

***Прогнозирование сбыта.
Анализ и планирование объема реализации
аптечных товаров
Планирование дохода аптеки.***

***лекция для студентов
фармацевтического факультета
4 курс 7 семестр УЭФ, раздел экономика***

Прогнозирование сбыта. Анализ и планирование объема реализации аптечных товаров

План лекции.

- 1.Товарооборот. Разделы товарооборота
- 2.Объем реализации. Определение понятия.
- 3.Качественные и количественные характеристики реализации ЛП и других товаров
- 4.Факторы, влияющие на величину товарооборота
- 5.Структура объема реализации ЛП.
- 6.Информация для анализа и планирования объема реализации.
- 7.Задачи экономического анализа объема реализации.
- 8.Величины, используемые в экономическом анализе.
- 9.Прогнозирование объема реализации аптечных товаров
10. Валовый доход аптеки.

Сбыт товаров.

Основой финансовой эффективности работы торгующей организации является **Сбыт** товаров. Это понятие включает закупку, транспортировку, складирование, реализацию товаров. Сбыт можно представить как процесс оборачиваемости товаров или товарооборот, который состоит из трех элементов: расход (реализация - Р), поступление товаров (приход - П), товарные остатки на начало и окончание отчетного периода (запасы – О нач., О кон.). Эти элементы между собой взаимосвязаны и могут быть представлены **формулой товарного баланса**:

$$\text{О нач.} + \text{П} = \text{Р} + \text{О кон.}$$

Товарооборот

Основной характеристикой сбыта является реализация товаров. Кроме того, показатели реализации являются характеристикой удовлетворения спроса в товарах аптечного ассортимента. Объем реализации так же может называться объемом продаж, выручка от продаж, **товарооборот**. Реализация (товарооборот) является основным экономическим показателем работы аптеки и тесно связана с остальными показателями : доходом, издержками обращения, прибылью, рентабельностью.

Товарооборот – это объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени (день, месяц, квартал, год). (ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения»)

Товарооборот

Если обратиться к экономической теории, то товарооборот представляет собой процесс купли-продажи. В его основе лежит уступка права собственности на товар в обмен на его денежный эквивалент. Таким образом, на макроуровне он определяется как сумма всех сделок купли-продажи товаров за данный период времени и одновременно как расходы покупателей на приобретение товаров.

Значение товарооборота

Товарооборот как показатель статистики рынка используется в оценках его конъюнктуры (совокупности признаков, характеризующих текущее состояние экономики).

Товарооборот характеризует:

- масштаб деятельности организации;
- денежную выручку фармацевтического предприятия за реализованные товары;
- размер денежных расходов покупателей на приобретение товаров и услуг;
- потребление товарной массы.

Качественные и количественные характеристики товарооборота

Реализация (товарооборот) может быть охарактеризован качественно или количественно

К качественным характеристикам относятся:

- Среднедушевое потребление аптечных товаров (рассчитывается на 1 потребителя в среднем, характеризует уровень лекарственной помощи, информированности, покупательской способности, уровень жизни в регионе)
- Средние показатели объемов продаж на 1 работника в аптеке (характеризует производительность труда аптечных работников)
- Структурный состав реализуемых товаров по группам товаров или фармакологическим группам лекарственных препаратов (характеризует структуру потребления)

Количественные характеристики представляют собой

- объемы продаж в денежном выражении в розничных или оптовых ценах за определенный период времени
- объемы продаж в натуральном выражении за определенный период времени

Измерение товарооборота

Измерение товарооборота может производиться как в стоимостных (денежных) единицах, так и в натуральном выражении.

В стоимостных единицах его величина определяется как произведение цены единицы товара или услуги (P) на количество проданных товаров (Q):

$$\text{Товарооборот} = P \times Q.$$

Так же товарооборот можно определить с учетом количества посетителей и суммы среднего чека на одного посетителя:

$$\text{Товарооборот} = \text{Сумма сред. чека} \times \text{Число посетителей}$$

Виды товарооборота

Товарооборот может быть структурирован, т.е. разделен на отдельные составные части с использованием различных признаков. Так, в соответствии с характером потребителей различают розничный и оптовый товарообороты.

Оптовый товарооборотом является продажа товаров одной организацией другой организации для последующей перепродажи или потребления, обязательным признаком которой является наличие счета-фактуры на отгрузку товара.

