

ОНТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИЯСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казакстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	K044-40/19-2020 9 беттің 1 беті

«Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ медицина колледжі

**«Маркетинг және менеджмент негіздерімен фармацияның ұйымдастыру экономикасы» пәні бойынша
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ**

№2 тақырып: Фармацевтикалық нарықтағы фармация экономикасының және тұтынушылық тәртіптің ерекшеліктері

Мамандығы: 0306000-Фармация

Курсы: 3

Семестрі: 5,6

Құрастырушы: Баркизатова Г.Б.

Шымкент, 2020

ONTÜSTİK QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SKMA -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	K044-40/19-2020	
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	9 беттің 2 беті	

Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасының мәжілісінде қаралып, бекітілді.

Қаттама № «19» «25» 05 2020 ж.

Каф. мен., фарм.ғ.д., профессор  — Шертаева К.Д.

ОНТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИЯСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SKMA -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казакстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		К044-40/19-2020 9 беттің 3 беті
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ		

1. Сабақтың тақырыбы: Фармацевтикалық нарықтағы фармация экономикасының және тұтынушылық тәртіптің ерекшеліктері

2. Сағат саны: 5 сағат

3. Сабақ түрі: тәжірибелік

4. Сабақтың мақсаты Оқушыларға нарық, нарықтық тепе-теңдік, сұраныс заңы, ұсыныс заңы туралы түсініктер беру және тұтынушылық тәртіптің ерекшеліктерін оқып үйрету.

— **оқыту:** Фармацевтикалық жүйеде тауарларды және қызметтерді тұтыну нарығы қарастырылады. Дәріханалық ұйымдар үшін тауарлар және қызметтер болып дәрілік заттар, медициналық бұйымдар, фармацевтикалық тауарлар, ақпараттық және басқа да қызметтер саналады. Нарықтық экономикада сұраныс пен ұсыныс тепе-теңдікке ұмтылады. Сұраныс прен ұсыныс барлық уақытта бірдей болмайды, бірақ нарықта әрқашан тепе-теңдікке ұмтылу тенденциясы бар.

— **Тәрбиелік:** Оқушылардың фармация мамандығын меңгеруде өз құқықтары мен міндеттерін білуі халыққа фармацевтикалық көмек көрсетуде дұрыс патриоттық сезімін қалыптастыру

— **Дамыту:** тұрғындарды медициналық және дәрілік заттармен қамтамасыз етуде дұрыс патриоттық сезімін қалыптастыру.

5.Оқыту әдісі: Семинар,презентация

6.Материалды-техникалық жабдықталуы.

а) техникалық құралдар: компьютерлер,интерактивті тақта,мультимедиялық құрылғы.

ә) көрнекі және дидактикалық құралдар: кестелер, слайдтар, әдістемелік өңдеу

б) оқыту орны: 217 аудитория

7.Әдебиеттер:

Негізгі:

1. Лекциялық материал

2. Қазақстан Республикасы үкіметінің шешімдері

3. Дәрі-дәрмек туралы заң

4. Арыстанов Ж.М. «Фармациялық қызметті ұйымдастыру негіздері» 2012.

Қосымша:

1. ҚР ДСМ бекіткен бұйрықтар мен нұсқаулар және басқа да нормативті-техникалық құжаттар.

ОНТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИЯСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казакстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ	K044-40/19-2020 9 беттің 4 беті

8. Ұйымдастыру кезеңі: 11 мин 6%

Оқушылардың сабаққа қатысуын тексеру
 Оқушылардың сабаққа дайындығын тексеру
 Сабақтың мақсаты мен міндеті.

9. Оқушылардың өтілген тақырып бойынша білімін тексеру: 27мин 15%

10. Жаңа сабақты түсіндіру: 54мин 30%

11. Оқушылардың өз бетінше атқаратын жұмысы: 63мин 35%

12. Жаңа тақырыпты бекіту: 18мин 10%

13. Сабақты қорытындылау: 3,5мин 2%

14. Үйге тапсырма беру: 3,5мин 2%

АҚПАРАТТЫҚ-ДИДАКТИКАЛЫҚ БЛОК

Нарық – кешенді экономикалық категория болып саналады. Нарық категориясын терең түсіну, оның қоғамдағы экономикалық қатынастар жүйесінде өндіріс, айырбас, тұтыну процестеріндегі алатын орнын ескеру арқылы жүзеге асады.

Нарық- тауарларды, қызмет көрсетулерді сатып алу-сату барысында шаруашылық субъектілерінің арасында қалыптасатын және нәтижесінде сұраныс, ұсыныс, баға пайда болатын экономикалық қатынастар жүйесін құрайды.

