Государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Рязанский государственный медицинский университет

им. акад. И. П. Павлова»

Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра управления и экономики фармации

Курсовая работа

Предмет: Управление и экономика фармации

Тема: Внешняя среда фармацевтической организации

Выполнила:

Студентка V курса 4 группы

фармацевтического факультета

заочного отделения

Комова Юлия Николаевна

Рязань,2014

Список сокращений

ВВП - валовой внутренний продукт

ЖНВЛС - жизненно необходимые и важнейшие лекарственные средства

НИОКР - Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки

НТР - научно-техническая революция

ЛС - лекарственные средства

СМИ - средства массовой информации

Оглавление

Введение

Глава 1. Внешняя среда предприятия

.1 Общая характеристика внешней среды

.2 Классификация внешней среды

Глава 2. Внешняя среда фармацевтической организации

.1 Общая характеристика внешней среды фармацевтической организации

.2 Анализ элементов внешней среды

.3 Методы анализа внешней среды

.4 Факторы прямого и косвенного влияния фармацевтической организации

Глава 3. Государственное регулирование деятельности фармацевтической организации

.1 Органы государственного регулирования

.2 Государственное регулирование деятельности фармацевтической организации

Заключение

Список использованной литературы

Приложение 1

Приложение 2

Приложение 3

Приложение 4

# Введение

Предприятие на сегодняшний день является самостоятельным, организованно обособленным хозяйствующим субъектом с правами юридического лица, который реализует продукцию, выполняет работу, оказывает услуги.

Говоря о функционировании организации сегодня, нельзя не затронуть проблему внутренней и внешней среды, в которой она ведет свою деятельность. Деятельность напрямую зависит от совокупности протекающих процессов как во внутренней среде предприятия, так и во внешней.

Актуальность темы заключается в том, что глобализация, развертывание научно-технической революции (НТР), насыщение рынков усиливают давление на организации со стороны внешней среды. Ужесточаются требования к качеству продуктов, выдвигаемые потребителями, появляются требования со стороны общества и т.д. Система управления предприятием вновь усложняется. Рамки внешней среды становятся значительно шире, а предсказуемость изменений - меньше [5, с. 60].

В учебнике «Экономика предприятий» дано определения понятию «внешняя среда предприятия»: «Это совокупность экономических, политических, правовых, научно-технических, коммуникационных, природно-географических и других условий и факторов, которые оказывают прямое или косвенное воздействие на деятельность предпринимательского предприятия» [2, с. 48].

Многие ученые всего мира изучают внешнюю среду, разрабатываются сценарии ее развития. Сценарий является реалистическим описанием того, какие тенденции могут проявляться в той или иной отрасли, в том числе и фармацевтической, в будущем. Сценарии дают возможность определить наиболее важный фактор внешней среды, который необходимо учитывать предприятию. Вместе с анализом внешней среды предприятия важно провести углубленное исследование его текущего состояния [7, c. 88].

Цель работы: изучить внешнюю среду фармацевтической организации.

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

. Провести теоретический анализ данных по проблемам внешней среды фармацевтической организации

. Дать характеристику внешней среды и классификацию внешней среды

. Рассмотреть внешнюю среду фармацевтической организации,

функции налоговой системы Российской Федерации

. Рассмотреть государственное регулирование деятельности фармацевтической организации

Структурно данная курсовая работа содержит введение, основную часть, которая состоит из трех глав, заключение, список литературы, приложения. В работе содержатся схемы и таблицы.

# Глава 1. Внешняя среда предприятия

# 1.1 Общая характеристика внешней среды

Глобализация, развертывание НТР, насыщение рынков усиливают давление на организации со стороны внешней среды. Ужесточаются требования к качеству продуктов, выдвигаемые потребителями, появляются требования со стороны общества и т.д. Система управления предприятием усложняется. Рамки внешней среды становятся значительно шире, а предсказуемость изменений - меньше [5, с. 60].

Высокий уровень воздействия факторов внешней среды на деятельность предприятий обуславливает повышенный интерес к исследованию внешнего окружения. Своевременно полученные сведения позволяют адекватно реагировать на происходящие и предполагаемые изменения, принимать необходимые решения, направленные на поддержание баланса с внешней средой.

