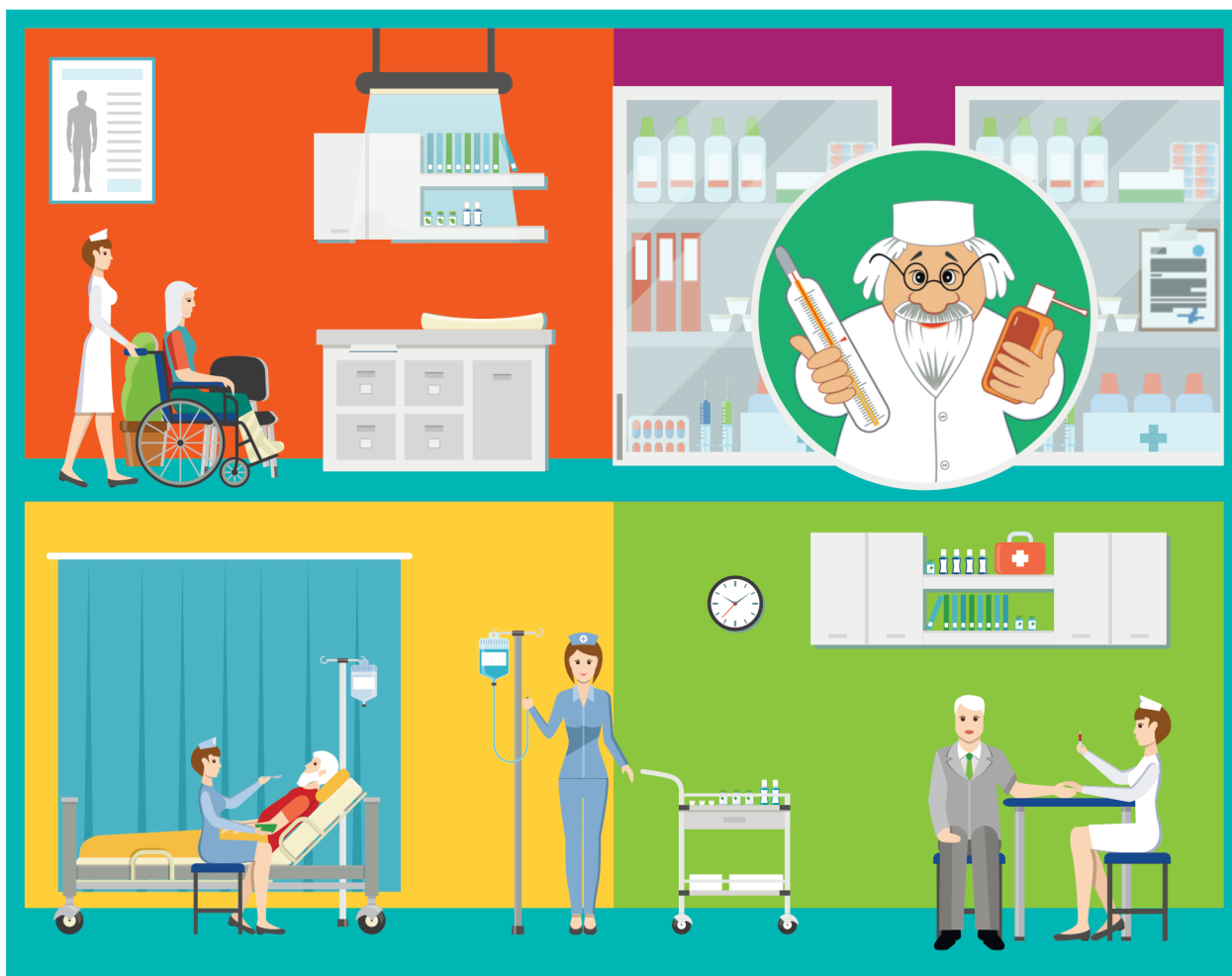


# ФАРМАЦИЯ КАЗАХСТАНА



2019



**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.

Оформить подписку на журнал можно в любом отделении связи АО Казпочта», территориальных филиалах РГП на ПХВ «Национальный центр экспертизы лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники» МЗ РК, редакции (территориальный филиал НЦЭЛС в г. Алматы), отделениях ТОО «Эврика-Пресс», ТОО «Агентство Евразия Пресс» (в том числе на территории РФ).

