



Business Report in Kazakhstan

Sales and Profit

Logistics and Stocks

Clients and Regions

Staff and Efficiency

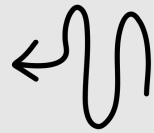
Insights

Sales and Profit

Назначение: Обзор финансового здоровья компании и динамики ключевых показателей.

KPI: Общая выручка (Total Sales), Себестоимость (Cost), Прибыль (Profit) и Маржинальность (Profit Margin %).

Динамика: График продаж во времени для отслеживания сезонности и трендов падения/роста.



Logistics and Stocks

Назначение: Оценка эффективности складских запасов и анализ затрат на доставку.

Остатки: Матрица текущих запасов товаров на складах для предотвращения затоваривания или дефицита.

Стоимость логистики: Анализ структуры расходов на доставку (базовый тариф + Доп. расходы) в разрезе регионов.

Clients and Regions

Назначение: Географический анализ продаж и выявление проблемных зон (регионов с аномалиями).

География продаж: Распределение заказов и клиентов по городам (Карта/Матрица).

Качество продаж: Анализ процента возвратов (Return Rate %) в сравнении с объемом продаж. Выявление регионов, где высокие возвраты съедают прибыль.



Staff and Efficiency

Назначение: HR-аналитика и оценка производительности персонала.

Штат и ФОТ: Динамика найма сотрудников и общий зарплатный фонд (Total Salary Fund).

Производительность: Рейтинги складов по показателю «Выручка на одного сотрудника» (Revenue per Employee).





