

*Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік фармацевтика
академиясы*

Фармация ісін басқару және ұйымдастыру кафедрасы

Тақырып: *Дәрілік заттарға баға құру
негіздері*

Дайындаған: Әбдіразақ Б.

Тобы: 401 «Б» ФК

Қабылдаған:

Баға және оның қызметтері.

- **БАҒА** — тауар мен көрсетілетін қызмет бірлігі үшін төленетін немесе алынатын ақша (не өзге тауар мен қызмет) мөлшері. **Баға** – маңызды экономикалық категориялардың бірі. Сонымен қатар, баға тауарлардың сұранысы және ұсыныстарымен бірге нарықтық құрал болып саналады. Тауар құнының негізін, оларды жасап өндіруге жұмсалған еңбек шығындары құрайды. Сондықтан тауарлар құнының ақшалай мөлшері арқылы баға анықталады.

Тауарлардың бағасы басқару құралы ретінде түрлі қызметтерді атқарады:

- Есептік
- Ынталандырушылық
- Реттеушілік
- Бөліп таратушылық

Бағаның есептік қызметі:

- Нарықтық бағаның негізін өндіріс аймағы құрайды. Бағаның негізгі қызметі тауар, өнімді өндіруге жұмсалған шығындар мен өндіріс нәтижелерін өлшеу. Сондықтан, баға арқылы қанша еңбек, материал, шикізат жұмсалды, қандай еңбек өнімділігі, өндіріс шығындары, тауарлар мен өнімдердің айналымы және қанша пайда алынады деген сұрақтарға жауаптар алынады, тауар мен өнімдерді өндіруге жұмсалған қоғамдық-қажетті шығындар және өндіріс нәтижелері өлшеніп есептелінеді.

Бағаның ынталандырушылық қызметі

- Тауарлар мен өнімдер тұтынушыға қажетті болып сатылу үшін, олардың сапасы жоғары, жеткілікті ассортименті және қол жетімді бағасы болуы қажет. Осыған байланысты, бағаның экономикалық ынталандырушылық қызметі тауарлар мен өнімдердің сапаларын жоғарылатуды және ассортименттерін жаңалап толықтыруды ынталандыру шараларымен анықталады

Бағаның реттеушілік қызметі

- Нарықта баға тауар өндіруші тағайындағысы келетін бағадан өзгеше болады. Себебі тауар өндіруші тауарларын сатудан түсетін түсім мөлшерін көбейтуге мүдделі, ал тұтынушы болса, керісінше өзінің тауарларды сатып алуға жұмсайтын шығындарын азайтуға тырысады. Сондықтан, бағаның реттеушілік қызметі арқылы тауарлардың сұранысы мен ұсыныстарын теңестіру негізінде теңдік бағасы қалыптасады.

Бағаның бөліп тарату қызметі

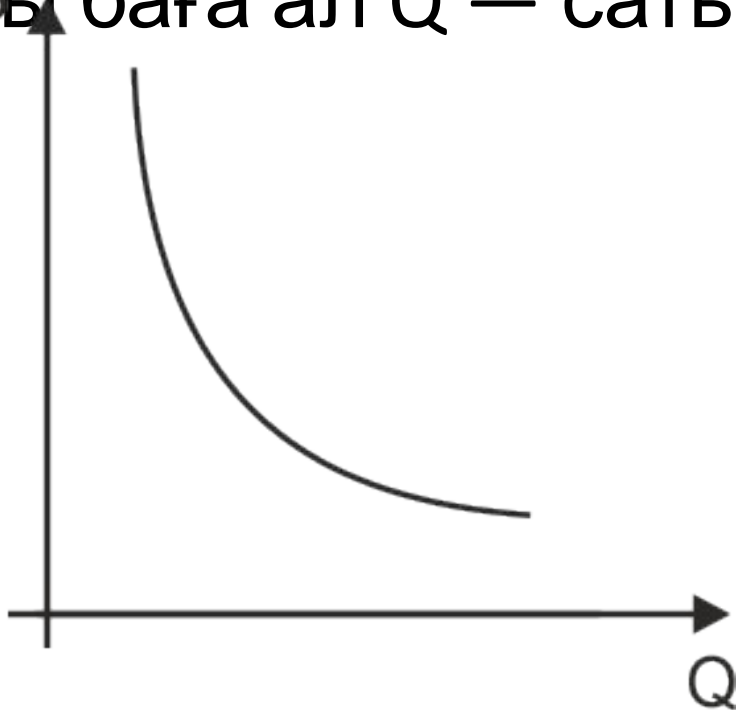
- Баға әлеуметтік және экономикалық міндеттерді шешуде тауарлардың құнының алшақтықтары негізінде пайданы бөліп, қайта таратудың құралы ретінде қарастырылады. Бағаның аталған қызметі салық салу жүйесімен, басқа да шаралардың көмегімен жүзеге асады. Мысал, ретінде дәрілік препараттарды сатудағы айналымға қосымша құн салығын салынбайтығын айтуға болады.