**Подписной индекс издания: 75888.**

По вопросам подписки, публикаций и размещения рекламных материалов обращаться по телефонам: **+7 (727) 272 03 73, +7 (747) 373 16 17.**

Факс: **+7 (727) 273 68 80.**

Электронный ресурс: [www.pharmkaz.kz](http://www.pharmkaz.kz); <mailto:pharmkaz@dari.kz>, [pharmkaz@mail.ru](mailto:pharmkaz@mail.ru)

## **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.



**Ежемесячный журнал о рынке лекарственных средств,  
изделий медицинского назначения и медицинской техники**

**№1 (210) январь • Издаётся с 2001 г.**

**Издатель: РГП на ПХВ «Национальный центр экспертизы лекарственных средств,  
изделий медицинского назначения и медицинской техники» 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  
А.Б. Саркенов  
Ж.А. Сатыбалдиева

**Заместитель  
главного редактора**

Ф.Э. Сулеева

**Специалист  
редакции**

А.Ж. Манатова

**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](mailto:pharmkaz@dari.kz);  
[www.pharmkaz.kz](http://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: 25.02.2019 г.  
Тираж: 600 экз. Заказ №07  
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

<b>РЕСМИ БӨЛІМ</b> .....	4
<b>ОФИЦИАЛЬНЫЙ ОТДЕЛ</b> .....	7
<b>ПОИСК. ИССЛЕДОВАНИЯ. ЭКСПЕРИМЕНТ</b>	
<i>МУКАНОВА А.Б., ДАТХАЕВ У.М., АБДУЛЛАБЕКОВА Р.М., ЖУНУСОВА М.А., ИБАДУЛЛАЕВА Ф.С.</i> Өсімдік шикізатынан медицинада қолданылатын биологиялық белсенді заттарды экстракциялаудың заманауи әдістері.....	10
<i>БИДАЙБЕК Р.Н., ОРДАБАЕВА С.К., ХАЛИУЛЛИН Ф.А., ШАРИПОВ И.М., ЖАНТУРИЕВ Б.М.</i> Жаңа биологиялық белсенді пурин туындысының сандық мөлшерін анықтаудың спектрофотометриялық әдістемесін жасау.....	17
<b>АНАЛИЗ. КОНЪЮНКТУРА. ПЕРСПЕКТИВЫ</b>	
<i>КУРМАНГОЖАЕВА А.Б., КУМЫСБЕК Т.Х., СЕРИКБАЕВА Э.А., КАЮПОВА Ф.Е.</i> Методы совершенствования управления человеческими ресурсами в фармацевтической отрасли Казахстана.....	21
<i>САТАЕВА Л.Г., КЕЛИМХАНОВА С.Е., ПАРМАНКУЛОВА Т.Н., АЙДАРБЕКОВА Б.Б.</i> ҚР дәрі-дәрмекпен қамтамасыз етуді жақсарту үшін фармацевтикалық бақылауды күшейту.....	26
<i>ЗАУРЕНБЕКОВА Д.Б., ЖУМАГАЛИЕВ А.Н., ИКЛАСОВА А.Ш., БЕКБОЛАТОВА Э.Н., САКИПОВА З.Б.</i> <i>Crataegus L.</i> өсімдігінің: ботаникалық сипаттамасы, таралуы, фитохимиялық құрамы, фармакологиялық белсенділігінің зерттеулері және медицинада қолдануы.....	30
<b>ОБЩЕСТВЕННОЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ</b>	
<i>KUPENSHEEVA D.I.</i> The assessment of quality of nursing work life: international experience.....	35
<i>KUPENSHEEVA D.I.</i> Nursing care models in the ageing world.....	40
<b>ИСТОРИЯ ФАРМАЦИИ</b>	
<i>ДАТХАЕВ У.М., АЛИКЕЕВА Г.М., ШАХИЕВА А.М., САЯТОВА А.С., ЖАКИПБЕКОВ К.С.</i> 19 век: развитие аптечного дела в городе Верном.....	45

# МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

## В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА

Фармацевтический персонал, как объект управления человеческими ресурсами, имея свои потребности, интересы, мотивы и психологические характеристики и воспринимая управленческие воздействия, активно влияет на процессы управления. В современных условиях рыночной экономики фармацевтический персонал участвуют в выборе места работы, формировании системы мотивации и стимулирования труда, профессионального карьерного применения в сфере обращения лекарственных средств. [4]



### АННОТАЦИЯ

В данной работе мы рассмотрели способы совершенствования методов человеческими ресурсами в фармацевтической отрасли. На сегодняшний день нами выявлено, что ужесточение конкуренции на мировых рынках, усложнение внешней и внутренней обстановки во всех отраслях экономики, несоответствие с запросами фармацевтического рынка труда стали поводами для поиска новых путей повышения эффективности деятельности современных фармацевтических организаций. Одним из основных стал человеческий фактор.