Business Report in Kazakhstan



Main Page



Logistics and Stocks



Clients and Regions

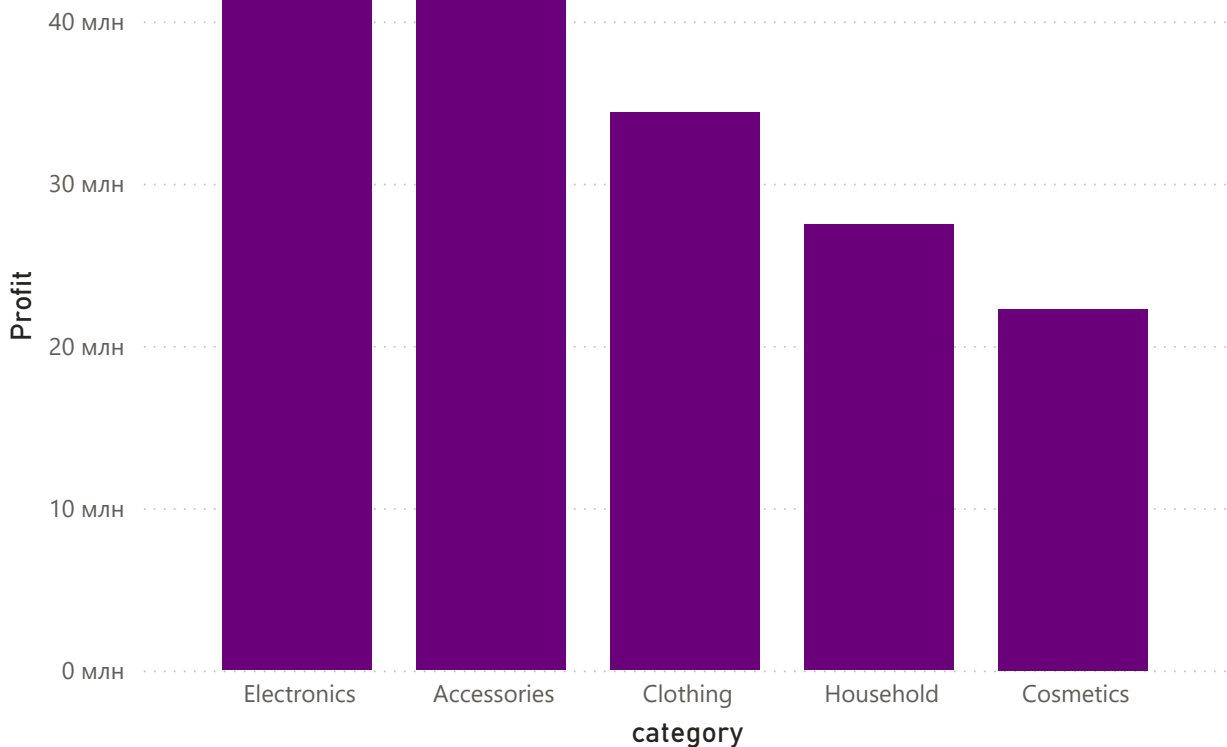


Staff and Efficiency

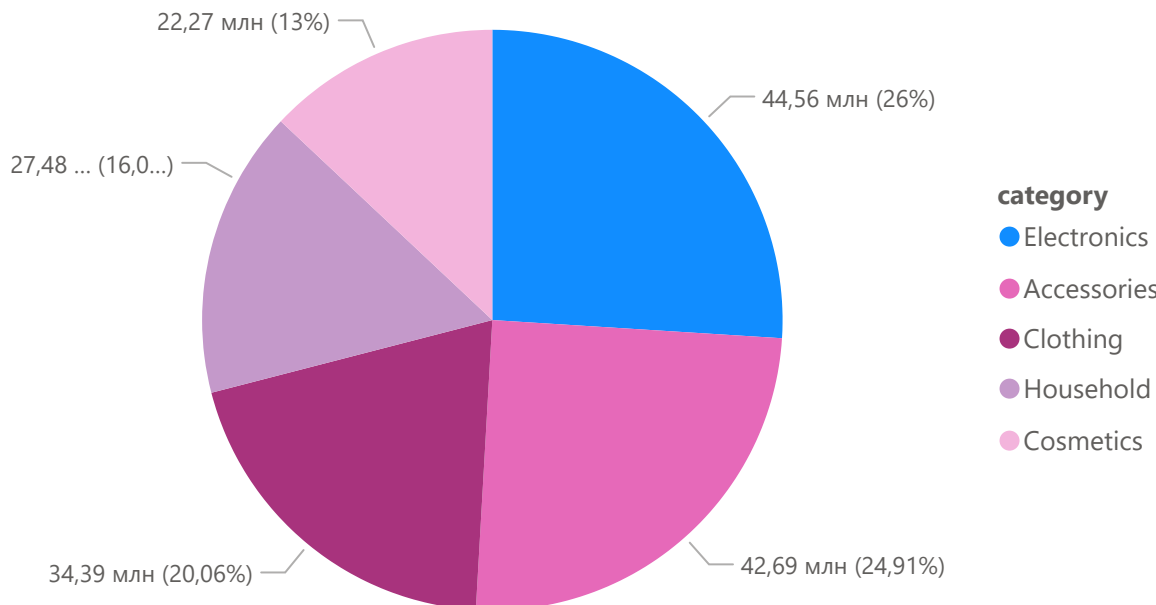


Insights

Profit BY Category



Profit BY category %



39,67 млн

Cost

81,20%

Profit margin %

211,06 млн

Revenue

171,39 млн

Profit

Quarter

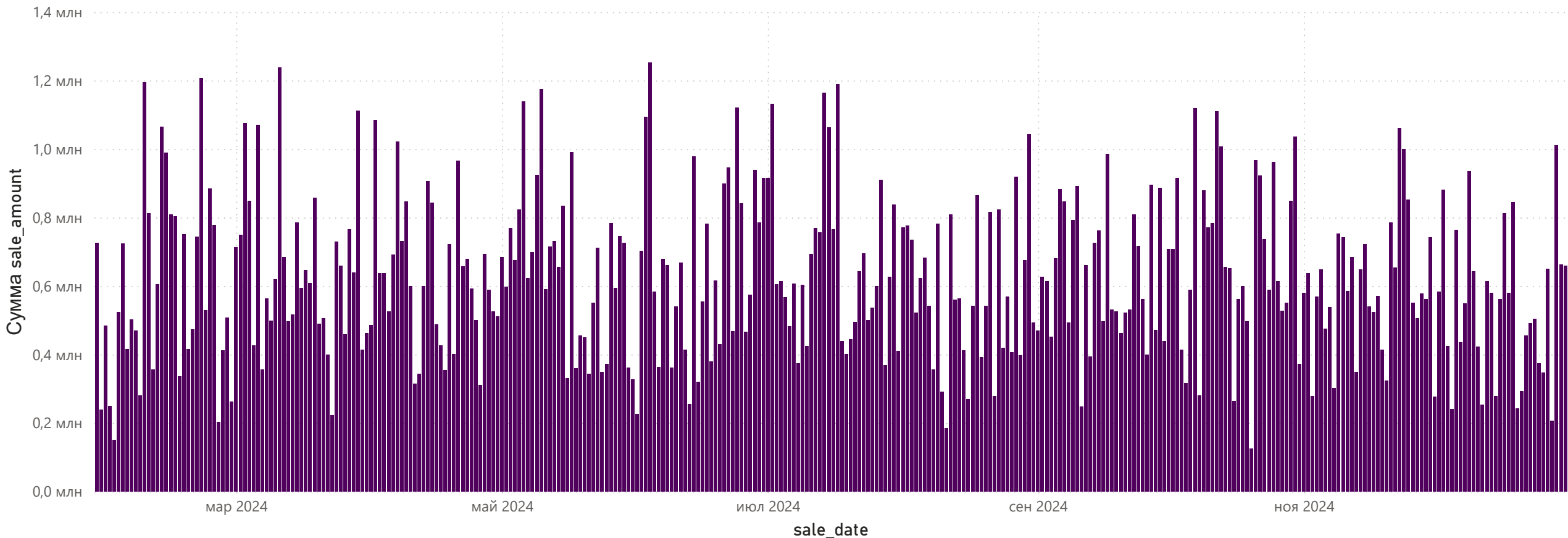
Qt1

Qt2

Qt3

Qt4

Сумма sale_amount по sale_date



Month

- ☐ янв
- ☐ фев
- ☐ сен
- ☐ окт
- ☐ ноя
- ☐ мар
- ☐ май
- ☐ июн
- ☐ июл
- ☐ дек
- ☐ апр

