



1 тақырып

«ФАРМАЦИЯ ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ НЕГІЗДЕРІНЕ КІРІСПЕ. ФАРМАЦЕВТИКА ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ЖӘНЕ ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ НАРЫҚТАҒЫ ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ІС-ҚИМЫЛДАРЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ»

С. Ж. Асфендияров атындағы ҚазҰМУ,

МАҚСАТЫ:

Студенттерді фармация экономикасының негіздеріне кіріспе. Фармацевтика экономикасының және фармацевтикалық нарықтағы тұтынушылардың іс-қимылдарының ерекшеліктерімен таныстыру.

ЖОСПАР :

1. Тауар айналысы сферасындағы фармацевтикалық экономика.
2. Материалды ресурстардың қозғалысы.
3. Фармацевтикалық нарықтағы сатып алушылар іс-әрекетінің ерекшеліктері.
4. Сатып алушылар іс-әрекетіне әсерін тигізетін факторлар.
5. Маслоу мотивациясының теориясы.

Тауарлық айналыс жүйесіндегі фармацевтикалық экономика

Фармацевтикалық экономика интегралды пәндерге жатады, өйткені әртүрлі ғылымдардың жетістіктерін қолданады: математика және статистика (мысалы, ұйым қызметінің экономикалық көрсеткіштерін талдау және болжау үшін инструмент ретінде); химия, биология, медицина (фармацевтикалық саланың негізгі өнімі – дәрілік заттарды құрудың негізі ретінде), сонымен бірге әлеуметтану, саясаттану, психология, менеджмент және маркетинг саласындағы тәжірибеге, мүмкіндіктерге сүйенеді.

Қазіргі таңдағы фармацевтикалық экономиканың интегралды сипаттамасы заманауи экономикалық теорияда үш құраушының бірігуімен негізделеді:

- саяси экономиканың (маңыздылық талдау);**
- микро- және макроэкономиканың (функционалды талдау);**
- мемлекеттің шаруашылық жүйесінің (институционалды талдау).**

Әртүрлі ыңғайлар шаруашылық қызметтің және соның негізінде адамдар арасында қалыптасатын экономикалық қатынастардың екі жағы бар екенін ескеруді талап етеді – объективті, ең алдымен меншік қатынастарымен анықталатын, және субъективті, шаруашылықтың әртүрлі субъектілерінің экономикалық іс-әрекеттерінде көрінетін (тұтынушы, ұйым, мемлекет). Сонымен, жаңа экономикалық теория шаруашылықты жүргізудің объективті заңдарын және әртүрлі деңгейлердегі (мега-, макро-, микродеңгейлер) шаруашылық етуші субъектілердің рационалды іс-әрекеттерін зерттейді.

«Экономика» сөзінің мағынасы бір мағыналы емес, күрделі құрылымды категория. Сол сияқты фармацевтикалық экономика сөзін де талқылаған кезде осы қиындықтарға жолығамыз, яғни, бұны әртүрлі көзқараста қарастыруға болады.

I. Фармацевтикалық экономика – ол қоғамда денсаулықты сақтау және қолдау үшін дәрі-дәрмектерді медициналық бұйымдарды өндіретін, бөлетін және сататын бірлескен салалар жиынтығы.

II. Фармацевтикалық экономика – фармацевтикалық көмек көрсету кезіндегі, процесстің жүру барысындағы шарттары мен адамдардың осы іс-қимылға бағытталған жер механизмі.

III. Фармацевтикалық экономика – шектеулі дәрілік зат ресурстарын қолдану, басқа да дәріхана ассортиментіндегі тауарларды қолдану, басқа да дәріхана ассортиментіндегі тауарларды қолдану және олардың эффективті жұмсалуды қадағалайтын, осы мәселелер аймағын зерттейтін ғылым. Бұл іс-әрекеттер жергілікті тұрғындардың, медициналық көмек көрсету органдардың басқа да мекемелер мен ұйымдардың қажеттіліктерін соның ішінде фармацевтикалық көмек көрсету барысындағы қажеттіліктерін максимальды қанағаттандыру мақсатында жүргізіледі.

Фармацевтикалық экономиканы, сонымен бірге мемлекеттің макроэкономикалық жүйесінің құрамдас бөлігі ретінде де қарауға болады, сондықтан ол бірқатар жалпы және жеке принциптерге негізделеді.

Жалпы принциптеріне жатады:

- объективті экономикалық заңдардың әрекетін есепке алу;
- экономикалық ғылымды және оның болуын анықтайтын кез келген экономикалық теорияның бастапқы қағидасы ретінде ресурстардың шектеулілігі және қажеттіліктердің шексіздігі;
- фармацевтикалық көмекке қажеттілікті қанағаттандыруға нақты үлесін мойындау ретінде әлеуметтік маңыздылығының болуы;
- теория мен тәжірибенің өзара әрекеті;
- микро- және макроталдаудың бірыңғайлығы;
- нақты тарихи принцип.