Прежде чем выделять отдельные элементы внешней среды как системы, определять ее факторы, необходимо раскрыть ее сущностные признаки. К характеристикам внешней среды относят:

. Взаимосвязанность факторов внешней среды - уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы. Взаимосвязанность факторов внешней среды приводит к необходимости их комплексного, системного изучения.

. Сложность внешней среды - число факторов, на которые организация обязана реагировать, а также уровень вариантности каждого из них. Предприятие, имеющее более сложное производство, вытекающее большее количество товаров, использующее больше различных технологий, будет ощущать на себе влияние и большего числа факторов.

. Подвижность среды - скорость, с которой происходят изменения в окружении организации. Эта характеристика, как и все остальные, будет специфической. Выявлено, что в фармацевтической промышленности скорость изменения технологий высокая.

. Неопределенность внешней среды является функцией количества информации, которой располагает организация по поводу конкретного фактора, а также функцией уверенности в этой информации. Если информации недостаточно и есть определенные сомнения в ее точности, внешняя среда становится менее определенной и принимать верные управленческие решения становится труднее.

Обобщая вышеперечисленные признаки, можно дать следующее определение внешней среде как экономической категории: внешняя среда представляет собой динамично изменяющуюся совокупность факторов и условий искусственного или объективно-независимого происхождения, которые организация неспособна контролировать, но которые напрямую или косвенно оказывают на нее положительное либо отрицательное воздействие [5, с. 58].

Перечисленные выше признаки сохраняют принципиальное значение для характеристики внешней среды в условиях российской действительности, требуют переосмысления, расширения и проекции на объект исследования. Содержание факторов внешней среды определяется уровнем исследования (предприятие, отдельная функция предприятия и др.).

# 1.2 Классификация внешней среды

фармацевтический внешний среда регулирование

В настоящее время отсутствует общепризнанная классификация факторов внешней среды предприятия. Многие отечественные специалисты в области менеджмента дают собственную группировку факторов. При этом количество выделяемых групп редко превышает три-четыре.

А.Т. Зуб предложил классификацию факторов, состоящую из четырех групп:

· политические и правовые;

· экономические;

· социальные и культурные;

· технологические [4, с. 264].

Выделяют также общеэкономические, государственные, рыночные, прочие факторы. С точки зрения автора группировку факторов внешней среды можно представить следующим образом:

. Политико-административные

. Законодательно-регулятивные

. Экономические

. Институциональные факторы

. Общественная среда

. Конкуренция

. Научно-технические

. Природные (географические)

. Инфраструктура

. Социально-демографические и социокультурные факторы

. Международные

. Факторы криминального происхождения

Представленная выше группировка факторов внешней среды - это попытка охватить всевозможные виды влияний на организацию извне. Существует градация факторов внешней среды на прямые и косвенные, макро- и микросреда, ближнее и дальнее окружение.

Микросреда - среда прямого воздействия включает факторы, которые непосредственно влияют на организацию и испытывают на себе прямое их воздействие. «Ближнее» окружение увеличивает или уменьшает эффективность работы организации, приближает или отдаляет достижение ее целей. Обычно оно включает клиентов, поставщиков, конкурентов, государственное регулирование и требования муниципальных властей, профсоюзы и торговые ассоциации [4, с. 268].

Макросреда - среда косвенного воздействия включает факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного влияния на операции, но тем не менее сказываются на них. «Дальнее» окружение - это, например, макроэкономические факторы, требования законодательства, изменения в государственной или региональной политике, социальные и культурные особенности. Воздействие этих факторов на организацию труднее выявлять и изучать, но нельзя игнорировать, так как именно они часто определяют тенденции, которые со временем будут влиять на «ближнее» организационное окружение. Изучение факторов макросреды поможет организации заранее приспособиться, отреагировать на их влияние.

Предприятия, которые адекватно реагируют на угрозы внешней среды, оказываются в лучшей конкурентной позиции. Однако, чтобы реагировать, нужно знать, в каких направлениях необходимо концентрировать усилия [5, с. 61].

Дестабилизирующие факторы внешней среды представлены в приложении 1.

# Глава 2. Внешняя среда фармацевтической организации

# .1 Общая характеристика внешней среды фармацевтической организации

Внешняя среда фармацевтической организации - это все условия и факторы, возникающие в окружающей среде, независимо от деятельности конкретной организации, но оказывающие или способные оказать воздействие на ее функционирование. Внешняя среда, в которой приходится работать организации, находится в непрерывном движении и подвержена изменениям.

Одной из наиболее важных составляющих успеха организации является ее способность реагировать и справляться с изменениями внешней среды. Внешняя среда организации включает такие элементы, как потребители, конкуренты, правительственные учреждения, поставщики, финансовые организации и источники трудовых ресурсов. Внешняя среда фармацевтической организации подразделяется на среду косвенного и прямого воздействия.

Внешняя среда косвенного воздействия - включает в себя политические факторы, т.е. изменение законодательной базы, экономические факторы, уровень технологий и т.д. Под средой косвенного воздействия понимают факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного воздействия на операции организации, но, тем не менее, сказываются на них.

Внешняя среда прямого воздействия - это конкуренты, поставщики, потребители, т.е. те объекты, от действия которых напрямую зависит прибыль аптечной организации. Среда прямого воздействия включает факторы, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе прямое влияние операций организации. Внешняя и внутренняя среды организации схематично представлены на схеме 1:



Рис. 1. Внешняя и внутренняя среда организации

Примеры политических факторов:

· Изменение законодательства РФ (принятие новой редакции или дополнений/поправок в законы и постановления, регулирующие обращение лекарственных средств, защите прав потребителей, утверждение и пересмотр списков ЖНВЛС и т.д.)

· Государственное регулирование в отрасли

· Государственное регулирование конкуренции

· Изменение регионального законодательства

Примеры экономических факторов:

· Динамика ВВП

· Инфляция

· Динамика курса рубля

· Динамика занятости

· Изменение покупательской способности населения

· Рынок и торговые циклы

· Затраты аптеки

Примеры социальных факторов:

· Изменения в базовых ценностях

· Изменения в стиле и уровне жизни

· Отношение к труду и отдыху

· Демографические изменения

· Религиозные факторы

· Влияние СМИ

Примеры технологических факторов:

· Тенденции НИОКР

· Новые лекарственные препараты, парафармацевтическая продукция и т.д.

· Развитие технологий

Показателями внешней среды являются следующие категории:

Подвижность среды - это скорость, с которой происходят изменения в окружении организации. Вокруг фармацевтических предприятий внешняя среда особенно подвижна. Учитывая сложность функционирования организации в условиях высокоподвижной среды, производители, оптовые фирмы, аптеки или их структурные подразделения должны опираться на разнообразную информацию, чтобы принимать эффективные решения относительно своих внутренних переменных.

Учитывая разнообразие и изменчивость внешнего мира, руководители должны ограничить учет внешнего окружения только теми аспектами, от которых в значительной степени зависит успех организации. Один из способов определения и учета факторов, которые влияют на организацию, состоит в распределении их на две группы: факторы прямого влияния и факторы косвенного влияния. Одним из важнейших факторов прямого влияния являются поставщики.

Различают поставщиков материалов и готовой продукции, капитала и трудовых ресурсов. Многогранная деятельность фармацевтических организаций требует также взаимосвязи с поставщиками разных вспомогательных материалов, электроэнергии, тепла, воды, упаковочных материалов, оснащения, маркетинговых, консалтинговых, коммунальных и транспортных услуг.

Рост и развитие фармацевтической организации зависит также от поставщиков капитала или финансовых ресурсов. К их числу можно отнести банки, страховые компании, акционеров, инвестиционные фонды, спонсоров.

Для реализации задач, связанных с достижением целей организации, необходимы квалифицированные специалисты разных профилей. Без кадров, способных умело использовать сложную технологию, капитал и материалы, невозможно решить вопрос прибыльности предприятия. В настоящее время произошли изменения в формировании трудовых ресурсов, расширился рынок рабочей силы и структура должностей в фармацевтических организациях.

Выживание и существование организации зависит от ее способности находить потребителей результатов своей деятельности и удовлетворять их запросы. Потребители, решая, какие товары и услуги для них желательные и по какой цене, определяют для организации программу ее деятельности. Тем самым необходимость удовлетворения потребностей потребителей влияет на взаимодействие организации с поставщиками материалов и трудовых ресурсов. Потребители, как внешний фактор, влияют практически на все другие переменные организации. Аптечные предприятия разных форм собственности РФ имеют свой круг потребителей, к которым относятся лечебно-профилактические и оздоровительные учреждения, амбулаторные и стационарные больные, организации и учреждения немедицинского профиля.

