

басқалардың тәжірибелерінен біледі, бір немесе көп адамдар тобын қалай басқару керектігін. Осыған қарамай кейбіреулер – менеджментті ғылым деп таниды. Менджмент тез дамып келе жатқан ғылым деп қарауға болады. Соныменен менджмент – бұл ғылымда, өнерде. Ал ғылым мен өнер бірін-бірі толтырады және демеп отырады. Ғылымда өзін көрсете алмаған дәрігер-тәжірибеде өте жақсы емші-хирург болуы мүмкін. Бір ғана территорияны біліп, тәжірибеде жоғарғы жетістіктерге жету мүмкін емес, оны дер кезінде қолдана білу де керек. Сонымен бұл курстың мақсаты: студенттерді менеджерлік қызметке дайындау, менеджменттің кейбір талаптарын орындауға үйрету. Денсаулық сақтау жүйелерін қазіргі нарықтық экономикалық жағдайда жаңа басқару тәсілін ендіре отырып жоғарғы жетістіктерге жетуге бағыттау.

Денсаулық сақтау басшыларының заманауи менеджменттің әртүрлі аспектілері бойынша теориялық негіздер мен практикалық дағдыларды зерттеп білуі, денсаулық сақтау ұйымдарын басқаруда әлемдік тәжірибе мен заманауи отандық және шетелдік менеджменттің болашағы мол бағыттарын қолдану мүмкіндіктерін зерттеп білуі және талдауы және тыңдаушыларды медициналық ұйымның шаруашылық қызметінің негізгі ережелері мен заңдылықтарымен таныстыру осы курстың мақсаты болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Дайан А., Букрель Ф. Академия рынка. Маркетинг, перевод с французского. М.: Экономика, 1993. 282 с.
2. Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление это наука и искусство, М.: Основы маркетинга, 1992. 350 с.
3. Веснин В.Р. Менеджмент негіздері. М.: 1997.196 с.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент: Оқулық; 3-бөлім. М.: Банктер және Биржалар, ЮНИТИ, 1997. 100-190 с.
5. Ахметов К.Ф., Сағындықов Е.Н., Байжомартов Ү.С., Жүнісов Б.А., Жұмаев Ж.Ж. Менеджмент негіздері. Ақтөбе Орал, А-Полиграфия, 2005. 519 с.
6. Кабушкин Н.Н. Менеджмент негіздері. Минск, БГЭК., 1996.
7. Виханский О.С., Наумов А.И. Практикум по курсу «Менеджмент» / под ред. А.И. Наумова. М.,1998.
8. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильяме, 2000.
9. Лешинер Р., Разу М., Старостин Ю. Подготовка менеджеров в США (на примере Массачусетского технологического института) // Экономические науки, 1991-№ 4. С. 59-67.
10. Кадыров Ф.Н. О некоторых подходах к анализу финансового положения стационаров // Здравоохранения. 1997. № 12. С 10-11.

ИНТЕГРАЦИЯ РЫНОЧНЫХ МЕХАНИЗМОВ В СФЕРУ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

А. Меркулова, Г.И. Журухин
Россия, г. Екатеринбург,

Российский государственный профессионально-педагогический университет

Политическая подоплека сверхнизких тарифов на оказание платных услуг населению в трудной жизненной ситуации в условиях низкого уровня пенсий, невысокого уровня доходов большинства населения понятна. Но также должно быть понятно и то, что в стране укрепляется тенденция роста доходов населения, и в том числе пенсионного обеспечения. Растет доля и улучшается структура дохода среднего класса. Социологические исследования свидетельствуют о нарастании

интереса к платным социальным услугам, услугам повышенного качества со стороны именно среднего класса, имеющим на иждивении или на попечении родственников в пожилом возрасте, детей-инвалидов с детства и других лиц, подпадающих под категорию населения, находящегося в трудной жизненной ситуации. С повышением уровня и улучшением качества пенсионного обеспечения возрастают индивидуальные предпочтения среди лиц пожилого возраста, нуждающихся в социальном обслуживании на дому или в стационарном и полустационарном обслуживании. По мере реализации реформы пенсионного обеспечения доля лиц, нуждающихся в социальном обслуживании и могущих себе позволить оплачивать отдельные социальные услуги, отвечающие их индивидуальным предпочтениям, будет возрастать. Таким образом, с формированием потребительской среды рынка социальных услуг обеспечиваются условия для формирования рынка платных услуг естественно при регулирующей роли государства.

