



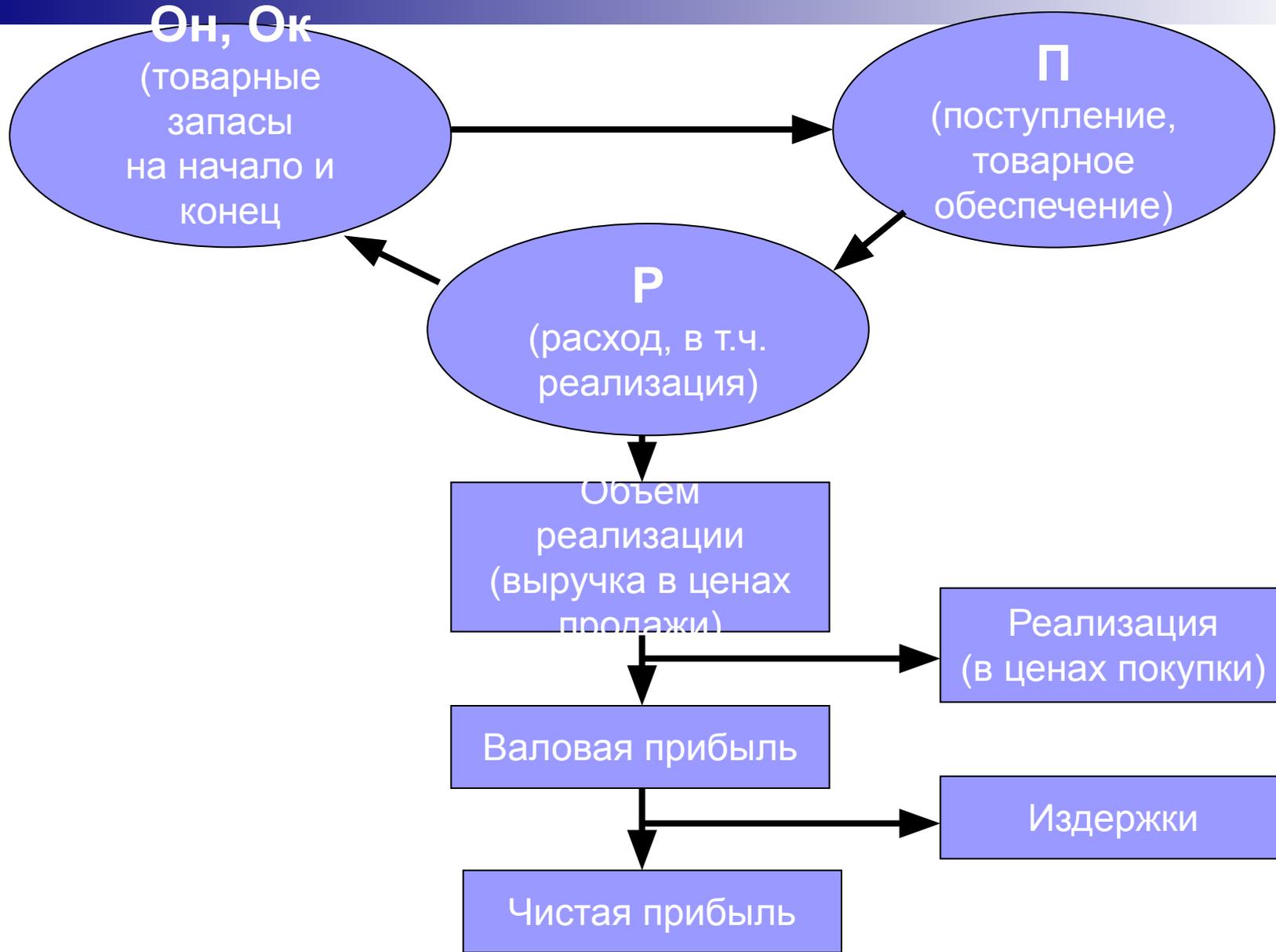
Планирование реализаций

**подготовил студент группы 60302фс
Меркулова П.С.**

1. Товарооборот

- В аптечных организациях процесс обращения товаров характеризуется товарооборотом.
- Прогноз объема реализации (товарооборота) – это оценка будущих продаж в денежном выражении за определенный период времени.

- **Товарооборот** – это финансово-экономический показатель торговой деятельности аптек, характеризующий расход товаров.
- **Товарооборот** – объем продаж товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени.
- Товарооборот состоит из трех разделов, между которыми существует балансовая связь.
- вычисляется товарооборот по формуле
товарооборот=сумма/ТО * 100%



- **Расход**, в т.ч. реализация ЛС и ИМН, является одним из основных экономических показателей деятельности аптечной организации, т.к. от него зависят объемы валовой и чистой прибыли, издержек.
- Прогнозирование основных экономических показателей деятельности аптеки (объема реализации, валовой и чистой прибыли, товарных запасов, издержек) начинается с прогноза годового объема реализации.

2. Факторы, влияющие на товарооборот АО

На величину товарооборота АО влияют:

- товарная номенклатура;
- объем товарных запасов;
- численность населения;
- кол-во аптечных и ЛПУ;
- число врачей и фармацевтических работников;
- характер потребителей товаров аптечного ассортимента;
- способ продажи;
- интенсивность и эластичность спроса;
- уровень цен;
- качество информационной работы.



Факторы, повышающие объем продаж:

- рост числа врачей и провизоров;
- старение населения;
- рост доли высокоэффективных ЛП;
- увеличение бюджетных ассигнований на здравоохранение.

