

Начальная страница ← Отчеты\Маркетинговая акция

Сравнение продаж двух периодов

Отчёт «Сравнение продаж двух периодов» предназначен для анализа продаж компании за два периода времени — текущий период отчета и предыдущий период сравнения. Отчет может быть использован для оценки эффективности проведения маркетинговой акции. Отчёт вызывается из раздела «Отчеты» → группа «Отчеты» → «Сравнение продаж двух периодов».

Так же отчет доступен в документе «Маркетинговая акция».

Сравнение двух периодов. Номенклатура

Параметры: Период сравнения: 17.11.2020 – 17.12.2020
Период отчета: 16.10.2020 – 16.11.2020
Процент погрешности роста: 5,00
Процент стремительного роста: 30,00
Отбор: Фирма: ЗАО "Продукты на дом"

Сформировать Настройки... Найти... Данные Печать Печать Выгрузка Ещё...

Продажи. Сравнение двух периодов. Номенклатура

Параметры: Период сравнения: 17.11.2020 – 17.12.2020
Период отчета: 16.10.2020 – 16.11.2020
Процент погрешности роста: 5,00
Процент стремительного роста: 30,00
Отбор: Фирма Равно "ЗАО "Продукты на дом""

Выручка. Номенклатура

Фирма	Количество	Выручка	Прибыль		
Склад	Количество	Сумма	Сумма		
Номенклатура	Период	Изменение	Период		
	Период	Изменение	Период		
	сравнения	%	сравнения		
ЗАО "Продукты на дом"	1 088,56	999,56 ▲▲	37 212,14	9 336,86 ▲▲	-42 12:
	89	1 123,10	27 875,28	33,50	7 63:
Главный склад (Магазин "Продукты")		-5 ▼▼		-3 400 ▼▼	

В настройках отчета обязательно выбираются два сравниваемых периода: текущий и прошлый период. Отчет строится по регистру «Продажи». Пользователь может задать отбор по фирме, складу, номенклатуре, виду номенклатуры, категории номенклатуры, а так же по большому количеству параметров, которые можно добавить в расширенных настройках отчета.

Информации об объёмах продаж выводится как в количественном, так и в суммовом выражении. Количественные характеристики выводятся в базовых единицах измерения, а стоимостные показатели отчёта выводятся в валюте управленческого учёта. Помимо объёма продаж по фирме в целом и по каждому товару, вошедшему в отчёт, выводится динамика изменения продаж — различие в продажах выводятся как в количественном/суммовом выражении, так и в процентном.

Выручка за сравниваемые периоды по выбранному варианту отчета выводится как в виде диаграммы, так и в табличном виде.

Структура информации в отчете соответствует параметрам, заданным в диалоговом окне кнопки **«Настройка»**.

В меню кнопки **«Варианты отчета»** могут быть выбраны следующие предопределенные варианты:

- «Сравнение двух периодов. **Категория**»;
- «Сравнение двух периодов. **Категория прибыль после уплаты НДС**»;
- «Сравнение двух периодов. **Номенклатура**»;
- «Сравнение двух периодов. **Номенклатура прибыль после уплаты НДС**»;
- «Сравнение двух периодов. **Склад**»;
- «Сравнение двух периодов. **Склад прибыль после уплаты НДС**».

При сравнении показателей по умолчанию выводятся показатели **«Количество»**, **«Выручка»**, **«Прибыль»**, **«Маржа»** (считается в процентах по формуле: Прибыль/Сумма продажи), **«Доля в процентах от общего количества продаж»** (считается как количество продаж * 100/общее количество продаж), **«Доля в процентах от общей суммы продаж»** (считается как сумма продаж * 100/общая сумма продаж), **«Доля в процентах от общей прибыли продаж»** (считается как прибыль продаж * 100/общая прибыль продаж).

Общая прибыль продаж считается как общая прибыль по всем магазинам из отбора без учета фирм, складов, товаров за указанные в настройках отчета периоды.

При сравнении показателей после уплаты НДС по умолчанию выводятся показатели **«Количество»**, **«Выручка после уплаты НДС»**, **«Прибыль после уплаты НДС»**, **«Маржа»**, **«Доля в процентах от общего количества продаж»**, **«Доля в процентах от общей суммы продаж»**, **«Доля в процентах от общей прибыли продаж»**.

Пользователь может убрать или добавить показатели.

Реквизиты отчета:

- **«Период отчета»** — задается период, который является основным для сравнения. Если документ вызывается из документа «Маркетинговая акция», значение реквизита заполняется временем проведения акции;
- **«Период сравнения»** — задается период, по которому сравниваются продажи и полученная прибыль. Если документ вызывается из документа «Маркетинговая акция», значение реквизита рассчитывается, как предыдущий период равный количеству дней проведения акции с датой окончания равной дате начала акции минус 1 день;
- **«Процент погрешности роста»** — задается процент изменения показателя отчета (количество, сумма выручки, полученная прибыль), ниже которого динамика изменения будет считаться статистической погрешностью и в строке отчета показатель динамики будет показываться прочерком («—»);
- **«Процент стремительного роста»** — задается процент изменения показателя отчета

(количество, сумма выручки, полученная прибыль), выше которого динамика изменения будет считаться «стремительным ростом» и в строке отчета показатель динамики будет показываться пиктограммой    или  соответственно;

- «**Фирма**» — задается фирма, по которой будет формироваться отчет;
- «**Склад**» — из справочника «[Склады](#)» выбирается склад, по номенклатуре которого будет формироваться отчет;
- «**Номенклатура**» — указывается номенклатура, по которой будет формироваться отчет;
- «**Вид номенклатуры**» — в справочника [Виды номенклатуры](#) выбирается вид номенклатуры, по которой будет формироваться отчет;
- «**Категория номенклатуры**» — в справочника [Категории номенклатуры](#) указывается вид номенклатуры, по которой будет формироваться отчет.

По умолчанию отбор данных для отчета осуществляется по заданным параметрам отчета. При необходимости критерии отбора могут быть изменены в расширенных настройках отчета («Настройки» - вид «Расширенный»).

При нажатии кнопки «**Добавить отбор**» на экран выводится форма для выбора поля отчета, по которому будет осуществляться отбор данных. Затем в форме настроек для выбранного реквизита можно задать условие отбора и, при необходимости, значение отбора.

Например, используя эту возможность можно в отчете задать отбор:

- товаров продажи, которых по выручке упали более чем на 20%;
- товаров заданного бренда, поступивших от одного или нескольких поставщиков (контрагент задается в группе «Договор поставщика», бренд задается в группе «Номенклатура»).

From:
<https://wiki.ilexx.ru/> - Штрих-М: Документация
Permanent link:
https://wiki.ilexx.ru/doku.php?id=tp7:%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%D1%8B:%D1%81%D1%80%D0%B0%D0%82%D0%BD_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%84%D0%B0%D0%86&rev=1614170357

