



ФАРМАЦИЯ КАЗАХСТАНА



2019

6



**НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ЦЕНТР ЭКСПЕРТИЗЫ**
лекарственных средств и медицинских изделий

ФАРМАЦИЯ КАЗАХСТАНА

НАУЧНЫЙ И ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Ежемесячное издание для работников органов управления здравоохранением, в том числе фармацевцией, врачей, провизоров, фармацевтов и широкого круга специалистов, работающих в сфере обращения лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, сотрудников медицинских вузов и колледжей.

Журнал входит в Перечень изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации результатов научной деятельности.



ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ:

- Законы и нормативные правовые документы, регламентирующие сферу обращения лекарственных средств.
- Актуальная информация о лицензировании, регистрации, сертификации и стандартизации лекарственных средств, оперативные материалы Фармакологического и Фармакопейного центров Минздрава РК.
- Анализ фармацевтического рынка республики и стран СНГ, тенденций и проблем его развития.
- Новости медицины и фармации, клинической фармакологии, поиск, исследования и эксперименты в области разработки и создания новых эффективных медицинских препаратов, в том числе отечественного производства.
- Мнение специалистов и экспертов о лекарственных препаратах, презентация фармацевтических и медицинских компаний и их продукции, а также широкое освещение практической деятельности аптечных организаций и медицинских центров.
- Материалы по истории медицины и фармации республики.
- Консультации специалистов по вопросам, касающимся фармации, регистрации и перерегистрации лекарственных средств, медицинской техники и изделий медицинского назначения.

ПОДПИСКА НА 2019 ГОД

Регион: **город**

1 месяц – 768,30

3 месяца – 2 304,90

6 месяцев – 4 609,80

12 месяцев – 9 219,60

Регион: **район/село**

1 месяц – 772,60

3 месяца – 2 317,80

6 месяцев – 4 635,60

12 месяцев – 9 271,20



ТАРИФЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ:

Полноцветная обложка
(20,5x27,9 см, А4 формат) – 70 350 тенге.

Полноцветный вкладыш
(20,5x27,9 см, А4 формат) – 64 630 тенге.

При размещении рекламного модуля необходимо наличие разрешения на рекламу.

Оформить подписку на журнал можно в любом отделении связи АО «Казпочта», в головном офисе РГП на ПХВ «Национальный центр экспертизы лекарственных средств и медицинских изделий» в г. Нур-Султан, редакции (территориальный филиал НЦЭЛС в г. Алматы), отделениях почтовых операторов ТОО «Эврика-Пресс», ТОО «Агентство «Евразия Пресс» (в том числе для подписчиков в Российской Федерации).

По вопросам подписки, публикаций и размещения рекламных материалов обращаться по телефонам:



+7 (727) 273 03 73, +7 (747) 373 16 17



pharmkaz@dari.kz



www.pharmkaz.kz

Подписной индекс издания: **75888**

**Ежемесячный журнал о сфере обращения и рынке
лекарственных средств и медицинских изделий**

№6 (215) июнь • Издаётся с 2001 г.

**Издатель: РГП на ПХВ «Национальный центр экспертизы лекарственных
средств и медицинских изделий» МЗ РК**

WWW.DARI.KZ

Редакционный совет

Р.М. Абдуллабекова (Казахстан)
Виталис Бриедис (Литва)
А.И. Гризодуб (Украина)
Н.Т. Джайнакбаев (Казахстан)
В.Л. Дорофеев (Россия)
А.З. Зурдинов (Кыргызстан)
Милан Земличка (Чешская Республика)
М.К. Мамедов (Азербайджан)
Е.В. Матвеева (Украина)
Б.К. Махатов (Казахстан)
И.А. Наркевич (Россия)
Т.М. Нургожин (Казахстан)
Д.А. Рождественский (Беларусь)
А.Б. Шукирбекова (Казахстан)
А.Н. Юнусходжаев (Узбекистан)

Редакционная коллегия

Н.И. Гунько
У.М. Датхаев
П.Н. Дерябин
И.Р. Кулмагамбетов
Р.С. Кузденбаева
М.И. Дурманова
В.Н. Локшин
А.У. Тулегенова
Ж.А. Сатыбалдиева

**Заместитель
главного редактора**
Ф.Э. Сулеева

Дизайн и верстка
А.Б. Рахметова



Адрес редакции:

050004, РК, г. Алматы,
пр. Абылай хана, 63, оф. 215
тел.: +7 (727) 273 03 73
факс: +7 (727) 273 55 00
E-mail: pharmkaz@dari.kz;
www.pharmkaz.kz

Отпечатано в типографии

ОО «Казахское общество слепых».
РК, г. Алматы, ул. Айша-биби, 259.
Телефоны: 8 (727) 290 82 13, 290 83 82
Дата издания: 16.07.2019 г.
Тираж: 600 экз. Заказ №422
Периодичность: 1 раз в месяц.

