

Оңтүстік-Қазақстан медицина академиясы

Г.И.Утегенова

**ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ӨНЕРКӘСІП
ЭКОНОМИКА МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Шымкент 2024

УДК 615.1:33
ББК 65.495
У84

Рецензенттер:

Сағындыкова Б.А. – Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы, дәрілер технологиясы және фармакогнозия кафедрасының меңгерушісі, профессоры, фармацевтика ғылымдарының докторы.

Жақыпбеков К.С. – А.Д. Асфендияров атындағы Қазақ Ұлттық медицина университеті, фармацевтика ұйымдастырылуы, басқарылуы және экономикасы және клиникалық фармацевтика кафедрасының меңгерушісі, қауымдасқан профессоры, PhD

Утегенова Г.И. Фармацевтика өнеркәсіп экономикасы мәселелері: монография/ г.Шымкент – 2024ж.- 131 б.

Монографияда фармацевтика өнеркәсіп нарығында экономиканың негізгі мәселелері және оның шешімдері көрсетілген. Қазіргі тұрғыдан алғанда, фармацевтика өнеркәсіп кәсіпорындарының экономикалық қызметін дамытудың негізгі көрсеткіштері, өндіріс тиімділігін арттыру мәселелері, шығарылған дәрі-дәрмектерге баға құру ерекшеліктері қарастырылған. Фармацевтикалық кәсіпорынды басқарудың тиімді тәсілдерін және рентабельділікті арттыру жолдарын іздестіруге ерекше назар аударылды.

Республикада фармацевтикалық өнеркәсіптің дамуына қызығушылық туындаған мамандарға және фармацевтикалық өндіріс технологиясы мамандығының білім алушыларына арналған

ISBN 978-601-82181-7-0

УДК 615.1:33

ББК 65.495

У84

Оңтүстік-Қазақстан медицина академиясының Ғылыми Кеңесімен бекітілді.
Хаттама № «б» «25» 12. 2024 ж.

Қысқартулар тізімі

ЕПМ - емдік – профилактикалық мекемелер
(ЕАЭО)- Еуразиялық экономикалық одақ
GMP - good manufacturing practice
ҰДДС - Ұлттық дәрі-дәрмек саясатын
НҚА-нормативті-құқықтық актілер
ОТС-рецепсіз босатылатын препараттар
ЖШС – жауапкершілігі шектеулі серіктестер
ДЗ –дәрілік заттар
МБ –медициналық бұйымдар
ТӨЦ –тауардың өмірлік циклы
ҰҚТ - ұйымдық-құқықтық түрі
ЖК –жеке кәсіпкер
АҚ –акционерлік қоғам
ОСС - оңайлатылған салық салу жүйесін
ЖСС- жалпы салық салу жүйесі
НЗ – негізгі заттар
НҚ – негізгі құралдар
Кэкс - *экстенсивті пайдалану коэффициенті*
ДСМ –Денсаулық сақтау министрлігі
ШН - шығынсыздық нүктесі
ЖАЖ- Жоспарлы-алдын ала жөндеу

Мазмұны

	Қысқартулар тізімі	3
	Мазмұны	4
1	Кіріспе	6
1.1	Фармацевтикалық ұйымның экономикалық қызметінің негізгі элементтері	7
1.2	ҚР фармацевтикалық өнеркәсіптің даму сипаттамасы	11
1.3	Қазақстандық фармацевтикалық нарықтың даму үрдістері	15
1.4	Қазақстан Республикасының халықты дәрі – дәрмекпен қамтамасыз етуді дамыту саласындағы стратегиялық мақсаттары	19
2	КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТ ҰҒЫМЫ, НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕРІ МЕН ШЕШІМДЕР	24
2.1	Фармацевтика өнеркәсібіндегі кәсіпкерліктің ұйымдық-құқықтық нысандары.	26
2.2	Бизнестің ұйымдық-құқықтық түрін таңдау	31
3	ӨNERКӘСІП КӘСІПОРЫНДА НЕГІЗГІ ӨНДІРІСТІК ҚОРЛАРДЫҢ ТИІМДІ ПАЙДАЛАНУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	38
3.1	Негізгі заттардың ескіруі	40
3.2	Негізгі құралдарды пайдалану тиімділігін арттыру бойынша мәселелерді және ұсыныстарды талдау	45
4.	ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ КӘСІПОРЫННЫҢ ӨНДІРІСТІК ҚОРЛАРЫ, АЙНАЛЫМ ҚОРЛАРЫҢ ТИІМДІ ПАЙДАЛАНУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	50
4.1	Тауар қорының оптималды өлшемін анықтау әдістері	50
4.2	Кәсіпорынның тауар саясатының тиімділігін бағалау	53
4.3	Өнеркәсіп салаларындағы айналым заттарының тиімділігін арттыру жолдары.	54
5	ЕҢБЕК АҚЫ ТӨЛЕУДІҢ ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МӘСЕЛЕЛЕРІН ЗЕРТТЕУ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ШЕШУ МҮМКІНДІКТЕРІ	61
5.1	Еңбек ақы көрсеткіштерін, және еңбек өнімділігін талдау.	61
5.2	Фармацевтикалық ұйымдарда еңбек ақысын төлеу	62
5.3	Қазіргі уақытта еңбекақы төлеу мәселелері, тиімді қолдану ерекшеліктері	65
6	ФАРМАЦЕВТИКА ӨNERКӘСІБІНДЕГІ ЕҢБЕК ӨНІМДІЛІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ӨСУ ЖОЛДАРЫ	68

6.1	Фармацевтикалық өндірісті ұйымдастырудың жалпы принциптері	65
6.2	Еңбек өнімділігі	66
6.3	Еңбек өнімділігін арттыруды экономикалық бағалау	68
6.4	Еңбек өнімділігін жоғарлату жолдары	69
7	ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ӨНЕРКӘСІПТЕГІ ӨНДІРІСТІК ШЫҒЫНДАР, ӨНІМНІҢ ӨЗІНДІК ҚҰНЫ МӘСЕЛЕЛЕРІ.	72
7.1	Өнімнің өзіндік құнының мәні және оны төмендету мәні	69
7.3	Фармацевтикалық кәсіпорынның шығындарына әсер ететін факторлар	73
7.4	Фармацевтикалық кәсіпорынның шығындарын жоспарлау	75
7.5	Өнеркәсіптік өнімнің өзіндік құнының төмендеуін экономикалық бағалау және оны есептеу әдістері	77
8	ҚАЗАҚСТАНДА ДӘРІЛЕР НАРЫҒЫНДАҒЫ ДӘРІЛЕРГЕ БАҒА ҚҰРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	80
8.2	Дәрілік заттардың баға құрылуына әсер ететін факторлар	79
8.3	Кәсіпорынның баға саясаты	80
8.4	Қазақстанда дәрілер нарығындағы дәрілерге баға құру мәселелері	84
9	ФАРМАЦЕВТИКА САЛАСЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГТІҢ ҚОЛДАНУЫ	88
9.2	Фармацевтикалық нарықта сұраныс пен ұсыныс заңдарының әсері	88
9.3	Фармацевтикалық компанияның маркетинг бөлімінің жұмысын ұйымдастыру	91
9.4	Фармацевтикалық маркетингтің ерекшеліктері	93
9.5	Тауар саясатының мәні	95
10	ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ӨНДІРІСТІҢ ПАЙДАСЫ МЕН РЕНТАБЕЛЬДІЛІГІН ЖОҒАРЛАТУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	105
10.1	Таза пайданы қалыптастыру мен үлестіру тәртібі	104
10.2	Алдағы уақытқа пайданы жоспарлау	106
10.3	Пайданы максимизациялау жолдары	106
10.4	Кәсіпорындағы пайданы арттыру жолдары	109
11	ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ КӘСІПОРЫННЫҢ ӨЗІНДІК ҚАРЖЫЛАРЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫ	114

	Қорытынды	125
	Әдебиеттер тізімі	126

Кіріспе

Адамға әртүрлі қажеттіліктер тән. Бұл азыққа деген, киімге және дәрілік заттарға деген, өмір сүру мен денсаулықты нығайту үшін қолданылатын қарапайым қажеттіліктер. Әрбір адамның қажеттіліктер жиынтығы ешқашан толығымен қанағаттандырыла алмайды.

Әртүрлі қажеттіліктерді қанағаттандыру, түрлі игіліктер арқасында жүзеге асырылады. Ондай игіліктердің көп бөлігін адамдар өндіреді, табиғаттан алмайды. Сол үшін олар шаруашылық деп аталатын, арнайы қызметті жүзеге асырады. Бұл қызмет, адамдардың өздеріндегі шектелген өндірістік ресурстарды, өмір игіліктерін жасау үшін және кейін олармен алмасу үшін қолданудан тұрады (еңбек, табиғи ресурстар, машиналар, құрылғылар және т.б.). Игіліктер – өз қажеттіліктерін қанағаттандыру құралы ретінде адамдар бағалайтынның барлығы.

Шаруашылық қызметін ұйымдастыру кезінде қолданылатын әдістер мен тәсілдер жиынтығы «экономика түсінігіне» кіреді. Экономика – бұл қажетті игіліктерді жасауға бағытталған адамдар қызметі. Экономика – өмір игіліктеріндегі өзінің шектелмеген қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін, шектелген ресурстарды қолдануды қарастырады.

Алғашқы ғалым – экономист ретінде Ежелгі Грецияның ұлы ойшылы Аристотельді (б.э.д. 384-322 жж.) санауға болады. Ол «эйкос» - шаруашылық және «номос» - заң, аударғанда «шаруашылық заңдылықтарын» дегенді білдіретін екі грек сөзін қосып «экономика» терминін жасады, яғни, шаруашылық қызметі үрдісінде адамдар бағынатын ережелер.

Бұл ережелерді 2000 мың жыл бойына адамдар зерттеген, бірақ бүгінгі таңда да экономикалық ғылым дамуы әлі аяқталмаған.

Бұл сферада басты қатысушылардың үш түрі бар:

1. отбасы;
2. фирма;
3. мемлекет.

Олар тікелей және әртүрлі нарық арқылы өз қызметін түзетіп, өзара әсер етеді. Экономикалық ғылым зерттейтін мәселелер шеңбері:

- отбасы экономикасы (жеке адам немесе бірге тұратын жақын адамдар тобы жүргізетін, шаруашылықпен байланысты экономикалық үрдістер);
- фирма экономикасы (сату үшін игіліктер өндіретін, ұйым қызметімен байланысты экономикалық үрдістер);
- нарық, өндіріс факторлары, тауарлар мен қызметтер экономикасы (тікелей адамдар тұтынатын немесе фирма қызметін ұйымдастыру үшін қолданылатын, игіліктерді сатып алу - сатумен байланысты экономикалық үрдістер);

- жалпы экономикалық үрдістер (тек отбасы, фирма, регион экономикасына әсер ететін емес, жалпы мемлекеттің экономикалық өміріне әсер ететін үрдістер)

Экономика құрылымы екі бөлімнен тұрады: микроэкономика және макроэкономика. Микроэкономика жеке экономикалық агенттердің тәртібін оқытады. Оның талдауының ортасында - жеке тауарлар бағасы, шығындар, капиталды қалыптастыру түрі мен механизмі және фирма қызметі, баға түзу механизмі, еңбек мотивациясы. Макроэкономика экономикалық үрдістер мен құбылыстарды мемлекет деңгейінде зерттейді. Оның зерттеу нысаны – ұлттық өнім, экономикалық өсу, жұмысбастылық, инфляция. Типті макроэкономикалық мәселелер – жұмыссыз адамдар жұмыс таба алатын шарттарды жасау, экономиканы инфляция әсерінен қалай қорғау, өмір шарттарын тұрақты жақсартуды қалай қалыптастыру. Макро – және микроэкономика өзара шартталған және органикалық өзара әсер етеді [1,2,3].

Микроэкономиканың құрылымдық бөліміне, өндіріс сұрақтарын, фармацевтикалық және парафармацевтикалық тауарлар мен қызметінің тауарын қарастыратын, фармацевтикалық экономика жатады.

Фармацевтикалық экономика – халықты, стационарларды, емдеу мекемелерді дәрілермен және басқа медициналық бұйымдармен және тауарларының шектелген ресурстарын қолдану мен тиімді басқару мәселелерін зерттейді

Фармацевтикалық экономика жалпы және жеке деп бөлінетін, макроэкономиканың негізгі принциптеріне негізделген:

Жалпы принциптерге жатады:

- нарықтың негізгі экономикалық заңдарының әсері;
- шектелген ресурстар мен шектелмеген қажеттіліктер;
- фармацевтикалық көмек қажеттілігін қанағаттандыруға нақты ықпал көрсететін әлеуметтік маңыздылық;
- теория және тәжірибенің өзара әсері;
- микро - және макроталдаудың бірыңғайлығы.

Жеке принциптерге жатады:

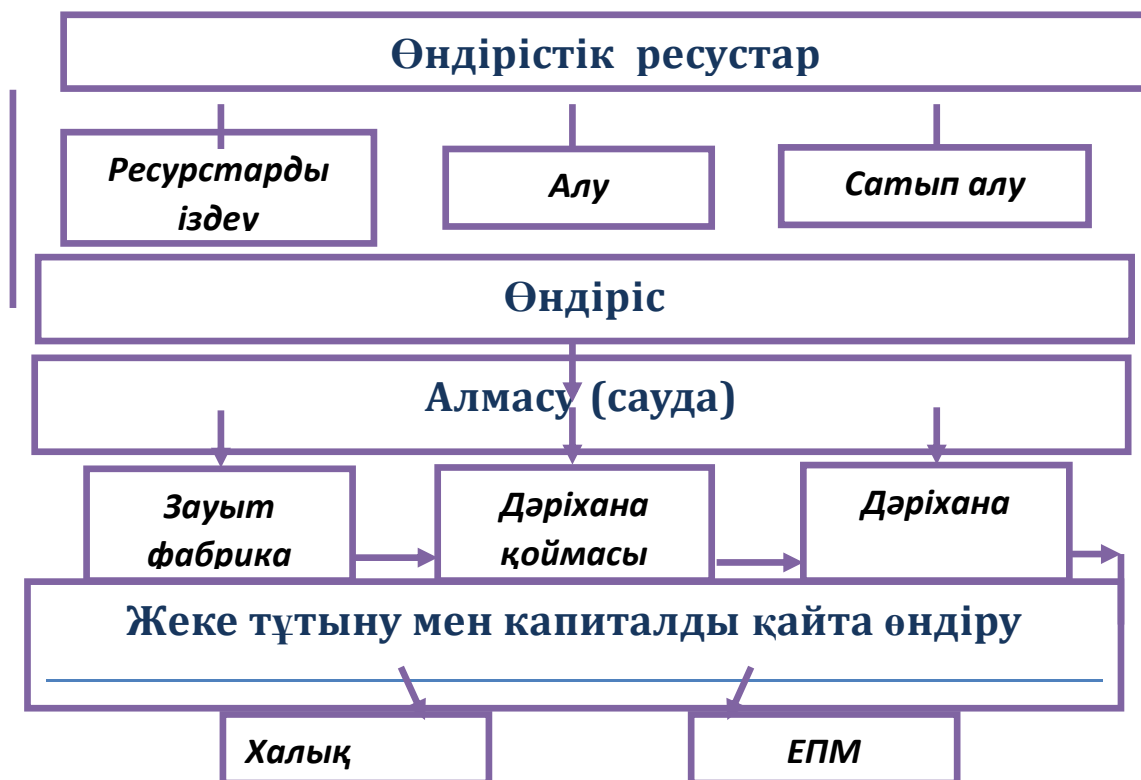
- халық денсаулығын нығайтуға бағытталған, қызмет ретінде медициналық маңыздылық;
- фармацевтикалық көмек көрсету үшін ресурстарды рационалды қолдану. Рационалды тәртіп берілген шектеулерде максималды нәтижелерге қол жеткізуге бағытталған;
- әртүрлі экономикалық құбылыстарды санды өлшеу.

Фармацевтикалық ұйымның экономикалық қызметінің негізгі элементтері

Халыққа фармацевтикалық көмекті қамтамасыз ету үшін, шаруашылық қызметтің әртүрлі түрлері қажет. Барлық бұл қызметтер, келесіден тұратын, экономикалық ның бір бөлігі болады (1 сур.):

1. дәрілік ресурстарды іздеу, алу (шаруашылық сферасына енгізу) мен жасау;

2. өндірістік ресурстарды пайдалана отырып, дәрілік заттарды өндіру;
3. өндіру немесе алу нәтижесінде жасалған фармацевтикалық тауарлар немесе қызметтер арасындағы алмасу;
4. өндірілген игіліктерді жеке тұтыну мен капиталды қайта өндіру.



1 сурет. Экономикалық айналым

Бұндай қызметтің негізгі түрлеріне:

- 1) медициналық бұйымдар мен дәрілер өндірістері мен кәсібі ;
- 2) өткізу мен айырбастау

Экономикалық ғылым тұрғысынан өндіріс – бұл қажетті игіліктерді (фармацевтикалық тауарларды) жасау мақсатында адамдарда бар өндірістік ресурстарды (дәрілік өндіріс факторлары) араластыру, біріктіру үрдісі.

Алмасудың мақсаты (сауданың) өндірістік игіліктерді беру, оның ішінде, бір жағынан ауруды емдеу мен денсаулықты арттыру үшін халықтың нақты қажеттіліктерін қанағаттандыру , екінші жағынан фармацевтикалық ұйымдар табыс табу үшін өз тұтынушыларына дәрілік заттарды беру.

Микро – немесе макро экономика, ішкі немесе сыртқы экономикалық қатынастар қарастырылған болса да – кез келген жағдайда экономикалық талдау шектелген ресурстарды пайдалану туралы шешім қабылдауға ерекше ойлау қабілеттілігін талап етеді. Әрбір экономикалық жүйе нақты таңдау жасау қажеттілігімен жолығады. Олардың ішінде маңыздысы келесі: **қандай тауарды өндіру, оларды қалай өндіру, кім қандай жұмысты атқару қажет және осы жұмыстың нәтижесі кімге арналған.** Осы таңдаудың әрбірі шектелген ресурстармен жетеленген.

Бірінші маңызды таңдау – **қандай тауар өндіру**. Фармацевтикалық өнім өндіретін фармацевтикалық кәсіпорын алдында, шектелген ресурстарда қандай ДЗ өндіру туралы таңдау сұрақтары тұрады. Мысалы, валериана мен корвалол тұнбасы, сұйық дәрі түрлерін өндіретін цехта, шектелген қаржы мүмкіндіктеріне байланысты кәсіпорын екі тауар түрін жеткілікті мөлшерде қамтамасыз ете алмайды. Сондықтан, қандай өнімді, қандай мөлшерде өндіру туралы шешім қабылдау қажет.

Екінші маңызды сұрақ:

оларды қалай өндіру қажет?

Дәрілік заттарды заманауи өндіру, шығарылатын өнімнің сапасы, тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігі жоғары болуын қамтамасыз етуі тиіс. Ол үшін кәсіпорын сапа талаптарына сай болатын, заманауи құрылғылармен жабдықталуы тиіс. Жоғары сапаны қамтамасыз ету үшін, өндірістің әрбір кезеңінде дәрі сапасын бақылау жүйесін ұйымдастыру тиімді. Дәрі сапасы бірінші кезекте пайдаланылатын шикізат сапасына байланысты болатыны бәріне мәлім. Сондықтан ДЗ өндірісі бақылаудың келесі кезеңдерін өтеді:

- 1) қабылдаудағы бақылау
- 2) өндіру кезінде бақылау
- 3) шығу кезінде бақылау

кім және қандай жұмысты атқару қажет?

Бірлесе еңбек ету қызметі, ұжым еңбегінің басты, бірақ жалғыз белгісі емес. Әрбір қызметкердің еңбек регламентациясы типті немесе атаулы (дербес) қызметті – лауазымды нұсқаулық арқылы жүзеге асырылады.

Әрбір жұмысшының қызметі, оның ішінде басқарушының қызметі міндеттер мен жауапкершілікпен сипатталады, ал қызметті орындау үшін қажетті заттар – құқық және билікпен сипатталады. Сондықтан жоғарыда аталған барлық компоненттер теңдесу қажет, орындалуы қаражатпен қамтамасыз етілмеген қызметті ұсынуға болмайды және қызметпен байланыспаған қаражат та болмауы тиіс.

бұл жұмыс нәтижесі кімге арналған?

фармацевтикалық өнім тұтынушыларына халық, емдік – профилактикалық ұйымдар мен мекемелер жатады.

Қанша қаласаң, сонша тауар өндіруге болмайды, осы тауарларды шығару үшін қолданылатын өндіру ресурстарының сиректігі бар. Ыңғайлық үшін өндіріс ресурстарын, өндіріс факторлары деп аталатын, 4 негізгі категорияға бөлінген:

- 1) материалды (жер, шикізат базасы, су ресурстары);
- 2) қаржы ресурстары (ақша);
- 3) еңбек;
- 4) кәсіпкерлік талант.

Еңбек – адамдардың ойлау және физикалық қабілеттіліктерін, жұмысты жүзеге асыру үшін қолданылады.

Салдарынан, *экономикалық ғылымның зерттеу аясына, адамдардың қажеттіліктерін максимумды қанағаттандыруға қол жеткізу мақсатында*

шектелген табиғи және өндіріс ресурстарын тиімді қолдану мен басқару мәселелері қойылады.

Фармацевтикалық ұйым экономикасының ерекшелігі

Фармацевтикалық ұйым экономикасы: *халық пен емдік – профилактикалық мекемелерді (ЕПМ) дәрілік көмек қажеттілігін максимальды қанағаттандыру мен табыс алу мақсатында шектелген ресурстарды тиімді қолдану мен басқару* мәселелерін зерттейді

Сауда ұйымының субъектісі ретінде фармацевтикалық кәсіпорындардың өз ерекшеліктері бар. Бұл бірінші кезекте, денсаулық сақтау жүйесіне жататын әртүрлі дәріхананың: өндірістік, сауда, медициналық, ақпаратты және әлеуметтік атқарумен байланысты қызметі.

Фармацевтикалық ұйымдардың өндірістік функциясы дәрі-дәрмектерді шығарумен байланысты. Бұл функцияны орындау үшін кәсіпорында цехтар мен үй-жайлардың тиісті құрылымы, өндіріс пен сапаны бақылауға арналған жабдықтар, сондай-ақ санитарлық режимнің, өндірістік персоналдың талаптарын сақтаудың тиісті шарттары болуы керек. Мұның бәрі қосымша шығындарды талап етеді және фармацевтикалық өндіріс шығындарын арттырады[4]

Сауда функциясы-дәрі-дәрмектер мен медициналық мақсаттағы бұйымдарды сатумен байланысты.

Дәрі-дәрмектерді фармацевтикалық кәсіпорындар әртүрлі дистрибьюторлық компаниялар арқылы сатады. Фармацевтикалық тауарлар қозғалысының логистикалық жолы жеткізушіден бастап соңғы тұтынушы дәрілік препаратты сатып алғанға дейін байланысты. Фармацевтикалық тауарлардың қозғалысына жеткізушілердің сенімділігі (тауарларды уақытында жеткізу мүмкіндігі, жеткізу кестелерінің икемділігі), инвестициялау және несие беру мүмкіндігі, шығындар мөлшері, қолда бар ассортиментке сұраныс, баға белгілеу және т. б. факторлар әсер етеді.

Медициналық функция. Денсаулық сақтау ұйымы ретінде фармацевтикалық кәсіпорын Үкімет пен денсаулық сақтау министрлігі қаулыларының талаптарын орындайды, мемлекеттің мақсатты міндеттерін шешеді. Мәселен, эпидемиологиялық аурулардың өршуі кезеңінде кәсіпорындардың жұмысы қажетті дәрілік заттарды шығаруға қайта бағдарлануы мүмкін, бұл өндіріске қосымша шығындарды талап етеді.

Маркетинг функциясы. Фармацевтикалық кәсіпорын өз міндетін орындау, фармацевтикалық нарықта тауарларды сату және жылжыту көлемін ұлғайту үшін әртүрлі ақпараттық және жарнамалық қызметтерді жүзеге асырады. Ол үшін теледидарда және басқа да бұқаралық ақпарат құралдарында жарнама пайдаланылады, сондай-ақ медициналық өкілдер арқылы дәрілік заттардың қолданылуы, жанама әсерлері, өзара іс-қимылы бойынша дәрігерлердің консультациялары жүргізіледі.

Фармацевтикалық ұйымдарда басқа сауда ұйымдарымен салыстырғанда айналым шығындарының ең жоғары деңгейі. Бұл, ең алдымен, дәрі –дәрмектер адам денсаулығын емдеу және сақтау үшін қажет арнайы өнім болып

табылады. Фармацевтика өнеркәсібі кәсіпорындарының негізгі міндеті-халыққа сапалы, қауіпсіз және тиімді дәрі-дәрмектерді ұсыну. Осы мақсатта кәсіпорын ҚР Үкіметінің бұйрықтары мен қаулыларының міндеттерін шешеді және қолданылуын орындайды. 2018 жылдан бастап ҚР фармацевтикалық кәсіпорындарының дәрілік заттарды өндіруі GMP халықаралық стандарттары бойынша жүзеге асырылуда.

Дәрі-дәрмектер мен басқа да фармацевтикалық тауарлар сақтаудың ерекше шарттарын сақтауды талап етеді. Фармацевтикалық тауарларды дұрыс сақтау үшін жағдай жасау және сақтау үшін қажетті жабдыққа, желдетуге, температураны ұстап тұруға және ауаны баптауға қосымша шығындар қажет.

Санитарлық режимді сақтау да қажетті шығындарды талап етеді.

Фармацевтикалық ұйымдар қызметінің ерекшелігі есеп беру құжаттарының едәуір санын талап етеді. Есеп беру құжаттарын жасауға бөлімдер мен бөлімшелердің басшылары қатысады.

ҚР ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ӨНЕРКӘСІПТІН ДАМУ СИПАТТАМАСЫ

Сарапшылардың бағалауы бойынша, соңғы 20 жылда фармацевтика саласының Еуропа елдері экономикасының дамуына қосқан үлесі айтарлықтай өсті.

Ашық шетелдік қолжетімді әдебиеттерді зерттеу барысында фармацевтика саласы қаржылық пайда деңгейі бойынша өте жоғары көрсеткішке ие екенігін көрсетті (ғарыш және электроника салаларынан кейінгі орында), бұл осы нарықтың қарқынды нық қадамдармен дамуына әкеледі. Дәрілер саудасының ерекшелігі – сату заты тиісті сапаға ие, дұрыс сақталуы және қолданылуы керек маңызды өмірдің бір бөлігіне айналған тауар категориясы болып табылады. Дәрілермен қамтамасыз ету маңызды қоғамдық мәнге ие[5,6].

Осындай жағдайларда аймақтың халқы мен емдеу профилактикалық мекемелерін сапалы, тиімділігі жоғары және қолжетімді дәрілік заттармен қамтамасыз етуді жақсарту ерекше күрделі мәселе болып табылады. Қазіргі жағдайда дәрілік нарықтың өзіндік қалыптасуы мен ылғары дамуына байланысты мәселелер өте маңызды және бірінші кезекті болып келеді. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының ақпараттарына сүйенсек халықаралық патенттелмеген атауы бар затты дәрі деп санайды.

Қазіргі уақытта бүкіл әлемде саны 20 мыңнан астам атауы бар және дәрілік нарық айналымындағы 100 мыңнан астам дәрілік препараттар бар екені белгілі. Талаптарға сәйкес әрбір жаңа дәрілік препараттар патенттелген болып табылады. Көптеген елдердің патенттік заңнамасы қатаң ережелерді енгізіп келеді, мысалы, дәрілік заттың алу тәсілін ғана патенттеп қоймай оған қоса дәрілік заттың өзін патенттеуді де көздеп отыр. Ілгері дамыған мемлекеттерде инфрақұрылымы бар және индустриалдық дәрежесі жоғары мемлекеттерде 1 адамға шаққандағы дәрілік заттың тұтыну көрсеткішін анықтау мүмкіндігі бар екені мәлім. Қаржылай тұрақты мемлекеттерде тұтыну

көрсеткіші енді даму үстіндегі мемлекеттермен салыстырмалы түрде 10-15 есе жоғары болып табылады[7,8].

Дәрілік заттарды тұтыну көрсеткіші әртүрлі факторларға байланысты әр елде әрдеңгейде болып келеді мысалы, медицинаның даму деңгейі, денсаулық сақтау саласындағы ұйымдастырылу деңгейі мен қаржылай тұрақтығы, қоғамның мәдени ортасы, өндірушілердің нарықтағы орны мен белсенділігі, тұтынушы пациенттердің білім деңгейі мен іс-әрекеті сияқты болып табылады. Кейбір дамыған мемлекеттерде дәрілік заттарды тұтыну көрсеткіші өте жоғары болып табылады. Дамыған алдыңғы қатарлы мемлекеттерде Жапония, Германия, АҚШ, Бельгия, Франция, Швейцария дәрілерді тұтыну құны 250 долларды құрайды, 100-250 доллар аралығында қаражат бөліп дәрілерді тұтынатын мемлекет азаматтары Швеция, Финляндия, Нидерланды, Дания, Италия, Испания, Ұлыбритания, Ирландия, Португалия, Греция, Аргентина, Канада жатады[9].

Ал бұрынғы Кеңестік құрылымнан шыққан мемлекеттерде: Ресей, Польша, Чехия, Венгрия, Болгария секілді мемлекеттерде бұл көрсеткіш 50-100 долларды құрайды. Дәрілік тауарлардың нарығындағы өсу көлемі шамамен бір жылда 10 пайызды құрайды (ең жоғарғы тіркелген өсім көрсеткіші АҚШ – қа тән 10,8 пайызды құрады). Халықтың әлемдік деңгейде қартаю өсімінің артуы мен орта жас көрсеткіштерінің жоғарлауы дәрілік тауарларды тұтынудың айтарлықтай артуына себепкер болып табылады.

Егде жастағы және кәрілік жастағы демографиялық құрылымда, әдетте осы таптағы адамдардың көп бөлігінде созылмалы аурудың жоғары деңгейінің тіркелуі. Сарапшылардың пікірінше соңғы 40 жылдың ішінде медицинаның дамуының арқасында адамдардың орташа өмір сүру жасы едәуір ұзартылды, осының арқасында көптеген прогреске қол жеткіздік. Бұл әсіресе жаңа дәрілік заттарды қолданумен байланысты. Реттеуші заңнамалық органдар фармацевтикалық өндірушілерді және зертханаларды белгіленген талаптармен, стандарттарға сәйкестігіне жіті тексеріп отырады. Осыған байланысты дәрілік заттар айналымға шыққаннан кейін олардың қауіпсіздігі де әрқашан тексерісте болады. Ірі фармацевтикалық өндірушілер әлеуметтегі аз қамтылған топтарға қолдау ретінде, эпидемиологиялық ауыр жаһандық жағдайларда дәрілік заттарға қол жетімділікті жақсарту мақсатында әртүрлі іс-шараларға қатыса отырып қоғам алдындағы жауапкершілікті өз мойындарына алады.

Шетелдік көп мемлекеттерде дәрілік заттардың сапасын арттыруды реттеуде, инновацияны, білім беруде, этикалық жауапкершілікті қамтитын кешенді тәсілді талап етеді. Мемлекет тарапына, ғылыми институттар мен фармацевтика кешендері сияқты мүдделі тараптардың тығыз байланысы осы мақсатқа жетуде шешуші рөл атқарады. Дәрілік затты тұтынушылықтың артуының бір себебі мемлекет тарапынан бөлінетін қаражаттар мен мемлекеттік денсаулық сақтау ұйымының әртүрлі ауруларға бағытталған бағдарламалары себеп болады. Атап айтқанда әлеуметтік маңызды аурулармен жүрек-қан тамырлары, онкологиялық, туберкулез, қант диабеті

секілді ауруларға күресуге қаражаттың артуы болып табылады. Көптеген мемлекеттер оның ішінде дамушы мемлекеттер денсаулық сақтауды жақсартуға бағытты ұйымдастырылған халықаралық жобаларға және бастамаларға қатысады. Бұған жұқпалы ауруларға, вакцинация секілді маңызды топтар кіреді. Халықаралық дүниежүзілік медициналық мәселелерді шешуге бағытталған ұйымдарды да біріктіруге, ақпарат алмасуға мүмкіндік береді. Бұл топқа біріккен зерттеулер мен, конференциялар өткізу кіреді. Прогрессивті дамыған елдерде жалпы ұлттық өнімнің 8 пайызы денсаулық сақтауға инвестицияланады, жоғары көрсеткішке ие АҚШ – 14 пайыз, Еуропа – 8 пайыз, Жапония 6 пайыз, оның ішінде дәрілік заттың өзіндік құнын өтеуге 10- 15 пайыз бөлінеді.

Дамыған елдердегі денсаулық сақтау саласына инвестициялар мемлекет тарапынан қаржыландырылады, басқа да инвестициялар, стартаптарды қолдау және арнайы жобаларды қоса алғанда, көптеген бағыттарды қамтиды. Бұл инвестициялар медициналық қызметтердің сапасын арттыруға, тың шешімдерді қолдауға және ең басты халықтың денсаулығының жоғары сатысын қолдап тұруға ықпал етеді. Денсаулық сақтау жүйесіндегі біз ұмтылатын жүйе – ол тиімді, шынымен пайдалы дәрілерге қол жетімділікті арттыратын жүйе. Пациенттердің денсаулығына қауіпсіздігін арттыру үшін «зиянсыз дәрі-дәрмектер» бойынша үшінші бүкіл әлемдік міндетке сүйене отырып, ірі ауқымдағы дәрі-дәрмектерді қолдануға байланысты қауіпсіздік мәселелері мен дәрілерді қолдану тәсілінің қауіпсіздігін арттыру туралы халыққа хабарландыру жасау үшін ірі науқан жасалды.

Науқанның тағы бір негізгі мақсаты стратегиялық дәрілік заттардың қауіпсіздігі және мүдделі тараптарды осы мақсаттарға бірге жетуді, іске асыруға тарту және дәрілермен байланысты қауіпті сейілту үшін, оның алдын алу үшін ынтымақтастық пен келісілген әрекетке шақыра отырып, барлық елдер мен халықаралық серіктестерге үндеу болып табылады. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының хабарламаларына сәйкес дәрілік көмекпен қамтамасыз етудің әлем бойынша міндеті болып табылады – ең сапалы әрі қажет дәрілік көмекпен қамтамасыз ету, бірақ қажетті сапанында сақталуы және баға тарапынан да қол жетімді болуы керек. Осы ұсынымдарды орындау және іске асыру бойынша әр тәуелсіз экономикалық нарығы бар мемлекет ұлттық және әлеуметтік-демографиялық ерекшеліктерге, жеке фармацевтикалық өнеркәсіптің даму деңгейіне, дәріхана қызметін оңтайландыруға, медициналық сақтандыру көмекшілерімен өзара әрекеттесуге және тағы басқа мәселелерді шешуге талпынады. Осылайша, дәрілік тауардың әлемдік нарығының қазіргі уақыттағы басты дамуы ол тікелей медициналық және фармацевтикалық салалардың бағытталған еңбек нәтижесінде көрсетіледі. Фармацевтика саласы денсаулық сақтау жүйесіндегі ең қаражат жағынан көп талап ететін және уақыт жағынан шығынға ұшырайтын бірақ пайдалы шешімдердің шығуына ықпал етеді. Денсаулық сақтау жүйесін әрдайым дамытып, реформалауға ұшырату дәрілік нарықтың одан әрі дамуына үлкен әсер етеді. Әртүрлі әдеби деректерді зерттеу, шолу

арқасында дәрілік көмекпен қамтамасыз ету жұмысы тек ТМД ғана емес, басқа да әлемнің бұрышында орналасқан мемлекеттердің негізгі міндеті болып табылатынын және осы саланың әрдайым өзгеріске ұшырап отыратындығын көрсетті[10,11,12].

Орын алған терең өзгерістер фармацевтикалық кәсіпорындар жүйенісе байланысты көптеген қиындықтарды, соның ішінде жұмысын дұрыс ұйымдастыруды, дәрілік өнімдердің ассортиментіне, ұйымдық-заңнамалық мәселелерді қозғай отырып халық дәрілік көмекпен қамтамасыз ету аспектілерінеде әсер етті. Әртүрлі мемлекеттерді біртекті мәселе болмайды және оның шешілу тәсілі де өзгеше болып келеді. Бұл ретте дәрілік көмекке зәру көрсеткіштері ғана емес, жалпы қоғамның жағдайы, пікірі мен басқа да факторлар қарастырылады. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының зерттеу нәтижесінде әлемнің оншақты елдерінде практикалық фармация қызметтерінің қазіргі жағдайы қанағаттанарлық деген баға берді.

Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы 168 мемлекетте зерттеу жұмыстарын іске асырып, ешбір елде еркін дәрілік сатудың нарығы жоқ екенін дәлелдеді. Бұндай зерттеу жүргізудің себебі, еркін нарық ешқашан қоғамды дәрілік көмекпен толықтай қамтамасыз ете алмайды, әлеуметтік қиын мәселелерді толығымен жойып жібермейді. Сайып келгенде әрбір жеке мемлекетте дәрілік заттар нарығын арнайы реттеу жүйесі нақты бір дәрежеде басқарады. Жалпылама заңдар мен стандарттар кез-келген дәрілік препаратқа болсын, препаратты әзірлеу мен өндіру үшін маңызды болып келеді. Осындай стандарттардың айтарлықтай бөлігі коммерциялық салдарға септігін тигізуі мүмкін, сондықтан бұл жағдай ықтимал мүдделер қақтығыстарын қамтамасыз етеді. Бірақта бұған қарамастан Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының сарапшылар комитетінің баяндамалары ең беделді және пайдалы нормативті мәліметтерге жатады. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының сапа, қауіпсіздік, тиімділікке қатысты барлық қызметі дәрілік нарықты реттеудің мемлекеттік нысандарын қолдауға арналған және осыған байланысты әдістемелік іс-әрекет арқылы әзірленеді. Кәрі құрлық мемлекеттерінде денсаулық сақтау жүйесінің құрамында дәрілік көмекпен қамтамасыз етумен айналысатын арнайы реттеуші бөлімдер бар. Бұдан бөлек тек қана жоғары білімді мамандар қызмет атқаратын фармация департаменттері де бар. Заңнамалық тұрғыдан дәрілерді өндіру, сату, сыртқа шығару қағидаларын реттейтін сондай-ақ теріс пайдалануға бағытталған (дәрілердің бұрмалануы, дұрыс пайдаланбауы, бағаның ырықтан тыс өсуі және т.б.) іс-әрекеттердің алдын алуға байланысты актілер қолданыста.

Фармакологиялық бақылау шеңберінде нарыққа шыққан әрбір өнімнің сапасын бақылау іске асырылады. Фармакологиялық қадағалау бөлімінің жұмысына ерекше назар аударылады, себебі, препараттардың тиімділігі мен оның жанама әсерлері туралы толыққанды ақпарат жинайтын, сату нарығында да бақылау қызметтерін іске асырады. Еуропаның, АҚШ, Жапония секілді алдыңғы қатарлы мемлекеттерде дәрілік заттардың айналымы саясатын бақылау функциялары (клиникаға дейінгі немесе клиникалық зерттеу,

бақылау, айналымға шығару, тіркеу, рұқсат беру, жанама әсерлер аспектілері) әрбір елде жеке қадағалау мекемелеріне жүктелген, негізінен қадағалау ұйымдары басқа да мемлекеттік ұйымдардан тәуелсіз бөлек қызмет атқарады, баяндама мәліметтері мен беделі де бір саты жоғары тұрады.

Қазақстандық фармацевтикалық нарықтың даму үрдістері

Фармацевтикалық саланың құрылымын және оның бөлімдерін зерттеудің маңыздылығы екі факторға байланысты: біріншісі, фармацевтикалық нарық қаржылық жағынан қоғамда маңызды рөлді атқарады, екіншіден, әлемнің кез келген елінде дамыған фармацевтикалық саланы ұйымдастыру сараланған шешім болып табылады. Дәрілік өнім өндірісінің жоғары сатылы дамуы және озық ғылым мен технологияны талап етуі – мемлекеттегі, қоғамдағы басқа да ғылым, химия, өндіріс, машинақұрастыру секілді салаларының дамуына тікелей әсер етеді.

Жалпы осы саланың жеке сараланып дамуы елдегі еңбек қабілеттілігін сақтауға, халықтың өмір сүру сапасын арттырып қана қоймай, денсаулық сақтау жүйесінің күйзелісті жағдайға тап болмай, үздіксіз қалыпты жұмыс істеуіне әсерін тигізеді. Нарық өте жылдам қадамдармен дамуына байланысты әлемдік экономикалық аренада ең пайдалы кірісті сала болып табылады. Ғылымның азда болса біржерде кідіріп қалуы, фармацевтикалық нарықтың қарқынды дамуына кедергі жасап отырады [13].

Дәрілік тауарлар нарығының өсуіне ықпал ететін көптеген факторлар:

1. қоршаған ортаның ластануына байланысты және техногендік жағдайларға байланысты ауру санының күрт өсуі;
2. халықтың орта жасының арту үрдісі, әсіресе дамыған елдерде;
3. кемелденген мемлекеттерде табыс көзінің жоғары болуы, дәрілік заттардың қолжетімділігі артады.
4. Қымбат дәрілерге деген ынтаның артуы;

Фармацевтикалық сала – нарықтық бәсекелестік режимі негізінде дәрілік заттар мен тұтыну көрсеткішімен өзара әрекеттесетін күрделі қаржылай жүйе. Осы нарықтың дамуына үлесін қосатындар: өндірушілер мен тұтынушылар, дистрибьюторлар және дәріхана желілері кіреді. Фармацевтикалық нарықтың жұмысын толықтай зерттеу үшін көптеген қаражат пен уақыт, білімді талап етеді.

Бірақ осы саланың қоғамның экономикалық даму әсерін білу және түсіну үшін оның қыр-сырын тереңірек талдау қажет. Нарықтың жағдайын толықтай зерттей отырып қана біз дамушы елдердің мәселелері мен даму бағыттарын анықтау маңызды міндеттер болып табылады. Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының экономикалық жағдайы үшін әлемдік нарықтың жағдайын зерттеу, көрші мемлекеттерге салынған санкциялар секілді өзекті жағдайлар, сөзсіз халықтың денсаулық жағдайына тікелей әсер етуі мүмкін [14].

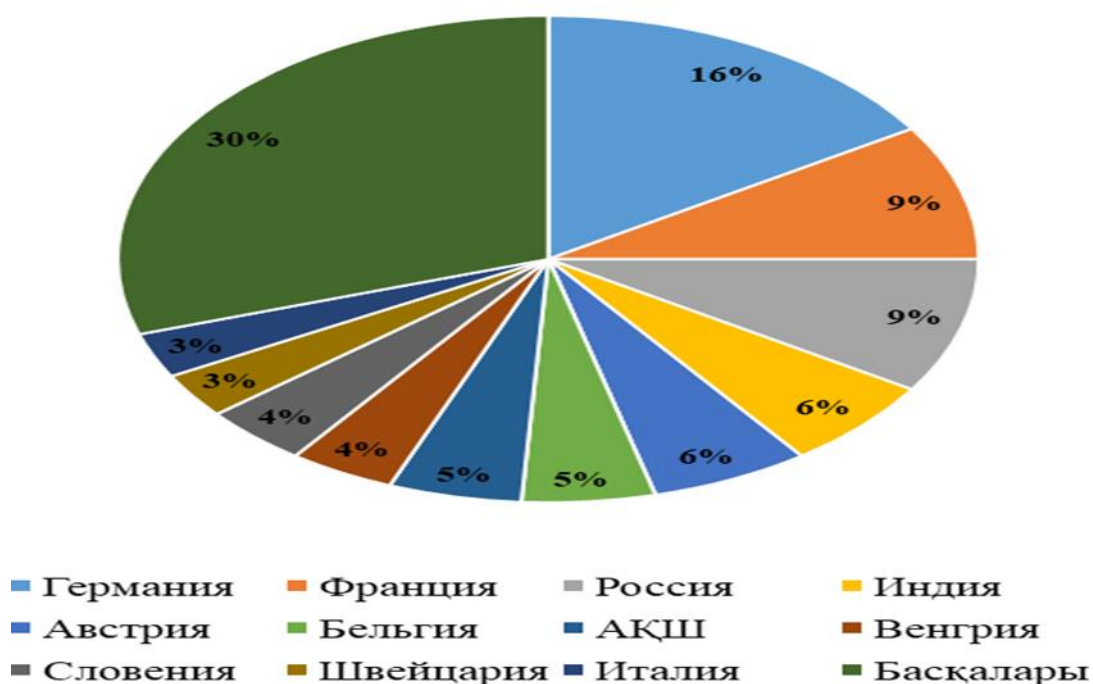
Біздің еліміздің фармацевтикалық нарығы алпауыт мемлекеттермен салыстырмалы түрде жаңадан даму үстінде, қалыптасу жүйесі тәуелсіздік алғаннан кейін ғана 90 жылдардың ортасынан басталды. Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының нарығы ТМД мемлекеттерінің арасындағы

ерекше дамыған нарықтардың бірі болып табылады. Жаңа нарықты қалыптастыру кезінде, белгілі бір қиын тапшылықтарды еңсеріп, дайын дәрілік заттар мен әртүрлі медициналық бұйымдармен толықтыру процесі іске асырылып отырды. Қызмет көрсету деңгейі де бірқалыпты жақсару үстінде болды.

Біздің нарықтағы дамудың басты үрдісі – әлемдік вертикалды біріктірілген компаниялардың шоғырлануы мен дамуы байқалады. Логистика, өндіріс және бөлшек, көтерме сауда бағдарламалары орын алуда. Дәріхана желілерінің саны артып, заманауи маркетингтік құралдар енгізілуде және қолданылуда. Бірақ осы жақсы тұстарды белгілеп қана қоймай, біздегі өндірістік саласы әлі де баяу дамып келетінін білеміз. Қазақстан нарығындағы өнеркәсіптік компанияларының табысы шетелдік компаниялардың табысынан салыстырмалы түрде аз болады. Соңғы жылдардағы дамыту процесін сандық көрсеткіштермен сипаттасақ, ресми мәліметтерге сәйкес, елдің жалпы ішкі өнім мен өнеркәсіптік көлемінің өсуі 2013 жылдан 2017 жылға дейін екені байқалады, жыл сайынғы өсу көрсеткіші 16% құрады.

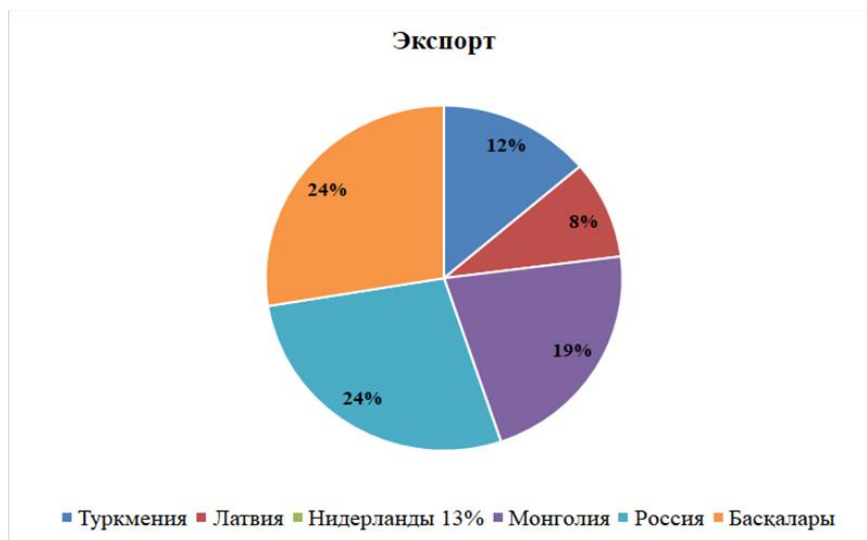
Өндіріс көлемінің артуына қарамастан, фармацевтика саласының Қазақстан Республикасының ЖІӨ көлеміне қосқан үлесі өте аз (2019 жылы 0,08 % ғана құрады). Қазақстандағы дәрілік өндіріс саласы 2019 жылы өндірістің жалпы 20,5% төмендеуімен, сондай – ақ ішкі нарықта сатудағы жергілікті өнім үлесінің 14 пайыздан 9 пайызға дейін төмендеуімен байланысты. Импортқа жіберілетін өнімнің жалпы көлемі 5 % - ға өсті (сурет 1). Сонымен қатар, фармацевтикалық өнімнің экспорты 2013 – 2017 жылдар аралығында өсім көлемі 17% - ға өсті.

Импорт



Сурет 1 – ҚР –ның фармацевтикалық өнімдерінің импорты

2019 жылғы экспорт көрсеткіштері бойынша алдыңғы жылдардан қарағанда 18 % - ға аз екені мәлім болды (сурет 2).



Сурет 2 - ҚР фармацевтикалық өнімдерінің экспорты

Өңірлік көрсеткіштер бойынша жіктейтін болсақ: жалпы өндірілетін дәрілік өнімнің 53% - ы Оңтүстік Қазақстан облысына, 28% - ы Алматы облысына тиесілі; республиканың қалған облыстарының өндірістік қуаты елеусіз[15,16].

Бүгінгі уақытта отандық нарық 1,8 млрд АҚШ долларына бағаланады. 2022 жылы нарықтың өсуі алдыңғы жылдармен салыстырғанда 5% - ға жоғары болады деп болжамданған. Зерттеулердің болжамы бойынша, фармацевтикалық нарық алдағы 5 жылда бөлшек бағамен 9 пайыз өсіммен 2,27 млрд құрайды. Бірақ девальвация көрсеткіші бойынша, Еуразиялық экономикалық одақ (ЕАЭО) елдері арасында дәрілік препараттардың бірыңғай нарығын құру және Қазақстанның Денсаулық сақтау ұйымына кіруі саланы қиын жағдайға әкеліп соқты. Қазақстан еркін валюта бағамы режиміне өткеннен кейін жағдай ауыр бола түсті. Біріншіден, мұндай жағдай отандық және шетелдік дәрілердің бағаның өсуіне әкелді. Шетелдік препараттардың бағасы 35 – 40% - ға өседі деп тұспалдануда, яғни шетел валютасы бағамының өсуіне тікелей пропорционалды болады. Демек халықтың қаржылық жағдайы төмендеуімен, дәрілік тауарларға деген сұраныста тікелей төмендеуіне әкеледі[16].

Қазақстандағы отандық фармацевтикалық нарықты дамытуға бағытталған және осы тақырып шеңберіндегі мәселелерді шешу міндеттері келесі бағдарламаларда көрсетілген: - ҚР – да фармацевтикалық өндірісті дамыту бағдарламасы. - «Саламатты Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы. - ҚР Денсаулық сақтау жүйесін дамытуды қолға алу бойынша «Денсаулық»

бағдарламасы. Осы саладағы дайын тауарларды сатып алу және ұзақ жылдарға серіктестік шарттарын жасау, әлемде қолданылатын беделді стандарттарды енгізу және оларды енгізуге жұмсалған қаражаттарды қайтару, өнімді экспортқа шығару бойынша шығындарды қайтару және тағы да басқа мәселелерді шешу бойынша негізгі заңнамалар 2010 -2014 жылдары жасалған бағдарламалар болды.

Жергілікті өндіріс алаңдарына GMP стандартын енгізу 2014 жылдан бастау алады және отандық өндірушілер есебінен халықтың дәрілік тауарларға деген сұранысының 50 пайызын қанағаттандыруға қол жеткізу туралы басты талаптар қойылды. 2016 - 2019 жылдар аралығынды Денсаулық атты бағдарлама енгізілді және осы бағдарламаның негізгі мақсаты, денсаулық сақтау жүйесін дамыту. Денсаулық сақтау жүйесінде халықты дәрілік заттармен қамтамасыз ететін ұлттық саясатын іске асыру, дәрілік заттардың ұтымды әрі пайдалы қолданылуын қамтамасыз ету, басты міндет ретінде қойылған болатын – дәрілік көмекке қолжетімділік. Осы міндеттерді шешу бойынша арнайы іс-шаралар іске асырылды, арнайы кездесулер өткізілді, қойылған міндеттердің барлығының дұрыс, тиімді орындалуы бойынша тікелей бақылау жүргізілед.

Мемлекеттік дамытуға бағытталған бағдарламалардың арқасында, елде «Польфарма» Польша, «Фармстандарт» Ресей, «Абди Ибрахим» Түркия және басқа да шетелдік компаниялар өз өндірісін құрып заманауи өндіріс технологияларын құрды. Төрт ірі өндіріс орындарына – сыртқы экономикалық қызметпен байланысты қаржылай шығындар өтелді. Өндіріс алаңдарын қолдау бойынша мемлекеттік инвестициялық бағдарламалар іске асуды: «Химфарм» өндіріс орнын поляк компаниясы сатып алғаннан бері инвестиция тарту және жаңа технологияларды енгізу жұмыстары жүргізілуде. 4 жыл ішінде жаңа стандарттар енгізілді, инвестиция көлемі 100 млн.доллар құрады, зауыт және цехтары толықтай жаңартылды, инновациялық технологиялар мен заманауи экологиялық стандарттарда енгізілді. Еуразиялық экономикалық комиссия 2014 жылы фармацевтикалық саламыздың жай-күйін талдау арқылы қазақстандық нарыққа байланысты келесідей ақпараттар ұсынды.

Кемшіліктері:

1. Қазақстан нарығында шетел компаниялардың басымдылық болуы;
2. Экспортқа шығарылатын өнім көлемінің төмендігі;
3. Инвестициялар қаржы тарту мен халықаралық заманауи талаптермен жұмыс істей алатын білікті мамандардың болмауы;
4. Дамыған инновациялық өндіріс технологияларының болмауы;
5. Реттеуші органдардың жұмыс істеу принципіне байланысты дәрілік препараттарды ұзақ уақыт тіркеу процесі;
6. Мемлекеттік сатып алу жүйесінің толықтай генериктерге назар аудармай, тек қана қымбат бағадағы бірегей препараттарды сатып алуға қаражат бөлуі;

7. Дәрігерлер мен дәріхана ұйымдарының қызметкерлерінің әрдайым сатып алушыларға қымбат импорттық дәрілік заттарды ұсынуға қызығушылығы.

Басым тұстары:

1. Саланың толықтай дамуға дайындығы және әртүрлі мемлекеттік қолдау түрлері;
2. Мемлекеттік сатып алу бағдарламасына сәйкес сұранысты қамтамасыз ету;
3. ТМД елдеріне, әсіресе Моңғолия нарығына экспортталушы өнімдердің артуы;
4. Қазақстанның саяси жағдайы мен тиімді географиялық орналасуы.

Мүмкіндіктер:

1. Бірегей дәрілік заттарға деген патенттің уақыты өткеннен кейін генерикалық дәрілік заттарды өндіруді қолға алу;
2. 7 жылға дейін кепілді шарттар жасасу;
3. Заманауи дамыған технологияларды сатып алу және оларды өндіріс алаңдарына енгізу, жолға қою;
4. Шетелдік компаниялармен серіктесе отырып келісімшарттық негізде өндіріс орындарын ұйымдастыру;
5. Дәрілік заттармен тиімді қамтамасыз ету жүйесіне көшу және де отандық генериктік заттарды тұтыну санын арттыру.

Қауіптер:

1. Импорттық өнімдер мен тауарларға деген тәуелділіктің артуы, өндірістегі шикізат пен басқа көмекші материалдардың импортына тәуелділігі;
2. Көршілес мемлекеттердің және де Үндістандағы өндіріс орындарының қарқынды даму көрсеткіштері;
3. ТМД және Орта Азия елдеріне жіберілетін экспорттық өнімдердің санының төмендеуі;
4. Ресей, Беларусь, Украина және де басқа да көршілес жақын мемлекеттерден дәрілік заттар өнімдерінің импорт көрсеткіштерінің ұлғаюы. Жоғарыда аталған қиындықтардан бөлек тағы да басты мәселе бар екенін атап өткен жөн. Ол отандық нарықта қызмет атқаратын білікті мамандардың, оның ішінде өнеркәсіпте қызмет атқаратын мамандардың тапшылығы, сондай – ақ тәжірибелі қызметкерлердің жоғары құнын белгілеу керек.

Бірақ бұл кемшіліктермен отандық өндірушілер мамандарды даярлауға, оларды шетелде оқытуға, біліктілігін арттыруға арнайы қаржыландыруда және елге шетелдік мамандарды да шақыртып, әсіресе стандарттау бойынша білім алмасуға мүмкіндік жасауда .

Қазақстан Республикасының халықты дәрі – дәрмекпен қамтамасыз етуді дамыту саласындағы стратегиялық мақсаттары

Әр елдер өз азаматтарын дәрі – дәрмекпен қамтамасыз ету жүйелеріндегі басым мақсаттары мен жолдары ҰДДС– ның Ұлттық дәрі-дәрмек саясатын айқындайтын актіні әзірлеу және мемлекеттік деңгейде қабылдау жөніндегі талаптарына бағытталғаны белгілі, оның мазмұны дәрілік заттың, халыққа қолжетімділігін арттыруға, денсаулық сақтау шығындарын азайтуға, халықтың жалған әрі сапасыз дәрілік заттарды қолданбауына, пайдаланудың тиімділігі мен қауіпсіздігі және тағы да басқа жағдайларға бағдарланған. Қазақстан Республикасында халық үшін сапалы дәрілік препараттардың қолжетімділігін арттыруды іске асырудың мақсаттарын, міндеттерін және тетігін айқындайтын негізгі құжат ол Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 7 шілдедегі «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» № 360 – ҚРЗ кодексі болып табылады [17].

Нормативтік құқықтық актілердің контент – талдауы Кодексте көрсетілген міндеттер мыналар арқылы жүзеге асырылатынын көрсетті:

1. Дәрілік заттармен қамтамасыз ету, дәрілік заттардың айналымы саласында мемлекеттік бақылауды (қадағалауды) жүзеге асыру саласында бірыңғай мемлекеттік саясатты жүргізу;

2. Дәрілік заттар өндірісін және фармацевтикалық қызметті лицензиялау, ДЗ клиникалық зерттеулерін жүргізу және оларды мемлекеттік тіркеу;

3. ДЗ айналымындағы субъектілерін тиісті өндірістік практика қағидаларына, тиісті зертханалық практика қағидаларына, тиісті клиникалық практика қағидаларына, МБ сақтау мен тасымалдаудың тиісті практикасы қағидаларына, тиісті дәріхана практикасы қағидаларына сәйкестігіне инспекциялауды ұйымдастыру және жүргізу;

4. ДЗ шекті босату бағаларын мемлекеттік тіркеу;

5. Мамандарды аттестаттау және сертификаттау.

Осылайша, мемлекет ҰДДС мен мемлекеттік саясаттың талаптарын ескере отырып, ДЗ-тың халыққа қолжетімділігін арттыру бойынша негізгі перспективалық шараларды дайындады. Азаматтардың денсаулығын сақтау саласында мемлекет алдына қойылған басым міндеттерді анықтау мақсатында біз дәрілік көмекпен қамтамасыз ету тәртібін айқындайтын НҚА – ге талдау жасадық, оның нәтижелері бойынша НҚА халықтың жасына қарай әртүрлі санаттар бөлінісіне құрылымдалған[18].

Жүргізілген құрылымдау бізге НҚА – ні шартты түрде келесі топтарға бөлуге мүмкіндік берді:

- Балалар мен егде жастағы адамдардың денсаулығын қорғауды регламенттейді;

- Еңбекке қабілетті жастағы әйелдердің (аналардың), яғни халықтың неғұрлым әлеуметтік осал топтарын қарастырады.

Осылайша, денсаулығын сақтау саласындағы мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттарын:

1. Мемлекет балалардың, аналардың, егде жастағы адамдардың денсаулығын қорғаудың басымдығын белгілейді;

2. Медициналық педиатриялық көмектің түрлері, аурулардың және жағдайлардың алдын алу, диагностикалау, емдеу, медициналық сауықтыру, салауатты өмір салтын қалыптастыру, халықты дәрілік көмекпен қамтамасыз ету жөніндегі іс-шаралар белгіленеді.

Қазақстан халқының әлеуметтік барлық топтары үшін медициналық қызмет пен дәрілік көмектің қолжетімділігі мен сапасын арттыру мақсаты ешқашан өзектілігін жоғалтпайды. Осы себепті, қоғам алдында қойылған жауапкершілікке байланысты нарықта сапалы дәрілік көмекпен қамтамасыз ету жүйесінің модельдерін дайындау болып табылады

Фармацевтикалық нарық өте көпсалалы, құрылымы бойынша күрделі болғандықтан, тек қана бір ғана қаржыландыруы есебінен емес, басқа да процестердің әсерінен дамиды, ал бірақ осы саланың толыққанды қызмет атқаруы қоғамда маңызды сипат алады. Нарықтың дұрыс бағытта дамушы болып қалыптасуы көптеген факторларға байланысты болады, ең алдымен медициналық жағдайы, үкіметтен және инвесторлардан бөлінетін қаражаттың мөлшері және түпкі тұтынушылардың сатып алу қабілеттілігі ескеріледі. Дәрілік нарық сегменті даму жағдайы дәрілік заттар айналымының жүйесі әртүрлі сандық сипаттамаларына тікелей тығыз байланысты.

Соңғы он жылда сала үлкен жетістіктерге жетті: 2022 жылы дәрі-дәрмекпен қамтамасыз ету бойынша мемлекеттік бюджеттің өсуі 2021 жылмен салыстырғанда 20,1%-ға өсті, орфандық препараттардың тізімі 92-ден 162-ге дейін кеңейтілді, үнемдеу (бірыңғай дистрибьютордың орталықтандырылған сатып алуы шеңберінде) жұмыс істеген жылдары 192,6 млрд теңгені құрады, амбулаториялық-емханалық қамтамасыз ету шеңберінде ТМККК/МӘМС қаражаты есебінен 2,7 млн-нан астам емделушіге медициналық көмек көрсетіледі.

Бірақ осы оң сәтермен қатар бірқатар шешілмеген өзекті мәселелер сақталуда - инновациялық дәрілік заттардың нарыққа 5-7 жыл ішінде ұзақ уақыт енуі, ОТС-препараттарының бағасын реттеу мәселесі, заңның жиі өзгерістері, заңнаманың кемшіліктері, патенттік қорғаудың кемшіліктері, логистикалық мәселелер және ұлттық тіркеу процедуралары, сатып алу көлемінің болжамсыздығы, клиникалық зерттеулер нарығының дамымауы, этикалық стандарттарды тек адал нарық қатысушыларының орындауы, дәрілік заттарды таңбалау мен қадағалауды енгізу, түпнұсқа дәрілік заттарды өндіруді локализациялау. Осылайша, нарықты дамытудағы осы кедергілерді еңсеру үшін дәрілік заттарды тіркеуді цифрландыру процесін оңтайландыру қажет (мысалы, бүкіл процесті бақылауға болатын онлайн жүйеде), өтініштерді Нормативті құқықтық актілерде көрсетілген мерзімдерге сәйкес уақта қарау, заңнаманы қайта қарау және өтінімдерді қатар қарау үшін тізімдерді/бұйрықтарды 1-2жылға дейін қысқарту, түпнұсқа дәрілік заттарды және құны жоғары препараттардың қаржыландыру механизмін жылдамдатып енгізу, импортты алмастыруды жылдамдатып және фармацевтикалық өндірушілер үшін тұрақты "ойын ережелерін" қамтамасыз ету. Егер осы

мәселелердің барлығы шешілмесе, онда мемлекет елде өтіп жатқан реформаларға азаматтардың сенімін жоғалту қаупі бар, бұл ірі ойыншылардың фармацевтикалық нарықтан кетуіне және Қазақстан Республикасы денсаулық сақтау саласының инвестициялық тартымдылығының төмендеуіне әкелуі мүмкін.

"СҚ-Фармация" ЖШС жұмысының негізгі нәтижелері туралы басқарушы директор, басқарма мүшесі А.Е.Қажыбаев:

«Қазақстанда дәрілік заттарды тіркеу сәтінен бастап пациентке бергенге дейін дәрілік заттардың айналымы саласындағы процестердің айқын және мөлдір иерархиясы бар. Қазақстандық фармацевтика өнеркәсібін тиімді мемлекеттік қолдау шараларының арқасында тиімді инвестициялар үшін үлкен әлеуетке ие және 2022 жылы сала барлық негізгі көрсеткіштер бойынша оң динамика көрсетті».

Жыл сайын "«СҚ-Фармация" ЖШС 2 мыңнан астам медициналық ұйымды қамтамасыз етеді, ал біз сатып алатын дәрі-дәрмек алатын науқастардың саны 5 миллионнан асады. Соңғы 12 жылдың ішінде сатып алу өсімі 11 есе, ал атаулар саны 2,2 есе өсті. 2022 жылға мәлімделген қажеттіліктен ДЗ, МБ 97%, яғни 385,89 миллиардтан астам сомаға 1587 ДЗ, МБ атауын сатып алды. Сатып алынатын отандық дәрі-дәрмектің де жүйелі өсімі байқалады. Егер 2010 жылы отандық тауар өндірушілердің ақшалай мәндегі үлесі 15%-ды (4,8 млрд. теңге сомасында) құраса, 2022 жылдың қорытындысы бойынша сатып алудың ақшалай мәндегі үлесі 2,2 есеге өсіп, 33%-ды (131,41 млрд. теңге сомасында) құрады. Бүгінгі таңда 37 отандық тауар өндірушілермен 101 ұзақ мерзімді келісім-шарт жасалды. Отандық препараттарды сатып алуға ерекше назар аударылады, олардың тізімі жыл сайын артып келеді. Меморандум аясында Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігі, СҚ-Фармация және "Қазақстан халқына" қоры арасында 4 келісімге қол қойылып, олар орындалды[19].

Сонымен қатар, елімізде бірнеше келісім-шарттық өндіріс тетіктерімен және ЕАЭО және Орталық Азия елдеріне экспорттау мүмкіндігі бар инновациялық препараттарды өндіру жобалары бойынша бірқатар BigPharma компанияларымен жұмыс істеуіне жасалынды. Бүгінгі таңда министрлік мұндай жаһандық елдермен ынтымақтастық туралы негіздемелік келісімдер жасап қойған, ол фармацевтикалық компаниялар: F. Hoffmann-La Roche Ltd, Novo Nordisk, Pfizer және AstraZeneca т.б. Сондай-ақ, Бірыңғай дистрибьютор ұзақ мерзімді келісім-шарттар, офтейк-келісімшарттар, лизингтік механизмдер, «өмірлік цикл келісім-шарттар механизмін пайдалана отырып, Қазақстанда медициналық техника өндірісін оқшаулау мәселелері бойынша мазмұнды жұмыс жүргізуде. Әлемнің ірі өндірушілерімен локализация келісімшарттық өндіріс мәселелері белсенді түрде зерттелуде. Өндірісті локализациялауға қызығушылық Canon, Philips, General Electric, Samsung Medison Mindray және т.б. сияқты компаниялар өз пікірлерін білдірді

Мемлекет басшысы алға қойған мақсаттарды сәтті жүзеге асыру және халықаралық тәжірибені зерделеу нәтижелері бойынша Бірыңғай

дистрибьютор елімізде медициналық-фармацевтикалық кластерлерді құру туралы да бастама көтереді. Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігінің Астана, Ақтөбе қалаларында елімізде медициналық-фармацевтикалық кластерлерді құру туралы тиісті бұйрығы жасалынды.

Фармацевтикалық кәсіпорындардың экономикасының дамуына әсер ететін барлық факторларды сыртқы және ішкі деп бөлуге болады. Сыртқы факторларға дәрілік заттарды мемлекеттік саясатпен реттелетін факторлар жатады:

- 5-7 жыл ішінде инновациялық ДЗ-ды нарыққа ұзақ мерзімді енгізу
- ОТС препараттарының бағасын реттеу мәселесі
- заңнамадағы жиі өзгерістер,
- патенттік қорғау саласындағы заңнаманың жетілдірілмегендігі,
- логистика мәселелері,
- ұлттық және ұлттық тіркеу рәсімдері,
- сатып алу көлемінің болжамсыздығы
- клиникалық зерттеулер нарығының дамымауы,
- этикалық нормаларды нарықтың адал қатысушыларының ғана орындауы,
- ДЗ таңбалау және қадағалау мүмкіндігін енгізу,
- түпнұсқа ДЗ өндірісін локализациялау.

Ішкі факторлар:

кәсіпорындағы бағаларды қалыптастыру

кәсіпкерліктің ұйымдық-құқықтық нысаны

шикізатпен, заттармен қамтамасыз ету мәселесі

- кәсіпорын айналымының шығындары
- өнімнің өзіндік құнын қалыптастыру
- кәсіпорынның негізгі құралдарын пайдалану мәселелері
- айналым қаражаты
- кәсіпорында табыс пен пайданы қалыптастыру

Осы мәселелерді шешу үшін фармацевтикалық кәсіпорындарының барлық негізгі көрсеткіштерін талдап жалпы фармацевтикалық өндіріс экономиканың дамуына оң әсерін тигізудің шараларың қарастыру қажет

Ең біріншіден кәсіпкерлік қызметті қандай ұйымдық-құқықтық формасында әрекетін жүргізу тиімді. Ол үшін барлық негізгі ұйымдық-құқықтық нысандарың талдап, қарастыруымыз керек.

2. КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТ ҰҒЫМЫ, НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕРІ МЕН ШЕШІМДЕР

Кез келген кәсіпорындар фармацевтикалық қызметпен айналасу жұмыстарын жүргізетін қазіргі экономика жағдайында кәсіпкерлер болып табылады. Кәсіпкерлер өз жұмыс барысында шаруашылық жұмыстарды жүргізіп жаңалықтарды енгізіп, замануи технологиялармен қолдануда [20].

Кәсіпкерлік дегеніміз ол кәсіпкерлердің немесе ұйымдардың тауарларды өндіру, қызмет көрсету, сатып алу немесе айырбастау, нәтижесінде пайда табу болып табылады.

Кәсіпорын- Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес тұрғындардың қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында тауарлар өнімдерді өндіру, қызметтерді көрсету, оның соңында пайда алу үшін ұйымдастырылған дербес шаруашылық жүргізуші субъект.

Кәсіпкерлік субъект болып Қазақстан Республикасының азаматтары, шет ел мемлекет азаматтары, және азаматтары жоқ адамдар бола алады.

Кәсіпкер болып біздің елімізде тек қана мемлекеттік тіркеуден өтіп куәлік алынғаннан кейін саналады. Қызметті тіркеусіз жұмыс жүргізуге тиым салынады

Негізінде кәсіпкерлік қызметті заңды тұлға ретінде немесе оңы құрмай жүзеге асыру болады. Ол кезде жеке кәсіпкер ретінде кәсіпкерлік қызметті көрсете алады.

Кәсіпкерлік қызметтің негізгі сипаттары:

1) Бірақ қай бір мәселе орындау немесе шешу, құқықтық нормалар бойынша жүзеге асырылады

3) шаруашылықты жауапкершілікпен және тәуекелді болу. Кез-келген дәлелденген шешімдерде тәуекел мен ашықтық қалады.

2) Экономикалық тәуекелдік. Кәсіпкерлердің негізгі мақсаты жұмыстың нәтижесінде табыс табу және одан да басқа халыққа қызметін көрсетіп қажеттіліктерін қанағаттандыру болып табылады

Кәсіпкерлік қызметтің өндіріс орындарда негізгі міндет болып – өнімдерді өндіріп сату арқылы тұрғындардың сұраныстарын қанағаттандыру мен табыс пайда табу болып табылады.

Кәсіпкер өндіріс орынды өзі ұйымдастыру мүмкін немесе делдал ретінде жұмысты іске асырады. Ол кәсіпорынның басшысы болып немесе жалдамалы менеджер болып табылады. Бірақ әр-бір жағдайда, нарықтық байланыс орнататын белсенді нарық агенті болып кәсіпкер өндірісті дамытады.

Кәсіпкерлік процесіне бірнеше факторлар әсер етеді:

1) экономикалық факторлар – ең бірінші өндіретін тауарларға сұранысты анықтау және тауарларды өндіріп ұсыну;

2) әлеуметтік факторлар - сатып алушылардың сатып алу деңгейіне байланысты мен тауарларды сатып алуға деген ұмтылысы;

3) құқықтық факторлар – кәсіпкерлік қызметті реттейтін нормативті – құқықтық актілер мен өндірістің дамуы үшін қолданылатын тиісті заңдардың болуы.

Кіші кәсіпорын субъектілерін құру кезіндегі ең бірінші сатысында бірнеше ұйымдық мәселелердің қиындықтарына тап болады. Одан басқа күрделі мәселелер мүліктік қолдау жағынан сезінеді, мүлікті қолдануға рәсімдеу және тіркеу рәсімін жүргізу кезінде ұзақ мерзімде жүргізілуі, және жоғары бағадағы жалға алу сатып алу, мүлікті ұзақ мерзімде жалға алу жағдайлардың қаралмауы проблемалары жиі кездеседі. Әрине, шағым бизнеске жағымды сипаттағы тұрақты үрдістерді іске асыру үшін мемлекеттік билік органдардың және кәсіпкерлік ұйымдар бірлестіктердің көмегі мен қолдау қажет.

Кәсіпкерлікті дамыту кезеңдерін атап өткен жөн

Капитализмнің пайда болуы шексіз пайда табуды қалайды. Кәсіпкерлердің іс-әрекеттері байлыққа деген ұмтылыс кәсіби және өркениетті сипатқа ие.

Кәсіпкерліктің пайда болуының негізгі кезеңдері:

I кезең-қол өнері мен сауда саласында кәсіпкерліктің пайда болуы (XV ғасырға дейін) [21]. .

II кезең (XV ғ. – XIX ғ. басы) – қол өнершілерден, көпестерден, өсімшілерден және т. б. тұратын кәсіпкерлер қауымдастығын құру болып табылған.

Кейінінен "кәсіпкерлік" термині пайда болады, ол өндіріспен саудамен және басқа жұмыстармен пайда алуға бағытталған қызметпен айналысатын барлық адамдарға қатысты.

Петр I (1689-1725) уақытында кәсіпкерліктің ең үлкен дамуы байқалған. Бұл уақытта тау өндірісі, қару, мата, зығыр майлар сияқты салалар ең кен даму жүрген .

III кезең (XIX ғасырдың екінші жартысы). Мұнда кәсіпкерлік ұйымдардың құрылуына ықпал еткен корпоративтік қаржыландырудың жаңа әдістерін атап өтуге болады. Бұл кезеңде әрқашан кәсіпкерлер рөлінде капиталистер бола бермеді, ал кәсіпкерлер әрдайым капиталист бола алмаған. Кәсіпкерліктің дамуына елеулі ынталандыруы 1861 жылдан крепостнойлық құқық жойылуынан басталды.

Сол кезден бастап темір жол құрылысының дамуы басталады, акционерлік қызметтер пайда болып жанданады. Шетелдік капиталдың пайда болуы Ресейдегі кәсіпкерлік дамуына үлкен жол береді. XX ғасырдың басында кәсіпкерлік Ресейде жаппай құбылысқа айналады, кәсіпкер меншік иесі ретінде қалыптасады.

IV кезең (1917 жылғы қазаннан бастап) – ұлы октябрь революциядан кейін мемлекеттік монополия орнатылады, экономиканы ұлттандыру, бұл өндірушілерді экономикалық тәуелсіздіктен айырып және олардың арасындағы бәсекелестікті жойды. Осы кезеңде нарықтық экономикалық байланыстарды жою совет экономика бағыты басталды.

V кезең - жаңа экономикалық саясат кезеңі. Бұл саясат аралас және жеке концессиялар, кәсіпкерлік қалыптасудың жеке кәсіпкерлік жалдау, кооперативтер, акционерлік қоғамдар, серіктестіктер сияқты ұйымдық нысандармен ұсынылды

VI кезең (1920 жылдың аяғы-1980 жылдардың екінші жартысы) көлеңкелі экономикаға ауысуымен сипатталады. Бұл кезеңде кәсіпкерлік қызметтің заңды жағдайдан заңсыз жағдайға (сервис, қызмет көрсету) өтумен сипатталған. Көлеңкелі экономика-бұл заңсыз жұмыс істейтін экономиканың бір бөлігі, қауымнан және мемлекеттен жасырын жасалып, мемлекеттік бақылаудан өтпей, тапқан пайдаларын жасырып, қаржылық есептілікте тіркелуге жатпайтын қызметтер.

Көлеңкелі экономика – азаматтардың экономикалық байланыстары, қолданыстағы мемлекеттік заңдылықарды айналып өту болып табылады

Көлеңкелі экономиканың негізгі көзі өсіп келе жатқан қажеттіліктер мен өндірістің шектеулі мүмкіндіктері арасындағы, сұраныс пен ұсыныс арасындағы, қызмет көрсету мен өндіріс арасындағы сәйкессіздіктермен анықталған тауар тапшылығы болды.

VII кезең (1980 жж.) – мемлекет басты мақсатын социалистік тапқырлық негізінде экономикалық ойлауды қалыптастыруды талап етті . Экономиканың жоспарлы моделі шеңберінде қатарынан, жалға алу, кооперация сияқты шаруашылық жүргізудің ұмытылған нысандары қайта жанданды.

VIII кезең (1990 ж.) нарықтық экономикаға көшумен сипатталды. Ол жеке меншікке, бәсекеге, кәсіпкерлікке деген көзқарасты түбегейлі өзгертті.

Фармацевтика өнеркәсібіндегі кәсіпорындардың ұйымдық-құқықтық нысандары

Шаруашылық субъектілерге заңды тұлғалар, сондай-ақ заңды тұлға құрмай кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыратын жеке тұлғалар жатады.

ҚР Азаматтық кодексіне сәйкес барлық заңды тұлғалар екі түрге бөлінеді: коммерциялық және коммерциялық емес ұйымдар [22].

Коммерциялық ұйымдар әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандарда құрылуы мүмкін;:

- экономикалық серіктестіктер,
- қоғамдық және діни ұйымдар,
- өндірістік кооперативтер,
- қайырымдылық қорлар

Осындай ұйымдар түрлері өзінің мақсаттарында пайда табуды қолдамайтын, бырақ кәсіпкерлік қызметті жасап өзінің негізгі (жарғылық) мақсатына сай келіп жүзеге асыра алады.

Заңды тұлғаның ұйымдық-құқықтық түрі – бұл осы тобың басқа заңды тұлғалардаң ерекшеленетін белгілі сипаттар жиынтығы.

Коммерциялық ұйымға тән сипаттар қатусышылардың мүліктік және мүліксіз құқықтары бар есебімен анықтауға болады. Заңды актілерге сәйкес коммерциялық ұйымдардың келесі белгілері бар:

- ұйымның мүлігін қалыптастыру;
- пайда бөлуінде қатысу;
- мүшелік үлесті ұйымның тоқтаған кезде алу;
- «жойылу квотасын» алу;
- ұйымды басқару;
- ұйым қатысушыларың белгілеу;
- ұйымның қызметі туралы ақпарат алу;
- өз мүдделерін заңды түрде қорғау мүмкіндігі

Осылайша коммерциялық ұйымдарға келесі ұйымдық –құқықтық нысандар кіреді.

Шаруашылық серіктестіктер және қоғамдар

-бұл өз жарғылық капиталдарың құрылтайшылардың үлестеріне бөлінген коммерциялық ұйымдар. Осындай серіктестіктердің, қоғамдардың шаруашылық серіктестік қызметі процессіндегі және салымдар есебінен қалыптасқан мүлкі, өндірілген және сатып алынған оларға меншік құқығында тиесілі .

Капитал салымдар есебінде ақша, бағалы қағаздар, мүліктер және басқа да ақшамен бағалынатын мүліктік құқықтары болып табылады.

Серіктестер қатысушылардың шартына сәйкес кәсіпкерлік қызметті серіктестік атынан іске асырады және оларға тиесілі мүлікпен және міндеттемелері бойынша жауап береді.

Шаруашылық серіктестер және шектелген және қосымша жауапкершілігі бар қауымдар акциялар шығаруға тиім салынған.

Шаруашылық серіктестіктердің қоғамнан негізгі айырмашылығы ол серіктестер көп адамның бірлескен күшімен жүзеге асырылады, ал қоғамдар-капитал бірлестігімен.

Шаруашылық серіктестер

ҚР заңына сәйкес шаруашылық серіктестер толық және сенім (коммандиттік) серіктестіктерге бөлінеді[23,24].

Толық серіктестер – серіктестер атынан екі немесе бірнеше тұлға (серіктестер), олардың арасында жасалынған шарт негізінде кәсіпкерлік қызметімен айналысатын бірлестік.

Толық серіктестер қатысушылары өздерінің мүліктерімен бөлек қосымша жауапкершілік атқарып отырады. Ол дегеніміз, серіктестердің мүлігі қарыздарды өтеуге жетіспейтін болған жағдайда, толық серіктестер жеке, ұйымға құйылған салымдарына сәйкес өздеріне тиесілі мүліктерімен жауап береді. Жеке кәсіпкер немесе коммерциялық ұйым бір уақытта тек бір толық серіктестіктің қатысушысы бола алады.

Толық серіктестік барлық қатысушылармен қол қойып расталған құрылтай шарты негізінде құрылады және іске асырылады. Егер серіктестікпен шығындар келтірген салдарынан таза активтер құны оның жиналмалы

капиталының мөлшерінен аз болса, таза активтердің құны асып кеткенге дейін түскен пайда серіктестер арасында бөлінбейді.

Толық серіктестер тіркелген кезде әр бір қатысушы жиналмалы капиталға өз үлесінің кемінде жартысын салуға міндетті. Қалған бөлігін құрылтай шартында белгіленген қатысушы мерзімде еңгізу керек.

Серіктестіктен шығып кеткен қатысушыға оның жиналмалы капиталындағы үлесіне сәйкес мүліктің бөлігі төленеді және оның келісімімен бірге мүлікті табиғатты түрімен беріледі. Ол кезде басқа қатысушылардың үлестері көбееді.

Толық серіктестік жойылады, егер тек бір қатысушы қалған жағдайда.

Сенім (коммандиттік) серіктестік - олар жиналмалы капитал қалыптастырудағы толық серіктестермен қатар коммандистер деп аталатындар, яғни салымшылар қатысады. Олар кәсіпкерлік қызметке қатыспайды, бірақ пайда табады және салымдар сомалар шегінде шығындар тәуекелін қетереді. Кәсікершіліктің осындай түрі тұлғалардың қосымша капиталдарын тартуға, бос ақша қаражатты тиімді орналастыруға мүмкіндік береді.

Салымдар тек ақшалай түрінде ғана емес, ғимарат беру, көлікпен қамтамасыз етумен де жүзеге асырылады. Бұл нысан серіктестіктің экономикалық базасын кеңейтеді, ірі кәсіпкерліктерге әрекеттері үшін қаражат жинауға мүмкіндік береді.

Тұлға толық серіктес болып тек бір сенім серіктестігінде бола алады. Толық серіктестігінің қатысушысы сенім серіктістігінде толық серіктес бола алмайды. Ол барлық толық серіктестермен қол қойып расталған құрылтай шарты негізінде құрылады және іске асырылады

Серіктестер салымшылардың барлығы шыққан жағдайда сенім серіктестігі жойылады.

Шаруашылық қоғамдар

Шаруашылық қоғамдар келесі түрлерге бөлінеді:

- Шектеулі жауапкершілік қоғамдар
- Қосымша жауапкершілік қоғамдар
- Акционерлік қоғамдар

Шектеулі жауапкершілік қоғамдар (ШЖҚ) –заңды және тұлғалардың салымдарың біріктіру жолымен экономикалық қызметті жүзеге асыру және пайда табу көздейтін кәсіпорынның ұйымдық –құқықтық түрі. ШЖҚ тапқан пайдасын қатысушылар мен құрылтайшылар арасында олардың салымдары бойынша бөледі.

ШЖҚ қатысушылары жауапқа тек оның міндеттемелері бойынша тек өз шегінде жауап береді, олардың мүлкіне және жинақтарына жауапкершілік таралмайды. Қатысушылардың салымдары қоғамның жекеменшігі болған себептен, оларға тек шығындар қауіпі тудырады.

Қоғамның қатусышылары болып азаматтар мен заңды тұлғалар бола алады. Қатысушылардың саны 50 адамнан көп болмау керек. Адам саны одан

көп болған жағдайда қоғамды бір жыл арасында акционерлік қоғамға айналдыру қажет.

Жауапкершілігі шектеулі қоғамдар екі құрылтай құжаты - оның құрылтайшылары қол қойған құрылтай шарты және олар бекіткен жарғы бар. Егер қоғамды бір адам құрса, оның құрылтай құжаты жарғы болып табылады.

Құрылтай келісім шартында құрылтайшылар қоғам құруға міндеттенеді және осыған байланысты бірлескен қызметтің тәртібін анықтайды. Ол сондай-ақ құрылтайшылардың (қатысушылардың) құрамын, қоғамның жарғылық капиталының мөлшерін, әрбір қатысушының үлестерінің мөлшерін, оларды жарғылық капиталға енгізу тәртібі мен мерзімдерін, салымдарды енгізу жөніндегі міндеттерді бұзғаны үшін құрылтайшылардың жауапкершілігін, пайданы қоғам құрылтайшылары (қатысушылары) арасында бөлудің шарттары мен тәртібін, қоғамның құрамын, басқару органдарын және қатысушылардың қоғамнан шығу тәртібін көрсетеді.

Қоғамның жарғысында: қоғамды басқару органдарының құрамы мен құзыреті және олардың шешімдер қабылдау, соның ішінде шешімі бірауыздан немесе білікті көпшілік дауыспен қабылданатын мәселелер бойынша шешімдер қабылдау тәртібі; қоғамның жарғылық капиталының мөлшері және қоғамның әрбір қатысушысы үлесінің нақтылы құны; қоғамға қатысушылардың құқықтары мен міндеттері; қатысушының қоғамнан шығу тәртібі мен салдары; қоғамның жарғылық капиталындағы үлестің басқа адамға ауысу тәртібі туралы мәліметтер болуға тиіс.

Жауапкершілігі шектеулі серіктестердің жарғылық капиталы оған кіретін қатысушыларға тиесілі. Бырақ мөлшері заңда белгіленген сомадан төмен болмауы тиіс. Заңға сәйкес, оның мөлшері мемлекеттік тіркеу үшін құжаттарды тапсыру күніне заңмен белгіленген ең төменгі жалақының 100 еселенген мөлшерінен кем болмауы

Жауапкершілігі шектеулі серіктестіктің жарғылық капиталын азайтуға оның барлық немиегерлер хабардар етілгеннен кейін жол беріледі. Соңғылары бұл жағдайда қоғамның тиісті міндеттемелерін мерзімінен бұрын тоқтатуды немесе орындауды және олардың залалды өтеуін талап етуге құқылы.

Қатысушы жарғылық капиталдағы өз үлесін немесе оның бір бөлігін осы қоғамның бір немесе бірнеше қатысушысына сатуға құқылы. Егер жарғыда өзгеше көзделмесе, қоғамға қатысушылар қатысушының үлесін (оның бір бөлігін) өз үлестерінің мөлшеріне пропорционалды түрде сатып алудың басым құқығын пайдаланады.

Қоғамға қатысушы басқа қатысушылардың немесе қоғамның келісіміне карамастан кез келген уақытта қоғамнан шығуға құқылы. Қатысушы шыққан жағдайда оның үлесі шығу туралы өтініш берілген күннен бастап қоғамға көшеді. Бұл ретте серіктестікке шығу туралы өтініш берген қатысушысына оның үлесінің нақты құнын төлеуге немесе серіктестік қатысушысының келісімімен оған сол құнды заттай мүлікті беруге міндетті, ал серіктестіктің жарғылық капиталына салымының толық төленбегені, салымның төленген

бөлігіне пропорционалды оның үлесі бір бөлігінің нақты құны болып табылады.

Жауапкершілігі шектеулі серіктестік оған қатысушылардың бірауыздан қабылдаған шешімі бойынша өз еркімен қайта құрылуы немесе таратылуы мүмкін. Жауапкершілігі шектеулі серіктестік акционерлік қоғам болып қайта құрылуға құқылы.

Қосымша жауапкершілігі бар қоғам

Қатысушылардың көрсетілген субсидиарлық жауапкершілігін қоспағанда, қосымша жауапкершілігі бар серіктестік мәртебесі жауапкершілігі шектеулі серіктестік мәртебесіне ұқсас және соңғысының құқықтық нормаларына сәйкес келеді.

Акционерлік қоғамдар - ұйымдардың ең кең тараған және күрделі ұйымдық-құқықтық түрі.

Акционерлік қоғамның қызметін құқықтық реттеу Азаматтық кодекстің (АҚ) тиісті нормаларымен, сондай-ақ "акционерлік қоғамдар туралы" заңының көмегімен жүзеге асырылады. АҚ құру екі әдіс арқылы мүмкін болады: мекеме арқылы және заңды тұлғаның қайта ұйымдастырылуы арқылы.

Кез келген түрдегі акционерлік қоғамда бір құрылтайшы ғана рұқсат етіледі. (жіберіледі)

Жарғылық капиталы белгіленген акция санына бөлінген акционерлік қоғам деп танылады, қатысушылардың міндеттемелік құқықтарын куәландыратын, яғни акционерлердің.

Серіктестіктерден айырмашылығы, АҚ қатысушылары (акционерлер) қоғамның міндеттемелері бойынша өз жауапкершілігін алдын ала шектейді және тек өздері салған салымдар (оларға тиесілі акциялардың құны) шегінде ғана шығын тәуекелін көтереді.

Қоғамның барлық акцияларын бір акционер сатып алған жағдайда акционерлік қоғам бір адамнан тұруы мүмкін немесе бір адамнан құрылған. Акционерлік қоғам заңды тұлға құқықтарын мемлекеттік тіркеуден өткеннен ие болады. Акционерлік қоғамның жарғысы оның құрылтай құжаты болып табылады. Оны қоғамды құру кезінде құрылтайшылар дайындайды және құрылтайшылардың жалпы жиналысы бекітеді.

Кез келген типтегі акционерлік қоғамды тіркеу кезінде жарғылық капиталдың кемінде 50%-ын төлеу керек. Қалған бөлігі тіркелген күннен бастап бір жыл ішінде төленуі тиіс. АҚ-ның ең төменгі жарғылық капиталын заңмен алдын ала белгілейді. Ашық қоғам үшін ол Қазақстан Республикасында қоғамды тіркеу күніне заңмен белгіленген ең төменгі жалақының кемінде 1000 еселенген, ал жабық қоғам үшін кемінде 100 еселенген мөлшері болуы тиіс.

Құрылтайшылардың құрамына, жарғылық капиталды қалыптастырғанына және оған қатысушылардың мәртебесіне байланысты ашық және жабық акционерлік қоғамның екі түрі бар.

Ашық акционерлік қоғам өз акцияларына ашық жазылым жүргізуге және оларды басқа акционерлердің келісімінсіз иеліктен шығаруға құқылы,

акционерлердің өздерінің саны шектелмейді. Жарғылық капитал толық төленгенге дейін акционерлік қоғамның акцияларына ашық жазылуға жол берілмейді. Осындай қоғамда жиналған акциялар құрылтайшылар мен қатысушылар арасында бөлінуі тиіс. *Ашық акционерлік қоғамның* ашықтығы оның жыл сайынғы есепті, бухгалтерлік балансты, пайда мен шығындарын жыл сайын жариялауға міндетті. Заң жабық қоғамды ашық қоғамға және керісінше өзгертуге тыйым салмайды және бұл ұйымдық-құқықтық нысанды өзгерту ретінде қарастырылмайды.

Қоғам акциялары құрылтайшылар мен алдын ала көрсетілген өзге де адамдар тобы арасында ғана бөлінетін қоғам жабық қоғам деп танылады. Мұндай қоғамның ашық жазылым жүргізуге және акцияларды бөлуге құқығы жоқ.

Өндірістік кооператив – бұл азаматтардың мүшелік негізде ерікті түрде өндірістік қызмет және шаруашылық жұмыстарын жүргізу (басқа қызметтер көрсету) арқылы жүзеге асырылатын ұйым.

Өндірістік кооперативтердің шаруашылық қоғамдардан айырмашылығы біріккен кооперативтік өндірістік немесе шаруашылық қызметтер арқылы өнім шығару. Бұл кезде қатысушылар мен оның мүшелерімен жеке шығарған өнімдері мен тапқан пайдасы кооперативте мүшелікке және қатысушылардың жеке еңбек қатысуына негізделеді. Ал шаруашылық қоғамдары мен серіктестіктер үшін жеке еңбек қатысуы міндетті емес.

Пайда өндірістік кооперативтің мүшелері арасында олардың еңбек қатысуына сәйкес бөлінеді. Өндірістік кооперативтің қатысушысы заңды тұлға да бола алады.

Өндірістік кооперативтің меншік құқығы — бұл мүлікті ұжымдық иеленудің, пайдалану мен басқарудың ерекше нысаны. Ол кооператив мүшелерінің барлығының мүлікті басқаруға қатысуы арқылы жүзеге асырылады, әрі барлық мүшелер тең құқыққа ие: бір мүше — бір дауыс; заңды тұлғаның өкілі де бір дауысқа ие.

Өндірістік кооперативтің мүшелері өздеріне мүмкін болатын ең төменгі өзара жарна қордың сомасын, әрбір қатысушының салатын өзара жарна мөлшерін, оны енгізу тәртібін, сондай-ақ жарналарды енгізу бойынша міндеттемелерді бұзғаны үшін жауапкершілікті өздері анықтайды. Аталған мәліметтер кооперативтің жарғысында көрсетіледі.

Өндірістік кооперативтің мүшелері мемлекеттік тіркеу сәтіне дейін өзара жарнасының 10%-на дейінгі бөлігін енгізуге құқылы. Қалған соманы олар кооперативті тіркеген сәттен бастап бір жыл ішінде енгізуге міндетті. Өзара жарна ретінде ақша, бағалы қағаздар және басқа мүлік енгізілуі мүмкін. Өндірістік кооператив жарғы мен құрылтайшылық келісім негізінде әрекет етеді. Өндірістік кооператив оның мүшелерінің бірауыздан қабылданған шешімі бойынша шаруашылық серіктестік немесе қоғамға қайта құрылуы мүмкін.