**Ключевые слова:** человеческие ресурсы, фармацевтическая отрасль, менеджмент, персонал.

Н.А. Назарбаев в своем Послании народу Казахстана «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» подчеркнул, что «наш путь в будущее связан с созданием новых возможностей для раскрытия потенциала казахстанцев. Развитие страны в XXI веке – это активные, образованные и здоровые граждане. Поэтому можно дать им современные программы и методики обучения, квалифицированные кадры».

Следовательно, кадровый менеджмент должен стать фактором усиления регулирующей роли государства в становлении и развитии социально ориентированного фармацевтического рынка, индикатором социальной ответственности государства в вопросах



охраны здоровья населения за счет повышения качества фармацевтического обслуживания.

Наиболее известным направлением теологической этики является утилитаризм, в основе которого находится понятие общества, как единицы анализа, последствия, а не причин действия [1]. С утилитарной точки зрения курс действий считается правильным, когда он способствует наибольшему благу для большинства членов общества [1,2]. Утилитаризм требует проведения анализа социальной полезности предполагаемого действия, то есть исследования. Все блага и издержки лиц, на которых повлияли конкретные действие и/или исследование, должны быть рассмотрены с максимально возможной точностью, приведены к «чистому результату»: блага минус издержки. В случае положительного результата алгоритм «действие-исследование» считается морально допустимым, в случае отрицательного результата исследование неприемлемо. [3]

Для четкого представления подходов, направленных на совершенствование управления человеческими ресурсами на фармацевтических предприятиях города Алматы, нами на примере фармацевтической компании составлен SWOT анализ, который указывает, в каких направлениях нужно вести исследования для дальнейшего совершенствования управления кадрами, используя сильные стороны предприятия, чтобы еще более усилить их при помощи возможностей, предоставляемых внешней средой. При наличии же угроз внешней среды – свести слабые стороны предприятия к минимуму. SWOT анализ отрасли представлен в таблицах 1,2.

На основании проведенного SWOT анализа (с акцентом на слабые стороны профильного предприятия) нами была составлена анкета социального исследования состояния управления человеческими ресурсами на фармацевтических предприятиях РК, состоявшая из 20 пунктов.

В ней нашли отражение основные проблемные вопросы управления человеческими ресурсами (для выявления слабых сторон) в фармацевтической промышленности Казахстана, решение которых поможет усовершенствовать процессы эффективного управления персоналом.

Для получения максимально объективной информации нами проводилось анонимное анкетирование специалистов-фармацевтов некоторых фармпредприятий. При этом, для получения репрезентативных результатов, согласно формуле бесповоротной выборки и исходя из общей численности фармацевтов, было опрошено 400 респондентов.

Репрезентативность выборки рассчитана по формуле:

$$N = \frac{t^2 d^2 N}{\Delta^2 N + t^2 d^2},$$

где

$n$  – искомое количество выработки;

$t$  – кратность средней ошибки выборки;

$\Delta$  – предельная ошибка выборки;

$d^2$  – дисперсия генеральной совокупности;

$N$  – численность генеральной совокупности для бесповоротной выборки;

$\Delta = 0,05$  (эквивалентно ошибке 5%),  $t=2$ ,  $\Sigma=0,05$ , доверительная вероятность  $\gamma=0,95$  (надежность выборки – 95%);

$d^2=S^2 - 0,25$  (на основании предварительного опроса).

В итоге:

$$n = \frac{2^2 \times 0,25 \times 277600}{0,05^2 \times 277600 + 2^2 \times 0,25},$$

где

$N$  – количество респондентов, достаточное для анкетирования.

Таким образом, выборочная совокупность достоверна.

В тех случаях, когда осуществляется индивидуальное интервью, количество интервьюеров для сбора информации нами рассчитывалось по формуле:

$$N = \frac{n}{a \times t},$$

где

$N$  – оптимальное число интервьюеров;

$t$  – число дней, затраченных на проведение исследования;

$a$  – норма опроса респондентов в день (при индивидуальном интервью – 5-7 человек);

$n$  – объем выборочной совокупности (число подлежащих опросу).

