

МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ТАШКЕНТСКИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Тема: Основы ценообразования на лекарственные средства

Учебно-методическое указание к практическим занятиям для студентов IV-курса  
по предмету «Фармацевтическая экономика»

ТАШКЕНТ - 2009

МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ТАШКЕНТСКИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

«Утверждаю»

Начальник Главного Управления  
по науке и учебным заведениям МЗ РУз

Проф. Ш.Э. Атаханов \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 2009г

## **ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ЛЕКАРСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА**

Учебно-методическое указание к практическим занятиям для студентов IV-курса  
по предмету «Фармацевтическая экономика»

**ТАШКЕНТ - 2009**

**Составители:** Зайнутдинов Х.С. – д.ф.н., профессор  
Журавлева Е.Б. - доцент  
Саипова Д.Т.– к.ф.н., доцент  
Садыкова Г.Э. – ст. преподаватель  
Юнусходжаев А.А. - аспирант ТГЭУ

**Рецензенты:** Ашуров А.А. – Заместитель руководителя ОС медицинской продукции при ГЦЭСЛС Главного Управления по контролю качества лекарственных средств и медицинской техники МЗ РУз, кандидат фармацевтических наук  
Тухтаева А.М. - доцент, заместитель декана факультета повышения квалификации фармацевтов

Учебно-методическое указание составлено в соответствии с утвержденной программой для студентов фармацевтического института.

Рассмотрено Центральным методическим Советом Ташкентского фармацевтического института (протокол №6 от 23.02.2009 г.)

И.о. проректора  
по учебной работе

Юлдашев З.А.

Утверждено на Ученом Совете Ташкентского фармацевтического института (протокол № 8 от 10.03.2009 г.)

## **Тема: «Основы ценообразования на лекарственные средства»**

**I.Цель занятия.** Сформировать у студентов знания по стратегии и целям ценообразования в условиях рыночных отношений и научить умению выбирать рациональную стратегию и методы расчета цен, учитывая влияние различных факторов экономической среды. Анализировать конкретные примеры и определять правильность реализации целей ценообразования.

**II.Значимость темы.** Цена - одна из важнейших экономических категорий. Уровни, соотношение и динамика цен существенно влияют на экономику страны, рентабельность предприятий, благосостояние населения. Рыночная цена базируется на общественно–необходимых затратах труда, материалов, сырья, а также должна учитывать потребительские свойства. Поскольку продажа ЛП имеет социальное значение, правильное установление свободных рыночных цен на ЛП и ИМН приобретают особое значение.

### **III.Ситуационные задачи.**

#### **1. Цена – это:**

- а. Важнейшая экономическая категория
- б. Инструмент рыночной экономики
- в. Экономический показатель деятельности аптеки
- д. Денежное выражение стоимости товара

#### **2. Найдите соответствие:**

Функция цены	Содержание
1. Учетная	а. Учет качества продукции, стимулирование его повышения
2. Стимулирующая	б. Измерение затрат и результатов труда
3. Регулирующая	в. Средство перераспределения доходов на основе отклонения цены от стоимости товаров
4. Распределительная	г. Установление равновесной цены

#### **3. При формировании цены на товары необходимо учитывать требования следующих экономических законов:**

- а. Убывающей предельной полезности
- б. Стоимости
- в. Спроса
- г. Убывающей отдачи
- д. Предложения

### **IV.Вопросы для самоподготовки:**

- 1. Цена как экономическая категория
- 2. Виды цен и их классификация.
- 3. Состав и структура цен
- 4. Стратегия ценообразования.
- 5. Особенности ценообразования на лекарственные средства

## 6. Система регламентирования цен в Республике Узбекистан

**Цена** – денежное выражение стоимости товара, величина которой в конечном счете, определяется необходимыми затратами труда на его производство и реализацию.

Существуют две основные теории цены. По мнению сторонников одной теории, цена товара выражает его стоимость, т.е. воплощенные в товаре общественно полезные затраты труда. Сторонники другой теории считают, что цена товара представляет собой сумму денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности. При этом рыночная цена зависит не столько от затрат изготовителя, сколько от оценки полезности таких затрат покупателем.

Современная экономическая теория (рыночная экономика) призвана объединить эти два подхода, совместив в цене «объективность» (стоимость) и «субъективность» (полезность) товара. На рынке встречаются продавцы и покупатели, отстаивающие противоположные интересы. Цель продавцов — продать свои товары по максимально возможной цене и получить при этом прибыль, с помощью которой они должны покрыть производственные и сбытовые затраты (издержки), а также обеспечить условия воспроизводства. Покупатели в свою очередь заинтересованы в приобретении нужных им товаров с как можно большей полезностью и низкой ценой. Выравнивание интересов продавца и покупателя осуществляется через цену, которая на рынке формируется путем взаимодействия спроса и предложения. Таким образом, ценообразование (процесс образования цены) становится инструментом и рычагом управления рынка, в том числе и фармацевтического. Коренное отличие рыночного ценообразования от централизованного установления цен состоит в том, что в условиях централизованной экономики цены определяются на основе затратного метода в производстве до начала выпуска продукции, а при рыночном ценообразовании реальный процесс формирования цен происходит в сфере реализации продукции под воздействием спроса и предложения.

