


Экономический анализ и планирование объема продаж



Доц. Каф. УЭФ, к.ф.н.
Марченко Н.В.

2014 г.



- **Товарооборот (Sales)**

- – это объем продажи товара и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени. (ГОСТ Р 51-303-99 «Торговля. Термины и определения»)

- **От товарооборота зависят:**

- расходы
- валовый доход
- прибыль

Товарооборот

как количественный показатель дает информацию о :

- размере аптечной организации,
- объеме выручки за проданный товар,
- расходах покупателей на приобретенный товар.

как качественный показатель

дает информацию о :

- реализации на одного жителя за определенный период,
- реализации на одного сотрудника (качество работы, производительность труда),
- реализации товаров по группам.

Факторы, влияющие на товарооборот

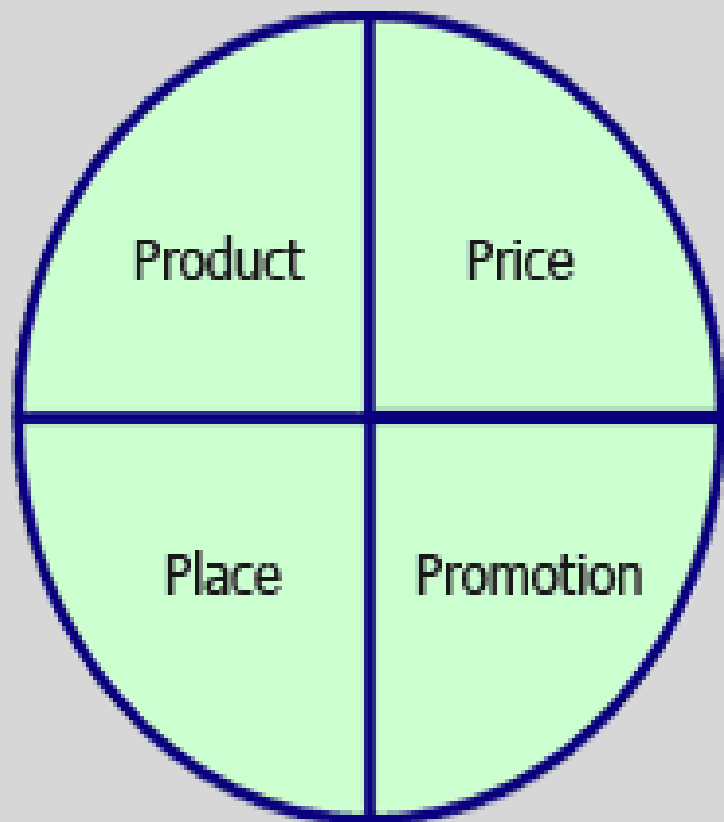
Внешние :

- сезонность заболеваемости;
- доходы населения;
- социально-демографические характеристики;
- численность населения;
- численность других АО;
- Численность ЛПУ
- количество выписываемых рецептов.

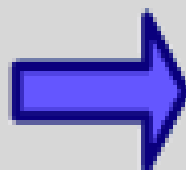
Внутренние:

- число фарм.работников и их профессионализм;
- маркетинг (4 «Р»)*;
- качество информирования;
- вид апт. Орг.;
- отпуск ЛС по рецепту и без рецепта;
- режим работы;

Развитие современного маркетинга



Маркетинг-микс 4P



Маркетинг-микс 7P

Marketing mix. 4P маркетинга

Product
(товар)

- ✓ ассортимент
- ✓ качество
- ✓ дизайн
- ✓ свойства
- ✓ торговая марка
- ✓ упаковка
- ✓ обслуживание
- ✓ гарантия

Price
(цена)

- ✓ цена по прайс-листу
- ✓ скидки
- ✓ срок платежа
- ✓ торговая марка
- ✓ условия товарного кредита

Place
(место)

- ✓ каналы сбыта
- ✓ охват рынка
- ✓ ассортимент
- ✓ местоположение
- ✓ складские запасы
- ✓ транспортировка

Promotion
(продвижение)

- ✓ реклама
- ✓ персональная продажа
- ✓ стимулирование сбыта
- ✓ связи с общественностью

Целевой рынок

■ Структура товарооборота

- 1) **Розничный товарооборот** – это объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного и семейного пользования за наличный и безналичный расчет без дальнейшей перепродажи. В его состав также включается продажа товаров организациям, в которых осуществляется совместное потребление товаров (больницы, детские сады и т.д.)
- 2) **Оптовый товарооборот** – это продажа товаров одной организацией другой организации для последующей перепродажи или потребления, чаще за безналичный расчет.