status_name

- ☐ Canceled
- ☐ Delivered
- ☐ Pending
- ☐ Processing
- ☐ Returned
- ☐ Shipped

Year

- ☒ 2024
- ☐ 2025



Business Report in Kazakhstan



Main Page



Sales and Profit



Clients and Regions

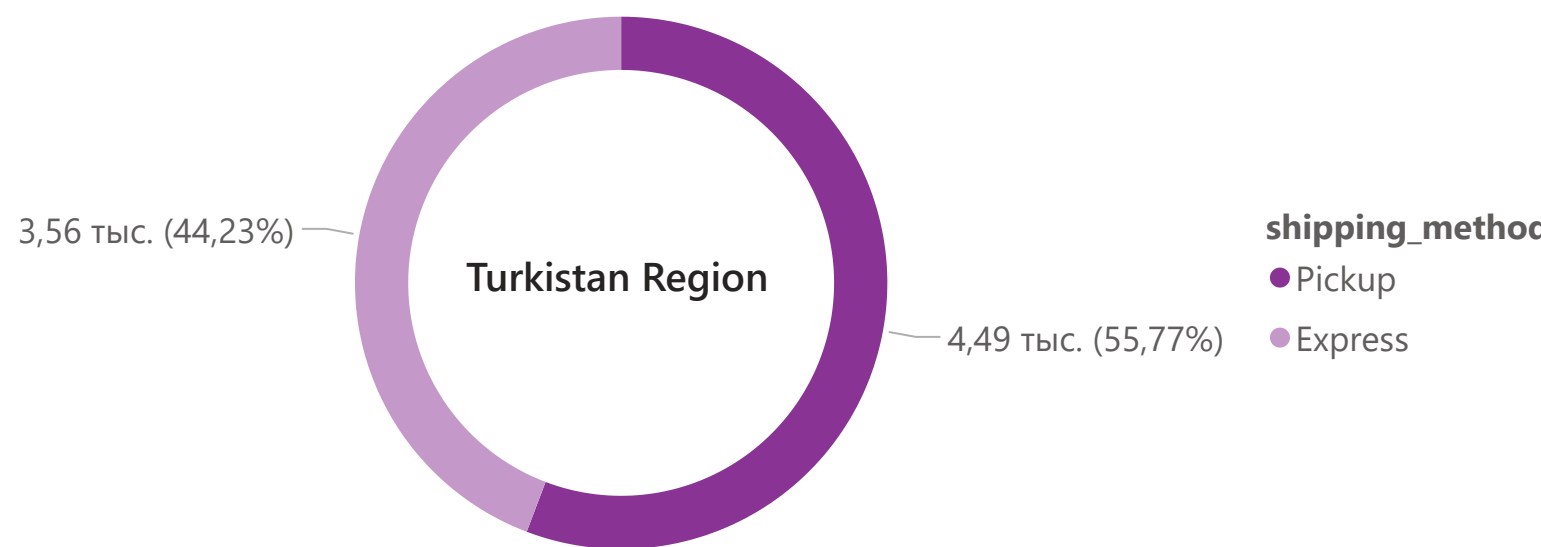


Staff and Efficiency

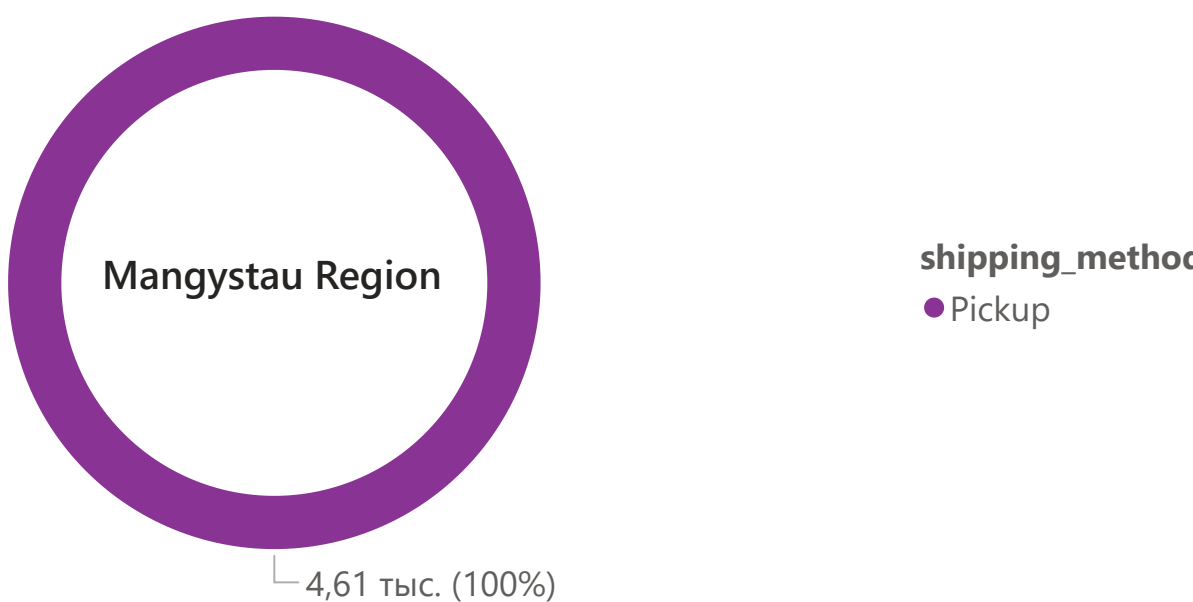


Insights

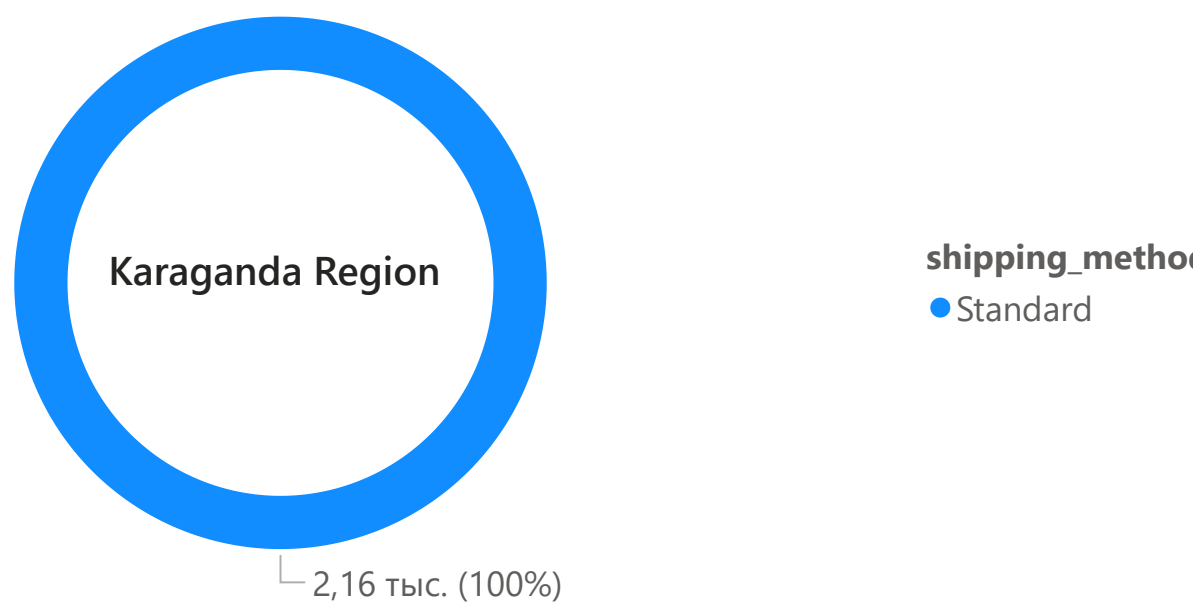
Total_cost



