

Динамика позиции меню

Отчет показывает динамику позиций меню за период в два года по таким показателям как: - себестоимость, - % foodcost, - цена в меню, - количество проданных позиций, - количество проданных позиций к количеству гостей.

- [Описание отчета](#)
- [Построение отчета](#)
- [Как пользоваться отчетом](#)
- [Настройки](#)

Описание отчета

Отчет показывает динамику позиций меню за период в два года по таким показателям как:

- себестоимость,
- % foodcost,
- цена в меню,
- количество проданных позиций,
- количество проданных позиций к количеству гостей.

На диаграммах отчета, наглядно показана линия тренда позиции в разрезе всех вышеперечисленных показателей.

Отчет помогает быстро оценить выбранную позицию меню и принять те или иные управленческие решения в зависимости от линии тренда.

Отчет может быть взят в работу операционистами, шеф-поварами, при анализе продаж, при составлении нового меню, а также маркетологами — отчет как вспомогательный инструмент при аналитике предпочтений гостя.

далее на страницу [Построение отчета](#)

Построение отчета

Есть два способа формирования отчета:

1. Через "Генератор отчетов"
2. Через отчет ABC анализ.

1. При построении через "Генератор отчетов" необходимо выбрать:

- анализируемый ресторан
- анализируемое Подразделение
- отчет "Динамика позиции меню"
- блюдо из списка позиций.

Генератор отчетов

Ресторан: Ресторан 4 x

Подразделение: Зал Ресторана x

Отчёт: Динамика позиции меню

Блюдо: Негрони x

Фильтры

+ -

Сформировать Сбросить фильтры

2. При построении через отчет ABC анализ необходимо кликнуть на выбранную позицию:

| 50-30-20 ▾ | | Объём продаж без учёта ПК ▾ | | Двойной ABC-анализ | | Полная версия ▾ | | Показать ранги ▾ | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|-------|-----------------------------|------|--------------------|-----------------------------|-----------------|---------------------------|------------------|-----------------|---------------------|-------|-----------------|-------|-----------------------|-----------|--------------------|-------------|-----------------------------|-------------------------------|------|------|-----|
| □ | № П/п | Наименование | PK ? | МК ? | Средняя цена в меню, руб. ? | С/С руб./шт. | Маржина- лность, руб./шт. | С/С рентаб., % ? | С/С продаж, % ? | Объём продаж, шт. ? | | Выручка, руб. ? | | Валовая маржа, руб. ? | | С/С продаж, руб. ? | % наценки ? | % наценки с учётом скидок ? | Средне- выруч. за шт., руб. ? | | | |
| □ | 1 | Алероль Спритц | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 550 | 145 | A | 403 | 26,4% | 26,5% | A 304 | 14,2% | A 166 507 | 15,0% | A 122 430 | 14,8% | 44 077 | 279% | 278% | 548 |
| □ | 2 | Ротонги Хелло | ⓪ | Ⓜ | 1,30 | 1,00 | 550 | 125 | A | 410 | 22,7% | 23,3% | A 250 | 11,7% | A 133 767 | 12,1% | A 102 549 | 12,4% | 31 218 | 340% | 328% | 535 |
| □ | 3 | Алероль Спритц | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 550 | 167 | A | 363 | 30,3% | 31,4% | A 219 | 10,2% | A 115 991 | 10,5% | A 79 526 | 9,6% | 36 466 | 230% | 218% | 530 |
| □ | 4 | Гавайи | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 650 | 129 | A | 502 | 19,8% | 20,4% | A 211 | 9,8% | A 133 171 | 12,0% | A 105 962 | 12,8% | 27 208 | 404% | 389% | 631 |
| □ | 5 | Лонг Айленд Айс Ти | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 500 | 167 | B | 326 | 33,5% | 33,9% | A 195 | 9,1% | A 96 250 | 8,7% | B 63 609 | 7,7% | 32 641 | 199% | 195% | 494 |
| □ | 6 | Малиновый Спритс | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 650 | 143 | A | 495 | 22,0% | 22,5% | B 140 | 6,5% | B 89 284 | 8,1% | A 69 236 | 8,4% | 20 048 | 354% | 345% | 638 |
| □ | 7 | Хайлайтер | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 500 | 80 | A | 410 | 16,0% | 16,3% | B 123 | 5,7% | B 60 291 | 5,4% | B 50 477 | 6,1% | 9 814 | 527% | 514% | 490 |
| □ | 8 | Мартина Фiero-тоник | ⓪ | Ⓜ | 1,30 | 1,00 | 450 | 72 | A | 366 | 16,1% | 16,5% | B 122 | 5,7% | B 53 507 | 4,8% | B 44 681 | 5,4% | 8 825 | 522% | 506% | 439 |
| □ | 9 | Лонг Классический | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 450 | 165 | C | 284 | 36,8% | 36,8% | B 72 | 3,4% | B 32 369 | 2,9% | B 20 459 | 2,5% | 11 910 | 172% | 172% | 450 |
| □ | 10 | Пенциллен | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 500 | 112 | A | 383 | 22,5% | 22,7% | B 61 | 2,8% | B 30 200 | 2,7% | B 23 340 | 2,8% | 6 860 | 345% | 340% | 495 |
| □ | 11 | Пенциллен | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 450 | 107 | B | 318 | 23,8% | 25,2% | B 55 | 2,6% | C 23 356 | 2,1% | C 17 470 | 2,1% | 5 886 | 321% | 297% | 425 |
| □ | 12 | Негрони | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 500 | 104 | A | 376 | 20,7% | 21,6% | C 49 | 2,3% | C 23 497 | 2,1% | C 18 423 | 2,2% | 5 074 | 383% | 363% | 480 |
| □ | 13 | Б-52 | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 500 | 127 | B | 323 | 28,2% | 28,2% | C 36 | 1,7% | C 16 200 | 1,5% | C 11 636 | 1,4% | 4 564 | 255% | 255% | 450 |
| □ | 14 | Бакарди | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 400 | 157 | B | 326 | 32,0% | 32,5% | C 36 | 1,7% | C 17 368 | 1,6% | C 11 721 | 1,4% | 5 646 | 212% | 208% | 482 |
| □ | 15 | Негрони | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 450 | 110 | B | 323 | 24,4% | 25,3% | C 34 | 1,6% | C 14 715 | 1,3% | C 10 986 | 1,3% | 3 729 | 310% | 295% | 433 |
| □ | 16 | Маргарита классическая | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 450 | 157 | C | 278 | 34,9% | 36,2% | C 33 | 1,5% | C 14 353 | 1,3% | C 9 163 | 1,1% | 5 190 | 186% | 177% | 435 |
| □ | 17 | Фiero Тоник | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 450 | 72 | A | 378 | 15,9% | 15,9% | C 32 | 1,5% | C 14 400 | 1,3% | C 12 108 | 1,5% | 2 292 | 528% | 528% | 450 |
| □ | 18 | Пена Колада | ⓪ | Ⓜ | 1,00 | 1,00 | 450 | 128 | C | 296 | 28,4% | 30,1% | C 29 | 1,4% | C 12 278 | 1,1% | C 8 576 | 1,0% | 3 702 | 253% | 232% | 423 |
| □ | 19 | Моитто 600 мл | ⓪ | Ⓜ | 1,50 | 1,00 | 490 | 154 | A | 335 | 31,4% | 31,5% | C 23 | 1,1% | C 11 234 | 1,0% | C 7 695 | 0,9% | 3 539 | 218% | 217% | 488 |
| □ | 20 | Бакарди-Моитто 300 мл | ⓪ | Ⓜ | 1,30 | 1,00 | 400 | 101 | C | 299 | 25,4% | 25,4% | C 21 | 1,0% | C 8 400 | 0,8% | C 6 270 | 0,8% | 2 130 | 294% | 294% | 400 |