Предположим, что всего подлежит опросу 1 000 человек, а норма интервью составляет 5 респондентов в день. Тогда количество опрашиваемых можно рассчитать следующим образом:

$$N = \frac{1000}{5 \times 10} = \frac{1000}{50} = 20,$$

где

$N$  – количество респондентов.

Вопросы анкеты были направлены на стимулирующую и мотивационную организацию труда фармацевтов. Опрос проводился анонимно. Анкеты оставлялись с предварительным разъяснением респондентам целей и задач исследования и порядком их заполнения. Через день они предоставляли уже заполненные анкеты. Так нами были соблюдены принципы деонтологии и телеологии.

Также мы определили характер структуры или формализации, требуемый от анкеты, и ее степень открытости, а также соответствие информации исследуемой нами проблеме.

**Структура анкеты.** В основе – уровень стандартизации, то есть предполагаемый инструмент сбора данных. Например, в высокостандартизированной анкете предлагаемые вопросы и ответы, допускаемые темой опроса, полностью predetermined. В обычной, напротив, задаваемые вопросы четко не определены, и респонденты должны отвечать на них своими словами в произвольной, подходящей для ответа форме. Мы использовали высокостандартизированную анкету.

Таблица 1 – SWOT анализ возможностей фармацевтической отрасли РК на основе материально-технической базы профильных предприятий

Сильные стороны	Благоприятные возможности
Предприятие предлагает полностью натуральные фитопрепараты на основе природного сырья, собранного в экологически чистых районах Заилийского Алатау и на собственных плантациях	Потенциал наращивания производственных мощностей казахстанских фармацевтических предприятий
Оригинальная технология, полный отказ от консервантов и красителей	Государственная поддержка и широкое внедрение стандартов QMPd на отечественных фармацевтических предприятиях
Налаженная связь теории и практики путем заключения договоров с ВУЗами города Алматы о прохождении научно-исследовательской практики обучающихся	Заинтересованность работодателей в профессиональном образовании и повышении квалификации фармацевтов
Развитая материально-техническая база предприятия, стабильная зарплата, использование современных технологий для сбора информации, ИСО СМК 9001-2009 «Система менеджмента качества в области разработки, производства и реализации ЛС»	Готовность фармацевтических предприятий к модернизации технологических и кадровых процессов
Готовность персонала к инновациям в обучении и саморазвитию	Наличие большого рыночного потенциала для сбыта фармацевтической продукции

Таблица 2 – SWOT анализ причин возможной стагнации фармацевтического рынка РК

Слабые стороны	Угрозы
Частые производственные и межличностные конфликты	Недостаточное государственное финансирование
Нехватка квалифицированных кадров	Нестабильная социально-экономическая обстановка, экономический кризис
Устаревшие образовательные программы повышения профессионального уровня фармацевтов	Зависимость фармацевтической отрасли от импорта, изменение демографической ситуации
Слабые связи с социальными партнерами	Незаинтересованность в подготовке квалифицированных специалистов в связи со слабеющей экономикой или падением спроса на продукцию
Отсутствие мотивирующей политики карьерного роста и организации кадрового резерва фармацевтического персонала, минимальные расходы на обучение каждого сотрудника	Устаревшая система управления предприятием, принятие кадровых решений руководителем единолично, ухудшение качества продукции, утрата конкурентоспособности на рынке
Отсутствие дифференцированного подхода к результатам труда каждого работника, вызывающее снижение мотивации квалифицированного персонала	Ухудшение имиджа предприятия, текучесть кадров
Роль социально-психологических процессов на фармацевтическом предприятии недостаточно изучена	Снижение качества отечественной фармацевтической продукции, ведущее к потере своей ниши на фармрынке

Примечание: При составлении SWOT анализа использованы данные Курмангожаевой А.Б.

**Закрытость.** Информация о цели исследования доносится до респондента в полном объеме. Например, в открытой анкете это информация, из которой можно получить полное представление о цели исследования. Нами в анкете была указана и озвучена цель исследования.

В анкетировании используются различного типа вопросы. Во-первых, с многовариантным ответом. То есть в которых существует определенный выбор вариантов проекции при формулировании ответа. Проективная техника подразумевает использование неявных стимулов, побуждающих респондента описать, раскрыть или построить определенную структуру ответа. К наиболее часто используемым побудителям относят словесные ассоциации, завершение предложений и ключевые слова.

**Модель случайного ответа.** Это техника опроса, при которой потенциально смущающие и относительно невинные вопросы сводятся в пары, и вопрос, на который будет отвечать респондент, определяются случайным образом, оставаясь неизвестными для интервьюера. [4]

Вопрос с произвольным вариантом ответа подразумевает, что на него респондент может ответить самостоятельно, не будучи ограниченным выбором из предлагаемых ответов.