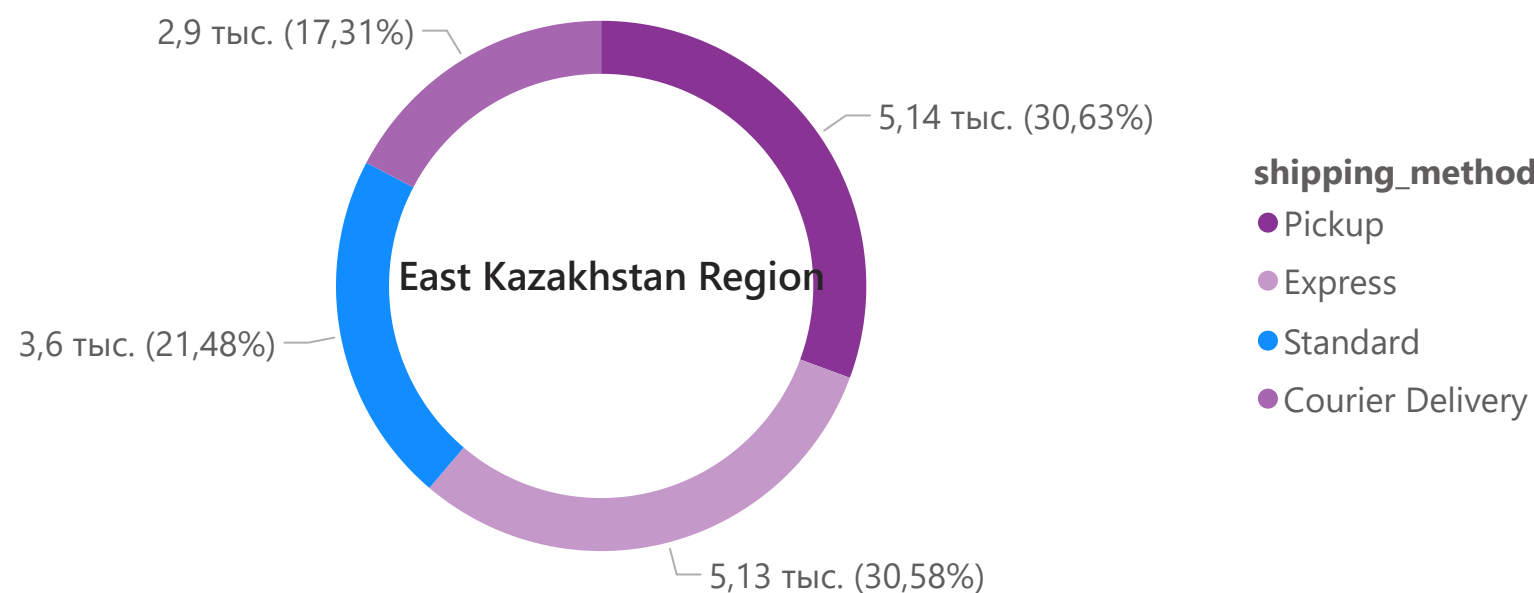
Total_cost



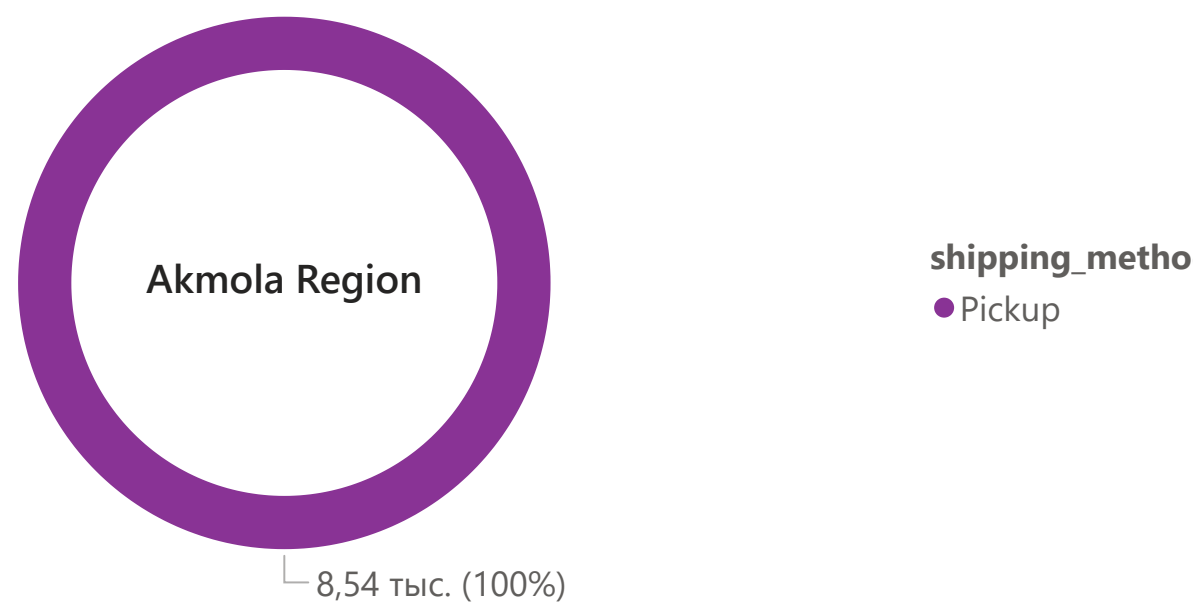
Total_cost



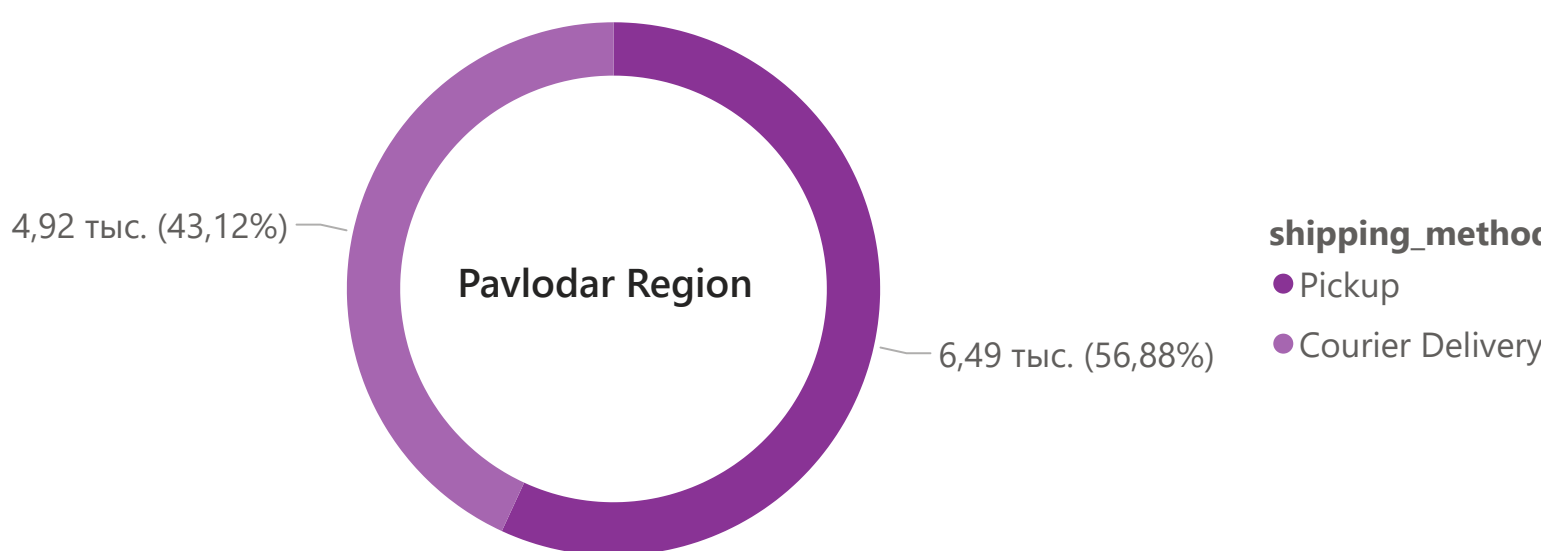
Total_cost



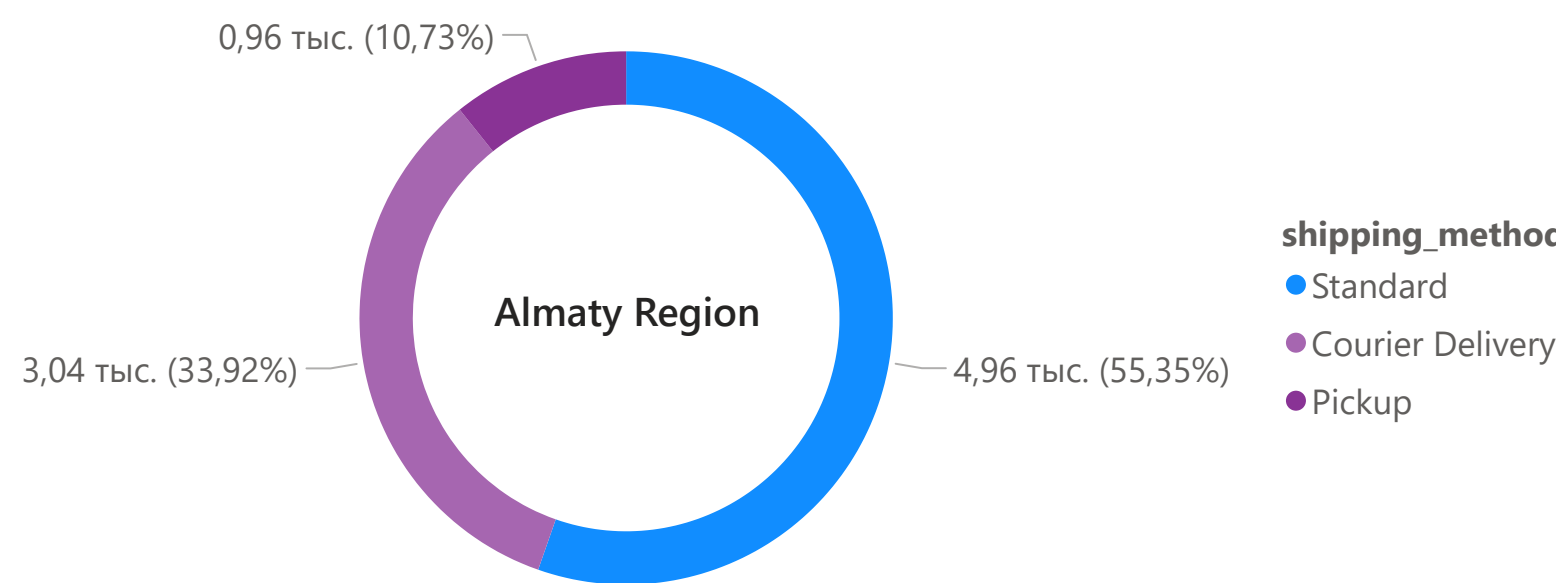
Total_cost



Total_cost



Total_cost



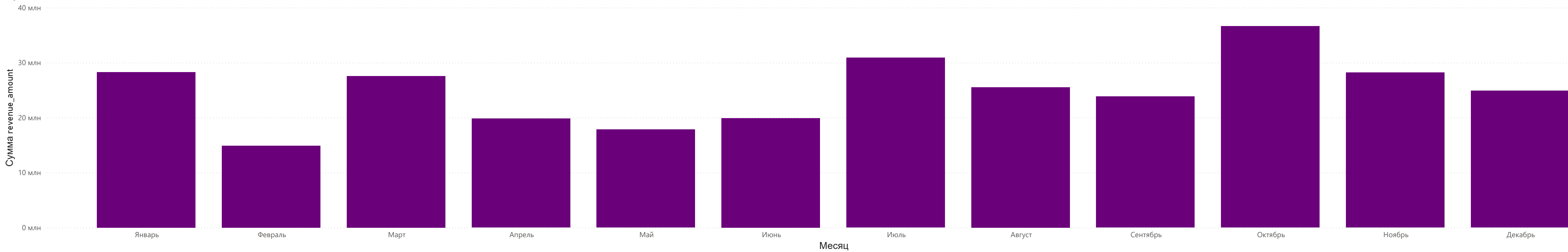
Warehouse_id Quantity_in_stock

1	10895
2	14586
3	15832
4	9978
5	10593
6	11336