# .2 Анализ элементов внешней среды

Схема анализа внешней среду показана на рис. 2.



Рис. 2. Анализ внешней среды

После определения корпоративных, целей и корпоративной политики начинается разработка рабочих маркетинговых целей, охватывающих те же пункты, что и корпоративные цели: прибыль, рентабельность, доля на рынке и т. п. Как и при стратегическом планировании, работа начинается с анализа рынка.

Анализ рынка проводится по двум основным направлениям:

. Анализ окружающей среды

. Анализ конкурентов

Анализ окружающей среды должен учитывать различные характеристики системы здравоохранения:

· Общий бюджет здравоохранения

· Система контроля цен

· Разрешительные и ограничительные перечни

· Поощрение конкуренции

· Система социального страхования

· Система совместных платежей за лекарственные препараты

· Система фармацевтических протоколов

· Новые участники фармацевтического сектора (организации по управлению медицинской помощью, организации по управлению аптечными услугами, частные системы страхования)

· Социально-культурный уровень потребителей.

· Политическая ситуация

· Централизованные социальные акции муниципалитета и т.д.

Модель влияния внешней среды на организацию представлена в приложении 2.

# .3 Методы анализа внешней среды

Различают следующие методы анализа внешней среды:анализ или STEP-анализ предназначен для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые в большей или меньшей степени влияют на деятельность и эффективность любой коммерческой организации, в том числе и аптечной.

Политическая обстановка изучается, а в настоящее время достаточно активно. От политических решений и тенденций зависит направление социальных и экономических программ с установкой обязательных приоритетов. Влияние этого фактора внешней среды отчетливо видно на функционирование крупных компаний, в то же время в данном случае аптечные организации в полной мере ощущают на себе влияние этого фактора (введение перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств (ЖНВЛС) и т.д.).

Основная причина изучения экономической ситуации - это создание картины распределения финансов на уровне государства. Не менее важные потребительские предпочтения определяются с помощью социального компонента PEST-анализа.

Последним фактором является технологический компонент. Целью его исследования принято считать выявление тенденций в технологическом развитии, которые зачастую являются причинами изменений и потерь рынка, а также появления новых продуктов и технологий их реализации.

Анализ выполняется по схеме «фактор - аптека». Результаты анализа оформляются в виде «матрицы», подлежащим которой являются факторы макросреды, сказуемым - сила их влияния, оцениваемая в баллах, рангах и других единицах измерения.

Версией PEST-анализа является PESTLE-анализ, он расширен двумя факторами (Legal и Environmental). Иногда применяются и другие форматы, например, SLEPT-анализ (плюс Правовой фактор) или STEEPLE-анализ, который включает: социально-демографический, технологический, экономический, фактор влияния окружающей среды (природный), политический, правовой и этнические факторы.

Анализ пяти сил Портера (Porter five forces analysis) является вторым по распространенности методом анализа влияния факторов внешней среды в современном предпринимательстве. Методика для анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса, разработанная Майклом Портером в Гарвардской бизнес-школе в 1979 году. Анализ пяти сил Портера включает в себя три силы «горизонтальной» конкуренции:

ь угроза появления продуктов-заменителей (онлайн аптек), угроза появления новых игроков, уровень конкурентной борьбы;

ь две силы «вертикальной» конкуренции: рыночная власть поставщиков и рыночная власть потребителей.

Этот анализ используется при качественной оценке стратегической позиции компании в отрасли и наиболее интересен в сфере планирования открытия или расширения компании на территории конкурента. Применимость анализа требует условий: покупатели, конкуренты и поставщики не связаны, не взаимодействуют и не сговариваются.

В результате проведения анализа выявляется привлекательность ведения бизнеса в данной отрасли, в данном контексте, привлекательность означает рентабельности отрасли. «Не привлекательной» отраслью является такая, в которой сочетание сил снижает рентабельность. Самой «не привлекательной», является отрасль, которая приближается к совершенной конкуренции.