- Структура товарооборота.

1) По типу покупателей:

население

институциональное
потребление

Факторы, влияющие на товарооборот:

2) По способу реализации:

по рецепту

без рецепта

3) По товарной номенклатуре

Группы товаров аптечного ассортимента :

- 1) ЛП
- 2) ЛРС
- 3) ~~Медицинские изделия~~
- 4) Дезинфицирующие средства
- 5) Предметы и средства личной гигиены
- 6) Оптика и средства ухода за ней
- 7) Минеральные воды
- 8) БАД
- 9) Лечебное, детское и диабетическое питание
- 10) Парфюмерные и косметические средства
- 11) Предметы и средства, предназначенные для ухода за больными, новорожденными и детьми, не достигшими возраста трех лет
- 12) посуда для медицинских целей
- 13) медицинские и санитарно-просветительные печатные издания, предназначенные для пропаганды здорового образа жизни

Анализ товарооборота

- Основные этапы.

1. Изучение динамики объема товарооборота (метод динамических рядов). Определяются цепные и базисные темпы роста и прироста, среднегодовые темпы роста и прироста.
2. Оценка степени выполнения плана товарооборота (по общему объему ТО, по плану выручки, по товарной номенклатуре).
3. Анализ факторов, влияющих на динамику и степень выполнения плана по ТО, а именно:
 - а) степень влияния факторов, связанных с товарными ресурсами;
 - б) оценка факторов, связанных с численностью персонала и производительностью труда;
 - в) оценка факторов, связанных с использованием материально-технической базы и режимом работы
4. Выявление резервов работы, что позволяет увеличить ТО.

Условия, необходимые для анализа и планирования ТО

1) Проверка достоверности источников информации:

- Кассовая книга;
- товарный отчет;
- отчет о прибылях и убытках;
- регистры бухгалтерского учета;
- данные оперативного учета о движении товара;
- оборотная ведомость по лицевым счетам покупателей.

2) Соответствие используемых показателей друг другу:

- по ценам (индексный метод);
- по времени;
- по пространству (площадь торгового зала).

Индексный метод



Например,

ТО1 в xxxX1 году составил 93 600,0 тыс руб.,

ТО2 в xxxX2 -, 96 000,0 тыс руб

Цены на товары аптечного ассортимента в отчетном году (xxxX2) по отношению к анализируемому (xxxX1) выросли на 5%.

Тогда

ТО2 xxxX2 года по отношению к xxxX1 составит, 105%,

индекс цен в этом случае будет равен 1,05:

$Иц = 105/100 = 1,05$,

а товарооборот xxxX2 года в ценах xxxX1

$96\ 000\ 000/1,05 = 91\ 428\ 571$ руб.,

т.е. товарооборот аптечной организации за последний год вырос только за счет повышения цен на товары аптечного ассортимента.

Таблица. TOP10 российских аптечных сетей по доле в денежном выражении на коммерческом розничном рынке ЛС, 2010 г.

Рейтинг	Аптечная сеть	Количество точек продаж	Доля, %	
			2010	2009
1	Аптеки 36,6	989	2,53	3,16
2	Ригла	645	2,44	2,28
3	Фармакор*	402	1,70	1,83
4	Имплозия* и **	663	1,42	1,65
5	Фармаимпекс	259	1,11	0,73
6	А5	425	0,94	0,74
7	Доктор Столетов	396	0,83	0,92
8	Вита**	309	0,81	0,95
9	Радуга	502	0,81	0,91
10	Самсон-Фарма	16	0,76	0,75

*С учетом аптек, работающих с компанией по договорам франчайзинга.