7	10179
8	11825
9	13347
Всего	123842

121,04 млн

Total_shipping_cost

Сумма revenue_amount по Месяц





Business Report in Kazakhstan

Main Page

Sales and Profit

Logistics and Stocks

Staff and Efficiency

Insights

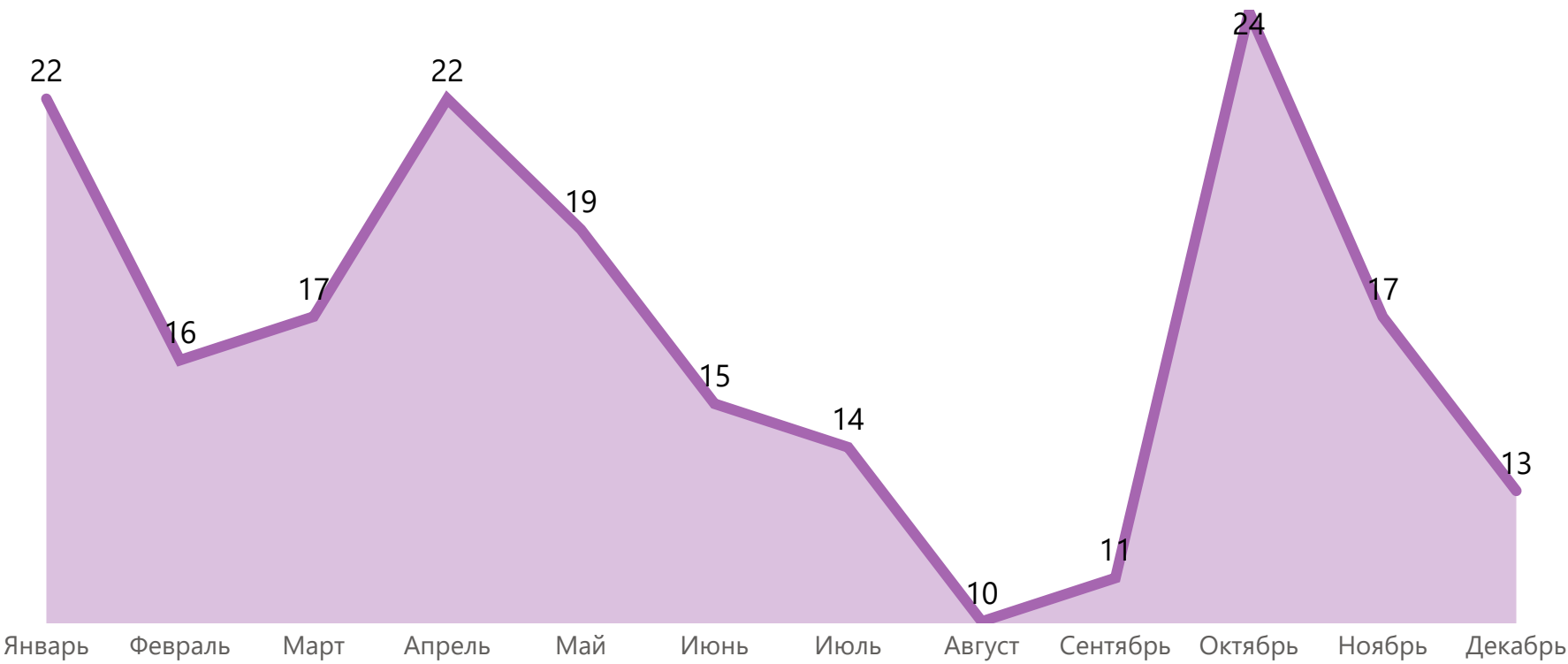
Поддержка этого визуального типа скоро будет прекращена. Выполните обновление сейчас, чтобы... Обновить карту