Многовариантный вопрос предполагает ограниченный набор ответов, из которого респондента просят выбрать вариант, наиболее соответствующий его собственной позиции по теме.

Дихотомический вопрос – вопрос со сформированным количеством вариантов ответа, при котором респондента просят указать тот из предполагаемых ответов, который более соответствует, на его взгляд, предмету опроса.

Наводящий вопрос формулируется таким образом, чтобы в нем содержался и нужный интервьюеру ответ.

Скрытая альтернатива предполагает альтернативный ответ, который не содержится в формулировке самого вопроса. Однако следует избегать альтернатив.

Скрытое допущение – это проблема, которая возникает, когда вопрос не сформулирован таким образом, чтобы четко были определены его последствия. Тем самым он порождает многовариантность ответа, допускающую различные последствия.

Существуют двухканальные вопросы, требующие ответа по двум направлениям, что создает затруднения для респондента.

К примеру, вопрос: «Какова Ваша оценка дизайна и удобства расположения демонстрационного зала фармацевтического предприятия?». Проблему можно решить, если разделить его на два, касающихся дизайна и удобства расположения.

Ответы на каждый вопрос записываются один за другим и позднее анализируются. Обычно они оцениваются по трем направлениям:

- по частоте слов, упоминающихся в ответах;
- по среднему промежутку времени, который отводится на обдумывание ответа;

- по числу респондентов, не ответивших на вопросы после истечения определенного времени.

Предварительное тестирование показало, что на всю процедуру тестирования уходит, в среднем, 5-7 минут. Каждый из вышеназванных методов общения с респондентами имеет ряд достоинств и недостатков. Специфика проблемы и культурная среда будут на практике определять преимущества и недостатки, свойственные каждому методу. Тем не менее, общая дискуссия о достоинствах и недостатках методов исследования служит основанием для определения алгоритмов вопросов и критериев, которые должны приниматься во внимание при выборе способа, с помощью которого будут собираться данные. Контроль над используемой выборкой, информацией и управленческий – вот что определяет те моменты, которые должны учитываться, когда нужно определить необходимый метод исследования. [5]

**Контроль выборки.** Термин, применяемый в отношении исследований, опирающихся на опросы, касающийся двойной обязанности исследователя адресовать вопросы определенному респонденту и обеспечить необходимое сотрудничество с его стороны.

Инструмент для проведения выборки – это список представителей групп населения, из которых будет проведена выборка. В нашем случае это фармацевты промышленного предприятия по производству лекарственных средств. В случае проведения телефонного опроса таким инструментом могут служить телефонные справочники.

Контроль над информацией – термин, используемый в отношении исследований, применяющих опросы, и касающийся количества и достоверности информации, полученной от респондентов. Контроль над информацией, который подразумевает типы вопросов, объем и достоверность информации, изменяется в зависимости от используемого метода сбора данных. Из трех методов (личная беседа, телефонный опрос, почтовый опрос) сбора данных личная беседа предоставляет наилучшую возможность контроля над правильностью выбора сотрудничества с респондентом. Респонденты, в основном, не могут отказать исследователю в индивидуальной беседе, что возможно при другом методе сбора данных (телефонный или почтовый опрос). Личная беседа, например, может проводиться с использованием почти любой формы анкеты – от стандартной открытой до нестандартной закрытой. Личный характер взаимодействия позволяет интервьюеру показывать респонденту картинки, образцы рекламы, перечень слов, схемы для мотивации. [6]

Телефонный опрос не идеален, так как исследователь не видит выражения лица респондента, не наблюдает за его невербальным поведением. Также респондент в любой момент может прервать разговор и не отвечать на вопросы. Статистика показала, что возможность вступить в контакт с респондентом с первого телефонного звонка была только в 1 случае из 10.



При использовании почтового опроса также присутствуют свои плюсы. Можно обдумать ответ, увидеть анкету целиком. Ответ будет независимым, исключено личное отношение интервьюера к опрашиваемому. Ответы более продуманны. Также анонимность дает людям возможность быть откровенными в ответах на вопросы.

Контроль над информацией также можно разделить на следующие составляющие:

1. Персонализация вопросов. В ходе опроса интервьюер учитывает все предыдущие ответы (например, имя респондента, название предприятия) и может сформулировать вопросы. Также личные вопросы способны повысить степень доверия и тем самым способствовать проведению более качественного опроса.