Территория распространения

Казахстан, Россия, Украина, Узбекистан,
Кыргызстан, Беларусь, Азербайджан

Журнал зарегистрирован Министерством
культуры, информации и общественного согласия
Республики Казахстан.
Свидетельство об учетной регистрации №3719-Ж
от 19.03.2003 г.

Подписка и распространение журнала:
тел. +7 (727) 273 03 73

Подписной индекс: 75888

Ответственность за рекламу несет рекламодатель.

Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.

Журнал входит в Перечень изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации результатов научной деятельности, индексируется в РИНЦ (на платформе научной электронной библиотеки elibrary.ru).

В журнале используются фотоматериалы и изображения из открытых Интернет источников.

СОДЕРЖАНИЕ

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ОТДЕЛ	4
 ПОИСК. ИССЛЕДОВАНИЯ. ЭКСПЕРИМЕНТ	
<i>ДОЛЖИКОВА Е.В., МАЛОШТАН Л.Н.</i> Изменение уровня ЦИК под влиянием суппозиторий «Меланизол» и «Климедекс» на модели экспериментального вагинита у крыс.....	14
<i>РАХЫМБАЕВ Н.А., ОМАРОВА Р.А., ДАТХАЕВ У.М., МОМБЕКОВ С.Е., ДАУЛБАЕВА А.Ө., АНАРБАЕВА Р.М., ӨМІРӘЛІ М.Ө.</i> Өсімдік шикізатын сығындылауда биологиялық белсенді және экстрактивті заттардың шығымына әсер ететін факторлар.....	19
 АНАЛИЗ. КОНЪЮНКТУРА. ПЕРСПЕКТИВЫ	
<i>ДАТХАЕВ У.М., СЕРИКБАЕВА Э.А., УМУРЗАХОВА Г.Ж., ЖАКИПБЕКОВ К.С.</i> Сравнительный анализ кластерной политики зарубежных стран и Казахстана.....	25
<i>МОЛДАКАРИМОВА М.Д.</i> Корпоративная социальная ответственность бизнеса на фармацевтическом рынке Казахстана.....	30
<i>ЖАЙКБАЕВА У.Э., АБЛАЕВА Д., ШЕРТАЕВА К.Д., УТЕГЕНОВА Г.И.</i> Создание алгоритма экспертной модели принятия стратегических решений в аптечной организации	34
<i>ТЛЕППАЕВ А.М., БЕРКИМБАЕВА Г.Ш.</i> Тенденции развития производства медицинских изделий	39
<i>ДИЛЬБАРХАНОВ Б.П., ЖАРТЫБАЕВ Р.Н., КУРАЧА К.М., МАЗУР И.П., ХЛЕБАС С.В.</i> Отторжение дентальных имплантатов при медикаментозном лечении.....	45

МРНТИ: 76.01.14

ЖАЙКБАЕВА У.Э.¹, АБЛАЕВА Д.¹, ШЕРТАЕВА К.Д.¹, УТЕГЕНОВА Г.И.¹,¹Южно-Казахстанская медицинская академия, г. Шымкент

СОЗДАНИЕ АЛГОРИТМА ЭКСПЕРТНОЙ МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

При достаточной изученности методологии разработки корпоративных стратегий механизмы ее внедрения и реализации на уровне аптечных организаций, как структурных подразделений сети, требуют доработки. Сбалансированная система показателей (ССП) представляет из себя совокупность механизмов высшего менеджмента, позволяющих переводить стратегические цели аптечной сети в тактические операции для каждого подразделения и сотрудника с возможностью оценки результатов их деятельности в процессе реализации корпоративной стратегии.