Экономическая сущность цены проявляется как в макро-, так и микроэкономике. Экономическая сущность цены в макроэкономике проявляется в выполняемых ею функциях. Функции цен тесно связаны с действием объективных экономических законов, поскольку последние, в конечном счете, и определяют роль цены в хозяйственной жизни. Обычно выделяют пять функций цены.

**1. Учетная функция.** Являясь денежным выражением стоимости, цена показывает, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции. Цена измеряет, сколько потрачено труда, сырья, различных материалов на изготовление товара. В конечном итоге цена показывает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

**2. Стимулирующая функция.** Эта функция цены выражается в поощрительном и сдерживающем воздействии цены на производство и потребление различных видов товаров. С помощью цены можно стимулировать или сдерживать экономию затрат ресурсов, изменение качества продукции, изменение структуры производства и потребления.

3. *Распределительная функция.* Под воздействием различных рыночных факторов происходит отклонение цены от стоимости и становится возможным перераспределение национального (чистого) дохода между отраслями экономики, различными формами собственности, различными социальными группами населения. Так, наличие в цене на товар акциза или налога на добавленную стоимость дает возможность перераспределить чистый доход в бюджеты различных уровней.

4. *Функция сбалансирования спроса и предложения.* Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. В соответствии с законом спроса и законом предложения цена стимулирует увеличение предложения при недостатке товаров и понижает спрос при избытке товаров.

Все названные функции цены взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом. Например, стимулирующая функция цены усиливает функцию сбалансирования спроса и предложения, способствуя увеличению производства товаров, пользующихся спросом. распределительная функция цены тесно связана с функцией цены как критерия рационального размещения производства, способствуя переливу капитала в те отрасли и секторы экономики, где предъявляется повышенный спрос на определенные товары и где складывается высокая норма прибыли.

В микроэкономике цена также выполняет различные функции, являясь:

- посредником и соизмерителем при обмене товаров на деньги;
- важным показателем конъюнктуры рынка;
- инструментом образования прибыли и управления эффективностью;
- способом конкурентной борьбы.

Для любого товара цена является выражением его стоимости. Стоимость лекарства выражена: его качеством, полезностью, эффективностью, сроком годности, представлением о нем, созданном его продвижением, новшеством и уникальностью, услугами, сопровождающими закупки изделия и др.

### **Виды цен и их классификация. Состав и структура цен**

**СЕБЕСТОИМОСТЬ** - денежное выражение затрат на производство и реализацию единицы продукции. Включает в себя: затраты на сырье и материалы; оплату труда; отчисления на социальные нужды; амортизацию основных фондов; прочие расходы.

В числе прочих затрат в состав себестоимости включаются:

- налоги, сборы, отчисления в специальные внебюджетные фонды;
- платежи за предельно допустимые выбросы (сбросы) загрязняющих веществ;
- платежи по обязательному страхованию имущества предприятия;
- вознаграждения за изобретения и рационализаторские предложения;
- платежи по кредитам в пределах ставок, установленных законодательством;

- оплата услуг связи, вычислительных центров, банков, плата за аренду в случае аренды отдельных объектов основных производственных фондов.

Затраты делятся на прямые, т. е. непосредственно относящиеся на себестоимость конкретных видов продукции, и косвенные, связанные с производством в целом и относимые в определенной пропорции на себестоимость продукции (например административно-управленческие расходы).

Виды себестоимости:

1. Себестоимость по статьям калькуляции (распределение затрат для составления себестоимости по статьям учета);
2. Себестоимость по элементам затрат.

Себестоимость по статьям калькуляции представляет из себя:

- 1) Сырье, материалы, прочее (комплектующие, полуфабрикаты, агрегаты, узлы и т. д.)
- 2) Топливо, Энергия идущие на производство
- 3) Амортизация Основных Производственных Фондов (2 группа — оборудование, станки, техника и т. д.)
- 4) Основная заработная плата основного персонала (Оклад, тариф)
- 5) Дополнительная заработная плата основного персонала (% от пункта 4)- Надбавки, доплаты к тарифным ставкам и должностным окладам в размерах, предусмотренных действующим законодательством
- 6) Отчисления на социальные мероприятия (пенсионный фонд, фонд безработицы, фонд социального страхования, начисляется процентом от основной зарплаты и включается в Фонд оплаты труда (ФОТ) = 4,5,6 пункты)
- 7) Общепроизводственные расходы — ОПР — (расходы на сбыт, административные затраты, внутрипроизводственные затраты) — 4.5.6. пункты для служащих и прочее (например ремонт: закупка паркета, клея, ламината, штукатурки и т. д.).
- 8) Командировочные расходы — стоимость билетов, суточные, оплата жилья
- 9) Работы сторонних организаций (обозначаются как Контрагенты)
- 10) Административные расходы — расходы на содержание аппарата управления