Бизнестін ұйымдық-құқықтық түрін таңдау

Бизнестің ұйымдық-құқықтық түрін таңдау бірнеше факторларға байланысты:

- мәртебесіне;
- бизнес ашатын адамдар санына;
- алғашқы капиталға;
- жұмыс түріне
- есеп беру түріне;
- қызмет көрсету саласына

Бизнестің ұйымдық-құқықтық түрі (ҰҚТ) кәсіпкердің заңдылық мәртебесін анықтайды. Компанияның өзінің мүлігімен қалай пайдаланатынын және бизнес-қызмет шегінде өзінің қызметіне қалай жауап беретіндігін көрсетіп шауапкершілік дәрежесін, бизнесті басқару әдістерін, салық инспекциясымен жұмыс ережелерін белгілейді.

ҰҚТ таңдау ғимараттың фундаментін қалауына ұқсас келеді. Сізге бизнестің жүргізу түрін таңдау және жұмысты жүргізу үшін негізін құру керек. Сіздің бизнесіңізге лайық және оны дамытуға көмек көрсететін база таңдау маңызды.

Бизнестің көп аспектілері ҰҚТ тәуекел. Ол салық міндеттемелерін, жауапкершілік деңгейін, инвестицияларды және серіктестерді тарту, компанияның ішінде басқару ережелерін белгілейді. Сіздің компанияңыздың ұйымдық-құқықтық түрін дұрыс таңдауы өсуге және заңдылық қиындықтарды болдырмауына ықпал етеді.

ҰҚТ таңдауы бизнеске қалай әсер етеді?

Тағы ҰҚТ таңдауына әсер етедінігі бір маңызды жағдай - салық жүйесі. Мысалы, жеке кәсіпкерлер мен шектеулі жауапкершілігі бар қоғамдар салықсалудың жеңілдетілген жүйесін қолдануға мүмкіндіктері бар, ол деген салық салу жүктемесін азайтып көмегін тигізеді.

Кәсіпкердің жеке жауапкершілік деңгейі де таңдаған бизнестің моделіне тәуекелді. Кей бір жағдайларда олар компанияға салған өзінің салымдарымен ғана қауіпке ұшырайды, ал басқа жағдайда иелері жеке мүліктерінен айырылуы мүмкін.

Басқару тәртіптері мен шешімдерді қабылдау ұйымдық-құқықтық түрлеріне байланысты болып және әр түрлі болуы мүмкін. Кейбір басқару құрылымдар иелерінің шешімдерді қабылдауында белсенділігін қалайды, ал басқалары ұжымдық шешімдерді қабылдауды жөн көреді.

ҰҚТдан инвесторларды тарту қабілетіде байланысты болуы мүмкін. Бөлек жағдайларда ұйымның құқықтық түрі сыртқы инвестицияларға тартымды болып келу мүмкін.

Сонымен, ұйымдық-құқықтық түрі бизнестің өсу потенциалына әсер ету мүмкін. Ал белгілі формалар бизнестің кенеуіне және өсуіне жақсырақ болады.

Бизнесті ұйымдастырудың негізгі түрлері

Бизнестің ұйымдастыру кен түрде қолдануда – жеке кәсіпкерлік, өзін-өзі жұмыспен қамту және жауапкершілігі шектеулі қауіәмдар, серіктестіктер. Жеке кәсіпкерлік бастаушы кәсіпкерлерге бірнеше ерекшіліктерімен тартымды болып келеді. Ол ең танымал ұйымдық-құқықтық түрі. Біріншіден, оны тіркеу процессі заңды тұлғаларға қарағанда айтарлықтай оңай, және үлкен қаржы талап етпейді.

Екіншіден, өзінің бизнесін жүргізуге жұмысшыларды жалдай алады және орындаушы мен тапсырыс беруші ролін атқарырып жұмысын жүргізеді. Дегенмен қызметтердің кейбір түрлері лицензия мен арнайы рұқсат талап етеді, оны ескеру қажет.

Артықшылары

- Есептің жеңілдетілген түрімен жүргізу
- Салықтық жеңілдіктері
- Салық салу жеңілдетілген жүйесі
- Салықтық каникулдар болуы
- Табыстың икемді қолдануы

Кемшіліктері

- Қарыз болған жағдайда ЖК өзінің мүлігімен жауап береді
- Бизнесінің өсуіне шектеу мүмкіндіктері
- ЖК салық тексеруге көбінен ұшырайды
- ЖК өзінің бизнесін сата алмайды

Өзін-өзі жұмыспен қамту

Бұл – жеке тұлғалар мен жеке кәсіпкерлер үшін арнайы салық режимі. Олар қызмет көрсетіп, тауарлар сатып, жұмыстар орындайды. Бұл салық түрі жақында енгізілді, бірақ қатысушылар саны жыл сайын артып келеді.

Артықшылықтары:

- Өзін-өзі жұмыспен қамтуды «Менің салығым» қосымшасы арқылы бірнеше минут ішінде онлайн тіркеуге болады.
- Салық мөлшерлемесі жеңілдетілген: жеке тұлғалардан түскен табысқа – 3%, заңды тұлғалардан түскен табысқа – 6%.
- Декларация тапсыру немесе күрделі бухгалтерлік есеп жүргізудің қажеті жоқ.
- Жұмыс уақыты мен орнын өзіңіз таңдай аласыз.
- Өзін-өзі жұмыспен қамтығандар жалдамалы жұмыста қатар істей алады.

Кемшіліктері:

- Еңбек демалысы, ауруға байланысты төлемдер мен зейнетақы аударымдары жоқ.
- Тұрақсыз табыс – кіріс клиенттер мен тапсырыстар санына байланысты.
- Несие алу қиын – банктер өзін-өзі жұмыспен қамтығандарға несие беруге құлықсыз.
- Барлық қызмет түрлері өзін-өзі жұмыспен қамтуға жарамайды.
- Жылдық табыс лимиті шектеулі.

-Қызметкерлер жалдау мүмкіндігі жоқ.

ЖШС (Жауапкершілігі шектеулі серіктестік)
ЖШС – Қазақстандағы бизнес жүргізудің кең таралған формаларының бірі. Бұл заңды тұлға, оның жарғылық капиталы қатысушылар арасында бөлінген. Қатысушылар ЖШС міндеттемелері бойынша өз жеке мүлкімен жауап бермейді, тек өз үлестерінің құны шегінде шығын тәуекелдерін көтереді.

Артықшылықтары:

- Кез келген қызмет түрімен айналысу мүмкіндігі.
- Қосымша қаржы тарту үшін үлестерді сату мүмкіндігі.
- Қатысушылардың шектеулі жауапкершілігі.
- Бизнес немесе оның үлесін сату мүмкіндігі.
- Сенімді серіктес ретінде қабылданады.
- Басқару құрылымын икемді түрде ұйымдастыру мүмкіндігі.

Кемшіліктері:

- ЖШС-ті тіркеу ИП-ге қарағанда күрделірек және ұзақ.
- Міндетті жарғылық капитал болуы қажет.
- Онлайн-кассаны қолдану міндетті.
- Есептілік жүргізу қажеттілігі.
- Қатысушылар арасында басқару мәселелері бойынша келіспеушіліктер болуы мүмкін.

Акционерлік қоғам (АҚ)

АҚ ерекшеліктері:

- Акционерлер тек компания активтеріндегі үлеске ие болады, бірақ активтерді тікелей басқармайды.
- Акциялар компаниядағы үлесті білдіреді. Акционерлердің активтерді талап етуі компанияның жабылуына әкелуі мүмкін.
- АҚ реестрін арнайы компания жүргізеді, бұл акционерлердің ауысуын жасырын етуге мүмкіндік береді.

Артықшылықтары:

- Инвесторларды көптеп тарту мүмкіндігі.
- Үлестерді акциялар арқылы еркін тарату.
- Үлкен жобаларды қаржыландыруға қолайлы.

Кемшіліктері:

- Ұйымдық құрылымы күрделі.
- Акционерлер арасында басқару мәселелері бойынша келіспеушіліктер туындауы мүмкін.
- Үлестерді бөлу кезінде қателіктер жіберілсе, компанияның тұрақтылығына зиян келуі мүмкін.

Өндірістік кооператив – бірлесіп жұмыс істеу немесе басқа да қызмет түрлерімен айналысу үшін кем дегенде 5 адамнан құралған коммерциялық

ҰЙЫМ

Ерекшеліктері:

- Қатысушылар санының 25%-ы еңбек қызметімен айналыспайтын болуы мүмкін.
- Құрамында заңды тұлғалар бола алады, бірақ олардың үлесі 25%-дан аспауы керек.
- Жалдамалы қызметкерлер саны қатысушылардың жалпы санының 30%-ынан аспауы тиіс.
- Табыс екі түрлі әдіспен бөлінеді:
- Жалақы түрінде (жеке табыс салығы мен әлеуметтік төлемдер төленеді).
- Қатысушылар үлесіне қарай немесе еңбегіне сай (максимум 50%).

Артықшылықтары:

- Басқаруға барлық мүшелер қатыса алады.

- Қатысушылардың тең құқықтары бар.
- Қосымша капитал тарту мүмкіндігі.

Кемшіліктері:

- Банкрот болған жағдайда жеке мүліктің жоғалу қаупі бар.
 - Сыртқы қаржыландыруды тарту мүмкіндігі шектеулі.
- Коммандиттік серіктестік (Сенім серіктестігі)

Коммандиттік серіктестік – серіктестік капиталына негізделген бизнес түрі. Қатысушылар екі топқа бөлінеді:

1. Толық серіктестер: Олар серіктестікті басқарады және барлық мүліктерімен жауап береді.
2. Салымшылар (вкладчики):

Олар тек өз капиталы шегінде жауапкершілік алады және серіктестікті басқаруға қатыспайды.

Артықшылықтары:

- Құру оңай.
- Қаржы тарту мүмкіндігі жоғары.
- Тәуекелдерді қатысушылар арасында бөлісуге болады.

Кемшіліктері:

- Толық серіктестердің банкроттық кезінде жеке мүліктерін жоғалту қаупі бар.
- Басқару мәселелері бойынша келіспеушіліктер туындауы мүмкін.
- Қатысушылар басқа кәсіпорындарға қатыса алмайды.

Бизнесті жүргізудің ассоциативті үлгілері

Қазіргі әлемде бизнес көбінесе бизнесті жүргізудің ассоциативті үлгілері деп аталатын ірі бірлестіктерді құра отырып, жеке кәсіпорындар мен компаниялардың шекарасынан шығып кетеді.

Олардың ең көп тарағандарын қарастырайық:

Корпорация – ортақ мақсаттарды көздейтін бірнеше компанияларды біріктіретін акционерлік қоғам. Корпорация мүшелері акционер бола отырып, тең құқықтар мен міндеттерге ие, сондай-ақ қоғамды басқаруға қатыса алады.

Шаруашылық қауымдастықтар – бұл қызметті үйлестіру және ортақ функцияларды орындау үшін құрылған ұйымдардың ерікті бірлестіктері. Қауымдастық мүшелері оның қызметі туралы ақпарат алуға құқылы және басқа да осындай бірлестіктерге еркін кіре алады.

Концерн - бұл кең ауқымды өндірістің артықшылықтарын пайдалану және өзара байланысты компаниялар тобын басқару үшін бизнеске бірігуге мүмкіндік беретін ұйымдық нысан.

Консорциум – экология, ғылым, техника және әлеуметтік бағдарламалар сияқты әртүрлі салалардағы ірі жобаларды жүзеге асыру үшін құрылған ұйымдардың уақытша бірлестігі.

Холдингтік компания – басқа компаниялардың акцияларының бақылау пакетін иелену арқылы ерекше орын алады. Ол олардың ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз ете отырып, олардың қызметін үйлестіреді.

Картель — бұл өнімді өткізу бойынша келісімдер негізінде жұмыс істейтін тәуелсіз кәсіпорындардың бірігу әдісі. Картель мүшелері бағаны, өндіріс көлемін және өткізу нарықтарын өзара келіседі.

Синдикат — кәсіпорындарды шикізат сатып алуды, өнімді сатуды және өндірістік қызметті үйлестіру мақсатында біріктіреді. Бұл ретте синдикат қатысушылары өздерінің өндірістік және коммерциялық тәуелсіздігін сақтайды, бірақ құқықтық тәуелсіздіктен бас тартады.

Трест — осындай ұйымдастыру формасы кезінде барлық қатысушылар өз автономиясын жоғалтып, бас компанияның басқаруына өтеді. Тресттер, әдетте, басқаруды оңтайландыру, шығындарды азайту және нарықтағы бәсекеге қабілеттілікті арттыру мақсатында құрылады.

Бизнес жүргізудің белгілі бір ассоциативті формасын таңдау бірігу мақсаттарына, қатысушылар қызметінің ерекшеліктеріне, сондай-ақ қажетті автономия деңгейіне байланысты.

Бизнес ұйымдастырудың ассоциативті формалары компанияларға өз ресурстарын біріктіруге, қызмет тиімділігін арттыруға және жеке жұмыс істегеннен гөрі жоғары нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Бизнесті жүргізудің ерекше формалары

Дәстүрлі бизнес ұйымдастыру формаларынан бөлек, белгілі бір мақсаттарға жету үшін қолданылатын ерекше формалар да бар, мысалы, халықаралық нарыққа шығу немесе салықты салуды оңтайландыру.

Офшорлық компаниялар. Салық салу деңгейі төмен және басқа да артықшылықтары бар елдерде тіркеліп, өз қызметін жүргізетін компаниялар. Офшорлық компаниялар салық төлемдерін азайту, сондай-ақ активтерді қорғау үшін жиі қолданылады.

Траст-қорлар. Үшінші тұлғалардың (бенефициарлардың) мүддесі үшін активтерге иелік ететін заңды тұлғалар. Траст-қорлар әртүрлі мақсаттарда

қолданылуы мүмкін, мысалы, отбасылық мүлікті басқару, қайырымдылық жасау немесе активтерді қорғау үшін.

Еншілес компаниялар.(дочерние) Басқа компанияның (аналық компанияның) бақылауында болатын компаниялар. Еншілес компаниялар жаңа нарыққа шығу, бизнесті (диверсификации) немесе салықты оңтайландыру мақсатында құрылуы мүмкін.

Халықаралық компаниялар. Мұндай ұйымдар бірнеше елдерде жұмыс істейді. Халықаралық компаниялар әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандарда болуы мүмкін, мысалы, олар акционерлік қоғамдар, жауапкершілігі шектеулі серіктестіктер немесе корпорациялар ретінде тіркелуі мүмкін.

Сіздің бизнесіңіз үшін ұйымдық-құқықтық нысанды қалай таңдауға болады?

Ұйымдық-құқықтық нысанды таңдау — жай ғана формальдылық емес, сіздің бизнесіңіздің негізін қалайтын стратегиялық шешім. Ол компания қызметінің көптеген аспектілеріне, соның ішінде салық салуға, жауапкершілікке, инвестиция тартуға және басқаруға әсер етеді.

Саналы таңдау жасау үшін бірқатар негізгі факторларды ескеру қажет.

1. Бизнесіңіздің мақсаттары мен міндеттері:

Сіздің бизнесіңіз қандай миссияны орындайды?

Оның ұзақ мерзімді мақсаттары қандай?

Сіз инвестиция тартуды немесе өзін-өзі қаржыландыруды жоспарлап отырсыз ба?

Бұл сұрақтарға жауаптар әлеуетті Ұйымдық-құқықтық нысан ауқымын тарылтуға көмектеседі. Мысалы, егер сіз жеке тұлғалардың кең ауқымынан инвестиция тартуды жоспарласаңыз, онда акционерлік қоғам (АҚ) жауапкершілігі шектеулі серіктестікке (ЖШС) қарағанда жақсырақ болуы мүмкін.

2. Салықтық міндеттемелер:

Сіздің бизнесіңіз үшін қандай салық режимі ең тиімді болады?

Әртүрлі ұйымдық құқықтық нысан әртүрлі салық жүйелеріне қол жеткізе алады. Мысалы, жеке кәсіпкерлер мен (ОСС) таңдай алады, ал АҚ жалпы салық салу жүйесін (ОСН) қолдануы керек.

3. Қаржыландыру:

Сіз өз бизнесіңізді қалай қаржыландыруды жоспарлайсыз?

Сіз қарыз қаражатын жинайсыз ба?

Кейбір ұйымдық-құқықтық нысандар несие мен инвестицияға қол жеткізуді жеңілдетеді. Мысалы, банктер жеке кәсіпкерлерге қарағанда ЖШС мен АҚ-ға несие беруге дайын.

4. Табысты басқару және бөлу:

Бизнесті кім басқарады?

Табыс қалай бөлінеді?

Ұйымдық-құқықтық нысаны компанияның басқару құрылымын және кірісті бөлу тәртібін анықтайды. Мысалы, ЖШС-да басқаруды серіктестік қатысушылары жүзеге асырады, ал кірістер жарғылық капиталдағы үлестерге пропорционалды түрде бөлінеді.

5. Даму перспективалары:

Болашақта бизнесіңіздің дамуын қалай көресіз?

Сіз өз қызметіңізді кеңейтуді немесе халықаралық нарыққа шығуды жоспарлап отырсыз ба?

Ұйымдастырушылық-құқықтық нысан икемді болуы және бизнесті дамыту жоспарларын жүзеге асыруға мүмкіндік беруі керек.

6. Мамандармен кеңес:

— ұйымдық-құқықтық нысанын таңдау көптеген факторларды ескеруді талап ететін күрделі мәселе. Сондықтан сіздің бизнесіңіз үшін ең қолайлы ұйымдық-құқықтық нысанды таңдауда кәсіби көмек алу үшін заңгермен және салық кеңесшісімен кеңесу ұсынылады.

Дұрыс таңдау Ұйымдастыру-құқықтық нысаны — сіздің бизнесіңіздің табысты дамуының кепілі екенін есте сақтаңыз.

3. ӨНЕРКӘСІП КӘСІПОРЫНДА НЕГІЗГІ ӨНДІРІСТІК ҚОРЛАРДЫҢ ТИІМДІ ПАЙДАЛАНУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Әр бір мемлекеттің экономикалық жүйесінің тиімді қызметін атқару кәсіпорындардың негізгі қорлардың жағдайына байланысты, ол өнеркәсіптің өндірістік мүмкіндіктерін ғана емес болашақта даму тенденцияларына жол береді. Өнеркәсіп кәсіпорындарда негізгі заттарды тиімді пайдалануы ерекше маңызды ролін атқарады, себебі олардан инвестициялық проектiлердiн тиiмдi жүргізу және жалпы мемлекетте инвестициялық қызметтерді белсендіру жолдарын іздеуге байланысты.

Фармацевтикалық өнеркәсіптің өндірістік процесі кәсіпорын қызметінде өндірістік пен басқару персоналдың еңбегін пайдалану мен жоғары технологиялық жабдықтарды қолдануды ұйымдастыруды білдіреді.

Өндірістік процесс-белгілі бір өнімді өндіруге бағытталған өзара байланысты негізгі, көмекші, қызмет көрсететін және табиғи процестердің жиынтығы[25,26,27].

Өндірістік процесі (өнімді өндіру) ұйымдастырудың негізінде келесі принциптер жатыр:

* номенклатураның шектелуімен және аттас өнімді (жұмыстарды) жаппай дайындаумен сипатталады;

* еңбек затының өңдеуде болу уақытының ұлғаюын, қозғалыссыз болу уақытының азаюын, тірі еңбек пен еңбек құралдарын пайдаланудағы үзілістердің азаюын қамтитын үздіксіздік.

* кәсіпорынның барлық өзара байланысты бөлімшелері, жабдық топтары, жұмыс орындары белгілі бір уақыт аралығында өнімнің немесе орындалған жұмыстың көлемінің салыстырмалы түрде тең шығарылуын талап ететін пропорционалдылық,

* өндірістік процестің жекелеген бөліктерін бір мезгілде орындауды, жұмыс орнындағы технологиялық операциялардың шоғырлануын және негізгі және қосалқы операцияларды орындау уақытында біріктіруді қамтитын параллельдік;

* өндіріс процесінде еңбек заттары қозғалысының ең қысқа қашықтығын қамтамасыз ететін тура ағымдылық;

* өндіріс процесін жүйелі түрде қайталауды қамтитын ырғақ;

* икемділік-жаңа өнімді шығаруға жылдам қайта құру мүмкіндігі.

Өндіріс процесінің міндетті шарты-бұл еңбек құралдары мен еңбек заттарынан тұратын өндіріс құралдары.

Табиғи және материалдық нысандағы еңбек құралдары негізгі құрал ретінде де, шығындар тұрғысынан да негізгі құрал ретінде әрекет етеді. Негізгі құралдардың негізгі анықтайтын белгілері пайдалы қызмет мерзімі және олардың құнын құрылған өнімге ауыстыру әдісі болып табылады.

Негізгі заттар (НЗ) — ұйымды басқару үшін немесе қызмет көрсету, жұмысты орындау, өнімді өндіру кезінде еңбек құралы ретінде пайдаланатын мүлік бөлігі.

Негізгі заттар ретінде бухгалтерлік есепке алу үшін, бір уақытта төрт шартты орындау қажет:

1) қызмет көрсету немесе жұмысты орындау, өнімді өндіруде немесе ұйымның басқару мақсатында пайдалану;

2) ұзақ уақыт бойында пайдалану, яғни, 12 айдан жоғары пайдалы пайдалану мерзімінде немесе 12 айдан жоғары болатын кәдімгі операциялық цикл кезінде пайдалану;

3) берілген активтерді ары қарай қайта сату ұйыммен қарастырылмаған;

4) келешекте ұйымға экономикалық пайда алып келу қабілеттілігі.

Негізгі заттарды бухгалтерлік есепке алуды дұрыс ұйымдастыру үшін, бұл заттардың типті жіктелуі бекітілген (сур. 1):

- Қатыстылығы бойынша – ұйым балансында көрсетілген және жалға алынған, баланстан тыс көрсетілген өзінің мүлігі;
- Түрлері бойынша – ғимараттар мен құрылғылар, көліктер мен құралдар, өндірістік және шаруашылық инвентарь, тасымалдау құралдары, көпжылдық жасыл көшеттер, жұмысшы және өнімге арналған мал және басқалары;

- Өндірістік процессте пайдаланатын деңгейі бойынша – пайдаланудағы, қордағы, құрылыс кезеңіндегі, консервация кезеңіндегі, жөндеу жұмыстары басталу кезеңіндегі;
- Тағайындалуы бойынша – өндірістік және өндірістік емес.



Сурет 1. Кәсіпорынның негізгі қорларының жіктелуі

Фармацевтикалық ұйымға негізгі заттар әртүрлі тәсілдер арқылы түсуі мүмкін, мысалы келесінің нәтижелері:

- Ақыға басқа ұйымдардан алу;
- Жарғы капиталына ұйымдастырушының салымы есебінен салу;
- Шаруашылық жүргізу немесе оперативті басқаруды алу;
- Келешекте сатып алу мүмкіндігімен, жалға алу;
- Қайтарымсыз пайдалану үшін басқа ұйымдар мен тұлғалардан алу;
- Шаруашылық немесе ретті тәсілмен құрылыс жүргізу;
- Сыйға беру актісі арқылы алу;
- Бірге қызмет етуге беру және сенім хат бойынша басқару;
- Басқа мүлікке айырбастауға беру;
- Заңға қарсы келмейтін басқа тәсілдермен.

Фармацевтикалық ұйымға түсетін НҚ, шоттар мен жабдықтаушылардың жөнелтпе құжаттары арқылы жаратылады. НҚ түсуі тапсыру – қабылдау акті бойынша рәсімделеді:

- Негізгі заттар нысанын тапсыру – қабылдау туралы акт (ғимараттан басқа) — НЗ1-; (1 сур.)
- Ғимаратты тапсыру – қабылдау туралы акт (ғимарат) — НЗ1-а;
- Негізгі заттар нысандарының тобын тапсыру – қабылдау туралы акт — НЗ-16;
- Негізгі заттар нысандарын ішкі орын ауыстыру жөнелтпе құжаты — НЗ2-;
- Негізгі заттар жөнделген, реконструктирленген, модернизирленген нысандарын тапсыру – қабылдау туралы акт — НЗ3-;
- Құрылғыларды қабылдау туралы акт— НЗ14- алып бухгалтерияға тапсырады;

Бухгалтерияға түскен негізгі заттарға есепке алудың инвентарлы карточкасын толтырады. Ғимараттар үшін (үлгі НЗ6-), құрылғылар, көлік, өндірістік және өндірістік инвентарь үшін (үлгі НЗ-7). Негізгі заттар нысанының саны көп болмаған кезде, фармацевтикалық ұйымдарда карточканың орнында инвентарлы кітапты пайдаланады (үлгі НЗ11-). Инвентарлы карточка немесе инвентарлы кітап негізінде негізгі заттар қозғалысын есепке алу үшін, негізгі заттар қозғалысын есепке алу карточкасын толтыру НЗ-12). Осы деректер негізінде бұл карточкаларды негізгі заттардың қозғалысы бойынша есепті үлгіні рәсімдейді.

Негізгі заттарды есепке алу бірлігіне инвентарлы нысан жатады.

Инвентарлы нысан белгілі жұмысты орындауға арналған бірыңғай бүтінді құрайтын, конструктивті бөлікті заттар кешені немесе белгілі өзіндік қызметті орындау үшін арналған нысан ретінде көрсетілген.

Бір нысанда жарамдылық мерзімі әртүрлі болатын, бірнеше бөліктердің болғанда, әрбір бөлік жеке есептеледі.

Пайдалы жарамдылық мерзімі — ұйымға табыс әкелетін, негізгі заттар нысандарын пайдалану мерзімі.

Негізгі заттарды сақтауды бақылау мен есепке алуды ұйымдастыру үшін, пайдалануда, қорда немесе консервацияда болуына тәуелді емес, әрбір инвентарлы нысанға өзіне тән бухгалтерлік есепке алуға сәйкес инвентарлы нөмір беріледі. Инвентарлы насынға берілген нөмір, металл жетонды

қыстыру, бояумен жағы немесе басқа жолдармен нысан бетінде бекітілуі тиіс. Негізгі қаржыға берілген инвентарлы нөмір, оның берілген мекеме иелігінде болған уақыт бойына сақталады. Бухгалтерлік есепке алудан алынып тасталған инвентарлы нөмірлерді жаңадан қабылдаған нысандарға, 5 жыл көлемінде қайтадан бермейді. Негізгі заттар нысандарын дұрыс есепке алудың қажетті ережелерінің біріне, оларды *бағалаудың бірыңғай принцип* жатады. Негізгі заттарды есепке алуда бағалаудың 3 түрін пайдаланады:

- **Бастапқы;**
- **Қайта құралатын;**
- **Қалдық.**

Негізгі заттар есепке **бастапқы баға** бойынша алынады[28,29,30].

Негізгі заттардың бастапқы бағасының қалыптасуы оның ұйымға түсу сипатына байланысты болады. Бастапқы баға деп саналады:

1) *ұйымның, қосылған баға салығы (НДС) мен қайтарылатын салықтардан басқа, құрылғылар мен өндіруге жұмсаған шығыны* — негізгі заттар ақы ретінде түскенде. Жабдықтау келісімі бойынша – жабдықтаушыға, сату – сатып алу келісімі бойынша – сатушыға; құрылыс мердігерлерінің келісімі бойынша және басқа келісімдер бойынша жұмысты орындағаны үшін, сатып алуға байланысты, ақпаратты және кеңес беру қызметтері үшін, негізгі заттар нысандарын алуға байланысты жүргізілетін, тіркеу жинаулары, мемлекеттік, кедендік және оған ұқсас салықтар; қайтарылмайтын салық суммалары, негізгі қаржы нысанын алу, жабдықтау мен жасауға байланысты аралық ұйымдарға сыйақы беруге сәйкес төленетін суммалар фактты шығындар болып саналады.

2) *ұйымды ұйымдастырушылармен келісілген, НҚ ақшалай бағалау*, (егер басқасы заңмен қарастырылмаған болса), ұйымның жарғы капиталына енгізілген салым есебінен;

3) *бухгалтерлік есепке алу күніне байланысты НҚ ағымдағы нарық бағасы*, сыйға тарту (қайтарымсыз) келісім бойынша алынған нысандар үшін. Нарық бағасын анықтау кезінде, өндіруші – ұйымнан қағаз жүзінде алған ұқсас өнім бағасы туралы деректер, мемлекеттік статистика мен сауда инспекциялары мен ұйымдарында немесе арнайы әдебиет пен бұқаралық ақпарат құралдарында жарияланған, НҚ жеке нысандарының бағасы туралы экспертті қорытындылар деректері пайдаланылуы мүмкін;

4) бағасы шет ел валютасында анықталған, нысандар үшін негізгі заттар есепке алу күніне *ҚР Ұлттық банкі валюта бағамы бойынша шет ел валютасын қайта есептеу жолымен анықталған, тенге бағасы* ;

5) шаруашылық және мердігерлік тәсілмен құрылған, нысандар үшін, *фактты шығындар суммасы*.

Негізгі заттардың бастапқы бағасы, оны соңына дейін салғанда, жабдықтағанда, реконструкциялағанда және жартылай жойғанда ғана өзгереді.

Кез келген ұйым жылына 1 реттен кем емес, ағымдағы (қайта құрылатын) баға бойынша, индексация немесе тура есептеу жолымен, құжат арқылы расталатын нарық бағасымен негізгі қаржы нысандарын қайта бағалау жүргізе алады. Бағалау суммасы ұйымның өосымша капиталына есептеледі. Егер қайта бағалау нәтижесінде нысан бағасы төмендесе, онда арзандату суммасы шығын ретінде пайда мен шығын есебіне жатқызылады.

Негізгі заттардың ескіруі

Кәсіпорында негізгі қаржы пайдалану процессінде тозып, ескіреді, өзінің физикалық және техникалық – экономикалық қасиеттерін жоғалтады. Осыған байланысты, фармацевтикалық ұйымдарға, жарамсыз болған нысандарды жаңарту мен қайтадан алуға қажетті қаржыны жинауды қамтамасыз ету қажет.

Негізгі заттардың **қалдық бағасы** бастапқы баға мен қаржыны пайдалану уақытында тозудың есептелген суммасы арасындағы айырмашылығын құрайды.

Тозу — нысанның біртіндеп «ескіру» процессі.

Негізгі заттардың амортизациясы

Амортизация — негізгі заттар нысандарының физикалық және технико – экономикалық қасиеттерін жоғалтудың ақшалай көрінісі.

Негізгі заттар нысандарының **амортизациясы** келесі тәсілдермен жүргізіледі:

- Сызықты;
- Азайтылған қалдық;
- Жарамдылық мерзімі жылдарының суммасы бойынша бағасын шығару;
- Өнім (жұмыс) көлеміне пропорциональды бағасын шығару.

Сызықты тәсілді, пайдалы жарамдылық мерзімін шектейтін басты факторларға пайдалану уақыты мен атқарылған мерзімді жұмыстың салыстырмалы тұрақты көлемі болатын (мысалы, ғимараттар, сауда және мұздатқыш құрылғылар және басқалары), НЗ нысандары үшін қолданылады. Осы тәсілде айлық амортизациялық есептеулер, пайдалы пайдалану мерзімінде бірдей көлемде есептеледі.

Азайтылған қалдық тәсілін пайдалану, әлемдік тәжірибеде көрсетілгендей, белгілі мерзімде жөндеуді талап етпейтін, НЗ нысандарын пайдаланудың бірінші жылдарында, ұйымға амортизациялық есептеулердің көп бөлігін шығынға шығаруға мүмкіндік береді.

Тездетілген тәсілге жататын, **жарамдылық мерзімі жылдарының соммасы бойынша бағасын шығару**, пайдаланудың бірінші жылдарында кейінгі жылдарға қарағанда, амортизациялық есептеулерді жасауға мүмкіндік береді. Көрсетілген тәсіл, пайдалы жарамдылық мерзіміне байланысты бғасы төмендейтін, моральды дағдарыс тез болатын, қызмет ету мерзімі артқан

сайын, нысанды қайта құру шығындары артатын (мысалы, есептегіш техника, байланыс заттары және басқалары) НЗ нысандары үшін қолданылады.

Өнім (жұмыс) көлеміне пропорциональды бағасын шығару тәсілі, пайдалау мерзімділігі басты критеріі болатын негізгі қаржы (мысалы, көлік заттары, тазартылған су алатын құрылғылар және т.б.) қатынасында пайдаланады.

Негізгі заттарды есептен шығару

НЗ нысандары фармацевтикалық ұйымнан келесі негізгі себептермен шығып кетуі мүмкін:

1) нысанды басқа заңды немесе дербес тұлғаға сату. Сату НЗ, 1-НЗ-1а, НЗ-1б; үлгісі бойынша акттердің бірімен рәсімделеді;

2) моральды және (немесе) физикалық тозу жағдайында, форс – мажорлы, кездейсоқ жағдайда (апат, стихиялық апат, басқа кездейсоқ жағдайлар) шығарады. Бұл жағдайда нысанды жою, тұрақты немесе уақытша комиссияның ұйым басқармасының үкімі бойынша жүргізіледі. Комиссия құзыреттілігіне, шығаруға арналған нысанды қарау, ары қарай пайдалану мен қайта жаңғыртуға жарамсыздығы мен шығару себепін анықтау; шығарылатын нысанның материалдарын, бөлшектерін, жеке буындарын пайдалану мүмкіндігін анықтау; НЗ пайдаланудан уақытынан бұрын шығуының себепкерін анықтау және сол себепкерді заңмен қарастырылған жауапкершілікке тарту; шығарылатын заттардан алуды бақылау, олардың саны мен салмағын анықтау; *«Негізгі заттар нысандарын шығару туралы акт»* (автотранспортты заттардан басқа) құрастыру - НЗ-4, *«Автотранспортты заттарды шығынға жатқызу туралы акт»* — НЗ4 -а үлгісі (апат себептері, туралы акты ұсынылған), *«Негізгі заттар нысандарының тобын шығынға шығару актісі туралы* (автотранспортты заттардан бөлек) — НЗ-4б үлгісі. Акт екі экзemplярда құрастырылады, оған комиссия мүшелері қол қойып, ұйым басшысы немесе оның өкілетті тұлғасы бекітеді. Актің бірінші экзemplяры бухгалтерияға беріледі, екіншісі – НЗ сақтауына жауапты тұлғада қалады және нысанды есептен шығарудың негізі болады. Автотранспортты заттарды шығынғы шығаруды рәсімдеуде, бірінші экзemplярға МАИ есебінен шығарылғаны туралы құжатты қоса тіркеледі. НЗ жою нәтижесінде шығатын, шығынға шығару, материалды құндылықтар шығындары актің «Негізгі заттарды шығынға шығаруға байланысты шығындар туралы анықтама, және оларды шығынға шығарудан алатын материалды құндылықтар» бөлімінде көрсетіледі. Ұйым бухгалтериясына берілген, негізгі қаржыны шығынға шығару актісін рәсімдеу негізінде, инвентралы карточкада (инвентарлы кітапта) нысанды шығару туралы белгі қойылады;

3) сыйға беру келісімі бойынша жүзеге асырылатын, негізгі заттар нысанын қайтарымыз беруге және басқа тауарға айырбастау арқылы, алмасу келісімі бойынша, басқа заңды немесе дербес тұлғаларға беру, НЗ сату нәтижесінде сияқты № НЗ – 1 үлгісі бойынша рәсімдейді[31].

Негізгі өндірістік қорлардың тиімді қолданудың көрсеткіштері

Негізгі өндірістік қорлардың тиімді қолдану екі топқа бөлінетін негізгі көрсеткіштермен бағалынады: жалпы және жеке.

Жалпы көрсеткіштер кәсіпорын деңгейінде негізгі өндірістік қорлардың қолдануын бағалауға мүмкіндік береді. Оларға қор өнімділігі, қор сыйымдылығы, негізгі өндірістік қорлардың рентабельділігі және жұмысшылардың қор қарулануы жатады.

Жеке көрсеткіштер негізгі өндірістік қорлардың өнімділігін уақыт бойынша қолдануды сипаттайды. Оларға жабдықтардың, құрылыстардың, өндіріс аудандарың қолданудың экстенсивті және интенсивті коэффициенттері жатады.

Негізгі өндірістік қорларды пайдалану ең маңызды жалпылау көрсеткіші қор қайтарымы болып табылады. Қор қайтарымының өзгеру деңгейі мен тенденциясы бірнеше факторларға байланысты: негізгі өндірістік қорлардың құнынаң, олардың құрылымынаң, өнімділігінен, қолданудың жеделділігінен, шығарылған өнім көлемінен.

Қор қайтарымының (Кк) есептеудің бірнеше әдістері бар. Ең кең таралған әдіс- жалпы өнімді есептеу әдісі болып табылады. Оның мәні белгілі бір кезең әдетте бір жыл уақытта жалпы өнімнің құнын және негізгі өндірістік қорлардың орташа жылдық құнына бөлуден тұрады:

$$\Pi = \frac{Q}{K_k} \dots\dots(1)$$

Q – өнімнің ақшалай құны

Қор қайтарымына кері байланыс көрсеткіш қор сыйылымдылығы болып табылады. Ол негізгі өндіріс қорлардың өндірілген өнімнің қатысындысынан тұрады. Қор сыйылымдылығы – пайдаланылатын негізгі құралдардың бірлігіне шаққанда шығарылатын өнім құны

Негізгі құралдардың кірістілігі (рентабельділігі) пайдаланылатын негізгі құралдардың әр тенгеге алынған кәсіпорынның пайда мөлшерін көрсетеді.

$$P = \frac{\Pi}{K} 100\% \dots\dots\dots(2)$$

П- кәсіпорынның пайдасы

Негізгі заттар қамсыздандыру қоры Fж негізгі өндірістік қорлардың бір жұмысшыға шаққандағы көрсеткіш болып табылады. Ол негізгі қорлардың соммалай мөлшері мен жұмысшылар санымен қатынасын көрсетеді

$$Fж = \frac{\Phi}{J} \dots\dots\dots(3)$$

Ж – орташа жұмысшылар саны

Өнімнің қор сыйымдылығы мен қор өнімділігі негізгі көрсеткіштер болып табылады. Олардың көмегімен өндірістік қорлардың негізгі пайдалану

деңгейін анықтауға болады. Сонымен бірге бұл көрсеткіштерді негізгі өндірісті пайдалану тиімділігінің критерийлері деп санауға болмайды. Негізгі өндірістік қорлардың қолдану деңгейін жоспарлы, нормативті, және есепті қор жарактандыру мен, қор сыйымдылығы көрсетеді. Олардың тиімділігін бағалау үшін белгілі бір уақытта осы көрсеткіштерді нормативті және жоспарлы көрсеткіштермен не болмаса өткен жылдағы мәліметтермен салыстыру арқылы жүргізеді.

Өз кезегінде, негізгі өндірісті пайдалану деңгейі қорларға инвестицияланған қаражаттың өсу қарқынының мен шығарылатын өнімнің сатып алу құнына арақатынасына байланысты. Өндірілген өнімнің өсу қарқынына байланысты негізгі өндірістік қорының пайдалану өседі, кері жадайда қысқарады. Осыған орай, негізгі өндірістік қорларын пайдалану тиімділігі болып өндірілген өнімнің өсу қарқының озуды негізгі өндіріс қорларының орташа жылдық құнының өсу қарқынымен салыстырғанда талап етеді.

Негізгі құралдардың пайдалану тиімділігіне тағы негізгі техникалық жабдықтар парктін жас құрылымы әсер етеді. Ең кен таралған көрсеткіш – осы жіктелген топқа жататын негізгі өндіріс қорлардың орташа жасы.

Жабдық бірлігінің жасының ұлғаюмен оның жұмыс жасау қабілеттілігінің қалпына келтуруге уақыттың ұзартылуына байланысты яғни жоспарлы жөндеу жұмыстарын жүргізу себептен тиімді жұмыс істеу қабілеті қысқарады.

Артық жабдықты жою өндірістің тиімділігіне оң әсер тигізеді, өйткені бұл баланстан кәсіпорын осы жабдықтың құнын алып тастайды және осылайша жабдықтың амортизация мөлшеріне шаққандағы пайда артады.

Жалпылай көрсеткіштердің өзгеру себептерін анықтауға кәсіпорынның негізгі құралдардың бөлек түрлері мен топтарын қолдану деңгейін сипаттайтын *жеке көрсеткіштерді* есептейді.

Кәсіпорынның жабдықтарын қолдану тиімділігін бағалауға келесі көрсеткіштер практика жүзінде жиі қолданады[32].

Экстенсивті толтыру коэффициенті (жабдықтың экстенсивті қолдану) K_3 - уақыт бойынша жабдықтың орташа қолдану дәрежесін сипаттайды. Белгілі бір уақытта нақты және тиімді жұмыс жасау қатынасы арқылы есептеледі:

$$K_3 = \frac{\Phi_n}{\Phi_t} \dots \dots \dots (3)$$

Φ_n – жабдықтың нақты жұмыс жасау уақыты

Φ_t - жабдықтың тиімді жұмыс жасау уақыты белгілі бір уақытта (ай, тоқсан, жыл),

$$\Phi_t = \frac{D * C * f * (1 - \frac{Pr}{100}) * n}{100}$$

D- жұмыс күндер уақыты;

C – жабдықтың аысу уақыты;

F – жұмыс сменаның ұзақтылығы;

Pr – жоспарлы-жөндеу уақыты;

n – жабдықтардың өлшембірлік саны

Экстенсивті толтыру коэффициенті әр бір жабдықтың өлшембірлігіне шаққанда, бірдей жабдықтар тобы, учаске, цех, кәсіпорын бойынша есептелу мүмкін.

Интенсивті толтыру коэффициенті (Ки) – жабдықтың қолдану дәрежесін өнімділігі бойынша сипаттайды. Ол жоспарлы (нақты) өнімнің бірөлшем. Уақыт бірлігі (жыл, ай, аусым, сағат) үшін жабдықпен өнімді жоспарлы нақты шығарудың ең жоғары ықтимал шығарылымға қатынасы ретінде айқындалады.

$$K_{и} = \frac{V_{п(ф)}}{V_{max}} \dots\dots\dots (4)$$

V_{п(ф)} - жабдықтың жоспарлы (нақты) өнімділігі уақыт өлшембірлігінде;

V_{max} - жабдықтың максимальды өнімділігі

Жабдықтың интегральды қолдану коэффициенті (Китн) интенсивті және экстенсивті коэффициенттердің көбейтуі арқылы есептеледі:

$$K_{итн} = K_{э} * K_{и} \dots\dots\dots (5)$$

Жабдық жұмысының аусымдық коэффициенті **K_{см}** жабдықпен тәулік бойы жұмыс істеген аусымдардың орташа санын көрсетеді. Аусымдық коэффициенті нақты жұмыс жасаған станко –тәулігі, аусымы саны жалпы жабдықтарының саны қатынасымен есептеледі:

$$K_{см} = \frac{C_{ф}}{N * D_{р}}$$

C_ф - нақты жұмыс жасаған станко –тәулігі, аусымы саны

D_р – маусымдағы жұмыс күндер саны

Жабдықтардың экстенсивті және интенсивті қолдану коэффициенттерден басқа өндірістік құрылыстар мен алаңдардың қолдану көрсеткіштері маңызды. Өндірістік алаңдарды ұтымды пайдалану күрделі құрылыссыз өнім шығаруды ұлғайтуға және сол арқылы капитал салымдарының мөлшерін азайтуға мүмкіндік береді. Бұл кезде уақыт та ұтады, өйткені босатылғани өндірістік алаңдары өндірісті жаңа құрылысты жүзеге асаыруға қарағанда тезірек ұйымдастыруға болады.

Өндірістік алаңдарды қолдану көрсеткіштер арасында ең маңызды экстенсивті және интенсивті қолдану коэффициенттер; цехтың, учаскенің өндірістік алаңдарын толтыру коэффициенті; жабдыққа арналған өнеркәсіптік өндірістік алаңдарды пайдалану коэффициенті және өндірістік алаңдарды 1 шаршы метрден өнімді алу көрсеткіші.

Ескі заттарды ауыстыру, толығымен қолданылған не болмаса басқа себетерден өндірістің талаптарына сай келмейтін негізгі құралдардың жаңалауы *негізгі қорлардың қайта өңдеу немесе реновация деп аталады*

Негізгі қорлардың қайта өңдеу қаржыландыру көздері:

- Бюджеттік қаражат;
- Кәсіпорынның өзіндік қаржылары (жарғылық қор, амортизациялық қор, пайдадан бөлінген, құнды қағаздардан түсімдер)
- Банк кредиттері

Негізгі қорларды молайту мәселелері

Негізгі қорларды ұлғайту ол негізгі қорлардың жаңартудың үздіксіз процесі. Оған техниканы және жабдықтарды жаңарту, күрделі жөндеу, жоспарлы жөндеу жұмыстарын уақытылы жүргізу. Негізгі қорлардың массасын ұлғайту, кәсіпорындарды өндірістік бағдарламаға сәйкес қамтамасыз ету және оларды жұмыс жағдайында ұстау.

Негізгі қорлардың молайтыудың екі түрі бар. *Қарапайым қалпына келтіру және кеңейтілген жаңғырту*. Қарапайым қалпына келтіру ол бұрыннан қолданып жатқан жабдықтарды және басқа негізгі заттарды жоспарлы және күрделі жөндеу жұмыстарын жүргізіп жаңарту болып табылады. Ал *кеңейтілген жаңғырту* ол үлкен көлемде жаңарту жұмыстарын жүргізу, оның ішінде кәсіпорынның көлемін ұлғайту, жаңа объектілер қосу, жаңадан ұй жайлардың көлемін кеңейту, жаңа жабдықтарды өндіріске енгізу ж.б.

Негізгі заттардың көлемін ұлғайтуға арналған ақша қаражаттары негізгі жарғылық қорынан тусуі мүмкін; немесе кәсіпорынның иелігінде қалған пайда есебінен; өтеусіз беру нәтижесінде; жалдау арқылы түседі.

Негізгі қорларды өндіру процесін талдау мынадай көрсеткіштерді есептеуді көздейді:

1) негізгі қорларды жаңарту коэффициенті:

$$K_{\text{обн}} = \frac{\Phi_{\text{в}}}{\Phi_{\text{к}}} \cdot 100,$$

мұнда $K_{\text{обн}}$ -жаңарту коэффициенті, %;

$\Phi_{\text{к}}$ -жыл соңындағы негізгі қорлардың құны, руб.;

$\Phi_{\text{в}}$ -жыл ішінде қолданысқа енгізілетін негізгі қорлардың құны, руб.

2) негізгі қорлардың өндірістен шығу коэффициенті:

$$K_{\text{выб}} = \frac{\Phi_{\text{л}}}{\Phi_{\text{н}}} \cdot 100,$$

Мұндағы: $\Phi_{\text{л}}$ -жыл ішінде негізгі қорлардың өндірістен шығу, жойылу құны.;

$\Phi_{\text{н}}$ -жыл басындағы негізгі қорлардың құны.

Жаңарту коэффициенті шамасының шығу коэффициентінің мәнінен асып кетуі кәсіпорында негізгі қорларды жаңарту процесі жүріп жатқаның дәлелдейді.

