14.Саханенко С. Міська територіальна громада: проблеми дефініції // Вісник УАДУ. – 2000. – № 2. – С. 365.

15.Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов. – М.-Л., 1935. – Т. 1. – С. 20.

16.Топуридзе К. Города людей / Пьер Мерлен. Новые города. – М.: Прогресс, 1975. – С. 6.

17.УСЕ: Універсальний словник-енциклопедія. – К.: Ірина. – 1999. – С. 870.

18.Ходько Н. Арена соціальної боротьби: суперечності міського життя // Місто, 2004. – № 4. – С. 96 – 104.

19.Шмульян Б. Л. Функционально-пространственная организация городов // Городская цивилизация: методология, теория, практика: Труды конференции. – М: ВНИИСИ, 1991. – С. 76.

20.Яцуба В.Г. Адміністративно-територіальний устрій України. Проблемні питання та можливі шляхи вирішення. – К.: Секретаріат Кабінету Міністрів . – 2003. – С. 58.

УДК 615.45:35.075.5

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОЮ ГАЛУЗЗЮ УКРАЇНИ

Ларіна Р.Р., д.е.н., професор,
Шумаєва О.О., здобувач
ДонДУУ

В статті доведена необхідність застосування сучасних методів державного управління фармацевтичною галуззю України та надані конкретні рекомендації з їх впровадження.

Постановка проблеми. Глобальні зміни, що відбуваються в останні роки на фармацевтичному ринку України, супроводжуються перерозподілом власності, зростанням кількості суб'єктів фармацевтичного ринку, лібералізацією цін, збільшенням асортименту товарів та послуг, які реалізуються фармацевтичними підприємствами [1-4]. Відсутність стандартів лікування та професійних інформаційних баз негативно позначається на ефективності системи державних закупівель лікарських засобів, тобто

ускладнюється визначення переліку та обсягу ліків відповідно до потреб регіонів. Завищення окремими регіонами потреб, з одного боку, та централізоване постачання препаратів понад замовлену кількість – з іншого, унеможливлюють використання їх протягом терміну придатності, що призводить до нераціонального використання бюджетних коштів.

Постановка мети дослідження. Все це потребує певного реформування галузі, а також розробки і впровадження сучасних стратегій та методів управління, що і обумовило мету та актуальність даної публікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні існує багато пропозицій щодо реформування вітчизняної системи охорони здоров'я [5-7]. З подібними ініціативами виступають представники державних органів влади, громадських, фахових організацій та наукових закладів. Що ж стосується безпосередньо реформ, то ми вважаємо за доцільне виділити два основних напрямки: перший – від свободи ринку медичних послуг до більшої плановості і нормування, другий – від планово-командної централізованої системи до впровадження елементів ринкового регулювання.

Слід зазначити, що саме другий напрямок є найбільш характерним для постсоціалістичних країн, якою є Україна. Однак наша країна, на жаль, ще не в достатньому ступені використовує світовий досвід. На нашу думку, в межах державної концепції реформування галузі слід визначитися, що головною метою і критерієм управління системою охорони здоров'я взагалі і фармацевтичною галуззю в частковості має стати, перш за все, якість не тільки фармацевтичної продукції, але й якість надання послуг з фармації. Але спочатку слід визначитися з тим, що будемо розуміти під цими поняттями в даному контексті.

Так стверджуємо, що послуга надана якісно, якщо вона відповідає очікуванням внутрішнього і зовнішнього споживача, а її результатом стала зміна стану його здоров'я, який він очікує. Під внутрішнім споживачем будемо розуміти медичного робітника, а під зовнішнім – пацієнта або члена його родини. Тобто, якість має відповідати споживчій вартості як фармацевтичної продукції, так і тієї послуги, що її супроводжує. А оскільки якість будь-якої продукції та послуги і, в тому числі, фармацевтичної, в більшому ступені визначається кількістю виділених на них коштів із державного бюджету, то це є одним із головних питань при формуванні

державної концепції реформування галузі. Отже, проблема управління якістю, що має бути спрямована на покращення стану здоров'я населення країни, а, значить і нації, перетворюється в проблему управління наявними ресурсами на глобальному рівні.

