



Анализ эффективности и продаж компаний

Цель анализа

Оценить устойчивость и качество роста бизнеса

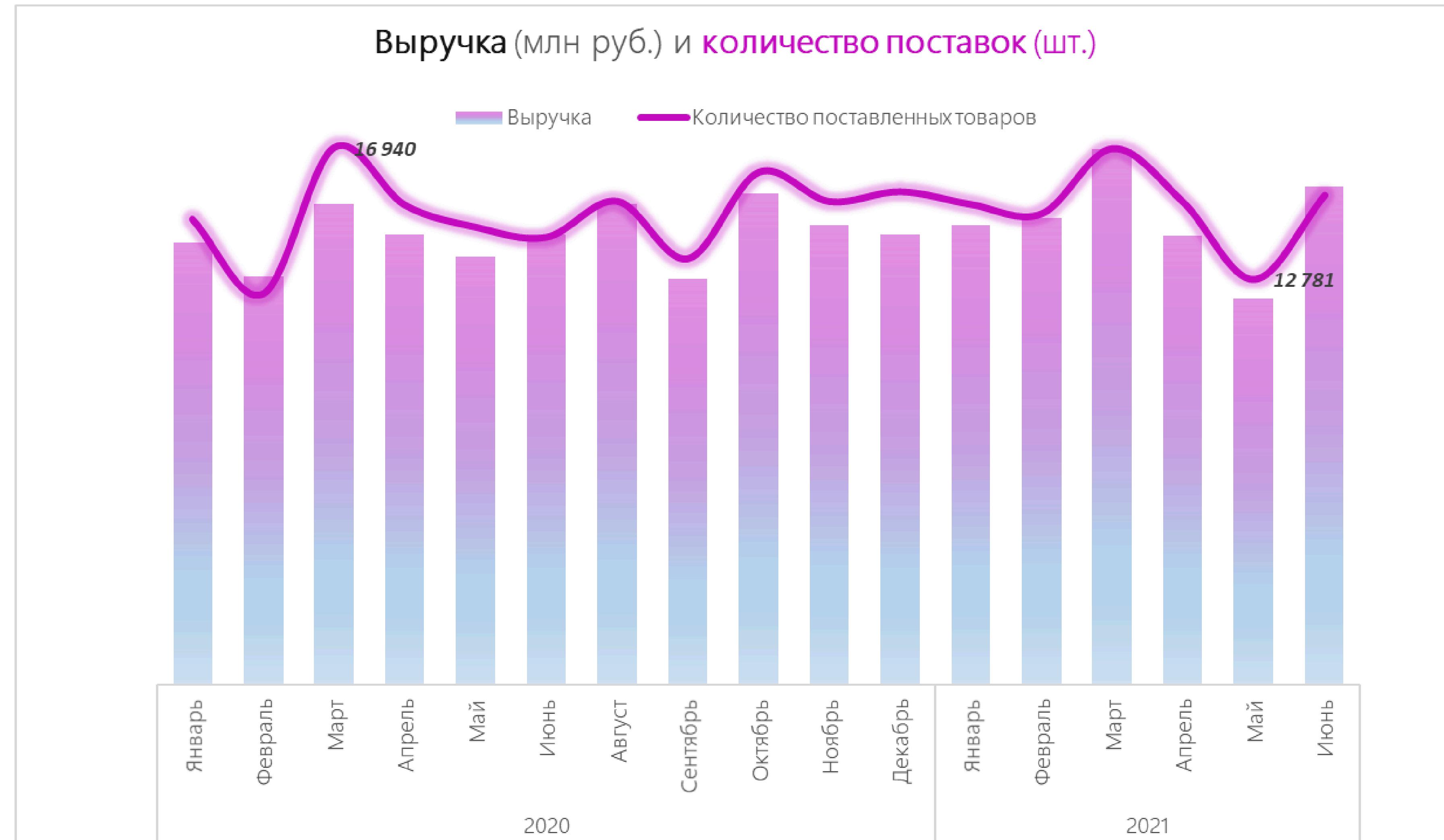
Определить:

- За счёт чего растёт выручка - объёма или цены.
- Есть ли сезонность и критические просадки.
- Насколько бизнес зависит от отдельных категорий и клиентов.
- Где сосредоточен основной оборот и маржа.

Задача анализа - выявить точки роста и зоны риска.

Результат — стратегические выводы для масштабирования, диверсификации и снижения волатильности продаж.