Как сказано выше этот анализ используется при качественной оценке стратегической позиции компании в отрасли и наиболее интересен в сфере планирования открытия или расширения компании на территории конкурента. Тем не менее, для большинства, эта методика является только отправной точкой в перечне инструментов или методик, которые они могут использовать. Как и все обобщающие методики, анализ, который не учитывает исключений и частностей, рассматривается как упрощенный. Модель не предназначена для использования для группы отраслей или какой-то части одной отрасли. Компания, которая ведет бизнес в одной отрасли, должна разработать минимум один «анализ пяти сил Портера» для этой отрасли.

Схематичное представление пяти сил Портера представлено на рис. 3.



Рис. 3. Схематическое представление пяти сил Портера

анализ - это определение сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды). Применение SWOT-анализа позволит систематизировать всю имеющуюся информацию и более четко представить себе преимущества и недостатки организации, позволит выбрать оптимальный путь развития, избежать опасностей и максимально эффективно использовать имеющиеся в распоряжении ресурсы.

# 2.4 Факторы прямого и косвенного влияния фармацевтической организации

Учитывая разнообразие и изменчивость внешнего мира, руководители должны ограничить учет внешнего окружения только теми аспектами, от которых в значительной степени зависит успех организации.

Один из способов определения и учета факторов, которые влияют на организацию, состоит в распределении их на две группы: факторы прямого влияния и факторы косвенного влияния.

Факторы прямого влияния

Одним из важнейших факторов прямого влияния являются поставщики. Различают поставщиков материалов и готовой продукции, капитала и трудовых ресурсов.

Отечественными поставщиками лекарственных средств и изделий медицинского назначения на фармацевтический рынок РФ являются фармацевтические предприятия, фармацевтические фабрики, а также предприятия и объединения медицинской техники, стекла и пластмасс и др.

Кроме того, на фармацевтическом рынке РФ действуют свыше 700 зарубежных фирм - поставщиков фармацевтической продукции. Децентрализация поставок способствовала значительному расширению сети поставщиков аптечных предприятий.

Многогранная деятельность фармацевтических организаций требует также взаимосвязи с поставщиками разных вспомогательных материалов, электроэнергии, тепла, воды, упаковочных материалов, оснащения, маркетинговых, консалтинговых, коммунальных и транспортных услуг.

Рост и развитие фармацевтической организации зависит также от поставщиков капитала или финансовых ресурсов. К их числу можно отнести банки, страховые компании, акционеров, инвестиционные фонды, спонсоров. Для реализации задач, связанных с достижением целей организации, необходимы квалифицированные специалисты разных профилей.

Без кадров, способных умело использовать сложную технологию, капитал и материалы, невозможно решить вопрос прибыльности предприятия. Сегодня необходимы талантливые менеджеры, экономисты, программисты, разработчики информационных систем и др.

В настоящее время произошли изменения в формировании трудовых ресурсов, расширился рынок рабочей силы и структура должностей в фармацевтических организациях.

В условиях рыночных отношений от государства требуется проведение активной социальной политики: обеспечение социальными льготами молодых специалистов, определение основных социальных гарантий, механизмов их реализации и функции предоставления социальной поддержки лицам, которые высвобождаются в ходе реструктуризации предприятий.

Выживание и существование организации зависит от ее способности находить потребителей результатов своей деятельности и удовлетворять их запросы.

Потребители, решая, какие товары и услуги для них желательные и по какой цене, определяют для организации программу ее деятельности. Тем самым необходимость удовлетворения потребностей потребителей влияет на взаимодействие организации с поставщиками материалов и трудовых ресурсов. Потребители, как внешний фактор, влияют практически на все другие переменные организации.

С развитием фармацевтического рынка изменилась структура организаций-потребителей фармацевтических предприятий. Среди них оптово-посреднические фирмы, аптечные склады и базы, хозяйственные оптово-розничные объединения (коммунальные предприятия, акционерные общества, холдинги, концерны, корпорации и др.), отдельные аптечные предприятия, лечебно-профилактические учреждения и т.п. При этом сохраняются и должны сохраняться преимущества сбыта фармацевтической продукции через оптовые структуры.

Особенности организаций потребителей продукции зарубежных фармацевтических фирм подтверждают это. В Великобритании 80% всех лекарственных средств реализуются через оптовые фирмы, в Швеции - оптовая реализация через государственный склад составляет 80% лекарственных средств и через частный сектор ― 20%, в США оптовые торговцы составляют 50%, аптеки ― 27%, лечебно-профилактические учреждения ― 12%, правительственные организации ― 8%, приватно-практикующие врачи ― 3%.