далее на страницу [Как пользоваться отчетом](#)

Как пользоваться отчетом

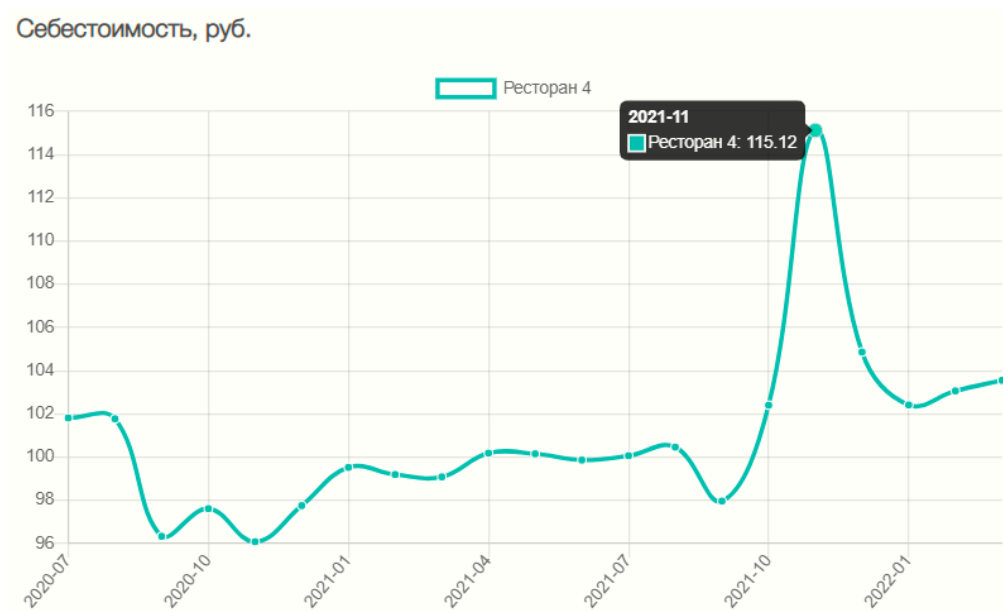
Отчет сформировался в виде пяти диаграмм:

Первый показатель "Себестоимость, руб.":

На примере ниже видно соотношение стоимости к периоду.

Линия тренда в положительной динамике, самый низкий показатель себестоимости пришелся на 2020-09, а самый пик на 2021-11.

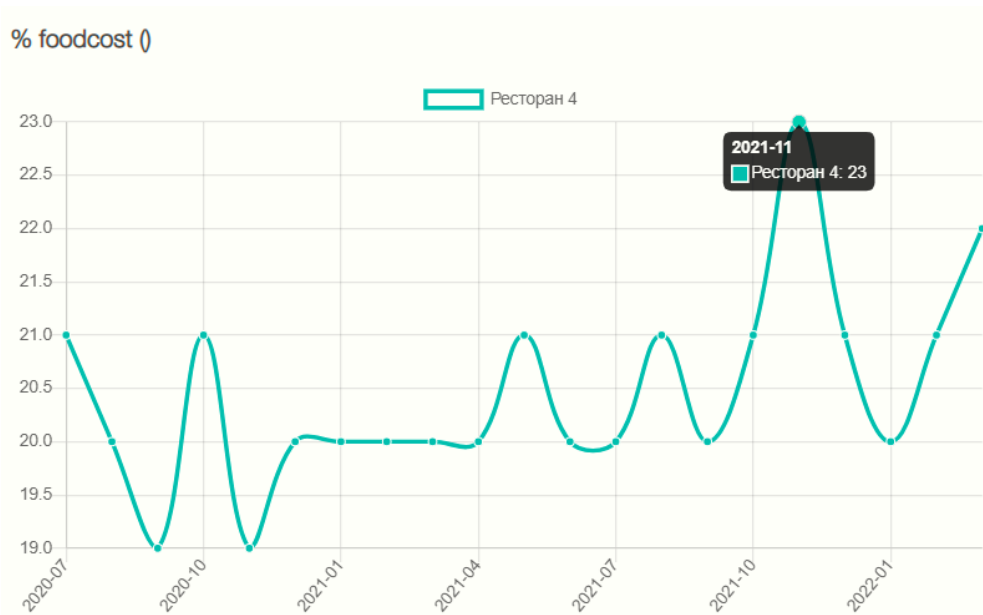
Проанализировав полученную информацию можно принимать те или иные управленческие решения, например поработать с входящими ценами.



Второй показатель "% foodcost":

Диаграмма показывает, какой процент стоимости потратили на продуктовую составляющую анализируемой позиции в тот или иной период.

Таким образом видно, что в период 2020-09 показатель был в резко отрицательной динамике, а после так же резко линия тренда пошла по нарастающей и 2021-11 достигла пика.

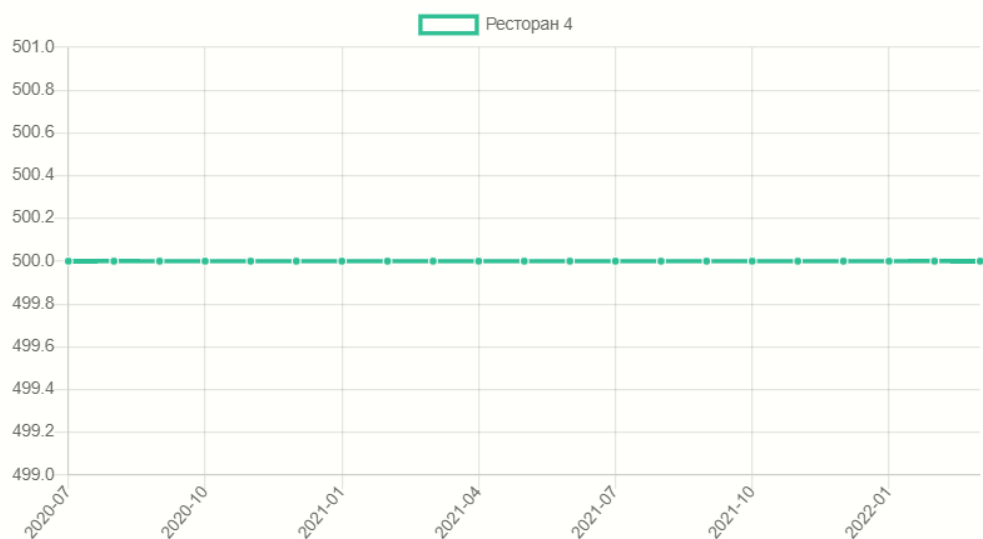


Третий показатель "Цена в меню, руб.":

С помощью этого показателя можно оперативно увидеть как и когда менялась продажная цена анализируемой позиции.

На примере ниже наглядно показано, что цена блюда статична с 2020-07., возможно, стоит ее пересмотреть в сторону увеличения, учитывая рост себестоимости.

Цена в меню, руб



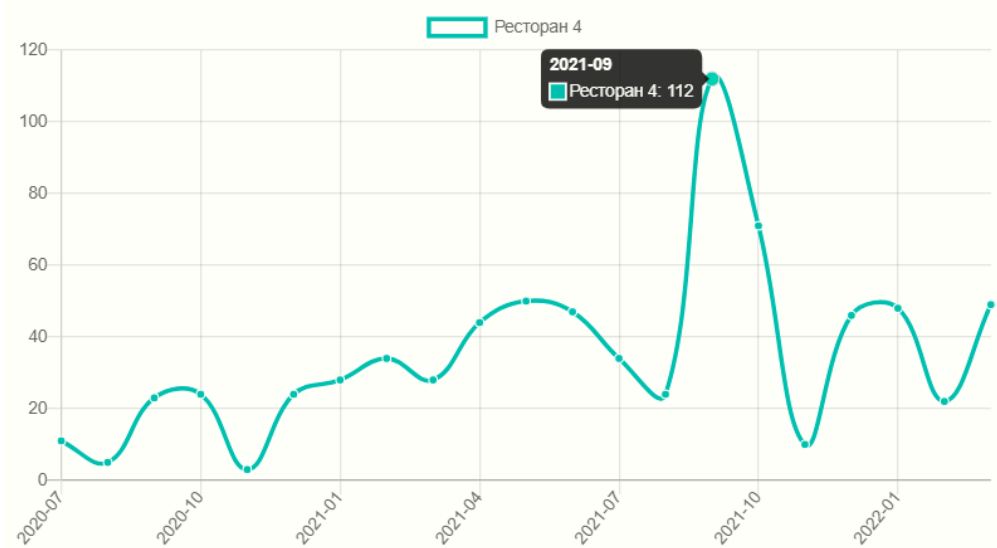
Четвертый показатель "Количество проданных":