Counts of Clients in Kazakhstan

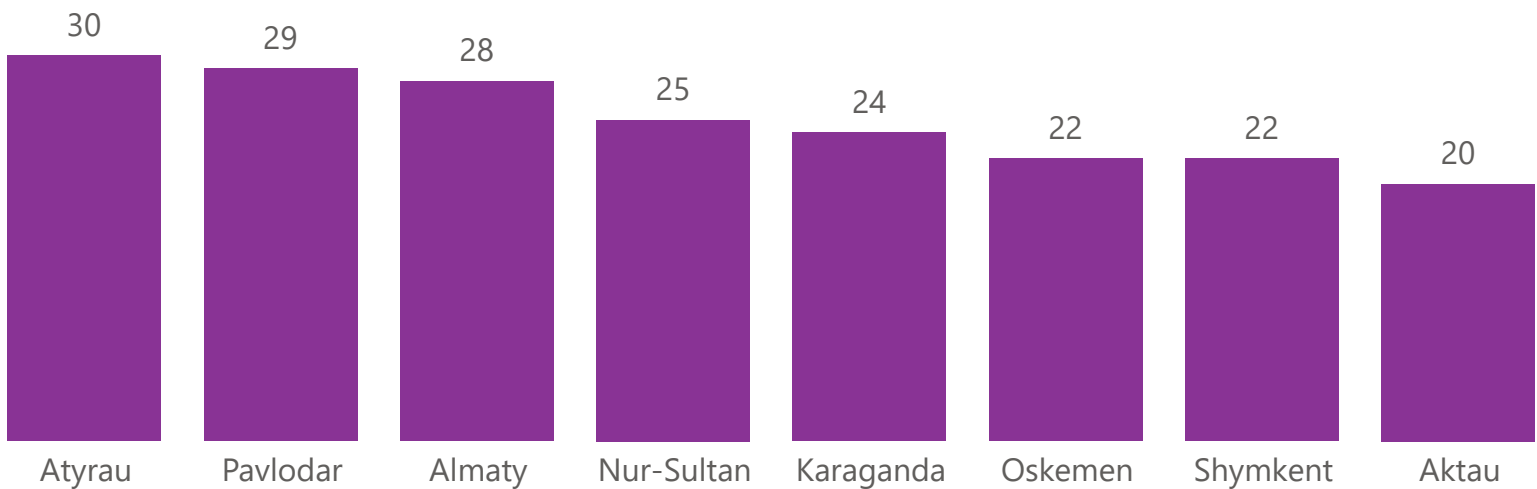
region ● Akmola ... ● Almaty ... ● Atyrau ... ● East K... ● Karag... ● Mangy... ● Pavlod... ● Turkist...



Count of Clients



Count of Clients



Region	Revenue	Return_rate	AVG_Order_Value
Akmola Region	29 799 274,62	23,05%	116 403,42
Pavlodar Region	32 943 657,77	20,21%	112 820,75
East Kazakhstan Region	23 410 495,59	17,18%	103 129,94
Almaty Region	30 494 602,14	15,91%	115 509,86
Turkistan Region	22 369 868,31	15,71%	106 523,18
Karaganda Region	31 253 598,18	15,42%	123 532,01
Atyrau Region	33 370 446,64	14,86%	112 738,00
Mangystau Region	23 552 068,84	12,38%	116 594,40