Динамика



В 2021 году средний уровень выручки превышает показатели 2020 года.

Максимальные значения также выше.

Динамика выручки практически полностью совпадает с динамикой объёма поставок ($r = 0,999$).

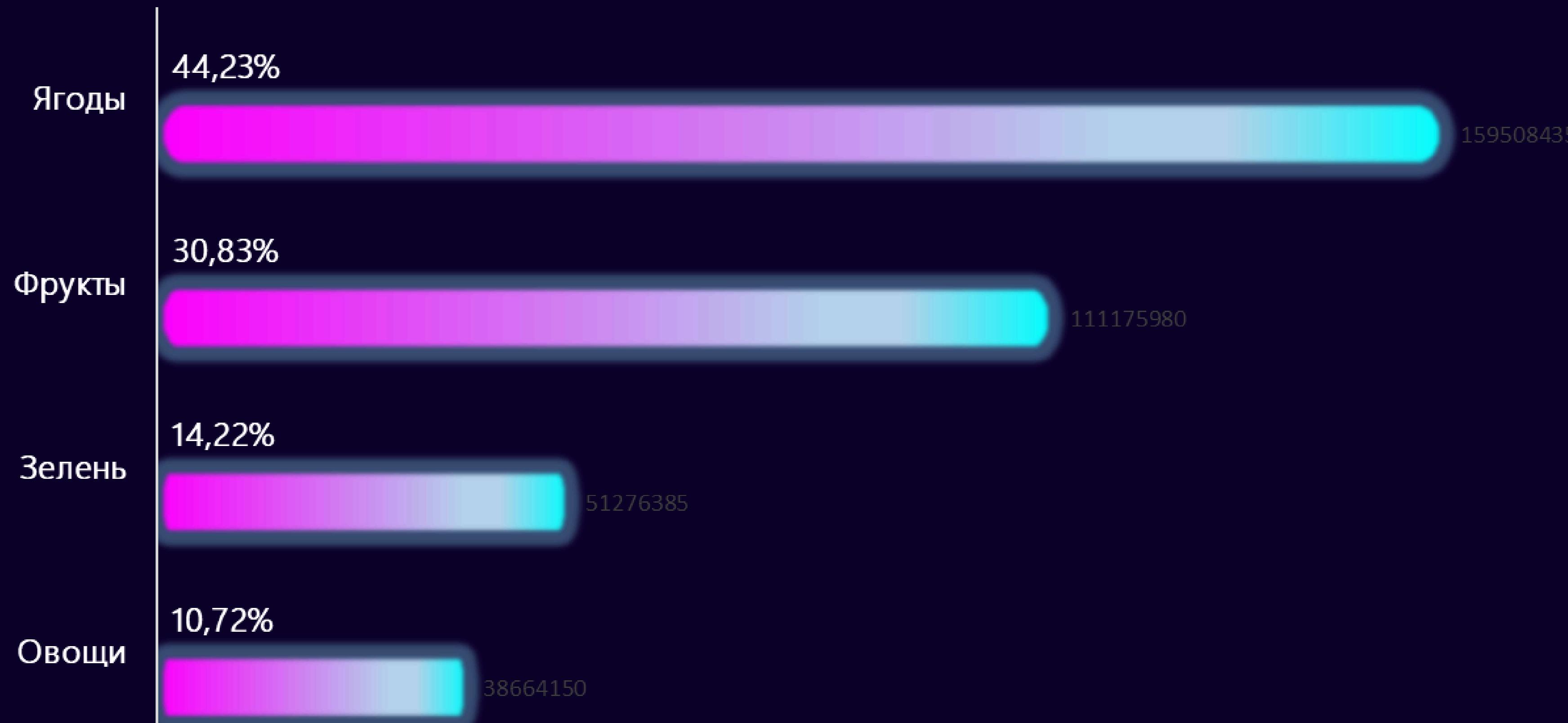
Вывод: увеличение выручки обусловлено ростом физического объёма реализации. Ценовой фактор существенного влияния не оказывает.

Структура колебаний в 2020 и 2021 годах сопоставима.

Месяцы с резкими выбросами не выявлены.

Динамика носит плавный характер.

Категория "Ягоды" приносят почти половину всей выручки (44%)



Лидер и догоняющие

Максимальная выручка — 159,5 млн ₽ (Ягоды).

Минимальная — 38,6 млн ₽ (Овощи).

Разрыв — 120,8 млн ₽.

Разница — более чем в 4 раза.