Нормативные требования по качеству услуг определены в национальных стандартах качества, а также в других нормативно-регламентирующих документах, таких как, например, нормы, определяющие качественный и количественный состав одежды, обуви; нормы питания в расчете на одного проживающего в стационарных учреждениях; состав организационной оснастки, определяющий интерьер жилых помещений и т.д. Тем не менее, прогнозируя рост индивидуальных предпочтений, в региональных стандартах необходимо формировать модифицированные социальные услуги из числа видов услуг, определенных национальным стандартом, которые бы учитывали комплекс демографических, географических, климатических, экономических и других факторов, а также предусматривали бы возможность оказания услуг, отвечающих индивидуальным предпочтениям тех слоев населения. Доходы, которых позволяют рассчитывать на индивидуальное обслуживание. Индивидуальный спрос на услуги как и их коммерциализация являются необходимыми условиями развития рыночных отношений в сфере социального обслуживания населения.

К этим условиям, которые пока определены на наш взгляд декларативно, следует отнести возможность функционирования учреждений по предоставлению социальных услуг в трех организационно-правовых формах: казенные учреждения, автономные и коммерческие. Согласно статусу некоммерческих учреждений, они имеют право занятий коммерческой деятельностью с использованием доходов от этой деятельности для обеспечения миссии, ради которой эти учреждения были созданы.

Таким образом, дополнительные доходы могут быть привлечены в качестве источников финансирования услуг, в подавляющем большинстве сегодня предоставляемых на некоммерческой основе для населения, и являющихся стандартными. Привлечение дополнительных средств от оказания услуг повышенного качества позволяет повышать качество стандартных услуг гарантированного уровня и, по мере роста объемов дополнительных услуг, что соответствует общегосударственной тенденции роста доходов населения и увеличения доли среднего класса, повышать качество предоставления стандартных услуг, приспособливая их к потребностям индивидуального потребителя.

Предоставление платных услуг сформировалось в системном виде в здравоохранении, сфере жилищно-коммунальных услуг, бытовых услуг. В сфере социального обслуживания населения, оказавшегося в трудной жизненной ситуации, зреют предпосылки и имеются уже определенные условия для поэтапного, с учетом опыта предоставления платных услуг в вышеуказанных отраслях, формирования фрагментов рыночных отношений. Теория науки-экономики общественного сектора - рассматривает механизмы регулирования рыночных отношений в сферах так называемых «провалов» рынка путем создания и применения специальных

инструментов – формирующих благоприятную среду для функционирования предпринимательских структур, частного капитала в социальной сфере.

Социологи приводят многочисленные факты передачи государством своих социальных функций в частный (негосударственный) сектор. Таким образом, социальные услуги могут оказываться не только некоммерческими государственными и муниципальными учреждениями, но и коммерческими учреждениями и организациями.

В этом контексте, возникает немаловажный вопрос: «Возможна ли ситуация, когда государство полностью откажется от предоставления социальных услуг?». На наш взгляд, на современном этапе развития рынка в нашей стране полное самоустранение государства из сферы социальных услуг невозможно.

Государство обязано защищать конституционные права граждан, в частности в сфере здоровья и образования и обеспечивать предоставление гарантированного объема социальных услуг наиболее незащищенным категориям граждан на основе установленного государственного стандарта. Оказание услуг этим категориям граждан может осуществляться как государственными учреждениями, так и негосударственными организациями в рамках частно-государственного партнерства.

Активизация социальной политики в области коммерциализации социальных услуг связана с разгосударствлением социальной сферы, формированием рынка социальных услуг и возникающей конкуренцией их производителей. С появлением негосударственных учреждений социального обслуживания формируется многоканальность финансирования. Источниками формирования средств на социальные услуги могут выступать: федеральный, региональный и местные бюджеты, внебюджетные фонды, негосударственные пенсионные фонды, средства предприятий, организаций различных форм собственности, средства населения, спонсоров и специализированных фондов.