Фармацевтикалық жүйеде тауарларды және қызметтерді тұтыну нарығы қарастырылады. Дәріханалық ұйымдар үшін тауарлар және қызметтер болып дәрілік заттар, медициналық бұйымдар, фармацевтикалық тауарлар, ақпараттық және басқа да қызметтер саналады.

Нарықтық жүйе нарықтық экономиканы қалыптастырады. Нарықтық экономиканың нарықтық жүйеден басқа келесі белгілері бар, атап айтқанда:

- Өндірістік заттарға жеке иелік жасау;
- Кәсіпкерліктік еркіндік және көрсеткішті таңдау;
- Жеке мүдделік негізгі мотив ретінде;
- Бәсекелестік;
- Нарықтық баға жүйесіне икемделу;
- Үкімет ықпалының шектелуі.

Нарықтық жүйеге кіретін негізгі нарық түрлеріне:

- Жұмыс күші нарығы;
- Құнды қағаздар нарығы;
- Капиталдар нарығы;
- Қаржы нарығы;
- Тауарлар мен қызметтер нарығы, оның ішінде дәрілік заттар, медициналық бұйымдар, фармацевтикалық тауарлар нарығы;
- Технологиялар нарығы т.б. жатады.

Нарықтар белгілеріне қарай келесі түрлер бойынша жіктеледі:

ОНТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИЯСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казакстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАҰ	K044-40/19-2020 9 беттің 5 беті

1. Тауарлардың алмасу объектісі ретінде салалық жатқызылуларына қарай: дәрілік заттар нарығы, автокөліктер нарығы т.б.
2. Тауарларды сатушылар мен сатып алушылардың экономикалық байланыстарының тарау деңгейлеріне қарай:
 - Жерілікті (аудан, қала, ауылдық, қалалық жерерде);
 - Аймақтық (облыстық);
 - Ішкі (ұлттық, отандық);
 - Сыртқы (әлемдік, мемлекетаралық)
3. Сұраныс пен ұсыныстың деңгейлеріне және сипаттарына қарай:
 - Сатып алушы нарығы. Аталған нарықта тауарлардың ұсынысы тұтынушылардың сұранысынан көп болады;
 - Сатушы нарығы. Нарықтың бұл түрінде тұтынушылардың сұранысы, тауарларды сатушылардың ұсынысынан көп болады.
4. Тауарларды сатып алушылардың типтеріне қарай:
 - Көтерме сауда нарығы. Нарықтың сатып алушыларын тауарөндірушілер және көпшілік тұтынушылар – мемлекеттік мекемелер құрайды;
 - Сауда-делдалдық нарық. Нарықтың тұтынушылары болып тауарларды алғаннан кейін қайта сататын сауда кәсіпорындары – түрлі дистрибьюторлар саналады;
 - Бөлшек сауда тұтыну нарығы. Нарықтың сатып алушыларын соңғы тұтынушылар құрайды.
5. Тауарөндірушілер мен тұтынушылар арасындағы қатынастылыққа қарай нарық құрылымдық типтерге немесе нарықтық модельдерге бөлінеді.

Қазіргі кезеңдегі фармацевтикалық нарықтың және дәріханалар экономикасының ерекшеліктері

Дәрілік заттарды, медициналық бұйымдарды, фармацевтикалық тауарларды, фармацевтикалық қызметтер мен ғылыми-кеңестік ақпараттарды қамтитын фармацевтикалық нарық жалпы экономикалық нарықтық жүйенің құрамды бөлігі болып саналады.

Нарықтың кез-келген түрінің заңдылықтары, сипаттамалары мен қызметтері фармацевтикалық нарыққа да тән келеді. Сонымен қатар, даму үстіндегі фармацевтикалық нарық дәрілік заттардың өндірісі, қозғалысы және тұтынылумен байланысты ерекшелінеді.

Қазіргі кезеңдегі фармацевтикалық нарықтың негізгі ерекшеліктеріне келесілер жатады:

- Дәрілік заттар ассортименттерінің үнемі өсуі;
- Отандық тауарөндірушілердің дәрілік заттардың қажеттілігін қамтамасыз ете алмауы;

ОНТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИАСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казакстанская медицинская академия»	K044-40/19-2020 9 беттің 6 беті
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАҰ		

- Демография, дәстүр, басқа да факторлармен байланысты территориялық ерекшеліктер т.б.

Дәріханада микроэкономика субъектілерінің бірі ретінде өзінің экономикалық іс-әрекеттерімен ерекшелінеді. Дәріхананың экономикасын медициналық, өндірістік, маркетингтік, әлеуметтік, сатып-өткізушілік, ақпараттық қызметтердің қатар жүргізілуі анықтайды. Осы қызметтердің әрқайсысы дәріхананың экономикасына әсерін тигізеді.