Оптовый товароборот

Товарооборот **оптового** фармацевтического предприятия может состоять из суммы продажи товаров аптечного ассортимента:

- другим предприятиям оптовой торговли лекарственными средствами;
- предприятиям – производителям лекарственных средств;
- аптечным организациям и индивидуальным предпринимателям, имеющим лицензию на фармацевтическую деятельность;
- лечебно-профилактическим и другим организациям в пределах выделенных ассигнований.

Розничный товарооборот

Розничный товарооборот включает продажу потребительских товаров населению для личного, семейного, домашнего использования, а также организациям (больницам, санаториям, детским садам, школам и др.), через которые осуществляется совместное потребление товаров.

Товарооборот *розничной* фармацевтической организации может включать продажу товаров аптечного ассортимента:

- гражданам за счет личных средств;
- декретированным группам населения за счет источников финансирования бесплатного и льготного отпуска;
- лечебно-профилактическим и другим организациям в пределах выделенных ассигнований.

Товарная структура товарооборота

Распределение отдельных товаров и услуг в общем объеме их продажи, выраженное относительными величинами: удельным весом (долей) или коэффициентом соотношения товаров (услуг) позволяет получить представление о товарной структуре товарооборота.

Товарная структура фармацевтических торговых предприятий может быть представлена

группами в соответствии с товарной номенклатурой (лекарственные препараты, перевязочные средства, предметы ухода за больными, лечебная косметика, гомеопатические средства, диетическое питание и др.),

способом продажи (рецептурный отпуск, отпуск без рецептов),

динамикой спроса (товары с растущим, нейтральным и падающим спросом).

Ассортимент аптечных товаров может быть структурирован

По номенклатуре (по группам товаров)

медикаменты и химтовары

перевязочные средства и предметы ухода за больными

парфюмерные и косметические товары

медицинская техника и очковая оптика

**Группа медикаменты в свою очередь может быть структурирована по
фармакотерапевтическим группам товаров:**

противомикробные средств

анальгетические, жаропонижающие, противовоспалительные средства

влияющие на сердечно-сосудистую систему

по величине спроса:

Товары с растущим спросом

Товары с нейтральным спросом

Товары с падающим спросом

Товары с постоянным спросом

Товары с пульсирующим (сезонным) спросом

Товары с непредсказуемым (высоковариабельным), спросом

Факторы, влияющие на величину товарооборота

Количественные факторы: их анализ дает возможность установить степень влияния

- Уровень заболеваемости
- Размеры и структура товарных запасов
- Цены на аптечные товары
- Численность посетителей
- Количество аптек и медицинских организаций
- Численность врачей и фармработников
- Платежеспособность посетителей

Факторы, влияющие на величину товарооборота

Качественные: анализ позволяет выявить вероятность влияния на реализацию

- ❖ Характер потребителей: население, организации, дети, пожилые, льготные категории
- ❖ Способ продажи: по рецепту, без рецепта, открытая выкладка, закрытая выкладка
- ❖ Интенсивность спроса, зависимость от сезона
- ❖ Уровень информированности посетителей
- ❖ Уровень рекламной активности

Факторы роста товарооборота

Росту товарооборота способствуют

- Рост числа врачей и провизоров
- Старение населения
- Повышение цен
- Новых высокоэффективных и дорогостоящих лекарственных препаратов
- Реклама

Факторы сдерживания товарооборота

Сдерживанию товарооборота способствуют:

- ✓ Отпуск лекарственных препаратов по рецептам
- ✓ Ограничение рекламы
- ✓ Низкая платежеспособность населения
- ✓ Недостаточная информированность
- ✓ Низкий уровень культуры потребления
- ✓ Недостаточный ассортимент товаров

Анализ объема реализации аптечных товаров

Задачи анализа:

- ❖ Анализ выполнения плана реализации товаров по структуре и объему
- ❖ Изучение динамики и структуры объема реализации
- ❖ Определение резерва повышения объема реализации

Источником информации является бухгалтерские и статистические отчеты за предыдущие годы. То есть, внутрипроизводственные данные и данные о состоянии рынка (внешние данные). Используются данные из товарного отчета, кассовой книги, журналов учета рецептуры, среднедневной товарооборот, остатки товара, поступление товаров в суммовом выражении, и др.

Внешние данные могут быть представлены данными по динамике численности населения, динамике занятости, динамике индексов цен, темпы инфляции, динамика спроса, динамика предложений.