Состав затрат, включаемых в себестоимость и учитываемых при определении налогооблагаемой прибыли (дохода), определяется законодательством. К таким затратам относятся, в частности, затраты на командировки, представительские расходы, расходы на рекламу, затраты на подготовку и переподготовку кадров на договорной основе с учебными заведениями.

**ОПТОВАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ** (отпускная цена), ее еще называют ценой изготовителя. Это цена изготовителя продукции, по которой предприятие реализует произведенную продукцию оптово-сбытовым организациям или другим, в том числе розничным, предприятиям. Реализуя продукцию по оптовой цене, предприятие должно возместить свои издержки производства и реализации и

получить такой размер прибыли, который бы позволил ему эффективно функционировать в условиях рынка.

*Оптовая (отпускная) цена предприятия* при производстве лекарственных препаратов в Республике Узбекистан состоит из *себестоимости* (издержки производства и реализации) и *прибыли*.

**ОПТОВАЯ ЦЕНА ПОСТАВЩИКА (ПОСРЕДНИКА)** — цена, по которой предприятия и организации-потребители оплачивают продукцию снабженческо-сбытовым (оптовым) организациям. Оптовая цена посредника помимо отпускной цены включает в себя снабженческо-сбытовую (оптовую) надбавку. Оптовая надбавка — это цена на услугу по снабжению и сбыту. Как любая цена она должна компенсировать издержки оптовых организаций (аренда помещений, транспортировка и хранение товара, заработная плата и т.д.) и обеспечить им прибыль. Таким образом, оптовые цены — это цены оптовых продаж и перепродаж для производственного потребления или для дальнейшего продвижения товаров к потребителю.

**РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ** — это цены, по которым товары реализуют в розничной торговле населению, предприятиям и организациям (в том числе ЛПУ). Они являются конечными, по этим ценам товары выбывают из сферы обращения.

Состав розничной цены складывается из цены приобретения (оптовая цена предприятия или оптовая цена посредника) и торговой надбавки. Торговая надбавка состоит из издержек торговых организаций (аптечных организаций) и их прибыли. Торговая надбавка устанавливается предприятиями розничной торговли в процентах к ценам приобретения товаров (рис. 1).

Как видно из рисунка, каждый последующий вид цены включает в себя предыдущий.

Цена производителя		Оптовая цена		Розничная цена	
Затраты изгото- вателя	Издержки производства	Цена производителя (покупная цена товара)		Оптовая цена (покупная цена товара)	
	Управленческие расходы				
	Коммерческие расходы				
Прибыль производителя		Торговая надбавка оптовой торговли	Издержки обращения оптовой торговли		
			Прибыль оптовой торговли		
		Торговая надбавка розничной торговли	Исходная розничная цена		
			Торговая надбавка розничной торговли	Издержки обращения розничной торговли	
			Прибыль розничной торговли	Прибыль розничной торговли	



		торговли
--	--	----------

Рис. 1. Состав и структура цены

Так как в составе цены значительный удельный вес занимают затраты, работа по ценообразованию на предприятии, в том числе аптечном, должна быть направлена на их выявление и снижение. Чтобы управлять затратной составляющей цены, необходимо знать состав и структуру затрат, а также факторы, влияющие на уровень и динамику каждого их элемента.

Исходным понятием в учете затрат на предприятии является себестоимость, под которой в торговле (в том числе ЛС) подразумевают покупную стоимость товаров. Все остальные затраты, которые называются издержками обращения, показываются в отчетности как «коммерческие расходы» и «расходы на управление». Аптечное предприятие в состоянии повлиять как на покупную стоимость товаров (выбирая поставщика с более низкими оптовыми ценами), так и на снижение издержек обращения, тем самым обеспечивая снижение розничных цен на ЛС. При заключении договоров купли-продажи с поставщиками на размер отпускных цен влияет канал товародвижения (закупка товара непосредственно у производителя обойдется значительно дешевле, чем через посредника), объем закупки, на который поставщик предоставляет различные бонусы (скидки), способ оплаты (если покупать товар на условиях предоплаты, цены закупки будут ниже), условия поставки (например, транспортные услуги может оплатить поставщик) и другие факторы, учитывая которые аптечное предприятие может снизить цену закупки, т.е. себестоимость товара.