АННОТАЦИЯ

В целях оптимизации деятельности зарубежных и отечественных фармацевтических предприятий предпринимается ряд мер. Нами проведены исследования на базе аптечной организации, входящей в состав сети крупнейшей фармацевтической южно-казахстанской компании (г. Шымкент). На основе полученных в результате исследования результатов нами была создана модель стратегических решений с учетом развития корпоративной ответственности и оценки управленческих инициатив руководителей аптечных организаций, отражающая многовекторность связей между различными видами деятельности аптечной организации.

Ключевые слова: стратегические решения, оценка управленческих инициатив, мотивация, бизнес-процессы.

ВВЕДЕНИЕ

Для достижения благоприятных результатов деятельности фармацевтическому предприятию необходи-

ма программа или модель развития. Поэтому целесообразно рассматривать проект и модель развития подразделений производственной сети, как совокупность технологических и организационных, качественных и количественных изменений в самой компании.

После изучения и обсуждения нескольких моделей, которые можно внедрить в аптечную сеть, нами принято решение развить и усовершенствовать стратегическое управление в аптеке, которое напрямую влияет на качество лекарственного обслуживания.

Необходимо отметить, что вопросам стратегического управления предприятиями розничной торговли, посвящено большое количество российских и зарубежных исследований (на русском и английском языках), в том числе и для фармацевтического сектора экономики. [1,2,3]

Для принятия эффективных стратегических решений для дальнейшего развития фармацевтического бизнеса авторами использована система показателей аптечной организации, которая представляет совокупность

механизмов высшего менеджмента, позволяющих переводить стратегические цели аптечной сети в тактические операции для каждого подразделения и сотрудника с возможностью оценки результатов их деятельности в процессе реализации корпоративной стратегии. [4,5,6,7]

Однако, если методология разработки корпоративных стратегий достаточно изучена, то механизмы ее внедрения и реализации на уровне аптечных организаций, как структурных подразделений сети, требуют определенной доработки. В связи с этим предложенный нами алгоритм позволит оптимизировать и обосновать принятие инновационных и эффективных стратегических решений.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Создание алгоритма экспертной модели принятия стратегических решений в аптечной организации.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Маркетинговый, социологический, контент, логический, комплексный и системный анализ.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

В соответствии с поставленной целью разработка и обоснование стратегической модели аптечной организации, входящей в региональную аптечную сеть, с учетом развития корпоративной ответственности и оценки управленческих инициатив руководителей аптечных организаций в лице заведующих, нами проведено исследование на базе крупной аптечной сети г. Шымкента.

Объектом исследования выступила аптечная организация, а инструментом – специальная разработанная анкета.

На основе логического и системного подхода к предмету исследования нами создана модель стратегических решений по оптимизации деятельности конкретного АО с сохранения баланса интересов сотрудников и компании в целом. Модель позволит находить компромисс между различными факторами для достижения стратегических целей руководства. Эта работа будет проводиться заведующими сетевых аптек, что позволит им развивать и совершенствовать собственные управленческие навыки, а руководству сети – оценивать тактику менеджеров среднего звена и результаты их деятельности.

Стратегическая модель (рисунок 1) отражает многообразие связей между различными видами деятельности аптечной организации, и показывает возможность выбора наиболее эффективного комплексного алгоритма реализации общей стратегии компании.

Разработанная нами стратегическая модель представлена четырьмя направлениями, каждому из которых соответствуют определенные производственные процессы.

Так, направление А – финансовое («Финансы»). Целью является увеличение прибыли предприятия в целом за счет следующих видов деятельности:

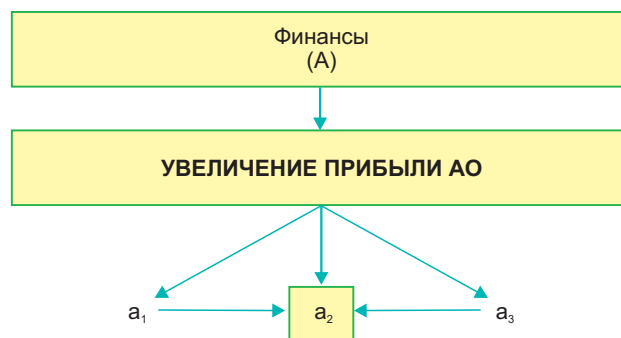


Рисунок 1 – Направление финансовой деятельности А («Финансы»)

- снижения издержек акционерного общества (a_1);
- оптимизации системы оплаты труда (a_2);
- увеличение маркетингового бюджета (a_3).