Зависимость от категории «Ягоды» критическая.

Среднее — 90,1 млн ₽.

Медиана — 81,2 млн ₽.

Среднее выше медианы.

Наблюдается положительная асимметрия.

Отдельные категории формируют основной объём выручки.

Большинство позиций работают ниже среднего уровня.

Стандартное отклонение

56,0 млн ₽.

Более 60% от среднего значения.

Продажи распределены неравномерно.



Оборот

Максимальный объём выручки зафиксирован в Волгограде - 63,1 млн ₽.
Остальные города находятся в сопоставимом диапазоне (58,6–60,2 млн ₽).
По обороту лидирует Волгоград.

Средний чек

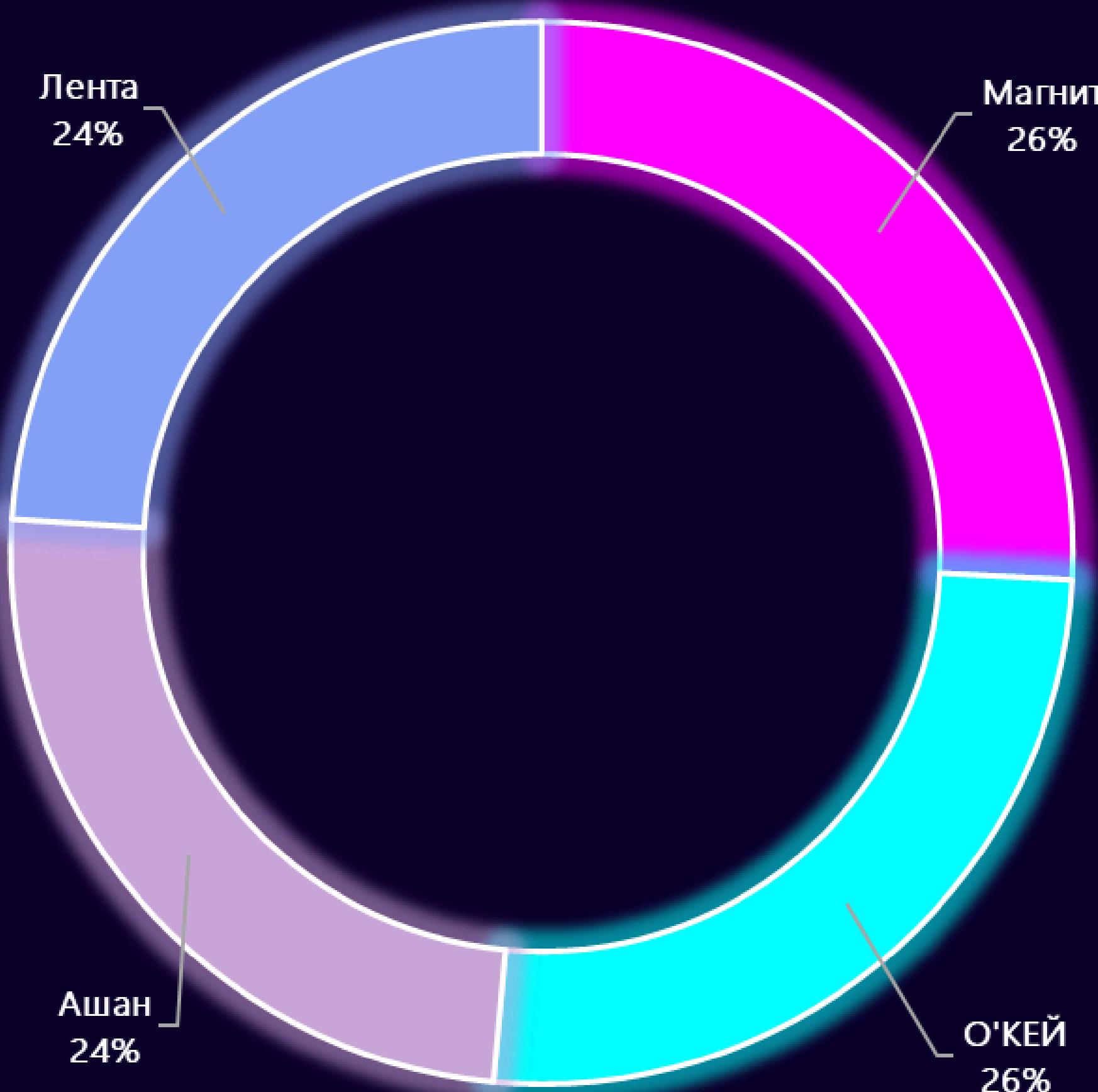
Волгоград — высокий оборот при среднем чеке ниже максимального.