Фармацевтикалық нарықтағы сұраныс және ұсыныс заңдарының әсері

Нарықтың негізгі экономикалық заңдарына сұраныс заңы, ұсыныс заңы, құн заңы жатады.

Сұраныс тұтынушының тауарларды сатып алуға ақшалай мүмкіншілігінің негізіндегі қабылданған шешімін қарастыратын нарықтық экономиканың басты түсініктерінің бірін құрайды.

Сұраныс сұраныстың көлемі көреткіштерімен сипатталады. Сұраныс көлемі көрсеткіші тұтынушының белгілі жағдайларда нақты уақытта, нақты бағамен тұтыну сатып ала алатын тауарлардың санын көрсетеді. Бұл көрсетілген белгілі жағдайларға тұтынушының талғамы, тауарлардың қажеттілігі, ақшалай табысы жатады.

Сұраныстың мәнін түсіну үшін сұраныс заңын білу қажет.

Сұраныс заңы – басқа барлық тең жағдайларда тауарларға деген сұраныс сандық жағынан бағасына кері байланыстылықта қалыптасады.

Осы көрсетілген кері байланыстылық түрлі себептерге негізделеді.

Біріншіден, тауарлардың бағасының арзандауы тауарларды сатып алушылар санын көбейтеді.

Екіншіден, кез-келген тауардың пайдалылығы шегінің төмендеуі принципінә әсер етеді.

Үшіншіден, тауарлардың бағасының төмендеуі табыс және алмастыру әсерін туындатады. Бағаның арзандауы тұтынушылардың сатып алу қабілеттілігін жоғарлатады.

Осылайша сұраныс заңына сәйкес тауарлардың бағасының өсуі, тауарларға деген сұраныстың төмендеуін туындатады.

Бағаның иілгіштік коэффициенті (\mathcal{E}_6) келесі формула бойынша есептеледі:

$$\mathcal{E}_6 = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \div \frac{P_1 - P_0}{P_0}$$

Q_1 және Q_0 - сатып алынатын тауарлардың саны;

P_1 және P_0 - тауарлардың бағасы

\mathcal{E}_6 баға 1%-ға өзгерген кезде сұраныс көлемінің қанша пайызға өзгеретінін көрсетеді. \mathcal{E}_6 әрқашан <0 болады; $\mathcal{E}_6 > 1$ болса, сұраныс иілгіш болады, ал $\mathcal{E}_6 < 1$ болса, сұраныс иілгіш емес болады.

ОНТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИЯСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SKMA -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казакстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		К044-40/19-2020 9 беттің 7 беті
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ		

Бағаның иілгіштігін есептеп немесе сұраныс графигін тұрғызып, нақты тауарларға деген сұраныстың иілігіш немесе иілгіш еместігін анықтауға болады.

Нарықтық экономиканың негізгі құралының бірі болып ұсыныс саналады.

Ұсыныс заңы – тауарлардың тауарларды бағасының жоғарылауына байланысты ұсыныстың өсетінін, ал бағаның төмендеуімен ұсыныстың да азаятынын көрсетеді. Тауарлардың бағасы мен ұсыныстың арасындағы тікелей тәуелділік болады.

Ұсынысты тауарөндірушінің нарыққа сату үшін тауарларды шығару қабілеті мен сатуды қалауы ретінде қарастыруға болады.

Тауарөндірушінің, бөлек сатушының немесе сатушылар тобының белгілі жағдайларда нарықта сатқысы келетін тауарларының саны – ұсыныстың көлемін құрайды.

Ұсыныстың бағасы – сатушының тауарларының белгілі санын сатуға келіскен минималдық бағасын құрайды.

Ұсыныстың бағаға тәуелділігі бағаның 1%-ға өзгерген кездегі ұсыныстың өзгеру мөлшерін көрсететін ұсыныстың иілгіштік коэффициентімен сипатталады. Ұсыныстың иілгіштік коэффициенті үнемі оң мәнде болады. Ұсыныстың иілгіштік коэффициентін есептеу үшін келесі формула қолданылады:

$$\varepsilon_s = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \div \frac{P_1 - P_0}{P_0}$$

Q_1 және Q_0 - бағадағы сатылуға ұсынылған тауарлардың саны;

P_1 және P_0 - тауарлардың бағасы

Ұсыныстың иілгіштігі - бағаның өсуімен байланысты ұсыныстар жиынтығының өзгерістерін сипаттайтын көрсеткіш. Ұсыныстың өсуі бағаның өсуінен көп болған жағдайда – ұсыныс иілгіш болып саналады ($S > 1$); ұсыныстың өсуі мен бағаның өсуі бір-біріне тең болған жағдайда иілгіштік көрсеткіш бірге тең болады ($S = 1$); ұсыныстың өсуі бағаның өсуінен аз болған жағдайда ($S < 1$) иілгіш емес ұсыныс қалыптасады.

