**Ապրանքի վաճառքի միտում.(** **Product Sales Trend) (Line chart)։**

**Նպատակը.** Ապրանքի վաճառքի միտումների վերլուծության նպատակն է հասկանալ, թե ինչպես է վաճառքը տատանվում ժամանակի ընթացքում:

**Վերլուծություն**. Այս վերլուծությունը օգնում է բացահայտել սեզոնային օրինաչափությունները, միտումները և վաճառքի վրա ազդող պոտենցիալ գործոնները, ինչպիսիք են մարքեթինգային արշավները, արտադրանքի թողարկումը կամ արտաքին իրադարձությունները: Սա թույլ է տալիս ընկերությանը ավելի ճշգրիտ կանխատեսել պահանջարկը, պլանավորել գույքագրման մակարդակները և հարմարեցնել մարքեթինգային ռազմավարությունները՝ վաճառքի առավելագույն ժամանակահատվածները կապիտալացնելու համար:

Ուսումնասիրելով գծային գրաֆիկը, որը պատկերում է ընդհանուր վաճառքի միտումը ժամանակի ընթացքում, մենք դիտարկում ենք վաճառքի ծավալի տատանումները: Գծապատկերի գագաթներն ու անկումները կարող են ցույց տալ սեզոնային պահանջարկը կամ վաճառքի վրա ազդող գովազդային գործունեությունը:

**Ամենավաճառվող ապրանքների և կատեգորիաների վերլուծություն.**

**Top Selling Products and Category Analysis: (Stacked Bar chart)։**

**Նպատակը**. Այստեղ նպատակն է բացահայտել վաճառքի և եկամտի առումով լավագույն արտադրողական ապրանքներն ու ապրանքների կատեգորիաները:

**Վերլուծություն**. Բացահայտելով, թե որ ապրանքներն ու կատեգորիաներն են առաջացնում ամենաբարձր վաճառքը, ընկերությունը կարող է իր ռեսուրսները կենտրոնացնել այդ ապրանքների խթանման և օպտիմալացման վրա: Stacked գծապատկերը պատկերացումներ է տալիս հաճախորդների նախասիրությունների, շուկայի միտումների և մրցակցային դիրքի մասին: Oգնում է հասկանալ հաճախորդների նախասիրությունները և ապրանքների որ կատեգորիաները բերում են ամենաբարձր եկամուտը , ինչպես նաև որոշումներ կայացնել արտադրանքի զարգացման, գույքագրման կառավարման և շուկայավարման ներդրումների հետ կապված:

**Ապրանքի պաշարների վերլուծություն.**

**Product Stock Analysis: (Gauge chart, Line Chart)։**

**Նպատակը**. Նպատակը գույքագրման մակարդակների մոնիտորինգն է, վերադասավորման կետերի սահմանումը և պաշարների շրջանառության դրույքաչափերի գնահատումը:

**Վերլուծություն**. Այս վերլուծությունը օգնում է ապահովել բաժնետոմսերի համապատասխան հասանելիություն՝ հաճախորդների պահանջարկը բավարարելու համար՝ միաժամանակ նվազագույնի հասցնելով գույքագրման ավելցուկային ծախսերը: Վաճառքի պատմական տվյալների և ժամկետների վրա հիմնված օպտիմալ վերադասավորման կետեր սահմանելով՝ ընկերությունը կարող է կանխել պաշարների ավելցուկը՝ դրանով իսկ բարելավելով դրամական միջոցների հոսքը և գործառնական արդյունավետությունը: **Պաշարների շրջանառության մակարդակի (inventory turnover rates**) մոնիտորինգը պատկերացում է տալիս ապրանքների արագ վաճառքի մասին, ինչը կարևոր է պաշարների օպտիմալ մակարդակը պահպանելու և ավելցուկից խուսափելու համար:

**Ապրանքի ներդրման սահման. Product Contribution Margin: (waterfall chart)։**

**Նպատակը**. Նպատակն է գնահատել յուրաքանչյուր ապրանքի շահութաբերությունը՝ հաշվարկելով դրա ներդրման սահմանը:

**Վերլուծություն**. Յուրաքանչյուր ապրանքի շահութաբերությունը հասկանալը թույլ է տալիս ընկերությանը առաջնահերթություն տալ ռեսուրսներին և կենտրոնանալ ավելի բարձր սահման ունեցող ապրանքների վրա: Այն օգնում է որոշումներ կայացնել գնագոյացման, արտադրանքի պորտֆելի կառավարման և ռեսուրսների բաշխման վերաբերյալ՝ ուղղորդելով ընդհանուր շահութաբերությունը առավելագույնի հասցնելու ջանքերը: Բացահայտելով ցածր սահման ունեցող ապրանքները՝ ընկերությունը կարող է ուսումնասիրել խնայողությունների հնարավորությունները կամ հարմարեցնել իր գնային ռազմավարությունը՝ շահութաբերությունը բարելավելու համար:

**Ապրանքի զեղչի վերլուծություն**. **Product discount analysis: (Table chart)։**

**Նպատակը.** Նպատակն է գնահատել զեղչային ռազմավարությունների արդյունավետությունը և դրանց ազդեցությունը վաճառքի կատարման վրա:

**Վերլուծություն**. Այս վերլուծությունը հնարավորություն է տալիս պատկերացում կազմել զեղչերի, վաճառքի ծավալի և եկամուտների միջև: Այն օգնում է գնահատել զեղչային արշավների ներդրումների շահութաբերությունը, հասկանալ գնագոյացման նկատմամբ հաճախորդների զգայունությունը և օպտիմալացնել զեղչային ռազմավարությունները՝ առավելագույնի հասցնելու եկամուտն ու շահութաբերությունը: Զեղչերի և վաճառքի արդյունավետության միջև կապը հասկանալը կարևոր է եկամուտը առավելագույնի հասցնելու համար՝ միաժամանակ շահութաբերությունը պահպանելու համար:

**Վաճառքի ամենաբարձր ծավալով տարի․ Year with Most Sales (Stacked Bar Chart)։**

**Նպատակը**. Որոշել թե որ տարում է գրանցվել ամենաբարձր ծավալով վաճառքը:

**Վերլուծություն**. Վերլուծության նպատակն է որոշել, թե որ տարին է գրանցվել ընդհանուր վաճառքի գագաթնակետը, ինչը պատկերացում է տալիս տարիների ընթացքում վաճառքի ընդհանուր արդյունավետության մասին: Այս տեղեկատվությունը կարող է օգնել հասկանալ վաճառքի միտումները և սեզոնայնությունը, ինչպես նաև օգնել ապագա վաճառքի կանխատեսմանը և ռազմավարական պլանավորմանը:

**Բարձր պահանջարկ ունեցող 5 լավագույն ապրանքները. Top 5 Products in High Demand:**

**Նպատակը**. Բացահայտել այն ապրանքները, որոնք ունեն ամենաբարձր պահանջարկը:

**Վերլուծություն**. Դոնաթ աղյուսակը ցույց է տալիս վաճառքի բաշխվածությունը լավագույն 5 ապրանքների միջև՝ նշելով, թե որ ապրանքներն են առավել պահանջված հաճախորդների կողմից: Հատուկ ապրանքների հանրաճանաչությունը հասկանալն օգնում է օպտիմիզացնել գույքագրման մակարդակը՝ ապահովելով բարձր պահանջարկ ունեցող ապրանքների բավարար պաշար՝ հաճախորդների կարիքները բավարարելու և վաճառքի հնարավորությունները շահագործելու համար:

**Բարձր պահանջարկ ունեցող թոփ 5 կատեգորիաները.**

**Top 5 Categories in High Demand:**

**Նպատակը**. Ընդգծել պահանջարկի ամենաբարձր մակարդակ ունեցող ապրանքների կատեգորիաները:

**Վերլուծություն**. Աղյուսակը ներկայացնում է վաճառքի համամասնությունը, որը վերագրվում է ապրանքների լավագույն 5 կատեգորիաներին՝ բացահայտելով, թե որ ապրանքային խմբերն են առավել մեծ պահանջարկ ունեցող հաճախորդների շրջանում: Այս վերլուծությունը հեշտացնում է արտադրանքի տեսականու, մարքեթինգային արշավների և ռեսուրսների բաշխման վերաբերյալ ռազմավարական որոշումների կայացումը՝ թույլ տալով ընկերությանը կենտրոնանալ այն կատեգորիաների վրա, որոնք նպաստում են եկամուտների և հաճախորդների գոհունակությանը:

**Քարտային վիզուալներ (ընդհանուր եկամուտ, վաճառված քանակ, ընդհանուր արժեքը)․**

**Card Charts (Total Revenue, Quantity Sold, Total Cost)։**

**Նպատակը**. Տրամադրել հիմնական ցուցանիշները՝ կապված եկամուտների, վաճառված քանակի և ընդհանուր արժեքի հետ՝ ֆինանսական արդյունավետության արագ ակնարկի համար:

**Վերլուծություն**. Քարտային վիզուալները առաջարկում են հիմնական ֆինանսական ցուցանիշների պարզեցված ներկայացում, ինչը շահագրգիռ կողմերին թույլ է տալիս արագորեն հասկանալ ընկերության արդյունավետության եկամուտների ստեղծման, վաճառքի ծավալի և ծախսերի կառավարման առումով: Այս չափիչները օգնում են գնահատել շահութաբերությունը, արդյունավետությունը և ծախսարդյունավետությունը՝ հեշտացնելով տեղեկացված որոշումների կայացումը և կատարողականի գնահատումը:

**Ընդհանուր եկամուտն ըստ առաջատար երեք երկրների ․**

**Total Income by Top 3 Countries (Donut Chart)։**

**Նպատակը**. Ցուցադրել երեք խոշորագույն երկրների ներդրումը վաճառքի ընդհանուր հասույթում:

**Վերլուծություն**. Այս աղյուսակը տեսողականորեն ներկայացնում է առաջին երեք երկրների կողմից ներդրված վաճառքից եկամտի մասնաբաժինը, որը պատկերացում է տալիս վաճառքի աշխարհագրական բաշխման և շուկայի կենտրոնացման մասին: Հասկանալով հիմնական երկրների ներդրումը եկամուտների մեջ, օգնում է առաջնահերթություն տալ վաճառքի միջազգային ռազմավարություններին, արդյունավետորեն բաշխել ռեսուրսները և նվազեցնել աշխարհագրական կախվածության հետ կապված ռիսկերը:

**Ամփոփում․**

Ընկերությունը կարող է այս տվյալների վրա հիմնված որոշումներ կայացնել՝ օպտիմալացնելու վաճառքի արդյունավետությունը, գույքագրման կառավարումը, գնային ռազմավարությունները և ընդհանուր շահութաբերությունը: Հիմնական ցուցանիշների կանոնավոր մոնիտորինգը և վերլուծությունը թույլ են տալիս ընկերությանը հարմարվել շուկայի դինամիկային, հաճախորդների նախասիրություններին և մրցակցային ճնշումներին՝ ապահովելով կայուն աճ և հաջողություն շուկայում: