

РЫНОК КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ. ОСОБЕННОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

Выполнила:

Группа:

Приняла:

Шымкент 2017

ПЛАН

1. Введение



2. Рынок как экономическая категория.



3. Особенности фармацевтического рынка



4. Заключение



5. Список использованной литературы



Введение

- Рынок выступает результатом возникновения и развития товарного производства и обмена. Рынок является многоаспектным понятием, так как воплощает в себе множество связей и отношений, характерных для товарной экономики. Отсюда, вполне возможно объяснить существование целого ряда его определений. Но, прежде всего, рынок - это система отношений между экономическими субъектами по поводу купли-продажи (обмена) товаров и услуг.



Основными характеристиками рынка являются:

господство частной собственности;
свобода выбора

ограниченная роль государства в
экономике;
обмен с помощью денег (товар - деньги
- товар);

личный интерес рыночных субъектов;
рыночное ценообразование;



Функции рынка

Информационная - передача информации субъектам рынка о количестве и ассортименте благ;

Посредническая — сведение продавцов и покупателей;
Функцию образования цены - формирование цены через взаимодействие спроса и предложения;

Регулирующая — определение того что? Как? И сколько?
Производить через соотношение спроса и предложения

Санитрующая - очищение общественного производства от неэффективных хозяйствующих субъектов рынка.

КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

В зависимости от критериев, положенных в основу классификации рынков, выделяют их различные виды.

Рынки можно классифицировать с точки зрения их территориальных границ, характера конкуренции, объектов купли-продажи, соотношения спроса и предложения и др. признаков:

по территориальному признаку различают рынок мировой, национальный, региональный, местный рынки;

по степени развития рыночных отношений рынки - рынок развитый и рынок формирующийся;

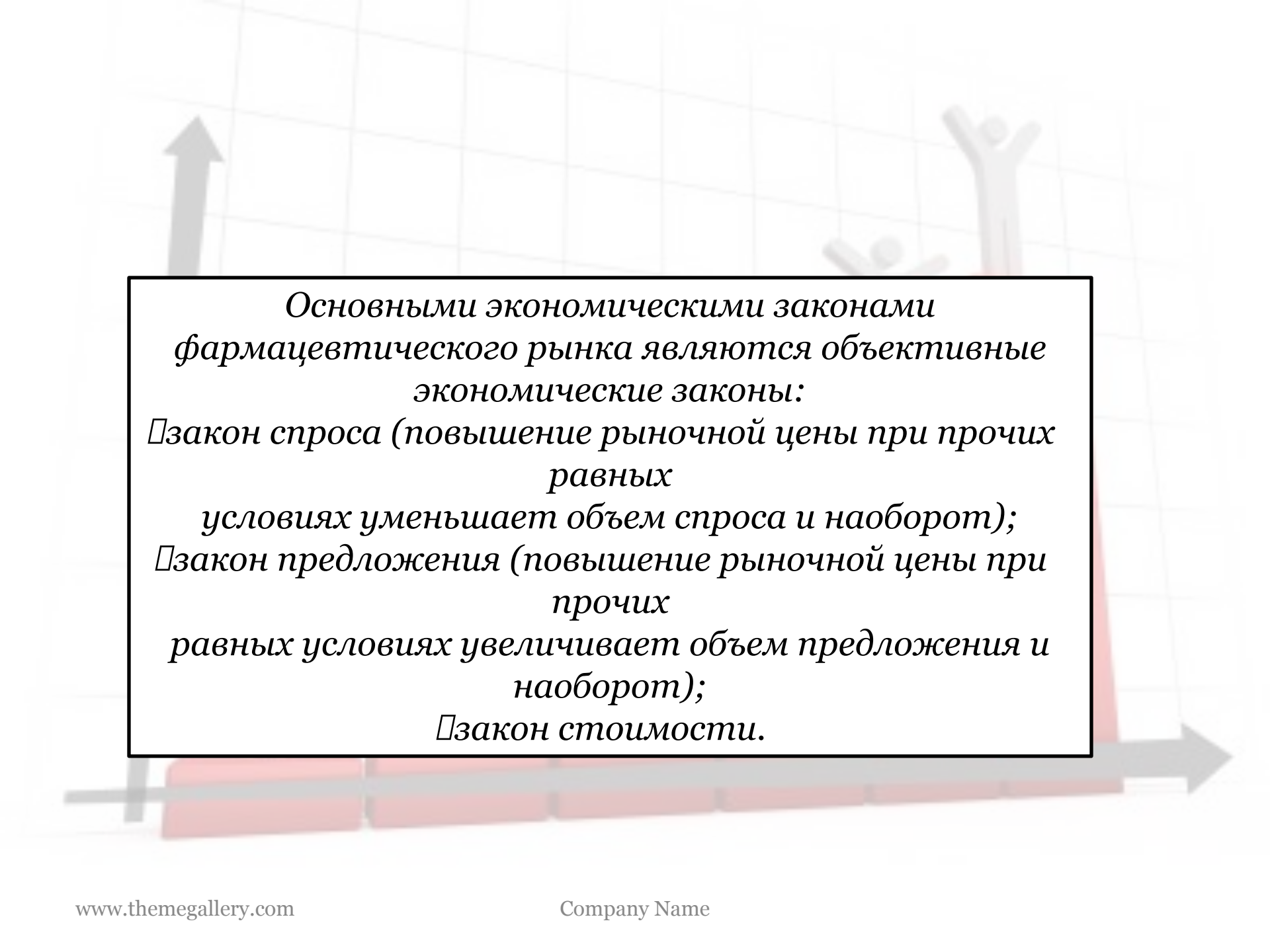
по характеру конкуренции и ценообразования - рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, рынок олигополии, рынок чистой монополии;

по объектам обмена - рынок товарный и финансовый рынок.

ОСОБЕННОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

Фармацевтический рынок - это совокупность экономических отношений, возникающих между его субъектами по поводу купли-продажи и назначения-потребления ЛС и других товаров аптечного ассортимента.





*Основными экономическими законами
фармацевтического рынка являются объективные
экономические законы:*

*□закон спроса (повышение рыночной цены при прочих
равных
условиях уменьшает объем спроса и наоборот);*

*□закон предложения (повышение рыночной цены при
прочих
равных условиях увеличивает объем предложения и
наоборот);*

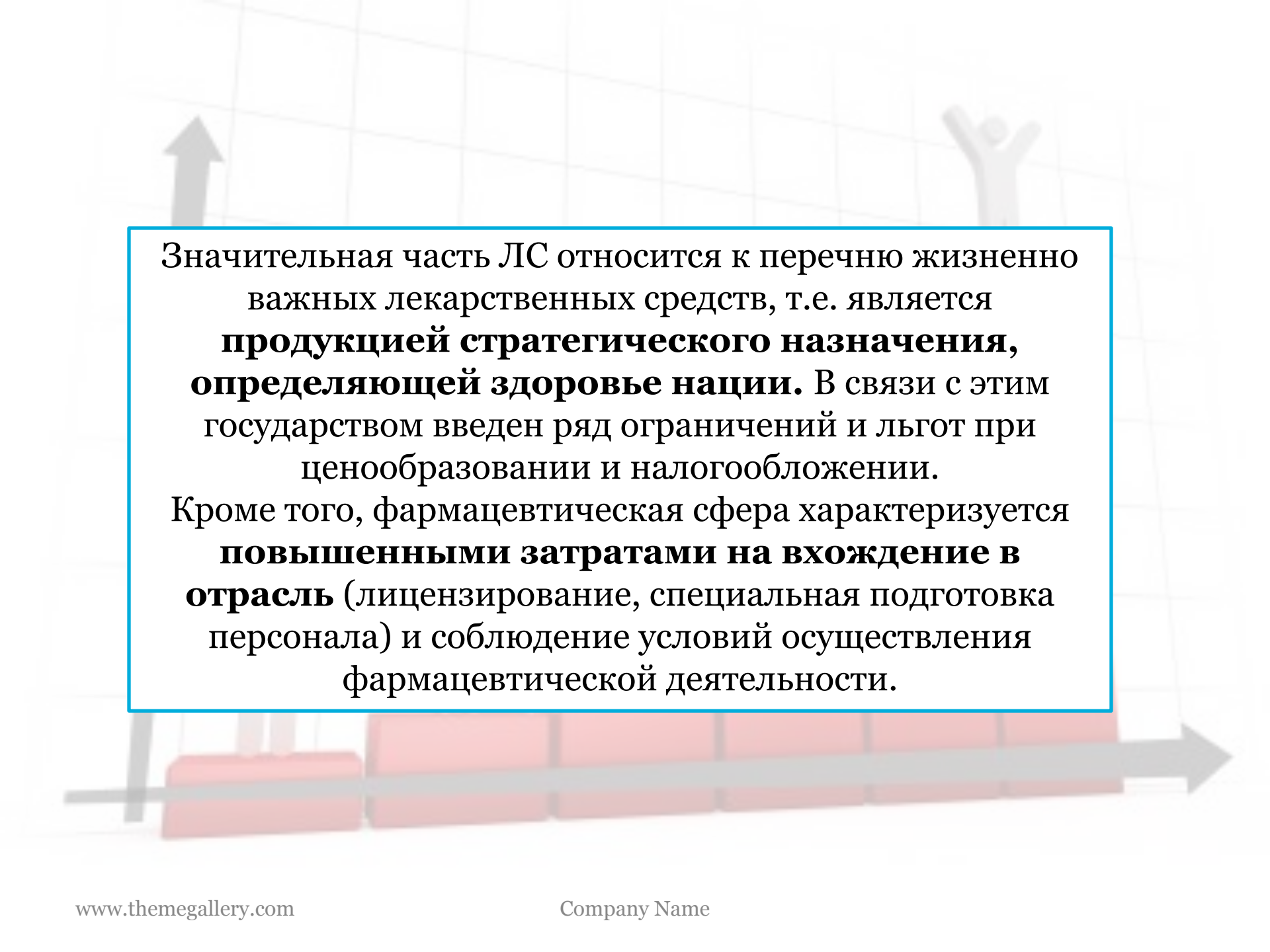
□закон стоимости.

