

**Министерство здравоохранения и социального развития Республики
Казахстан
Южно-Казахстанская государственная фармацевтическая академия**

Презентация

**На тему: Рынок как экономическая категория.
Особенности Фармацевтического рынка.**

Выполнила: Онлас Айзада
Группа: 405 А-ФР
Приняла: Утегенова Г.И.

Шымкент 2017 год

План:

- **Введение**
- **Рынок как экономическая категория**
- **Особенности фармацевтического рынка**
- **Заключение.**
- **Список использованной литературы**

Введение

Рынок как экономическая категория - это совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда.



Функции рынка:

- Утвердившиеся в обществе рыночные отношения оказывают огромное воздействие на все стороны хозяйственной жизни, выполняя ряд существенных функций.
- **Функция информационная.** Через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит рынок дает участникам производства объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг которые поставляются на рынок.
- Стихийно протекающие операции превращают рынок в гигантский компьютер, собирающий и перерабатывающий колоссальные объемы точечной информации и выдающий обобщенные данные по всему тому хозяйственному пространству, которое он охватывает. Это позволяет каждому предприятию постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.
- **Функция посредническая.** Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности. Без рынка практически невозможно определить, насколько взаимовыгодной является та или иная технологическая и экономическая связь между конкретными участниками общественного производства. В нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика. В то же время продавцу предоставляется возможность выбрать наиболее подходящего покупателя.



Функция ценообразующая. Поступающие обычно на рынок продукты и услуги одного назначения содержат неодинаковое количество материальных и трудовых затрат. Но рынок признает лишь общественно необходимые затраты, только их согласен оплатить покупатель. Следовательно, здесь формируется отражение общественной стоимости, рассчитать которую не способна ни одна ЭВМ. Благодаря этому устанавливается подвижная связь между стоимостью и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, потребностях, конъюнктуре.

Функция регулирующая – самая важная. Она связана с воздействием рынка на все сферы экономики, и прежде всего на производство. Рынок дает ответы на вопросы, столь остро поставленные П. Самуэльсоном: что производить? Для кого производить? Как производить? Рынок немыслим без конкуренции. Внутриотраслевая конкуренция стимулирует снижение затрат на единицу продукции, поощряет рост производительности труда, технический прогресс, повышение качества продукции. Межотраслевая конкуренция путем перелива капиталов из отрасли в отрасль формирует оптимальную структуру экономики, стимулирует расширение наиболее перспективных отраслей. Сохранение и поддержание конкурентной среды – одна из важнейших задач государственного регулирования в странах с развитой рыночной системой.

Важную роль в рыночном регулировании имеет соотношение спроса и предложения, существенно влияющие на цены. Растет цена – это сигнал к расширению производства, падает цена – сигнал к его сокращению. В результате стихийные действия предпринимателей приводят к установлению более или менее оптимальных экономических пропорций. Действует регулирующая «невидимая рука», о которой писал еще Адам Смит: «Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремиться служить им».

Функция санирующая. Рыночный механизм – это не благотворительная система. Она и жесткая, и даже жестокая. Ей присуще социальное расслоение, беспощадность по отношению к слабым. С помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и эффективным. В результате этого непрерывно повышается средний уровень устойчивости всего общественного хозяйства в целом.

Достоинства рынка:

- Достоинства рынка
- Обеспечивает свободу выбора деятельности и ответственность за результаты.
- Эффективно распределяет ресурсы на основе рационального ведения хозяйства.
- Гарантирует гибкость и приспособляемость к изменениям условий хозяйствования.
- Обладает высокой чувствительностью к новым технологиям и товарам, позволяющим реализовать достижения НТП.
- Действует на основе принципа саморегулирования.

Недостатки рынка:

- Представляет собой нестабильную систему, подверженную спадам и подъёмам.
- Не гарантирует людям права на труд и доход, порождает экономическое и социальное неравенство.
- Не обеспечивает защиты окружающей среды.
- Не охватывает фундаментальных исследований в науке.
- Ориентируется только на денежный доход, не способствует решению социальных задач.

РЫНОЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Государственное
управление

Профсоюзы

Учреждения
коммерческого
сектора

Центробанк
и казначейство

Учебные заведения
экономического
профиля

Коммерческие банки и
кредитные организации

Налоговая служба
и полиция

Страховые компании

Таможня

Товарная и фондовая
биржи

Биржа труда

Агентства по подбору
кадров

Статистико-информа-
ционные системы

Аудиторские компании

Хозяйственное звено
(арбитраж)