Факторы, сдерживающие рост объема продаж ЛП и ИМН:

- отпуск более половины лекарств по рецептам;
- запрещение рекламы ЛП и информации населения о новых ЛП, отпускаемых по рецептам;
- необходимость промежуточного потребителя (врача).

- 
- Общей положительной тенденцией является ежегодное увеличение объема реализации аптеки, связанное с -
расширением ассортимента,
- совершенствованием работы
товаропроводящей сети,
- увеличением доходов населения.

3. Влияние ценовой эластичности спроса на товарооборот

При прогнозировании возможных изменений товарооборота, особенно от реализации безрецептурных ЛС и парафармацевтических товаров, **необходимо учитывать ценовую эластичность спроса**

Влияние ценовой эластичности спроса на товарооборот организации

Снижение цены	Товарооборот увеличивается	Товарооборот остается неизменным	Товарооборот уменьшается
Повышение цены	Товарооборот уменьшается	Товарооборот остается неизменным	Товарооборот увеличивается
	$ E_D < 1$	$ E_D = 1$	$ E_D > 1$
	Эластичный спрос	Единичная эластичность	Неэластичный спрос
	<i>Ценовая эластичность</i>		

- 
- **Розничный товарооборот** - продажа товаров аптечного ассортимента для личного, семейного, домашнего или совместного потребления.

Структура объема реализации

Признак	Составные части
Характер потребителя	<p>Объем продажи товаров населению для личного, семейного, домашнего использования</p> <p>Объем продажи товаров организациям – институциональным потребителям (больницы, санатории, детсады), через которые осуществляется совместное потребление. Продажа осуществляется за наличный и безналичный расчет.</p>
Товарная номенклатура	<p>Фармацевтические товары – ЛС, ИМН;</p> <p>Парафармацевтические товары – санитарно-гигиенические средства, предметы ухода за больными и др.;</p> <p>Прочие товары – медицинские приборы, посуда для медицинских целей</p>
Способ продажи	<p>Объем продаж по рецептам.</p> <p>Объем продаж по безрецептурному отпуску.</p>



Факторы, влияющие на объем реализации населению и организациям, отличаются, и поэтому планирование объема реализации населению и ЛПУ производится раздельно.



Планирование объема реализации населению



Прогноз объема реализации равен реализации текущего года, увеличенной на показатель ежегодного или среднегодового темпа роста (прироста).



При планировании объема реализации используют метод динамических показателей.

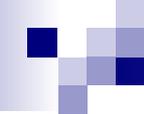
Разрабатывается годовой план объема реализации с последующей разбивкой по кварталам или месяцам.

Планирование объема реализации аптеки

Отчетный период (год)	А	Б	В	Г	Д (план)
Объем реализации, млн руб.	8,0	15,0	49,5	72,0	100,0
Индекс цен	1,0	1,5	4,5	6,0	7,25 (6 + 1,25)
Реальный объем реализации, млн руб.	8,0	10,0	11,0	12,0	13,8
Темпы роста, %	—	125	110	109	—
Среднегодовой темп роста, %	114,6				



Планирование реализации институциональным потребителям

- 
- 
- **В** настоящее время большинство медицинских организаций (МО) и других организаций приобретают лекарственные средства (ЛС) и другие товары аптечного ассортимента непосредственно у оптовых посредников или производителей.

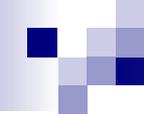
Факторы, влияющие на товарооборот аптеки с медицинскими организациями:

1. коечный фонд МО и его изменение;
2. профиль МО;
3. ассигнования, выделенные МО на закупку ЛС и ИМН;
4. размер средств ФОМС и добровольного страхования;
5. наличие формуляров и их стоимость;
6. дополнительные ассигнования.



- ***Прогноз объема продаж медицинским организациям***

равен ассигнованиям, выделенным МО на закупку ЛС и других товаров аптечного ассортимента.

- 
- 
- При расчете объема реализации МО может быть также применен метод динамических показателей, однако наиболее точным является ориентирование на предполагаемый размер ассигнований МО

Методика распределения объема реализации по кварталам (месяцам).

- После определения годового товарооборота производят распределение его по кварталам, при котором учитывают сложившиеся соотношения в прошлых периодах, сезонные колебания, обусловленные спросом и предложением на отдельные товары аптечного ассортимента, место расположения аптеки, степень использования выделенных ассигнований МО.

Распределение объема реализации по кварталам

Объем реализации	Весь год	Квартал			
		I	II	III	IV
Базисный год, млн руб.	72,0	16,56	18,00	18,00	19,44
Удельный вес в объеме реализации каждого квартала, %	—	23,00	25,00	25,00	27,00
План , млн руб.	100,0	23,00	25,00	25,00	27,00

Методика распределения объема реализации по составным частям

- Для более точного контроля за динамикой продаж в различных сегментах рынка необходимо проводить распределение объема реализации на составные части.

Методика распределения заключается в определении удельного веса каждой составной части объема реализации в текущем году и сохранении этого соотношения на прогнозируемый период.

- Аналогичные методические подходы используются, если объем реализации разделен на составные части на основе иных признаков.

Распределение объема реализации на составные части

Объем реализации	Весь год	Объем продаж по рецептам	Объем продаж по безрецептурному отпуску
Базисный год, млн руб.	72,0	32,4	39,6
Структура объема реализации в базисном году, %	—	45,0	55,0
План, млн руб.	100,0	45,0	55,0

- 
- Экономические показатели товарооборота мелкорозничной сети рассчитывают аналогично показателям аптеки.