Но в большей степени аптечная организация может влиять на размер торговой надбавки (в пределах ограничений), которая, как видно из представленной схемы, зависит от величины коммерческих и управленческих расходов и прибыли. Усилия по управлению затратами, направленные на снижение удельных затрат (затраты на единицу товара), всегда будут оправданы. Аптечное предприятие с более высоким отношением прибыли к затратам, чем в среднем по отрасли, застраховано на случай необходимости снижения рыночных цен под воздействием конъюнктуры рынка. При этом предприятие может участвовать в ценовой конкуренции, снижая цены против установившегося уровня.

В табл. 2 дана краткая характеристика видов цен, которые используются фармацевтическими организациями в процессе своей основной деятельности, т.е. оптовой и розничной торговли товарами аптечного ассортимента. Цены, которыми оперируют при совершении сделок, связанных, например, с продажей имущества, ценными бумагами нами не рассматриваются.

Таблица 1

#### Виды и характеристика цен

Вид цены	Краткая характеристика
<i>По степени вмешательства государства в ценообразование</i>	
Фиксированная	Как правило, устанавливается государством

Регулируемая	Применяется к жизненно необходимым товарам, в том числе ЛС
Свободная	Не регулируется государством и устанавливается фирмой самостоятельно под влиянием факторов спроса, предложения, конъюнктуры рынка и т.д.
Базисная	Цена товара стандартного качества, на основе которой определяется цена товара более высокого или низкого качества. База, точка отсчета при определении индекса цен
<i>По характеру торговли</i>	
Оптовая	Цена товара, продаваемого крупными партиями. Обычно оптовые цены ниже розничных, благодаря экономии на торговых издержках
Розничная	Цена на товар, продаваемый для личного употребления в малых, единичных количествах
<i>Цены, применяемые при сделках</i>	
Контрактная	Цена, фиксируемая в сделке по купле-продаже товара (контракте): 1) твердая (зафиксирована на определенном уровне в момент подписания контракта); 2) с последующей фиксацией; 3) скользящая (изменяется в период действия контракта по согласованной схеме)
Ценовое соглашение	Контракт, договор, имеющий юридическую силу, в котором фиксируется на определенный срок цена на товар
Валовая	Цена, в которую входят затраты на перевозки, страхование и другие расходы
Льготная	Пониженный уровень цены на товар в целях стимулирования продаж. Цена, дотируемая для отдельных групп покупателей
Нетто	Цена товара на месте его купли-продажи, с которой не делается скидка
Со скидкой	Базисная цена товара, уменьшенная на величину скидки, которая предоставляется приоритетному покупателю или при продаже большой партии товара. Наиболее распространенными являются: 1) <b>бонусные скидки</b> (предоставляются крупным оптовым покупателям за определенный объем оборота в год; 2) <b>закрытые скидки</b> (предоставляются на продукцию, обращающуюся в замкнутых экономических единицах, например, во внутри-фирменных поставках); 3) <b>количественные скидки</b> (размер их меняется в зависимости от величины заказа); 4) <b>скидки «сконто»</b> (предоставляются за оплату наличными или за досрочное осуществление платежей по сравнению с контрактом; 5) <b>специальные скидки</b> (предоставляются покупателям, с которыми фирма имеет длительные связи)

Трансфертная	Внутрифирменная цена, применяемая в сделках между подразделениями, филиалами, как правило, конфиденциальна
Франко-цена	Цена товара, определенная с учетом возмещения транспортных расходов по доставке товара до пункта, указанного после слова «франко», например, цена франко-склад получателя
КАФ-цена	Цена, в которую включены расходы по доставке, транспортировке товара от продавца до места его приемки покупателем (не включает расходы по страхованию груза)
СИФ-цена	Цена, в которую включены все расходы продавца по перевозке грузов, оплате таможенных сборов и страхованию товара, вплоть до доставки его покупателю
ФАС-цена	Цена на товар, исчисляемая с учетом транспортных расходов отправителя, доставляющего товар до пункта погрузки на транспортное судно
ФОБ-цена	Цена товара, исчисленная с учетом страхования и транспортных расходов отправителя по доставке товара на транспортное средство
Демпинговая	Экспортная цена, которая ниже, чем на внутреннем рынке (на 20 % и более) или ниже мировой цены (на 8 % и более)
<i>Цены, применяемые при анализе</i>	
Оптимальная	Цена, полученная на основе реальных оценок затрат и дохода от реализации товара
Безубыточности	Цена товара, при которой производитель может покрывать свои издержки, или цена, равная издержкам производства
Сопоставимая	Цена, приведенная по величине к условиям определенного периода времени на определенную дату. Сопоставимые цены используются при сравнении товарооборота в отдельные периоды для устранения влияния инфляции
<i>По типу рынка</i>	
Монопольно высокая	Цена товара, которая устанавливается субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, в результате чего он получает более высокую прибыль, чем в условиях конкуренции
Монопольно низкая	Цена приобретаемого товара, которая устанавливается субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке в качестве покупателя, в целях получения дополнительной прибыли и компенсации необоснованных затрат за счет продавца. Цена товара, сознательно устанавливаемая субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке в качестве продавца, на уровне, приносящем убытки от продажи данного товара, результатом чего может являться вытеснение конкурентов с рынка