Дәрілік заттарға бағаның қалыптасуына әсер ететін факторлар

- Сұраныс факторлары**
- Ұсыныс факторлары**
- ДЗ айналысы ортасының
факторлары**



- **Сұраныстың аңықтамасы**
- **Сұраныс дегеніміз** тауардың бағасын тауардың сатылымдарымен байланыстыратын тәуелділік.
- Әдетте сұранысты график түрінде келтіреді:
- P — мұндағы баға ал Q — сатылым мөлшері.



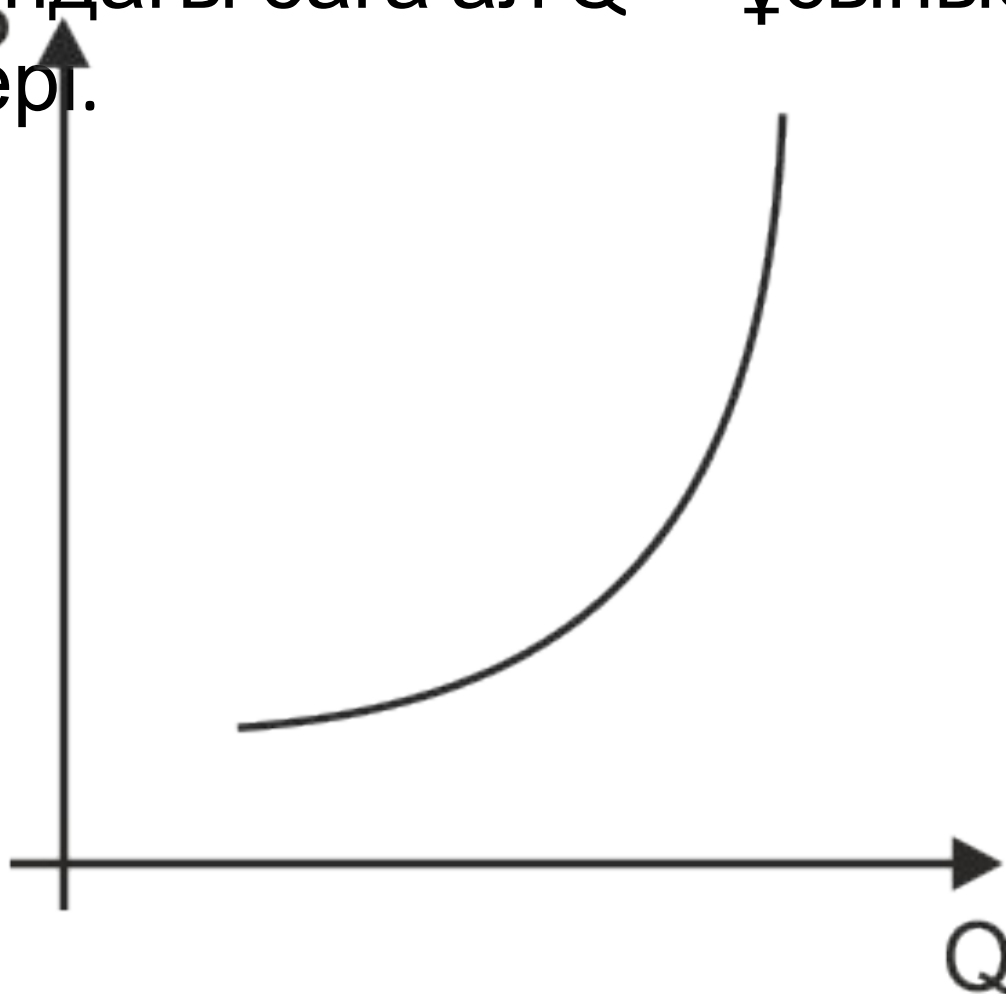
Сұраныс факторлары

- Дәрілік заттардың емдік тиімділігі;
- ДЗ аналогтарының болуы;
- ДЗ тағайындайтын дәрігерлер;
- Емделу курсының бағасы;
- ДЗ бағасының эластикалығы және т.б.

- **Ұсыныстың аңықтамасы**

- **Ұсыныс дегеніміз** тауардың бағасын тауардың сатылымдарымен байланыстыратын тәуелділік. Ұсыныс мөлшері дегеніміз тауардың бағасы белгілі мәнге ие болғандағы сатушылар сатуға дайын тауарлардың жалпы мөлшері.

- Әдетте сұранысты график түрінде келтіреді:
- P — мұндағы баға ал Q — ұсыныс мөлшері.



Ұсыныс факторлары

- Бәсекелес тауарөндірушілердің саны;
- ДЗ бөліп тарату жүйесі;
- ДЗ буылып-түйілу дизайны;
- Салықтар;
- Бәсекелестікке түсетін ДЗ саны мен сипаттары;
- ДЗ дайындалу шикізаттарының көзі және т.б.

