

Ценообразование на медицинские услуги и товары

Выполнила студентка группы М-02(1)-14 Заббарова А.А.

▣ **Цена** – важнейший элемент рыночных отношений. В условиях рыночного механизма цена определяется как равновесная между **спросом и предложением**. Важную роль играет **изучение спроса**, так как именно от него будет зависеть дальнейшая деятельность предприятия. На основании обработки и анализа полученных результатов планируется цена услуги. Уровень цен на медицинские услуги должен, с одной стороны, не создавать сверхприбыли для медицинских учреждений и не ограничивать доступ граждан к основным медицинским услугам, а с другой стороны не приводить к резкому и необоснованному увеличению объема спроса на услуги и нерентабельной деятельности медицинских учреждений.



Основная схема ценообразования включает следующие этапы:

- *Подготовительный этап* - конкретизация задач и выбор метода ценообразования, инструктивно-методическая работа.
- *Этап сбора первичной информации* и оперативного экономического анализа - определение количественных и качественных характеристик обслуживания больных, показателей состояния и использования основных фондов.
- *Этап определения себестоимости* - расчет затрат на заработную плату, прямых, косвенных и накладных расходов.
- *Этап формирования цены* - включение в структуру цены коэффициента рентабельности, поправочных коэффициентов (надбавка - скидка), заключительная экспертная оценка, калькуляция цены и оформление прейскуранта.
- *Этап коррекционной работы* - ввод инфляционных коэффициентов, расчет цен на вновь вводимые услуги, использование новых методик ценообразования.
- На подготовительном этапе формируются цели и задачи ценообразования. Цели ценообразования могут быть различными. Например, обеспечение выживаемости организации, завоевание лидерства по показателям доли рынка и качества



Основными задачами являются:

- - назначение цены (на основе «бюджетных оценок, договорная, свободная, цена для расчета со страховыми организациями и т.д.);
- - условия оказания и оплаты медицинских услуг (кому, где, когда будет оказываться данная услуга, кто и каким образом будет ее оплачивать);
- - вид калькуляционного объекта (детальная услуга, простая, комплексная медицинская услуга и т.д.);
- - метод расчета цены (затратный, нормативный, гонорарный и т.д.).



▣ **Рентабельность оказываемых учреждением здравоохранения услуг определяется по следующей формуле:**

▣ $R = (Ц - С) / Ц,$

▣ где R - рентабельность оказываемых услуг;

▣ Ц - цена оказываемых услуг;

▣ С - себестоимость оказываемых услуг



-
- ***В новых социально – экономических условиях лечебно-профилактические услуги выступают в качестве специфического товара, на который должна быть установлена цена.***
 - Важнейшими задачами ценообразования на услуги здравоохранения в условиях рыночных отношений является, во-первых, **создание механизма оперативного учета спроса и предложения**, складывающихся на рынке медицинских услуг и, во-вторых, **разработка конкретной методики расчета цен.**
 - Устанавливаемые цены на лечебно-профилактические услуги должны покрывать издержки ЛПУ, быть достаточными для осуществления полноценных расчетов с государственными и местными бюджетами, а также обеспечивать прибыль этому учреждению, достаточную для его развития и материального стимулирования работающих.
-



-
- На сегодняшний день экономически обоснованное ценообразование является одной из наиболее актуальных и сложных проблем здравоохранения. При всей специфике здравоохранения как отрасли в установлении цен следует учитывать:
 - цена должна отражать общественно необходимые затраты на производство услуг, их потребительские свойства и качество;
 - учитывать соотношение спроса и предложения на данный вид услуг;
 - обеспечивать получение прибыли, создавать экономические условия для хозрасчетной деятельности учреждений, следовательно, для самоокупаемости, рентабельности, самофинансирования.
-



Уровень цены на предоставляемые медицинские услуги в условиях рынка зависит от следующих факторов:

- уровня переменных и постоянных расходов объекта здравоохранения, определяющих полную себестоимость его услуг;
- предполагаемого объема прибыли этого объекта;
- имеющихся мощностей лечебного учреждения для предоставления услуг;
- состояния спроса на услуги;
- цены на данный вид услуг, которые устанавливают конкуренты.