Отображается количество позиций по выбранному для анализа подразделению.

Диаграмма формирует линию тренда по двум параметрам это период и количество в штуках. На примере, нулевые продажи пришлись на период 2020-08 и на 2020-11, если взять в расчет остальные показатели данного отчета, то можно сделать вывод, что заведение возможно не функционировало в данный временной промежуток или позиция была в стоп-листе.

Диаграмма формирует линию тренда по двум параметрам - это период и количество в штуках.

Кол-во проданных ()

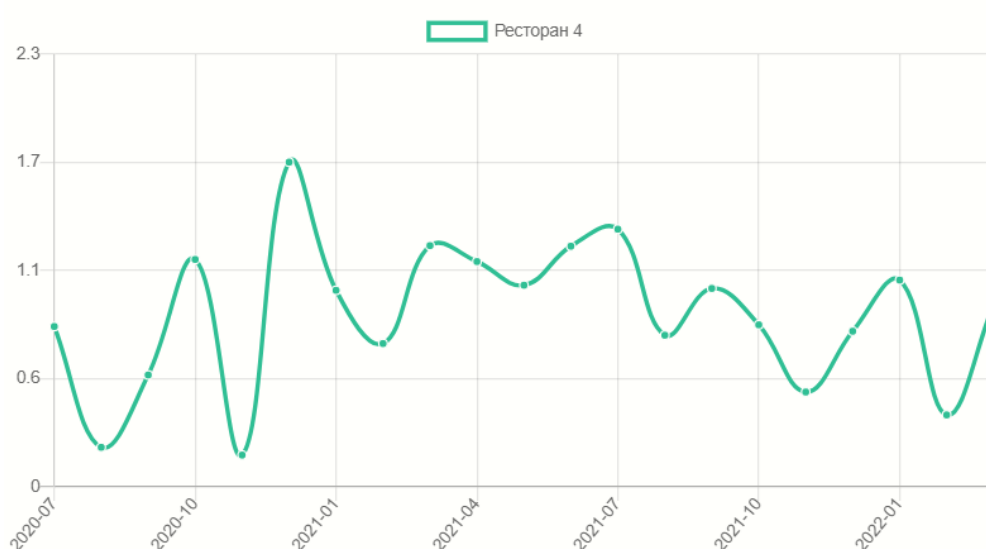


Пятый показатель "Количество проданных к количеству гостей":

Диаграмма формирует линию тренда по двум показателям, по количеству проданных позиций и по количеству гостей за анализируемый период.

Для получения показателя делим количество проданных позиций на гостей получаем количество позиций на гостя.

Кол-во проданных к количеству гостей ()



Проанализировав все графики, можно оценить позицию меню и выстроить такие гипотезы как:

- возможное увеличение цены
- необходимость снижения себестоимости
- работа с продажами для увеличения спроса
- вывод позиции из меню или замена
- проверка качества позиции и отсутствия стоп-листа при резком снижении спроса.

далее на страницу [Настройки](#)

Настройки

В данном отчете необходимо выполнить настройку [методов оплат](#), так как отчет строится только по "Реальным деньгам".