

Показатели компании за период

20 нояб. 2003 г. - 30 июл. 2007 г

Категория това...

Страна

Год, месяц

Год

Продажи

1,7 млн

Количество

52,0 тыс.

Прибыль

304,3 тыс.

Маржинальность

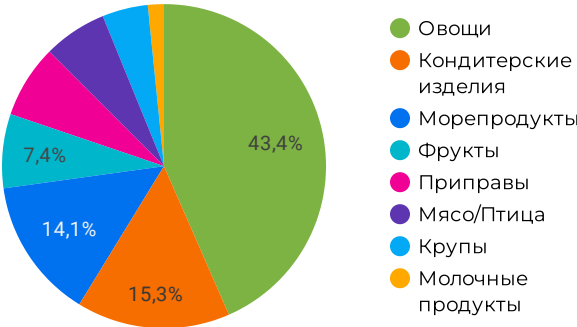
18,19 %

Скидка

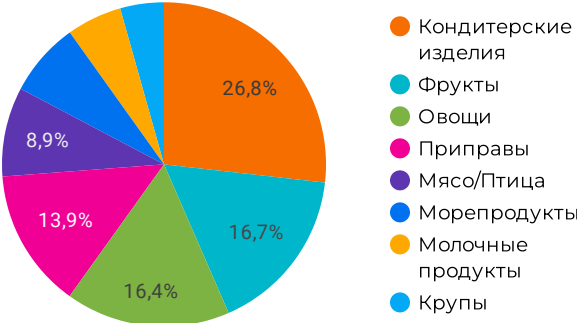
5,60 %

	Категория товара	Продажи ...	Прибыль	Количест...	Маржина...
1.	Овощи	649 348,5	132 182,21	8 538	20,36 %
2.	Кондитерские издел...	270 272,76	46 610,97	13 920	17,25 %
3.	Морепродукты	232 747,44	42 786,62	3 849	18,38 %
4.	Фрукты	140 987,45	22 501,89	8 660	15,96 %
5.	Мясо/Птица	140 654,44	19 293,6	4 633	13,72 %
6.	Приправы	127 791,28	22 178,24	7 223	17,36 %
7.	Крупы	81 681,54	13 893,76	2 267	17,01 %
8.	Молочные продукты	29 548,6	4 881,02	2 862	16,52 %
	Общий итог	1 673 032,01	304 328,31	51 952	18,19 %

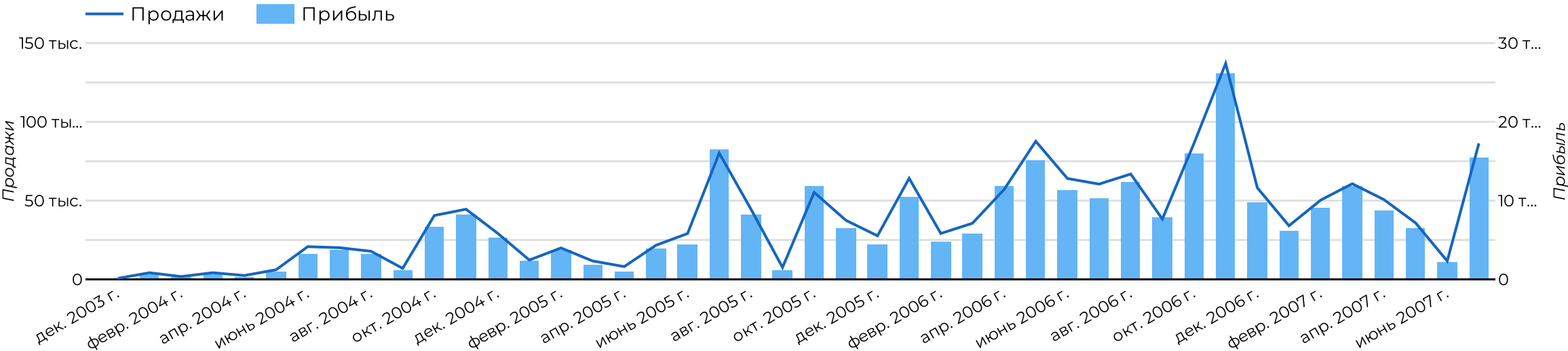
Распределение прибыли по категориям



Распределение количества по категориям



В 2007 году прибыль компании снизилась на 57,7% по сравнению с 2006 годом. Показатели продаж и прибыли за 2007 год опустились ниже аналогичных показателей 2005 года. При этом показатель маржинальности сохраняется примерно на одинаковом уровне весь период отчетности (чуть больше 18%). На следующих страницах рассмотрим эти изменения детальнее.