Негізгі құралдарды пайдалану тиімділігін арттыру бойынша мәселелерді және ұсыныстарды талдау

Бүгінгі таңда негізгі құралдардың әлі де сақталып отырған айтарлықтай тозу дәрежесі өнеркәсіптік кәсіпорындардың техникалық және технологиялық артта қалуын күшейтуде. Кәсіпорындардағы негізгі активтерді көшіру негізгі капиталды құруға, сатып алуға, қалпына келтіруге және жақсартуға бағытталған жалпы капиталдық инвестициялар есебінен болуы мүмкін [6].

Кәсіпорындардың едәуір бөлігі, ең алдымен, бүгінгі таңда айтарлықтай тозған өнеркәсіптік өнеркәсіп инвестицияны қажет етеді. Сондықтан, операциялық қызмет процесінде өнеркәсіптік кәсіпорындар өнімділікті, инновациялық шешімдерді енгізу негізінде негізгі құралдарды пайдалану тиімділігін сақтау үшін инвестициялық қорларды қалыптастырудың үнемі жаңартылатын циклін жүзеге асыруы керек [2].

Зерттеу негізінде өнеркәсіптік кәсіпорындарда өмірлік циклдің әртүрлі кезеңдерінде негізгі құралдарды пайдалану тиімділігін арттыру үшін келесі ұсыныстарды ұсынуға болады.

Өмірлік циклдің бастапқы кезеңінде: - жоғары технологияларды пайдалануды қамтамасыз ететін негізгі құралдардың инновациялық түрлерін сатып алу; - негізгі құралдарды, әсіресе олардың физикалық және ескіруін болдырмау үшін олардың белсенді бөлігін (өндіріс процесіне тікелей қатысу) уақтылы жаңартуды қамтамасыз ету; - өнеркәсіптік кәсіпорындардың негізгі құралдарын жаңарту коэффициентінің ұлғаюы; - өндірістік қызметті автоматтандыру және механикаландыру дәрежесін арттыру.

Өмірлік циклдің операциялық кезеңінде: - жоғары сапалы және уақтылы техникалық тексерулер, ағымдағы және күрделі жөндеулер; - материалдық активтерді уақтылы қайта бағалау.

Өмірлік циклдің жою кезеңінде: - артық жабдықты жою құны бойынша сату, ол әділ құнға дейін қайта өлшенеді.

Сондай-ақ жалпы өндіріс процесі деңгейінде тиімділікті арттыру жолдары:

- экономикалық тұрғыдан мүмкін болған жағдайда жөндеу қызметтерін орталықтандыруды қамтамасыз ету;
- машиналарды пайдалану кезінде жұмыс уақытын және тоқтап қалуды азайту мақсатында өндірістік және жұмыс күшін ұйымдастыруды жақсарту;
- қызмет көрсету персоналының біліктілігін арттыру;
- жаңа технология мен прогрессивті технологияны енгізу, энергияны үнемдеу және отынды үнемдеу.

Жоғарыда көрсетілген ұсыныстар негізгі құралдарды пайдаланудың тиімділігін оларды сапалы пайдалану тұрғысынан да, ақпараттық қамтамасыз ету тұрғысынан да арттырады. Жалпы өндірістік процесс деңгейінде негізгі қорларды пайдалану тиімділігін арттыру ілесіп өндірістік шығындарды едәуір дәрежеде азайтуға, нәтижесінде өндіріс тиімділігінің көрсеткіштерін жақсартуға бағытталған, сонымен қатар тауарларды өткізудің тиімділік

көрсеткіштеріне айтарлықтай әсер етуі мүмкін немесе қызметтер, өйткені өнімдер немесе қызметтер бәсекеге қабілетті болады.

Бүгінгі таңда кәсіпорындардың негізгі өндірістік қорлары жеткілікті түрде тиімді пайдаланылмай отыр. Оларды пайдалану тиімділігін арттыруға қарқынды түрде қол жеткізуге болады, атап айтқанда:

- кейбір ескірген технологияларды өндірісті жеделдететін және еңбек өнімділігін арттыратын жана, компьютерленген технологиялармен ауыстыру;

- өндіріс орындары мен жабдықтарды реконструкциялауды жүзеге асыру, олар «тар жолдар» болып табылады, яғни олар өндіріс көлемін ұлғайту мүмкіндігін тежейді;

- жаңа озық техниканы енгізуге және онымен жұмыс істеуге жауапты инженерлік-техникалық қызметкерлер мен негізгі өндіріс қызметкерлерін оқытуды және қайта даярлауды ұйымдастыру. Негізгі қорлардың жай-күйін жақсарту техникалық және технологиялық инновациялық жаңғыртуды жаңарту және жүргізу арқылы ғана мүмкін болады.

4. ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ КӘСІПОРЫННЫҢ ӨНДІРІСТІК ҚОРЛАРЫ, АЙНАЛЫМ ҚОРЛАРЫҢ ТИІМДІ ПАЙДАЛАНУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Айналым заттардың мәні мен түсінігі, олардың құрылымы мен құрамы

Шаруашылық қызметпен айналысатын әрбір кәсіпорында өнімді өндіру мен сатудың үздіксіз процесін қамтамасыз ететін айналым қаражаттары (айналым қаражаттары) жеткілікті мөлшерде болуы керек. Нарықтық экономика құралдарының айналымына қатысатын шаруашылық жүргізуші субъектілердің айналым қаражаттары органикалық біртұтас кешен болып табылады.

Айналым капиталы капиталдың ең мобильді бөлігі болып табылады, оның жай-күйі мен ұтымды пайдаланылуы көбінесе шаруашылық қызметінің нәтижелеріне және кәсіпорынның қаржылық жағдайына байланысты.

Кәсіпорынның айналым қаражаттарының жеткілікті болуы оның нарықтық экономика жағдайында қалыпты жұмыс істеуі үшін қажетті алғышарт болып табылады.

Қажетті тауар қорын қалыптастыру, сауда кәсіпорнына тұрақты тауар ассортиментін, белгілі баға саясатын жүзеге асыруға, сатып алушылар сұранысын қанағаттандырудың деңгейін арттыруға мүмкіндік береді. Осының барлығы, әрбір кәсіпорында тауар қоры ассортиментінің қажетті оптималды деңгейі мен кеңдігін ұстап тұруды талап етеді. Тауар қорлары кәсіпорынның айналымдағы заттар құрамына кіреді.

Фармацевтикалық зауытының айналым заттарына, ассортиментінің тауарлары, ақшалары, ыдыстары, дәрілік – өсімдік шикізаты, қосымша материалдар, құнды емес және тез тозатын шикізаттар жатады.

Айналымдағы заттардың негізгі массасын (70% шамасында) тауарлы – материалды құндылықтар құрайды. Сондықтан, фармацевтикалық ұйымының қалыпты қызмет етуі үшін, дәріханада тауар ассортиментінің кендігі мен тауарды үздіксіз сатуды қамтамасыз ететін, тауар қорын дұрыс мөлшерлеу қажет.

Айналым қорларының жіктелуі

1) Тағайындалуы бойынша, тауар қоры ағымдағы, маусымды және мақсатты тағайындалған болып бөлінеді.

- *Ағымдағы тауар қоры* - ағымдағы сатуға арналған тауар қоры. Олар біркелкі жыл бойына толықтырылып отырады..
- *Маусымды тауар қоры* - маусымды тағайындалатын тауар қоры. Олар шалғай зоналарда, жылдың кейбір мезгілдерінде пайда болады және тек жылдың жылы мезгілінде ғана тасымалдауға болатын, дәріхана спецификасына байланысты болады.
- *Мақсатты тағайындалған тауар қоры* - нысаналы медикаментозды тапсырмаларды орындауға арналған (эпидемиялық аурулармен күрес жүргізу, жалпы вакцинация жүргізу)[33, 34].
- *Мерзімінен бұрын кіргізілген қорлар.*

2) Мерзімі бойынша:

- Бастапқы қорлар (мерзімнің басындағы тауар қалдықтары);
- Есепті қорлар (белгілі күнге, инвентаризация кезіне);
- Соңғы қорлар (есепті мерзімнің соңындағы қалдықтар).

2) Орналасуы бойынша:

- Көтерме сауда желісіндегі қорлар(дәріхана қоймалары, базалар);
- Бөлшек саудадағы қорлар;
- Жолдағы қорлар.

Тауарды сату өлшеміне дұрыс қатынаста болатын және тауардың шамадан тыс жиналуын болдырмайтын, тауар қорының дұрыс өлшемін қалыптастыру қажет.

Жеткізілуінен бастап, сатуға дейінгі сферасында тауардың айналуының ұзақтығы, тауар айналымдылық уақытын құрайды. Тауар айналымдылық жылдамдығы дәріхана ұйымы жұмысының маңызды көрсеткішіне жатады.

Тауарайналымдылық 2 көрсеткішпен сипатталады.

- 1) Тауар қорының айналымдылық *периоды*, келесі формула бойынша анықталады:

$$C = \frac{Отк}{Тбіркүндік}$$

C- күнге есептелген тауарайналымдылық;

Отк – орташа тауар қоры;

*T*_{біркүндік} – *біркүндік сату*.

Айналым сандары , есепті жыл бойынша орташа тауар қорының неше мәрте айналатындығын көрсетеді

- 2) *Есеп жылда орташа тауар қорының айналымдар саны, тауарайналымдылықтың жылдамдығы – (жылына қанша рет тауар айналып турады).*

$$O = \frac{D}{C}$$

O – жылдамдығы;

D - берілген мерзімдегі күн саны;

C – күндегі тауарайналымдылығы.

- 3) тауарайналымдылық жылдамдығын, сату көлемінің, көтерме сауда бағасымен орташа тауар қорына қатынасымен де анықтауға, болады.

$$C = \frac{T}{Отк}$$

C – саны;

T – сату көлемі;

Отк – орташа тауар қоры.

Күндік тауарлар қоры, белгілі бір мерзімнің – кварталдың, жылдың тауар қорының жағдайын сипаттайды.

Тауарайналымдылық – кәсіпорынның тауар саясатының тиімділігін сипаттайтын, маңызды сапалық көрсеткіш. Тауарайналымдылық неғұрлым жоғары болса, соғұрлым тауарды жылжытуға байланысты шығын аз болады және дәріхана рентабельділігі жоғары болады. Сондықтан, әрбір кәсіпорын осы көрсеткішті арттыруға ынталанады.

Тауар қорын талдау.

Кәсіпорынның тауар қорының көлеміне келесі факторлар әсер етеді:

Сату көлемі, сату құрылымы (түрі және ассортименті бойынша), орналасу орны, сұраныс пен ұсыныс әсері, жабдықтау базасына дейінгі ара қашықтық, тауарды тасымалдайтын желі жұмысының ұйымдастырылуы, баға деңгейі және олардың динамикасы, фармацевтикалық ұйымның материалды – техникалық қамтамасыз етілуі және т.б.

Тауарды қамтамасыз етуге, жабдықтаудың мерзімі мен біркелділігі, тауарды алып келу келісім – шартын толығымен, көлемі бойынша, мерзімі бойынша орындау, яғни, тауарды үздіксіз сатуды қамтамасыз етеді және жоқ болған жағдайда қосымша тауар қорын сақтауды талап етпейді.

Жабдықтау біркелкілігі, коэффициент біркелділігімен анықталады: оның есептеуі келесі перациялардан тұрады:

- 1) Жабдықтау көлемінің орташа квадраттық ауытқуын анықтау (α):

$$\alpha = \sqrt{\sum (x - x_{орт})^2 : n}$$

x , $x_{орт}$ – жабдықтаудың фактты және орташа мағынасы;

- n - ай, квартал саны;
- 2) Жабдықтау вариациясының коэффициентін анықтау (V):

$$V = (\alpha \times 100):x$$
- 3) Тауар түсуінің біркелкілік коэффициентінің көлемі (K_p)

$$K_p = 100 - V$$

Неғұрлым K_p 100% жақын болса, соғұрлым тауардың жабдықталуы біркелкі ұйымдастырылған және жабдықтау процессінде тәуекелділік аз болады.

1 тенге тауар ына шақталған тауар қорының суммасы келесі формуламен көрсетілген:

$$K_{об} = (\Pi + O_{орт}): T$$

$K_{об}$ - қамтамасыз ету коэффициенті;

$O_{орт}$ - орташа тауар қоры;

Π - тауардың түсуі;

T - тауар ы.

Күндік тауар қорының қамтамасыз етілуінің деңгейі, қанша күн сатуға жететінін көрсетеді:

$$TЗ_{күндік} = \sum TЗ : T_{бір күндік}$$

Тауарайналымдылықтың тездетілуі сауда ұйымға сәттілік тенденция болып табылады. Үлкен тауар қалдықтары, олардың айналымдылығының баяулайды, тауарайналымның жұмысының нашар ұйымдастырылғанын, немесе, тауар сапасының төмендігін, сатылмайтын ассортименттің болуы және тауарды әкелудің біркелкі еместігін көрсетеді.

Сондықтан, тауар қорының нормативін сақтау қажет.

Тауар қорының нормативі - бұл шығыны минимум болатын, тұтынушылардың сұранысын максималды қанағаттандыру үшін қажетті, тауар ассортиментінің оптималды көлемі.

Тауар қорын жоспарлау процессі бірнеше кезеңнен тұрады:

- 1) Тауар қорын қалыптастыру мақсатын анықтау;
- 2) Жоспар алдығы мерзімде, тауар қорының өлшемін, құрылымы мен жылдамдығын талдау;
- 3) Тауар қорының нормативін жасау;
- 4) Тауар қоры жағдайына бақылауды қамтамасыз ету.

Тауар қорының оптималды өлшемін анықтау әдістері

Күндік және соммалық тауар қорын жоспарлау

Бұл әдіс, тауар қорын қамтамасыз етуге арналған, қалыптасқан күндік тауарайналымдылықтың мерзімі мен жоспарланған сату көлемінен шығатын, тауар қорының соммасын анықтауға негізделген.

1) ол үшін бастапқыда, жоспарланған жылдан бұрынғы бірнеше жылдардағы тауарайналымдылығының күндер бойынша талдау жүргізеді. Қалыптасқан тенденцияларды ескере отырып, алынған нәтижелер, тауар қорының айналымдылығын күндер бойынша жоспарлы көрсеткішін анықтауға негіз болады.

2) жоспарланған бір күндік сату көлемі бойынша әрбір квартал соңына тауар қорының нормативті соммасы бекітіледі. Есептеу келесі формула арқылы жүргізеді:

$$\text{Тауар қоры соммасы} = T_{\text{бір күнд}} * \text{күндер қоры}$$

Масыл: бірқатар жылдарға күндер бойынша тауарайналымдылығы: 1 жыл – 56 күн; 2 жыл – 53 күн ; 3 жыл – 50 күн болды. Тауарайналымдылығының жылдамдығы 3 күнге тауар қорының қысқартылуы байқалады, бұл жоспарланған жылға тауар қорына 47 күн - норматив бекітуге мүмкіндік береді.

Сату көлемінің жоспарлы мағынасы кварталға – 600,0 мың тенгені құрады.

Сату жоспарын орындауға қабілетті, тауар қорының оптимальды болжамының соммасы құрайды:

$$\text{Тауар қоры соммасы} = \frac{600}{90} \times 47 = 313,3 \text{ мың тенге}$$

4.4 Ассортимент бойынша тауар қорын қалыптастыру:

Ассортиментті топтар бойынша тауар қорын бекіту үшін, ағымды сақату қорын топтастыру тиімді (сурб.2.1).

Оптимальды қорды есептеу үшін, әртүрлі әдістерді қолданады.

1 әдіс – тауар қорын жасауға салыстырмалы шығындардың жабдықталуын оптимизациялау. Қорларды оптимизациялау критериілеріне жататын шығындар (Q): сатып алу бойынша, мазмұны бойынша (қорларды сақтау), тауар жоқтығы нәтижесінде жоғалтулар.

Оптимальды қор көлемін Уилсон формуласы арқылы есептейді:

$$Q = \frac{\sqrt{2PS}}{C}$$

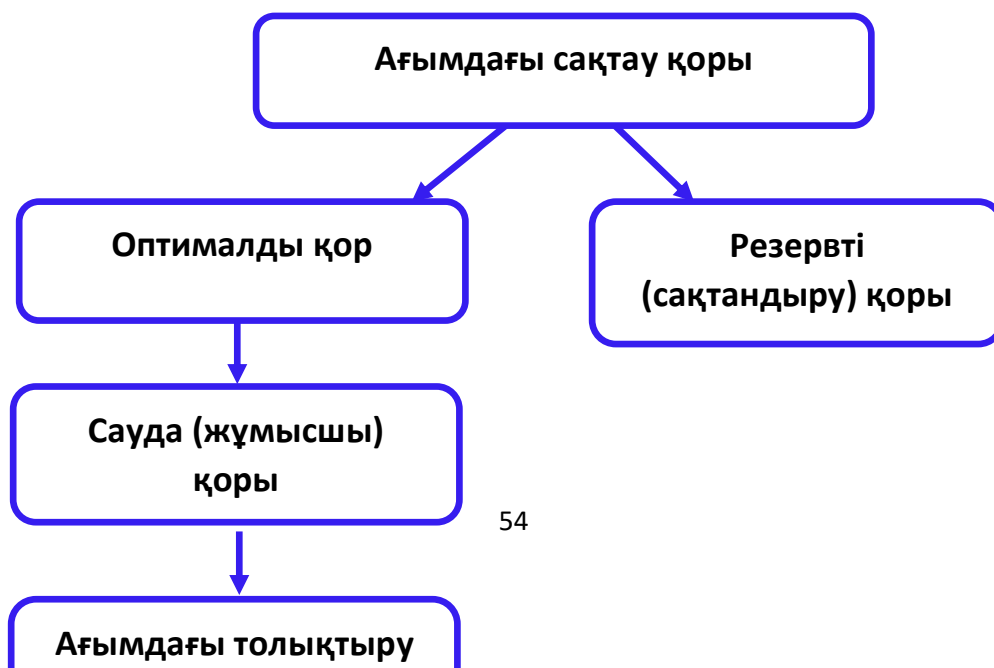
Q – оптимальды қор; ный запас;

P – бір жылдық сату көлемі;

S – тапсырманы орындау шығыны;

C – шығынды сақтау.

Берілген әдісті дәріхана қоймаларында, базалар мен фирмаларда оптимальды тауар запасын есептеу үшін пайдалану тиімді (1 сурет).



1 сур. Ағымдағы сақтау қорын үлестіру

2 әдіс. Ағымдағы сақтау қорын құрамдас элементтері бойынша есептеу.

Сауда (жұмысшы) қоры ДЗ жиынтығынан тұрады .

Жұмысшы қорының өлшемі 1 – күндік сатуды қамтамасыз етуі қажет.

Мысалы: орташа жылдық сатылымы 18000 қорап болатын, цитрамонның жұмысшы қоры :

18000 қорап : 360 күн =500 қорап.

Ағымдағы толықтыру қоры кезекті жабдықтау арасында үздіксіз сатуды қамтамасыз етеді. Берілген түрдің қорын анықтау үшін, тапсырысты беру уақыты мен алу уақытың арасындағы уақытты және орташа болжамасы сатылымды білу қажет.

Есептеуді келесі формула арқылы жүргізеді:

Ағымдағы толықтыру қоры = $R_{дн} \times L$,

R – күндік орташа сатылым

L – тапсырысты беру мен алу арасындағы уақыт

Мысал: цитрамонның бір күндік сатылымы орташа есеппен 50 қорапты құрайды, тапсырысты беру мен алу арасындағы уақыт 10 күнді құрайды. Сонда, тапсырысты беру мен алу арасындағы тауар қоры 500 қорап болуы қажет (50қорап. x 10).

Сонымен, цитрамонның (Q) оптимальды қоры:

$Q = 3$ жұмысшы + 3 ағымдағы

$Q = 50$ қ. +500 қ. =550 қорап.

Сақтандыру қоры тапсырысты орындау уақытының аралығында, кездейсоқ жағдайлар кезінде сұранысты үздіксіз қамтамасыз ету үшін жасалады. Егер фактты тұтыну, есепті тұтынудан жоғары болса, сақтандыру қоры дәріханадағы тауар қорының құлдырауы болдырмайды. Сақтандыру қорын жасау тауар жетіспеушілігі кезінде жоғалту тәуекелділігін сақтандыруды қамтамасыз етеді.

Сақтандыру қоры = $\Pi \times \sqrt{L}$,

Π – препараттың орташа айлық тұтынуы;

L - жабдықтау арасындағы уақыт интервалы (ай).

Мысал: цитрамонның орташа айлық тұтынуы 1500 қорап, жабдықтау арасындағы уақыт интервалы – 10 күн. Онда берілген препараттың сақтандыру қоры:

Сақтандыру қоры = $1500 \times \sqrt{0,3} = 822$ қорап.

Кәсіпорынның тауар саясатының тиімділігін бағалау

Тауар қорын пайдаланудың тиімділігін бағалау үшін маңызды көрсеткішіне тауар қорының күндер бойынша тауарайналымдылығы және жылдамдығы. Мерзім соңында рентабельділік көрсеткіші негізінде, салынған тауар қорына дәріхана қандай табыс алатынын есептеуге болады:

$$\text{Рентабельділік} = \frac{\sum \text{сату табысы}}{\sum \text{тауар}} \times 100\%$$

Бұл көрсеткіш азайған кезде, тауар қорының жоспарлы суммасының есебіне коррективтер енгізу қажет. Рентабельділіктің азғана төмендеуі, тауар ассортиментінің кеңеюімен байланысты болады.

Тауарлардың түсімін жоспарлау

Тауарайналымдылықтың жоспарын орындау үшін негізгі элементке, сату үшін қажеттіліктерді ескере отырып, тауар түсуінің көлемін дұрыс жоспарлау жатады.

Тауар ресурстарының түсуін жоспарлау ақшалай және натуральды өлшеммен жоспарланады.

Соммалы көрсеткіште тауар түсуін есептеу үшін, тауар балансының формуласын қолданады:

$$T = \text{Ш} + \text{Қб} - \text{Қс}$$

Қб, Қс – мерзімнің басы мен аяғына жоспарланған тауар қорының нормативі

Ш – сату көлемінің жоспарлы көрсеткіші

Тауардың түсуі көтерме бағада есептеледі, сондықтан, тауар теңдігінің барлық элементтері сәйкестендірілген көтерме бағада болуы тиіс.

Ережеге сай, балансты әдіс тауар ресурстарының жылдық көлемін жоспарлау үшін қолданылады. Жабдықтаудың жиілігін, интервалы мен көлемін анықтау үшін, тапсырыстың бекітілген өлшемінің жүйесі қолдануы тиіс.

Жүйенің негізгі элементтеріне жатады:

- Оптимальды тапсырыс;
- Тапсырыс нүктесі;
- Түсудің оптимальды интервалы.

Минимальды қор (O_{\min}) орташа күндік тұтыну, тапсырысты беру интервалы мен тауарды алу интервалы, сақтандыру қоры ескеріліп, келесі формула бойынша есептеледі:

$$O_{\min} = D \times Z + Z_c \text{ или } O_{\min} = D \times Z + M\sqrt{r},$$

Z_c - сақтандыру қоры ; D - орташа күндік тұтыну ;

Z – беру мен тауарды алудағы уақыт интервалы;

M - орташа айлық тұтыну;

R – тауар түсу арасындағы интервал.

Максимальды қор (O_{max}) оптимальды және сақтандыру қорының суммасына тең:

$$O_{max} = Q + Z_c \text{ или } O_{max} = \frac{\sqrt{PSM} \sqrt{r}}{C}$$

Q – оптимальды қор;

Z_c - сақтандыру қоры.

Қолданылған басқару моделі қорды басқару шығынының минимизациясына негізделген. Ең маңыздысы тапсырыстың үнемді көлемін анықтау, біздің жағдайда оптимальды тапсырыс оптимальды қорға тең деп есептеледі, олай болса, оны Уилсон формуласы бойынша есептеуге болады:

$$Q = \frac{\sqrt{2PS}}{C}$$

Тауар жетіспеушілігі болмас үшін, жаға тауарды алуға дейін, сұранысты қанағаттандыруға жеткілікті тауар саны болған кезде, тапсырыс қоймаға түсуі қажет. Тауардың бұл саны **тапсырыс нүктесі** (T_3) деп аталады. Тапсырыс нүктесі минимальды қорға сәйкес болады:

$$T_3 = O_{min} = \frac{DxZ + Z_c}{C}$$

$$T_3 = \frac{\sqrt{2PS} + M \sqrt{r}}{C}$$

Жеткізудің оптимальды интервалы (T_o) тауар партиясының түсуі арасындағы уақытты көрсетеді, келесі формула бойынша есептеледі:

Өнеркәсіп салаларындағы айналым заттарының тиімділігін арттыру жолдары.

Айналым заттардың пайдалану тиімділігінің көрсеткіштері айналымдылық коэффициент, айналымның жылдамдылығы және айналым уақытымен анықталады.

1. Айналымдылық коэффициенті:

$$K_o = \frac{O_p}{O_c}$$

Мұндағы, K_o -айналымдылық коэффициенті,
 O_p -тауарларды өткізу көлемі,
 O_c - орташа тауарлық қорлар

2. Айналым (айналым) уақыты:

$$T_o = \frac{360}{K_o}$$

3. Бекітілген құралдардың (жүктемелердің) коэффициенті:

$$K_{зс} = \frac{O_c}{O_p}$$

Айналым капиталын бағалаудың негізгі мақсаты айналым капиталын басқарудағы кемшіліктерді уақтылы анықтау және жою және оны пайдаланудың тиімділігі мен қарқындылығын арттыру үшін резервтерді табу болып табылады[35,36,37].

Кәсіпорынның бухгалтерлік балансында сатуға қиын активтердің едәуір көлемінің елеулі жағымсыз салдары болуы мүмкін. Бұл өлі капитал деп аталатын кәсіпорындағы қаражат айналымын баяулатады, демек оның қызметінің тиімділігін төмендетеді. Көбінесе біздің кәсіпорындарымызда рентабельділік көрсеткіштері мәндерінің төмендеуі көбінесе сату қиын активтер үлесінің болуымен және өсуімен анықталады. Ақырында, айналым қаражаттарының жекелеген элементтерінің бір бөлігі ретінде көрінетін, іске асырылуы қиын активтер кәсіпорынның өтімділігінің шынайы көрінісін бұрмалайды, оның басшылығы мен іскери серіктестерін адастырады [9; 26-].

Кәсіпорынның айналым капиталын талдау барысында олардың қалыптасу көздерін де зерттеу қажет. Қалыптасу көздері бойынша айналым қаражаттары меншікті және қарызға алынған (тартылған) болып бөлінеді. Кәсіпкерлік қызметті және акционерлікті дамыта отырып, кәсіпорындардың меншікті қаражаттары шешуші рөл атқарады, өйткені олар шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржылық тұрақтылығы мен операциялық тәуелсіздігін қамтамасыз етеді. Жекешелендірілген кәсіпорындардың меншікті айналым қаражаттары олардың толық иелігінде. Кәсіпорындар оларды сатуға, басқа шаруашылық жүргізуші субъектілерге, азаматтарға беруге, жалға беруге және т.б.

Негізінен банктік несиелі түрінде тартылған қарыз қаражаттары кәсіпорынның қаражатқа деген қосымша қажеттілігін жабады. Бұл ретте банктің несиелеу шарттарының негізгі критерийі кәсіпорынның қаржылық жағдайының сенімділігі және оның қаржылық тұрақтылығын бағалау болып табылады.

Айналым қаражаттарының динамикасы, ең алдымен, олардың айналымымен сипатталады. Қаражат айналымы деп қаражаттың өндіріс пен айналымның жекелеген кезеңдерінен өту ұзақтығы түсініледі. Айналым қаражаттарының айналымдылығы бір айналымның күндердегі ұзақтығымен немесе есепті кезеңдегі айналымдар санымен есептеледі.

Талдау барысында айналым капиталын пайдаланудың тиімділігіне ерекше тоқталған жөн, өйткені айналым капиталын ұтымды пайдалану өнеркәсіптік кәсіпорынның шаруашылық қызметінің негізгі көрсеткіштеріне әсер етеді: өндіріс көлемінің өсуі, өнімнің өзіндік құнының төмендеуі, кәсіпорынның рентабельділігінің артуы [11, Б.19].

Айналым капиталын пайдаланудың тиімділігін талдау қосымша резервтерді анықтауға және кәсіпорынның негізгі экономикалық көрсеткіштерін жақсартуға көмектесуі керек.

Кәсіпорынның тұрақты қызметі үшін ақша ағындарының жылдамдығы ерекше маңызға ие. Кәсіпорынның қаржылық әл-ауқатының негізгі

шарттарының бірі оның ағымдағы міндеттемелерін жабуды қамтамасыз ететін ақшалай қаражаттардың түсуі болып табылады.

Мұндай ең төменгі қажетті ақша қорының болмауы оның елеулі қаржылық қиындықтарын көрсетеді.

Қолма-қол ақшаның шамадан тыс мөлшері іс жүзінде компания, біріншіден, инфляциямен және ақшаның құнсыздануымен, екіншіден, оларды тиімді орналастыру және қосымша табыс алу мүмкіндігінің жоғалуымен байланысты шығындарға ұшырайтындығын көрсетеді. Осыған байланысты кәсіпорындағы ақшаны басқарудың ұтымдылығын бағалау қажеттілігі туындайды.

Қаржылық қиындықтардың туындауының өзіндік барометрі - бұл кәсіпорынның ағымдағы активтеріндегі ақша қаражаттарының үлесін оның ағымдағы міндеттемелерінің көлемінің артуымен азайту тенденциясы. Сондықтан ақша қаражаттары мен ең шұғыл міндеттемелердің арақатынасын ай сайынғы талдау (оның мерзімі ағымдағы айда аяқталады) кәсіпорындағы ақша қаражаттарының артықтығы (жетіспеушілігі) туралы жеткілікті түрде айқын көрініс бере алады.

Кәсіпорындағы ақша қаражаттарының нақты қозғалысын ашып көрсету, ақша қаражаттарының түсуі мен жұмсалудың синхрондылығын бағалау, сондай-ақ алынған қаржылық нәтиженің шамасын кәсіпорындағы ақша қаражаттарының жай-күйімен байланыстыру үшін барлық кіріс (кіріс) бағыттарын бөліп, талдау қажет. ден

Тауарлы-материалдық қорларды басқарудың тиімділігін арттыру үшін келесі бухгалтерлік есеп және талдау жұмыстарын жүргізу қажет.

1. Тауарлы-материалдық қорлар құрылымының ұтымдылығын бағалау, оның көлемі анық артық ресурстарды және сатып алуды жеделдету қажет ресурстарды анықтауға мүмкіндік береді. Бұл қажеттілік азайып бара жатқан немесе анықтау мүмкін емес материалдарға артық капиталды инвестициялаудан аулақ болады. Қорлар құрылымының ұтымдылығын бағалау кезінде бүлінген және жұмыс істемейтін материалдардың көлемі мен құрамын анықтау бірдей маңызды. Осылайша, тауарлы-материалдық қорларды ең өтімді жағдайда ұстау және тауарлы-материалдық қорларға имобилизацияланған қаражатты азайту қамтамасыз етіледі.

2. Материалдық құндылықтарды сатып алу мерзімдері мен көлемдерін анықтау. Бұл ресейлік кәсіпорындардың жұмыс істеуі үшін қазіргі заманғы жағдайлар үшін қорлардың жай-күйін талдаудың маңызды және күрделі міндеттерінің бірі.

3. Материалдық құндылықтардың қорларын іріктеп реттеу, бұл қымбат материалдарға немесе жоғары пайдалану қабілеті бар материалдарға назар аудару қажет деп болжайды. тартымдылық.

4. Тауарлы-материалдық қорлардың негізгі топтарының айналымдылық көрсеткіштерін есептеу және тауарлы-материалдық қорлардың кәсіпорынның ағымдағы қажеттіліктеріне сәйкестігін анықтау үшін оларды өткен кезеңдердің ұқсас көрсеткіштерімен салыстыру. Ол үшін әр түрлі жағдайларда

ескерілетін материалдардың айналымдылығын есептеңіз қосалқы шоттарда ("Шикізаттар мен материалдар", "Сатып алынған жартылай фабрикаттар мен керек-жарақтар, құрылымдар мен бөлшектер", "Жанармай", "Контейнерлер мен контейнерлік материалдар", "Қосалқы бөлшектер" және т.б.), содан кейін материалдардың жалпы айналымы орташа өлшенген мәнді анықтау арқылы.

Қорлардың жай-күйін бақылау және талдау мақсатында мыналар қажет:

- өтімділікті және ағымдағы төлем қабілеттілігін қамтамасыз ету және қолдау;
- қорларды құру және сақтау шығындарын азайту арқылы өндіріс шығындарын азайту; шикізат пен материалдардың жетіспеушілігінен жұмыс уақытының жоғалуын және жабдықтың тоқтап қалуын азайту;
- материалдық құндылықтардың бүлінуіне, ұрлануына және бақылаусыз пайдаланылуына жол бермеу.

Айналым қаражаттарының айналымын жеделдету үшін олардың өндіріс саласында да, айналым қаражаттарында да болу уақытын қысқарту қажет. Ол үшін өндіріс процесін механикаландыру және автоматтандыру арқылы бұйымдарды өңдеу және құрастыру уақытын қысқарту қажет;

жаңа техниканы пайдалануды жақсарту; оның кезеңінде өнімді бақылау мен тасымалдауды жеделдету өңдеу ;

материалдардың, жанармайдың, контейнерлердің, аяқталмаған өндірістің қорларын белгіленген стандартқа дейін азайту;

кәсіпорынның барлық өндірістік учаскелері мен цехтарының ырғақты жұмысын, материалдарды кәсіпорынға және жұмыс орындарына уақытында жеткізуді қамтамасыз ету; дайын өнімді жөнелтуді жеделдету;

тұтынушылармен есеп айырысуды уақтылы және жылдам жүргізу; өнімнің сапасын жақсарту, тұтынушыдан дайын өнімді қайтаруға жол бермеу және т.б.

Жоғары дебиторлық берешек кәсіпорынның қаржылық нәтижелеріне және оның қаржылық жағдайына кері әсерін тигізеді, өйткені бұл кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығына қауіп төндіреді және қосымша қаржыландыру көздерін тартуды қажет етеді. Ол үшін қажет:

- кейінге қалдырылған (мерзімі өткен) берешектер бойынша сатып алушылармен есеп айырысулардың жай-күйін бақылау;
- мүмкіндігінше бір немесе бірнеше ірі сатып алушылардың төлем жасамау тәуекелін азайту мақсатында сатып алушылардың көбірек санына бағдарлану;
- мерзімінен бұрын төлеген кезде жеңілдіктер беру тәсілін пайдалану;
- есеп айырысудың аккредитивтік нысандарын қолдану немесе төленбеген құндылықтарды жауапты сақтауға тапсыру арқылы төлемеушілерге ықпал ету;
- дебиторлық және кредиторлық берешектің арақатынасын бақылау.

Сонымен қатар, шарттық тәртіпті нығайтуға бағытталған іс-шараларды әзірлеу қажет.

Айналым қаражатын үнемдеу және айналым қаражатын жеделдету жолдары

1. Тұтыну нормаларын азайту және өндірістік ресурстарды жан-жақты үнемдеу.
2. Барлық салалық құрылымдардағы қоймалардағы тауарлық-материалдық құндылықтардың қалдықтарын азайту. Мысалы, Жапонияда кіру және шығу қорлары пайдаланылатын ресурстар мен өндірілетін тауарлардың бес пайызынан аспайды.
3. Прогрессивті технологияларды енгізу, қолданыстағы технологияларды жетілдіру, үздіксіз өндіріс процестеріне көшу негізінде өндірістік циклдің ұзақтығын қысқарту.
4. Жеткізушілермен және тұтынушылармен байланыстарды ұтымды ету, бұл өндіріс қорлары мен қоймалардағы өнімнің қалдығын азайтады.
5. Нарық субъектілері арасындағы төлемдер бойынша уақтылы өзара есеп айырысуларды сақтау. Тарату төлем жасамау.
6. Кәсіпорын мен өнеркәсіп салаларының қуаттарын орналастыруды ұтымды ету. Бұл ресурстарды жеткізуді және тауарларды сатуды тездетеді, осылайша айналым қаражатын пайдалану тиімділігін арттырады.
7. Өндірісті ұйымдастыруды жетілдіру. Үздіксіз өндіріске көшу.
8. Әр түрлі сегменттерде тауарлардың жылдам қозғалуын қамтамасыз ететін өндірісті әртараптандыру

5. ЕҢБЕК АҚЫ ТӨЛЕУДІҢ ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МӘСЕЛЕЛЕРІН ЗЕРТТЕУ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ШЕШУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Еңбек ақысы – жұмысшылардың орындаған жұмысына және де, жұмыс күніне қосылған уақыты үшін алатын, натуралды және ақшалай сыйақысының жиынтығы.

Еңбек ақысын төлеу, кәсіпорын табысына байланысты болғандықтан, еңбек ұжымының әрбір жұмысшының еңбек ақы көлемі, қол жеткізілген соңғы нәтижелерге тура байланысты болуы тиіс. Еңбек ақысын жоспарлау келесіні қамтамасыз ету қажет:

- Тауарды сату көлемін, өндірілетін өнімді (қызмет, жұмыс) арттыру, өндіріс тиімділігі мен оның бәсекеге қабілеттілігін арттыру;
- Жұмысшылардың материалды жағдайын жақсарту.

Еңбек ақысының қорын жоспарлау, ұйымның барлық жұмысшылары мен жұмысшылардың жеке категориялары бойынша, қордағы және орташа еңбек ақы суммасын есептеуден тұрады [38,39].

Еңбек ақы қорын жоспарлау үшін бастапқы деректер:

- Табиғи және бағалы көрсеткіштердің өндірістік бағдарламасы;

- Бағдарламаны орындау үшін қажет, жұмысшылардың құрамы мен біліктілігінің деңгейі;
- Тарифті жүйесі;
- еңбекті төлеу түрі мен жүйесі;
- Қызмет ету нормалары мен зонасы және де, еңбек пен еңбек ақы бойынша заңды акттер.

Еңбекті төлеу қоры екі негізгі бөліктерден тұрады:

- Еңбек ақы қоры;
- Материалды сыйақы қоры.

Еңбек ақы қорының құрамына негізгі және қосымша еңбек ақысы кіреді. Негізгіге орындалған жұмыс үшін төленетін еңбек ақысы жатады.

Жұмыс істеген уақыт үшін төлеу (негізгі еңбек ақы):

- Жұмыс істеген уақыты үшін окладпен және тарифті ставка бойынша жұмысшыға есептелген еңбек ақысы
- Келісілген ақы бойынша орындалған жұмыс үшін жұмысшыларға есептелген еңбек ақысы
- Тарифті ставкалар мен окладқа ынталандыратын қосымша ақы мен үстемелер (кәсіби шеберлігі, лауазымы мен кәсібін бірге алып жүру үшін және т.б.).
- Еңбек шарттары мен режиміне байланысты компенсациялық төлемдер;
- Зиянды немесе қауіпті шарттарда жұмыс жасағаны және ауыр жұмыс үшін қосымша ақы төлеу
- Түнгі уақыттағы жұмыс үшін қосымша ақы
- Демалыс пен мейрам күндеріне жұмыс ақысын төлеу
- Шамадан тыс жұмыс үшін қосымша ақы төлеу
- Негізгі жұмысын аттыру үшін жұмылдырылған білікті жұмысшылар, мамандар, басқарушылар
- Уақытша орын ауыстырғаны үшін айырмашылықты төлеу
- Тізімді емес құрамдағы жұмысшылар еңбегіне төлеу.

Қосымша еңбек ақыға , орындамаған жұмысы үшін заңдылықтарға сәйкес төлеу жатады.

Жұмыс істемеген уақыт үшін төлеу (қосымша еңбек ақы):

- Жылдық жұмыс қорытындысы бойынша;
- Жыл сайынғы және қосымша демалыстарды төлеу (алмаған демалысы үшін ақшасыз компенсация;);
- Жыл сайынғы демалысқа қосымша төлемдер (заңмен қарастырылған, демалыс суммасынан жоғары);
- Жұмысшыларға қосымша демалыс бергенде қосымша төлеу (заңмен қарастырылғаннан да жоғары);
- Білім беру мекемелерінде оқитын, жұмысшыларға оқу демалыстарын төлеу;

- Кәсіби дайындыққа, біліктілігін арттыруға немесе екінші мамандықты оқуға бағытталған жұмысшылардың оқу мерзімін ақы төлеу;
- Мемлекеттік немесе қоғамдық міндеттерді орындауға жіберілген жұмысшыларға төлеу;
- Әкімшілік тарапынан жұмыс күнін толық емес орындаған жұмысшыларға жұмыс істемеген уақыты үшін төленген суммалар;
- Әрбір қан тапсырғаннан кейінгі беретін, тексері, қан тапсыру мен дем алу күндері үшін донор – жұмысшыларға төлеу;
- Жұмысшының кінәсінен емес, жұмыс тоқтап қалған жағдайда да төлеу;
- Еріксіз жұмысқа бармаған уақыты үшін төлеу.

Материальды сыйақы қорына жатады:

- Шаруашылық қызмет көрсеткіштерін орындағаны үшін айлық сыйақы;
- Өндірілетін өнім сапасы үшін сыйақы.

Тәжірибеде жалпы кәсіпорын мен оның құрылымдық бөлімдеріне еңбекті төлеу қорын қалыптастырудың әртүрлі әдістері қолданылады. Бұл міндетті еңбекті төлеу қорын нормативті немесе мөлшерлі әдіспен шешу ең тиімдісі екендігін айта кеткен жөн. Берілген әдісді нарықтық экономикасы дамыған елдердің көптеген компаниялары қолданады. Бірақ ол келесі шарттардың болуында ғана әсер етеді: біріншіден, нормативтер тұрақты, ұзақ мерзімді, ұжымның еңбек шарттарымен байланысты емес, өндіріс факторларының көлеміне ісер еткен кезде ғана өзгеруі тиіс. Екіншіден, еңбекті төлеу қорын қалыптастыру нормативтері жеке емес топтық болуы тиіс[40].

- Төлеуге жіберілген шығынды реттеу механизмі келесі элементтерден тұрады:
- өнімнің өз құнын құрайтын, еңбекті төлеу шығынның нормалы көлемін анықтау реті;
- нормативті көлемнен артық, еңбекті төлеу шығынына салық салу реті.

Нарық экономикасы дамыған елдерде, өндірістің экономикалық тыйымдығын арттыру мен жұмыс бастылық аясындағы тепе – теңдікке жетудің маңызды бағыты бойынша көптеген мамандар иілгіш еңбек ақыға ауысуды ұсынады. Кәсіпорын деңгейінде – бұл шаруашылық қызметінің қорытындысы мен еңбек ақының байламы, ұжымдық келісім арқылы тиімді жүзеге асатын, өндіріс тиімділігі.

Еңбек ақы көрсеткіштерін, және еңбек өнімділігін талдау.

Бекітілген экономикалық нормативтерді басшылыққа ала отырып, фармацевтикалық ұйымдар еңбек бойынша көрсеткіштерді өздігінен талдап, факторлар мен еңбекті өндіру деңгейіне әсерін зерттеп, оны арттыру үшін резервтерді анықтайды. Осы талдау негізінде дәріхана ұйымының экономикалық және әлеуметтік жоспарының талдауы жасалады.

Фармацевтикалық ұйымдарында еңбек өнімінің көрсеткіші, орташа тізімдегі жұмысшыға шаққандағы, тауар айналымы соммасымен көрсетілген.

Кәсіпорынның әрбір қызметкерінің бір жылда қанша ай жұмыс атқарғанын 12 бөле отырып, жұмысшылардың орташа тізімді саны

анықталады. Мысалы, бір фармацевт 12 ай жұмыс істеді, ал екіншісі 9 ай, үшіншісі – 10 ай. Орташа жылдық саны құрайды:

$$Ч_{ср} = \frac{12 + 9 + 10}{12} = 2,6$$

Бақыланатын мерзімде барлық штаттың орташа тізімді санын ұқсас әдіспен есептейді.

Тауар айналымы туралы деректер мен жұмысшылардың орташа тізімді саны туралы деректерді біле отырып, еңбек өнімділігін анықтауға болады:

$$П = \frac{T}{Ч}$$

П – еңбек өнімділігі;

T – тауар айналымы;

Ч – дәріхана жұмысшыларының саны.

Сонымен бірге, осы көрсеткішке әсер ететін, факторларды жан – жақты зерттеу жүргізеді: дәріхана қызметкерлерінің жұмыс уақытын пайдаланудың тығыздығы, әртүрлі жұмыстарды анықтауға уақыт шығынын зерттейді.

Еңбек ақы құрылымы

Еңбек ақыны төлеудің екі түрі бар:

Уақыт бойынша – жұмыс жасаған уақытына бекітілген тарифті ставка немесе оклад бойынша жұмысшының еңбек ақысы есептеледі.

Кесімді еңбек ақы – сапалы дайындалған өнім бірлігі үшін алдын ала бекітілген төлем көлемінен есептелетін, жұмысшының еңбек ақысы.

Өз кезегінде уақыт бойынша төлеу екі жүйеден тұрады:

- Қарапайым уақыт бойынша - жұмысшының жұмыс істеген уақыт санына байланысты;
- Уақыт бойынша – сыйақы - жұмыс істеген уақыты мен сый ақы төленеді;
Кесімді еңбек ақы шығарылған өнім бірлігіне және сатылған тауарлардың әр бірлігіне .

Еңбекті төлеудің кесімді түрі бөлінеді:

- Тура кесімді - әрбір бірліктің төлемі бір бағамен жүргізіледі;
- Кесімді – сыйақылы – әрбір бірлікті төлеуден бөлек, бірдей баға бойынша нақты көрсеткіштерге қол жеткізгені үшін сыйақы қарастырылған;
- Кесімді – прогрессивті – әрбір өнім бірлігіне бекітілгеннен жоғары төлеу, жоғары баға бойынша есептеледі;
- Ұжымдық (бригадалық) келісілген

Фармацевтикалық ұйымдарында көбінесе уақыт бойынша – сыйақылы еңбек ақысын төлеу жүйесі қолданылады, яғни, лауазымды оклад пен жұмыс жасаған уақыт бойынша еңбек ақысы төленеді , және жұмыста белгілі жетістіктерге (сату көлемі, қызмет ету сапасы және т.б.).

Фармацевтикалық ұйымдарда еңбек ақысын төлеу

ҚР ЕтЗК сәйкес, әрбір жұмысшының еңбегін бағалау оның жеке еңбек салымына, еңбек сапасына байланысты және максимальды өлшеммен шектелмейді. Жынысы, жас мөлшері мен ұлтына байланысты еңбек ақысының көлемін азайтуға тыйым салынған.

Тәжірибе еңбек ақысын төлеудің бір қатар принциптерін жасаған:

✓ Еңбек ақысын төлеу, еңбектің саны (уақыты) мен сапасына (біліктілігі) сәйкес жасалады;

✓ Бірдей еңбек үшін бірдей ақы төленуі тиіс;

✓ Өндірісі жоғары еңбек үшін жоғары еңбек ақы төленуі тиіс;

✓ Еңбек ақысын төлеу оны орындау шарттарына байланысты болуы тиіс. Жұмысты орындау шарттары келесідей дифференцирленеді: қалыпты, ыстық, қысымды, зиянды және қауіпті.

Нарық шарттарында еңбек ақысын төлеу принципіалды түрде өзгереді: еңбек шығыны емес, нәтижесі төленеді, табыс жұмысшылар еңбегінің саны мен сапасының негізгі критеріі, барлық ұйымдастырушы – құқықты кәсіпорындар жұмысшыларының жеке табысының көзі болады. Еңбек ақысын төлеудің тарифті емес жүйелері, «жылжымалы окладтар» жүйесі, табысқа қатысу жүйесі, жұмысшы еңбегін бағалауға негізделген, еңбек ақыны индивидуализациялау жүйелері кеңінен таралған. Бірақ барлығының негізінде біз қарастырған еңбек ақысын төлеудің негізгі түрлері мен жүйесі жатыр.

Еңбек ақысын төлеу жүйесі иілгіш, еңбек өнімділігін арттыруға ынталандыратын, мотивациялық тиімділігі жеткілікті болуы тиіс. Сонымен қатар, еңбек ақысын төлеудің өсуі, өндіріс тиімділігінен және еңбек өнімділігінен аспауы тиіс. Төлеудің иілгіш жүйесінің мәні, жал ақысының белгілі бөлігі кәсіпорын жұмысының жалпы тиімділігіне тәуелді және егер жұмысшы қателік жіберсе, ол үшін ақы төлеуі тиіс.

Еңбек ақысын төлеу түрлері

Фармацевтикалық тәжірибесінде еңбек ақысын төлеудің тарифті немесе тарифсіз түрлері қолданылады.

Еңбек ақысын төлеудің тарифті жүйесі

Сағатына немесе күніне еңбек ақысын төлеудің көлемін анықтайтын, әртүрлі жұмыс разрядтарының (біліктіліктер) арасындағы қатынасты көрсететін тарифті тордан, тарифтік торға сәйкес, жұмысшы мен жұмыс разрядын анықтауға болатын тарифті – біліктілік анықтамаларынан тұрады.

- **Тарифті ставка** (оклад) – жұмыс уақытының бірлігінде, белгілі қиындықтармен еңбек нормасын орындағаны үшін, жұмысшының еңбек ақысын төлеудің бекітілген көлемі;
- **Тарифті тор** – разрядтар мен оларға шақталған коэффициенттер қатынасының шкаласы.

Қазіргі уақытта еңбекақы төлеу мәселелері, тиімді қолдану ерекшеліктері

Қазіргі уақытта еңбекақы төлеу мәселелеріне ерекше көңіл мен назар аударылады, өйткені өмір сапасы табыс деңгейіне байланысты. Дұрыс таңдалған және орнатылған еңбекақы төлеудің жүйесі қызметкерлердің тиімді жұмысына ғана емес, сонымен бірге тұтастай алғанда кәсіпорынның тиімділігіне де ықпал етеді.

Зерттеу барысында келесі тұжырымдар алынды. Біріншіден, нәтижеге бағытталған мотивация жүйесінің болмауы. Көбінесе ұйымдардың басшылары – "біз жеткілікті төлейміз" деген қағиданы ұстанады, ал қызметкерлер өз еңбектерінің бағаланбағанын сезінеді.

Бір қызығы, қызметкерлердің көпшілігі ақшалай сыйақыны не үшін алатынын тіпті білмейді. Бұл дұрыс емес, өйткені сыйақы қызметкердің күш-жігеріне сәйкес келуі керек, ол оның мөлшері туралы түсінікке ие болуы керек және оның жеке табысы мен фирманың мақсаттары (нақты еңбек үлесі) арасындағы байланысты көруі керек, өйткені бұл қажетті нәтижеге жетуге ынталандырады.

Екіншіден, ең әділі төменгі төлем мөлшерін енгізу болып табылады (ең төменгі жалақы мөлшері). Еңбекақы қызметкерлерге лайықты өмір деңгейін қамтамасыз етеді. Осыған байланысты ұйымның басшылығы үшін ең төменгі еңбекақы мөлшерін белгілеңіз, жұмысшылардың көпшілігі жұмыс тек өмірлік қажеттіліктерді қамтамасыз ету құралы ғана емес, сонымен қатар шығармашылық қажеттіліктерді жүзеге асыруға арналған алаң потенциалы болып табылады. Ең төменгі жалақы мөлшерін белгілеу кезінде ең төменгі жалақыны ескеру қажет, мемлекет белгілеген. Жұмыс беруші сақтамаған жағдайда "еңбекақының ең төменгі мөлшері туралы" ҚР Заңы туындауы мүмкін қосымша табыс мәселесі (екі бағыттағы жұмыс) ұйымнан тыс қызметкерлер, бұл теріс салдарға әкеп соғады. Әдетте, бұл кәсібиліктің төмендеуі, нашарлауы еңбек тәртібінің әлсіреуі, еңбек потенциалының әлсіреуі және т.б. Сонымен қатар, жұмыс беруші пайда болған айырмашылықты өз қызметкерлеріне төлеуі керек, бұл жұмысқа рационалды емес қараудың бір сәті. Сондай-ақ қаржылық мүмкіндіктер де маңызды аспект емес болып табылатын ұйымдар. Осыған қарап ұйымның төлеу қабілетіне байланысты еңбекақыны толық көлемде, уақтылы және кідіріссіз төленуін қарастырады.

Үшіншіден, кәсіпорының ішіндегі еңбекақы төлеу туралы ақпараттың құпиялылығы. Жұмыс берушілердің көпшілігі өз қызметкерлерінің жалақысын білу соның ішінде бастықтар мен олардың орынбасарларының және әріптестерінің (зиянды) деп санайды. Алайда, бұл туралы Еңбек кодексінде ешқандай шектеулер жоқ және қызметкер оны жариялауға өзінің қалауы бойынша толық құқылы. Бірақ жұмыс беруші өз кезегінде, мұндай құқықты пайдалана алмайды. Көптеген мамандардың пікірінше, еңбекақы төлеу жүйесіндегі мұндай тәсіл сәтсіз болып табылады. Өткен жылдардағы тәжірибені ескере отырып, қарастырылып отырған мәселе

мыналарға әкеледі – беделді қоспайтын көңіл көншітпейтін нәтижелер жұмыс берушіге және персоналдың жұмыстының тиімділігін арттыруға ықпал етпейді. О.Г. Колосова атап өткендей: "еңбекақы төлеу жүйесі әр қызметкерді салыстыра алатындай 223 ашық болуы керек, оның табысы басқасының табысымен айырмашылығы болуы керек" [40].

Төртіншіден, кірістің өсуі оның өнімділігінің өсуіне тәуелді. Бұл процесте экономиканың алтын ережесін қолданған жөн: Еңбек өнімділігін 1% - ға артқан кезде, жалақыны 0,7- 0,8%-дан жоғары емес мөлшерде өсуі керек. Мұндай орнату жалақыны арттыру ниетімен іргелі болуы керек. Алайда, бұл параметрді сақтамау инфляциялық спиральдың кейінге дамуына әкелуі мүмкін.

Бесіншіден, жұмысшылардың еңбегін нормалауда әлсіз шоғырланған. Көптеген ұйым басшылықтары мұндай жағдайларға аз көңіл бөле бастады, ескірген нормаларды қайта қарау және өнімнің еңбек сыйымдылығын төмендету сияқты жағдайларға. Ұйымдардағы еңбекті нормалау саласындағы мамандардың саны қысқарып, еңбекті ұйымдастыру және еңбекақы жөніндегі бөлімдері тартылды. Осы мәселелердің барлығы жалақының нақты көлемін ұлғайтуға ықпал ететін жағдайларды әзірлеу, оның негізгі функцияларын (ынталандырушы, қосалқы, әлеуметтік, реттеуші) іске асыруды қамтамасыз ету үшін еңбекақы төлеу жүйесін жетілдіру қажеттілігін анықтайды [39].

Еңбекақы төлеу жүйесінің заманауи мәселелерін шешу мүмкіндіктері:

- еңбекақы төлеудің жаңа жүйесін құру мен енгізудің егжей-тегжейлі жоспарын дайындау. Қызметкерлердің негізгі тобын осындай жаңашылдықпен таныстырып, оларды осы жоспардың іске асырылуы туралы кез келген ақпаратты хабардар етіп отыру, жоспарды енгізуді орындауы қажет;
- қызметкерлердің мотивациялық ынталандыруларын анықтау және оларды үйлестіру еңбекақы төлеу жүйесімен қатысты;
- қолданыстағы төлем жүйелерін тексеру және соның ішінде жою қызметкерлерге әсер етпейтін көрсеткіштерге жатады;
- қызметкерлерге ең көп сыйақы беру туралы тармақ (ереже) құру сыйлықақыларды есептеудің түсінікті аспектілеріне кіреді;
- іске қатысты байыптылық және кәсіпқойлық. Толық жұмысты ұйымдастыру және негізгі көрсеткіштерді жоспарлау;
- жыл сайын еңбекақы төлеу жүйесіне өзгерістер енгізу. Персоналды ынталандыру жүйесінің тиімділігіне тексеру жүргізу;
- болашақта кәсіпорынның бейнесін жасау, жүйе бойынша мақсаттарды анықтау «SMART» және тиімділіктің негізгі көрсеткіштерінің (KPI) сәйкестігін дәл анықтаңыз;
- шығыстар мен кірістер схемасын ұйымдастыру, бюджеттеу саласында оқыту.

Осылайша, кез-келген ұйым еңбекақы жүйесін біртіндеп жетілдіруі керек деген қорытынды жасауға болады. Ол үшін тиімділікке ықпал ететін бірқатар

жағдайлар жасалуы керек, сондай-ақ жалақының негізгі функцияларын камтамасыз етуді іске асыру қажет.

6. ФАРМАЦЕВТИКА ӨНЕРКӘСІБІНДЕГІ ЕҢБЕК ӨНІМДІЛІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ӨСУ ЖОЛДАРЫ

Фармацевтикалық өндірісті ұйымдастырудың жалпы принциптері

Дайын дәрілік препараттардың өнеркәсіптік өндірісі техникалық күрделі болып, ғылымды қажетсінетін және жаппай дәйекті процесс. Өнеркәсіптік өндіріс стандартты рецептура бойынша дайын дәрі-дәрмектерді жаппай шығаруды қарастырады.

Фармацевтикалық өндіріс машиналарды, құрылғыларды, механикаландырылған және автоматтандырылған желілерді кеңінен қолдануға негізделген.

Химиялық-фармацевтикалық кәсіпорындардағы ұйымның өзіндік ерекшеліктері бар. Фармацевтикалық кәсіпорындарда дәрі-дәрмек өндірісі цех қағидаты бойынша ұйымдастырылады және бір-бірімен байланысты мамандандырылған цехтардан тұрады.

Цех-біртекті процестерді (экстракциялық, өлшеп-орау және т.б.) орындауға немесе бір типті өнімді (таблетка, аэрозоль және т. б.) шығаруға арналған негізгі өндірістік бөлімше. Өз кезегінде, әр цехта технологиялық процесті құрайтын белгілі бір операциялар жүзеге асырылатын бірнеше бөлім бар.

Орындалатын жұмыстың сипатына байланысты цехтар негізгі, көмекші және қосалқы болып бөлінеді.

Негізгі цехтарда зауыттың негізгі өнімдерін (таблетка, май, фитохимиялық және т.б.) өндірумен айналысады.

Қосалқы цехтар кәсіпорынның өндірістік бағдарламасына қатысады және негізгі цехтарға қызмет көрсетеді (жөндеу цехтар, парасил цехы, зертханалар және т. б.)

Қосалқы цехтардың (кәсіпорындардың) өндіріспен тікелей байланысы жоқ, бірақ олардың өнімдері өндіріспен толық немесе ішінара (картон-типографиялық цех) пайдаланылады.

Фармацевтикалық кәсіпорын технологиялық процестердің жоғары механизациясымен, заманауи жабдықтармен жарақталуымен, өндірістің арнайы мамандануымен және ұзақ сақтау мерзімі бар дәрілік препараттардың шектеулі номенклатурасымен ерекшеленетін ірі сериялы өндіріспен сипатталады.

Ірі өндіріс сол атаудағы өнімдердің үнемі ауыспалы партияларда өндірілетіндігімен немесе үздіксіз жүретіндігімен және тұрақты болуымен ерекшеленеді. Машиналар мен аппараттар топтық негізде орналастырылады.

Өндіріс процесі үлкен дәлдікпен есептеледі, өндірілген өнім үздіксіз және дәйекті түрде бір жұмыс орнынан екіншісіне ауысады. Дайын өнім үздіксіз және ырғақты түрде шығады.

Ірі сериялы өндіріске арналған жабдық мамандандырылған және технологиялық процесс өту жолымен бірге орналасқан. Дәрі-дәрмектерді жаппай өндіру кезінде автоматтандырылған желілерді пайдалануға болады.

Еңбек өнімділігі

Фармацевтика өнеркәсібі кәсіпорындарында еңбек өнімділігі маңызды мәселелердің бірі болып табылады.

Еңбек ресурстарының тиімді пайдалану көрсеткіші еңбек өнімділігі болып табылады. Еңбек өнімділігі көрсетеді: уақытқа шақандағы өндірілген өнімнің санын немесе істелінген жұмыс көлемін бір өнім өлшембірілігіне шаққанда, еңбек шығындарымен бірге. Өндіріс деңгейінде еңбек өнімділік бойынша өндіріс және еңбек сыйымдылық көрсеткіштері есептеледі

$$B = V / Чс, (1)$$

мұндағы В-өндіру, теңге / адам, т / адам.;

V-заттай немесе шартты-заттай өлшем бірліктерінде өндірілген өнімнің немесе орындалған жұмыстың саны;

Чс-жұмыс істейтіндердің орташа тізімдік саны, адам

$$TE = T / V, (2)$$

Мұнда: TE - еңбек сыйымдылығы, адам-сағат, адам-күндер;

T-барлық өнімдерді өндіруге жұмсалған уақыт, норма сағаты.

V - өндірілген өнім саны

Өндіріс көлемінің өлшем бірлігіне (V) байланысты еңбек өнімділігін өлшеудің үш негізгі әдісін бөлуге болады: табиғи, шығындар және нормаланған жұмыс уақыты.

Егер кәсіпорын біртекті өнімнің бірнеше түрін шығарса, онда өндіру шартты-заттай бірліктерде көрсетіледі. Әр түрлі өнімдер шығаратын кәсіпорындарда өндіріс көрсеткіші тек құндық ақшалай мәнде есептелуі мүмкін.

Құндық мәнде өндіру жалпы, тауарлық, сатылатын өнімнің көрсеткіштері бойынша ақшалай мәнде анықталады.

Әр түрлі және аяқталмаған өнімдерді заттай немесе ақшалай өлшеу болмаған жағдайда **нормаланған жұмыс уақыты әдісі** қолданылады

Өндіру көрсеткіші норма-сағатпен анықталады: 1 орташа тізімдік қызметкерге сағаттық өндіру, күндізгі өндіру, айына, тоқсанына, жылына.

Өнімнің еңбек сыйымдылығы-шығарылатын өнім мен қызметтердің барлық номенклатурасы бойынша заттай көріністегі өнім бірлігін өндіруге арналған жұмыс уақытының шығындары. Еңбек сыйымдылығына кіретін шығындардың құрамына байланысты технологиялық, өндірістік және толық еңбек сыйымдылығын, өндіріске қызмет көрсетудің күрделілігін және өндірісті басқарудың күрделілігін ажыратады.

Технологиялық операциялардың еңбек сыйымдылығы туралы деректер жұмыс орындарындағы еңбек өнімділігін жоспарлау және талдау үшін, сондай-ақ негізгі жұмысшылардың жоспарлы санын және технологиялық жабдықтың қажетті санын анықтау үшін бастапқы шамалар ретінде пайдаланылады.

Еңбек өнімділігіне бірнеше факторлар әсер етеді, еңбекті экстенсивті пайдалану көрсеткіші, техникамен және технологиялармен қамтамасыз ету. Еңбекті экстенсивті пайдалану көрсеткіші жұмыс уақыты тиімді пайлану және оның аусымдығы мен ұзақтығын көрсетеді. Еңбек кодексі бойынша шектелген жұмыс уақытты барынша пайдалану болып табылады.

Еңбек қарқындылығы еңбек процессінде берілген уақытта адаммен жұмсалған энергия мөлшерімен анықталады.

Қарқындылықтың максималды деңгейі адам ағзасының физиологиялық және психикалық мүмкіндіктерімен анықталады, яғни еңбек қарқындылығы физиологиялық шектеулерге ие және шектеусіз болмайды.

Еңбек өнімділігінің өсу көзі ғылыми-техникалық прогресс болып табылады.

Еңбек өнімділігі-қызметкерлердің еңбек қызметінің экономикалық тиімділігінің көрсеткіші. Ол шығарылған өнім немесе қызмет санының еңбек шығындарына қатынасымен анықталады, яғни еңбек шығындарының бірлігіне өндіріс.

Кәсіпорындардағы еңбек өнімділігінің өсуі келесі түрде көрінеді:

- * тұрақты сапада уақыт бірлігінде өндірілетін өнім массасының ұлғаюы;
- * тауарларды өндіру және айналысқа жіберу уақытын қысқарту;
- * пайда массасы мен мөлшерін арттыру.

Еңбек өнімділігін арттыруды экономикалық бағалау

Еңбек еңбек өнімділігінің өсуін фармацевтикалық экономикадағы *тікелей және факторлық әдісімен* жүргізіледі [41].

Еңбек өнімділігінің өсімін тікелей есептеу әдісімен есептегенде келесі формула қолданылады:

$$E_{\text{өр}} = \left(\frac{\Theta_{\text{е}}}{\Theta_{\text{б}}} \right) * 100\% \\ \text{Чр} \quad \text{Чо}$$

мұндағы: $E_{\text{өр}}$ -еңбек өнімділігінің өсімі;

$\Theta_{\text{е}}$, $\Theta_{\text{б}}$ -есептік және базалық кезеңдерде өнім өндіру көлемі;

Чр , Чо -есептік және базалық кезеңдердегі персоналдың саны.

Факторлық есеп әдісі бойынша еңбек өнімділігін арттыруды экономикалық бағалау үшін барлық факторлар персонал санының абсолютті

босатылуын, көлемдік және құрылымдық факторларды қамтамасыз ететін ұйымдастырушылық-техникалық болып топтастырылады.

Персонал саны қысқарған кезде еңбек өнімділігінің өсімі:

$$P_c = \frac{Ч * 100\%}{Ч_0 - Ч}$$

С-босатылған қызметкерлер саны, адам;

Ч₀-қызметкерлердің негізгі саны, адам.

Жеке типтік факторлардың Еңбек өнімділігі деңгейіне әсерін есептеу әдістерін қарастырыңыз.

Жаңа техникадағы іс-шаралардың жұмысшылар санының ықтимал азаюына, сондай-ақ әр түрлі еңбек сыйымдылығы бар жеке өнім түрлерінің арақатынасының өзгеруіне байланысты өндірістік жұмысшылар санының азаюына әсерін келесі формула бойынша есептеуге болады:

$$X_d = \frac{(T_i - T_T) I_t * S}{f_k}$$

мұндағы, СШ-босатылатын саны;

T_d және T_P еңбек сыйымдылығы;

F-пайдалы уақыт қоры 1 жұмыс

K-базалық кезеңде өндіру нормаларын орындаудың орташа коэффициенті;

S-осы іс-шараның құрметіне жыл бөлігі.

Өндіріс пен еңбекті ұйымдастыруды жетілдіруге байланысты өндірістік жұмысшылар санының ықтимал қысқаруы жұмыс уақытының өсу факторы арқылы анықталады:

$$Ч_в = \frac{(1 - ДБ) Ч_б}{Ф_п}$$

мұндағы: Ф_б және Ф_п-жұмыс уақытының базистік және жоспарлы қоры;

Ч_б - базистік кезеңдегі жұмысшылар саны.

Өндіріс көлемінің өсуі кезінде көмекші жұмысшылар санының салыстырмалы түрде азаюының еңбек өнімділігіне әсері өнім көлемінің өсуі, негізгі және көмекші жұмысшылар санының арақатынасы және өндіріс көлемінің өсу қарқыны мен көмекші жұмысшылар санының арақатынасы туралы мәліметтер негізінде анықталады[42].

Еңбек өнімділігін жоғарлату жолдары

Кәсіпорындағы негізгі көрсеткіштерді болжау процессінде еңбек өнімділігін жоғарлату маңызды саты болып табылады, оларды келесідей жіктеуге болады:

1. Өндірісті механикаландыру және автоматтандыру нәтижесінде өндірістің техникалық деңгейін арттыру; жабдықтар мен технологиялық процестердің жаңа түрлерін енгізу;
2. Өндіріс пен еңбекті тиімді басқару, жұмысшылардың еңбек нормаларын орындау және арттыру, төмен көрсеткіштермен істейтін қызметкерлердің санын азайту, басқару процесстерін жақсарту, есепке алынатын жұмыстарын механикаландыру және цифровизациялау, мамандардың кәсіби деңгейін арттыру
3. Өндіріске керек субстанциялар мен шикізаттардың салмақтарымен толығымен қамтамасыз ету және уақытылы жеткізіп туру.
4. Субстанцияларды тиімді қолдану үшін, жетілдірілген өндірістік технологияларды енгізу.
5. Өндіріс ауқымын ұлғайту, өндірісті шоғырландыру. Еңбек өнімділігі шартты түрде тұрақты санға байланысты өсуде. Өндіріс көлемінің екі есе артуымен, әдетте, кез-келген салада еңбек өнімділігі бір жарым есе артады.
6. Еңбек өнімділігін арттыруды материалдық және моральдық ынталандыру.
7. Еңбек және өндірісті басқаруды ұйымдастыруды жетілдіру.

7. ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ӨНЕРКӘСІПТЕГІ ӨНДІРІСТІК ШЫҒЫНДАР, ӨНІМНІҢ ӨЗІНДІК ҚҰНЫ МӘСЕЛЕЛЕРІ.

Өнімнің өзіндік құнының мәні және оны төмендету мәні

Өнімнің өзіндік құнында кәсіпорын өндірген барлық тірі және материалдық еңбек шығындары шикізат, материалдық, отын-энергетикалық ресурстардың шығындары, негізгі қорлардың амортизациясы, жалақы түрінде көрінеді. Өзіндік құн тікелей материалдық және еңбек шығындарын, сондай-ақ өндірісті басқару мен қызмет көрсетуге үстеме шығындарды қамтиды.

Өнімнің өзіндік құны дербес экономикалық санат болып табылады. Ол сандық және сапалық жағынан құннан ерекшеленеді. Құны және оның ақшалай көрінісі- баға, өзіндік құннан жоғары.

Экономикалық мәні бойынша өнімнің өзіндік құны өндірістің бухгалтерлік шығындарына жақын және өндірістің экономикалық шығындарынан айтарлықтай ерекшеленеді.

Қазіргі кезеңде өнімнің өзіндік құнының төмендеуі үлкен маңызға ие, өйткені ол бағаны төмендетудің негізі, яғни кәсіпорын өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігінің негізі болып табылады.

Өнімнің өзіндік құнын төмендетудің өзектілігі өндіріс көлемінің өсуімен күшейтіледі. Өзіндік құнның төмендеуінің әрбір пайызы үнемдеудің өсіп келе

жатқан сомасын қамтамасыз етеді. Өнеркәсіпті қайта құрылымдаумен және оның одан әрі серпінді дамуымен бұл проблема аса маңызды болады.

Өнімнің өзіндік құнының құрамы мен құрылымы.

Фармацевтикалық ұйымның кез келген қызметі әртүрлі шығындармен байланысты.

Дәрілік заттардың өндіруі мен сатуы, ғимаратты жалға алу, тауарды сатып алу, тасымалдау, тауарды сақтау, қызметкерлердің жал ақысы және т.б. шығындарды талап етеді.

Фармацевтикалық кәсіпорын айналымының шығыны – бұл дәріні дайындаумен байланысты, өндірістік қызметті жүзеге асыру үшін еңбек, материалды және қаржы ресурстарының ақшалай түрі және өндірушіден тұтынушыға дейін алып баруымен байланысты шығындар.

Фармацевтикалық кәсіпорынның шығындары теңгемен көрсетілген, абсолютті соммада және % көрсетілген, айналымдағы шығын деңгейі жоспарланады.

Айналымдағы шығын деңгейі қызметінің шаруашылық үнемдеушілігінің экономикалық маңызды көрсеткіші болады. Шығын көлемі динамикасының оң тенденциясына оның төмендеуі жатады.

Айналым шығындарының рентабельділік деңгейі

$$\text{айналымшығындарының рентабельділігі} = \frac{\sum \text{табысы}}{\sum \text{айналымшығыны}} \times 100\%$$

Айналым шығындарының рентабельділігінің деңгейі ағымдағы шығындар тиімділігінің маңызды көрсеткіші болады.

Айналым шығынының төмен деңгейі фармацевтикалық нарықта белгілі бәсекелестік артықшылықтарын алуға мүмкіндік береді, өзінің баға саясатын және басқа тең шарттарда табыстың жоғары көлеміне қол жеткізу еркін жүзеге асыра алады.

Айналым шығындарының жіктелуі

Жіктелудің экономикалық көзқарасы айналымның анық және анық емес (жасырын) шығындарының есебін қарастырады [43,44].

Анық шығындар (сыртқы) – бұл анық сипатты, бухгалтерлік тіркеу есебінде көрінетін шығындар. Оларға жан – жанжақтан алынған, ресурстар үшін ақша төлеу (жұмысшылар еңбек ақысы, тауарды жеткізу үшін төлеу, тасымалдау, қаржы және басқа қызметтер) жатады.

Анық емес шығындар (ішкі) – бұл фармацевтикалық кәсіпорынның өз (ішкі) ресурстарын пайдалануымен байланысты. Анық шығындарға қарағанда, бұл шығындар төленбейді және бухгалтерлік есепте көрсетілмейді. Олар жасырын сипатта болады. Бұл шығындардың көлемі өз ресурстарын қолайлы қолдану кезінде алатын табыспен анықталады.

Фармацевтикалық кәсіпорынның қызметінің сипаты, жүзеге асыру шарты мен бағытына байланысты, *ДЗ сату мен өндіруге байланысты және жүзеге асырылмай қалған шығындар деп жіктеледі.*

Өндіру мен сатуға байланысты шығындар, келесі түрлерге бөлінеді:

1. Өз өндірісінің тауарын сатумен байланысты шығындар;
2. Зауыттық өндірілген тауарлар мен басқа дәріхана ассортиментін сатуға байланысты шығындар;
3. Амортизациялық мүлікті (негізгі заттар) сатуға байланысты шығындар;
4. Басқа мүлікті сатуға байланысты, шығындар.

Сатылымнан тыс шығындар – сату және өндіруге байланысты емес шығындар:

- Жалға беру келісімі бойынша амортизациясы қосылып алынған, мүлікті ұстап тұру шығындары;
- Қарыздық міндеттер бойынша пайыздардың шығыны;
- Пайдаланудан шығатын негізгі заттарды жоюға жіберілген шығындар;
- Соттасу шығындары мен арбитражды жиналыстар;
- Келісім шарттарын бұзғаны үшін айыппұл, өсімдер түріндегі шығындар;
- Банк қызметтерін төлеу шығындары, сатылымнан тыс шығындар, кәсіпорынның есепті жылдағы алған шығындарына тең болады;
- Ағымдағы уақытта анықталған, өткен салық мерзімдерінің ұйғындары;
- Инвентаризациялау кезінде анықталған, материалды құндылықтардың жетіспеушілігі түріндегі шығындар;
- Табиғи апаттар, өрттен болған шығындар және т.б.

Өндірістік – сауда қызметінің соңғы нәтижесіне әсер ету бойынша, шығындар тура және тура емес болып бөлінеді.

Тура шығындар - сауда қызметінің нақты нәтижесімен өлшенетін шығындар. Мысалы, дәрілік заттар өндірісінде қолданылатын шикізаттар, субстанциялар, және қосымша материалдар.

Тура емес шығындары, оған бір топ шығындарын кешенді топтары бойынша бөліп есептеледі (мысалы, сатылым тауарларын топтары бойынша тасымалдау шығындары).

Шығындардың нақты түрлері бойынша, жиынтығы номенклатурасын құрайтын, айналым шығындарының жеке түрлерін қарастырады. ҚР есеп беру мен бірыңғай бухгалтерлік тіркеу жүйесіне сәйкес келесі статьялардың бірыңғай есепті номенклатура жүйесі бекітілген:

- 1) Тасымалдау шығыны;
- 2) Еңбек ақысын төлеу шығындары;
- 3) Негізгі қорды ұстап тұру мен жалға алу шығындары;
- 4) Негізгі заттар мен материалды емес активтерді амортизациялау;
- 5) Өндірістік қажеттіліктер үшін отын, газ және электроэнергия шығындары;
- 6) Тауарды сақтау, өңдеу;
- 7) Жарнамаға кететін шығындары;
- 8) Несие қарыздарың төлеу;
- 9) Табиғи шығын нормалары бойынша;

- 10) БІдыстар шығындары;
- 11) Әлеуметтік қорға есептелген шығындар;
- 12) Басқа шығындар.

Сатылған тауар көлеміне байланысты шартты ауыспалы және шартты тұрақты шығындарға бөлінеді.

Шартты – ауыспалы –көлемі тауар сатылымының көлеміне байланысты шығындар. Оларға жатады:

- Еңбек ақы шығындары;
- Шикізат, материал, отын, энергия шығындары;
- Жарнама шығындары;
- Тасымалдау шығындары;
- Пошта шығындары;
- Табиғи шығындар.

Шартты тұрақты шығындар -- сатудың көлемі мен құрылымына байланысты емес. Оларға жал ақы төлемі, амортизациялық төлемдер, басқару қызметкерлерінің еңбегін төлеу және т.б. жатады.

Барлық тұрақты және ауыспалы шығындардың жалпы суммасы TC деп аталатын (ағылш. Totalcosts) валды шығындарды немесе жалпы шығындарды құрайды.

Орташа шығындар (AC – averagecosts) – бұл өнім бірлігінің шығындары

Орташа ауыспалы шығындар (AVC), ауыспалы шығындардың өндірілген өнім санына қатынасы : $AVC = VC : Q$;

Орташа валды шығындар (ATC), өнім санына бөлінге валды шығындардан бөлінген жеке ретінде : $ATC = TC : Q$

Ақырғы шығындар

Өндірістік қызметпен айналысатын дәріхана кәсіпорындары **маржинальды** деп аталатын, **ақырғы шығындарға** аса назар аударуы тиіс.

Ақырғы шығындар (ағылш. Marginalcosts) – бір қосымша өнім сату нәтижесіндегі шығынның өсуі..

Ақырғы шығындар дәріхананың дәрі түрін бір бірлікке арттыруы қаншаға түсетінін көрсетеді. Бұл жерде өсу бірлігі инъекциялық ерітіндінің бір құтысы немесе бір микстура болуы мүмкін.

Ақырғы шығындар, өнімді шығару көлемі мен сату көлемінің өзгеруіне қарамастан өзгеріссіз болады. Сондықтан ақырғы шығындар, суммарлы валды немесе суммарлы ауыспалы шығындардың шығарылатын өнім көлемінің өзгеруіне қатынасы ретінде анықталады[46].

Фармацевтикалық кәсіпорынның шығындарына әсер ететін факторлар

Фармацевтикалық кәсіпорынның шығындарын жоспарлау, оған әсер ететін факторларды зерттеумен тығыз байланысты. Барлық факторлар екі негізгі топтарға бөлінеді:

- Ішкі (дәріхана қызметіне тәуелді);
- Сыртқы (дәріхана қызметіне тәуелді емес).

Ішкі факторларға жатады:

- Сату көлемі;
- Сату түрлері;
- Топ бойынша тауарды сату құрылымы;
- Тауар айналысының жылдамдығы;
- Жұмысшылар еңбегі өнімділігінің деңгейі;
- Пайдаланылған негізгі қор жағдайы;
- Өзіндік айналымдағы қаржының қамтамасыз етілуі.

Фармацевтикалық кәсіпорынның шығынына *тауарды сату көлемі* маңызды әсер етеді, ауыспалы көрсеткіштер ретінде тауар айналымының өзгерісіне тура пропорциональды болады.

Сату түрі жалпы сатылымның жеке құрылымды бөліктеріне байланысты, айналым шығынының деңгейіне әртүрлі әсер етеді.

Тауарды топтар бойынша сату құрылымы.

Тауардың әртүрлі топтарына шығын көлемінің әртүрлі деңгейі тән. Сонымен, фармацевтикалық кәсіпорындарында, жеке рецепт бойынша дайындалатын дәрілік заттар аса көлемді шығындарға жатады.

Тауар айналымының жылдамдығы.

Тауар қорының күндік айналымы неғұрлым көп болса, соғұрлым тауарды сақтау бойыншатабиғи шығыны бойынша, шығыны жоғары болады.

Жұмысшылар еңбегі өнімділігінің деңгейі.

Бір жұмысшыға шаққандағы сату көлемі неғұрлым жоғары болса, сәйкесінше соғұрлым еңбек ақысын төлеу шығыны төмен болады.

Пайдаланылған негізгі қор жағдайы.

Тозу деңгейі қаншалықты жоғары болса, кәсіпорын оларды жөндеу үшін соншалықты шығын жұмсайды.

Өзіндік айналым қаржысымен қамтамасыз етілуі.

Бұл көрсеткіш неғұрлым жоғары болса, қарыз алу мен несие пайыздарының деңгейі соғұрлым аз болады.

Кәсіпорын қызметіне тәуелді емес, сыртқы факторларға жатады:

Елдегі инфляция қарқыны. Бұл көрсеткіш неғұрлым жоғары болса, қызметкерлер еңбек ақысын төлеу шығынының суммасы соғұрлым тез өседі.

Айналым шығынының құрамына кіретін, салық төлемінің түрі мен ставкасының өзгеруі.

Төлем түрлері мен салық ставкасы деңгейінің өзгеруінде, фармацевтикалық кәсіпорынның айналымы шығындарының деңгейі мен жалпы соммасында көрсетіледі.

Фармацевтикалық кәсіпорынның қызметінің шығындарын басқару

Шығындарды басқару процессі бірнеше кезеңнен тұрады:

1. Фармацевтикалық кәсіпорынның айналым шығындарын талдау;
2. Шығындарды үнемдеудің негізгі бағыттарын негіздеу;
3. Шығындарды жоспарлау.

Фармацевтикалық кәсіпорынның айналым шығындарын талдау

Айналым шығындарды талдау үшін бастапқыда жеке сала бойынша шығындар динамикасын зерттейді. Одан кейін өткен жылғы айналым шығындарының деректерін салыстыру негізінде, жалпы және жеке салалар бойынша сумма тенденциясы мен шығын деңгейін анықтайды[47,48].

Келесі кезеңі шығынға әсер ететін факторларды талдау. Соңғы кезеңде шығынды үнемдеудің резервтерін анықтау қажет.

Шығынды талдау кезінде, жалпы және жеке шығын түрі бойынша, олардың абсолютті және салыстырмалы көрсеткіштерінің динамикасы зерттеледі.

Мысал. Берілген деректер бойынша, дәріхана шығынының динамикасы мен құрылымының талдауын жүргізу (9 кесте).

9 Кесте. Фармацевтикалық кәсіпорынның шығындарының динамикасы мен құрылымын талдау

Көрсеткіштер		жыл			ауытқулар
		1-й	2-й	сумма	%
Сату көлемі шығындар, мың теңге	8000,0	9900,0	+1,900	+12,3%	
	Оның ішінде, еңбекті төлеу шығындары	1500,0	1608,0	+108	+7,2%
% шығын деңгейі	1100,0	1200	+100	+ 9,0 %	
	18,75	16,24		-2,51	
% шығынның жалпы суммасының еңбек ақысын төлеу шығынының үлестірмелі салмағы		73,3	74,6		-1,3

Қорытынды: зерттеу кезеңінде шығындар жалпы 7,2%, өсті, ал сату көлемі 12,3 % артты – бұл оң тенденция. .

Фармацевтикалық кәсіпорынның шығындарын жоспарлау

Айналым шығындарын жоспарлауды кезеңмен жүргізеді:

1. Жеке сала бойынша жоспарлы соммасы анықталады;
2. Шығынның жалпы соммасы есептеледі;
3. Шығын деңгейінің жоспарлы маңызын анықтайды;
4. Квартал бойынша жалпы шығын соммасын үлестіреді.

Жоспарлы кезеңде жеке сала бойынша шығын көлемінің соммасын анықтайды:

- Деңгейі бойынша;
- Жалпы соммада.

Ауыспалы шығынды деңгейі бойынша жоспарлайды. Бірнеше жылға шығын деңгейінің өзгерісін анықтай отырып, жоспарлы жылға шығын деңгейін есептейді.

Мысал:

«Тасымалдау шығындары» саласы бойынша жоспарлы шығын мағынасын анықтау. Экономикалық талдау көрсеткендей, соңғы үш жылда шығын көлемі өзгермеген және сату көлемінің 1,5% құрайды. Сонда жоспарлы жылға шығын деңгейін 1,5% сақтап қалу қажет. Жоспарлы сату көлемі 5000,0 теңге болғанда, шығын суммасы 75,0 мың теңгені құрайды.

Сомма бойынша тұрақты шығынды жоспарлайды. Берілген сала бойынша базисті жылда қалыптасқан шығынның абсолютті соммасы, шығын деректеріне әсер ететін факторларды ескере отырып, келесі жоспарлы жылға ауысады.

Есептеу арқылы мөлшерлі шығынды жоспарлайды. Бұл өндірілетін өнім құнына толығымен қосылмайтын, заңды нормативтермен бекітілген шығындар. Оларға жатады:

- Жарнама шығындары;
- Тұлғалық шығындар;
- Қызметтік іс сапарлар шығыны;
- Фармацевтикалық кәсіпорынның ассортименті тауарларының табиғи шығыны;
 - Фармацевтикалық кәсіпорынның дайындалған, дәрілік препараттарды талдау шығындары.

Жарнама шығыны -- тауарды жылжыту үшін тұтынушыға мақсатты бағытталған ақпаратты әсер ету шығындары. Оларға жатады:

- Бұқаралық ақпарат құралы арқылы жарнамалық іс – шаралар шығыны: баспадағы жарнама, радио мен теледидар бойынша бағдарламалар;
- Жарықтық және басқа сыртқы жарнама шығындары;
- Көрмелерді, жәрмеңке, экспозицияларға қатысу мен көрмелерді рәсімдеу шығындары.

Сонымен бірге бұл шығындар құжатты түрде жарнама қызмет көрсету келісім шарты, орындалған жұмысты қабылдау – өткізу акті, есеп фактурасы құжаттарымен дәлелденеді.

Тұлғалық шығындар – өзара тиімді әріптестік орнату мақсатында басқа ұйым өкілдерімен келіссөздерге қатысушы тұлғалардың қызметімен байланысты шығындар. Өкілдерге ресми қабылдау (таңғы ас, түскі ас) жүргізумен байланысты шығындар, оларды көлікпен тасымалдауды қамтамасыз ету, мәдени – көрме іс – шараларына қатысу, буфетті қызмет ету, ұйым штаты тізімінде тұрмайтын, аудармашы қызметіне төлеу тұлғалық шығындарға жатады.

Сонымен қатар, тұлғалық шығындар ағымдағы есепті кезеңінде **еңбек ақысын төлеу шығынының 4%** жоғары болмауы тиіс.

Қызметкерлерді дайындау мен қайта дайындау шығыны. Оларға қызметкерлерді дайындау мен қайта дайындау, оның ішінде, фармацевтикалық кәсіпорынның штатында тұратын, жұмысшылардың біліктілігін артыру шығындары жатады. Бұл шығындарды ұйымның өз құнына жатқызу үшін, білім беру мекемесімен келісім шарт, нақты

қызметкердің дайындықты немесе қайта дайындауды аяқтағаны туралы құжат (куәлік, диплом) және есеп- фактура болуы тиіс.

Іс – сапар шығындары. Өндірістік қызметпен байланысты іс – сапарлардың ерекше белгілеріне, тұрақты жұмысынан тыс жерде, қызметтік тапсырманы орындау үшін, белгілі мерзімге жұмыс берушінің шешімі бойынша жұмысшының іс – сапарға кетуі жатады.

Іс – сапар шығындарына жатады:

- Сәйкес құжаттармен расталатын, фактты шығындар бойынша – тұрғын үй (өмір сүру орны) жалға алу;
- Іс – сапарда болған әрбір күн үшін тәулікті төлеу;
- Іс – сапарға бару мен қайту жолы бойынша шығындар.

Фармацевтикалық кәсіпорында жасалған ДЗ бақылау – аналитикалық зертханаларда талдау жасау шығындары, жоспарланған экстемпоральды ДЗ санына, талдауға алынған ДЗ нормасын, бір талдаудың орташа бағасы мен бір экстемпоральды дәрілік заттардың орташа бағасына байланысты болады.

Сақтау, өндіру мен тауарды сату кезінде **табиғи шығын нормаларының аясындағы тауарларды жоғалту** дәріхана шарттарында дайындалған ДЗ сату көлеміне және табиғи шығын нормасына (өндірістік қызметтен 1,8%, «ангро» массасын сатудан 0,65%) байланысты болады. жеке сала бойынша есептеу жүргізгеннен кейін, шығынның жалпы суммасы мен деңгейін анықтайды.

Квартал бойынша жоспарлы шығын соммасын үлестіру келесідей жүзеге асады:

- Ауыспалы шығындар үшін – кварталға жоспарланған сату көлемінен және айналым шығындарының деңгейінен;
- Тұрақты шығындар үшін – квартал бойынша біркелкі;
- Саудалық, табиғи шығын нормалары шекарасында, инвентаризация кезінде тізімнен шығарады.

Айналым шығынының жоспарланған соммасы дәріхана табысы мен кірісін болжайтын базаға жатады.

Өнеркәсіптік өнімнің өзіндік құнының төмендеуін экономикалық базалау және оны есептеу әдістері

Өнімнің өзіндік құнын басқару жоспарлауды, есепке алуды, реттеуді, оны азайту жөніндегі шараларды ұйымдастыруды қамтиды. Осы мақсатта қазіргі кезеңде өзіндік құн көрсеткіштерінің жүйесі пайдаланылады:

1. Өндіріске арналған шығындар сметасы (шығындардың экономикалық элементтері бойынша).
2. Барлық тауарлық өнімнің өзіндік құны (калькуляция баптары бойынша).
3. Аса маңызды бұйымдар бірлігінің өзіндік құны (калькуляция баптары бойынша).
4. Тауарлық өнімнің бір теңгесіне арналған шығындар:

$$З = \frac{СП * 100}{ТП}$$

Мұндағы: З-тауарлық өнімнің шығындары н 1 теңге? Теңге№

СП-тауар өнімінің толық өзіндік құнының сомасы, теңге.

ТП-қолданыстағы бағадағы тауар өнімінің сомасы, теңге.

Бұл көрсеткіш неғұрлым төмен болса , өзіндік құн соғұрлым төмен болады, тауарлық өнімді сатудан түскен пайда көп, өнім мен өндірістің кірістілігі жоғары болады.

Шығынды үнемдеу резервтерін анықтау

Шығын талдауын жүргізгеннен кейін оларды төмендету жолдарын қарастыру қажет. Шығынды төмендетудің ішкі резервтерін іздеу мен сатуға ерекше назар аудару қажет.

Шығындардың негізгі бөлігі дәріхананың ішкі шығындарымен байланысты болғандықтан, өндірістік және сауда процесстерін жетілдірумен байланысты іс – шаралар жүргізу қажет:

1. Тасымалдау ұзақтығына байланысты шығындарын қысқарту үшін тасымалдаудың оптималды жоспарын жасау қажет;
2. Үздіксіз жабдықтау үшін, жеке фармацевтикалық топтар кесіндісінде, тауар қорының қажеттілігін дұрыс анықтау;
3. Өндірістік қызметте заманауи құралдарды пайдалану;
4. Табысы аз препараттардың үлестірмелі салмағын азайту;
5. ДЗ сақтаудың шарттары мен мерзімін сақтау;
6. Еңбек өнімділігін арттыру.

Айналым шығынын үнемдеуде басқарушы қызметкерлерінің жетілдіру мен пайдалануға үлкен назар аудару қажет. Оларға жатады:

- Функционалды белгі бойынша фармацевтикалық кәсіпорынның басқарудың ұйымдастыру құрылымын реттеу (өндірістік, сауда, жабдықтаушы);
- Басқарушы қызметкерлерді қысқарту;
- Шығын орталықтары мен жауапкершілік орталықтарын бөлу;
- Басқарме есебі жүйесін ендіру.

7. ҚАЗАҚСТАНДА ДӘРІЛЕР НАРЫҒЫНДАҒЫ ДӘРІЛЕРГЕ БАҒА ҚҰРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Баға және баға түзу нарық экономикасының басты элементтерінің бірі.

Баға – күрделі экономикалық категория. Нарық жүйесінің шарттарында, баға, өзінің экономикалық таңдауы мен тәртібінде тұтынушылар мен өндірушілердің басшылыққа алатын негізгі ориентирлеріне жатады.

Баға түзу мәселелері, халықты және ЕПМ дәрімен қамтамасыз етуді басқару сферасында маңызды болады. Бұл фармацевтикалық өнімнің - әлеуметтік маңызы бар тауар екендігімен түсіндіріледі. Дәрілік заттар бағасы, біріншіден, тұтынушыларға қол жетімді болуы тиіс, екіншіден, өндірушілер мен тауар өткізетін кәсіпорындарды табыспен қамтамасыз етуі тиіс.

Баға – нарықтағы оны өндіру мен жылжыту шығындарымен, табыс табуды қосқандағы тауар немесе қызмет құнының ақшалай көрсеткіші.

Баға түзу — бағаны қалыптастыру процесі.

Баға түрлері.

Фармацевтикалық нарықта, өзара байланысқан және бір жүйені құрайтын, тағайындалуы мен түрі бойынша әртүрлі бағалар бар.

1) тауардың ары қарай , тауар өткізетін желі бойымен жылжуымен байланысты **өндіруші бағасы**.

Өндіруші бағасы барлық өндіруші, маркетингті шығындар мен болжамалы табыс соммасына тең болады. Одан басқа, баға құрылымына тауар бағасын арттыратын салықтар (НДС, акциздер) қосылады. Осы баға бойынша өндіруші көтерме сауда жабдықтаушыларына тауарды алып келеді.

$$C_{\text{өндіруші}} = Ш_{\theta} + Ш_{\text{м}} + T + ҚБС$$

$Ш_{\theta}, Ш_{\text{м}}$ - маркетингті және өндірістік шығындар

T – табыс

$ҚБС$ – қосымша баға салығы

2) **Көтерме сауда бағасы** - көтерме сауда дәріханаларында (дәріхана қоймалары, фирмалар) ДЗ сатылатын көтерме сауда өкілдерінің қоятын бағасы. Баға, өндірушіден сатып алған бағадан, сақтауға жұмсалған шығыннан, тауарды өңдеу шығыны, маркетингті шығындар мен болжамалы табыстан құралады.

$$C_{\text{көтерме сауда}} = C_{\theta} + Ш + T + ҚБС,$$

C_{θ} - өндіруші бағасы

$Ш$ - көтерме сауда ұйымының шығындары

T – табыс

3) **Бөлшек сауда бағасы** – дәріханада қалыптасатын баға. Осы бағамен ДЗ халыққа сатылады. Бөлшек сауда бағасы, жабдықтаушының көтерме сауда бағасынан және дәріхана шығынын өтеу үшін, табыс табу үшін қойылған қосымшадан тұрады:

$$C_{\text{б}} = C_{\text{көтерме}} + H_{\text{р}} + ҚБС$$

$C_{\text{б}}$ - бөлшек сауда бағасы ;

$H_{\text{р}}$ - бөлшек сауда қоспасы;

Нарық бағасы – нарықтағы жағдайға байланысты және сұраныс пен ұсыныс жағдайының анықталуына байланысты өзгере алатын берілген нарықта бекітілген баға.