Но действие объективных экономических законов в условиях фармацевтического рынка ограничивают факторы, связанные с особенностями фармацевтической деятельности, особенностями взаимоотношения в цепочке продавец-покупатель, особенностями лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента как товаров. Поэтому в фармацевтической рынке не всегда полностью проявляются рыночные отношения.



В сфере лекарственного обеспечения **экономическая эффективность должна сочетаться с социальной справедливостью.** Назначение необходимых больному лекарственных средств недопустимо ставить в зависимость от уровня его дохода.





Значительная часть ЛС относится к перечню жизненно важных лекарственных средств, т.е. является **продукцией стратегического назначения, определяющей здоровье нации.** В связи с этим государством введен ряд ограничений и льгот при ценообразовании и налогообложении.

Кроме того, фармацевтическая сфера характеризуется **повышенными затратами на вхождение в отрасль** (лицензирование, специальная подготовка персонала) и соблюдение условий осуществления фармацевтической деятельности.

СТРУКТУРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

Фармацевтический рынок - это часть рынка потребительских товаров и услуг, анализ которого осуществляется с использованием системного, маркетингового и институционального подходов.



1. Принцип открытой системы.

Фармацевтический рынок является открытой системой, представляющей совокупность взаимосвязанных составляющих, среди которых:
структурные элементы системы (внешняя среда, внутренняя среда, система «вход-выход»);
связи между элементами;
окружающая среда фармацевтической отрасли.



2. Принцип синергии.

Принцип синергии означает, что функционирующая система вследствие взаимодействия между ее структурными элементами приобретает свойства, отсутствующие при простом суммировании ее элементов. При том изменение свойств любого из элементов повлечет за собой изменение характеристик всей системы в целом.

СУБЪЕКТЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

Субъекты рынка — это участники рынка, активные по отношению к объектам, на которые они воздействуют.

Субъекты фармацевтического рынка
представлены подсистемами (организациями):

Управления и регулирования (представленные органами по осуществлению надзора за фармацевтической деятельностью, контроля качества, эффективности и безопасности ЛС на федеральном и региональном уровнях);

Научно исследовательские организации;



Производственные организации и организации распределения, включающая фармацевтические промышленные отечественные предприятия, представительства зарубежных компаний, оптовые и розничные организации

Потребителей (институциональных, промежуточных и конечных)

Фармацевтической информацией, объединяющая специализированные информационно-аналитические издания и агентства, консалтинговые компании и др.;

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, фармацевтический рынок представляет собой важный сектор экономики любой страны и является критерием её экономического и социального развития, уровня благосостояния населения. Развитую фармацевтическую промышленность страны считают показателем высокой инновационности её экономики. В современных условиях фармацевтика стала наиболее прибыльной индустрией, что привлекает инвесторов.

Список использованной литературы

1. Управление и экономика фармации: учебник / под ред. В.Л. Багировой. – М., 2008.
2. Организация и экономика фармации: учебник / под ред. И.В. Косовой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Академия 2004. – 400 с.
3. Сборник законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих фармацевтическую деятельность в Республике Казахстан. – Ш: Кітап -2010г -467с.
4. Умурзахова Г.Ж. Правила обслуживания потребителей фармацевтических услуг и критерии их оценки. Планирование дополнительной сезонной потребности в фармацевтических кадрах методические рекомендации. – Шымкент - 2011.
5. Автоматизированная и адаптированная программа по управлению фармацевтическими товарами. методические рек. / К.Д. Шертаева [и др.]. – Шымкент: ЮКГМА, 2009.
6. Организационные вопросы осуществления фармацевтической деятельности в объектах розничной реализации лекарственных средств: методические рек. / сост. А.Д. Ахимова [и др.]. – Шымкент, 2009.



Спасибо за внимание!