Показатели по категориям за период

20 нояб. 2003 г. - 30 июл. 2007 г

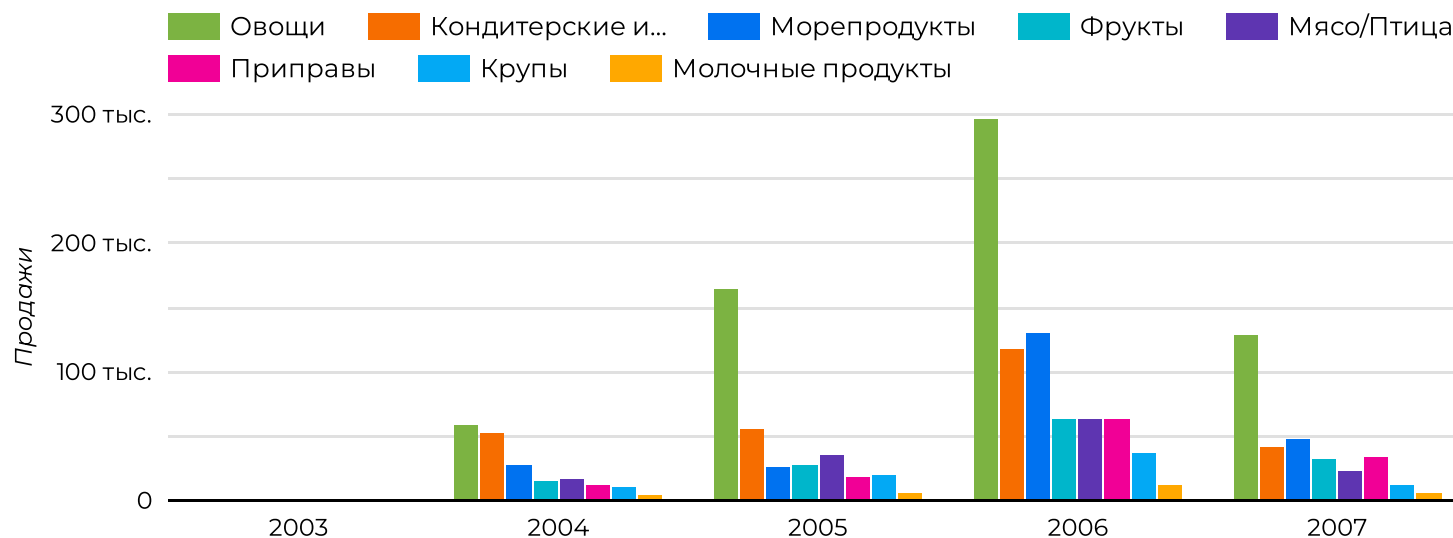
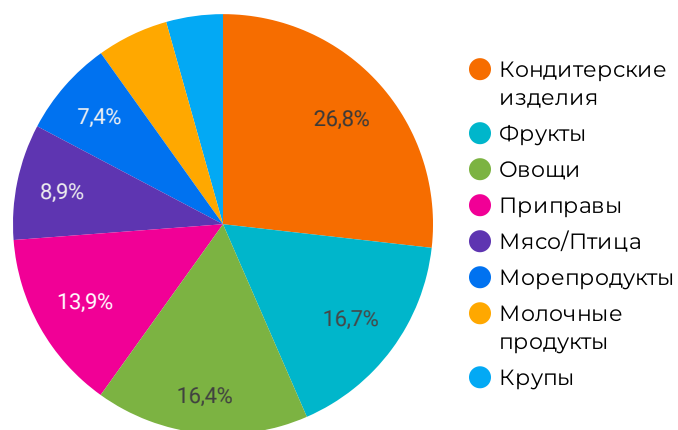
Категория това...