### Особенности ценообразования на лекарственные средства

Ценообразование — это процесс формирования цен на товары и услуги. Перед всеми субъектами фармацевтического рынка (производителями, организациями оптовой и розничной торговли ЛС) как коммерческими организациями, в качестве одной из основных встает проблема определения цены на свои товары и услуги. Цены находятся в тесной взаимосвязи от других сторон деятельности предприятия, от уровня цен зависят достигаемые коммерческие результаты. Однако ЛС относятся к товарам особого рода и имеют особенности, которые следует учитывать при ценообразовании.

*Экономическая и социальная сущность ЛС.* Как и любой товар, ЛС имеют экономическую сущность, которая выражается стоимостью в деньгах и потребительской стоимостью. Однако ЛС также имеют социальную сущность, которая заключается в сохранении здоровья человека и общества в целом.

*Социально-экономическая эффективность ЛС как товара.* Экономический эффект проявляется в росте национального дохода, связанного с производством ЛС, а социальный эффект связан с экономией материальных, трудовых, финансовых ресурсов в результате сокращения дней нетрудоспособности и улучшении качества жизни.

*Генератором спроса на ЛС рецептурного отпуска является врач.* Как известно, большинство лекарственных препаратов должно отпускаться по рецептам врачей, следовательно, генератором спроса является промежуточный потребитель (врач), остальные ЛС, отпускаемые без рецепта врача, население может приобретать самостоятельно.

*Ценовая эластичность спроса на ЛС* может зависеть от характера заболевания и способа оплаты за него (бесплатный или льготный отпуск). Например, хронические больные не могут обходиться без лекарств, поэтому спрос на такие ЛС будет неэластичен или малоэластичен.

*Ценообразование на ЛС регулирует государство.* Рынок ЛС имеет свои особенности, которые вызывают необходимость государственного регулирования цен на ЛС. Во-первых, эти особенности определены тем, что выбор ЛС часто мало зависит от самого потребителя, так как лекарство назначает лечащий врач или рекомендует фармацевт. Врачи при назначении больному препаратов отдают предпочтение ЛС с наибольшей клинической эффективностью независимо от цены. Во-вторых, существенная часть расходов на ЛС оплачивается за счет государственных средств (лекарственное обеспечение стационарных больных и декретированных групп населения). Рациональное использование государственных средств возможно при условии сдерживания роста цен на ЛС, что и осуществляется в результате регулирования цен.

### **Государственное регулирование цен на лекарственные средства**

Государственное регулирование цен на ЛС в Республике Узбекистан осуществляется в первую очередь в соответствии с законом “О лекарственных средствах и фармацевтической деятельности” от 25.04.97, в ст. 4 которого указано, что “Правительство Республики Узбекистан определяет и проводит политику в области лекарственного обеспечения, утверждает и финансирует программы здравоохранения по обеспечению лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения, осуществляет контроль за их ценами.”

Доступность медицинской помощи и, в частности, лекарственной терапии несомненно имеет важный этический аспект, так как рациональная терапия больных невозможна без надлежащего доступа к эффективным и безопасным, качественным препаратам. В Республике Узбекистан ключевую роль в обеспечении доступности лекарств играют правительство и регламентирующие органы. Правительство, через законодательные и нормативные акты, реформы и другие реальные механизмы, создает возможность определенным категориям населения бесплатно или на льготных условиях приобретать жизненно необходимые для них препараты, а для других категорий через регуляцию механизмов ценообразования формирует доступные цены на лекарства (в частности во всех аптеках республики независимо от форм собственности в обязательном порядке должно быть наличие 20 наименований препаратов первой необходимости реализуемые по фиксированным ценам), обеспечивает надлежащее производство и закупку лекарств.

Кроме того, в целях госрегулирования цен на ЛС издано несколько постановлений:

Постановлением Кабинета Министров РУз от 14.01.1999г. №19 установлены ограничения размера наценок при оптовой реализации медикаментов и изделий медицинского назначения не выше 20%, при розничной – не выше 25%.

В системе Министерства здравоохранения Республики Узбекистан создана Контрольная инспекция, на которую возложены задачи по осуществлению контроля за закупкой, реализацией и обеспечением лечебных учреждений лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения, а также за применением предельных торговых надбавок при их реализации.