• **жеке принциптеріне** жататындары:

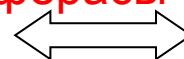
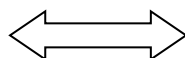
- денінің сау болуына жеке қызығушылығының болуы;
- фармацевтикалық көмекті көрсетуге ресурстарды жұмсауда рационалды іс-әрекетті көрсету. Рационалды іс-әрекет қолда бар шектеулер шегінде максимальды нәтижелерге қол жеткізуге бағытталған;
- әртүрлі экономикалық көрінулерді сандық өлуше.

Заманауи экономикада **материалды ресурстардың қозғалысының үш сферасы** объективті өзара әрекет етеді (схема 1).

Тауарлық
өндіріс
сферасы

Тауарлық
айналыс
сферасы

Тауарлар мен
қызметті тұтыну
сферасы



Тауарлық өндіріс сферасында шешілетін негізгі сұрақтар, – *не, қалай және кім үшін* шығару керек? Тауарлық айналыс сферасындағы басты функционалдық бағыттылық – өндіріс және тұтыну сферасын рационалды айырбастау және біріктіру. Тауарлар айырбасын қызмет көрсету екі формада жүргізіледі – *натуральды-заттық және құндық*.

Айналыс сферасындағы сатып алушылардың сұранысын қанағаттандыруға бағытталған кәсіпкерлік қызметтің бір түрі сауда болып табылады. Сауда қызметінің негізгі түрлері: көтерме, майда көтерме, бөлшек және майда бөлшек.





ForexAW.com

Фармацевтикалық нарықтағы тұтынушылар іс-әрекетінің ерекшеліктері

Ұсыныс сұраныстан жоғары болатын нарықтық экономика жағдайында тұтынушы үшін бәсекелестік күрес жүреді. Соған байланысты сатып алудың стандартты микроэкономикалық теориясы бір сәттік акт болып табылады. Сатып алушы өзінің мұқтажын біледі, сатушымен кездеседі, келісім бағасы бойынша бұйымды бір қолдан екінші қолға беру жүргізіледі. АҚШ, Канада және Батыс Европа елдерінде қабылданған сатып алушылар іс-әрекетінің базалық моделі де осылай көрінеді. Оның негізіне бихевиористік принцип алынған: дем беру – реакция.

Рольдер және статустар. Жеке тұлға көптеген топтарға, әртүрлі ұйымдарға, отбасына және т.б. тиісті болады. Ролі жеке тұлғаның өзін қоршаған адамдарға қатысты орындайтын қызметіне байланысты болады.

Жеке факторлар. Сатып алушылардың шешіміне жынысы, жасы, өмірлік циклының кезеңдері сияқты жеке сипаттамалары әсерін тигізеді.

Айналысатын қызмет түрі де сатып алуға үлкен әсерін тигізеді.

Психологиялық факторлар. Жеке тұлғаның сатып алушылық әрекетіне төрт негізгі психологиялық фактор әсерін тигізеді: мотивации, қабылдау, үйрену (зерттеу), сендіру және белгілеу.

Маслоу мотивациясының теориясы. Психолог Абрахам Маслоу «Неліктен адамдар қандай да бір қажеттіліктерді белгілі бір уақыт кезінде қажет етеді?» деген сұрақ қойды. Маслоудың түсініктемесі бойынша, адам қажеттіліктері белгілі бір иерархиялық реттілікпен орналасады – «төменнен» материалдық, «жоғарғы» рухани қажеттілікке дейін. Маңыздылығы бойынша бұл қажеттіліктер: физиологиялық, қауіпсіздікке, әлеуметтік, құрметтеуге және өзін маңыздандыруға (самоактуализация).

Адам ең алдымен маңызды қажеттіліктерін қанағаттандыруы керек.

Нарықтық эконоиканың барлық категорияларына (бизнеске, бәсекелестік күреске, маркетингтік қызметке, коммерциялық тәуекелге, қаржыландыру стратегиясына, зиянсыз және қажетті деңгейдегі рентабельділікке қол жеткізуге, тұтынушыларға сапалы қызмет көрсетуге) қолданылатын дәстүрлі жоспарлаудың барлық жағын қолданатын кәсіпорын қызметінің белгілі бір моделі ретінде бизнес-жоспарды көрсетуге болады. Бизнес-жоспар көп уақытқа дейін тек бір іс-шараның немесе кішігірім кәсіпорынның даму немесе қалыптасу жоспары ретінде қарастырылып келді.

Әдебиеттер:

Управление и экономика фармации: Учебник
/ под ред. В.Л.Багировой. – М.: ОАО
Издательство «Медицина», 2004.

Управление и экономика фармации: в 4т. Т.2:
учет в аптечных организациях:
оперативный, бухгалтерский, налоговый.
Учебник для студ. высш. учеб. Заведений
/ под ред. Е.Е.Лоскутовой. –М.:
Издательский центр «Академия», 2004.

Управление и экономика фармации: в 4т. Т.3:
Планирование в аптечных организациях.
Учебник для студ. высш. учеб. Заведений
/ под ред. Е.Е.Лоскутовой. – М.:
Издательский центр «Академия», 2004.

НАЗАРЛАРЫҢЫЗГА КӨП РАХМЕТ!!!