Страна

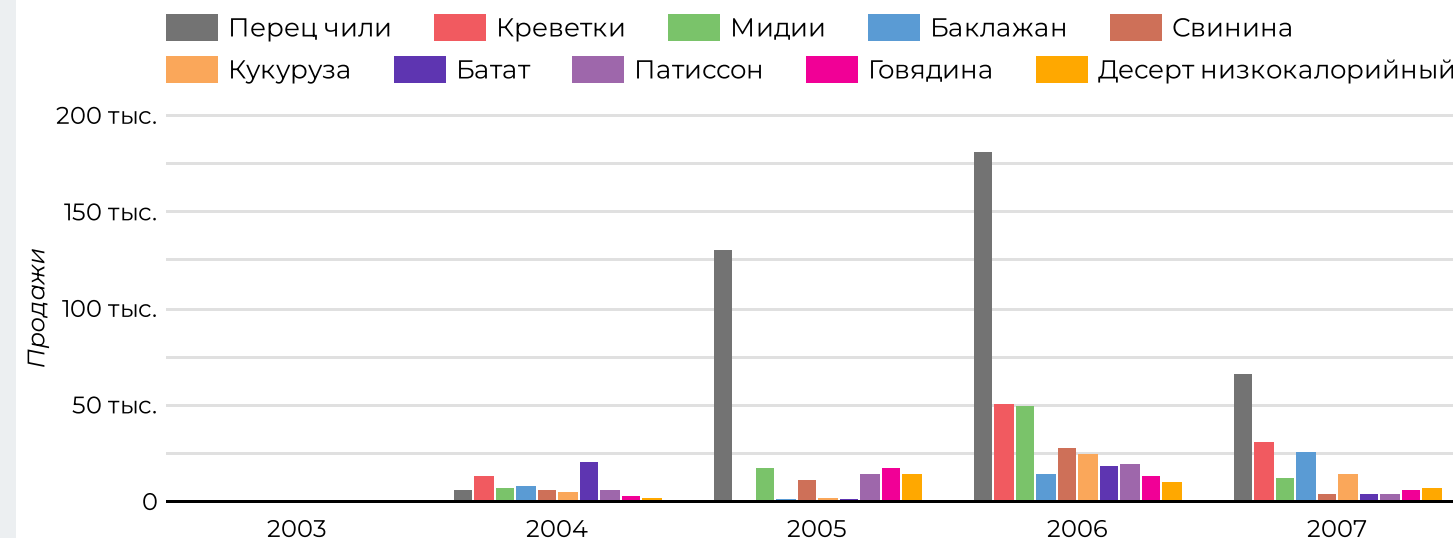
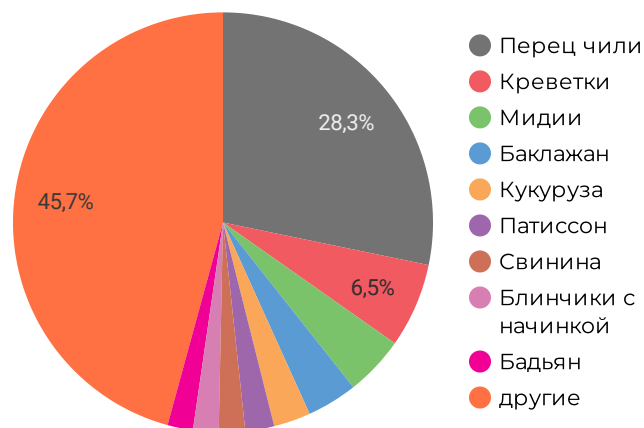
Год, месяц

Год

Объем проданного товара по категориям



Распределение прибыли по продуктам



В 2004-2007 годах больше всего прибыли приносила категория товаров "Овощи". Основную долю в этой категории составляет продукт "Перец чили" (в 2005г - 45,7%, в 2006г. - 29,4%, в 2007г. - 20,8% от всего объема продаж).

При этом больше всего товара продается в категории "Кондитерские изделия" (в 2004г. - 33,5%, в 2005г. - 28%, в 2006г. - 25%, в 2007г. - 25,4% от всего объема продаж).