Нарықтық экономикада сұраныс пен ұсыныс тепе-теңдікке ұмтылады. Сұраныс пен ұсыныс барлық уақытта бірдей болмайды, бірақ нарықта әрқашан тепе-теңдікке ұмтылу тенденциясы бар.

Нарықта тепе-теңдік нүктесі автоматты түрде мемлекеттің қатысынсыз анықталады. Нарықтық тепе-теңдік – сатушы мен тұтынушы арасындағы компромистікті қарастырады. Компромистікке бағаның теңдігі механизм арқылы қол жеткізіледі. Бағаның теңдігі тауарды сатып алушы мен сатушының мүддесі сәйкес келген жағдайда орын алады.

Жүргізілген экономикалық зерттеулерде нарықтық бағаны қалыптастырудың келесі негізгі принциптерін ескерудің қажеттілігі көрсетіледі:

ОНТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН MEDISINA АКАДЕМИЯСЫ «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казакстанская медицинская академия»	K044-40/19-2020 9 беттің 8 беті
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ		

- Баға әрқашан сұраныс пен ұсыныстың тең болу деңгейіне тырысады;
- Бағалық емес факторлардың әсерінен сұраныс өскен кезде немесе сұраныстың өзгерісінсіз ұсыныс төмендегенде баға өседі;
- Ұсыныстың өзгерісінсіз сұраныстың төмендеуі және сұраныстың өзгерісінсіз ұсыныстың өсуінде баға төмендейді.

Тұтынушылық тәртіптің заңдылықтары

Экономикалық теория да нарықтағы тұтынушының тәртібі үш сатыда қарастырылады:

6. Тұтынушының талғамын зрделеу
7. Тұтынушының бюджеттік шектеулерін зерделеу
8. Тұтынушының тұтынулық таңдауы

Тұтынушының талғамы үш түрлі жолмен қалыптасуы мүмкін:

- Белгілі тауар түріне деген сенімділік арқылы;
- Транзитивтік немесе тауарлардың салыстырмалы түрдегі артықшылықтары арқылы;
- Тауарлардың бәрі жақсы қасиеттеріне сәйкес, сатып алынатын тауарлардың көптігіне тырысу арқылы, мысалы тіс пастасының бір бағадағы бір тубигінің орнына, сол бағадағы екі тубигін сатып алу.

Тиімді жүргізілген жарнама жұмыстарының нәтижесінде нарықта жаңа тауарлар пайда болып, сұраныстар өзгеріп, талғамның өзгеруі жүзеге асады.

Бақылау сұрақтары:

1. Нарық және нарықтық жүйе
2. Нарықтың түрлері
3. Фармацевтикалық нарықтың ерекшеліктері
4. Сұраныс заңы
5. Ұсыныс заңы
6. Тұтынушылық тәртіптің заңдылықтары

Ситуациялық есептер:

1. Аскорбиндік қышқыл №200 драже негізде келтірілгендердің кестеге сәйкес сұраныс тәуелділіктері мен дәрілік заттың ұсыныстарын графикалық түрде бейнелеп салыңыз.

Х тұтынушы	Баға тг.	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	Сұраныс көлемі	0	0	0	1	2	4	6	10	15	21
У тұтынушы	Баға тг.	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	Ұсыныс көлемі	23	20	18	15	12	11	8	5	1	0

2. Аскорбиндік қышқыл 0,2 №200 драже негізінде графикалық түрде сатып алушы сұранысының суретін салыңыз және түсінік беріңіз.

Жылдар	2007	2008	2009	2010
1 қорапшаның бағасы тг.	200	130	100	50
1 жылдың сұраныс көлемі (қорап саны)	2	4	6	7

3. Төмендегі мәліметті ескере отырып, бактерицидты лейкопластырьдың бөліктік сұраныс суретін салыңыз.

Х тұтынушы	Баға тг.	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	Сұраныс көлемі	0	0	0	1	2	4	6	10	15	21
У тұтынушы	Баға тг.	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	Сұраныс көлемі	0	3	5	7	9	12	15	18	21	24
Z тұтынушы	Баға тг.	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	Сұраныс көлемі	0	1	5	8	11	12	15	18	20	23