Аптечные предприятия разных форм собственности РФ имеют свой круг потребителей, к которым относятся лечебно-профилактические и оздоровительные учреждения, амбулаторные и стационарные больные, организации и учреждения немедицинского профиля.

Среда прямого воздействия представлена в приложении 3.

Факторы косвенного влияния

Не менее важными факторами прямого влияния являются законы и государственные органы. Каждая организация имеет свой правовой статус, который определяет порядок ее деятельности, виды и размеры перечисляемых налогов. Но фактически действующий механизм управления в организации определяется познанием и правильностью использования законов в конкретных условиях и на разных уровнях управления. С учетом действия объективных законов разрабатываются стратегия и тактика управления организацией, которые базируются на соответствии закона или комплекса законов в их взаимосвязи.

Организации обязаны придерживаться не только законов, но и требований органов государственного регулирования. Эти органы обеспечивают принудительное выполнение законов в соответствующих сферах своей компетенции, а также предлагают собственные требования, которые имеют силу закона. Координация деятельности предприятий относительно соблюдения законов осуществляется Министерствами и органами, ими уполномоченными.

Законодательные и контролирующие функции в финансовой сфере деятельности предприятий и организаций выполняют финансовые органы и банки.

Среда косвенного воздействия представлена в приложении 4.

# Глава 3. Государственное регулирование деятельности фармацевтической организации

# .1 Органы государственного регулирования

Организации обязаны придерживаться законов и требований органов государственного регулирования. Эти органы обеспечивают принудительное выполнение законов в соответствующих сферах своей компетенции, а также предлагают собственные требования, которые имеют силу закона.

Координация деятельности предприятий относительно соблюдения законов осуществляется Министерствами и органами, ими уполномоченными.

Фармацевтическая деятельность в большинстве стран относится к наиболее регулируемым государством видам деятельности. Министерство здравоохранения Российской Федерации является федеральным органом, отвечающим за реализацию государственной политики в области охраны здоровья граждан России и обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения.

Субъекты Федерации вправе разрабатывать в пределах своей компетенции нормативные документы, не снижающие требований, установленных федеральными.

Государственные органы власти регулируют деятельность фармацевтической организации через механизм лицензирования. Система лицензирования дает единственно эффективную возможность воздействия на фармацевтическую организацию.

Регулирующей функцией государства в области реализации лекарственных средств является установление фиксированных наценок. Ассортиментная политика подвержена государственному регулированию, как правило, в трех направлениях:

· формирование формулярных списков;

· формирование перечней ЛС, отпускаемых по бесплатным и льготным рецептам;

· обязательный ассортимент аптечных учреждений.

# 3.2 Государственное регулирование деятельности фармацевтической организации

Государственное регулирование - это совокупность форм и методов государственного воздействия на экономическую систему в конкретных условиях, дополняющее действие рыночного механизма саморегулирования.

Основными направлениями государственного регулированияявляются:

· разработка законов и стандартов, регулирующих порядок обращения ЛС, лицензирование фармацевтической деятельности, порядок допуска к фармацевтической деятельности;

· регулирование экспорта и импорта фармацевтической продукции;

· стандартизация объемов и качества фармацевтической помощи в виде стандартов лечения, формуляров, перечней ЖНВЛС, а также финансирование их производства и закупки;

· разработка и совершенствование системы регистрации и сертификации ЛС и другой продукции, оказывающей воздействие на здоровье населения;

· финансовая и налоговая политика - контроль за рациональным использованием финансовых средств на закупку ЛС;

· предоставление налоговых льгот отечественным предприятиям, производящим и реализующим лекарственные препараты;

· ценовая политика (государственное регулирование цен на ЛС);

· патентно-лицензионная политика;

# Заключение

Фармацевтическая организация на сегодняшний день является самостоятельным, организованно обособленным хозяйствующим субъектом с правами юридического лица, который реализует продукцию, выполняет работу, оказывает услуги.

Говоря о функционировании организации сегодня, нельзя не затронуть проблему внутренней и внешней среды, в которой она ведет свою деятельность. Деятельность напрямую зависит от совокупности протекающих процессов как во внутренней среде предприятия, так и во внешней.