Келісім бағасы – жабдықтаушы мен сатып алушы арасында келісім шарт құрастыру негізінде бекітілген баға.

Базисті баға – сауда биржаларында саудаласу негізінде бекітілген баға, көтерме және контрактты бағалар негізі ретінде қызмет етеді[49].

Дәрілік заттардың баға құрылуына әсер ететін факторлар

Баға саясатын жүзеге асыруға әсер ететін барлық факторларды 3 топқа біріктіруге болады: қоршаған орта, сұраныс пен ұсыныс факторлары (кесте 3.2). Бұл факторлар өзара әсер етумен шартталғандықтан, олардың жиынтығы белгілі жүйені құрайды. Әрбір жеке фактордың әсер ету механизмі мен деңгейі, тауардың және нарық жағдайының нақты ерекшеліктеріне байланысты әртүрлі болады.

Фармацевтикалық ұйымның ассортиментті құрылымының негізгі бөлігін ел халқының денсаулығын сақтауға арналған, ерекше тауар - дәрілік препараттар құрайтынын ескерсек, онда баға құру саясатында бірінші кезекте қоршаған орта факторларына назар аудару тиіс. Қоршаған орта факторлары негізінде, денсаулық сақтау аясындағы мемлекеттік саясатпен байланысты. Ережеге сай, бұл факторлардың әсері, дәрі бағасын бекітуде кәсіпорындардың еркіндігін азайтады. Сонымен, мысалы кейбір дәрілік заттарға қатысты (өмірге қажетте ДЗ) Қазақстан Республикасында рұқсат етілген бағалар бекітілген.

Ел экономикасы да елеулі әсер етеді. Мысалы, экономика халық табысына әсер етеді, Мемлекеттік құқықтық актер жеңілдікпен дәрілік заттарды алуға мүмкіндіктер береді.

Сұраныс факторлары. Олар халықтың тауарға сұранысымен, оның сапасы және сатып алу қабілеттілігімен байланысты. Сұраныс факторы құрылады:

А) тауардың тұтынушылық қасиетінен – ДЗ тиімділігі, қауіпсіздігі, дәрі түрі, қаптамасы, мөлшері, қолдану ыңғайлығы, түпнұсқалығы, патенттілігі, өндірісі, жарамдылық мерзімі және т.б.

Б) экономикалық көрсеткіштерден – бағалық эластикалығы. Тұтынушылардың таңдауы, сатып алуға қабілеттілігі;

В) сатып алуды ынталандырудан – жарнаманы, көрме, презентация және т.б. қолдану.

Ұсыныс факторлары – ДЗ өндірісінің даму деңгейімен байланысты. Оларға жатады:

- а) бәсекелестік өндірушілер саны;
- б) өндіретін тауар сапасы;
- в) шикізаттың болуы, оның құны;
- г) мемлекеттік бақылау мен сапа жүйесі және т.б.

Кәсіпорынның баға саясаты

Кәсіпорынның баға саясаты – фармацевтикалық тауарлар бағасын анықтауға бағытталған іс – шаралар кешені.

Дұрыс құрылған баға саясаты фармацевтикалық нарықта кәсіпорынға бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз етеді.

Фармацевтикалық ұйымның баға саясатының негізгі міндеті, тауар мен қызмет бағасын анықтау кезінде 3 негізгі шарттардың қанағаттандырылуымен анықталады:

- Экономикалық тиімді болу (яғни, шығындарды өтеуге және табыс алуға жеткілікті);
- сатып алу қабілеттілігіне сәйкес болу;
- ұйымның және ұсынылған тауар мен қызметтің бәсеке қабілеттілігін қамтамасыз ету.

Баға саясатын жүзеге асыруды баға саясатын жүзеге асыруды негізгі кезеңдеріне жатады:

1. Баға түзудің мақсаттарын құру;
2. Баға стратегиясының таңдауы мен орындалуы;
3. Бағаны бақылау, талдау мен коррекциялау.

Баға саясатын жасауды, төмендегіге бағытталған баға түзу мақсатын құрудан бастау қажет:

- сату көлемін арттыру;
- ағымды табысты арттыру;
 - бәсекелестік шарттарында өмір сүруді қамтамасыз ету.

- *Сату көлемін арттыруға бағытталған бағалар.* Сату көлемі тауарға деген сұранысқа байланысты екендігі баршаға мәлім. Сұраныс пен баға кері пропорциональды тәуекелділікте болады. Сұраныстың бағаға сезімталдығының деңгейі баға эластикалығының коэффициентімен анықталады. Сондықтан, егер ұйым сату көлемін арттыруға бағытталса, дәрілік препаратқа деген сұраныс эластикалығын ескеру қажет.

Сұраныс эластикалығын бағалау үшін, әртүрлі баға кезінде өлшемдер жүргізеді немесе тұтынушылар арасында анкеталау немесе интервью беру жолымен арнайы сұраулар жүргізеді.

Егер сұраныс өзгерген кезде ($K < 1$) өзгермесе, онда сұраныс эластикалығы аз. Бұл келесі себептерге байланысты болады:

- дәрілік заттардың орын алмастырушы дәрілер жоқ немесе олар тым аз (мысалы, инсулинге тәуелді қант диабетімен ауратын науқастар үшін инсулин);
- тұтынушы баға өзгергенін байқамайды;
- тұтынушылар бағаның қымбаттағанын, дәрілік препараттың жоғары сапасы мен тиімділігімен шартталған деп есептейді (мысалы, көптеген тұтынушылар Циннаризинге (Польша) қарағанда одан қымбатырақ Стугерон (Венгрия) препаратын көбірек пайдаланады, өйткені, венгрия препараттарының сапасы жоғары деп есептейді).
- ДЗ бағасына қарамастан дәрілік заттарды жеңілдіктер сату мен тегін алу.

Сондықтан эластикалығы аз сұраныста, бағаны төмендету сату көлемін аз стимулдайды.

Қорытындысы: сұранысы эластикалық болмаған жағдайда тауар бағасын төмендету тиімді емес, өйткені ол сату көлемінің азаюына алып келеді.

Бұл жағдайда, сату көлемін арттыру үшін дәріханада сұраныстың бағалы емес факторларына бағытталып, тұтынушылардың сұранысын зерттеп, қызмет ету сапасын арттыру қажет.

Эластикалық сұранысы жоғары дәріхана ассортиментінің тауарына, рецептсіз босатылатын ДЗ, медициналық бұйымдар, гигиена заттары мен емдік косметика жатады.

Егер Дз сұранысы эластикалық болса ($K > 1$), тауар бағасын төмендету сату көлемін арттыруға алып келеді.

Қорытындысы: сұраныс эластикалық болған жағдайда бағасын төмендету тиімді, өйткені, сату көлемі бағаны төмендету қарқынына қарағанда, жоғары қарқынмен өседі.

Азымдағы табысты арттыруға бағытталған бағалар.

Бұл жағдайда тауарды өндіру мен сату шығындарына сәйкес бағаларды бекіту қажет. Фармацевтикалық ұйым шығынды толығымен қайтаратын және максимальды табыс алуды қамтамасыз ететін бағаны таңдайды. Бағаны нақты таңдау келесі диапазонда анықталады:

Минимальды баға өндіріс және шығындарымен анықталады, ал максимальды бағаны сұраныс анықтайды. Бағаның таңдаған параметрлері өндірістің, сақтаудың, сату мен ынта мен кәсіпкерлік тәуекелділік нормасының барлық шығындарын толығымен өтеуі керек.

Басқа тең шарттарда үнемдеу режимінде жұмыс істегендер ұтады. Бәсекелестік шарттарында өмір сүруді қамтамасыз етуге бағытталған бағалар.

Баға түзудің бұндай мақсатын таңдағанда, бәсекелестердің тауар ассортиментін, сапасы мен бағасын білу қажет – өз баға түзу қажеттіліктері үшін ақпаратты база. Бірақ, бұл стратегия дәріхананың өз шығындарын қайтара алатын жағдайда ғана тиімді.

Сонымен, баға түзудің мақсатын таңдағанда, басты факторларға тұтынушылар сұранысының құрылымы мен көлемін, кәсіпорынның шығындары, территорияльды нарықтағы бәсекелестердің бағасы жатады.

Жаңа тауарға баға қою әдістері.

«Бәсекелестер бағасына негізделген» стратегия. Шығару кезінде компания берілген тауар түріне сұраныс пен ұсынысқа негізделген, бағаны қолданады. Бұндай тәсіл ыңғайлы, баға эластикалығының коэффициентін есептеуді және сұраныс қисық сызығын құрастыруды қажет етпейді, бірақ, кәсіпорын шығындарын, табыс немесе шығын алу мүмкіндігін есептемейді.

«Ену» стратегиясы немесе нарыққа тұрақты ену стратегиясы.

Бұл жағдайда тауар арыққа шыққанда, сатып алушыларды қызықтыру мен нарықтың үлкен бөлігін қамту үшін бастапқы төмен бағамен енгізіледі.

Бұндай бағаларды, жоғары баға эластикалығы бар сұранысты тауарлар мен нарыққа бәсекелестердің шығуын тоқтату үшін қолданады

«Қаймағын алу» әдісі - жоғары баға стратегиясы. Өндірілу шығындарын қайтару, берілген тауарды жеткізу, және қысқа мерзімде қажетті табыс алу үшін тауарға ең жоғары баға қойылады.

Бұл әдіс мүмкін болады, егер:

- Берілген тауардың жақсы жарнамасы болса;
- Бәсекелестік болмаса ;

Нарықтың берілген тауармен қанығуы баяу жүрген жағдайда.

Нарықта басқа өндірушілер болмаса, тауар бағасы ұзақ уақыт жоғары болып тұрады. Бәсекелестерде бұл тауар түру пайда болғанда, бағасын төмендету тиімді. Егер нарыққа шыққанда тауар бағасы жоғары болса, бағасын төмендету үлкен табыс алып келеді. Берілген бағыт уақыт бойымен табыс алуға мүмкін береді, ал кезең бойынша бағасын төмендету – сатудың ұзақ мерзімін қамтамасыз етеді.

Жоғары баға түпнұсқалы ДЗ, емдік косметиканың беделді түрлеріне қолданылады. Сонымен, тауардың жоғары сапасы мен компанияның беделі тұрақтанады.

«Шығындар қосындысы» стратегиясы. Табыстың нормасын алдын ала ескере отырып, тауардың өз құнын анықтауға негізделген. Сонымен бірге тауардың өндіруі мен нарықта жылжуының орташа шығыны қлшенеді. Бағаны есептеу келесі формула бойынша жүргізіледі:

$$б = \frac{ш + т}{\text{тауарсаны}}$$

б – баға,

т- табыс

ш -шығын

Бірақ, берілген әдісте нарықтағы бағаның шынайы жағдайы, сұраныс пен ұсыныс заңдарының әсері ескерілмейді.

«Сатып алушылар психологиясы» негізіндегі стратегия. Бәсекелестерге қарағанда бағаны сәл төменірек қояды. Мысалы, 100 тенге емес, 99 тенге.

Фирма беделіне (абыройына) негізделген баға түзу. Беделді бағалар беделді тауарлар мен ДЗ бекітіледі. Мысалы, «Байер» фирмасының аспиринің бағасы, басқа өндірушілерге қарағанда бағасы жоғары болады. Ондай бағаны бекіту, басқа өндірушілердің ұқсас тауарларына қарағанда сапасы жағынан артық болатындығына негізделген. Бұл түпнұсқалы атауының үстінде «R» белгісі бар, барлық патенттелген ДЗ қатысты.

Беделді тауарларға жоғары баға қою үшін, бұл дәрілердің тиімділігіне сенімді және нарықтағы ұқсас тауарларда тұтынушылар төлеуге дайын болатын, бұндай тиімділігі жоғары препараттың жоқтығына сенімді болу қажет.

Нарықтағы тауарларға баға қою әдістері

Барлық тауардың, оның ішінде дәрілік препараттардың да өз өмірлік циклы бар. Баға қою стратегиясы тауардың өмір циклы бойымен өзгерістерге ұшырайды. Өмір циклы бойымен бағаның клиссикалық өзгеруі келесі кезеңдерден өтеді:

Бірінші кезең – *«нарыққа ену»*. Дз нарыққа шығу уақыты, сатудың азғана өсуімен сипатталады. Өндіріс шығындарын жабу мен нарыққа шығару шығыны жоғары. Сату көлемі үлкен болмағандықтан, шығындары жоғары, бұл кезеңде табыс әлі жоқ.

Екінші кезең - *«өсу кезеңі»*. Бағаны біртіндеп төмендетумен стимулданатын, салдарынан табыстың өсуі байқалатын сатудың өсу кезеңі.

Үшінші кезең – *«пісу кезеңі»*. Сатудың баяу жүруі, бағасы да ең төмен, тауарды бәсекелестіктерден қорғау шығындарының өсуімен байланысты табыстың төмендеуі.

Төртінші кезең – *«құлдырау кезеңі»*. Сату мен табыстың күрт төмендеуі. Шығындарды қайтару үшін, бағасын жоғарлатады.

Нарықта бар тауарларға баға қою келесі әдістермен жүзеге асады: *«бағаны сақтау», «бағаны төмендету», «бағаны қымбаттату»*.

1. *«Бағаны сақтау»* стратегиясы кезінде бағаның келесі түрлері пайдаланылады:

а) ұзақ уақытты бағалар – бұндай бағалар, сұранысы тұрақты жоғары, көпшілік сұранысына ие тауарларда сақталады.

б) эластикалық иілгіш баға - жоғарылау мен төмендеу жағына, сұраныс пен ұсыныстың өзгерісіне тез өзгертін баға.

в) тұтынушы сегментінің бағасы – нарықтың әртүрлі сегментіне, бір тауарға әртүрлі бағалар бекітілген.

2. *«Бағасын төмендету»* амалы – бәсекелестік шартындағы қорғаныс шарасы.

Берілген жағдайда бағаның келесі түрлері қолданылады:

а) сырғанақ құлайтын баға. Сұраныс пен ұсыныстың есебіне негізделген. Нарықтың тауармен қанығуына қарай, сұраныс азаяды, егер сұраныс жоғары эластикалыққа ие болса, онда бағаның төмендеуі сатып алушыларды қызықтырып, сату көлемін арттырады.

б) артықшылығы бар баға. Бағаның төмендеуі сатып алушылар қатынасында, артықшылықтарын сақтап қалу мүмкіндігін береді. Бұл тауар сапасы жоғары болған кезде ғана мүмкін болады.

3. *«Бағасын көтеру»* стратегиясы маусымды тауарлардың сұранысы артқан кезде немесе Дз нарықта монополиялық орналасуы кезінде қолданылады.

Бағаларды түзету

Кәсіпорынның баға саясаты, көтерме және дара сатып алушыларға әртүрлі жеңілдіктер немесе қосымша ақы қосуды қолданы арқылы, бағасын түзету механизмін қарастырады.

Тәжірибеде фармацевтикалық тауарларға келесі жеңілдіктер түрі кеңінен тараған:

- Тауардың үлкен партиясын сату кезінде жеңілдік жасау;
- Қолма – қол ақша төлеген кездегі жеңілдіктер;
- Тауарына байланысты белгілі шкала бойынша (бонусты) жеңілдіктер;
- Тұрақты клиенттер жеңілдіктері;
- Белгілі уақытта сату кезінде жеңілдіктер, сатып алушылар ағымы азайған кезде;
- Маусымды сұраныс кезінде пайдаланатын заттарға қосымша ақы қосу;
- Жеке тапсырыс бойынша қосымша ақы алу;
- Қосымша қызмет көрсету үшін ақы алу.

Сонымен, дұрыс жасалған жеңілдіктер жүйесі, нарық конъюктурасы өзгенген кезде, дәріханаға бағаны уақытылы түзетуге, сонымен бірге нарықты басқарып отыруға мүмкіндік береді[50].

Фармацевтикалық нарығында референттік бағалардың қолдануы.

Фармацевтикалық нарығында болып жатқан бағалық механизмдер әр түрлі және күрделі. Біріншіден, бағалық саясат мемлекеттің экономикалық саясатының бір бөлігі болып келеді, екіншіден ДЗ бағасын анықтау кезінде бірнеше әлеуметтік, заңдылық және моральдық аспектілерін ескеріу қажет. Басқа жағынан баға құрылу процесі ол маркетинг жиынтығының элементі болып, оған қаржылы-әлеуметтік, заңдылық және моральды аспектілердің пайдасы қалыптасады. Өндірістік пен нарықтық факторлардан басқа ДЗ баға қалыптасуына реттелетін және қаржылы-заңдылық механизмдер әсерін тигізеді, осының барлығы жалпы алғанда баға құрылу процессінің күрделілігін түсіндіреді.

Қазақстанда ДСМ бұйрығымен 11 желтоқсан 2020ж №ҚР ДСМ - 247/2020ж дәрілік препараттарға шекті бағалар және үстеме бағалар қалыптасу ережелері бекітілген

Осы өзгерістер дәрілік препараттын объективті құнын анықтауға және шамадан тыс негізсіз үстеме бағалардың болдырмауын қадағалайды.

Қазақстанда және басқа мемлекеттердің дәрілік препараттарға бағалардың салыстыру мақсатында Бүкіларалық Денсаулық сақтау орынымен ұсынылған дәрілік заттардың баға туралы ақпараттық ресурстар мәліметтерін белсенді қолдануды жоспарланады. Бұл референттік баға құрылу деп атанылатын бағалар. Ол үшін Қазақстанмен макроэкономикалық көрсеткіштермен, сондайақ климаттық-географиялық және көліктік-логистикалық ерекшеліктерімен ұқсас 10 референтті елдерден себет құрылған.

Бір препараттың референттік бағасын анықтау үшін оның босату бағасы 10 референтті елдерде жоғары, орташадан жоғары немесе орташадан төмен жаң басына шаққандағы табыс деңгейі ескеріледі. Бұл тізімге сондайақ елдер кірген: 1) Венгрия, 2) Ресей Федерациясы, 3) Украина, 4) Польша Республикасы, 5) Тәжікістан, 6) Словения, 7) Қазақстан Республикасы, 8) Республика Болгария, 9) Республика Беларусь, 10) Қырғыз Республикасы.

Өтініш берушіден автоматты түрде орташа баға есептеу жүйесіне өтініш пен ақпарат түскеннен кейін үш күн аралығында өкілетті органның жұмыс органның шекті бағалары белгілі реестрге еңгізіледі. Делдар санына карамастан, дірілік заттардың көтерме бағасы референттік бағадан 15 % тан аспауы керек.

Бүкіл әлемде дәрілердін сатып алу мәселесі сақтандыру арқылы шешіледі. Айта кету керек, европа елдерінің көбісінде амбулаториялық емделуде дәрігермен тағайындалған дәрілердін шығыны барлық халаққа мемлекетпен өтеледі. Ал кейбір халықтың категорияларына дәрілер мүлдем тегін босатылады, халықтың басқа топтары сатып алғанда тек ішінара төлейді.

Дамушы елдерде осындай баға өтелуі толық емес болуы мүмкін – дәрілердін бағасы тек пенсионерлерге немесе әлеуметтік қорғалмаған топтарына ғана өтеледі. Әр ел өзінің ерекшеліктерімен және басымдықтарымен, өзінің дәрілік сақтандыру моделімен, қосымша төлем механизмдарымен ерекшелінеді. Мысалы, Францияда пациенттерге қосымша төлемдер аурудың түріне байланысты, 0%-35%-65% дейін жетеді. Англияда қосымша төлем шектелген болады, дәрілік препарат қаншада тұрса да пациент оған 12 АҚШ доллар төлейді, бірақ зейнеткерлер мен балалар, және әлеуметтік қорғалмаған топтары қосымша төлемақыдан босатылады. осындай адамдар эксперттердің бағалануы бойынша Англияда 80% құрайды.

Дәрілік сақтандыру немесе дәрілік емдеуде өтеу жүйесі арқасында европалықтар жылына (1 орташа статистикалық есеппен алғанда) 400 АҚШ дол., ал россияндар -40 дол. Германияда шектелген устеме төлемдер колданылады- 2ден 10 дейін евро 1 қорапқа[50].

Кәзіргі таңда біздің елімізде қабылданған ерікті медициналық сақтандыру (ЕМС) концепциясы дәрілік сақтандыру идеясына ең жақын. Мамандардың айтуынша, дәрілік заттармен қамтамасыз етумен бірге ЕМС бағдарламарын еңгізу сақтандыратын өнімдердің тізімін кеңейтуге мүмкіншілік берді және сақтандырған адамдардың санын көбейтті. Сонымен бірге, ізденушілердің зерттеулері бойынша дәрілік заттармен қамтамасыз ету ЕМС жүйесінде медициналық көмекке кеткен шығындары маңызды экономияға әкелмеді.

Дәрілік заттармен қамтамасыз ету ЕМС жүйесінде оң экономикалық пайдасын ұзақ мерзімде әкелу мүмкін. Сондықтан, біздің елімізде дәрілік сақтандыруды еңгізу – қазіргі жағдайды ескере отырып, халықтың бөлек категорияларына дәрілік көмектің бағалық қолжетімділігін қамтамасыз ету - әлеуметтік керекті және маңызды шара. Шетелдік тәжірибе осыған орай жеңілдетілген дәрілермен қамтамасыз етуді басқарудың осы тәсілінің болашағын болжайды.

9. ФАРМАЦЕВТИКА САЛАСЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГТІҢ

ҚОЛДАНУЫ

Бүкіл әлемде фармацевтикалық нарық ең тез дамып жатқан нарықтардың бірі болып саналады. Оны сипаттайтын негізгі белгілері - бәсекелестің жоғары деңгейі, тұтынушыға жедел курес және жылжытудың арнайы технологиялардың болуы. Замануи фармацевтикалық маркетингтің негіздері технологиялық прогресс өте қатты дамып, оның артынаң келе жатқан маркетингтің оған сәйкес келуі ықтимал болып, 1940 жылдардың бірінші жартысында пайда болған. Ұлкен депрессия кезінде де АҚШ да дәрілер сатылымы өте жоғары деңгейде болып, ал экономикалық өрлеу Екінші халықаралық соғыс және ерекше сәтті зерттеу қызметі саланың бұрын сонда болмаған өркендеуіне әкелді. Осындай жағдайда, бәсекелестік өсіп жатқанда, сәтті сатылымдарды жүргізуге тек жақсы өнімнің болуы жеткіліксіз.

Фармацевтикалық өнеркәсіпті күнделікті қолданылатын тауарлардың өндірісінен негізгі ерекшелігі өнімді қабылдау шешімін тұтынушыдан басқа дәрігер мен фармацевтикалық қызметкер қабылдайды. Сондықтан өнімнің жылжытуына тұтынушыларға әсерін тигізетін мамандармен жұмыс жасау маңызды бөлімі болызаңды жүзінде шектелген және реттелген болу керекті табылды.

Одан басқа, белгілі тауар дұрыс қабылдамаған жағдайда кері әсерін тигізуі мүмкін және жаңама әсерін көрсету. Сондықтан бөлшек саудадағы сатушылары дипломдары бар мамандар, ал өндіріс заң жүзінде шектелген және реттелген болу керек.

Фармацевтикалық маркетингтің басты ролі клиенттер арасында қарымқатынастарды қалыптасу (біріншілік- тұтынушылармен және екіншілік – дәріханалармен, госпитальды сектормен, дистрибуциямен) және өндіруші компаниямен.

Фармацевтикалық нарықта маркетинг бірнеше ерекшеліктермен айқындалады:

- Классикалық сату-сатып алу формуласының күрделінуі, себебі сатып алушы (пациент)- сатушы (фармацевт) жүйесіне үшінші – дәрігер, сураныстын басты генераторы қосылады
- Жылжыту жүйесінде қосымша сілтеменің болуы- дәрігер мен фармацевтке әсер ететін медициналық өкілі.
- Тауар жиірек қалаған емес керекті зат болып, сондықтан импульсті сатыпалулар шағын рол атқарады.
- Өнім туралы хабардар болмауы
- Нарықта төмен сапалы тауарлардың болдырмау
- Дәрі-дәрмектермен қамтамасыз ету жүйесінде сыртқы ортамен байланыстыратын мемлекеттік ұйымы (сапаға қойлатын талаптар, тіркеу, номенклатурасы, баға құрылуы, босату шарттары)

Фармацевтикалық нарық – фармацевтикалық тауарлар мен көрсететін қызметтер алмасу процессіндегі әлеуметтік-экономикалық жүйе. Ол дамыған платформа жоғары деңгейдегі бәсекелеспен сипатталады.

фармацевтикалық нарықтың, оған байланысты маркетинг қызметіне әсер ететін факторларына келесілер жатады:

1. Географиялық (сауда, транспорттық жолдарының бар болуы, ауа райы, орналасқан жері, мекенжайы)
2. Экономикалық – аймақтың ресурстармен қамтамасыз етілгені, және жалпы дамуы, ғылыми-техникалық мүмкіндіктері
3. Саяси – әр түрлі деңгейдегі билік пен оның тармақтарының тиімді өзара-әрекеттесуі
4. Әлеуметтік-демографиялық- халықтың өмір сүру деңгейі
5. Қаржылық – аймақтық банк жүйесінің даму деңгейі
6. Инфрақұрылымдық – аймақтың даму инфрақұрылымының деңгейі

Фармацевтикалық көмек нарығының онтайландыру фармацевтикалық нарықтың негізгі мақсаты болып табылады. Басқа сөзбен айтқанда, маркетинг фармацевтикалық бизнесте қажеттілік пен ұсыныс арасындағы байланысты талдауды білдіреді және медициналық қызметтер мен дәрілік заттарды қамтамасыз етуге ішкі факторлар жүйесінің әсерін бағалау.

Бұл кезде фармацевтикалық маркетинг қызметі медициналық препараттарды сатумен ғана шектелмейді.

Фармацевтикалық маркетинг негіздері

Фармацевтикалық маркетингті зерттеу оның негізін құрайтын түсініктер мен анықтамаларсыз мүмкін емес:

Қажеттілік - бір нәрсеге жетіспеушілік сезімі. Мысалы, ауырған кезінде дәрілік затқа не болмаса медициналық қызметке мұқтаждық.

Сұраныс - сатып алу қабілеті бар қажеттілік, фармациядағы ең кең таралған сұраныстың мысалы - көктем мен жазғы маусымда аллергияға қарсы дәрі-дәрмектердің сатылымының өсуі.

Тауар – тұтышының қажеттілігін қанағаттандыратын барлық заттар: өнім, қызмет, идея, т.б

Нарық – тұтынушы мен сатушы өз қызметтерін орындайтын алаң

Фармацевтикалық нарыққа кез келген нарықтың қызметі мен заңдылықтары тән. Бірақ, ол фармацевтикалық тауарды тұтынумен, өндірістік жүйе жағдайымен және оның таралуымен шартталған спецификалық ерекшеліктері бар. Бұл нарықтың тұтынушылар науқастар, халық және екінші жағынан емдік – профилактикалық мекемелер секторы.

Фармацевтикалық нарық үшін, бір жағынан – жаппай тұтыну нарығының болуы, екінші жағынан - жас мөлшері, табысы, сырқаттануы, ауарлар тобының ассортименті бойынша тұтынушылар сегментациясының болуы тән. Фармацевтикалық нарықтағы сұраныс, маусымдылық (маусымды аурулар – тұмау, суық тию), тұтынушылардың демографиялық сипаттамасы, кең ассортимент қажеттілігі, «ауру сегменті» мен «тұтынушылар спецификасы» сияқты көрсеткіштермен шартталған.

ДЗ сұранысының бірнеше түрлерге бөлуге болады.

Сонымен, толық бағасына дәрілік заттар мен медициналық бұйымдарды сатып алу арқылы төленетін халық сұранысы, тұтынушы сұранысының көлемімен анықталады. Оның көлемі:

- ауруға;
- ДЗ орташа тұтыну көлеміне;
- рецептурасыз босату бойынша препараттың құрамы мен өлшеміне;
- толық бағаға рецептпен босататын дәрілік заттар ассортиментіне тәуелді.

Стационарлы науқастарды дәрімен қамтамасыз етуде ЕПМ мен денсаулық сақтаудың басқа да мекемелері қатысады. Стационарлы рецептура бойынша сұраныс көлемі мемлекеттік бюджетке түсетін қаржы көлеміне тәуелді.

Қазақстанның фармацевтикалық нарығының ерекшелігіне, халықтың 30% амбулаторлы емдеуде болатыны және дәрі алу кезінде жеңілдіктерді пайдалануы жатады.

Фармацевтикалық нарықты дамытуды жетілдіру мақсатында, фармацевтикалық көмектің қол жетімділігі мен сапасын арттыруда ұлттық қауіпсіздік үшін стратегиялық маңызы бар мемлекет фармацевтикалық нарық қатысушыларының барлығын қорғауға бағытталған саясатты ұсынады

Фармацевтикалық нарықта сұраныс пен ұсыныс зандарының әсері.

Экономикалық тұрғыдан қарағанда фармацевтикалық нарықты, дәрілік заттар мен басқа да дәріхана ассортиментін сату – сатып алу және тағайындау – тұтынуы бойынша, адамдар арасында пайда болатын экономикалық қатынастардың жиынтығы ретінде анықтауға болады. Сондықтан, дәріхананың экономикалық көрсеткіштерін болжау үшін, фармацевтикалық нарықтағы сатушылар мен сатып алушылардың тәртібін анықтайтын объективті заңдылықтарды білу қажет.

Жалпы тұтынушы нарығының, оның жеке түрлері мен сегменттерінің жағдайын, арасында тұрақты себеп – салдар байланысы бар, сұраныс, ұсыныс, баға сияқты элементтер сипаттайды.

Фармацевтикалық нарыққа кез келген нарықтың қызметі, сипаттамасы мен заңдылықтары тән. Бірақ, фармацевтикалық көмек көрсету үрдісі, әлеуметтік маңызды сферада нарықтың экономикалық заңдылықтарын объективті шектейтін, көптеген спецификалық ерекшеліктерге ие.

Экономикалық заңдылықтардың шектелуін, келесі ерекшеліктермен байланысты деректер анықтайды:

1. фармацевтикалық қызмет
2. сатушы – сатып алушы тізбегіндегі қарым – қатынас
3. дәрілік заттар тауар ретінде.

Дәрілік сферасында, экономикалық тиімділік пен әлеуметтік адамгершілікті үйлестіру қажеттілігімен насихатталатын, шаруашылықтың

ерекше механизмі қолданылады. Нарық шартында, табыс деңгейіне тәуелді емес, науқастың дәрі қабылдау уақытын кейін шегеруге болмайтын, маңызды факторлар әсер етеді.

Сондықтан, дәрілік заттарды аз қамтылған халық арасында әділетті үлестіру принципіалды маңызға ие. Бірақ, дәрілік заттарды үлестірудегі әлеуметтік әділеттік, моральды – этикалық категория ретінде, нарық экономикасының әсер ету принциптерінің әсерін жоққа шығарады.

Фармацевтикалық көмек көрсету кезінде, фармацевтикалық жұмысшылардың еңбек шығыны мен қорытынды нәтижелері арасында айқын емес байланыс анықталады, олар нақты сипаттамамен ерекшеленіп, сандық бағалауға бағынбайды.

Басқа салалармен салыстырғанда, фармацевтикалық салада өндірушінің тұтынушылық дәрілік қасиеттері, фармацевтикалық жұмысшылар мен тұтынушылар туралы ақпараттың ассиметриясы анық байқалады. Тұтынушы (пациент) үшін көлемді ақпарат пен фармацевтикалық қызметтің ғылыми сыйымдылығы, таңдау кезінде қиындықтар тудырады. Осыған байланысты препараттарды сату кезінде маңызды орынды аралық тұтынушы – дәрігер алады.

Фармацевтикалық нарықта тауар ретінде фармацевтикалық және парафармацевтикалық өнім қарастырылады. Фармацевтикалық өнімнің көп бөлігін, тұтыну спецификасымен ерекшеленетін (нақты патологияның болуы, дәрігер таңдауы, тұтыну ұзақтығы), рецептурамен босатылатын дәрілер құрайды.

Дәрілік препараттардың көп бөлігі өмірге маңызды дәрілік препараттар тізіміне жатады, яғни, ұлт денсаулығын анықтайтын, стратегиялық маңызы бар өнімге жатады. Осыған байланысты, дәрілік препараттардың бағасын бекіту кезінде мемлекет тарапынан жеңілдіктер мен шектеулер енгізілген.

Фармацевтикалық өнім маркетингі

Фармациядағы маркетинг тек қана бизнес функциясын қарастырмайды, ол дәрілік препараттар өндіріс саласына және оларды сату кең түрдегі көзқарасы; ол медициналық қызметтерді жобалау, кеңейту және қанағаттандырудың әлеуметтік процессі.

Сатыпалушалар ролінде пациентер болатын және олардың әр қайсысының дәрілік заттарға өздерінің қажеттіліктері бар екенің ескеру қажет. Нарықта дәрілік заттардың кең ассортиментінің пайда болуы өндіруші-фирмалар арасында жоғары бәсекелесті тудырады. Бұл кезде, соңында фармацевтикалық маркетинг тұтынушы қандай препаратты тандайтына әсер етеді.

Фармацевтикалық маркетингтің принциптері

Фармацевтикалық салада маркетингтің негізгі принципі тұтынушының қажет ететін тауарлар мен қызметтер мен қамтамасыз ету. Ол үшін тұтынушылардың нақты қажеттіліктеріне сүйене отырып, нарық

сегментациясын, маркетингтің барлық құралдарын пайдалану, инновацияларды, жоспарлауды, ұзақ перспективаға мақсаттануды қолдану керек. Және фармация маркетингтің тағы бір принципі – тек сапалы өнімді сату.

Фармацевтикалық маркетинг қызметі

Фармацевтикалық салада маркетинг келесі қызметтерді атқарады:

1. Маркетингтік зерттеулер және маркетингтік ақпарат жинау

Маркетингте барлық шешімдер маркетингтік ақпаратты талдаусыз қабылдана алмайды. Маркетингтік ақпараттар болып сандар, фактілер, мәліметтер, бағалар және маркетингтік қызметті болжауға басқа мәліметтер саналады.

Осы ақпараттың түрі маркетингке тиімді болу үшін:

- Өзекті
- Дәлелді
- Релевантты
- Толық
- Мақсатты болу керек

Тауарлар мен қызметтер, сұраныс пен қажеттілік, бәсекелестер мен бағалар туралы ағымдағы ақпаратты жинау аудит кезінде жүргізіледі.

Маркетингтік зерттеулер жүелі түрде жүргізулі қажет, себебі нарықтың өзгеріп тұратын қасиеті бар.

2. Дәрілік заттардың ассортиментін жоспарлау

Техникалық параметрлеріне сәйкес өндіруге өнімдердің таңдауы жүргізіледі. Ол үшін осы препарат бойынша толық ақпаратты жинау керек: оның сипаттамасын, нарықта ұқсас дәрілердің болуы, ж.б. Бәсекелестердің тауарларын зерттеу жаңа өнімнің даму перспективасын болжауына ықпал етеді.

3. Тауарларға баға саясатын құру

Баға саясаты – маркетинг қызметінің басты элементі, себебі кәсіпорын қызметінің нәтижесіне маңызды әсерін тигізеді. Сондықтан дұрыс болжанбаған баға саясаты өнімнің сату динамикасына кері әсерін тигізеді.

4. Тауарларды сату, таралу және жылжыту

Фармацевтикалық маркетинг жауап береді:

- тұтынушыға өндірілген тауарларды керекті санымен және ыңғайлы түрде жеткізіп беру;
- компания-өндірушінің тауарға назар аудару

5. Сатуды ынталандыру және реклама

Бұл жерде тұтынушының осы тауарды таңдау үшін барлық әрекеттерді қамтиды:

- реклама
- коммуникативті байланыстарды дамыту
- клиникалармен ынтымақтастық
- спонсор ретінде коммерциялық емес іс-шараларда қатысу
- фирма-өндірушінің сәтті имиджін қалыптастыру

Фармацевтикалық маркетингтің мақсаттары

Фармацевтикалық маркетингтің қызметтері оның мақсаттарын қамтиды:

1. Тұтынушылардың қанағаттандыруын жоғарлату
2. Тұрақты сатып алушылардың аудиториясын қалыптасу
3. Нарықты тұрақты зерттеу
4. Сұранысты және қанағаттандырылмаған қажеттіліктерді анықтау
5. Маркетинг стратегиясын өңдеу және оны жасау
6. Тауарларға қажеттіліктерді болжау
7. Өндіріс ұйымдастыруды жетілдірудің шараларын өңдеу
8. Шығарылатын өнімнің бәсекелесін бағалау

Фармацевтикалық компанияның маркетинг бөлімінің жұмысын ұйымдастыру

Фармацевтикалық өнеркәсіпте компаниялардың көпшілігі маркетинг бөлімінің қажеттілігін ертеден-ақ түсінді.

Осындай бөлімдер кәсіпорынды фармацевтикалық нарықта жылжытудың стратегиялары мен тактикасын жасауға сонымен қатар оның табысты жұмыс істеуіне және өнімді өндіру мен өткізуге негізделген дамуына бағытталған.

Әйтсе де, фармацевтикалық компанияның маркетинг бөлімінің жұмысы тек компанияның әл-ауқатын арттыруға ғана емес, сонымен қатар қоғамның сұранысын қанағаттандыруға және ел тұрғындарын қажетті тауарлармен қамтамасыз етуге бағытталған.

Маркетинг бөлімінің қызметі нарық пен тұтынушыларды зерттеуге, олардың қажеттіліктері мен қалауларына негізделген. Олсыз ешқандай стратегия сәтті болмайды. Нарық - бұл әрқашан өзгеріп отыратын платформа, оны бақылап отыру және осы өзгерістерге дер кезінде әрекет ету қажет.

Фармацевтикалық компанияның маркетинг бөлімінің үлгілері

Маркетинг бөлімінің құрылымы фармацевтикалық кәсіпорынның көлемі мен ерекшелігіне байланысты. Бұл бөлімнің келесі үлгілерін бөліп көрсетуге болады:

1. Функционалды. Ең көп таралған маркетинг қызметінің құрылымы. Әсіресе азғантай нарығы мен өнімдері бар фармацевтикалық кәсіпорындарға тән. Бөлім ішінде функциялар бойынша нақты бөлініс бар. Мысалы, нарықты зерттеу, өнімді ілгерілету, ассортиментті қалыптастыру және т.б.

2. **Өнімдік.** Кең ассортименттегі өнім шығаратын фармацевтикалық компаниялар үшін өнімдік құрылым қолданылады. Маркетинг бөлімі өнім бойынша жұмыс істейді. Яғни, белгілі бір топтағы қызметкерлер тек нақты өнімнің сатылуымен, ілгерілеуімен және нарықты зерттеумен айналысады.

3. **Аймақтық.** Белгілі бір аймақтарда дәрі-дәрмек сатуға маманданған фирмалар аймақтық модельді таңдайды. Әр бөлім немесе қызметкерлер тобы нақты аймаққа жауап береді және стратегия жасауда оның ерекшеліктерін ескереді.

4. **Сегменттік.** Мұндай ұйымдық құрылым белгілі бір тұтынушылар тобын бөліп, әрқайсысына бірегей маркетинг стратегиясын құруға мүмкіндік береді.

5. **Аралас.** Жоғарыда сипатталған барлық құрылым элементтерін үйлестіреді

Маркетинг бөлімі жұмысын ұйымдастыру кезеңдері

Фармацевтикалық компанияның маркетинг бөлімін құру кезінде мынадай негізгі кадамдарды атап көрсетуге болады:

1. Басты міндеттер мен нәтижелерді анықтау;
2. Кәсіпорындағы маркетинг бөлімі жұмысының ережесін әзірлеу;
3. Бөлімді құру;
4. Лауазымдық міндеттерді анықтау.

Фармацевтикалық маркетинг қызметінің басты мақсаты – дәрілік заттарды әзірлеу, өндіру және сатуды тұтынушылардың сұраныстарына сай оңтайландыру.

Фармацевтикалық маркетингтің түрлері

Фармацевтикалық нарықтағы сұраныс деңгейіне байланысты маркетингтің мынадай түрлері бар:

1. **Конверсиялық маркетинг** – Төмен сұраныс кезінде қолданылады, яғни нарықтың көп бөлігі өнімге қызығушылық танытпайтын жағдайда. Бұл маркетингтің міндеті – өнімге оң көзқарас қалыптастырып, сұранысты арттыру.

2. **Ынталандырушы маркетинг** – Тұтынушылар өнімге немесе қызметке мүлде қызығушылық танытпаған жағдайда қолданылады. Ынталандырушы маркетинг стратегиясы тұтынушылардың өнімді елемей себептерін анықтап, оларды жою шараларын әзірлеуді көздейді.

Дамытушы маркетинг. Өнімге сұраныс артқанда тиімді.

2. **Ремаркетинг.** Сұраныс деңгейі төмендегенде оны қайта жандандыруға бағытталған.

3. **Синхромаркетинг.** Сұраныс құбылмалы болып тұрған жағдайда қолданылады.

4. **Қолдау көрсету маркетингі.** Сұраныс деңгейі мен ұсыныс құрылымы сәйкес келгенде қолданылады.

5. **Қарсы маркетинг.** Қажетсіз сұранысты төмендетуге арналған.

6. Бихевиористік маркетинг. Жарнамалық стратегия тұтынушы психологиясын зерттеуге негізделеді.

7. Инновациялық маркетинг. Ғылыми мен техниканың жаңалықтарын пайдалануды көздейді.

8. Интеграциялық маркетинг. Бірлесу арқылы маркетинг шараларды қолданады: оның ішінде, атап кеткен барлық маркетинг түрлері, тауарлық, бағалық, өткізуші және коммуникациялық стратегияларына ерекше көңіл аударылады.

Осы шараларды қолдану кәсіпорынның жалпы стратегиялық мақсаттарын шешуге мүмкіндік береді

Тікелей маркетинг – бұл тауарлар мен қызметтерді тікелей сату тәсілі. Мұнда сатушы мен тұтынушы арасында делдалдар болмайды, мысалы, телефон арқылы сату немесе каталог арқылы тапсырыс алу.

Стратегиялық маркетинг – бұл өнімді немесе қызметті нарыққа шығару стратегиясын жасау. Мұнда мақсат – компанияның ұзақ мерзімді табысын қамтамасыз ету.

Нысаналы маркетинг – бұл нарықты бірнеше мақсатты сегменттерге бөлу және әр сегментке сәйкес өнімді немесе қызметті ұсыну тәсілі. Әр сегментке ерекше ұсыныс дайындалады.

Фармацевтикалық маркетингтің ерекшеліктері – дәрілік заттарды сату және жарнамалау, ол тұтынушының денсаулығына тікелей әсер ететін өнімдерге байланысты ерекше тәсілдерді талап етеді. Мұнда медициналық білім, заңдар және этика маңызды рөл атқарады.

Фармацевтикалық маркетингтің бірінші ерекшелігі – бұл сатып алу-сату процесіне үшінші тараптың, яғни дәрігердің қатысуы. Дәрігер сұраныс деңгейіне әсер ете алады, себебі ол науқасқа қандай дәрі қажет екенін айтады.

Екінші ерекшелігі – нарықты талдағанда тек сұранысты ғана емес, науқастардың нақты қажеттілігін де ескеру керек.

Үшінші ерекшелік – тұтынушының (пациенттің) дәрі-дәрмекке деген көзқарасы. Олар бұл өнімді өз еркімен емес, ауруынан айығу үшін мәжбүрлі түрде сатып алады.

Төртінші ерекшелік – тұтынушының дәрі-дәрмектің түрлері туралы жеткілікті ақпаратқа ие болмауы. Көп жағдайда науқасқа қандай дәрі керек екенін өзі білмейді.

Бесінші маңызды ерекшелік – нарықта тек сапасы жоғары фармацевтикалық өнімдер ұсынылуы тиіс. Бұл адам денсаулығы үшін өте маңызды.

Фармацевтикалық маркетингтің концепциясы

Фармацевтикалық компаниялардың маркетингтік стратегияны құрудың бес негізгі тәсілі бар.

Өндірісті жетілдіру концепциясы

Оның мәні өндірісті жетілдіруге және тауарларды тарату жүйесінің тиімділігін арттыруға бағытталған негізгі күш-жігерге бағытталған.

Өндірісті жетілдіру тұжырымдамасын қолдану екі жағдайда ұсынылады:

- тауарға сұраныс ұсыныстан жоғары болса.
- тауардың құны тым жоғары болғанда және оны төмендету қажет болғанда, ол өнімділікті арттыруды қажет етеді.

Тауарды жетілдіру концепциясы

Фармацевтикалық компания өнімді жетілдіруге назар аударады, өйткені тұтынушылар тек жоғары сапалы өнімді сатып алады деп саналады.

Коммерциялық әрекеттерді күшейту тұжырымдамасы

Егер сұранысты арттыру үшін шаралар қолданбаса, тұтынушылар медициналық тауарларды сатып алмайды деп санайды.

Мұндай тұжырымдама пассивті сұранысқа ие өнімдерге жарайды: пластырьлар, аскорбин қышқылы және т.б.

Белсенді маркетинг тұжырымдамасы

Белсенді маркетинг тұжырымдамасы, нарықты терең талдаусыз, сатып алушылардың қажеттіліктерін анықтаусыз тиімді арттыру мүмкін емес дегенге негізделген. Фармацевтикалық компанияның мақсаты- аудиторияның қажеттіліктері мен сұраныстарын анықтау.

Әлеуметтік-этикалық маркетинг тұжырымдамасы

Фармацевтикалық маркетинг мақсат ретінде, медициналық препараттарды сату бағытын ұстануды көздейді, бұл соңында тұтынушының және қоғамның әл-ауқатын жақсартуға алып келеді.

Тауар саясатының мәні

Тауар саясаты - өзімен тауардың белгілі түрін шығаратын (немесе нарыққа жылжытатын) кәсіпорынның алдын-ала тұжырымдалған іс-әрекетінің бағытын көрсетеді, бұл кәсіпорынның ұзақ мерзімді даму стратегиясына (3-5 жыл), солай-ақ нарықта сол үшін пайда болатын ағымды мүмкіншіліктеріне негізделген.

Фирманың тауар саясаты өзімен тұрақтылықтың қарама-қарсылық бірлігін, стратегиясы мен қозғалмалылығымен анықталатын, сыртқы орта факторларының дамуын баяндап айтуға болмайтынын ескертіп көрсетеді.