2. Модернизация анкет. Ключевая информация, полученная ранее в беседе, может быть использована при адаптации анкеты для каждого респондента. Например, определенная характеристика товара, предварительно сообщенная респондентами, как основная, при принятии ими решений, может использоваться для измерения их предпочтений в отношении торговой марки с большим успехом, чем использование предварительного списка характеристик, общих для всех категорий респондентов. [7]

3. Управленческий контроль. Включает в себя время и стоимость проведения опроса, обработку ответов, полученных в результате использования выбранного метода исследования. Например, телефонные звонки более экономичны и легки в исполнении, нежели другие методы. Телефонный опрос – один из самых быстрых способов получения информации. Если анкета относительно короткая, то за один час можно опросить в среднем 15-20 респондентов. Личная беседа не дает такой экономии времени (так же, как и почтовый опрос).

4. Почтовые опросы. Предоставляют совсем слабую возможность контролировать респондентов. Многие не отвечают на анкеты, присланные по почте. Но какой бы ни была причина отсутствия ответа, это создает искажения неопределенной величины и характера.

Недостаток контроля присутствует и в отношении идентификации того, кто отвечает на вопросы в ходе почтового опроса. Исследователь не может быть уверенным в том, что на его вопросы отвечал желаемый респондент.

#### Литература:

1. Матвеева Е.Г. Основные направления совершенствования управления инновационной деятельностью фармацевтических предприятий. // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития экономических систем: теория и практика». – Москва, 2008, 124 с.
2. Питер С.Р. Дрикер. Менеджмент: задачи, обязанности, практика. – Москва, 2008, 192 с.
3. Чупандина Е.Е., Глембоцкая Г.Т. Модели оценки эффективности деятельности в принятии управленческих решений. // Пути и формы совершенствования фармацевтического образования: материалы 2-й Всероссийской научно-методической конференции «Фармообразование-2007». – Воронеж, 2007, 396 с.
4. Аддес И.К. Управление жизненным циклом корпорации. Пер. с англ. – СПб: Питер, 2007, 384 с.
5. Саязбаева Х.Н. Оказание фармацевтической помощи населению РК на современном этапе. – Вестник ЮКГФА. – 2014. – №3 (68), Т. . – С. 157-159.
6. Азимбаев А.А. Фармацевтический рынок Республики Казахстан за 2006-2008 гг. – Алматы, 2010, 58 с.
7. Омаров А.М. Управление: искусство общения. – Москва, 2006, 124 с.
8. Датхаев У.М., Шобабаева А.Р., Умурзахова Г.Ж., Шертаева К.Д., Серикбаева Э.А. Теоретические основы развития совершенствования управления человеческими ресурсами в фармации. – Фармация Казахстана. – 2016. – №3(1). – С. 12-14.

Из вышесказанного ясно, что в своем исследовании мы использовали высокостандартизированную и наиболее результативную анкету, подготовив вопросы открытого и закрытого типа. Провели предварительное тестирование, которое определило, что проблемы, поднятые нами, актуальны. Предварительное тестирование показало, что на всю процедуру опроса уходит, в среднем, 5-7 минут.

Также нами была четко разграничена информация, которую содержит анкета. В составленной анкете социально-демографическую информацию мы определили, как приоритетную, а основная использовалась во второй части в ходе предварительной подготовки респондентов.

Инструментом для проведения выборки стали фармацевты, занятые на промышленном производстве ЛС. Таким образом, при решении вопроса о применяемых методах исследования, выбор был сделан в пользу анкетирования. Анализ литературных данных показал, что избранный нами метод является наиболее распространенным при исследовании мнений в сфере медицины и фармации. [8]

#### SUMMARY

KURMANGOZHAEVA A.B.<sup>1</sup>, KIMISBEK T.H.<sup>1</sup>,  
SERIKBAYEVA E.A.<sup>1</sup>, KAYUPOVA F.E.<sup>1</sup>,  
<sup>1</sup>JSC «National medical university», Almaty c.

### METHODS FOR IMPROVEMENT HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

In this work, we looked at methods for improving human resource management in the pharmaceutical industry. Today we have found that factors such as increased competition in world markets, complication of the external and internal environments in the pharmaceutical industry, and discrepancy with the demands of the pharmaceutical labor market have led to the search for new ways improve the efficiency of modern pharmaceutical organizations, which are headed by the human factor.

**Keywords:** human resources, pharmaceutical industry, management, personnel.

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».