Анализ товарооборота

- ❑ Изучение динамики выполнения показателей товарооборота, оценка степени выполнения по сравнению с плановыми показателями;
- ❑ Анализ влияния факторов на выполнение товарооборота;
- ❑ Выявление резерва повышения товарооборота.

Для выполнения анализа проверяют соответствие показателей по трем параметрам:

А) по ценам – через индекс цен;

Б) по времени – за одинаковые промежутки времени (среднедневной товарооборот)

В) сопоставимость в пространстве: на одинаковую одну и ту же торговую площадь, организацию, подразделение.

Анализ товарооборота 1 этап

1 этап. Изучение динамики показателей товарооборота выполняют с помощью расчета цепных и базисных показателей темпов роста. Для этого сопоставляют фактические данные за ряд лет.

Рассчитывают абсолютные, относительные и средние величины.

Показатели выполнения товарооборота за ряд лет, составляют динамический ряд.

В статистике выделяют периодический и моментный динамический ряд.

Периодический ряд характеризует величину за определенный период времени. Элементы периодического ряда можно суммировать и получить новый динамический ряд.

Примеры динамических рядов данных

Пример: за январь товарооборот составил 10,5 млн. руб

За февраль товарооборот составил 11.5 млн. руб.

За март товарооборот составил 12,0 млн. руб.

Моментный динамический ряд характеризует величину на определенный момент времени. Последующий показатель включает значение предыдущего.

Пример: на 31 января товарооборот составил 10, 5 млн. руб.

На 28 февраля 22,0 млн. руб.

На 31 марта 34, 0 млн. руб.

Динамические ряды могут состоять как из абсолютных, так и их относительных и средних величин

Пример: данные о реализации товаров за ряд лет:

2022год – 23,5 млн руб.

2021 год – 22,5 млн руб

2020 год – 21,0 млн руб.

Расчет темпов роста показателей

В процессе анализа рассчитывают темпы роста . Для этого нужно данные последующего года разделить к данным предыдущего года.

$$\text{Темп роста } 2022 / 2021 = 23,5 : 22,5 = 1,044$$

$$\text{Темп роста } 2021/2020 = 22,5 : 21,0 = 1,071$$

$$\text{Средний темп роста} = (1.044 + 1,071) : 2 = 1,0575$$

При необходимости дается оценка степени выполнения товарооборота в разрезе отдельных товарных групп.

Анализ товарооборота 2 этап

2 этап. Влияние факторов на товарооборот.

Влияние цены.

При прогнозировании возможных изменений объемов реализации ориентиром может служить ценовая эластичность спроса на конкретный лекарственный препарат или на группу препаратов.

Если спрос эластичен – коэффициент больше единицы $|E| > 1$, с ростом цены снижается объем продаж;

Если коэффициент эластичности $|E| = 1$, изменение цены и продажи обратно пропорциональны

Если спрос неэластичен, коэффициент меньше единицы $|E| < 1$, с изменением цены объем продаж изменяется незначительно, здесь могут влиять другие факторы;

Анализ товарооборота влияние факторов

Рост доходов населения ведет к увеличению объемов продаж. Но так как растут не только доходы, но и цены, реальные доходы снижаются.

При прогнозировании объема реализации необходимо учитывать инфляцию. Это можно выполнить с использованием индекса потребительских цен (ИПц).

ИПц = Цена потр. Корз. наст. вр. : Цена потр. Корз. Предыд. периода

Пример: 2400руб. : 2280 руб. = 1,053

Темп инфляции = (ИПц н.в. – ИПц предыд.года) : ИПц предыд.года x 100%

Пример: (1,125 – 1,053): 1,053 x100% = 6,84%

Инфляция цен

Среди причин инфляции выделяют 2 основные:

- 1) – избыточный спрос, на который производство не может ответить повышением производства продукции – покупательская способность денег резко снижается;
- 2) – повышение издержек на единицу продукции за счет повышения цен на сырье, энергоносители, повышение зарплаты сотрудников. Это приводит к сокращению прибыли, снижению объема производства, в результате сокращается предложение, происходит повышение уровня цен.

Анализ товарооборота 3 этап

3 этап. Анализируют прогнозируемые изменения внешних и внутренних факторов, которые могут оказать влияние на товарооборот в предстоящем периоде.

Например:

открытие рядом торгового центра, ввод в эксплуатацию нового предприятия, открытие поликлиники в непосредственной близости от аптеки могут способствовать **повышению** товарооборота.