13 300 млн долл объем розничного сегмента рынка в 2010 г.



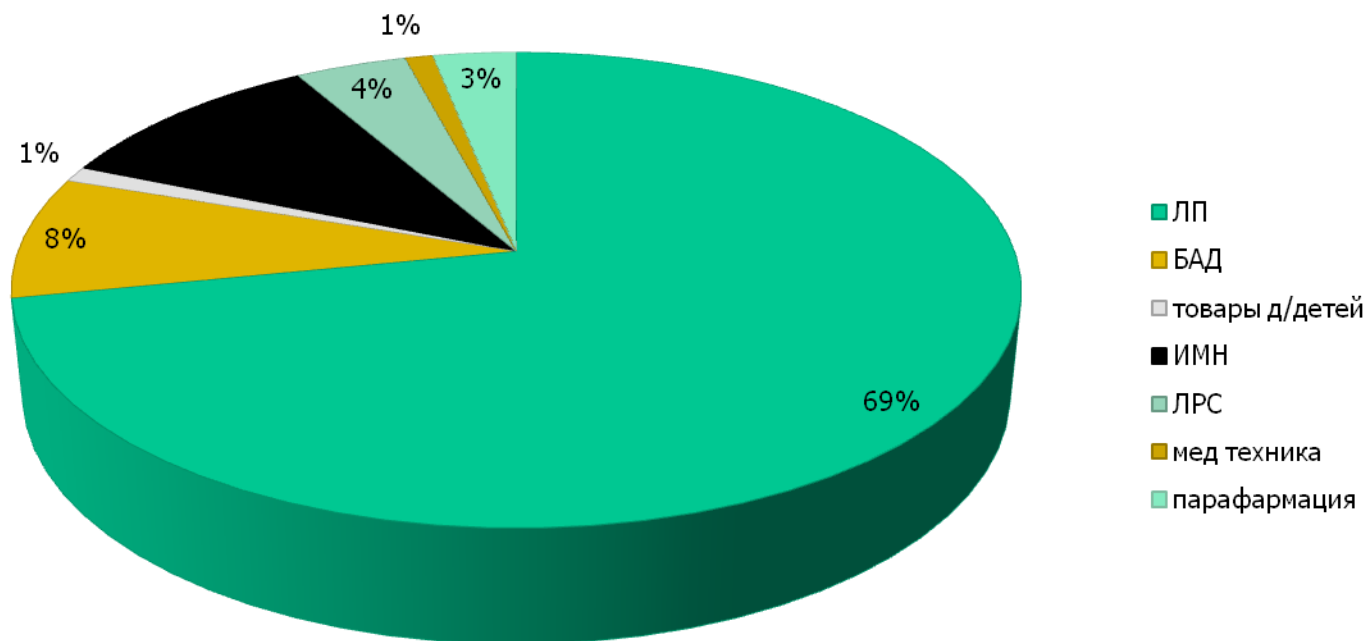
Задание

1. Рассчитать средний товарооборот на 1 точку продажи в аптечных сетях
2. Сравнить показатели по годам и по сетям.
3. NB! Сведения приведены без учета индекса цен