Следующее направление В – «Клиенты». Цель этого направления – увеличение количества постоянных клиентов. Пути достижения:

- увеличение проходимости в торговых точках (v_1);
- расширение круга постоянных клиентов (v_2);
- повышение качества обслуживания (v_3);
- поддержка имиджа аптечной организации (v_4).

Неотъемлемой частью стратегической модели является направление «Бизнес-процессы» (С). Цель: оптимизация основных производственных процессов. В данном направлении необходимо учитывать:

- ассортимент и категорию продуктовой линейки (c_1);
- формирование товарных запасов (c_2);
- ценообразование и мерчандайзинг (c_3);
- документооборот и отчетность (c_4);
- соблюдение фармацевтического порядка (c_5).

Последней составляющей стратегии развития аптечной торговой точки является направление «Обучение и развитие персонала» (D), предполагающее повышение эффективности труда. Основные действия:

- стимулирование трудовой мотивации (d_1);
- формирование максимальной лояльности к руководству компании (d_2);
- снижение текучести кадров и принятие мер по закреплению на ключевых позициях опытных сотрудников (d_3);

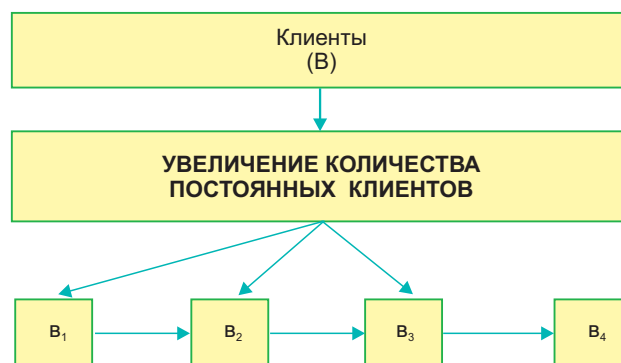


Рисунок 2 – Направление деятельности по улучшению обслуживания В («Клиенты»)

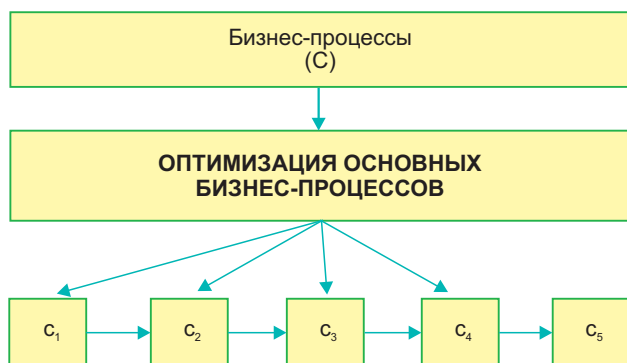


Рисунок 3 – Составляющие направления С («Бизнес-процессы»)

- повышение существующего уровня профессиональных компетенций (d_4);
- сохранение и способствование развитию интеллектуального капитала организации (d_5).

Необходимо отметить, что предлагаемая нами модель отражает тесную связь между различными видами деятельности аптечной организации, позволяющую осуществлять общую корпоративную стратегию.

Также нами была проведена экспертиза факторов оценки, представленных на рисунке 4, с целью определения их значимости, позволяющая менеджменту аптечной сети анализировать управленческие решения и инициативы вышестоящего руководства и оценивать их согласованность с предлагаемыми стратегическими целями.

Экспертный анализ факторов проводился в несколько этапов. На первом разрабатывалась анкета, вопросы которой соответствовали целям исследования, то есть были направлены на определение коэффициента значимости различных видов деятельности. Анкета для экспертов состояла из двух частей. Часть вопросов касалась данных о квалификации эксперта, вторая – оценки стратегических задач компании в целом, которые необходимо было оценить по степени их значимости в формате намеченных целей по десятибалльной шкале.