Управління якістю фармацевтичної продукції та послуги поняття досить багатогранне. Адже різні суб'єкти фармацевтичної галузі під управлінням якістю розуміють зовсім різні речі – контроль якості, забезпечення якості, управління ресурсами, управління фінансами тощо. Вважаючи, що це поняття таке багатоаспектне, розглянемо більш детально кожен з аспектів:

управління якістю включає оцінку якості, забезпечення і контроль якості, що засновані на порівнянні стандартів;

управління якістю є можливим на різних рівнях – від центрального (державного) до місцевих, від відомчого до внутрішньовідомчого і т.д.;

управління якістю тісно пов'язане з результативністю та ефективністю;

управління якістю здійснюється через управління ресурсами, слід мати на увазі, що крім розподілення ресурсів, включаючи фінансові, необхідно управляти мотивацією і діяльністю робітників фармацевтичної галузі, особливо тих, що безпосередньо спілкуються з споживачами.

Керуючись класичним підходом, запропонованим незаперечним авторитетом в галузі реформування медицини американцем Донабедіяном, для цілей управління фармацевтичною галуззю вважаємо за доцільне виділити три складові: ресурси, процес та результат.

Так, під ресурсами розуміємо відносно стабільні складові – фармацевтичне підприємство з персоналом і обладнанням та джерела фінансування. Для забезпечення необхідного рівня якості ресурси повинні відповідати встановленим стандартам.

Під процесом мається на увазі власне надання послуги. Якість процесу встановлюється на основі того, що і як має бути виконано. Що ж до міжособистісних відносин, то тут мають діяти правила і закони деонтології. Результат – це зміна поточного та майбутнього стану здоров'я та самопочуття пацієнта в порівнянні з попереднім. Тут перш за все необхідно враховувати соціальні та психологічні атрибути здоров'я людини.

Говорячи взагалі про управління якістю в фармації, слід зазначити, що це процес, який базується на оцінці показників результатів, котрі необхідно порівнювати із стандартами якості, після чого аналізувати наскільки вони додержані. І лише після цього слід визначати в якому ступені додержані стандарти ресурсів.

Успішному здійсненню реформ в галузі охорони здоров'я взагалі та фармакологічній галузі в частковості сприятиме впровадження маркетинг-логістичної концепції управління галуззю та сучасних методів менеджменту (економічних і соціально-психологічних), що мають бути засновані на головних стратегічних державних документах розвитку фармацевтичної галузі.

Одним із стратегічних державних документів розвитку фармацевтичної галузі є «Основи законодавства України про охорону здоров'я громадян», в якому наводиться перелік основних завдань, серед яких відносно фармації такі: пріоритет профілактичних заходів по охороні здоров'я громадян, доступність медико-санітарної допомоги, відповідальність органів влади за забезпечення прав громадян на охорону здоров'я; ліцензування фармакологічної служби; формування цільових і регіональних бюджетів охорони здоров'я; забезпечення населення ліками і фармацевтичними препаратами; експертиза фармакологічної продукції та медичних препаратів; права і соціальний захист робітників фармації; міжнародне співробітництво; відповідальність за заподіяння шкоди здоров'ю громадян – право на оскарження, на відшкодування витрат тощо.

Враховуючи, що фармакологічна, як і будь-яка інша продукція сьогодні реалізується через закони ринку, необхідно проаналізувати структуру ринку фармакологічної продукції, який являє собою сукупність технологій, методів організації фармакологічної діяльності та фармакологічної продукції.

Щодо маркетинг-логістичної концепції управління фармацевтичною галуззю зазначимо, що вона складається з двох інструментів – маркетингу і логістики, які в повному ступені взаємодіють в системі збуту. При цьому, як зауважують автори роботи [8], «…їх взаємозв'язок настільки міцний, що іноді буває важко розділити сфери їх дії. Тому логістика часто сприймається як друга половина маркетингу. Прямий взаємозв'язок існує за такими складовими маркетингового комплексу, як «продукт», «місце» і

«ціна» (витрати). Маркетинг в цій взаємодії визначає стратегію, а логістика забезпечує їх досягнення шляхом зменшення витрат».

