



Продажи по странам за 2008-10 гг.

Год	2008			2009			2010			Всего		
Country	Sales	Margin	Quantity	Sales	Margin	Quantity	Sales	Margin	Quantity	Sales	Margin	Quantity
United States	3 643 979,11	39,00	2765	4 009 599,47	40,59	4710	4 214 096,22	36,63	4456	11 867 674,80	38,72	11931
Australia	77 028,00	31,83	72	174 040,87	32,89	148	195 528,13	26,10	151	446 597,00	30,00	371
United Kingdom	85 882,00	29,28	46	123 148,87	32,80	95	104 379,71	31,63	80	313 410,58	31,65	221
Germany	138 949,00	27,16	57	77 931,66	31,19	77	80 401,63	30,45	76	297 282,29	30,09	210
France	145 926,00	30,71	69	75 096,54	31,84	77	66 808,19	28,59	80	287 830,73	30,30	226
Canada	34 208,00	26,55	22	50 416,31	32,55	53	36 275,20	30,95	40	120 899,51	30,69	115
Всего	4 125 972,11	38,11	3031	4 510 233,72	39,79	5160	4 697 489,09	35,88	4883	13 333 694,92	37,92	13074

13,3 млн

Sales

13,1 тыс.

Quantity

37,9

Margin

Sales по Country и State



ВЫВОДЫ:

- Основной рынок - США: на долю США приходится почти 90% продаж; в США самая высокая маржинальность из всех стран, где работает магазин; продажи в США ежегодно растут .
- Растущий рынок также в Австралии и Англии. Но обращает на себя внимание снижение маржинальности по Австралии до 26% в 2010 г.
- Рынки Германии, Франции и Канады нестабильны, за последний год продажи там либо проседали, либо не показывали роста.
- Необходимо оценить важность рынков - Германии, Франции и Канады. Их общая доля в продажах за последний год снизилась и составляет лишь 3,9% от общих продаж.