

# Как пользоваться отчетом Рейтинг категорий и товарных групп?

Отчет Рейтинг категорий и товарных групп позволит вам ответить на ключевые вопросы, касающиеся вашего меню:

- 1. Как меняется себестоимость всего меню, а самое главное за счет чего это происходит?
- 2. Как изменился спрос ваших гостей в целом и детально вплоть до позиции?
- 3. Как и почему меняется средняя цена позиции в чеке?
- 4. Насколько удачными оказались изменения/новинки/спец предложения, которые вы ввели?
- 5. За счет чего вы больше всего заработали или потеряли выручку/маржу?

Мозг поможет вам легко и быстро найти проблемные места меню.

Построим отчет за предыдущий месяц (в нашем примере за декабрь 2024 года) и сравним Like for like. Группировка по категориям меню, с учетом порционного коэффициента.

В получившейся таблице мы видим, что основное снижение удельного спроса гостей происходит по категории Кухня меню – на 12% снизился объем продаж.

Для наглядности раскроем фактические данные.

Разбивка на таблицы: По категориям ▾

№	Категория	Динамика числа позиций в меню шт.	Динамика среднего кол-ва позиций на гостя, шт. (с учетом ПК)	Динамика среднего кол-ва позиций на заказ, шт.	Динамика средней цены позиции руб.	Динамика С/С продаж, %	Динамика потенциала оптимизации СС рецепта, %	Динамика потенциала оптимизации СС рецепта, руб.	Факт объема продаж с учетом ПК, шт.	Динамика объема продаж с учетом ПК, шт.	Динамика % от общего объема продаж с учетом ПК, шт.	Факт выручки, руб.	Динамика выручки, руб.	Динамика % от общей выручки	Факт валовой маржи, руб.
1	Кухня меню	+23% +32	+3% 0	+5% 0	+28% +89	-3,2%	+0,4%	-49 907	40 727	-12% -5 583	-2,4%	16 469 056	+13% +1 884 616	+0,3%	12 017 614
	Дек 24	170	3,7	7,9	404	27,0%	0,3%	47 098		40 727	60,8%	16 469 056	69,5%		
	Дек 23	138	3,6	7,5	315	30,2%	0,7%	97 005		46 310	63,2%	14 584 440	69,2%		
2	Бар алко	-7% -13	+14% 0	+29% 0	+8% +33	-3,9%	+0,0%	+1 661	9 177	+3% +264	+1,5%	4 052 246	+11% +404 422	-0,2%	3 013 335
3	Бар Б/А	-13% -10	+8% 0	+11% 0	+25% +28	-4,2%	+0,1%	-276	15 609	-7% -1 089	+0,5%	2 204 185	+17% +318 451	+0,4%	1 790 222
4	Кухня прочее	+4% +1	0 0	0 0	+43% +71	-4,7%	+0,0%	+103	1 271	+14% +155	+0,4%	301 453	+63% +116 272	+0,4%	254 084
5	Бар прочее	-8% -1	0 0	0 0	-25% -46	-17,7%	-	-	220	-22% -62	-0,1%	30 775	-41% -21 631	-0,1%	27 848
6	Услуги и прочее	-26% -8	- -	- -	- -	-4,2%	-	-	0	- -	+0,0%	623 970	-10% -70 527	-0,7%	621 407
7	Не задана	-43% -3	0 0	0 0	+53% +1 286	-1,7%	-	-	-5	+67% +10	+0,0%	5 780	-84% -30 845	-0,2%	4 729
	Итого	0 -2	+7% 0	+9% +1	+23% +66	-3,3%	+0,3%	-53 269	66 998	-9% -6 326	+0,0%	23 687 464	+12% +2 600 757	+0,0%	17 729 239

Далее изучим изменения, произошедшие в категории Кухня меню более детально.

№	Группы меню	Динамика числа позиций в меню шт.	Динамика среднего кол-ва позиций на 100 гостей, шт. (с учётом ПК)	Динамика среднего кол-ва позиций на 100 заказов, шт.	Динамика средней цены позиции руб.	Динамика С/С рецептов, %	Динамика С/С продаж, %	Динамика дельты с/с рецептов и продаж, %	Динамика дельты с/с рецептов и продаж, руб.	Факт объема продаж с учетом ПК, шт.	Динамика объема продаж с учетом ПК, шт.	Факт выручки, руб.	Динамика выручки, руб.	Факт валовой маржи, руб.	Динамика валовой маржи, руб.	Категория
x 4	Закуски	+6%	+4%	+6%	+24%	-2,4%	-2,2%	+0,1%	-1 342	6 895	-12%	1 674 773	+10%	1 167 596	+13%	Кухня меню
x 1	Хинкали	+40%	+6%	+8%	+24%	-6,9%	-2,4%	+4,5%	-63 899	6 384	-10%	2 318 809	+12%	1 790 342	+16%	Кухня меню
x 2	Сервизы Гюзики	+20%	+11%	+13%	+36%	-5,5%	-6,6%	-1,1%	+791	8 491	-6%	1 654 256	+29%	1 197 510	+42%	Кухня меню
x 7	Десерты	-18%	-5%	-3%	+65%	+2,6%	+1,1%	-1,5%	-9 760	2 101	-19%	895 863	+34%	699 873	+32%	Кухня меню
x 11	Детское меню	-9%	+1%	+3%	+20%	+1,1%	-1,3%	-2,4%	+4 935	845	-14%	206 054	+3%	157 404	+5%	Кухня меню
x 6	Земля	+13%	+13%	+16%	+33%	-1,4%	-1,4%	-0,1%	+7 245	2 931	-4%	1 895 703	+28%	1 304 814	+31%	Кухня меню
x 13	Замороженные Хинкали	0	-25%	-21%	+26%	-2,0%	-3,5%	-1,6%	+628	169	-36%	52 230	-20%	39 775	-16%	Кухня меню
x 12	Парчир	+25%	+12%	+15%	+15%	+3,6%	+0,3%	-3,2%	-2 499	312	-4%	91 904	+10%	75 643	+10%	Кухня меню
x 16	Торты на торжество	-	-	-	-	-	-	-	-	12	-	6 600	-	4 743	-	Кухня меню