Date 29.01.2024 28.01.2025



Business Report in Kazakhstan

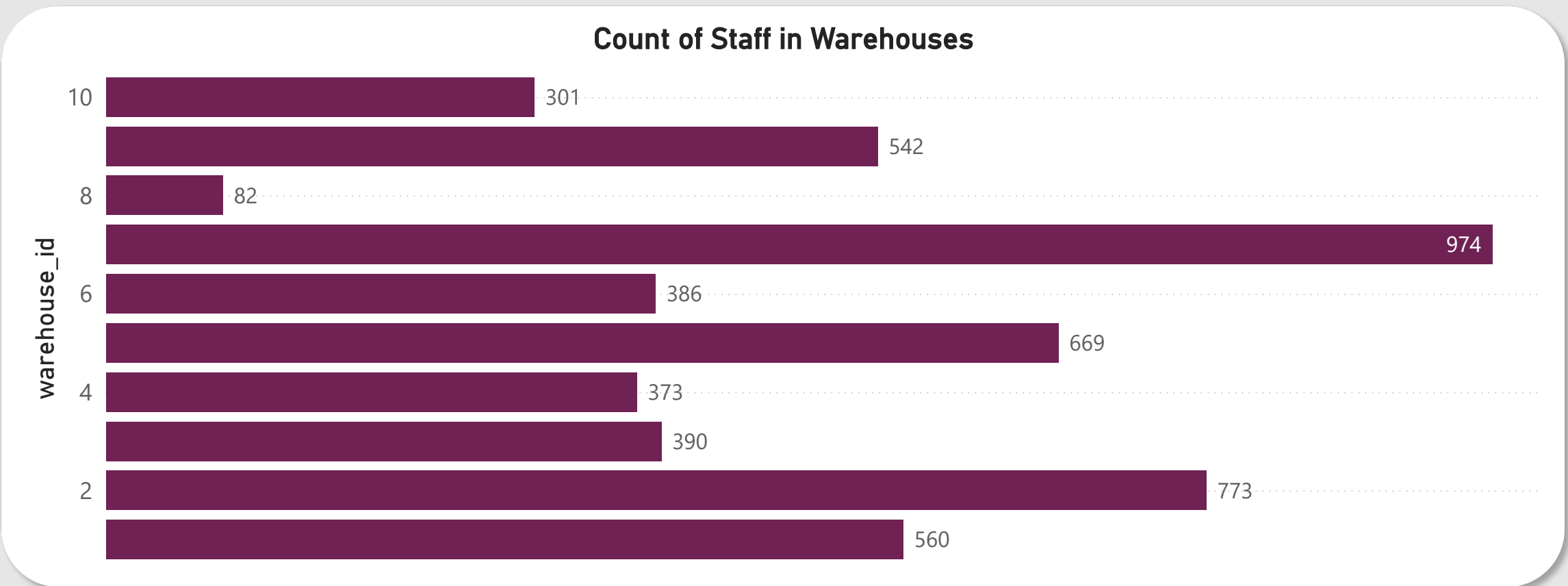
 Main Page

 Sales and Profit

 Logistics and Stocks

 Clients and Regions

 Insights



position

☐ Accountant

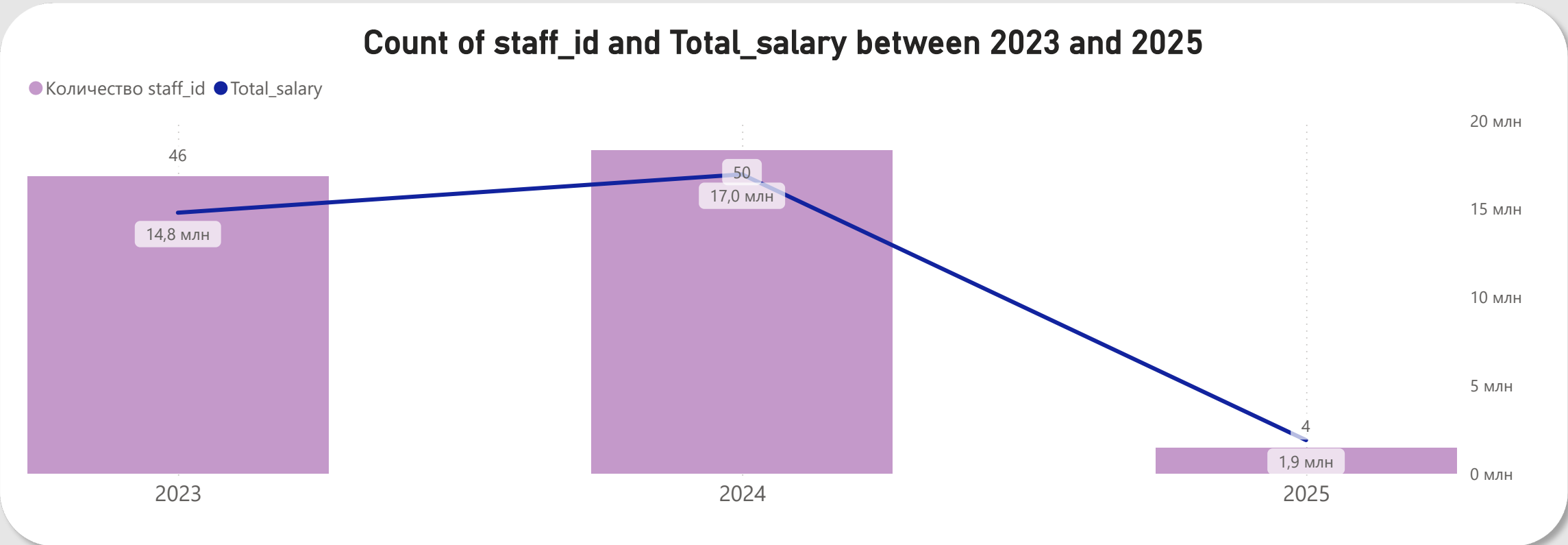
☐ Analyst

☐ Courier

☐ Manager

☐ Sales Representative

☐ Warehouse Clerk





Business Report in Kazakhstan

Main Page

Sales and Profit

Logistics and Stocks

Clients and Regions

Insights

Инсайт #1

Финансовое положение: Компания демонстрирует высокую эффективность с маржинальностью **81%**. Текущая модель ценообразования позволяет генерировать **171 млн прибыли** при затратах на закупку всего **39 млн**.

Товарная матрица: Основным драйвером бизнеса является **Электроника и Аксессуары** (51% доли прибыли). Категория «Косметика» (13%) является наименее рентабельной и требует пересмотра стратегии (распродажа стоков или маркетинговое усиление).

Динамика: График продаж показывает высокую волатильность без выраженного тренда роста, что говорит о нестабильности спроса и зависимости от внешних факторов (сезонность, дни недели).

Инсайт #2

1. Критическая проблема: Логистика «съедает» прибыль
Это самый важный инсайт, полученный при сопоставлении двух страниц отчета.

- Наблюдение:** На главной странице мы видим высокую **Валовую прибыль** в размере **171,39 млн** и маржинальность **81%**. Однако на странице логистики мы видим огромную цифру — **121,04 млн**.
- Анализ:** Затраты на доставку составляют **57% от всей выручки** (121 млн / 211 млн).
- Вывод:** Несмотря на дешевую закупку товаров (низкая себестоимость), компания теряет колоссальные средства на этапе доставки. Реальная операционная прибыль после вычета логистики составляет всего около **50 млн** (171 - 121), а не 171 млн.
- Рекомендация:** Срочно пересмотреть тарифы с логистическими партнерами или изменить условия для клиентов (например, повысить порог для бесплатной доставки).

2. Анализ методов доставки по регионам
Диаграммы «пончики» по регионам показывают сильный дисбаланс в методах доставки:

- Эффективные регионы:** **Мангыстауский и Акмолинские регионы** используют **100% Pickup** (Самовывоз).
Инсайт: Вероятно, именно поэтому в Мангистау самые низкие возвраты. Самовывоз дешевле для компании и удобнее для клиента (можно проверить товар на месте).
- Сложные регионы:** **Восточно-Казахстанский и Туркестанский** имеют «зоопарк» методов доставки (Express, Pickup, Standard, Courier).
Инсайт: Наличие дорогих опций (Express, Courier) в отдаленных регионах, скорее всего, и генерирует те самые 121 млн убытков на логистике.
- Рекомендация:** Масштабировать модель Мангистау (перевод на Pickup) на другие регионы для снижения затрат.

3. Товарная стратегия

- Наблюдение:** Категории **Electronics (26%)** и **Accessories (25%)** суммарно приносят **51% всей прибыли**.
- Аутсайдер:** Категория **Cosmetics** находится на последнем месте (13%).
- Риск:** Бизнес слишком зависим от электроники. Учитывая, что электроника — хрупкий товар, высокий процент возвратов в этой категории (если он есть) будет бить по компании сильнее всего.

4. Сезонность и Управление запасами

- Наблюдение:** График выручки по месяцам (внизу страницы логистики) показывает явный пик в **Ноябре** и спад в **Феврале-Марте**.
- Запасы:** Текущие остатки на складах (**123 642 шт.**) распределены неравномерно (на Warehouse 3 — 15 тыс., на Warehouse 4 — 9 тыс.).
- Рекомендация:** Готовить склады к ноябрю заранее, перераспределяя остатки с Warehouse 3 на менее загруженные склады, чтобы избежать коллапса доставки в пик сезона.