При падении продаж в 2007 году больше всего сократились продажи "Крупы" - на 65,45%, а меньше всего "Приправы" на 45%

Дисконт на товары за период

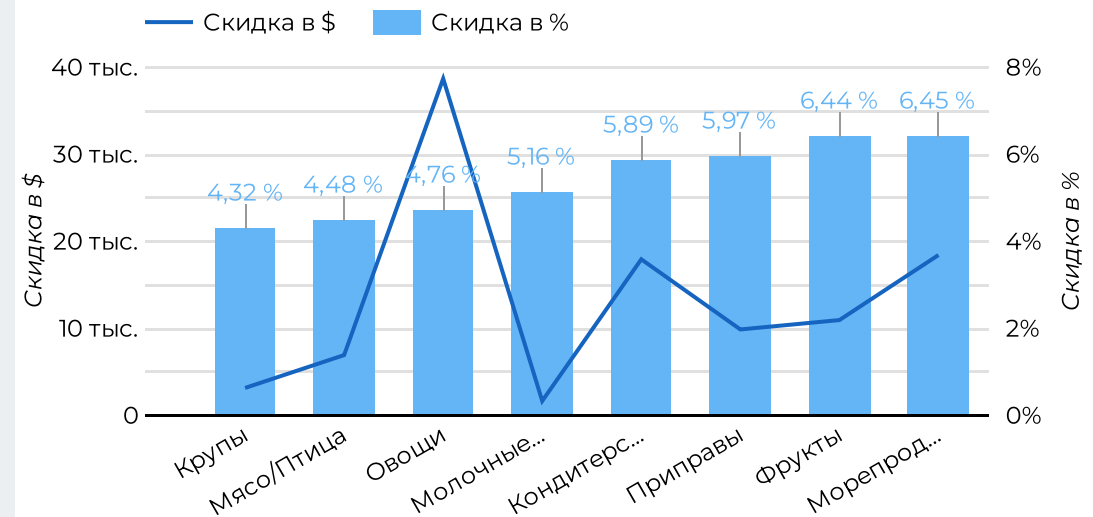
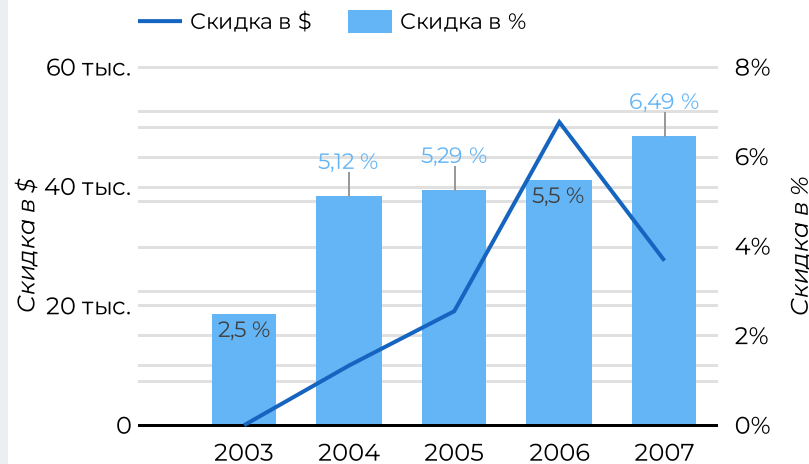
20 нояб. 2003 г. - 30 июл. 2007 г

Категория това...