сокращение численности населения, повышение уровня безработицы, повышение уровня цен на энергоносители, кризисная ситуация в экономике могут привести к **снижению** товарооборота.

Полученные в результате анализа данные используются для планирования товарооборота на предстоящий период.

Важным условием является экономическая обоснованность прогноза в соответствии со сложившейся динамикой платежеспособного потребительского спроса и товарного предложения.

Если в предстоящем периоде существенных изменений не предвидится, план товарооборота рассчитывают по стандартной методике.

Планирование товарооборота

План товарооборота – это оценка будущих продаж в денежном выражении за определенный период времени.

Из данных, полученных в результате анализа мы используем :

Товарооборот за отчетный год (2022) – 23,5 млн.руб.

Средние темпы роста товарооборота – 1,0575

Из данных официальной статистики ожидаемый рост цен составит 3,5%

План Т/О на 2023 год составит :

$T/O\ 2020 \times Cр\ Темп\ роста \times индекс\ роста\ цен.$

Расчет:

$23,5млн.руб \times 1,0575 \times 1,035 = 25,7\ млн.\ руб.$

Основные этапы анализа:

**Таким образом, при неизменных условиях работы организации
обоснованный**

план товарооборота на 2021 год составит 25,7 млн. руб.

Рассчитанный план товарооборота на год распределяют поквартально.

Для этого предварительно проводят анализ за предыдущие годы и определяют долю выполнения в каждом квартале года.

Планирование товарооборота поквартально

Пример: в 2022 году розничный товарооборот за год составил 23,5 млн. руб.

Поквартально:

1 кв. – 6,2 млн.руб.; 2 кв. -5,8 млн. руб.; 3 кв. – 5,2 млн. руб 4 кв.- 6,3 млн.руб.

В % поквартально товарооборот выполнен:

1 кв. - 26,4%; 2кв. - 24,7%; 3кв. - 22,1%; 4кв. - 26,8%

В соответствии с выявленными соотношением план на 2023 год будет распределен поквартально следующим образом:

1 кв. – 25,7 млн. руб. x 26,4 %: 100% = 6,8 млн. руб.

2 кв. - 25,7 млн. руб. x 24,7% : 100% = 6,3 млн.руб.

3 кв. – 25,7 млн. руб. x 22,1% : 100% = 5,7 млн.руб.

4 кв. – 25,7 млн.руб. x 26,8% : 100% = 6,9 млн. руб.

Планирование товарооборота по разделам

Таким образом, товарооборот планируется к выполнению в течение года неравномерно по кварталам, так как потребление аптечных товаров в течение года существенно зависит от ряда факторов и является неравномерным.

Аналогичным образом проводится распределение плана товарооборота на каждый месяц квартала (в соответствии со сложившейся долей каждого месяца в квартале).

Помимо реализации населению за полную стоимость, аптечные организации реализуют аптечные товары медицинским и прочим организациям. Планирование этой части товарооборота проводится в соответствии с данными договоров на поставку медикаментов, заключенных между аптекой и медицинскими организациями. Это так же определяется выделенными ассигнованиями для медицинской организации, потребностями медицинской организации, её специализацией, числом коечного фонда, профилем учреждения и др. факторами.

План товарооборота организациям равен ассигнованиям, выделенным данным организациям на закупку ЛС и других товаров аптечного ассортимента

Реализованные торговые наложения

Результат торговой деятельности аптеки характеризует доход от продажи товаров. Он определяется как превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами по их приобретению за определенный период времени в денежном выражении.

Разница от реализации товаров в розничных ценах и оптовой стоимостью этих товаров представляет собой **реализованные торговые наложения**.

Закупка товаров аптекой производится в закупочных (оптовых) ценах.

Розничная цена складывается из оптовой цены и розничной торговой наценки на товар.

На предыдущей лекции мы рассматривали структуру розничной цены и порядок расчета торговой наценки на розничные товары.

Для расчета использовали уровень торговой наценки – это соотношение размера торговой наценки к оптовой (закупочной) цене, выраженное в %.

Торговая наценка и торговые наложения

Пример:

Аптека закупила товар «Ацикловир, таб. № 20» по цене 50 руб. за 1 упаковку. Если принять, что уровень торговой наценки допускает **30%**, торговая наценка аптеки составит 30%, т.е. $50 \text{ руб.} \times 30\% : 100\% = 15 \text{ руб.}$ Таким образом, розничная цена на данный товар составит 65 руб. за 1 упаковку.