Установлено, что закупка:

лекарственных средств для оказания экстренной медицинской помощи по перечню, утверждаемому Министерством здравоохранения Республики Узбекистан, а также импорт лекарственных средств для государственных нужд осуществляется на открытых тендерных торгах;

вакцин, сывороток, препаратов для наркоза и наркотиков осуществляется на закрытых тендерных торгах;

лекарственных средств и изделий медицинского назначения у отечественных производителей осуществляется лечебными учреждениями, как правило, по прямым договорам.

Республиканская комиссия по денежно-кредитной политике совместно с Министерством внешних экономических связей, Министерством макроэкономики и статистики, Министерством финансов Республики Узбекистан установила порядок, при котором за счет централизованных валютных ресурсов, приобретаемых на Республиканской валютной бирже и на внебиржевом валютном рынке, закупаются по импорту готовые лекарственные средства, а также сырье и материалы для производства медикаментов только по наименованиям, входящим в установленный Министерством здравоохранения Республики Узбекистан список основных лекарственных средств.

На основании постановления Кабинета Министров РУз от 5.08.00 г. №307 «О дополнительных мерах по обеспечению внутреннего рынка лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения» установлено:

1. Реализация лекарственных средств и изделий медицинского назначения, завозимых по импорту осуществляется с применением оптово-розничной торговой надбавки, независимо от количества посредников, участвующих в поставках, - в размере не более 20 процентов от покупной стоимости;

отчисления во внебюджетный Пенсионный и в Республиканский дорожный фонды при Министерстве финансов Республики Узбекистан оптовых и розничных аптечных учреждений производятся от валового дохода по действующим ставкам.

2. Освободить с 1 августа 2000 года от уплаты налога на добавочную стоимость завозимые по импорту лекарственные средства и изделия медицинского назначения.

3. Рекомендовать коммерческим банкам при обслуживании оптовых розничных аптечных учреждений, импортирующих лекарственные средства и изделия медицинского назначения, применять ставку комиссионного вознаграждения при продаже иностранной валюты в размере не более 0,5 процентов от суммы проданной валюты.

Также установлен порядок возмещения из бюджета лечебным учреждениям (оказывающим бесплатные медицинские услуги) расходов, связанных с закупкой лекарственных средств и изделий медицинского назначения (Зарегистрирован МЮ 19.02.1999 г. N 641, утвержден 26.01.1999 г. Минздравом, МФ N 26)

Государственное регулирование цен на лекарственные препараты неразрывно связано, прежде всего экономически, с льготами по налогообложению фармацевтических и аптечных предприятий, финансовой поддержкой.

Как показывает опыт регулирования торговых наценок без контроля оптовых цен на отечественные и импортные лекарственные средства, такой механизм является неэффективным.

Предоставлены налоговые льготы отечественным производителям лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Эти льготы регламентированы постановлением "О мерах по поддержке отечественных производителей лекарственных средств и изделий медицинского назначения" от 14 июля 2006 года, и нацелены на формирование конкурентной среды на внутриреспубликанском рынке лекарственных средств и изделий медицинского назначения, более полное удовлетворение потребностей населения в конкурентоспособных отечественных лекарственных препаратах и медицинских изделиях". Постановление освободило с 1 июля 2006 года сроком до 1 января 2009 года от уплаты налога на добавленную стоимость производимые и реализуемые отечественными производителями лекарственные средства и изделия медицинского назначения, а также сырье и материалы, завозимые ими для собственного производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Кроме того, внесены изменения в процедуру таможенного оформления указанной категории товаров.

Таблица 2.

**Факторы, влияющие на цену лекарственных средств.**

Фактор спроса	Фактор предложения	Фактор среды
---------------	--------------------	--------------

1.Эффективность и побочные действия ЛП	1.Количество и характер конкурирующих ЛП	1.Расходы на здравоохранение
2. Наличие аналогов	2.Количество конкурирующих производителей	2.Наличие программ по здравоохранению
3.Группа врачей, назначающих ЛП	3.Система распределения	3.Роль правительстве в финансовой поддержке здравоохранения
4.Длительность лечения и количество ЛП на курс лечения	4.Размеры, форма, стайлинг (упаковка)	4.Степень роста экономики
5.Стоимость курса лечения	5.Ожидаемый жизненный цикл товара	5.Экономическая стабильность или нестабильность
6.Число и характеристика покупателей по полу, возрасту, доходу и другим факторам	6.Возможность воспроизводства и улучшения качество другими фирмами	6.Регулирование экспорта, импорта
7.Ценовая эластичность	7.Источники сырья	7.Традиции потребления ЛП
8.Подходная эластичность	8.Налоги	8.Размер и распределение ВВП
9.Длительность и модель жизненного цикла товара	9.Размещение производство по отношению к рынку	9.Лицензионное регулирование
10.Наличие правительственных программ по оказанию медицинской и лекарственной помощи	10.Правительственное регулирование и сертификация ЛП	10.Политическая среда
11.Отнесение ЛП к обязательному ассортименту, в список бесплатных и льготных	11.Отнесение к перечню основных лекарственных средств	11. Нормативно-правовая база

На цены влияют также факторы, действующие в сфере обращения (конъюнктурные колебания на рынке, т.е. изменение спроса и предложения, процессы инфляции).

