

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.

Ресторан: Ресторан 4 x

Подразделение: Зал Ресторана x

Отчёт: Динамика позиции меню

Блюдо: Негрони x

Фильтры

Сформировать Сбросить фильтры

Генератор отчетов

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	ПК	МК	Средняя цена в меню, руб.	С/С руб. лит.	Маржина льность, руб./лит.	С/С расчетов, %	С/С продаж, %	Объем продаж, шт.	Выручка, руб.	Валовая маржа, руб.	С/С продаж, руб.	% наценки	% наценки с учётом скидок	Средне вырuche за шт., руб.							
1	Алероль Спритц	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	Ромонки Хелло	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	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	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	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	1,00	1,00	650	143	A	495	22,0%	22,5%	B	140	6,5%	B	89 284	8,1%	A	69 238	8,4%	20 048	354%	345%	638
7	Хайлайтер	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	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	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	Пенциллин	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	Пенциллин	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	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	1,00	1,00	450	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	1,00	1,00	450	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	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	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	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	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	Мохито 600 мл	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-Мохито 300 мл	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

Показать динамику показателей '@ Негрони'

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.

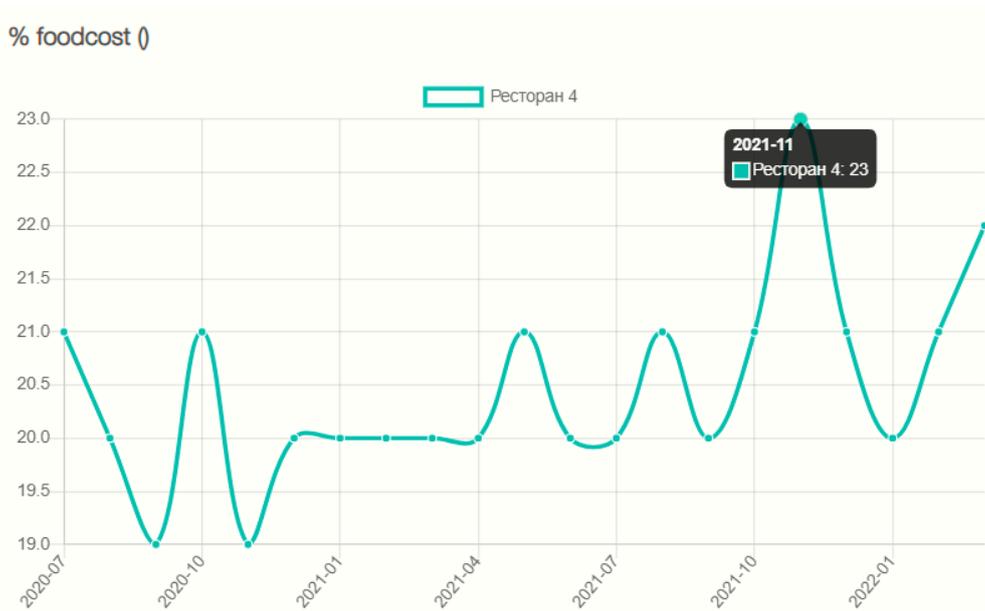
Проанализировав полученную информацию можно принимать те или иные управленческие решения, например поработать с входящими ценами.



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.