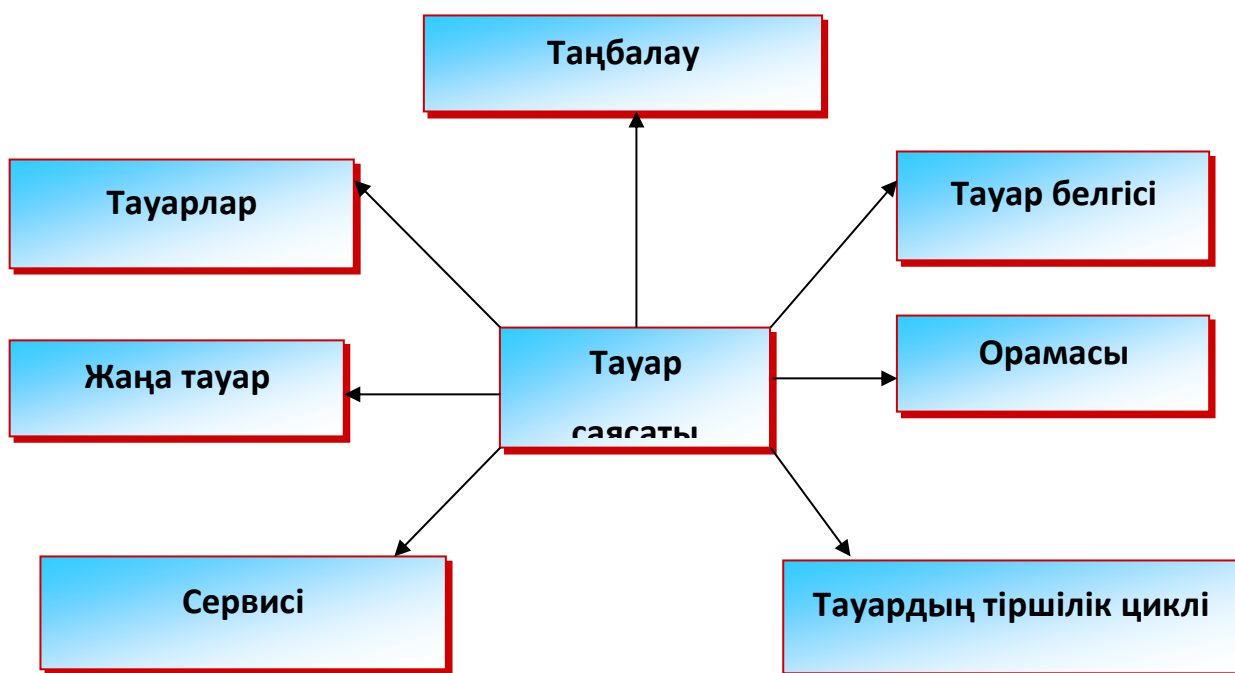
Тауар саясатының негізгі мақсаты мен мәселелері кәсіпорынның өндірістік және өтімділік іс-әрекетінің келесі жайлар бойынша шешімдерді және шаралар жалғастырушылығын қамтамасыз етуінде түйінделеді:

- 1) Маркетинг ізденістік зерттеулерді ұйымдастыру жолымен іске асырылатын шығарылатын тауарлар үшін қолайлы тауарлық қуыстарды іздеу.
- 2) Өнімнің жаңа түрлерін өңдеу.
- 3) Тауардың алуан түрлілігін қалыптастыру және оны шапшаң түзетулер.
- 4) Шығарылатын (нарыққа жылжитын) тауарлардың бәсекелестікке бейімділігін қамтамасыз ету.
- 5) Тауардың орамын және таңбалауын жетілдіру (дамыту).
- 6) Сатылғаннан кейінгі қызметті (сервисті) қамтамасыз ету.
- 7) Өндірілетін тауардың түрін өзгерту.

Тауар саясаты кәсіпкердің әрекетінің белгілі курсы және мынадай принциптерін пайдалануды болжамалайды, солардың себептерінен тиімді, коммерциялық көзқараспен қарағанда, тауар алуан түрлілігін қалыптастырады. Осыған байланысты тауар саясатының үш түрін (диверсификацияларын) атап көрсетеді:

- орталықтандыру, бұл жаңа тауарларды іздеу жүргізілген кезде, технологиялық немесе нарық қатынастарында кәсіпорында әлдеқашан бар тауарларға ұқсас болар еді және жаңа сатып алушыларды тартар еді;
- көлденеңді, бұл жаңа тауар шығарылғанның жалғасы болғанда және сатып алушылардың қалыптасқан ортасына бейімделген, ал оның өндірісі қолданылып отырған технологиялардың өзгеруінсіз-ақ жүргізіледі;
- конгломератты, нарыққа жаңа тауар шығарылған кезде, кәсіпорындарда бұрынғы өнімдермен еш байланыспаған, бұл тауар жаңа технологияларды пайдалануды және жаңа нарық аумағын игеруді талап етеді.

Тауар саясатының маңызы 1-суретте көрсетілген.



1-сурет. Тауар саясатының негізгі құрамалары

Фармацевтикалық маркетингтегі тауар номенклатурасы және тауардың жинағы

Тауар номенклатурасы – бұл фирмамен сату үшін барлық жасалынатын және ұсынылатын тауарлардың және қызметтердің жиынтығы.

Ассортиментті топ – өзінің тұтынушылық сипаттамасы бойынша ұқсас немесе белгілі қажеттілікті қанағаттандыруға арналған тауарлар тобы. Әр

ассортиментті топ жеке ассортиментті түрлерден (маркілерден, үлгілерден, әртүрліліктерден) тұрады.

Мысалы, ассортиментті топ – ферментті препараттар, ассортиментті түрлер – мезим форте, панзинорм және т.с.

Фирманың жасап шығарылатын тауарларының барлық ассортиментті тобының жиынтығы (немесе дәріханадан іске асырылуы), тауардың ассортиментін анықтайды.

Тауар ассортименті келесі көрсеткіштермен сипатталады:

- кеңдігі (ассортиментті топтың саны). Мысалы, фармакотерапевтік топтың саны;
- тереңдігі (ассортиментті топтағы ассортименттік жайдың саны). Мысалы, бір фармакологиялық топқа жататын препараттардың саны;
- қаныққандық (барлық ассортиментті топтарда ассортиментті жайлардың саны);
- үйлесімділік (әр түрлі ассортименттік топтың тауарларының, олардың тұтынушысының көзқарасымен қарағанда, жақындығының дәрежесі).

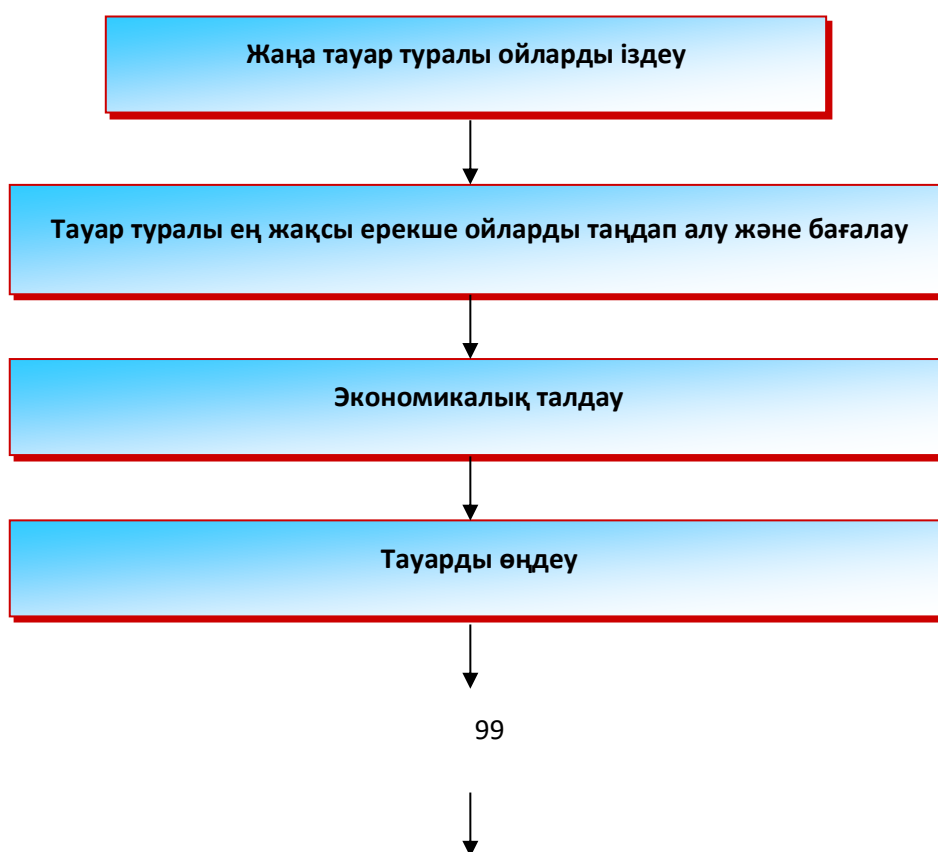
Тиімді іс-әрекетті қамтамасыз ету үшін фирма тауар ассортиментін үнемі дамыту керек, бұл бірқатар факторлармен себептелген:

- жеке тауарларға сұраныстың өзгеруі;
- жаңа тауардың пайда болуы немесе қолдаңыстағы тауарды жетілдіру;
- бәсекелестердің тауар ассортиментінде өзгерістер.

Тауар ассортиментін басқару – нарықта сатып алушыларды қанағаттандыра алатын тауардың алуан түрлілігін үнемі ұсынып отыру керек.

Шығарылып отырған бұйымдардың сатып алушылардың сұранысына сәйкестігін үнемі талдап отыру және соның негізінде шешімін қабылдау керек.

Негізінде көбінесі фирмаларда жаңа тауарларды өңдеу бірнеше сатыдаң тұрады (2-сурет).



2-сурет. Жаңа тауарды жасау сатылары

- ұйымдастырушылық-коммерциялық параметрлері (баға, жеткізіп тұрушылық және төлемі, сервистік қызмет көрсету деңгейі және т.с.);
- жасап шығарушының (жабдықтаушының) іскерлік атағы және серіктестердің өз ара қатынастарының түрі.

Бәсекелестікке бейімділік – нақтылы нарыққа және сату уақытына анық байланған ұғым, бұны бәсекелестердің тауарларын өз ара салыстырумен ғана анықтауға болады.

Бәсекелестікке бейімділіктің параметрлер саны тауардың күрделілігіне және түріне тәуелді.

Тауардың бәсекелестікке бейімділігін талдау немесе бағалау үшін көбіне тауардың сапалық және бағалық параметрлерін салыстыруында негізделген әдіспен пайдаланады.

Бағаланылатын және бәсекелесетін тауардың техникалық параметрлерін салыстыруымен техникалық параметрлердің индексін анықтайды

Неғұрлым мәңгі жоғарырақ болса (яғни, сапалық бағаланылған параметрлер жоғарырақ дәрежеде бәсекелес тауардың сондайларын басып озса), соғұрлым бағаланылған тауардың тұтынушының сұранысына сәйкес дәрежесі биік болады.

Неғұрлым мәңгі жоғары болса, соғұрлым бағаланылатын тауар сатып алушының сұраныстарына (күтулеріне) аз дәрежеде жауап береді.

Сапа тауардың бәсекелестікке бейімділігінің **анықтаушы факторы** болып табылады. Төменгі сапалы тауар өте төмен бәсекелестік бейімділікке ие. Сонымен бірге, тиісті сапасы кезінде бірінші орынға ұйымдастырушылық-коммерциялық құрамалары шығады және, ең алдымен, өтім жолдарының тиімділігі, нарықтық стратегиялар.

Сапалы тауар ең алдымен мақсатты тұтынушының сұраныстарын және ұнатқандарын бәсекелескен тауарға қарағанда, әрі ол тиімдірек (немесе өте төмен) шығындар болған кезде толық **қанағаттандырады**.

Фирмалар сапа бойынша бәсекелестік басымдылықты өнім сапасын жүйелі басқару жолымен дегеніне жетеді. Сапаның кәзіргі заманғы жүйелі басқаруы маркетинг зерттеулерде негізделеді. Алынған мәліметтер инновациялық процесс үшін қажет, сондай-ақ тауарлық ассортиментін өңдеу және оңтайландыру (ең жақсы жағдайлар жинақтау) үшін, тауардың тіршілік циклін басқару үшін, тауар стратегияларын түзетпек үшін қажет.

Фирмалардың көбісі көрсетілген нұсқаларды пайдаланады, сонымен бірге кейбір жеке тауарлар өндірушінің де тауарлық белгісіне, сондай-ақ сатушының да саудалық маркасына бір уақытта ие бола алады. Бұл жағдайда тауарлық белгінің көптігі туралы айтады.

Бірінші вариантқа толығырақ тоқтайық, мұнда тауар өндірушімен өзінің жеке тауарлық белгілері жасалады. Бұл жерде де әр түрлі бабтар болуы мүмкін.

1. Әрбір тауар үшін жеке тауарлық белгі пайданылады. Сөйтіп, дәріханада дәрілік құралдармен қатар, басқа да дәріханалық ассортиментті тауарлар ақшаға айналдырады, олардың санына жуатын, санитарлық-гигиеналық және басқа құрал-саймандар енеді. Мысалы, тауар орны «Ариэль» жуу ұнтағы, Проктер&Гэмбл фирмасы шығаратын тауар орны «Блендамед» тіс пастасы.

2. Бірыңғай тауар белгісі фирмамен шығарылатын барлық тауар үшін пайдалынады (мысалы, АҚ «Химфарм» өндірушілерімен «SANTO» маркалы өнім - «Тромбокард», «Азитро», «Корватаблет»).

3. Жалпы тауар белгісі тауарлық топтармен белгіленеді (мысалы, доктор MOM сериясы индиялық компания Юникс-фарма, доктор MOM жөтелге қарсы мұз кәмпит, доктор MOM жөтелге қарсы сироп жеміс шырыны, доктор MOM суық тиюге қарсы май);

4. Жеке тауар белгісі фирманың атауымен толықтырылады (мысалы, Байер концернінің УПСА фирмасы – тұмауға қарсы дәрілер: Упсарин упса, Фервекс упса және т.с.).

Тауар белгісін таңдаудағы көрсетілген бабтардың әр қайсысында кемшіліктері де, артықшылығы да бар. Мысалы, жеке тауар белгінің негізгі артықшылығы, егерде осы белгісі бар тауарды нарық қабылдамаған жағдайда, фирма онша шығынға ұшырамайды.

Фирманың барлық шығарылып жатқан тауарлары үшін бірыңғай тауар белгісін бергеннің артықшылығы нарыққа тауарды жылжыуымен себептелген шығындардың азаюы болып келеді. Сонымен бірге, егер фирма мүлде әр түрлі тауар шығарса, бірыңғай тауар белгісін пайдалану мақсатқа сәйкес болар ма екен.

Барлық ерекшеліктерді талдауға салу негізінде фирма тауар белгісі туралы түпкілікті шешім қабылдайды. Бұндай белгінің бары фирмаға белгілі атақ құруға мүмкіндік береді және оған сатудың тиімдірек саясатын іске асыруға рұқсат етеді. Бірақта сапасыз тауар жағдайында тұтынушылардың жағымсыз қатынасы тек тауарға, тауар белгісіне ғана емес, осы тауарды шығарған фирмаға да қалыптасады. Сондықтан, өзінің тауарларының жоғарғы сапалы екендігінде көзі жетіп, фирма оларды жылжыту үшін ең қолайлы тауар белгісін таңдап және пайдалану керек. Осындай белгілердің кең танымалдығын қамтамасыз ету және оларды үлкен табысты болдыру едәуір күрделі.

Осыны есепке ала, кейбір фирмалар жасандыға немесе қолданыстағы тауар белгісін бояма етуге жүгінеді, анда-санда оны заңсыз да пайдаланады.

Кейінгісі тауар белгісінің арнайы қорғау қажеттігін алдын-ала тағайындайды және оны пайдалануда иегерлерге ерекше құқықтар беріледі.

Тауар белгісін қолдану кезінде оны пайдалану ережесін есепке алу керек, олардың ішіндегі негізгілері болып:

- тауар белгісі әр қашан бөлініп тұру керек (тырнақшалар, бас әріптер және т.с.);
- тауар белгісін қорғау дәрежесін сипаттайтын ескертетін таңбалауды қолдану керек;
- тауар белгісі тек тіркелінген түрінде ғана пайдалынады;
- тауар белгісі септелмейді, тауар белгісін, егерде ол жекеше тіркелген болса, көптік санда пайдалануға болмайды.

Тауар белгісінің құқылық қорғауы мемлекет ішінде де, сондай-ақ шетел мемлекеттерінде де қамтамасыз етілуі керек. Сыртқы нарықтарда кәсіпкерлік іс-әрекетін жүзеге асыратын фирмалар өзінің тауар белгілерін барлық елдерде, қай жерде олар бұндай іс-әрекетін жүргізетінін, тіркеу керек.

Иегердің құқығын қорғауға бағытталған қосымша шара ретінде, тауар белгісін қорғау дәрежесін сипаттайтын таңбалауды пайдалану мүмкіндігі қарастырылған. Егерде тауар белгісі тіркелген болса, онда ® белгісін пайдалану керек.

Әр фирма өзінің тауар белгісі тіркелуінде мүдделі. Біріншіден, тауар белгісі бар тауарлар бағасы бұндай белгісі жоқ ұқсас тауарларға қарағанда 10-40% пайызға жоғары; екіншіден, тауар белгісінің иегері оны басқа фирмаларға пайдалануға, сол үшін қомақты ақшаның сомасын алып, рұқсат беруі мүмкін.

Тауар белгісін пайдалану құқығын сатып алып, фирма оның иесімен лицензиялық шарт құрады.

Тауар белгісін лицензиялау – бұл фирмаға оны пайдалануға құқықты фирманың тауарларын сату үшін беру.

Саудалық марканың қатынас қызметтерін күшейту үшін логотип және фирмалық блогын пайдаланады.

Логотип – бұл фирманың толық немесе қысқартылған атауының сонылық жазуы.

Фирмалық блок – тауар белгісі және логотиптен құралған композициясы. Маркетологтар логотипке және саудалық белгіге белгілі талаптар қояды: назарын аудару, жадында қалушылық, тауардың ерекшелік өзгешеліктерін ерекше атап көрсету, бағытталынуын және жарнамасының тиімділігін жоғарылату.

Саудалық маркаларды, логотипті, фирмалық блокты да дәл осындай фирмалық стильді жалпы, сатып алушы тауар жарнамасында, фирмалық сувенирлерде, фирмалық магазиндерде білуі, орамасында көруі мүмкін, ол туралы төменде айтылады.

Тауар орамасы маркетингтің жүзеге асыру құралы ретінде

Маркетологтардың мақұлдауынша, сатып алушылардың 3%-пайызы ғана орамаға мән бермейді; 87%-пайызы орамасындағы белгілі фирманы танып, ал

35%-пайызы – орамада орналастырған жазуды оқығаннан кейін ғана тауарды сатып алады.

Маркетингтің тауар саясатында ораманың рөлі оның қызмет көрсетуінің шегінен алысқа шығады. Тамақтардың әр түрлі тағамдық құрамаларын қамтамасыз ететін, сатып алушыға белгілі тауарларды жаңалық ретінде қабылдауына себептеуі мүмкін. Салмағы немесе мөлшері бойынша ораманың бөлшекке бөлуі сатып алушылардың жаңа топтарын шақыру мүмкіндігін береді. Тауарларды сәндік орамада, сонымен қатар, бір-бірін толықтыратын немесе бір орамада бірге болатын тауарларды сату өтімге жағдай жасауға мүмкіндік береді. Ораманың сапасы мен әрлендіруі сатып алушыларда тауардың сәйкес сапасымен байланыстыру ойын оятады.

Бірінші және екінші варианттар арасында айырмашылық айқын. Сонымен қатар, атап кету керектігі, қабылдаушы елдің тілінде хабарлама ораманың **қарым-қатынастығын** едәуір көтереді.

Тиімді ораманың маңызды жағы – оның жан-жақты сынауы: қызметтік, эстетикалық, шолушылық, дилерлік, тұтынушылық.

Орамамен байланысқан тауар саясатының келелі мәселесі болып оның **пайдаға асыруы** болып тұр. Қолданылатын барлық тауарлардың орамаларында, олардың түріне қарамай, әр түрлі типті арнайы таңбалаулар бар, бұлар буып-түйетін заттарды қайта өндеуге болатын мүмкіндігін көрсетеді, ораманың қауіпсіздігі және экологиялылығын көрсетеді және т.с.

Осындай символдардың көбісі халықаралық, ал оларды орамаға түсіру – міндетті болып кетті.

Дайын дәрілік түрлер үшін орамаларға ерекше талаптар қойылады, оларға:

1. Дәрілік улануды, әсіресе балалар арасында, мынадай жолдармен болдырмау:

а) Ораманың құрылмасы оны балалардың ашуын рұқсат етпеу керек;

б) Ораманың сырт пішінің, балалардың құрамында әсері күшті, улы және есірткілік препараттары бар дәрілерге назарын аударуына тыйым салу үшін көріксіз бояуларды пайдалануымен (қара-ақ, сұр және басқа түстер) сыртқы тиімді әшекейленуі керек;

с) Қосалқы буып-түйетін құралдар (құрылғылар, саптамалар, дозаторлар) сұйық, қою және сусымалы дәрілерді дозалаудың жоғары дәлдігін, әсіресе балалар және **гериатриялық** медициналық практика үшін қамтамасыз ету керек;

д) Балалар медициналық практикасы үшін мүмкіндігінше орамалар бір қайтара қабылдау дозасын ұстау керек;

2. Орама қабылдаудың көрсетілген уақытында дәрінің қолдануына бақылауын, әсіресе **гериатриялық** практикада жиі пайдаланылатын препараттар үшін қамтамасыз ету керек;

3. Пайдаланылған орама жеңіл жойылуы, не қайта өңделуі, не суда еритін немесе жеуге болатын заттардан істелінуі керек.

Ораманың қажетті тұтынушылық қасиеттерінің тізімі

Ораманың қажетті тұтынушылық қасиеттерін қамтамасыз етудің маңыздылығы кем емес. Оларға:

- сөмкеде немесе қалтада алып жүру ыңғайлылығы;
- дәрілік құралдың немесе МҚБ (бір реттік шприцтер, ЖМҚжәне басқалар) қабылдауын және сақтауы туралы мәліметтің бары;
- алғашқы ашуды бақылау - дәрінің немесе МҚБ тазалығы және шынайылығының кепілдемесі ретінде. Бұл қасиет стерилденген дәрілер, «А» және «Б» тізіміндегі препараттары бар ДДТ, балалар –ДДТ, стерилденген, МҚБ үшін әсіресе маңызды;
- дәрілердің герметикасын, саңлаусыздығын, стерилденгенін (егерде бұл стерилденген ДДТ) және де барлық кейінгі дозалардың басқа да қасиеттерін бұзусыз оны көп ретте пайдалану мүмкіндігімен ерекше жайғасуы;
- дәрілік препаратты пайдалануды бақылау (әсіресе балалар және гериатрикалық медициналық практикада);
- ашудың жеңілдігі және ыңғайлылығы, сонымен ішіндегінін саңлаусыздығын қамтумен бірге қайталап тығып бітеп тастау (қажет болған кезде);
- қызықтыратын сыртқы түрі және дәрінің жағымсыз органолептикалық қасиеттерін бүркеу немесе жоқтығы;
- дәрінің былғау әсерін болдырмау;
- ораманың қайталап пайдалану мүмкіндігі тіке қызметіне қарай (дозаторлар, саптама-дәрі тамызғыш және басқалар), солай-ақ басқа мақсатта (шиша флакондар және бөтелкелер, қаңылтыр банкілер, картон қораптар, қағаз қаптар, полиэтилен пакеттер және басқалар);
- пайдаланылған ораманы жою оңайлығы, әсіресе синтетикалық полимерлік заттардан және басқа материалдардан жасалған.

ДДТ-тың ең маңызды техникалық-экономикалық көрсеткіштерінің бірі жарамдылық мерзімі болып табылады. Сонымен, сақтау кезіндегі препараттың тез ұшып кететіндігі арнайы ораманы жасауды талап етуі мүмкін, ол препараттың өндірісін тиімсіз етуі мүмкін. Шетел фирмаларының бірқатары жарамдылық мерзімі 3 жылдан кем препараттардың шығаруы өнеркәсіптік өндіріс үшін өнімді сату кезінде пайда болатын қиыншылықтардан мақсатқа сәйкес емес.

Соныменен, ораманың дұрыс таңдалған түрі мен құрылмасы (шыны түтік немесе флакон), оның материалы (алюмин немесе полимер түтік, ламинатталған қағаз және басқалар) ДДТ немесе МҚБ-дың жарамдылығының ұзақ мерзімін тұтынушы үшін пайдаланудағы қажетті қолайлылықта қамтамасыз етуінің маңызды шарты болып табылады.

Сондықтан, жыл сайын ораманың прогрессивті түрлерін ендіру мәселелері үлкен рөл атқара бастады және жаңа, қолайлы (дефицит емес) және арзан материалдарды қолдануы қамтамасыз етер еді:

- ораманың тұтынушылық қасиеттерін жақсартуын;
- дәрілердің немесе МҚБ-дың сақтау мерзімін ұзартуын;
- оның ең жақсы сыртқы әшекейленуін;

- ораманың өзін жасау үрдісін және өнімді оған орау үрдісін барынша механикаландыру және автоматтандыру;
- еңбек өнімділігін және өндірістің рентабельділігін жоғарылату, сонымен бірге дайын өнімнің өзіндік бағасын төмендету.

10. ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ӨНДІРІСТІҢ ПАЙДАСЫ МЕН РЕНТАБЕЛЬДІЛІГІН ЖОҒАРЛАТУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Кәсіпкерлік, оның ішінде өндірістік қызметтің мақсаты пайда болып табылады. Кәсіпорындар мен салалардың жұмыс істеуі нарықтық сұранысқа ие, фармацевтикалық тауарларды өндіру және сату арқылы ең көп пайда табуды көздейді.

Пайда табу және оны ұлғайту кәсіпорынның табысты жұмыс істеуінің экономикалық шарты болып табылады. Тек осылай ғана негізгі қорларды уақтылы жаңартуға, өндіріс ауқымын кеңейтуге, өндіріс тиімділігінің өсуіне, бәсекеге қабілеттіліктің артуына алғышарттар жасауға болады.

Екінші жағынан, кәсіпорынның пайдасы неғұрлым көп болса, сол пайдадан салыққа, ұлттық табыстың қалыптасуына көбірек аударымдар түседі. Үлкен пайдадан өнімнің сапасын жақсарту бойынша іс-шараларды енгізу, кеңейтілген өндіріс үшін көбірек мүмкіндіктер бар.

Пайда бухгалтерлік пайда мен таза экономикалық пайдаға бөлінеді. Әдетте, экономикалық пайда жалпы кіріс пен сыртқы және ішкі шығындар арасындағы айырмашылықты білдіреді.

Қазіргі уақытта бухгалтерлік есепте мыналар пайданылады: жалпы пайда, сатудан түскен пайда, салық салуға дейінгі пайда, әдеттегі қызметтен түскен пайда, таза пайда [52, 53].

Жалпы пайда тауарларды, өнімдерді сатудан түскен түсім (ҚҚС-ты, акциздерді және осыған ұқсас міндетті төлемдерді шегергенде) мен сатылған тауарлардың, өнімдердің өзіндік құны арасындағы айырма ретінде айқындалады.

Пайда – кәсіпорын табысы мен шығыны арасындағы айырмашылық ретінде анықталатын, капиталдың айналымы процессінде коммерциялық есеп жүйесінде қалыптасатын, табыстың бір бөлігі. Фармацевтикалық кәсіпорынның барлық шаруашылық қызметінің жиынтығын сипаттайтын, пайданың негізгі түрі таза пайда болады. ол дәріхана ұйымының шаруашылық қызметінің барлық пайдасының суммасы ретінде қарастырылып, осы қызметтің келесі нәтижелерінен тұрады:

1) Негізгі қызмет түрінің пайдасы:

- Фармацевтикалық кәсіпорынның жасалған дәрілік заттарды сату пайдасы – дайындау мен өндірісіне байланысты шығындар жеке регламенттер бойынша жасалған дәрілік заттарды сату пайдасы арасындағы айырмашылықпен анықталатын, өндірістік қызметтің пайдасы;

• Дайын дәрілік заттар, медициналық бұйымдар, мен фармацевтикалық кәсіпорынның ассортиментінің басқа тауарларын сату пайдасы – сауда қызметіне байланысты кіріс пен шығын арасындағы айырмашылық ретінде анықталатын, сауда қызметінің пайдасы.

2) мүлікті сату мен оны жүзеге асырудан алынған пайда арасындағы айырмашылық ретінде анықталатын, негізгі заттарды, материалды емес активтерді, шаруашылық инвентарды, сату негізінде қалыптасатын *операциялық қызмет пайдасы*;

3) сатылымнан тыс қызметтің табысы мен шығыны арасындағы айырмашылық ретінде көрсетілген, *сатылымнан тыс операциялар пайдасы*.

Барлық шаруашылық қызметінің нәтижесінде, фармацевтикалық кәсіпорынның алған пайдасына міндетті түрде салық салынады. Пайда мен пайда есебінен жүзеге асырылатын салық төлемдері арасындағы айырмашылық, фармацевтикалық кәсіпорынның таза пайдасы болады.

Таза пайданы қалыптастыру мен үлестіру тәртібі

Заманауи экономикалық әдебиетте бухгалтерлік және экономикалық пайданы ажыратады. Бухгалтерлік пайда – барлық табыс пен бухгалтерлік (анық) шығын арасындағы айырмашылық.

Экономикалық пайда – анық және анық емес (жасырын, жойылған мүмкіндіктер шығыны) шығындарды біріктіретін, барлық табыс пен шығындар арасындағы айырмашылық.

Орташа пайда – барлық табысты сату көлемінің табиғи көрсеткіштеріне бөлудің бөлігі, яғни, сатылған өнім бірлігінің пайдасы. .

Өздігінен шаруашылық ететін субъект ретінде фармацевтикалық кәсіпорынның, Жарғыға сәйкес табысты пайдалану бағытын анықтайды.

Пайда міндеттері

Коммерциялық есептеу жүйесінде пайда негізгі үш міндет атқарады: есепті, стимулдаушы және үлестірмелі.

Есептеу міндетінің мәні, пайданың кәсіпкерлік қызметтің тиімділігін есептейтін құралекендігінде. Бұл міндет келесі жүйе көрсеткіштерінде жүзеге асады:

- Пайданың абсолютті көлемі (уақыттың белгілі мерзімінде алынатын пайда суммасы);
- Салыстырмалы көрсеткіш – пайда немесе рентабельділік деңгейі. Рентабельділік (неміс тілінен *rentabel*) – экономикалық тұрғыдан пайдалы ақтайтын шығындар. Берілген көрсеткіш дәріхана ұйымы қызметінің тиімділігін сипаттайды.

Рентабельділік пайда соммасының сату көлеміне қатынасы ретінде анықталып, сатылған тауардың әрбір сомына кәсіпорын қандай пайда тапқанын көрсетеді:

$$\text{Пайда деңгейі} = \frac{\sum \text{пайда}}{T} \times 100\%$$

Рентабельділікті қызметтің әрбір түрінен есептеуге болады (сатудан, сатылымнан тыс қызметтен), таза пайда рентабельділігі.

Стимулдаушы қызметтің мағынасы, коммерциялық есептеу шарттарында пайда, кәсіпкерлерге сату көлемін арттырады, шығындарды азайтады, айналымды тездетіп, еңбек өнімділігін арттыратынында. Меншік иесіне және кәсіпорын қызметкерлеріне пайда қызметті ынталандырады, өйткені еңбекке қосымша материалды сыйлықтарды қамтамасыз етіп, әлеуметтік қажеттіліктерді қанағаттандыру көзі болады.

Үлестіру қызметінің мәні, пайдалану процессінде пайда, кәсіпорынды өзіндік ішкі қаржы ресурстарымен қамтамасыз ететін, тұтыну, жинақтау мен резервті қорды қалыптастыру - көзі болып табылады. Қазіргі кезде бұл міндеттің маңызы артуда, өйткені, оның құзыреттілігінде қалған, кәсіпорын өздігінен пайданы қолдану бағыттарын анықтайды.

Резервті қор, кәсіпорын қызметі тоқтаған жағдайда, кредиторлар алдында қаржы міндеттерін өтеу үшін құрылады. Резервті қордың пайда болуы акционерлік қоғамдарға, кооперативтерге, шет елдік инвестициялары бар кәсіпорындарға міндетті. Резервті қор салымдары ұйымдастырушы құжаттар бекіткен көлемге дейін жетеді, бірақ жарғы капиталының 25 %, ал акционерлік қоғам үшін 10% аспауы тиіс[54].

Жинақтаушы қор (өндірісті дамыту қоры) жаңа мүлікті жасау, негізгі қор мен айналымдағы заттарды алу үшін пайданы және басқа қаржы көздерін аккумуляирлейтін, кәсіпорынның қаржы көзі болып табылады.

Тұтыну қоры (әлеуметтік даму қоры) әлеуметтік даму мен ұжымға материалды сыйақы беру бойынша іс – шараларды жүзеге асыру үшін кәсіпорынның қаржы көзіне жатады.

Пайданы басқару жүйесі

Фармацевтикалық ұйымының барлық пайдасының құрамында оны қалыптастырудың негізгі көзі (көптеген дәріханаларда – жалғыз көзі) сауда қызметінен алынған пайда. Сондықтан, пайданы басқару бойынша жұмыстардың мазмұны дәл осы пайда түрімен байланысты.

Фармацевтикалық кәсіпорынның пайдасын басқару процессінде екі негізгі міндетті шешеді:

– қалыптастыру процессінде пайданың (пайданың максимизациясы) жалпы суммасын арттыру;

– алынған пайданы оны пайдаланудың жеке бағыттары бойынша тиімді үлестіру;

Осы міндеттердің ішінде біріншісі приоритетті, өйткені оның шешімі кәсіпорын пайдасын үлестірудің түрі мен пропорциясына байланысты болады.

Фармацевтикалық кәсіпорынның пайдасын басқару жүйесінде, пайданы жоспарлау мен оның максимизациясын ынталандыратын әдістерге ерекше назар аударады[55].

Пайданы жоспарлау

Пайданы жоспарлау бірнеше кезеңмен жүзеге асырылады:

1. Жоспар алды кезеңде пайданы талдау;
2. Алдыңғы мерзімге пайданы жоспарлау;

3. Пайданы үлестіру.

Пайданы талдау

Талдаудың басты мақсаты жоспар алды мерзімінде пайданы қалыптастырудың негізгі тенденциясын анықтау, және де оның динамикасына әсер ететін факторларды анықта. Сонымен бірге, пайданың жалпы суммасы динамикасына талдау жасауға, рентабельділік деңгейі мен сату, сатылымнан тыс, таза пайда сияқты пайда түрлерінің динамикасына назар аударады.

Пайда соммасына әсер ететін факторларды талдау кезінде, бірінші кезекте сату көлемі, кіріс (сауда үстемесі), айналыс шығындары сияқты факторларды қарастырады. Бұл факторлар, алдағы мерзімде тауарды сату пайдасының мүмкін болатын көлемін анықтауға мүмкіндік береді.

Алдағы уақытқа пайданы жоспарлау

Пайданы жоспарлаудың бірнеше әдістемелік амалдары бар. Фармацевтикалық кәсіпорынның жиі қолданатын қарапайым түрін қарастырайық.

1. Бұрын қалыптасқан сату көлемінің, сауда үстемесі мен айналыс шығындарының жоспарлы көрсеткіші негізінде пайданы жоспарлау әдісі. Бұл жағдайда есептеу формуласы келесідей:

$$\Pi = \frac{ТН - ИО}{Т} \times 100\%$$

2. Сату көлемінің қалыптасқан жоспары мен бекітілген рентабельділік негізінде пайданы жоспарлау әдісі. Фармацевтикалық кәсіпорынның үшін рентабельділік деңгейін ҚР билігін орындаушы мүшелер бекітеді немесе кәсіпорындар өздері үшін пайданың қолайлы деңгейін анықтайды.

Рентабельділік деңгейі, табыс пен шығын көлемінің алдағы болатын өзгерістерін ескере отырып, түзетулер енгізілген, жоспар алды кезеңдегі мағынасы негізінде анықталады. Пайданы есептеу үлгісі бұл жағдайда келесідей болады:

Жоспарланған пайда суммасы, рентабельділік деңгейі мен жоспарланған сату көлеміне қарай, квартал бойынша үлестіріледі. Мысалы, 1 кварталға жоспарланған пайда суммасын есептеу келесідей болады.

Пайданы максимизациялау жолдары

Тауарды сату пайдасын қалыптастыруды басқару механизмі осы көрсеткішінің, дәріхана ұйымының сату, табыс және шығын көлемінің көрсеткіші арасында тығыз өзара байланысын ескере отырып құрастырылады. Басқарудың бұл жолы табысты қалыптастырудың жеке факторларының ролын анықтауға мүмкіндік береді және максимизация мақсатында осы процессті тиімді басқаруды қамтамасыз етеді[56,57].

Тауар сатудың пайдасын қалыптастыруды басқару процессінде дәріхана ұйымының басқарушысы бір қатар мәселені шешу қажет:

1. **Шығынсыз сауда қызметін қамтамасыз ететін тауарды сату көлемін анықтау**, шығынсыздық нүктесін (ШН) немесе рентабельділік шегі.

Шығынсыздық нүктесі – фармацевтикалық кәсіпорынның өз шығындарын жауып (тұрақты және ауыспалы) бірақ пайда алмайтын, сату көлемінің ақшалай құндық мәні.

Сатудың шығынсыз көлемі барлық жоспарланған шығынды жабуға қажетті, пайда соммасын анықтауға мүмкіндік береді.

ШН есептеу, рентабельділік деңгейі 0,00% жоғары болатын, өнімді сату пайдасының минимальды көлемін анықтау. Есептеу келесі формула бойынша есептеледі:

$$P = \frac{PxFc}{H - Vc}$$

P – сатудың жоспарлы көлемі

VC- сатылған тауарлар құны қосылған ауыспалы шығындар

FC – тұрақты шығындар

Табиғи мағынада шығынсыздық нүктесін (сатылған ДЗ саны немесе қызмет етілген сатып алушылар саны) келесі формула арқылы есептеуге болады:

$$Q_{min} = P_{min} : C_{op}$$

Q_{min} – сатылуы қажетті ДЗ минимальды саны;

P_{min} – шығынсыздық нүктесіндегі сату көлемі;

C_{op} – Дз орташа бағасы.

Шығынсыздық нүктесі сатылымның қандай көлемі рентабельділікті ұамтамасыз ететінің анықтауға мүмкіндік береді.

Мысалы: 1 кестеде алдыңғы мерзімге фармацевтикалық кәсіпорындар жоспарлы көрсеткіштері көрсетілген. Шығынсыздық нүктесінің бағалық және табиғи мағынасын анықтаңыз.

1 Кесте. Фармацевтикалық кәсіпорын жоспарлы көрсеткіштері

Көрсеткіштері	Теңгелік мағынасы
Сатылым (P)	985400,0
Ауыспалы шығындар(Vc)	670000, 0
Тұрақты шығындар (Fc)	241495,0
Жалпы шығындар (TC)	90000,0
Табыс (П)	73905,0
1 ДЗ орташа бағасы	20,0

Жоспарланған тұрақты және ауыспалы шығындарды өтеуді қамтамасыз ететін қажетті сату көлемі:

$$P = \frac{PxFc}{P - Vc}$$

$$P_{\min} = \frac{985400 \cdot 241495}{985400 - 670000} = 754515.0$$

$$Q_{\min} = 754515.0 : 20,0 = 37725 \text{ бір.}$$

Сонымен, барлық жоспарланған шығындарды өтеу үшін, 37 мың бірлік ДЗ, 755 мың теңгеге сату қажет. Тек осы уақыттан бастап кәсіпорын пайда таба алады. ШН анықтаудың қарапайым және тиімді әдісіне графикалық әдіс жатады. Графикте шығынды жабатын, пайда мөлшерін көрсететін нүкте анықталады (немесе сатылған тауар саны). Шығынсыздық нүктесінен жоғары болатын, қосымша сатылымдар ғана дәріхана ұйымына пайда алып келеді.

Қаржы тұрақтылығы қорын - қауіпсіздік зонасын анықтау

Дәрілік заттардың сұранысын алдын ала анықтау мүмкін болмағандықтан, сату жоспарын орындау деңгейін алдын ала болжау қиын, сондықтан, фармацевтика кәсіпорын үшін сату көлемі, жоспарлы көлемнен шығынсыз қаншалықты аз болатынын анықтау маңызды. Яғни, фармацевтикалық кәсіпорынның «қауіпсіздік зонасын» (қаржы тұрақтылығы зонасын) анықтау қажет.

Қауіпсіздік зонасы – сатылымның жоспарлы және шығынсыз көлемі арасындағы айырмашылық. Жоспарлы сатылым көлемінің суммасы мен пайызы түрінде көрсетіледі.

$$\text{Қаржы қауіп. қоры} = \frac{P_{\text{пл}} - P_{\text{тб}}}{P_{\text{пл}}} \times 100\%$$

$$\text{Қаржы қауіпсіздігі қоры} = P_{\text{пл}} - P_{\text{тб}}$$

Тұрақты емес сұраныс шарттарында қаржы тұрақтылығының қорын анықтау дәріхана ұйымының шығынын басқаруға мүмкіндік береді. Қаржы тұрақтылығының қоры қаншалықты көп болса, соншалықты сату көлемінің ауытқуы нәтижесінде шығынға ұшырау аз болады.

Қаржы тұрақтылығының қоры – бұл кәсіпорынның өз стратегиясын қалыптастыруда қолданатын көрсеткіші. Егер кәсіпорынның қаржы тұрақтылығының қоры жеткілікті болса, онда оның стратегиясы жаға нарықты меңгеру, қызметтің басқа түрлері, құнды қағаздарды инвестициялауға бағытталады. Егер кәсіпорынның қаржы тұрақтылығының қоры аз болса, онда стратегиясы шығынды қатаң бақылауда ұстауға бағытталады. Ондай кәсіпорындар үшін инвестициялық жобалар жағымсыз болады. егер олар жүзеге асатын болса, бұл тәуекелділікпен байланысты болады, өйткені, сату көлемі шығынсыздық нүктесіне жақын болады.

4. Тұрақты және ауыспалы шығындар қатынасын оптимизациялау жолында, сату пайдасын арттырудың мүмкін болатын резервтерін анықтау.

Тұрақты және ауыспалы шығындар мен олардың түрін шығындар құрамында болуы, басқарушы шешімді қабылдау үшін маңызды және басқарушыға келесі мәселелерді шешуге көмектеседі:

- Шығын өтемділігін бағалау;
- Пайда көлемін оптимизациялау;
- Қаржы тұрақтылығының қорын анықтау;
- Кәсіпкерлік тәуекелділігінің деңгейін анықтау;
- Қызмет тиімділігін арттырудың резервтерін анықтау.

Өнімді сату пайдасы мен шығындар жиынтығын сәйкестендіру, тұрақты және ауыспалы шығындар қатынасы мен берілген (жоспарланған) пайда көлемін анықтау мүмкіндігін береді. Пайданы оптимизациялау мақсатында талдау жүргізу қажет және қалыптасқан тұрақты және ауыспалы шығындар қатынасында өндіру көлемінің пайда көлеміне қалай әсер ететінің көру.

Кәсіпорындағы пайданы арттыру жолдары

Қазіргі экономикалық жағдайда қаржылық ресурстарды басқару кәсіпорындардың қызметінде шешуші рөл атқарады. Шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржылық жағдайы тиімді жұмыс істеуге, оларды дұрыс орналастыруға және мақсатты пайдалануға қажетті қаржылық ресурстардың болуымен сипатталады. Қаржылық нәтижелерді бақылау және реттеу қажет, өйткені олар: стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуге, кәсіпорынның өндірістік әлеуетін арттыруға, ағымдағы қызметті қолдауға мүмкіндік береді [4, С. 58].

Таза пайда мөлшерін алу және көбейту бойынша үздіксіз жұмыс компанияның табысты жұмысының маңызды критерийі болып табылады. Компанияның пайдасын арттыру үшін келесі әрекеттерді жүзеге асыруға болады:

- 1) өнімді өндіру және өткізу көлемін арттыру;
- 2) өнім өндіруге жұмсалатын шығындарды азайту;
- 3) шығарылатын өнімнің сапасын арттыру.

Өндіріс шығындарын қалай тез және тиімді төмендетуге болатынын қарастырыңыз. Ең аз шығынмен ең көп нәтиже алу - бұл өнімнің өзіндік құнының төмендеуі.

Экономикалық мағынада өзіндік құн-бұл ұйымның өнімді өндіру мен сатуға жұмсаған шығындарының ақшалай көрінісі [7, с. 219].

Өнімнің өзіндік құны-бұл өндіріс процесіне тікелей қатысатын табиғи және отын-энергетикалық ресурстарды, шикізатты, материалдарды, негізгі құралдарды, еңбек ресурстарын және басқа шығындарды бағалау [14, с. 364].

Технология мен технологияның үздіксіз дамуы шығындарды азайтудың міндетті шарты болып табылады. Негізгі құралдарды сатып алу, өндірістік процестерді механикаландыру және автоматтандыру, технологияны жақсарту, шикізаттың жаңа түрлерін пайдалану өнімнің өзіндік құнын төмендетуге таптырмас әсер етеді.

Өндірістік шығындарды азайту үшін кооперацияны және мамандандыруды қолдану қажет. Жаппай өндірілетін ұйымдарда өнім өндіруге кететін шығындар аз, сол өнімді аз көлемде өндіретін кәсіпорындарға қарағанда.

Шығындарды азайту, ең алдымен, еңбек өнімділігін арттыру арқылы жүзеге асырылады. Еңбек өнімділігінің өсуімен өнім бірлігіне еңбек шығындары азаяды. Осылайша, шығындардың жалпы көлеміндегі еңбекақы төлеу қорының үлесі азаяды.

Өндіріс шығындарын азайту үшін кәсіпорынның өндірістік-шаруашылық қызметіндегі шығындарды азайту жолдарын табу қажет. Үнемдеу режимін дәйекті іске асыру барлық учаскелерде енгізілуі керек - өнімнің әр бірлігінің материалдық ресурстарының құнын төмендету, өндірісті күтіп ұстау және басқару шығындарын азайту, ақауды жою. Шикізатты сатып алуға жұмсалатын шығындар өнім өндіруге жұмсалатын шығындардың жалпы құрылымында айтарлықтай үлесті алады. Демек, шикізатты, материалдарды және электр энергиясын сатып алудың минималды қысқаруы, тұтастай алғанда, кәсіпорын бойынша өнімнің әр бірлігін өндіруде үлкен әсер етеді.

Шикізатты сатып алған сәттен бастап шығындар құнын талдау қажет. Шикізат пен материалдардың бағасына тасымалдау шығындары енгізіледі. Сондықтан, жеткізушілерді таңдағанда, кәсіпорынға жақын адамдарды таңдап, тасымалдаудың ең арзан түрін таңдау керек. Шығындарды азайту кезінде жеткізілетін шикізаттың сапасын талдауды елемеге болмайды, өйткені бұл, сайып келгенде, дайын өнімнің сапасына әсер етеді.