### **Формирование цен на произведенные ЛС**

В Республике Узбекистан цены на готовые лекарственные средства устанавливаются рыночным путем, кроме выпускаемых монопольно и некоторых жизненно необходимых и важных лекарственных средств, которые регулируются государством. Правительство регулирует величину цены на некоторые монопольные позиции, к примеру существует предельная цена на такие

монопольные позиции, как «Аллапинин», «Фитин», «Рутин» и т.п, которые производятся заводом «Узхимфарм». Кроме того, в республике существует список лекарственных средств, обязательный ассортимент реализуемых с фиксированной розничной ценой, в который входят 20 наименований различных препаратов первой необходимости.

На сегодняшний день в Республике Узбекистан поставщики фармацевтической продукции и производители активно используют в своей деятельности собственную стратегию ценообразования, определяющую специфику собственной клиентской базы и др. Вопросы ценообразования стали играть огромную роль в развитии компании и в формировании уровня представления себя на рынке. А также, эти вопросы способствуют формированию круга поставщиков - конкурентов и группы приоритетных товаров, что играет немаловажную роль в улучшении системы обеспечения лекарственными средствами.

Формирование цен на произведенные отечественные ЛС можно рассмотреть на примере анализа структуры их себестоимости и сопоставление цен лекарств, импортируемых и производимых в РУз.

В таблице 1 проводится полная калькуляция себестоимости препаратов «Мазь Левомеколь» и «Раствор витамина Д<sub>2</sub>, производимые в Узбекистане. В связи с тем, что сырье, используемое в производстве импортируется из-за рубежа цены в калькуляции представлены в долл. США. При определении стоимости одной упаковки общие затраты на производство препаратов пересчитываются в сумах по курсу ЦБ РУз.

Таблица 3

**Калькуляция себестоимости препарата «Мазь Левомеколь», производимого отечественными производителями**

Наименование используемого сырья, вспомогательных материалов и показатели затрат, прибыль производителя	Ед. изм	Норма расхода на 1000шт таблеток	Цена за ед. в (\$.)	Себестоимость готовой продукции (\$)
Левомецетин	кг	0,229	38,76	8,88
Метилурацил	кг	1,224	13,68	16,74
Полиэтиленоксид 1500	кг	5,829	3,42	19,94
Полиэтиленоксид 400	кг	23,317	3,42	79,74
Банки БДС 30 г	шт	1030,0	0,035	35,54
Крышки	шт	1030,0	0,05	51,50
Инструкции	шт	130,0	0,00	0,130
Этикетки на банки	шт	1040,0	0,00	1,768
Этикетки на коробки	шт	41,0	0,00	0,070
Коробки №6 БДС для 25 шт	шт	41,0	0,11	4,428
Клеящая лента	м	6,5	0,00	0,023
Марля	м	0,2	0,20	0,040
Контрольные талоны	шт	1,01	0,00	0,001
Перекись водорода	кг	0,2	3,00	0,600
Хлорамин	кг	0,15	4,00	0,600



Муравьиная кислота	г	2	0,01	0,024
Вата медицинская	кг	0,01	0,02	0,0002
Спирт этиловый на обраб и тех. нужды 96%	кг	0,025	0,03	0,001
Синтетическое моющее средство	кг	0,03	0,05	0,002
Перчатки хирургические	пар	0,5	0,20	0,100
Мешки полиэтиленовые	шт	5	0,50	2,500
Налоги, зарплата, ком/услуги			48,80	48,800
Прибыль производителя 20%				48
Стоимость 1 упаковки	сум	-	-	271 е / 1000 уп =336сум

Для определения стоимости препаратов к основным и дополнительным затратам добавляется прибыль производителя в размере 20% от всех производственных затрат.

### Определение цены на ЛС изготавливаемых в аптеке.

Розничная цена всех ингредиентов	Тарифы на индивидуальное изготовление + прибыль	Стоимость упаковки, посуды	Розничная цена
--	--	----------------------------------	-------------------

### Задания для самостоятельной подготовки.

**Задание 1.** Составьте схему «Классификация цен на лекарственные средства» с использованием «Кластерного метода».

**Задание 2.** С учетом нижеприведенных данных по затратам на производство препарата Анальгин таблетки (500мг №10), проведите расчеты по определению его себестоимости. При определении стоимости одной упаковки сделайте перерасчет общих затрат на производство препаратов в суммы по курсу ЦБ РУ. Расчет проводите с помощью программы Excel.

