

# Как делать закупки, не лишая ресторан прибыли

**Управление себестоимостью** – один из ключевых элементов, требующих внимания руководителей в ресторанном бизнесе. Использование эффективных методов работы с этим показателем помогает обеспечить прибыльность, грамотное управление затратами, планирование и устойчивость к изменениям.

Прямое влияние на себестоимость оказывают закупочные цены, поэтому их оптимизацией нужно заниматься в первую очередь. Работа с ними включает: выбор поставщиков, анализ предложений, оптимизацию процессов закупок и использование технологий для эффективного контроля и анализа данных.

В работе с поставщиками по закупочным ценам можно выделить четыре основных фактора: оптимальность, своевременность, качество и количество.

Оптимальность имеет одно из ключевых значений, поскольку именно в ней заложен потенциал для сокращения себестоимости. Она достигается с помощью трех базовых составляющих: мониторинга предложений от поставщиков, отторговывания (встречи и переговоры) и анализа эффекта изменения входной цены.

Во время работы с ресторанными проектами мы уделяем особое внимание аналитике по закупочным ценам, что позволяет увеличить эффективность в разрезе каждой из трех составляющих. Для этого удобно использовать возможности аналитической платформы Mozg . Недавно вышел отдельный отчет «Анализ изменения закупочных цен», который помогает делать это еще быстрее.

## 1. Эффект влияния на себестоимость цены закупки

Рестораны	Рост цены закупа, руб. ?	Снижение цены закупа, руб. ?	Эффект изменения цены закупа, руб. ?	Доля от выручки ресторана, % ?	Выручка ресторана за период сен. 23, руб. ?
<a href="#">Ресторан MOZG 1</a>	+30 257,63	-7 259,08	+22 998,54	0,62%	3 699 137,04
<a href="#">Ресторан MOZG 2</a>	+4 493,44	-1 095,65	+3 397,79	0,33%	1 021 650,16
Итого	34 751,07	-8 354,73	26 396,33	0,56%	4 720 787,20

Пример № 1. Отчет «Анализ изменения закупочных цен»: влияние цен закупа на прибыль по ресторанам.

Эффект изменения цены закупа рассчитывается по формуле:

*Цена была - цена стала* = ☐ эффект изменения цены (+/-)

По итогам рассматриваемого периода проводится аналитика по совокупному росту и снижению цен. Это позволяет рассчитать эффект изменения цены и его долю от

выручки. Полученное значение представляет собой потенциал для роста прибыли ресторана.

2.

## Влияние цен закупа на прибыль ресторана в разрезе товарных групп и категорий

Группы товаров ?	Рост цены закупа, руб. ?	Снижение цены закупа, руб. ?	Эффект изменения цены закупа, руб. ?	Доля от выручки ресторана, % ?	Выручка ресторана за период сен. 23, руб. ?
<a href="#">Вина красные</a>	+8 043,25	-	+8 043,25	0,22%	
<a href="#">Рыба и морепродукты</a>	+4 940,82	-	+4 940,82	0,13%	
<a href="#">Мясо и мясные продукты</a>	+5 522,47	-1 824,05	+3 698,41	0,10%	
<a href="#">Напитки</a>	+2 093,73	-	+2 093,73	0,06%	
<a href="#">Молочные продукты</a>	+1 972,74	-279,99	+1 692,74	0,05%	
<a href="#">Ликеры</a>	+895,64	-	+895,64	0,02%	
<a href="#">Бакалея</a>	+853,43	-14,59	+838,85	0,02%	
<a href="#">Овощи, фрукты, орехи, грибы</a>	+3 933,04	-3 356,06	+576,98	0,02%	
<a href="#">Вина белые</a>	+511,49	-34,13	+477,36	0,01%	
<a href="#">Соусы</a>	+533,70	-127,15	+406,56	0,01%	
<a href="#">Вермуты</a>	+153,40	-	+153,40	-	
<a href="#">Водка</a>	+166,27	-28,32	+137,95	-	

Пример № 2. Отчет “Анализ изменения закупочных цен”: влияние цен закупа на прибыль ресторана в разрезе товарных групп и категорий.

Чтобы улучшить эффект изменения цены, необходимо проанализировать, по каким группам меню наблюдается рост. Это позволяет выявить группы меню, по которым они увеличились больше всего.

На примере видно, что в группе «Мясо и мясные продукты» он составил + 5 522,47 руб., в то время как снижение только - 1 824,05 руб., таким образом, эффект изменения цены закупа за рассматриваемый период составил + 3 698,41 руб.