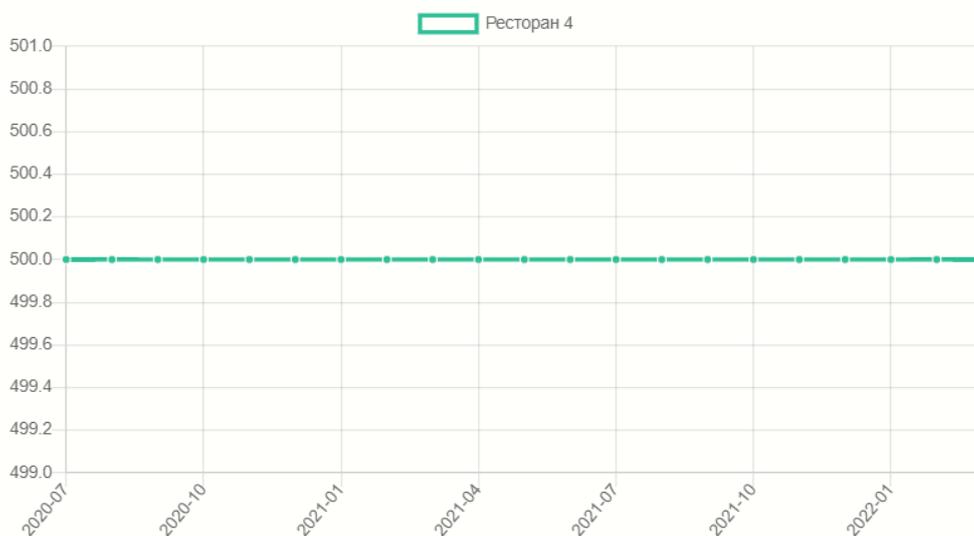


Третий показатель "Цена в меню, руб.":

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



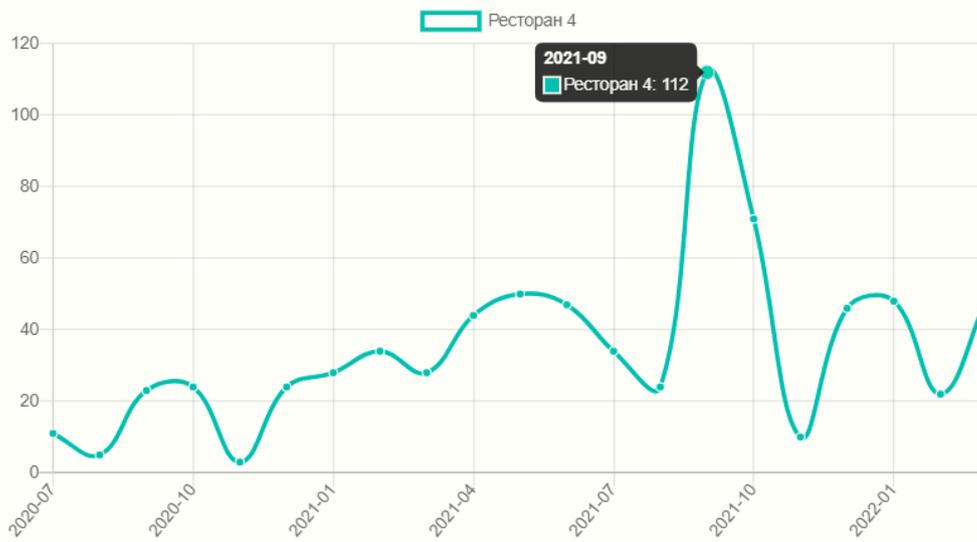
Четвертый показатель "Количество проданных":

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 ()

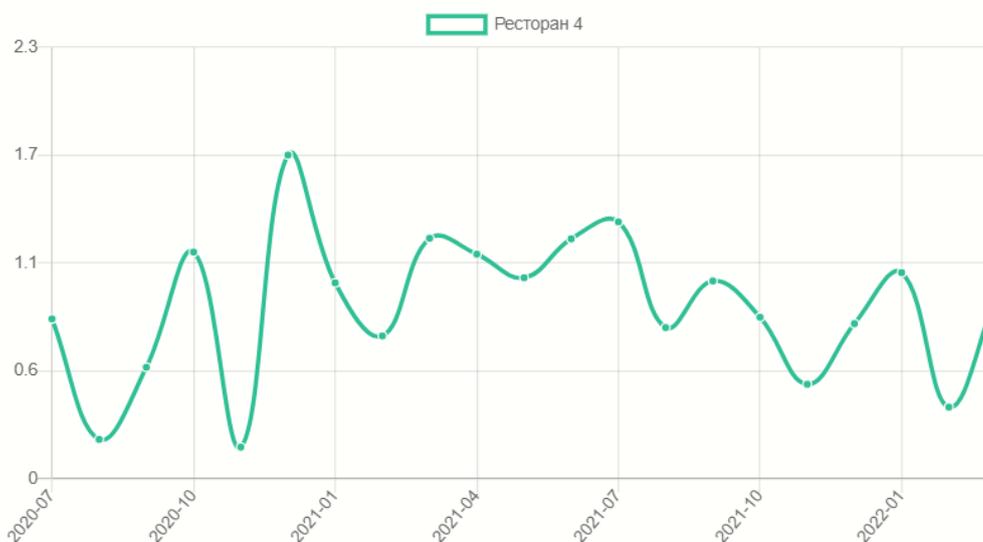


Пятый показатель "Количество проданных к количеству гостей":

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".