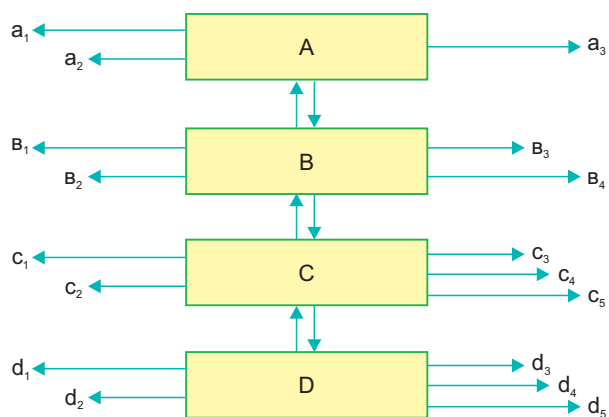


Рисунок 4 – Стратегическая модель взаимосвязи видов деятельности аптечных организаций

Как правило, в качестве критериев оценки компетентности экспертов использовали такие показатели, как уровень образования, стаж работы по специальности и источники информации о стратегии и тактике в фармацевтическом менеджменте.

Нами также разработаны количественные и качественные показатели оценки компетентности экспертов по специальным шкалам (таблица 1). Например, количественная десятибалльная оценочная шкала уровня образования и опыта работы экспертов и качественная (высокая, средняя и низкая).

Далее (с использованием собранной информации) определялась профессиональная компетентность каждого эксперта по традиционной формуле:

$$K_j = \frac{1/10 \times F_j + A_j + C_j}{3} \quad (1),$$

где

K_j – компетентность j -го эксперта по j -параметру;

F_j – уровень образования j -го эксперта;

A_j – источник аргументации j -го эксперта;

C_j – стаж работы j -го эксперта.

В качестве экспертов нами были отобраны специалисты-практики региональных аптечных сетей, область деятельности которых соответствует каждой группе факторов оценки (всего 14 человек).

Отбор специалистов по профессиональной направленности:

- Финансы. Руководители и работники экономического отдела – 2 человека.
- Клиенты. Руководители отделов отпуска и менеджеры по работе с персоналом – 4 человека (2+2).
- Бизнес-процессы. Исполнительный директор, заместители и маркетологи – 5 человек (1+2+2).
- Обучение и развитие. Начальник отдела кадров и менеджеры по кадрам – 3 человека (1+2).

На втором этапе проводилась обработка экспертных оценок и распределение их по показателям:

- эксперт-фактор – A_j ;
- расчет приведенных оценок изучаемых факторов с учетом компетентности экспертов по формуле: $A_j = A_j \times K_j$.

Третий этап. Оценка и обсуждение полученных результатов с последующей оценкой согласованности со стратегическими целями компании.

При обработке результатов по оценке уровня компетентности нами использована приведенная выше шкала оценивания уровня образования и опыта работы экспертов (таблица 1). Так, распределение экспертов по стажу работы по специальности показало, что большинство (58%) имеет большой профессиональный опыт (от 10 до 15 лет) и высшее профильное образование (92%). Среди опрошенных экспертов специалистов с ученой степенью не было.

При анализе данных, полученных в ходе исследования, установлено, что профессиональная компетентность экспертов находится в диапазоне от 0,48 до

Таблица 1 – Шкала количественной оценки уровня образования и опыта экспертов

Уровень образования	Стаж работы	Баллы
Среднее специальное	До 5 лет	4
Высшее	От 6 до 10 лет	6
	От 11 до 20 лет	8
Ученая степень	Свыше 21 года	10

0,89, средний уровень компетенции равен 0,61. При этом 66% экспертов имеют средний уровень компетенции, 30% – высокий.

Анкета предполагала (таблица 2) оценить предложенные источники информации по качественной шкале (высокая, средняя, низкая).

Таблица 2 – Шкала количественной оценки источников информации

Источник информации	Степень влияния аргументов из источников информации на мнение эксперта		
	Высокая	Средняя	Низкая
Обобщенный анализ научной литературы	7	5	3
Практический опыт	10	7	3
Советы коллег	5	3	1
Интуиция	0,5	0,3	1

Для дальнейших расчетов нами использовалась шкала количественных оценок в баллах, соответствующих опросным качественным показателям (таблица 2). Предположим, это эксперт, отметивший, что на его мнение научная литература имеет высокую степень влияния. Если респондент отвечает, что действует на уровне интуиции, то это средняя степень (7 и 0,3 балла). Тем не менее, нами отмечено, что большинство экспертов использует личный практический опыт в оценке показателей.