Сондай-ақ, шығындарды азайтудың өте маңызды жолы материалдарды ұтымды пайдалану және техникалық негізделген нормативтік шығындарды енгізу болып табылады. Өнімді өндіру және сату шарттарының өзгеруі өндіріс тиімділігіне әсер етеді. Өнімнің өзіндік құнының деңгейіне өндірістің техникалық-экономикалық факторлары айтарлықтай әсер етеді [10, С. 35]. Бұл әсер жабдықтың, технологияның, өндірісті ұйымдастырудың өзгеруіне, шығарылатын өнімнің құрылымы мен сапасына және оны өндіруге кететін шығындардың мөлшеріне байланысты көрінеді. Шығындарды талдау, әдетте, оларды азайтудың ішкі резервтерін анықтау мақсатында жыл бойына жүйелі түрде жүргізіледі.

1-кестеде өнім өндіруге шығындарды азайту жөніндегі іс-шаралар ұсынылған.

Өндіріс шығындарының төмендеуі қаржылық нәтижелерге әсер ететін ең маңызды фактор болып табылады. Сондықтан, төмендетудің ықтимал жолдарын егжей-тегжейлі қарастыру қажет. Кәсіпорында үш блок бар: жеткізу, өндіру және тарату. Шығындарды азайту факторлары шығындарды төмендететін себептер, қозғаушы күштер және олар әрекет ететін жағдайлар болып табылады.

1-Кесте

Өнімнің өзіндік құнын төмендету жөніндегі іс-шаралар

Материалдық шығындар төмендету	Сату құнын төмендету	Еңбек шығындарын төмендету	Амортизациялық аударымдарды төмендету
Материалдық ресурстарды пайдалануды	Сату арналарын оңтайландыру, жарнаманың жаңа	Кадр қызметін жетілдіру, персоналды іріктеу	Амортизация әдісін таңдаудың ғылыми тәсілін әзірлеу,

оңтайландыру, шикізатты жеткізу шығындарын азайту, ақау қалдықтарын азайту, материалды үнемдеуді енгізу технологияларды оңтайландыру, өндіріс технологиясын жетілдіру, шығарылатын өнімнің көлемі мен құрылымын өзгерту.	әдістерін қолдану, көтерме жеңілдіктер жүйесін пайдалану, өнімді жеткізуге көлік шығындарын азайту.	сапасын арттыру персоналдың оңтайлы санын есептеу, персоналды ынталандыру жүйесін жетілдіру, еңбек өнімділігін арттыру, бір қызметкерге өндірудің оңтайлы нормаларын есептеу.	жаңа жабдықты енгізу мерзімдерін қысқарту.
--	---	---	--

Жоғарыда аталған шараларды енгізу өндіріс шығындарын азайтуға көмектеседі, бұл өз кезегінде қосымша инвестициясыз пайда көлемін арттыруға мүмкіндік береді.

Кәсіпорынның тиімділігін арттыру және сатудан түскен пайданы оңтайландыру үшін тұтынылатын шикізаттың өзіндік құнын төмендету арқылы өнім өндіруге кететін шығындарды азайту қажет. Ол үшін жеткізушілерге талдау жүргізіп, шикізат жеткізуге және қызмет көрсетуге шарттар жасасудың неғұрлым тиімді нұсқаларын табу қажет.

Шикізат пен материалдар нарығын зерттеу жеткізушілер тізімін жасау үшін ақпарат көзі болып табылады. Жеткізушілерді талдауды логистика бөлімі жүргізеді. Мамандар бірінші кезекте жеткізілетін шикізат сапасының оның құнына сәйкестігіне, сондай-ақ жеткізу мерзімдерінің кестесіне назар аударады.

Ұзақ мерзімді шарттар жасасу кезінде компания жеңілдіктер жүйесіне және төлемді кейінге қалдыру нұсқаларына сене алады. Баға критерийлеріне негізделген материал жеткізушілерін талдау кейбір қолданыстағы жеткізушілерді өзгерту компанияға айтарлықтай шығындарды үнемдеуге әкелетінін көрсетті.

Өзірленген ұсынымдар мен ұсыныстарды іске асыру компания қызметінің көрсеткіштерін өзгерте алады.

Осылайша, өндірістік-экономикалық қызметтің тиімділігін арттыру бойынша әзірленген шараларды орынды және нақты деп санауға болады. Шикізат жеткізушілерінің ауысуы арқылы өзіндік құнның төмендеуі кәсіпорынға өнімнің өзіндік құнын төмендетуге мүмкіндік береді, бұл сайып келгенде сатудан түскен кірістің, сатудан түскен пайданың, сондай-ақ таза пайданың өсуіне әсер етеді.

Сонымен, өнімнің өзіндік құнын төмендету үшін жаңа жабдықтар сатып алу, өндірісті автоматтандыру және механикаландыру, өндіріс технологиясын жетілдіру, еңбек өнімділігін арттыру, материалдарды дұрыс жеткізушілерді таңдау, сондай-ақ шикізат пен материалдарды ақылға қонымды жұмсау қажет.

Өнімді өткізу тиімділігін арттыру үшін сатылатын өнімнің ассортиментін кеңейту, бағалар мен сату көлемін барынша арттыру, сондай-ақ шығындарды барынша азайту қажет. Сондай-ақ, жеткізілім ритағы және өнімнің сапасын ең жоғары деңгейде сақтау туралы ұмытпаңыз.

11. ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ КӘСІПОРЫННЫҢ ӨЗІНДІК ҚАРЖЫЛАРЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫ

Әлем тәжірибесінде танылған нарық экономикасының әртүрлілігіне қарамастан, мемлекеттік реттеумен толықтырылатын, әлеуметтік бағдарланған шаруашылық ретінде сипатталады. Нарық қатынасының құрылымында және мемлекет тарапынан реттеу механизмінде де басты рольді қаржы атқарады. Олар – нарық қатынасының ажырамас бөлігі және мемлекеттік саясатты жүзеге асырудың маңызды құралы. Сондықтан, қазіргі таңда қаржы табиғатын жақсы білу, оның қызметтерін терең меңгеру, қоғамдық өндірісті тиімді дамытуда оларды толығымен пайдалану әдістерін болжау өте маңызды.

В.Леонтьевтің анықтамасы бойынша, «қаржы ресурстары кәсіпорынның немесе корпорацияның (ақша ағымы) шынайы ақша айналымын көрсетеді. Олардың пайда болу көзі ішкі және сыртқы ақша табыстары. Потенциалды қаржы ресурстары, жаңа баға түзіліп, бағаның дайын өнімге өтуі болатын, өндіріс кезеңінде қалыптасады, өйткені, кәсіпорын жұмысшылары қаржы ресурстарын емес, табиғи пішінде еңбек өнімін шығарады. Соңғылары нарықта сатылып, ақшалай баға алады. Қаржы ресурстарының шынайы қалыптасуы, бағасы сатылған және сатылым пайдасынан бағаның жеке элементтері бөлінетін (қайтарылым қоры, еңбекті төлеу қоры және табыс) үлестіру кезеңінде басталады» [58].

Фармацевтикалық кәсіпорынның қызмет етуіне бірқатар қаржы, экономикалық, ұйымдастырушы – технологиялық, әлеуметтік сипаттағы факторлар әсер етеді, бірақ оған қарамастан, өздігінен нарық субъектілері ретінде болады.

Дәріхана ұйымдары, өзі үшін мақсаттары мен міндеттерін қалыптастыра отырып, қаржыны тартып, өндірістік бағдарламаларды жасап, басқаруды ұйымдастырушы сұрақтарын шеше отырып, нарықтағы стратегиясы мен тактикасын жоспарлайды. Ұйымдағы тәуелсіздік, кәсіпорында қндірістік – шаруашылық қызметін жүргізу, айналымдағы қаржыны қалыптастыруды құрайтын қайнар көздің бірі болады. Айналым қаржысын қалыптастыруды райиональды ұйымдастыру, оның айналымы мен қолдану тиімділігіне үлкен әсер етеді. Айналым қаржысын қалыптастыруда кәсіпорынның қаржы саясатын жүзеге асыру, дәріхана ұйымының қаржы жағдайына тура әсер етеді.

Айналымдағы қаржыны қалыптастыру көзі мен оның көлемі, айналым қаржысының тиімділігінің деңгейіне маңызды әсер етеді, оның ішінде:

1. Айналымдағы қаржының артықшылығы, өндірістік – шаруашылық қызметке қатыспайтын, табыс алып келмейтін, бос қаржының барекендігін көрсетеді.

2. айналым қаржысының жетіспеушілігі, қаржының жетіспеушілігі өндірістік – шаруашылық қызметті тежеп, қорытындысында, ұйым қаржысының шаруашылық айналымының жылдамдығын баяулататынын көрсетеді.

Қызмет нарығының конъюнктурасы тұрақты түрде ауысып отырады, сәйкесінше, кәсіпорының айналым қаржы қажеттіліктері тұрақты емес болады. сондықтан, айналым қаржысын қалыптастыру процессін басқару кезінде, қалыптастыру көзінің тиімділігін қамтамасыз ету басты міндет болады[58].

Айналым қаржысын қалыптастыру көздері:

- Кәсіпорынның өзіндік қаржысы ;
- Кәсіпорынның өзіндік қаржысына теңестірілген қаржы ;
- Қарыз алған қаржы;
- Жұмылдырылған қаржы.

Әрбір айналым қаржысының мамұнын қарастырайық.

Айналым қаржысын қалыптастыру кәсіпорынды құру кезіннен, оның уставты ұпиталын қалыптастыру кезінен басталады. Қалыптастыру көзіне кәсіпорын ұйымдастырушыларының инвестициялық қаржылары жатады.

Өзіндік қаржысын қалыптастыру көзі

Қызмет ету процессінде, кәсіпорынның айналым қаржысының қажеттілігі жартылай өз қаржысы есебінен жабылады:

- *уставты капитал* ;

- *табыс*.

Өз қаржысы есебінен айналым қаржысының минимальды тұрақты бөлігі қалыптасады. Айналым қаржысының болуы кәсіпорынға еркін қозғалыс жасауға, нәтижелікті арттыру мен өз қызметінің тұрақтылығын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Жарғылы капитал ұйымдастырушы құжаттармен белгіленген, көлемде қызмет етуін қамтамасыз ету үшін, кәсіпорын құру кезіндегі ұйымдастырушылар салымының (ақшалай есептегенде) жиынтығы.

Табыс – бұл ұйымдастырушылар арасында дивиденд ретінде бөлінбеген, басқа мақсатарға жұмсалмаған таза табыс (немесе оның бөлігі). Қалыпты жағдайда бұл қаражатты қожайындық субъекттің мүлігін жинауға немесе кез келген жағдайда, бос ақша ретінде дайын тұратын, оның қаржы айналымын толықтыруға пайдаланады.

Өзіндік қаржыларына теңестірілетін, қаржыны қалыптастыру көзі.

Өзіндік қаржыларына теңестірілген қаржыға жатады:

- Қосымша капитал;

- Резервті капитал;
- Жинақтау қоры ;
- Мақсатты қаражаттандыру қоры;
- Тұрақты пассивтер.

Қосымша капитал негізгі қаржыны қайта бағалау нәтижесінде мүлік құнының үстемесін көрсетеді. Қосымша капитал уставты капиталды арттыруға, есепті жылға балансты шығынды жабуға, және кәсіпорын ұйымдастырушылары арасында бөлінуі мүмкін. қосымша капиталды пайдалану тәртібі, ұйымдастырушы құжатқа сәйкес, есепті жылдың нәтижесін қарастырғаннан кейін пайдаланылады.

Резервті капитал – жалпы балансты шығынды жабуға кететін қаржы. Резервті капитал көлемі, оның міндетті салымдарының көлемі заңмен және қоғам уставымен анықталады.

Басқа қорлардың қалыптасуы, оның ішінде жинақтау қорының қалыптасуы (салым көлемі, пайдалану реті) жарғыда немесе кәсіпорынның есепті саясатында қарастырылуы қажет.

Мақсатты қаржыландыру қоры – мақсатты тағайындау шараларын жүзеге асыратын, ұйымдар немесе тұлғалардан түскен қаржы.

Тұрақты пассивтер – кәсіпорынға тиесілі емес, бірақ, есептесу арқасында, оның айналымында болатын, кейбір ресурстар. Бұндай қаржылар минимальды қалдық суммасында айналым қаржысын қалыптастыру көзі болады. оларға жатады:

- ❖ Кәсіпорын қызметкерлеріне айлық еңбек ақы бойынша минималды қарыз;
- ❖ Әлеуметтік қажеттіліктерді төлеу бойынша минималды қарыз (бірыңғай әлеуметтік салық);
- ❖ Салық және жинау бойынша минималды қарыз;
- ❖ Шығындардың минималды қалдық резерві;
- ❖ Сатып алушылардың авансы бойынша минимальды қарыз.

Кәсіпорын қызметкерлеріне есептелген еңбек ақы бойынша минималды қарыз, еңбек ақыны есептеп аударған уақыт пен оны төлеу уақытының арасында айырмашылық болуынан пайда болады. Бұл қарыздың көлемі бір ай бойы үнемі өзгеріп отырады, бірақ әрбір кәсіпорында, қарыз сол мөлшерден төмен түспейтін сомма пайда болады. Минималды қарыз соммасы айлық еңбек ақы қоры мен оның кәсіпорын қызметкерлеріне бекітілген төлену мерзіміне байланысты болады. Есептесу келесі формула арқылы жүзеге асырылады:

$$З = (ФЗП \times Д) / Ч,$$

З – есептелген еңбек ақы бойынша минималды қарыз;

ФЗП – есепті кезеңге еңбек ақының жоспарлы қоры;

Д – қорытынды есептеудегі, ай басынан бастап, айлық берілген күнге дейінгі күн саны;

Ч – есепті кезеңдегі күн саны.

Әлеуметтік қажеттіліктерді есептеу бойынша минималды қарыз келесі формула бойынша есептеледі:

$$1. \text{СН} = \text{ПСО} \times \text{Д} / \text{Ч},$$

СН – әлеуметтік қажеттіліктерді есептеу бойынша минималды қарыз;

ПСО – жоспарланған салым соммасы;

қорытынды есептеудегі, ай басынан бастап, айлық берілген күнге дейінгі күн саны;

Ч – есепті кезеңдегі күн саны.

$$2. \text{СН} = 3 \times \text{ПСО} (\%),$$

ПСО (%) – әлеуметтік қажеттіліктер салымының пайызы.

Салық және жинақтау бойынша минимальды қарыз дегеніміз кәсіпорын төлейтін жеке салық және жинақтаулар бойынша қалдық соммасы.

- табыс салығы;

- ҚБС (Қосымша баға салығы) және т.б.

Тұрақты пассивтер көлемі әрбір нақты салық бойынша жүзеге асырылады және келесі формула бойынша анықталады:

$$\text{Н} = \text{ВН} \times (\text{ПВ} / \text{Д}),$$

Н – тұрақты пассивтер көлемі;

ВН – берілген мерзімдегі салық көлемі;

ПВ – осы салықтың күн бойынша төлеу мерзімі;

Д – мерзімнің күн бойынша ұзақтығы.

Болатын шығындар резервінің минималды қалдығы, кәсіпорында болатын резерв сипатына байланысты анықталады, мысалы, қызметкерлердің болатын демалысын төлеу резервін жасау. Резервтің тұрақты қалдығының көлемі соңғы 12 (он екі) айдың есепті деректері бойынша еңбек ақы қорының есепті мерзімінің өзгеруін ескере отырып, минимальды қалдық суммасымен анықталуы тиіс.

Қарыз қаржыны қалыптастыру көздері

Кәсіпорынның айналым қаржы қажеттілігін өзіндік қаржыларымен жаба алмаған жағдайда, өндірістік – шаруашылық қызметті қаржылай қамтамасыз ету, қарыз алу есебінен жүзеге асырылады:

- *Банк несиелері; ;*
- *Коммерциялық несиелер;*
- *Қарыз алу;*
- *Инвестициялық салық несиесі;*
- *Кейінге қалдырылған салық міндеттері.*

Қарыз қаржысы дегеніміз, айналым қаржысының уақытша қосымша қажеттіліктерін қанағаттандыратын, қаржы құралы.

Банк несиелері ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді несиелер түрінде болады. Банк несиелерінің мақсаты – негізгі және ағымдағы активтерді алумен байланысты шығындарды қаржыландыру, және де, кәсіпорынның

маусымды қажеттіліктерін қаржыландыру, өз айналым қаржысын уақытша толықтыру, есептесу мен салық төлемдерін жүзеге асыру.

Қазіргі кезде банктік несиелеу кәсіпорын қызметін қаржыландырудың кеңінен тараған түріне жатады. Банктік несие алу, қарыз алушы – кәсіпорынның несие алу қажеттілігін дұрыс негіздеуіне байланысты болады. банктік несиелеу ағымдағы қаржы және инвестициялық қызметті қаржыландыру үшін жүзеге асырылады.

Коммерциялық несиелер – айналым қаржысын қаржыландыру көзі, қарыз алу, тауар вексельдері және авансты төлемдер түрінде рәсімделуі мүмкін.

Инвестициялық салық несиесі – кәсіпорынның салық төлемдерін уақытша шегеру түрінде, мемлекеттік билік органдарының кәсіпорынға берген несиесі.

Шегерілген салық міндеттемесі – есепті мерзімнен кейін немесе одан кейінгі есепті мерзімде бюджетке төленуі тиіс, табыс салығының артуына алып келетін, шегерілген табыс салығының бір бөлігі.

Өзіне тартылған қаржыны қалыптастыру көздері

Өзіне тартылған қаржыны қалыптастыру көздеріне жатады:

- Кәсіпорын қызметкерлерінің инвестициялық салымдары;
- Өзіне тарту қаржы көздері, несиелік қарыздар.

Қызметкерлердің инвестициялық салымдары – белгілі пайызбен, экономикалық субъектінің дамуына салынған қызметкерлердің салымы.

Несиелік қарыз түрінде өзіне тартылған қаржы жабдықтаушылар және мердігерлердің кәсіпорынға уақытша пайдалануға берген қаржысы.

Әрбір кәсіпорын өзінің қалыптасуы мен дамуы процессінде, айналымға өз капиталының қандай көлемі салынуы тиіс екендігін анықтап алуы тиіс. Ал ол үшін, тұрақты түрде әрбір кәсіпорында қаржы талдауы жүргізіліп отыруы тиіс. Айналым капиталын қалыптастыру көздерін талдау процессінде, кәсіпорынның айналым қаржысын қажет етуін бағалап, оны қаржы көздерінің көлемімен салыстыру қажет. Айналым капиталына талдау жасау, оның динамикасын бағалау ғана емес, сонымен қатар, құрылымын да, жеке қалыптасу көздерінің ішкі құрылымын детализациялауды қамтуы тиіс. Кәсіпорынның өзінің немесе өзіне тартылатын қаржы қажеттілігі жоспарлау насынына жатады, ал берілген сұрақтың шешімін қабылдау, кәсіпорынның қаржы жағдайына және тіршілік ету мүмкіндігіне әсер етеді.

Өнімнің өзіндік құнын талдау

Өнімдердің өзіндік құнын, жұмыстар және қызметтерді талдау, шығындарды басқаруда үлкен маңызға ие. Бұл талдау оның деңгейінің өзгеру үрдістерін зерттеп, нақты шығындардың нормативтік және жоспарланған мөлшерден ауытқуын анықтауға, олардың себептерін анықтауға, өнімнің өзіндік құнын төмендету резервтерін анықтауға және кәсіпорынның өзіндік құнын төмендету мүмкіндіктерін пайдалану бойынша жұмысын бағалауға мүмкіндік береді.

Өнімнің өзіндік құнына әсер ететін техникалық-экономикалық факторларға негізгі үш топ жатады:

- 1) Өндірістің техникалық деңгейін арттыру (жаңа техниканы, технология, прогрессивті конструкторлық шешімдерді т.б еңгізу);
- 2) Өндіріс пен еңбекті ұйымдастыруды жақсарту (материалдық-техникалық жабдықтауды және ресурстарды пайдалануды жақсарту, басқаруды жетілдіру, мамандандыру дамыту және т.б);
- 3) Өнім көлемі мен құрылымының өзгеруі (номенклатура, ассортимент, сапа және т.б);

Өнімнің өзіндік құнын талдау үшін, өнімнің өзіндік құнының жоспарлы және есептік калькуляциясы, негізгі және қосалқы өндірістер бойынша шығындарды синтетикалық және аналитикалық есепке алу деректері және т.б. пайдаланылады.

Өнімнің өзіндік құнын талдау объектілері мынадай көрсеткіштер болып табылады:

- тұтастай алғанда және өзіндік құн элементтері бойынша өнімнің жалпы құні;
- өндірілген өнімнің теңгеге шаққандағы шығындар деңгейі;
- жеке өнімдердің құны;
- шығындардың жекеленген баптары;
- жауапкершілік орталықтары бойынша шығындар (шығындар орталықтары).

Өнімнің өзіндік құнын талдау, әдетте **жалпы шығындардың жалпы соммасын және негізгі элементтерді** зерттеуден басталады (кесте 1).

Талдау үшін келесі форманы қолданған ыңғайлы.

Өндіріс шығындарының жалпы сомасы келесі факторлардың әсерінен өзгеруі мүмкін:

- өнім өндіру көлемі;
- өнім құрылымдары;
- өнім бірлігіне ауыспалы шығындар деңгейі;
- тұрақты шығындар сомасы;

Кесте 1 Өнім өндірісінің шығындарын талдау (шартты мысал)

Шығындар элементтері	Шығындар сомасы. мыңдық. теңге.			Шығындар құрылымы %			Өнімнің теңгедегі шығыны, тиын	
	жоспар	есеп	ауытқуы	жоспар	есеп	ауытқуы	жоспар	есеп
Еңбекақы	4500	5200	+700	20,9	19,7	-1,2	16,4	16,2
Әлеуметтік қажеттіліктерге аударымдар	1170	1352	+182	5,5	5,1	-0,4	4,3	4,2
Материалды шығындар	11600	1500	+3400	54,0	56,9	+2,9	42,4	46,6
Соның ішінде								
Шикізат және материалдар	8400	10500	+2100	39,1	39,8	+0,7	30,7	32,6
Жанармай	1800	2508	+708	8,4	9,5	+1,1	6,6	7,8
Электрэнергия және т.б.	1400	1992	+592	6,5	7,6	+1,1	5,1	6,2
Амортизация	1870	2350	+480	8,7	8,9	+0,2	6,8	7,3
Басқа да шығындар	2340	2480	+140	10,9	9,4	+1,5	8,6	7,7
Толық құны	21480	26382	+4902	100	100	-	78,5	82,0
Соның ішінде								
Тұрақсыз шығындар	15550	18422	+2872	72,4	69,8	-2,6	56,8	57,2
Тұрақты шығындар	5930	7960	+2030	27,6	30,2	+2,6	21,7	24,8

Өндіріс көлемі өзгерген жағдайда, тек қана айналым шығындар (өндірістік жұмысшылардың жалақысы, тікелей материалды шығындар, қызметтер) артады, тұрақты шығындар (жұмысшы мен әкімшілік-басқару персоналының уақытша жалықысы, жалпы экономикалық шығындар, амортизация, жалдау ақысы) қысқа мерзімді кезеңде кәсіпорынның өндірістік қуатын сақтаған жағдайда өзгеріссіз қалады.

Өнімнің өзіндік құнын неғұрлым егжей-тегжейлі талдау үшін аталған факторлардың әрқайсысының әсерін ескере отырып, өнім өндіруге жұмсалатын шығындардың жалпы сомасына факторлық талдау жүргізіледі.

Талдау процесінде шығындар элементтері бойынша, құрылымдағы өзгерістерді бағалау қажет. Егер, мысалы, жалақы үлесі азайып, амортизация үлесі өссе, онда бұл кәсіпорынның техникалық деңгейінің жоғарылауын, еңбек өнімділігінің өсуін көрсетеді (кәсіпорынның өндірістік қуатын ұтымды пайдалану жағдайында). Жалақының үлес салмағы, егер құрамдас бөліктердің үлесі ұлғайған жағдайда да азаяды, бұл кооперация мен кәсіпорынның мамандану деңгейінің жоғарылауын көрсетеді.

Өндірілген өнімнің теңгеге шығындар деңгейі де кәсіпорын бойынша тұтастай алғанда, өнімнің өзіндік құнының деңгейін сипаттайтын маңызды

жалпылама көрсеткіш болып табылады. Ол өнімді өндіру және сату шығындарының жалпы сомасының қолданыстағы бағамен өндірілген өнімнің құнына катынасы ретінде есептеледі. Бұл көрсеткіш деңгейінде өндіріс бірлігінен төмен болса, ол үнемді, бірліктен жоғары деңгейде-тиімсіз.

Тауар өнімнің бір теңгеге шаққандағы шығындар көрсеткішін талдау кезінде үш негізгі фактордың әсерін ескері қажет: шығарылатын өнім құрылымының өзгеруі; шығарылатын өнім бағасының өзгеруі; шығарылатын өнімнің өзіндік құнының өзгеруі.

Бұл көрсеткіш артықшылықтарды анықтайды. Біріншіден, ол өзіндік құн мен пайда арасындағы байланысты анық көрсетеді. Екіншіден, салыстармалы көрсеткіш бола отырып, экономиканың түрлі кәсіпорындары мен салалары бойынша өндірілген өнімнің теңгедегі шығындарын салыстыру үшін пайдалануға болады.

Осы көрсеткішті пайдалану кезінде өнімнің өзіндік құнын талдау көбінесе белгілі бір кезеңдегі динамикада және бәсекелес кәсіпорындармен және орта салалық мәндермен салыстарғанда жүзеге асырылады.

Қажет болған жағдайда өндірілген өнімнің теңгесіне және шығындардың жекелеген элементтері бойынша шығындар деңгейінің өзгеруі зерттеледі (кестені қараңыз 9.1).

Өзіндік құнның өзгеру себептерін тереңірек зерттеу үшін өнімнің жекелеген түрлерінің өзіндік құнына талдау жасалады. Осы мақсатта жекелеген өнімдер бойынша есепті калькуляциялар талданады, өнім бірлігіне жұмсалатын шығындардың нақты деңгейін өткен кезеңдердің жоспарлы және деректермен, тұтастай алғанда басқа кәсіпорындармен және шығындар баптары бойынша салыстырылады. Есептеулер әртүрлі факторлық модельдерді қолдану арқылы жүзеге асырылады.

Өнімнің жекелеген түрлерінің өзіндік құнын баппен талдау нәтижесінде оның деңгейінің өзгеруінің ішкі және сыртқы, объективті және субъективті факторлары анықталуы керек. Бұл шығындарды қалыптастыру процесін білікті басқару және оларды азайтудың резервтерін табу үшін қажет.

Өнімнің жекелеген түрлерінің бірлігінің өзіндік құнын талдау жоспарланған шығындардың өсуі немесе төмендеуі қандай өнім есебінен болғанын анықтауға мүмкіндік береді.

Өнімнің өзіндік құнындағы шығындардың жекелеген баптарын талдау, әдетте, өнімнің өзіндік құнындағы ең үлкен үлес салмағын алатын шығындар элементтері бойынша жүргізіледі. Оларға тікелей материалдық шығындар, тікелей жалақы және бірқатар жанама шығындар кіреді.

Өнімнің өзіндік құнын калькуляция баптары бойынша талдау тек белгілі бір баптар бойынша шығынның артық жұмсалғанын анықтауға ғана емес, сонымен қатар оның себептерін айқындауға және оларды жою бойынша іс-шараларды белгілеуге мүмкіндік береді.

Өнімнің өзіндік құнында айтарлықтай үлесті тікелей материалдық шығындар алады, олардың жалпы сомасы өндірілген өнім көлеміне, оның құрылымына және жекелеген өнім түрлеріне шаққандағы материалдық шығындардың өзгеруіне байланысты.

Талдау материалдық шығындардың өнімнің бірлігіне өзгеру факторларын зерттеуден басталады. Ақпараттық база ретінде кәсіпорынның талдамалық есеп деректері қолданылады. Өнімнің бірлігін өндіруге кеткен материалдық шығындар өндіріс көлеміне, бұйымға жұмсалған материалдың шығынына және материалдық ресурстардың құнына байланысты. Кәсіпорын бойынша тікелей материалдық шығындардың жалпы сомасы аталған факторлардан бөлек, өндірілген өнімнің құрылымына және қайтарылатын қалдықтардың мөлшеріне де байланысты.

Өнімнің бірлігіне жұмсалатын шикізат пен материал шығыны олардың сапасына, бір материалды екіншісімен алмастыруға, шикізат құрамының өзгеруіне, техникаға, технологияға және өндірісті ұйымдастыруға, жұмысшылардың біліктілігіне және басқа да инновациялық шараларға байланысты. Талдау барысында материалдың шығын нормасының әрбір фактор бойынша өзгерісін анықтау қажет, содан кейін алынған нәтижені бағаның базалық деңгейіне және өнімнің нақты өндіріс көлеміне көбейту керек. Нәтижесінде есепті кезеңде осы фактордың әсерінен аталған бұйымды өндіруге кеткен материалдық шығындардың өсу мөлшері анықталады.

Материалдардың орташа бағасының деңгейі бірнеше факторларға байланысты: шикізат нарықтарына, инфляцияға, тасымалдау және дайындау шығындарының деңгейіне, шикізаттың сапасына және т.б.

Өнімнің өзіндік құнында тікелей еңбек шығындары да елеулі үлеске ие болып, оның деңгейінің қалыптасуына айтарлықтай әсер етеді. Сондықтан өнімнің әрбір теңгесіне шаққандағы жалақының динамикасын талдау, оның өзіндік құндағы үлесін зерттеу, оның мөлшерін анықтайтын факторларды қарастыру және осы шығындар баптары бойынша үнемдеу резервтерін іздеу үлкен маңызға ие.

Тікелей жалақының жалпы сомасы өнім өндірісінің көлеміне, оның құрылымына және жекелеген бұйымдарға кеткен шығын деңгейіне байланысты. Соңғысы, өз кезегінде, еңбек сыйымдылығымен және 1 адам-сағатқа төленетін еңбекақы деңгейімен анықталады.

Өнімнің еңбек сыйымдылығы мен еңбекақы деңгейі жана, озық техника мен технологияларды енгізуге, өндірісті механикаландыру мен автоматтандыруға, еңбекті ұйымдастыруға, жұмысшылардың біліктілігіне және басқа да инновациялық шараларға байланысты.

Талдау барысында еңбек сыйымдылығы мен орташа сағаттық еңбекақы деңгейінің өзгеруіне байланысты әрбір өнім түрінің өзіндік құны қалай өзгергені бағаланады, сондай-ақ кәсіпорын бойынша тікелей жалақының жалпы сомасы анықталады. Бұл көрсеткіш аталған факторлардан бөлек, өнім құрылымына да байланысты. Әрине, еңбек сыйымдылығы жоғары өнімнің

үлесі артқан жағдайда еңбекақы деңгейі өседі, ал керісінше жағдайда төмендейді.

Өнімнің өзіндік құнындағы жанама шығындар келесі кешенді баптармен көрсетілген: жабдықты ұстау және пайдалану шығындары, жалпыөндірістік және жалпышаруашылық шығындар, коммерциялық шығындар. Бұл шығындарды талдау нақты мөлшерін өнімнің әр теңгесіне шаққандағы көрсеткішпен алдыңғы бірнеше жылдағы динамикада және есепті кезеңнің жоспарлы деңгейімен салыстыру арқылы жүргізіледі. Мұндай салыстыру олардың өнімнің құнындағы үлесінің динамикада және жоспармен салыстырғанда қалай өзгергенін, сондай-ақ өсу немесе төмендеу үрдісін көрсетеді.

Кейінгі талдау барысында жанама шығындардың абсолюттік және салыстырмалы өзгеруіне әсер еткен себептер анықталады. Талдаудың қиындығы мынада: бұл баптар өз құрамына бірнеше шығын элементтерін қамтитын кешенді болып табылады. Сонымен қатар, кейбір шығын түрлері (мысалы, амортизация) өнім өндірісі көлеміне тәуелсіз және шартты түрде тұрақты болып табылады, ал басқалары (мысалы, қаптама және орау материалдарына жұмсалатын шығындар) оның өзгеруіне толық немесе жартылай тәуелді, яғни шартты түрде ауыспалы болып есептеледі.

Нақты шығындардың жоспарлы көрсеткіштерден ауытқуын талдау кезінде алынған үнемдеуді әрдайым оң нәтиже ретінде бағалау дұрыс емес, сол сияқты шығындардың артуын да әрдайым теріс деп бағалауға болмайды. Кейбір жағдайларда үнемдеу еңбек жағдайларын жақсарту, техника қауіпсіздігін қамтамасыз ету, кадрларды даярлау және қайта даярлау бойынша жоспарланған шараларды орындамаумен байланысты болуы мүмкін. Мұндай шараларды орындамау кәсіпорынға алынған үнем сомасынан да үлкен зиян келтіруі мүмкін. Талдау барысында өндірістік емес шығындар да анықталуы тиіс, оған шикізат, материалдар және дайын өнімнің бүлінуі мен жетіспеушілігінен болған шығындар, кәсіпорынның кінәсінен болған бос тұрып қалуларға төлемдер және басқа да шығындар жатады.

Жанама шығындарды талдау нәтижелері бойынша оларды мүмкіндігінше қысқарту резервтері анықталып, оларды іске асыруға арналған нақты ұсыныстар әзірленеді.

Шығындарды жауапкершілік орталықтары (цехтар, учаскелер, жекелеген бөлімшелер) бойынша талдау осы бағыттағы шығындарды жоспарлау мен есепке алуға негізделеді. Жауапкершілік орталықтары бойынша шығындарды жоспарлаудың, есепке алудың және талдаудың басты мақсаты – барлық деңгейдегі менеджерлердің белсенділігін арттыру арқылы пайда өсімінің резервтерін анықтау. Осы мақсатта әр деңгейдегі басшылардың функциялары қатаң түрде регламенттеледі, ал шығындар бюджеттер мен есептерде сәйкесінше қалыптастырылып, көрсетіледі.

Талдау барысында нақты шығындар әрбір жауапкершілік деңгейі бойынша бюджетпен салыстырылады және тек осы деңгейде бақыланатын шығын түрлері бойынша ауытқулар анықталады (мысалы, өндірістік бөлімше

деңгейінде – бөлімше қызметкерлерінің жалақысы, материалдар шығыны, энергия және осы қызметке тәуелді басқа да шығындар). Жоғары жауапкершілік деңгейінде кәсіпорынның жалпы қызметінің сапалық нәтижелері талданады.

Жалпы алғанда, өнімнің өзіндік құнын талдау өнеркәсіптік өнімнің өзіндік құнын төмендету резервтерін анықтауға және кәсіпорынның қаржылық-шаруашылық қызметінің тиімділігін арттыруға бағытталған.

Қорытынды

Заманауи фармацевтикалық нарық, тауар ретінде дәрілік заттардың спецификасымен шартталған ерекшеліктерімен қоса, тұтынушы тауарлар нарығы үшін жалпы сипаттамасы тән күрделі экономикалық құбылыс. Қазіргі кезде фармацевттер - студенттер, кәсіпкерлер, фармацевтикалық нарық менеджерлері фармация экономикасының теориясы мен тәжірибесін тереңірек білу қажет.

Заманауи экономикалық шарттарда, шаруашылық субъекттерінің қызметі, үнемі өзгерісте болатын бәсекеге қабілетті ортада, фармацевтикалық ұйымының басшылығынан өз қызметін үнемі жетілдіруді талап етеді. Олар қабылданған шешімнің максималды тиімді болатын, басқарудың жаңа түрлері мен тәсілдерін іздеуге мәжбүр. Осыған байланысты фармацевтикалық кәсіпорын басқарушылары, тек мамандырылған білім ғана емес, фармацевтикалық нарықта басқарушы нысанның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету мен саяси, экономикалық және әлеуметтік ортада болатын өзгерістерге адекватты жауап беретін белгілі деңгейде арнайы экономикалық білімі болуы қажет.

Экономикалық саясатта дұрыс есептемеу, бизнесті жүргізудің негізін қалаушы принциптерді елемеу, кез – келген бизнестің жойылуына алып келеді. Ресурстарды тиімсіз пайдалану немесе экономикалық өзін өзі сақтау сезімін елемей, бір мезеттік пайда артынан жүру, көп жағдайда қаржы тәуекелділігіне алып келеді, салдарынан, нарықта кәсіпорын позициясын әлсіретеді. Көбінесе бұл экономикалық білім деңгейінің жеткіліксіздігімен, кәсіпорын жұмысында кемшіліктерді жасыруға мүмкіндік беретін әдістерді қолданбаумен, алдыңғы перспективаға өз қызметін болжай алмаумен байланысты.

Монографияда, экономикалық қызметін басқарудың теориясы мен тәжірибесі берілген қызмет спецификасымен және орындалатын міндеттері мен қызметтеріне байланысты, фармацевтикалық ұйымның экономикалық қызметін басқарудың қазіргі таңдағы мәселелер мен оның шешімдері берілген. Фармацевтикалық кәсіпорынының қаржы – шаруашылық қызметі нәтижелерін анықтайтын факторлары, фармацевтикалық нарықтағы негізгі экономикалық заңдардың әсер ету ерекшеліктері, дәрілік заттарға бағаны мемлекеттік деңгейде реттеу қарастырылды.

Ұсынылған еңбек, фармацевттердің тәжірибелік қызметінде, кәсібін арттыру, нарық білімділігін, құзыреттілігін арттыру үшін кәсіпорын басқарушыларына, және жоғарғы оқу фармацевтикалық өнеркәсіп мамандығының білім алушыларына яғни, қазіргі кезде фармацевтикалық нарықта табысты жұмыс жасау үшін қажетті қасиеттерге ие болу үшін қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Баканов М.И. Теория экономического анализа: Учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. / М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 536 с.
2. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: Проспект, 2019. – 420 с.
3. Басовский Л.Е. Теория экономического анализа: учебное пособие / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 224 с.
4. Шертаева К.Д., Утегенова Г.И. Фармация экономикасы. 2016. Шымкент 230 б.
5. Юридическая компания Aequitas, Обзор «Фармацевтический рынок Казахстана: и история, основные направления развития и текущее состояние». — Алматы, 2015. <http://aequitas.kz>
6. Шейкин Д.А., Кульбаева А. Д. Аналитическая служба Рейтингового Агентства РФЦА. Медико-биологическая отрасль Республики Казахстан. – Алматы, 2016 // rfcaratings.kz.
7. Шопабоева А.Р., Датхаев У.М., Блатов Р.М. Развитие фармацевтического рынка Республики Казахстан в условиях перехода к плавающему валютному курсу // Фармация Казахстана. – 2016. — №8. — С. 20-27
8. Ботабаева Р.Е., Датхаев У.М., Шертаева К.Д. Современные тенденции развития фармацевтической промышленности Казахстана // Материалы II — Всеукраинской научно-практической конференции «Формирование национальной лекарственной политики при условиях внедрения медицинского страхования: вопрос образования, теории и практики». — Харьков: Национальный фармацевтический университет Украины, 2015. – С. 233 – 234.
9. Проект USAID по региональному экономическому сотрудничеству: Анализ состояния фармацевтического рынка. Определение в этой отрасли барьеров и потенциальных рынков для продвижения фармацевтической продукции производителей Центральной Азии // Данный отчет представлен Агентству США по международному развитию: отчет подготовлен компанией VI-ORTIS. – 2015, июнь – 20. www.pharm.reviews.
10. Адахаев А. Развитие фармацевтической промышленности в Республике Казахстан. Фармацевтическое обозрение Казахстана //
11. Ботабаева Р.Е., Жанабаев Н.С., Блатов Р. М. О перспективах развития отечественной фармацевтической промышленности // Сборник материалов III Международной научно-практической конференции «Наука и медицина: современный взгляд молодежи». – Алматы: КазНМУ имени С. Д. Асфендиярова, 2016. – С. 178 – 179.

12. Блатов Р. М., Сыдыков С. Б., Ботабаева Р.Е., Жанабаев Н.С., Блатов Р. М. О перспективах развития отечественной фармацевтической промышленности // Сборник материалов III Международной научно- практической конференции «Наука и медицина: современный взгляд 114 молодежи». – Алматы: КазНМУ имени С. Д. Асфендиярова, 2016. – С. 175 – 176.
13. Қазақстанда фармацевтика нарығын дамыту жолдары. [Электронный ресурс]: <https://startinfo.kz/buisness/qazaqstanda/>.
14. Серикбаева Э.А., Сагиндыкова К.Е., Каюпова Ф.Е. Фармацевтикалық кластерді құру кезіндегі инновациялық жоба-лардың рөлі. – Вестник КазНМУ. – 2019 – №1. – С. 468-471.
15. Серикбаева Э.А., Сагиндыкова К.Е., Каюпова Ф.Е. Фармацевтикалық кластерді құру кезіндегі инновациялық жоба-лардың рөлі. – Вестник КазНМУ. – 2019 – №1. – С. 468-471.
16. Датхаев У.М., Серикбаева Э.А., Умурзахова Г.Ж., Жакипбеков К.С. Сравнительный анализ кластерной политики зарубежных стран и Казахстана. – Фармация Казахстана. – 2019 – №6. – С. 25-30.
17. Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 7 шілдедегі «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» № 360 – ҚРЗ кодексі.
18. Қазақстан Республикасының денсаулық сақтау саласын дамытудың 2020 – 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 26 желтоқсандағы № 982 қаулысы.
19. <https://sk-pharmacy.kz/kaz/baspasөz-ortalyiғyi/zhaңalyiқtar/kompleksnyij-plan-razvitiya-obespechit-lekarstvennyu-bezopasnost-stranyi>
20. Қазақстан Республикасының кәсіпкерлік кодексі 2020.15.11. берілген өзгерістер мен толықтырулармен
21. http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0131330:article#google_vignette
22. <https://interolymp.com/631-farmaceutikaly-jymdardy-jymdy-yty-formalary.html>
23. Берзинь И.Э. Экономика предприятия: учебник / И.Э. Берзинь,
24. Правовые основы организации и ведения бизнеса в Республике Казахстан A E Q U I T A S R e v i e w • 2 0 2 3 • D o i n g B u s i n e s s www.aequitas.kz 92с
25. Бухалков М.И. Производственный менеджмент: организация производства. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 395 с.
26. Воробьев С.В. Направления повышения эффективности использования основных средств на промышленных предприятиях // Modern Science. – 2019. – № 4-2. – С. 104–108.
27. Жидков А.С. Развитие методов анализа состояния и эффективности использования основных средств организации // Потенциал роста современной экономики: возможности, риски, стратегии: материалы V

Международной научно-практической конференции / под ред. А.В. Семенова, М.Я. Парфеновой, Л.Г. Руденко. – М., 2018. – С. 970–976.

28. Измайлов М.К. Способы повышения эффективности использования основных средств // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. – 2019. – № 3 (30). – С. 95–101.

29. Кияткина О.С. Основные направления повышения уровня эффективного использования основных средств промышленного предприятия // Известия Института систем управления СГЭУ. – 2017. – № 2 (16). – С. 124–128.

30. Кобзев В.В., Радаев А.Е., Измайлов М.К. Обновление основных средств как задача управления промышленным предприятием // Вестник ВСГУТУ. – 2016. – № 5 (62). – С. 117–124.

31. Поддубская Н.А., Кирьянов Е.О., Гартованная О.В., Колоденская В.В. Обоснования приоритетности обновления основных средств на промышленных предприятиях России // Успехи современной науки и образования. – 2017. – Т. 3, № 2. – С. 44–51.

32. Хлынин Э.В., Коровкина Н.И. Методы и модели взаимодействия стратегического и тактического управления основными средствами промышленного предприятия // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2015. – № 4-1. – С. 437–449.

33. Сидоровниина И.А. Управление оборотными активами на промышленных предприятиях / И.А. Сидоровниина, И.С. Поветкин // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. – 2016 – №2. – С.77–85.

34. Чимиль А.О. Проблемы управления оборотным капиталом предприятий различных отраслей экономики РФ / А.О. Чимиль // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017 – Т. 6 – С.256–262.

35. Управление оборотными активами: логистический подход: монография / И.В. Бабенко, С.А. Тиньков. – М.: ИНФРА-М, 2017 – 167 с.

36. Федоринин В.Е. Теоретические аспекты исследования оборотных активов организации / В. Е. Федоринин, Ю. Б. Бородина // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017 – 336 с.

37. Шеина Е.Г. Экономическая сущность оборотного капитала и О внесении изменений и дополнений в постановление Правительства Республики Казахстан от 15 ноября 2016 года №704 «Некоторые вопросы Министерства оборонной и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан».

[Электронный ресурс]: www.mint.gov.kz. [Дата открытия]:.20.102023

38. Бухалков М.И. Еңбекті ұйымдастыру және нормалау: оқулық ЖОО / Бухалков М.И., 4-ші басылым., және қосымша - М.: ИНФРА -М, 2016. 380 б.
39. Киселев С.Ш., Утенин В.В. Жалпы төлем жүйелері ресейлік компаниялардағы еңбек және оларды дамытудағы типтік қателіктер және бүгін менеджментті енгізу. 2012. Т. 68. № 2. б. 78-82.
40. Колосова О.К. Қазіргі заманғы кәсіпорынның еңбекақы төлеу жүйесін қалыптастыру // Еңбекақы төлеу. 2015. № 1. 16-20 беттер.
41. <https://ulagat.com/2020/06/01/еңбек-өнімділігі-және-оны-арттырудың/>
42. Қазақстандағы еңбек өнімділігін арттырудағы адам капиталы факторы сапасының мәселелері //ҚазҰУ хабаршысы. Экономика сериясы. №1 (95). 2013. 62-65б.
43. <https://alt-nn.ru/information/izderzhki-obrascheniya>
44. С.А. Пикунова, Н.Н. Савченко, С.Г. Фалько. – М.: Дрофа, 2017. – 367 с.
45. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 224 с.
46. Бочаров В.В. Финансовый анализ: учебное пособие. – 2-е изд. перераб. и доп. / В.В. Бочаров. – СПб.: ПИТЕР, 2019. – 240 с.
47. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 330 с.
48. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 320 с.
49. <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovanie/#anchor-1>
50. Асканова О.В. Ценообразование. Учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения экономических направлений / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2020. – 57 с.
51. Шертаева К.Д. Фармацевтикалық маркетинг : оқулық / К.Д.. Шертаева – Шымкент, 2015, 150с
52. Гиляровская Л.Т., Ендовицкая А.В. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учебное пособие / Л.Т. Гиляровская, А.В. Ендовицкая. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2016 – 159с.
53. Гинзбург А.И. Экономический анализ: Учебник. – 3-е изд. перераб. и доп. / А.И. Гинзбург. – М.: ПИТЕР, 2019. – 448 с.
54. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия. Анализ, оценка и управление в рыночной экономике: учебник / А.В. Грачев. – М.: Дело и сервис, 2016. – 544 с.
55. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: Теория и практика: учебное пособие / С.В. Дыбаль. – СПб.: Изд. Дом «Бизнес – премия», 2016 – 304 с.

56. Канке А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: / А.А. Канке, И.П. Кошечая. – М.: Форум – ИНФРА-М, 2018. – 287 с.
57. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент: учебник / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 754 с.
58. Трошина О. В. Финансы организаций (предприятий) [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Трошина ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2021. 198с.
<http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/troshinafinansy-organizacij.pdf>.

Г.И.Утегенова

ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ӨНЕРКӘСІП ЭКОНОМИКА МӘСЕЛЕЛЕРІ

«Жасулан» баспа салоны
Шымкент қ., Асқаров көшесі3.