ДЗ айналысы ортасының факторлары

- ДСЖ жұмсалатын шығындар;
- Экономикалық тұрақтылық;
- Экономика деңгейнің өсуі;
- Экспорт және импорт мәселелерін реттеу;
- Саяси орта және т.б.

Жаңа тауарларға бағаның қалыптасуы

- Тауарлардың сатылу көлемінің ұлғайтуға бағытталған бірнеше бағаны қалыптастыру әдістері қолданылады.



- **Нарыққа берік енгізілу стратегиясына бағытталған баға қалыптастыру әдісі**
–
- тауарлардың бастапқы бағасын төмендетіп, тауарларға тұтынушылардың көп бөлігін тарту арқылы нарықтың үлкен үлесін қамтуды қарастырады.

- **Тұтынушылар психологияларының негізінде баға қалыптастыру әдісі –**
- тауарларды сатушының бағаны анықтау кезінде тұтынушының бағаны қабылдау психологиясының ескеруі арқылы жүзеге асырылады. Мысалы, сатушылар тауардың бағасын 99 теңге 99 тиын мөлшерінде анықтайды. Тұтынушы нақты түрде 100 теңгені төлей отырып, тауардың бағасын 99 теңге ретінде сезінеді.

- **Фирманың беделінің негізінде баға қалыптастыру әдісі –**
- белгілі немесе әйгілі фирмалардың ерекше сапалы тауарларына бағаның қалыптасуын қарастырады. Мысалы, немістердің «Байер» фирмасының аспири́н дәрілік препараты басқа фирмалардың аспири́н дәрілік препараттарынан қымбат тұрады. Ол үшін «Байер» сияқты фирмалар, өзінің тауарларының нарықтағы аналогтарының сапаларының төмен екендігіне толық сенімді болуы керек.

Пайданы ұлғайтуға бағытталған баға қалыптастыру әдістерінің түрлері

- 1.Қаймағын алу әдісі – тауарларға бастапқы бағаны жоғары қою арқылы «қаймағын алуды» жүзеге асырады. Бағаны қалыптастырудың аталған әдісі тауарлардың қозғалысына жұмсалатын шығындардың өсуін қажет етеді.

- **2. Нарықтағы ұқсас тауарлардың баға саясатын ескеру негізінде бағаны қалыптастыру әдісі –**
- тауарлардың бағасын нарықтағы ұқсас тауарлардың бағалары көлемінде анықтауды, ал сапасы мен тиімділігі жоғары болған жағдайларда бағаны өсіруді қарастырады.

Нарықта қалыптасқан тауарлардың бағаларын қалыптастыру әдістерін таңдаудың үш жолын қарастыруға болады:

- Бағаларды белгілі шекте сақтау

Бағалардың төмендеуі

- Бағалардың өсуі



Бағаларды белгілі шекте сақтау

- Тауарлардың көпшілік бөлігін сату, өткізу барысында бәсекелестікке және басқа да факторлардың ықпалына түспесе бағаларды белгілі шекте ұстануға белгілі шекте ұстауға мүмкіншіліктер туындайды.

Аталған жағдайда бағаның келесі түрлері қолданылады:

- Ұзақ уақытты бағалар – әдетте көпшілік сұранысқа ие тауарлардың бағалары;
- Эластикалық баға - сұранысқа және ұсынысқа байланысты өсетін немесе төмендейтін баға;

Бағалардың төмендеуі

- Бәсекелестік жағдайында шығындардың азаюы қорғаныс шараларының біріне жатады. Осындай бағаның бірі, тауарлардың сұранысы мен ұсынысына қарай жылжымалы түрде төмендейтін баға. Нарықта тауарлар ассортиментінің өсуіне байланысты, оларға деген сұраныс төмендейді, ал бұл жағдай тұтынушыларды көптеп тартуға мүмкіндіктер береді.

Бағаның өсуі

- Тауарлардың бағасының өсуі түрлі себептерге байланысты болады. Мысалы, экономикадағы инфляция барлық шығын түрлерін өсіреді, соған байлаысты тауарлардың бағалары қымбаттайды. Тауарлар бағаларының қымбаттауы табыстың төмендеуіне байланысты сұраныстың өзгеруіне де себеп болады.



- Дәрі бағасының шарықтауы – бүгінде жасы мен әлеуметтік жағдайына қарамастан, азаматтардың барлығы тап болатын аса өткір мәселелердің бірі. Ал, әзірге мемлекет заңнамалық тұрғыдан Қазақстан нарығындағы дәрі-дәрмектердің тек 54 пайызының бағасын бақылай алады. Қалған 46 пайызы еркін айналымда. Десе де, уақыт өте келе, бұл жағдай өзгеруі мүмкін.

***Назарларыңыз
ға рахмет!***