Таким образом, на основании обработанных данных у нас получилась информативная матрица «Эксперты – факторы».

Далее рассчитывалась относительная значимость всех изучаемых факторов индивидуально для каждого респондента.

В результате обработки данных по всем блокам экспертами отмечены наиболее важные показатели деятельности. Самым значимым мероприятием по оптимизации финансовых потоков они считают совершенствование существующей системы оплаты труда и ее соответствие затрачиваемым человеческим ресурсам (физическим, интеллектуальным, моральным). Необходимо отметить, что полученные результаты соответствуют результатам исследований российских ученых и согласуются с теорией справедливости Дж.С. Адамса, суть которой заключается в том, что субъективная оценка работниками соотношения между потраченными

ми усилиями и полученным в итоге вознаграждением, а также его сравнение с показателями своих сослуживцев порождают ощущение несправедливости, при котором сотрудник начинает подсознательно стремиться к восстановлению баланса. [9, 10, 11]

Поэтому фактор «Финансы» рассматривается экспертами как базисный в реализации стратегических целей компании, позволяющий оптимизировать финансовую систему и мотивировать сотрудников. Думаем, что за счет продуманного развития subprocessa «Оптимизация системы оплаты труда» повысится качество обслуживания клиентов, что положительно отразится на поступлении финансовых потоков и оптимизации основных направлений деятельности аптечной организации.

Таким образом была проведена экспертная оценка всех факторов в соответствии с разработанным нами алгоритмом. Выявлены наиболее значимые для реализации стратегических целей компании следующие направления:

- оптимизация системы оплаты труда;
- повышение качества обслуживания клиентов;
- формирование товарных запасов;
- повышение существующего уровня профессиональных компетенций.

ВЫВОДЫ

Разработанная нами экспертная модель принятия первоочередных стратегических решений позволит оптимизировать работу любой аптечной организации, входящей в аптечную сеть, за счет активизации управленческих навыков и профессиональных компетенций менеджмента на местах.

Активация должна осуществляться путем разработки, внедрения и контроля над мероприятиями по реализации наиболее значимых видов деятельности. Принятие вышеназванных мер позволит организации модернизировать основные составляющие управленческих категорий методом балансировки личных целей и умений сотрудников со стратегией аптечной сети до установления стабильности и для дальнейшего развития.

ТҮЙІНДЕМЕ

ЖАЙКБАЕВА У.Э.¹, АБЛАЕВА Д.1, ШЕРТАЕВА К.Д.¹,
УТЕГЕНОВА Г.И.¹, БЛИНОВА О.В.¹,

¹Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы,
Шымкент қ.

ДӘРІХАНАЛЫҚ ҰЙЫМДАРДЫҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ШЕШІМДЕР ҚАБЫЛДАУДЫҢ САРАПТАМАЛЫҚ МОДЕЛІН ӘЗІРЛЕУ ЖӘНЕ АЛГОРИТМІ

Фармацевтикалық компаниялардың дамуын оңтайландыру үшін Шымкент қаласындағы ірі фарма-

цветикалық компаниялардың бірінің дәріханасының базасында зерттеулер жүргізілді, оның негізінде дәріханалық ұйымдар басшыларының корпоративтік жауапкершілігін дамытуды және басқарушылық бадамаларын бағалауды ескере отырып, стратегиялық шешімдердің моделі әзірленді. Стратегиялық үлгі дәріхана ұйымының әртүрлі қызмет түрлері – «Қаржы», «Клиенттер», «Бизнес-үдерістер», «Оқыту және даму» арасындағы байланыстың алуан түрлілігін көрсетеді, олардың арасындағы баланс компанияның стратегиясын іске асыруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: стратегиялық шешімдер, қаржы, клиенттер, оқыту, бизнес-үдерістер.

SUMMARY

ЖАИКБАЕВА W.E.¹, АБЛАЕВА D.¹, ШЕРТАЕВА K.D.¹,
УТЕГЕНОВА G.I.¹, БЛИНОВА O.V.¹,

¹South Kazakhstan medical Academy, Shymkent c.