Разница между розничной и оптовой ценами в виде розничной торговой наценки представляет собой торговую маржу или доход от продажи товаров.

В нашем примере - 15 рублей.

В совокупности от массы реализованного товара за определенный период времени торговая маржа составляет сумму торговых наложений. Для удобства расчетов, торговые наложения определяют как доля (%) от суммы реализованного товара в розничных ценах – уровень торговых наложений.

В нашем примере, $15 \text{ руб.} : 65 \text{ руб.} \times 100\% = \mathbf{23\%}$

Таким образом, при **уровне торговой наценки 30%** **уровень торговых наложений** составил 23%.

Доход от продажи товаров

Доход от продажи (реализации) товаров может быть выражен в абсолютном показателе – в рублях, а так же в относительном показателе – в % по отношению к товарообороту в розничных ценах (или уровень торговых наложений).

Уровень торговых наложений показывает долю дохода в общей сумме реализованных товаров.

Дохода аптеки от реализации товаров определяет возможность аптеки оплачивать необходимые расходы на аренду помещений, оплату труда сотрудников, коммунальные платежи, средства связи, банковские услуги и другое.

Помимо дохода о продажи товаров, аптека может иметь и другие источники доходов. Например, от акций крупных промышленных предприятий, сдачи в аренду собственного оборудования и торговой площади, доходы по депозитным вкладам в банках, и другие доходы, не связанные с реализацией товаров и услуг.

В совокупности все виды доходов аптеки формируют **валовый доход организации.**

Факторы, влияющие на доход

Основными факторами, влияющими на размер дохода аптеки, являются:

- **Объем реализации**, с ростом объема продаж товаров увеличивается доход.
- **Групповая структура реализации** и внутригрупповой ассортимент товаров.
Так как разные группы товаров имеют разные подходы к ценообразованию, наибольшее влияние на доход имеют группы товаров со свободным ценообразованием (т.е. не включенные в перечень ЖНВЛС);
- **Ценовая политика** аптечной организации так же имеет значение при формировании дохода аптеки от продаж.
Важно своевременно корректировать цены на товар с учетом рыночных механизмов ценообразования, взаимодействия спроса и предложения.

Управление доходами

Управление доходами.

Основной целью управления доходами является обеспечение возмещения всех текущих затрат, связанных с хозяйственной деятельностью аптеки.

В управлении доходами результат зависит от принятых управленческих решений по воздействию на факторы, влияющие на доходы. Поэтому, структура ассортимента, ценовая политика организации, обеспечение высокого уровня товарооборота обеспечивают достаточно высокий доход от реализации товаров и возможность не только покрытия всех расходов, но и получения прибыли организации.

Планирование доходов осуществляется в несколько этапов

- 1). Анализ доходов аптеки за предыдущие отчетные периоды
- 2). Расчет плановой суммы доходов
- 3). Разработка системы мероприятий по обеспечению выполнения плана доходов

В процессе планирования общего валового дохода рассчитывается плановая сумма по отдельным видам дохода (от реализации товаров и внереализационным доходам). Доход от реализации планируется в сумме и по уровню на год и по квартально.

Планирование дохода от реализации товаров

1) этап.

В процессе анализа доходов за предыдущие отчетные периоды изучается

- динамика общей суммы и уровня доходов; рассчитываются темпы роста или снижения этих показателей;
- состав валового дохода и тенденция его изменения; определяется доля в общей сумме дохода от реализации ЛС, внереализационного дохода;
- определяются факторы, оказывающие влияние на изменение суммы, состава и уровня дохода аптеки.

Особое внимание уделяется:

- изменению объема реализации товаров;
 - изменению среднего уровня торговой надбавки;
 - изменению источников закупки товаров;
 - изменению ставок налоговых платежей, входящих в цену товаров.
- Выявленные тенденции учитываются в процессе планирования.

2).этап. Планирование дохода от реализации товаров

Методы планирования дохода от реализации товаров.

Методы планирования дохода от реализации товаров.

1). По сложившемуся уровню торговых наложений в предплановом периоде.

Метод заключается в том, что ожидаемый уровень торговых наложений в предплановом периоде определяется по сложившемуся уровню на момент последней инвентаризации или по учетным данным. Сложившийся уровень переносят на планируемый год и исходя из суммы запланированного объема товарооборота рассчитывают сумму торговых наложений.