Время идет, и процессы, протекающие в рыночной экономике, заставляют видоизменяться и внешнюю среду организации под действием совокупности различных факторов. К сожалению, сегодня сложно выделить основополагающий фактор, так как все факторы вместе образуют систему и в процессе развития приводят ее к различным состояниям, благоприятным или наоборот.

Многие ученые всего мира изучают внешнюю среду, разрабатываются сценарии ее развития. Сценарии дают возможность определить наиболее важный фактор внешней среды, который необходимо учитывать предприятию. Вместе с анализом внешней среды предприятия важно провести углубленное исследование его текущего состояния.

Внешнюю среду не стоит рассматривать как постоянную систему условий. Эта структура очень динамична, как динамична и вся экономика мира, а если рассматривать сегодняшнюю ситуацию, то нам сразу же бросятся в глаза такие процессы, как нестабильность европейской экономики и финансового рынка, др.

Проблема внешней среды достаточно подробно рассмотрена в работах Горфинкеля А. Я., Зайнулина С. Б., Бреславцева Н. А., Васютина Ю. Н. и др. Но при этом возникают новые факторы и роль становится все более влиятельной. Для того, чтобы добиться высокой точности, важно понимать, из каких факторов складывается общая картина внешней среды.

На основе выше сказанного можно сделать вывод, что внешняя средя - это среда, в которой предприятие ведет свою деятельность, основанная на системе финансовых, сырьевых потоков с кординационно-стимулирующей структурой, образующая экономический, политический, правовой, научно-технический, коммуникационный, природно-географический и посреднический факторы, имеющие прямое воздействие по средствам изменяющихся потоков или косвенное - за счет координационно-стимулирующего воздействия на систему потоков.

Список использованной литературы

1. Бреславцева Н. А., Васютина Ю. Н. Анализ внешней среды как часть научно-аналитического обеспечения системы стратегического управленческого учета на полиграфическом предприятии / Н.А. Бреславцева // Учет и статистика. - 2011. - № 3. - С. 17-18.

. Горфинкель В.Я., Швандара В.А. Экономика предприятий. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 607 с.

. Зайнулин С. Б. Проблемы взаимодействия интересов предприятия и субъектов, составляющих внешнюю и внутреннюю корпоративную среду предприятия / С.Б. Зайнулин // Вестник СамГУ. - 2007. - № 3. - С. 120-121.

. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика. - Москва: Аспект Пресс, 2002. - 415 с.

. Кокарев Д. В. Внешняя среда и конкурентоспособность предприятия / Д.В. Кокарев // Вестник ОГУ. - 2008. - № 81. - С. 59-60.

. Котлер Ф.С. Маркетинг менеджмент» . - Санкт - Петербург: ПИТЕР, 2000. - 321 с.

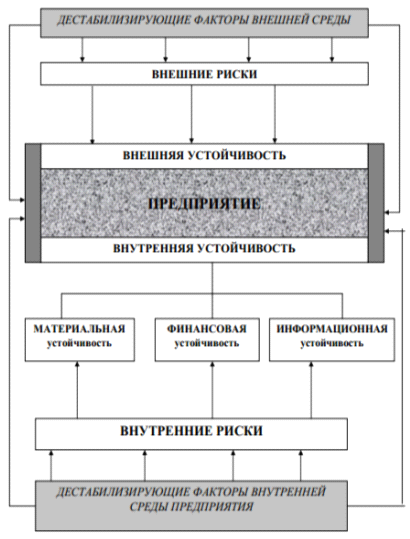
. Лианский М. Е. Реинжиниринг бизнес-процессов для эффективной адаптации предприятий к изменениям внешней среды / М.Е. Лианский // Инновации. - 2006. - № 5. - С. 87-89.

. Матанцев А.Н. Анализ рынка: Настольная книга маркетолога. - Москва: Альфа-Пресс, 2007. - 201 с.

. Юданов А.Ю., Вольская Е.А., Ишмухамедов А.А., Денисова М.Н. Фармацевтический маркетинг. - Москва: Ремедиум, 2008. - 291 с.

# Приложение 1

Дестабилизирующие факторы внешней среды



# Приложение 2

Модель влияния внешней среды на организацию



# Приложение 3

Среда прямого воздействия



# Приложение 4

Среда косвенного воздействия