Итоговое резюме для бизнеса:
«Компания обладает здоровой валовой маржинальностью (81%), однако операционная модель неэффективна из-за аномально высоких логистических затрат (57% от выручки).
Главная цель на следующий квартал: Сократить долю логистических расходов до 30% за счет перевода клиентов в регионах (особенно Восточный Казахстан и Туркестан) на самовывоз (Pickup), по примеру успешного опыта в Мангыстауской области».

Инсайт #3

1. Финансовый парадокс: Высокая маржа vs Дорогая логистика

- Ситуация:** На главной странице мы видим отличные показатели: Выручка **211 млн**, Валовая прибыль **171 млн** и Маржинальность **81%**. Казалось бы, бизнес сверхприбыльный.
- Проблема:** На странице логистики раскрывается скрытая угроза — **Total Shipping Cost** составляет **121,04 млн**.
- Вывод:** Расходы на доставку «съедают» **70%** от валовой прибыли. Реальная операционная прибыль после вычета логистики составляет всего около **50 млн**, а не 171 млн.
- Рекомендация:** Логистика — это главная точка утечки денег. Необходимо срочно пересмотреть тарифы с курьерскими службами или стимулировать клиентов выбирать более дешевые способы доставки (Самовывоз).

2. "Красная зона" возвратов: Акмола и Павлодар

- Анти-лидеры:**
 - Акмолинский регион:** Рекордный уровень возвратов — **23,05%**. Практически каждый четвертый заказ возвращается.
 - Павлодарский регион:** Уровень возвратов — **20,21%**.
- Контраст:** В то же время **Мангыстауский регион** показывает образцовый результат с возвратами всего **12,38%**.
- Гипотеза:** В Акмолинской области (Астана), судя по диаграмме логистики, используется **100% Pickup (Самовывоз)**. Высокие возвраты при самовывозе могут указывать на то, что клиенты отказываются от товара *прямо в пункте выдачи*. Причинами могут быть: частый брак на складе, обслуживающем северный регион, или несоответствие товара описанию на сайте.

3. Сезонность и привлечение клиентов

- Пик активности:** График «Count of Clients» показывает резкий всплеск регистраций/покупок в **Октябре (24 клиента)** и **Феврале (22 клиента)**. При этом Лето (Август) — «мертвый сезон» (всего 10 клиентов).
- Выручка:** Финансовый пик (по графику Revenue amount на странице логистики) приходится на **Ноябрь**.
- Риск:** Бизнес сильно зависит от Q4 (4-го квартала). Провал продаж в ноябре-декабре невозможно будет компенсировать в остальные месяцы.

4. Товарная зависимость

- Локомотивы:** Категории **Electronics (26%)** и **Accessories (25%)** приносят более половины всей выручки.
- Аутсайдер:** **Cosmetics (13%)**.
- Вывод:** Учитывая, что электроника — это хрупкий и технически сложный товар, высокие возвраты в Акмоле и Павлодаре могут быть связаны именно с боем техники при транспортировке на дальние расстояния. Косметика, имея наименьшую долю, не является драйвером роста.

Стратегический план:

- Аудит Северного Казахстана:** Срочно проверить склад и логистику, обслуживающую Акмолинскую и Павлодарскую области. Почему там возвращают 23% товаров, даже забирая их самовывозом? (Проблема брака или пересорта).
- Оптимизация логистики:** Цель — снизить долю транспортных расходов с текущих 57% от выручки до 30-40%. Рассмотреть введение платной доставки для регионов с дорогими тарифами (Восточный Казахстан, Туркестан).
- Удержание клиентов:** После пикового набора клиентов в октябре (24 человека) идет спад. Необходимо запустить CRM-рассылки для «октябрьских» клиентов, чтобы вернуть их за покупками в «мертвый» летний сезон.

Инсайт #4

1. Катастрофическая неэффективность крупных складов
Это главный инсайт всей страницы. На графиках видна огромная диспропорция между количеством людей и деньгами, которые они приносят.

- Наблюдение:**
 - Warehouse 5** — самый крупный по штату (**974 сотрудника**, см. верхний график).
 - Однако на графике эффективности (*Revenue per employee*) этот склад находится **на самом последнем месте**, генерируя всего **1,1 млн** на человека.
- Сравнение:**
 - Warehouse 8** — самый маленький склад (**82 сотрудника**).
 - Но он **Лидер эффективности**: приносит **9,7 млн** на одного сотрудника.
- Вывод:** Эффективность сотрудника на маленьком складе (W8) в **9 раз выше** (\$9,7 / 1,1\$), чем на гигантском складе (W5).
- Гипотеза:** Warehouse 5 сильно перегружен персоналом. Либо там раздут штат, либо процессы выстроены настолько плохо, что требуется 1000 человек для работы, которую могли бы делать 200. Возможно, именно этот склад занимается обработкой тех самых массовых возвратов, о которых мы узнали ранее (возврат не генерирует выручку, но требует рабочих рук).

2. Проблема масштабирования (Warehouse 2 и Warehouse 5)
Два самых населенных склада — **Warehouse 5** (974 чел.) и **Warehouse 2** (773 чел.) — являются аутсайдерами по выручке на сотрудника (1,1 млн и 1,9 млн соответственно).

Инсайт: Компания теряет деньги на масштабе. Чем больше склад, тем хуже он работает. Основной фонд оплаты труда (ФОТ) уходит на содержание толпы людей, которые генерируют минимум ценности.

3. Динамика затрат на персонал (2023–2024)

- Рост:** С 2023 по 2024 год штат вырос с 46 до 53 человек (на графике выборки), а затраты на зарплату выросли с **14,8 млн** до **17,0 млн**.
- Инсайт:** Затраты на персонал растут пропорционально найму. Учитывая, что эффективность крупных складов падает, дальнейший наем линейного персонала будет только ухудшать рентабельность бизнеса.
- (Примечание: данные за 2025 год выглядят неполными (всего 4 человека), поэтому делаем выводы по полным 2023–2024 годам).
- Срочный аудит Warehouse 5 и Warehouse 2:** Почему эти склады требуют почти 1700 сотрудников при минимальной выработке? Необходимо провести нормирование труда и сократить штат или перераспределить задачи.
- Масштабирование опыта Warehouse 8:** Изучить, как работает Warehouse 8 (лидер, 9,7 млн/чел). Возможно, там лучше автоматизация или более опытные менеджеры. Внедрить их практики на отстающие склады.
- Остановка найма:** Ввести мораторий на расширение штата до тех пор, пока показатель *Revenue per Employee* на крупных складах не поднимется хотя бы до среднего уровня (4–5 млн).

Связка с предыдущими инсайтами:
Вероятнее всего, Warehouse 5 обслуживает проблемные регионы (Акмола/Павлодар) с высокими возвратами. Сотрудники заняты не продажами, а переключиванием возвращенного товара, поэтому финансовая эффективность («Выручка на человека») остается низкой.