В нашем примере уровень торговых наложений составил **23%**, план товарооборота на предстоящий период **25,7 млн.руб.**

Для расчета плана дохода от реализации необходимо

Д.реал план = Т/О план. x Ур ТН : 100%

25,7 млн.руб. x 23% : 100% = **5,9 млн.руб.**

В разрезе по квартально товарооборот запланирован следующим образом:

1 кв. – 6,8 млн. руб. 2 кв. - 6,3 млн.руб. 3 кв. – 5,7 млн.руб. 4 кв. – 6,9 млн. руб.

Соответственно доход от реализации на каждый квартал составит:

1 кв. 6,8 млн.руб. x 23% : 100% = 1,6 млн.руб

2 кв. 6,3 млн.руб. x 23% : 100% = 1,4 млн.руб.

3 кв. 5,7 млн.руб. x 23% : 100% = 1,3 млн.руб.

4 кв. 6,9 млн.руб. x 23% : 100% = 1,6 млн.руб.

Методы планирования дохода от реализации товаров.

2) метод планирования дохода от реализации (торговых наложений) - на основании анализа динамики уровня торговых наложений в предплановом периоде за 3-5 лет.

Для этого проводится анализ динамики уровня торговых наложений за 3-5 лет предшествующих планированию периодов, определяются темпы изменения показателя, средний темп прироста или снижения. На основе этих данных рассчитывается уровень торговых наложений на предстоящий период и исходя из суммы запланированного товарооборота и рассчитанного уровня торговых наложений рассчитывается план дохода от реализации в сумме.

Пример. За ряд предыдущих лет уровень торговых наложении имеет следующую динамику:

2022 – 23%; 2021 – 22,8%; 2020 – 22,5%; 2019 -22,4%; 2018 – 22,2%

Темпы роста показателя составили: +0,2% ; + 0,3%; + 0, 1%; + 0,2%

Средний темп прироста составит : $(0,2+0,3+0,1+0,2) : 4 = 0,2\%$

Планируемый уровень торговых наложений составит: $23 + 0,2 = 23,2\%$

План дохода от реализации в сумме составит
 $25,7 \text{ млн.руб.} \times 23,2\% : 100\% = 5,96 \text{ млн.руб.}$

Методы планирования дохода от реализации товаров.

3). Метод планирования дохода от реализации товаров исходя из запланированной суммы реализации, издержек обращения и установленного уровня рентабельности.

Метод основан на том, что запланированная сумма торговых наложений должна покрыть все издержки обращения и обеспечить получение целевой прибыли.

Базовыми показателями для расчета в данном случае являются:

- разработанный план реализации товаров (**Т/О**);
- запланированная сумма издержек обращения (**ИО**);
- установленный предел рентабельности для организации (**Рент.**);
- сумма прибыли, запланированная аптекой для обеспечения развития (**П**).

Пример расчета дохода от реализации товаров метод 3

Расчет проводится следующим образом:

$ИО + П = Д \text{ от реал.}$

$Ур. ИО = ИО : Т/О \text{ розн.ц.} \times 100\%$

$Ур. ПН = Д \text{ от реал} : Т/О \text{ розн.ц.} \times 100\%$

$Рент. = П : Т/О \text{ розн.ц.} \times 100\%$

$Ур. ИО + Ур. Рент. = Ур. Д \text{ от реал}$

$Д \text{ от реал} = Ур. Д \text{ от реал} \times Т/О \text{ розн.ц.} : 100\%$

На основе данных запланированного товарооборота, запланированных издержек, запланированной рентабельности определяется плановый уровень дохода, затем сумма дохода.

Пример расчета: План Т/О 25,7 млн. руб.

План издержек обращения ИО 5,14 млн. руб. (уровень издержек 20%)

План прибыли – 0,76 млн. руб. (рентабельность 3%)

В сумме 23% - уровень дохода.

Для обеспечения покрытия расходов и заданного размера прибыли доход должен составить: 5,14 млн. руб. + 0,76 млн. руб. = 5,9 млн. руб. (уровень дохода 23%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- Под розничным товарооборотом понимается продажа товаров населению для удовлетворения личных потребностей в обмен на его денежные доходы.
- **Розничный товарооборот** – это важнейший показатель торгового предприятия. Он характеризует объем деятельности предприятия, от него зависит объем валового дохода и прибыли.
- Главной целью торговых предприятий в настоящее время является получение максимальной прибыли,
- Товарооборот выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель.
- Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то
- задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота как основного фактора роста доходов и прибыли.

Благодарю за внимание!