В плані впровадження маркетинг-логістичної концепції має бути передбачено вирішення таких питань: наявність певного виду фармакологічної продукції серед визначеної групи населення або на визначеній території; попит на даний вид фармакологічної продукції; потреба в фармакологічній продукції певного виду; виробничі і транспортні витрати на виготовлення і доставку фармакологічної продукції; споживча вартість фармакологічної продукції на місцевому ринку; споживча спроможність населення; переваги даного виду фармакологічної продукції; медичні, маркетингові, психологічні і рекламні умови для впливу на потреби споживачів.

Зміст маркетинг-логістичного управління представимо схематично (рис.1), з якого видно, що при маркетинг-логістичному управлінні поряд із виробничим плануванням та керуванням системою інформаційних потоків інтегровані такі елсменти, як планування та постачання матеріалів та сировини, складування готової продукції, її пакування та відвантажування тощо.

Важливим питанням є встановлення прийнятної ціни, яка на фармакологічну продукцію може бути таких видів: монопольна; номінальна з врахуванням собівартості та мінімального прибутку; оптова; роздрібна з врахуванням припустимих націнок і вигоди продуцента; ринкова (дорівнює роздрібній і визначається групою суб'єктів, які продають товар з врахуванням спільної вигоди); ковзна, що встановлюється з врахуванням різних умов; тверда ціна, яка визначається державою, асоціацією споживачів, угодами). Існують також ціни, які залежать від умов постачання фармацевтичної продукції і можуть включати або не включати окрім вартості товару транспортні витрати, витрати на вантаження/розвантаження, охорону, збереження.

Це питання тим більше актуальне оскільки політика ціноутворення є складовою частиною загальної економічної і соціальної політики України, а забезпечення доступності лікарських засобів для населення визначено одним з пріоритетних напрямів реалізації державної політики у сфері охорони здоров'я.

Головна проблема полягає в тім, що держава, здійснюючи комплексні заходи щодо забезпечення конституційного права громадян на охорону здоров'я, забезпечення населення доступними, безпечними та ефективними ліками, а також надаючи соціальні

гарантії в першу чергу для малозабезпечених верств населення щодо забезпечення їх лікарськими засобами, недостатньо володіє ціновою ситуацією на фармацевтичному ринку в сегменті основних лікарських засобів. Наслідком цього є необґрунтоване завищення цін на такі препарати та етапі їх реалізації кінцевому споживачеві, неефективне витрачання бюджетних коштів під час їх закупівель, і, як наслідок, невиконання зобов'язань держави перед громадянами країни. зважаючи на це, необхідно удосконалити державну політику ціноутворення на лікарські засоби, забезпечення соціальних гарантій населенню України, запровадити державне регулювання цін на препарати.

Рис.1. Схема маркетинг-логістичного управління фармацевтичним сектором

Крім того, з метою отримання об'єктивної інформації про ціни на основні лікарські засоби, які закуповуються на бюджетні кошти, недопущення необґрунтованого завищення цін вітчизняними виробниками фармацевтичної продукції та цін на препарати, що ввозяться суб'єктами господарювання на митну територію України, пропонується запровадити механізм їх обов'язкової державної реєстрації. Для цього необхідно:

по-перше, затвердити Порядок державної реєстрації цін на ЛЗ, який має регламентувати чітке визначення предмету реєстрації, прозорий механізм її виконання на підставі заяви суб'єкта господарювання, що здійснює свою діяльність у фармацевтичній сфері, а також забезпечення прозорості та відкритості процесу ціноутворення на препарати;

по-друге, установити, що державній реєстрації підлягають ціни на основні лікарські засоби, зазначені у Національному переліку основних лікарських засобів і виробів медичного призначення, затвердженому постановою КМУ від 20.03.2006 р. №789.

В підсумку ці заходи з державного регулювання цін на основні лікарські засоби дозволять: створити бар'єри для необґрунтованого завищення цін на ЛЗ, що входять до Національного переліку; забезпечити прозорість і відкритість процесу ціноутворення на фармацевтичну продукцію; покращити забезпечення ЛЗ соціально вразливих верств населення; підвищити ефективність використання бюджетних коштів; удосконалити державну соціальну та регуляторну політику в сфері фармації.