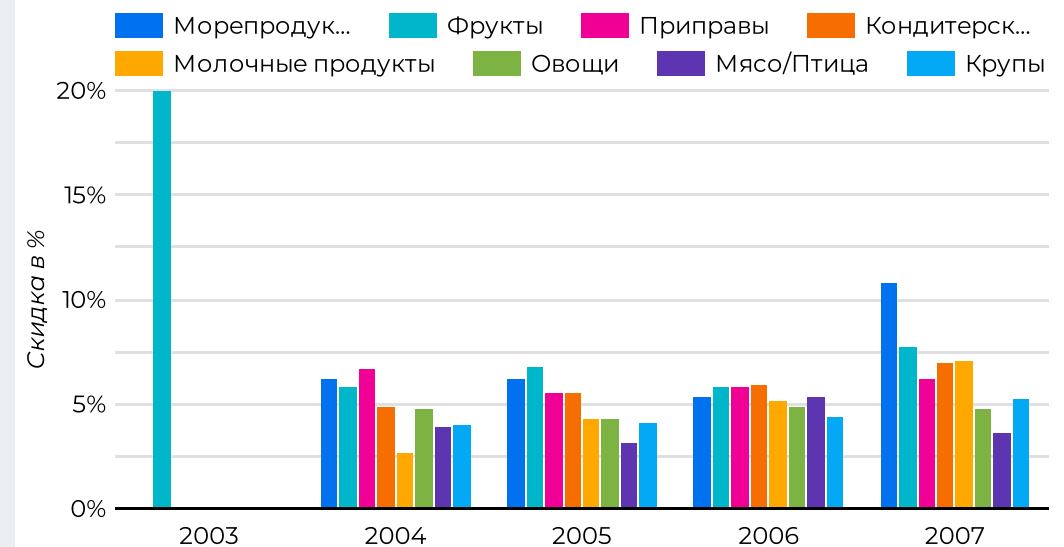
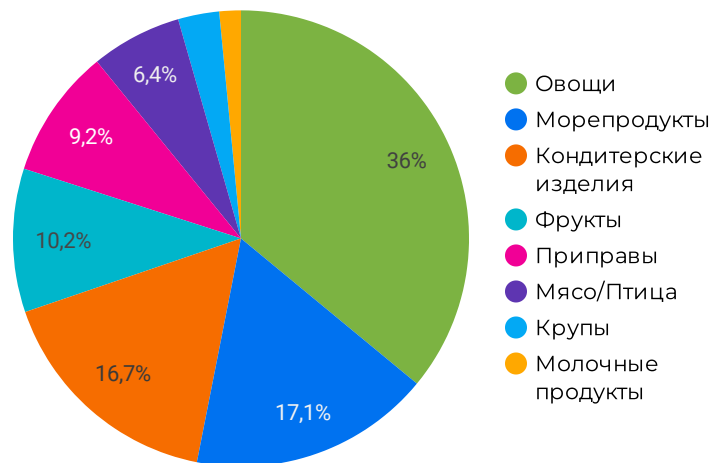
Страна

Год, месяц

Год



Доля дисконта в \$ по категориям товаров



В период с 2003 по 2007гг средняя скидка в % постепенно росла. При этом скидка росла не равномерно, в разные годы лидеры по скидкам были разные категории товаров. В денежном эквиваленте скидка за 2007г. не большая, если бы от скидок отказались вообще это бы не существенно увеличило прибыль компании. В целом видно, что дисконт в денежном эквиваленте привязан к объему продаж и, например, больше всего дисконт в \$ был в категории в которой больше всего объем продаж.

География продаж за период

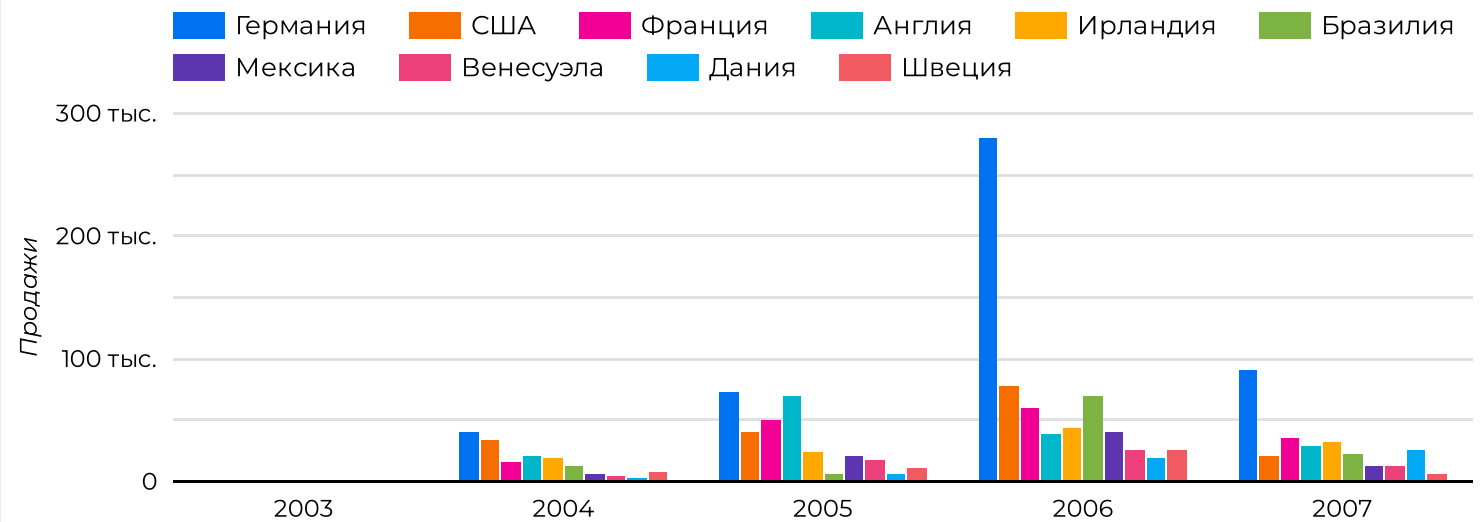
20 нояб. 2003 г. - 30 июл. 2007 г

Категория това...