Основное снижение объема продаж происходит по группам Закуски, Хинкали, Десерты. Рассмотрим динамику по группе меню Закуски.

Динамика продаж для товарной группы "Закуски"

Дата: с 01.12.2024 по 31.12.2024  
Сравнение: с 01.12.2023 по 31.12.2023  
Ресторан: Демо  
Подразделение: Зал, Доставка, Вынос, Служебные, Без стола  
Тип метода оплаты: Реальные деньги

№	Название позиции	Динамика среднего кол-ва позиций на 100 гостей, шт. (с учётом ПК)	Динамика среднего кол-ва позиций на 100 заказов, шт.	Динамика средней цены позиции руб.	Динамика С/С рецептов, %	Динамика С/С продаж, %	Динамика дельты с/с рецептов и продаж, %	Динамика дельты с/с рецептов и продаж, руб.	Факт объема продаж с учетом ПК, шт.	Динамика объема продаж с учетом ПК, шт.	Факт выручки, руб.	Динамика выручки, руб.	Факт валовой маржи, руб.	Динамика валовой маржи, руб.
5	Сулугуни Фри с брусничным соусом	-4%	-2%	+10%	-2,1%	-2,0%	+0,0%	-9%	550	-18%	161 880	-10%	124 142	-8%
	Дек 24	7,8	16,4	190	24,8%	25,2%	-0,3%	+514						
	Дек 23	8,1	16,8	173	26,9%	27,2%	-0,3%	+565						
6	свежие овощи с заливкой и соусом Демо	+13%	+14%	+45%	-3,3%	-3,4%	+0,1%	-1%	550	-5%	115 249	+38%	82 568	+45%
		+1	+2	+52				-6						
7	Лосось Киндзари с гранатом	+12%	+14%	+24%	-6,0%	-6,3%	+0,3%	-22%	214	-4%	89 675	+18%	57 433	+31%
		0	+1	+80				-149						
8	Фермерские сыры к вину	+13%	+12%	+16%	-3,3%	-3,4%	+0,1%	-37%	291	-7%	84 406	+9%	56 791	+15%
		0	+1	+41				-57						
9	Томленая баранина под перченым соусом	-43%	-43%	+36%	-4,8%	-5,3%	+0,5%	-91%	188	-52%	81 883	-35%	51 441	-29%
	Дек 24	1,7	3,6	436	37,1%	37,2%	-0,1%	+74						
	Дек 23	3,0	6,3	320	41,9%	42,5%	-0,6%	+782						
10	Сет Мегрельских закусок	-	-	-	+33,0%	+33,7%	-0,8%	-	432	-	79 425	-	52 638	-
		+4	+8	+184				+602						

На примере двух позиций «Сулугуни Фри с брусничным соусом» и «Томленая баранина под перченым соусом» проведем анализ.

Объем продаж у блюда «Томленая баранина под перченым соусом» снизился на 204 порции в сравнении декабря 2023 года и декабря 2024 года.

Почему такое могло произойти?

- Изменение состава или качества блюда - поставщики ингредиентов могли измениться, что повлияло на вкус или внешний вид. Блюдо могло стать менее привлекательным или менее качественным в глазах гостей;
- Изменение цены - если цена в 2024 году была значительно выше на блюдо, это могло

снизить спрос;

3. Снижение популярности - изменились предпочтения гостей: тренды сместились в сторону других блюд или типов мяса (например, утка, индейка, вегетарианские опции);

4. Появление конкурирующих позиций - в меню появились новые блюда, которые «оттянули» внимание гостей;

5. Маркетинг и продвижение - в декабре 2023 могла быть активная промо-кампания, рекомендации от персонала или реклама в соцсетях/в заведении. В декабре 2024 — отсутствовала поддержка продаж.

6. Внешние факторы - снижение общего трафика гостей в заведении в декабре 2024. Изменение аудитории (например, приходят другие гости с иными предпочтениями). Общий экономический спад или изменение покупательной способности.

Как правило, для выяснения причин падения спроса на конкретные позиции следует общаться с отделом закупок, официантами, барменами, шеф-поваром. Они на передовой позиции и чаще всего знают ответы на многие вопросы!

---

Версия #6

[Admin](#) создал Thu, Apr 9, 2020 12:55 PM

[Admin](#) обновил Fri, Apr 4, 2025 4:11 PM