Литература:

1. Филина И.А. Разработка теоретических и методологических основ адаптации сбалансированной системы показателей к условиям работы современного фармацевтического рынка: автореф. дисс. докт. фарм. наук. – Москва: Российский университет дружбы народов, 2015, 48 с.
2. Каминская А.В., Степанов А.С. Организационно-методические основы применения сбалансированной системы показателей в деятельности аптечной сети. – Ремедиум. – 2015. – №4. – С. 45-50.
3. Морозов В.А. Совместимые показатели в экономике взаимодействия. Креативная экономика. – 2014. – №10 (94). – С. 42-54.
4. Филина И.А. Концепция сбалансированной системы показателей в стратегическом и оперативном управлении бизнес-процессами аптечных организаций. – Здоровоохранение. – 2014. – №5. – С. 37-42.
5. Филина И.А., Раздорская И.М. Сбалансированная система показателей в кадровой политике аптечных организаций. – Фармация. – 2014. – №4. – С. 26-30.
6. Kaplan R.S., Norton D.P. The strategy map: guide to-aligning intangible assets: Boston, MA: Harvard Business Shool Press, 2004, 56 p.
7. Раздорская И.М., Занина И.А. Плохих И.В. Стратегия развития бизнес-потенциала аптечных сетей с учетом сбалансированных показателей. – Фармация. – 2018. – №2. – С. 46-51.
8. Пастухова О.А., Крючкова М.О. Реалізація теорії мотивації серед працівників аптечного закладу «Соціальна фармація» стан, проблема та перспективи: мат. III міжнор наук пракі internet конф. – Харків, 25-28 квіт, 2017. С. 235-236.
9. Кнышов А.В., Моряк И.А. Анализ основных положений теории справедливости Джона Стейси Адамса. – Nova Um., Экономические науки. – 2017. – №7 – С. 105-108.
10. Акберов Р.Р. Эволюция концепции мотивации и стимулирование труда. Новая наука. – Стратегии и векторы развития. – 2016. – №5. – С. 120-124.

THE FORMULATION AND ALGORITHM OF EXPERT MODEL MAKING STRATEGIC SOLUTIONS IN PHARMACY

To optimize the development of pharmaceutical companies conducted research on the basis of the pharmacy organization, one of the largest pharmaceutical companies in Shymkent, on the basis of which a model of strategic decisions based on the development of corporate responsibility and evaluation of management initiatives of heads of pharmacy organizations. The strategic model reflects the variety of relationships between different activities of the pharmacy organization – "Finance", "Customers", "Business processes", "Training and development", the balance between which will implement the company's strategy.

Keywords: strategic decisions, Finance, clients, training, business processes.

ҚҰРМЕТТІ ЖҰРНАЛҒА ЖАЗЫЛУШЫЛАР!

«Фармация Казахстана» журналына «Қазпочта» АҚ кез келген бөлімшесінде жазылуға болады. Журнал туралы ақпаратты «Қазпочта» АҚ барлық бөлімшелерінде газеттер мен журналдарға жазылып алатын жыл сайынғы каталогынан және сайттан табуға болады (индексі 75888).

Сондай-ақ, журналға жазылуды Дәрілік заттарды, медициналық мақсаттағы бұйымдарды және медицина техникасын сараптау ұлттық орталығының Алматы қаласындағы аумақтық филиалында (Алматы қ., тел: +7 (727) 273 03 73), «Евразия Пресс» жазылу агенттігінде және «Эврика пресс» ЖШС рәсімдеуге болады. Шетелдік оқырмандар редакцияда журналдың электронды нұсқасына жазылуды рәсімдей алады.

2019 жылға басылым бағалары Алматы мен облыс орталықтарында бірдей. Сонымен қатар, жазылымды мемлекеттік портал арқылы рәсімдеуге болады.



Қазақстан Республикасының Мемлекеттік фармакопеясының
қазақ және орыс тіліндегі III томы жарыққа шықты



Вышел в свет III том Государственной фармакопеи
Республики Казахстан на казахском и русском языках

Pharmkaz.kz – это достоверная информация о рынке лекарств и медицинских изделий, состоянии фармацевтического рынка Казахстана и других стран, нормативные правовые акты МЗ РК, данные о побочных действиях лекарственных средств и медицинских изделий, рекомендации специалистов, публикация результатов научных исследований казахстанских и зарубежных ученых в области фармации, клинической фармакологии и практической медицины, обсуждение фармакопейных статей, новости фармацевтических компаний, электронные версии журнала «Фармация Казахстана».

