договорной цене совершается передача изделия из одних рук в другие. Соответственно выглядит и базовая модель покупательского поведения, принятая в США, Канаде и странах Западной Европы. В ее основе лежит бихевиористский принцип: стимул – реакция.
- ❑ Роли и статусы. Личность принадлежит ко многим группам, различным организациям, семье и т.д. Роль заключается в деятельности личности, ожидаемой и выполняемой в отношении окружающих людей. Каждая роль сопровождается статусом, отражающим степень уважения со стороны общества.
- ❑ Личностные факторы. На решение покупателей влияют такие личностные характеристики, как пол, возраст, периоды жизненного цикла.

Физическое товародвижение в сфере товарного обращения



- ❖ Род занятия оказывает большое внимание на покупку.
- ❖ Психологические факторы. Покупательское поведение личности подвергается воздействию четырех главных психологических факторов: мотивации, восприятия, изучения, установки и убеждения.
- ❖ Теория мотивации Маслоу. Психолог Абрахам Маслоу задался вопросом: «Почему люди побуждаются теми или иными потребностями только определенное время?» Маслоу полагает, что человеческие потребности располагаются в определенной иерархической последовательности – от «низших», материальных, до «высших», душевных, от более настоятельных до менее настоятельных. В порядке важности это потребности: физиологические, безопасности, социальные, уважения и самоактуализации.

- Человек должен удовлетворить, прежде всего, наиболее важные потребности.
- Как определенная модель деятельности предприятия, которая использует все наработки традиционного планирования, применимо к категориям рыночной экономики: бизнесу, конкурентной борьбе, деятельности маркетинговых служб, коммерческому риску, стратегии финансирования, достижения безубыточности и необходимого уровня рентабельности, качественному обслуживанию потребителя – предстает бизнес-план. Бизнес-план в нашей стране до недавнего времени рассматривался как план какого-то одного мероприятия (что также верно) или как план становления и развития небольшого предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

- Багирова В.Л. Управление и экономика фармации. – Москва: Медицина, 2004. – 716 с.
- Абдуллин К.А. Экономика фармации. Учебное пособие. – Алматы, 2006. – 195 с.
- Пелих А.С. Бизнес-план, или как организовать собственный бизнес. – Москва: ОСЬ-89, 1997. – 96 с.
- Криков В.П., Прокопишин В.И. Организация и экономика фармации. – Москва: Медицина, 1999. – 624 с.