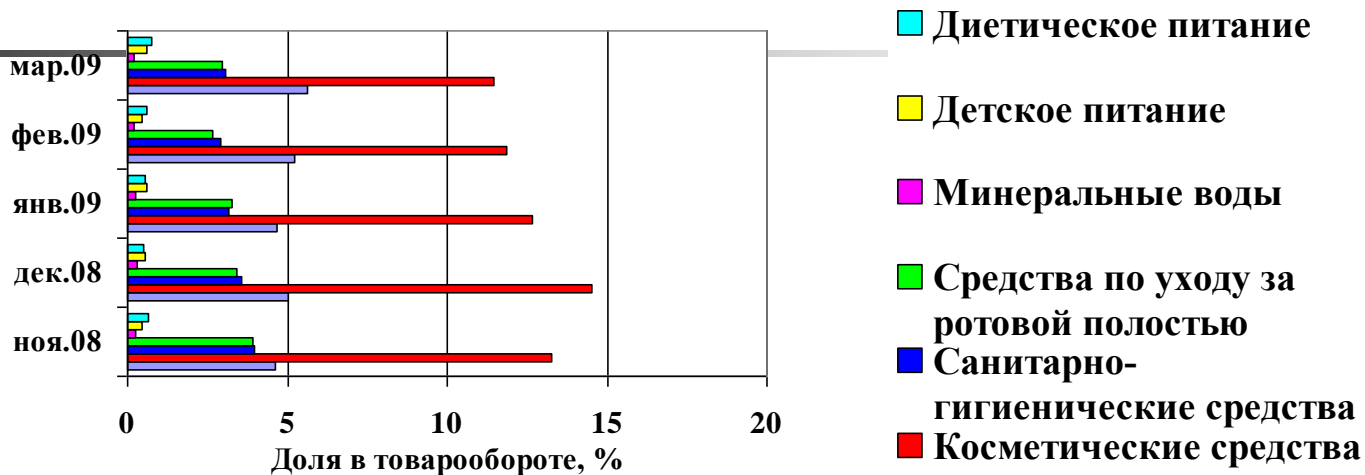
Анализ динамического ряда товарооборота аптечной сети (n =200) по кварталам года

Период	<u>I кв</u>	<u>II кв</u>	<u>III кв</u>	<u>IV кв</u>
Товарооборот, млн. руб.	700,0	800,0	770,0	850,0
Абсолютный прирост (убыль), тыс. руб.	-	+100,0	-30,0	+80,0
Темпы роста	-	114,3	110,0	121,4
- базисные (<u>Трб</u>), %	-	114,3	110,0	121,4
- цепные (<u>Трц</u>), %	-	114,3	96,3	110,4
Темпы прироста, %	-	+14,3	-3,7	+10,4
Значение 1% прироста, млн. руб.	-	+6,99	-8,10	+7,69

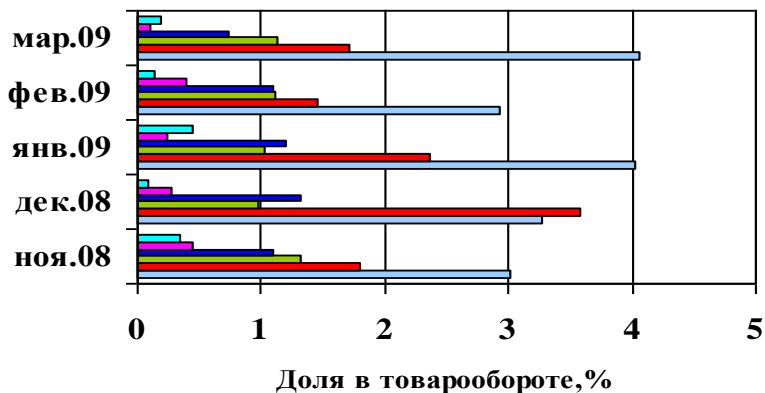
Структура продаж



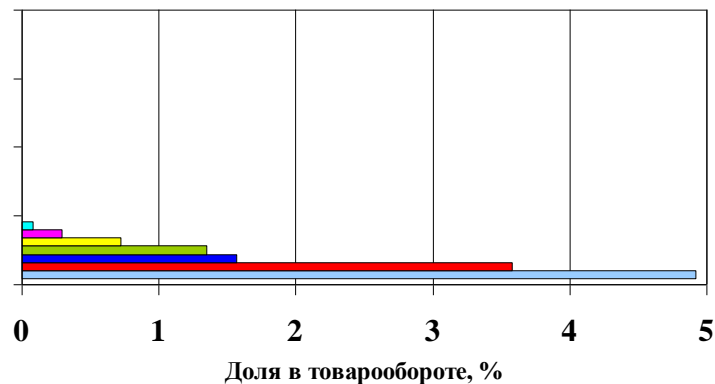
Результаты анализа структуры продаж в исследуемых аптеках



Аптека №1 (ТО лп = 57%; ТОпт = 26%)



Аптека №2 (ТО лп = 77%; ТОпт = 8%)



Аптека №3 (ТО лп = 78%; ТОпт = 13%)