3.

## Влияние цен закупа на прибыль ресторана: Детализация по товару

Наименование товара ↕ ?	Единица измерения ?	авг. 23 ?	сен. 23 ?			Эффект изменения цены закупа, руб. ?	Изменение цены закупки за единицу товара	
		Цена за единицу товара, руб. ?	Цена за единицу товара, руб. ?	Доля от всего закупа за период сен. 23, % ?	ABC-анализ по выручке закупленного товара ?		за ед. (руб.) ↕ ?	за ед. (%) ↕ ?
<a href="#">Свиная рулька</a>	шт	210,61	368,11	0,47%	A	+1 574,98	+157,50	+74,78%
<a href="#">Говядина ребай (спинной отруб)/ северная звезда</a>	кг	599,90	659,90	1,88%	A	+1 351,20	+60,00	+10,00%
<a href="#">Куриное филе</a>	кг	358,69	397,49	1,42%	A	+1 097,79	+38,81	+10,82%
<a href="#">Прощутто</a>	кг	2 009,60	2 590,00	0,33%	B	+580,40	+580,40	+28,88%
<a href="#">Куриное бедро филе</a>	кг	388,67	420,00	0,76%	A	+447,39	+31,33	+8,06%
<a href="#">Фарш говяжий покупной Мираторг</a>	кг	420,00	455,00	0,46%	B	+280,01	+35,00	+8,33%
<a href="#">Бекон нарезка</a>	кг	631,06	656,00	0,42%	B	+124,69	+24,94	+3,95%
<a href="#">Колбаса липперони</a>	кг	459,00	492,00	0,12%	C	+66,00	+33,00	+7,19%
<a href="#">Ягнятина мякоть, кг</a>	кг	802,00	800,00	2,33%	A	-46,07	-2,00	-0,25%
<a href="#">Говяжий жир</a>	кг	79,00	40,00	0,06%	C	-452,79	-39,00	-49,37%

Пример № 3. Отчет «Анализ изменения закупочных цен»: влияние цен закупа на прибыль ресторана: детализация по товару.

После определения групп, по которым наблюдается негативная динамика необходимо рассмотреть, какие именно позиции являются этому причиной. Для этого перейдем к детализации по товарам в разрезе группы меню.

Таким образом, в группе «Мясо и мясные продукты» по позиции «Свиная рулька» эффект изменения цены составил **+ 1 574, 98 руб.** при росте цены за единицу на 75%.

## 4. Приходы за период

Дата поставки на приход ?	Поставщик ?	Товар ?	Единица измерения ?	Кол-во закупки в ед. измерений ?	Цена за единицу товара ?
10.08.2023	ООО Русторгсервис	Свиная рулька	шт	6,00	176,49
15.08.2023	ООО Русторгсервис	Свиная рулька	шт	6,00	139,11
20.08.2023	ООО Русторгсервис	Свиная рулька	шт	6,00	193,08
20.08.2023	ООО Русторгсервис	Свиная рулька	шт	6,00	193,08
23.08.2023	ООО "ТК"Мираторг"	Свиная рулька	шт	16,00	263,36
13.09.2023	ООО "ТК"Мираторг"	Свиная рулька	шт	10,00	368,11

Пример № 4. Отчет «Анализ изменения закупочных цен»: приходы за период.

Причиной удорожания единицы товара может быть как рост цены закупки у поставщика, так и закупка товара у другого поставщика на менее выгодных условиях. В случае из примера, можно отметить, что причина существенного роста цены – смена поставщика.

Использование технологий автоматизации в этом процессе поможет повысить финансовые результаты быстрее и сделает работу управляющего проще. В сервисе ресторанной аналитики [MOZG](#) этот функционал уже работает. Чтобы узнать о нем подробнее, запишитесь на бесплатную демонстрацию нового отчета по [ссылке](#).

Для запуска системы анализа входных цен в ресторанной компании, рекомендуем следовать алгоритму:

1. Определить ключевых поставщиков и стратегические товары;
2. Сформировать график встреч и переговоров;
3. Внедрить систему анализа;
4. Закрепить порядок отчетности и разбора результатов.

Действуйте системно и повышайте эффективность своего ресторана!

---

Версия #3

[Admin](#) создал Tue, Dec 19, 2023 4:54 AM

[Admin](#) обновил Tue, Dec 19, 2023 5:17 AM