Фактор роста — количество сделок.

Ростов-на-Дону — высокий чек при меньшем обороте.

Фактор — объём одной покупки.

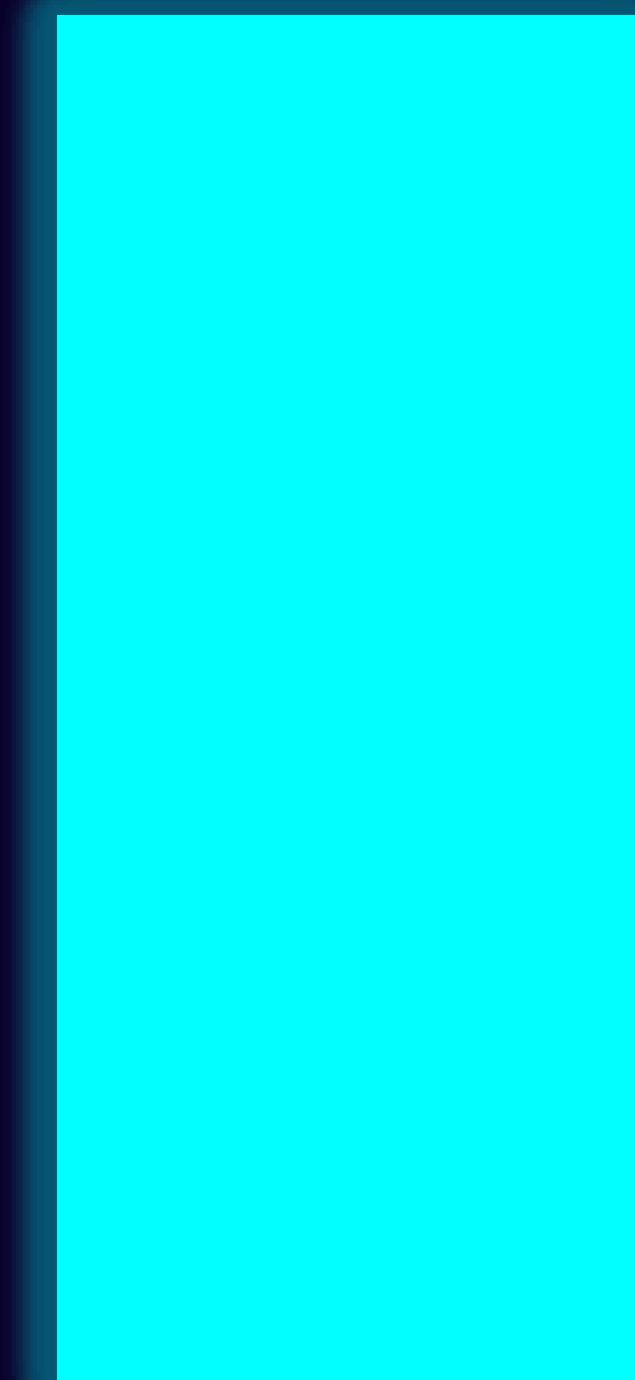
Клиентский портфель равномерно распределён



Клиентский портфель диверсифицирован и равномерно распределён. Концентрационный риск по отдельному клиенту отсутствует. Бизнес не зависит критически от одного заказчика.

О'КЕЙ лидирует по среднему чеку поставки

71 787



Ашан

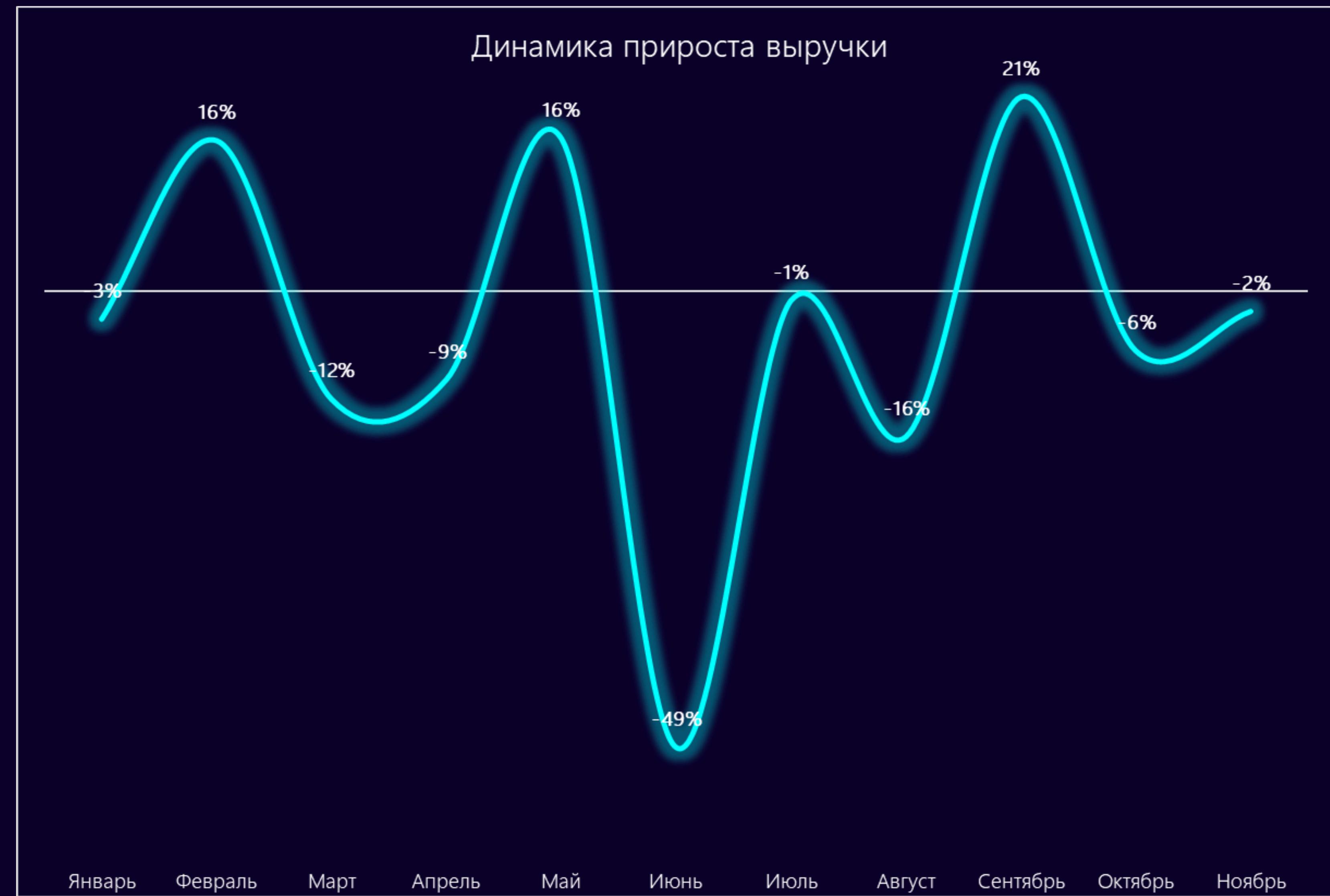
Магнит

Лента

О'КЕЙ — ключевой клиент для поддержания маржинальности.

Лента — зона развития по объёму и частоте.

Стратегия — усиление работы с отстающими без потери лидера.



Наблюдается высокая волатильность выручки.

Выводы:

Рост компании носит экстенсивный характер. Выручка практически полностью определяется объёмом поставок ($r = 0,999$): увеличение оборота достигается за счёт роста количества операций, а не за счёт повышения цены или маржинальности.

Динамика выражено сезонная: спад в начале года, рост весной, снижение летом, восстановление осенью. В июне зафиксировано снижение темпа роста на 49% к предыдущему месяцу, что указывает на высокую волатильность динамики.

Структура выручки концентрированная: 75% оборота формируют категории «Ягоды» и «Фрукты», при этом 44% приходится на одну категорию. Портфель асимметричен: среднее значение превышает медиану, стандартное отклонение превышает 60% среднего уровня. Это указывает на наличие ярко выраженного лидера при отсутствии устойчивого «среднего слоя».

По географии фиксируются разные модели спроса: в Волгограде драйвером выступает частота поставок, в Ростове — высокий средний чек. Клиентская база диверсифицирована, доминирующего заказчика нет, концентрационный риск низкий. Вместе с тем маржинальность различается: О'КЕЙ обеспечивает максимальный средний чек и потенциально наибольшую маржу на поставку, Лента характеризуется минимальным чеком и рассматривается как зона роста по объёму и частоте.