Одним із головних положень маркетинг-логістичної концепції є багатоканальність системи збуту і реалізації фармацевтичної продукції. Адже наявність численних груп споживачів різної статі, віку, соціального положення, зацікавлених в даному виді фармацевтичної продукції, може підтримуватися на основі постійного психологічного впливу на споживача у вигляді реклами та інших засобів просування фармакологічної продукції на ринок.

Важливе місце в управлінні фармацевтичною галуззю на засадах маркетинг-логістичної концепції посідає маркетинговий контроль, який може бути трьох типів: контроль виконання річного плану, контроль прибутковості та контроль виконання стратегічних завдань. При цьому слід враховувати такі аспекти діяльності галузі:

можливості споживача (кількість, концентрація, платоспроможність, структура захворюваності);

можливості підприємства фармації (оснащеність, стан кадрів, ліцензування послуг, наявність нової техніки, досвід комерційної діяльності);

якість, рівень і доступність послуг в фармації (набір послуг, їх кількість; додаткові, бажані і обов'язкові послуги; можливості удосконалення та оновлення послуг, їх новизна, практичний та медичний ефект тощо);

конкуренція (кількість аналогічних підприємств фармації та аналогічних послуг, їх якість та ефективність; оснащеність новітньою технікою, професійний рівень спеціалістів та їх авторитет в інших установах фармацевтичної галузі).

Висновки. Таким чином, в підсумку зазначимо, що необхідність формування маркетинг-логістичної концепції управління галуззю фармації обумовлена важливістю чіткого й обґрунтованого формування довгострокових цілей розвитку галузі, а також пов'язана з вимогами врахування її економічних інтересів при формуванні національної економічної політики. Використання принципів такої політики на сучасному етапі розвитку національної економіки сприятиме послідовній реалізації економічних інтересів фармацевтичної галузі та пріоритетів її соціально-економічного розвитку.

Одержані результати надають можливість теоретичного обґрунтування перспектив розвитку галузі фармації і максимально ефективно реалізувати сформовані напрямки її розвитку. Використання розроблених методичних основ процесу формування та реалізації маркетинг-логістичної концепції управління фармацевтичною галуззю дозволяє створити адаптивну структуру такого управління й розробити практичні аспекти стратегії реалізації пріоритетних напрямків її розвитку.

Література

1.Гацан В.В. Менеджмент фармацевтичного предприятия. – Ростов/на Дону: Феникс, 2002. – С.229-230.

2.Герасименко Н.Ф., Кадыров Ф.Н. Актуальные вопросы правового регулирования экономических аспектов деятельности учреждений здравоохранения // Главный врач. – 2005. - №10. – С.24-28.

3. Громовік Б.П. Організація роботи аптек. – Вінниця: «Нова книга», 2005. – С.8-20.

4. Шляков В.Ю. Тенденції і проблеми ринку маркетингових послуг України // Маркетинг в Україні, 1998. - № 1. – С.21-22.

5. Препьялов А.В. Административная реформа и государственное управление производством лекарственных средств // Фармация. – 2005. - №9. – С.27-36.

6. Стратегічні напрямки розвитку охорони здоров'я в Україні // Леха В.М., Лакиза-Савчук Н.М., Войцеховский В.М. и др. // Під заг. ред. В.М. Леха. – К.: Сфера, 2001. – 176 с.

7. Шляков В.Ю. Тенденції і проблеми ринку маркетингових послуг України // Маркетинг в Україні, 1998. - № 1. – С.21-22.

8. Ларіна Р.Р., Пілюшенко В.Л. Маркетинг-логістична концепція управління територіями (монографія). – Донецьк: Норд-Прес, 2007. – 275 с.

УДК 342.5:37

ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Любчук О.К., к.психол.н., доц.
Донецький державний
університет управління

У статті досліджено сутність професійного навчання державних службовців. Розкрито принципи побудови системи професійного навчання. Показано принципи управління професійною освітою. Проаналізовано сутність принципів професійного навчання державних службовців.

В статье исследовано сущность профессионального обучения государственных служащих. Раскрыто принципы построения системы профессионального обучения. Показано принципы управления профессиональным образованием. Проанализировано сущность принципов профессионального обучения государственных служащих.