Таблица 4.

### Калькуляция себестоимости препарата Анальгин таблетки (500мг №10)

Наименование используемого сырья, вспомогательных материалов и показатели затрат, прибыль производителя	Един. изм.	Норма расхода на 1000 шт. упаковок	Цена за ед (\$.)	Себестоимость готовой продукции
Анальгин субстанция	кг	5,382	6,996	
Крахмал картофельный	кг	1,18	1	
Кислота стеариновая	кг	0,062	3,922	
Ламинированная бумага с надписью	кг	0,75	5,15	
Ламинированная бумага без	кг	0,75	3,15	

надписи				
Инструкции	шт	101	0,001	
Скотч-лента	метр	1,01	0,0035	
Групповая этикетка	шт	2,01	0,02	
Гофрированные коробки	шт	1	0,3	
Контрольные талоны	шт	1,01	0,001	
Перекись водорода	кг	0,25	3	
Кислота муравьиная	г	2	0,012	
Хлорамин	кг	0,05	4	
Марля медицинская	метр	0,25	0,45	
Вата медицинская	кг	0,01	0,015	
Спирт этиловый технический 96% на обработку и тех.нужды	кг	0,033	0,031	
Перчатки хирургические	пар	0,5	0,2	
Единый налог 10% от отпускной цены			9,5	
Прибыль производителя в размере 20%				
<b>Стоимость одной упаковки</b>	<b>сум</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	

**Задание 3.** Используя раздаточный материал, представленный преподавателем (прайс-листы, данные интернет-сайтов производственных фармацевтических предприятий РУз., реестры цен отечественных производителей) определите договорную цену на отпускаемые с аптечного склада медикаменты, учитывая, что предельные торговые наценки не должны превышать 20% для оптовой торговли.

Таблица 5.

№	Название лекарственного препарата	Единица измерения	Оптовая цена предприятия	Отпускная цена
1.				
2.				
3.				
4.				

**Задание 4.** Определите розничную цену 1 коктейля во вновь открываемом фитобаре аптеки.

Постоянные расходы связаны с открытием фитобара.

Переменные расходы определяются затратами на изготовление.

Назовите методы ценообразования, использованные в данном случае.

Исходная информация в таблице 6.

Таблица 6.

Показатель	Пример	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
1. Предполагаемое к-во в год, тыс. ед.	16.0	15.0	20.0	30.0
2. Постоянные расходы тыс. сум.	250.0	250.0	250.0	250.0
3. Переменные расходы тыс.сум.	700.0	619.0	804.3	1240.0
4. Рентабельность %	15,0	15,0	15,0	15,0

1 ЭТАП. Определите общую сумму всех расходов фитобара, которые будут

определять себестоимость коктейлей:

$CCT = \text{Переменные} + \text{Постоянные}$

Например,  $CCT = 250.0 + 700.0 = 950.0$  (тыс.сум.)

2 ЭТАП. Определите себестоимость 1 коктейля по формуле:

$CCT \text{ 1 коктейля} = CCT / \text{к-во выпуска}$

Например,  $C/CT \text{ 1 коктейля} = 950.0 / 16.0 = 59.4$  (сум.)

3 ЭТАП. Определите розничную цену 1 коктейля с учетом предельной рентабельности по формуле:

$РЦ = CCT \text{ 1 кокт.} \cdot (100.0 + \text{Рент}) / 100$

Например,  $РЦ = 59,4 \cdot (100.0 + 15.0) / 100.0 = 68.31$  (сум.)

### Задание 5.

Контрактная цена лекарственного препарата 1 доллар за упаковку. На дату оформления счета – накладной на отпуск лекарственных препаратов с консигнационного склада курс доллара по данным Центрального Банка составил 1450 суммов. Приобретено 10.000 упаковок. Для закупки партии товара взят кредит в банке на сумму 10 млн. сум, с условием, что будет выплачена ежемесячно 33% от суммы долга.

На доставку товара от консигнационного до аптечного склада израсходована 300000 сум. определить оптово – отпускную стоимость 1 упаковки препарата. Учесть, что торговая наценка склада не должна превышать 20% от стоимости. А на импортные не более 10%.

### Порядок выполнения задания

1. Расчет транспортных расходов на одну упаковку:  
 $300000 \text{ сум} : 10000 = 30 \text{ сум}$
2. Расчет кредитной суммы приходящихся на одну упаковку:  
 $10.000.000 \text{ сум} : 10.000 \text{ упаковок} = 1000 \text{ сум}$
3. Расчет отпускной оптовой цены 1 упаковки ЛП:  
контрактная цена      4000 сум  
транспортные расходы   30 сум      =  
банковский кредит      1000 сум  
Всего -

### VII.Список использованной литературы

1.