В сфере социального обслуживания населения, находящегося в трудной жизненной ситуации, в Свердловской области функции социального обслуживания возложены на Министерство социальной политики и подведомственными ему учреждениями стационарного, полустационарного и индивидуального обслуживания взрослого и детского населения области, подпадающих под статус находящихся в трудной жизненной ситуации.

В рыночной экономике на негосударственные некоммерческие структуры возлагаются функции, которые ранее традиционно выполнялись государством. Функционирование негосударственных некоммерческих организаций направлено не на замену создаваемых местным бизнесом и государством экономических благ. Их деятельность, напротив, расширяет структуру общественных потребностей, создает возможности для дополнительного альтернативного предоставления продуктов потребителям. С этой точки зрения негосударственные некоммерческие организации способствуют усилению конкуренции между различными секторами экономики и социализации экономики, что положительно сказывается на социально-экономическом развитии общества.

Новые изменения в законодательство изменяют правовое положение бюджетных учреждений с целью создать условия и стимулы для сокращения внутренних издержек и повышения эффективности их деятельности и позволяют:

- изменить механизмы финансового обеспечения бюджетных учреждений, переведя их со сметного финансирования на субсидии в рамках выполнения государственного задания;
- предоставить право бюджетным учреждениям заниматься приносящей доход деятельностью с поступлением доходов в самостоятельное распоряжение этих учреждений;
- устранить субсидиарную ответственность государства по обязательствам бюджетных учреждений с расширенным объемом прав;

- расширить права бюджетных учреждений по распоряжению любым закрепленным за учреждением движимым имуществом, за исключением особо ценного движимого имущества, перечень которого устанавливает орган публичной власти - учредитель соответствующего учреждения.

Особенности правового положения автономных организаций, в том числе в области занятий деятельностью, приносящей доходы сформулированы в Федеральном законе от 3 ноября 2006 года N 174-ФЗ "Об автономных учреждениях".

Регулирование деятельности субъектов различных форм собственности и организационно-правовых форм функционирования в сфере социального обслуживания населения может осуществляться в рамках некоммерческих организаций различного рода, членами которых все хозяйствующие субъекты социальной сферы ради реализации миссии, им предназначенной государством, должны стать. При этом эти добровольные союзы должны, по видимому формироваться по отраслевому признаку. Какие организационные формы из применяемых в экономически развитых странах могут быть приняты за основу формирования союзов предпринимателей, государственных учреждений, объединяемых общей, общественно значимой целью – предоставления социальных услуг населению. Представляется, что по требованиям, предъявляемым к ассоциированным членам такой организационно-правовой формой может быть саморегулируемая организация.

Литература

1. Организационно-экономические аспекты социальной защиты населения в регионе: монография / Г.И. Журухин и др.; под ред. канд. экон. наук, профессора кафедры региональной и муниципальной экономики РГППУ Г.И.Журухина. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2014, 142 с.

2. Методика формирования и практика применения нормативов стоимости услуг в сфере социального обслуживания населения // Экономика: вчера, сегодня, завтра. Екатеринбург: Изд-во Родос 2012. № 4. С. 45-47.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ФАРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

С.И. Мукашева,
научный руководитель А.А. Маукенова,
Казахстан, г. Алматы,

Казахский национальный медицинский университет им. С.Д. Асфендиярова

Маркетинг включает рекламные мероприятия, которые должны ориентироваться на стратегические цели маркетингового планирования. Взаимосвязь звеньев маркетинга – основа единой стратегии и тактики рекламной деятельности предприятия в системе маркетинга. Исходя из этого, при разработке и осуществлении плана рекламной компании необходимо, прежде всего, согласовать её цели и принципы с общим маркетинговым планом предприятия.

Еще одним высокоэффективным инструментом продвижения лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники на фармацевтическом рынке Республики Казахстан, являются *медицинские представители*. Согласно этическим критериям ВОЗ по продвижению лекарственных средств на рынок, медицинские представители должны иметь необходимое медицинское образование и быть определенным образом подготовленными. Они должны владеть достаточными