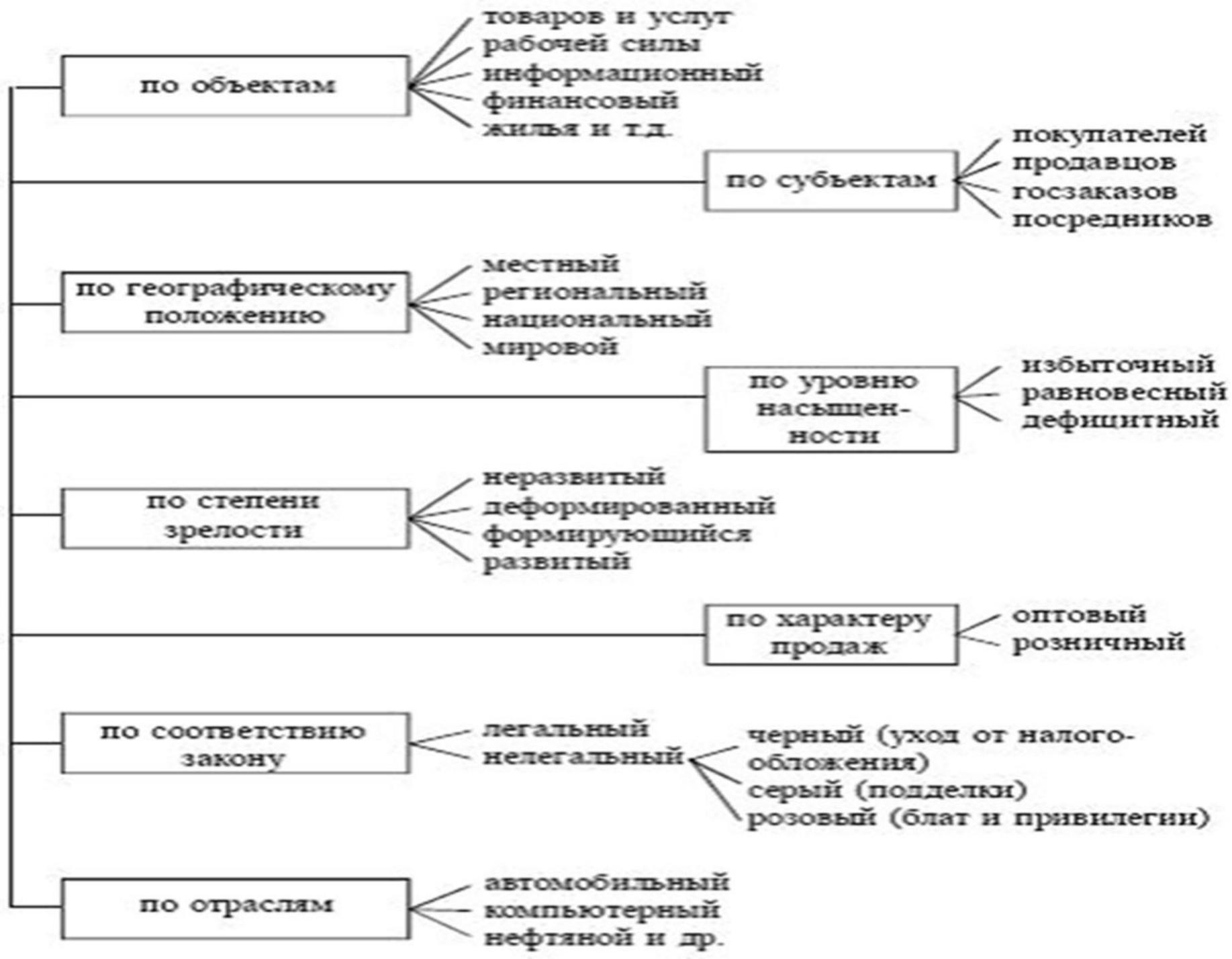
Информационные сети
и коммуникации

Торговая палата

Консалтинговые фирмы

Ассоциации
предпринимателей

Р
Ы
Н
О
К



Особенности фармацевтического рынка

- Составной частью рыночной системы является фармацевтический рынок, который представлен лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения, услугами.
- Субъектами фармацевтического рынка являются: производители лекарственных средств, оптовые поставщики (аптечные склады, базы, фирмы), аптечные организации (аптеки, аптечные пункты, киоски, магазины), потребители лекарственных средств – население и лечебно-профилактические учреждения.
- Фармацевтическому рынку свойственны функции и закономерности любого рынка. Однако он имеет свои особенности, которые обусловлены специфичностью товара, состоянием системы производства, распределения и потребления ЛС.

К основным формам государственного регулирования фармацевтического рынка относятся:

- 1) разработка и утверждение нормативных документов, регулирующих порядок обращения ЛС, устанавливающих требования к фармацевтическим организациям, лицензированию фармацевтической деятельности;
- 2) регулирование экспорта и импорта фармацевтической продукции, направленное, с одной стороны, на защиту отечественных производителей ЛС, с другой стороны, на насыщение рынка лекарственными средствами.
- 3) стандартизация объемов и качества оказания фармацевтической и медицинской помощи, что связано с ограниченными возможностями финансирования отрасли. Основными направлениями стандартизации являются разработка стандартов лечения и введение формуляров, формирование перечней жизненно необходимых и важнейших ЛС, а также финансирование их производства и закупки;

- 4) разработка и совершенствование системы регистрации и сертификации ЛС и другой продукции, оказывающей воздействие на здоровье граждан. Система ориентирована на обеспечение безопасности фармацевтической продукции;
- 5) финансовая и налоговая политика, предусматривающая контроль за рациональным использованием финансовых средств на закупку лекарственных препаратов, предоставление налоговых льгот предприятиям, производящим и реализующим ЛС;
- 6) социальная защита потребителей, выражающаяся в регулировании цен на лекарственные средства для обеспечения их доступности; формировании групп населения, имеющих льготы при получении лекарственной помощи; ограничении рекламы лекарственных средств, отпускаемых по рецептам врачей.

Заключение

- Следует отметить, что с развитием рыночных отношений в нашей стране произошли положительные изменения в экономической и организационной деятельности аптек:
- аптеки получили самостоятельность, сами распоряжаются своими ресурсами, осуществляя свою деятельность на принципах самоокупаемости и самофинансирования;
- активно расширяется перечень маркетинговых мероприятий, направленных на изучение спроса на ЛС, рекламу ЛС, расширение сервисных услуг (информация о наличии лекарств и ценах на них, работа
- под заказ, прием заказов по телефону, доставка лекарств на дом и т.д.);
- изменилась система поставок фармацевтических товаров (с 1-2 раз в месяц в прошлом до ежедневного в настоящем).
- Все эти изменения привели к повышению качества и доступности лекарственной помощи, а также положительно повлияли на экономику аптечных предприятий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

- 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 -2010 г -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.



Спасибо за внимание!!!