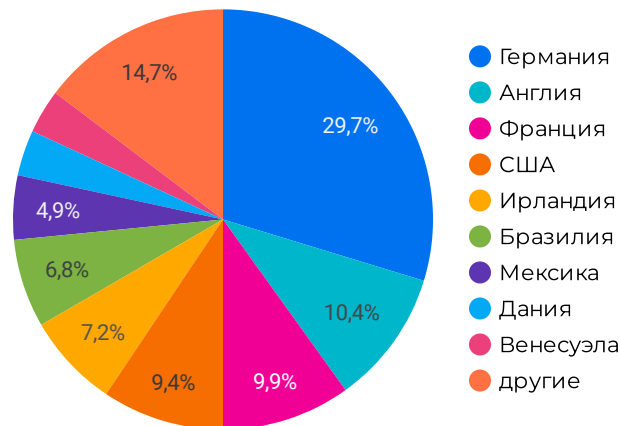
Страна

Год, месяц

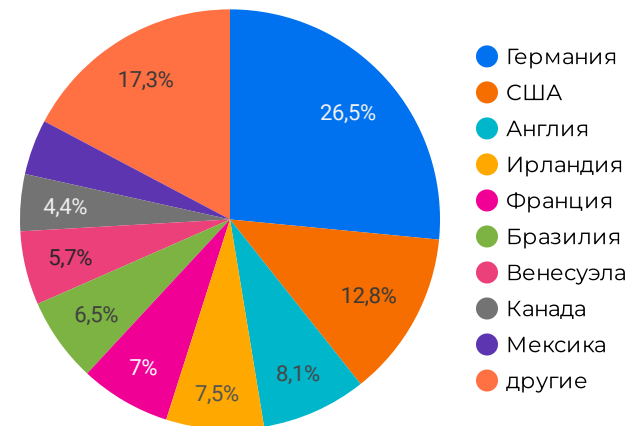
Год



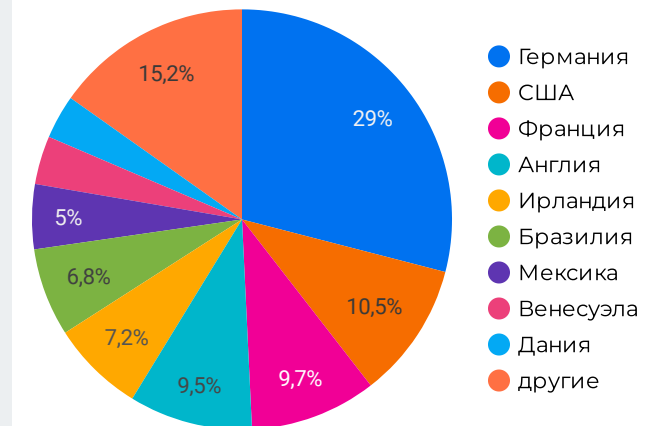
Распределение прибыли по странам



Распределение количества проданного товара



Распределение продаж по странам



В период с 2003 по 2007гг количество стран, в которые продавалась продукция было от 8 до 21. Все годы лидером по продажам была Германия, в остальных странах продажи росли не равномерно, в разные годы на 2 и ниже местах были разные страны.

Внимательное изучение продаж в 2006 году показало, что в этот год был аномально высокий спрос на Перец чили в Германии:

99,58 тысяч в 2006г - это **12%** от всех продаж в 2006г и **54,82%** от продаж Перца чили в том же 2006г.

Для сравнения в 2005г было продаж Перца чили в Германию на 24,6 тысячи, это 6,9% от всех продаж в 2005г и 18,84% от продаж Перца чили в 2005г.

А в 2007г продаж Перца чили в Германию было на 16,63 тысячи, это 5% от всех продаж в 2007г и 24,9% от продаж Перца чили в 2007г.