

Описание

АВС-анализ для ресторанов - один из видов портфельного анализа меню, который помогает управляющему/маркетологу/категорийному менеджеру/шеф-повару эффективно управлять ассортиментом для увеличения прибыли.

Основная задача: предоставить актуальную информацию для управления ассортиментом ресторана в разрезе товарных групп и категорий.

Основная цель: увеличить прибыльность меню и вводить актуальные для гостей позиции при следующих обновлениях. **АВС анализ** помогает определиться с тем, какие блюда стоит вывести, на какие необходимо скорректировать цену или оптимизировать себестоимость, а также выявить гастрономические предпочтения гостей - все это помогает шеф-повару поддерживать актуальность меню с учетом экономических задач ресторана.

Пример построения отчета в программе MOZG

ABC анализ

Фильтры:
Даты с 01.12.2021 по 31.12.2021
Рестораны: Ресторан 4
Подразделения: Зол. Ресторан, Варежда, Зимний зал, Дростяка, Выносы [Показать все](#)
Группы меню: Салаты
Группы методов оплаты: Реальные деньги
Прибавлять себестоимость модификаторов: Да
Прибавлять цену модификаторов при расчете средней цены: Нет

Продажи блюд рассчитаны с учетом модификаторов

80-15-5

Объём продаж без учёта ПК

Двойной АВС-анализ

Полная версия

Показать ранги

	№ пл.	Наименование	ПК	МК	Средняя цена продажи, руб.	С/С руб. лит.	Маржина- лность, руб./лит.	С/С расчет, %	С/С продаж, %	Объём продаж, шт.	Выручка, руб.	Валовая маржа, руб.	С/С продаж, руб.	% наценки	Средняя выручка за шт., руб.	Категория	Группа меню	Тип			
1	Кефир	1,00	1,00	620	229	A	358	38,9%	40,0%	525	17,8%	313 402	19,9%	188 084	18,0%	125 317	180%	587	Кулинарно	Салаты	Блюдо
2	Тот самый/арбин	1,00	1,00	390	90	B	281	22,2%	24,2%	419	14,2%	155 672	9,9%	117 811	11,2%	37 861	332%	371	Кулинарно	Салаты	Блюдо
3	Питто	1,00	1,00	590	180	A	384	30,9%	31,9%	334	11,2%	188 437	12,0%	128 247	12,2%	60 190	227%	564	Кулинарно	Салаты	Блюдо
4	Цезарь (креветки)	1,00	1,00	540	140	A	374	25,8%	27,7%	284	9,6%	147 022	9,9%	105 294	10,2%	40 728	277%	518	Кулинарно	Салаты	Блюдо
5	Тюо	1,00	1,00	890	395	A	457	44,9%	45,9%	283	9,6%	244 168	15,5%	132 058	12,6%	112 110	125%	863	Кулинарно	Салаты	Блюдо
6	Ям Тале	1,00	1,00	520	173	A	322	33,2%	35,0%	221	7,5%	109 367	7,0%	71 077	6,8%	38 290	200%	485	Кулинарно	Салаты	Блюдо
7	500 грамм лега	1,00	1,00	420	97	A	294	23,1%	24,8%	185	6,3%	72 434	4,6%	54 448	5,2%	17 985	333%	391	Кулинарно	Салаты	Блюдо
8	Моляка	1,00	1,00	460	132	A	238	29,4%	30,7%	168	5,7%	72 329	4,6%	50 089	4,8%	22 240	240%	431	Кулинарно	Салаты	Блюдо
9	Фанки	1,00	1,00	490	101	A	374	20,8%	21,2%	132	4,5%	62 723	4,0%	49 430	4,7%	13 294	387%	475	Кулинарно	Салаты	Блюдо
10	Таргари/гребешка	1,00	1,00	650	207	A	421	31,9%	33,0%	98	3,3%	61 555	3,9%	41 239	3,9%	20 315	214%	628	Кулинарно	Салаты	Блюдо
11	Квандр	1,00	1,00	460	145	B	290	32,2%	33,2%	97	3,3%	42 137	2,7%	28 095	2,7%	14 042	211%	404	Кулинарно	Салаты	Блюдо
12	Каун	1,00	1,00	460	71	A	369	15,8%	15,2%	73	2,5%	32 142	2,0%	25 948	2,6%	5 194	532%	440	Кулинарно	Салаты	Блюдо
13	Саль Тюо	1,00	1,00	650	183	A	451	28,1%	28,8%	67	2,3%	42 453	2,7%	30 210	2,9%	12 240	256%	634	Кулинарно	Салаты	Блюдо
14	Кокка	1,00	1,00	460	115	A	322	25,8%	25,5%	64	2,2%	28 039	1,8%	20 605	2,0%	7 494	287%	488	Кулинарно	Салаты	Блюдо
15	Умаше Вакане	1,00	1,00	350	67	C	248	19,2%	21,2%	5	0,2%	1 575	0,1%	1 240	0,1%	35	422%	315	Кулинарно	Салаты	Блюдо
Итого				532			354			2 955		1 573 455		1 045 873							

Продано порций	2 955	
Выручка, руб.	1 573 455	100%
Валовая маржа, руб.	1 045 873	66,5%
С/С продаж, руб.	527 582	33,5%
Наценка, %	193	
Позиций меню	15	
Количество позиций ООО, шт.	2	13,3%

	Колво	Позиций в меню	Выручка	Позиций в меню	Маржа	Позиций в меню
A (80%)	2 419	8	53,3%	1 302 830	8	53,3%
B (15%)	400	4	26,7%	208 868	4	26,7%
C (5%)	136	3	20,0%	61 756	3	20,0%

Средняя цена в группе без учёта скидок, руб.	527	
Средняя цена в группе с учётом скидок, руб.	506	-4%
Среднезавышенная цена, руб.	532	
Актуальность цен без учёта скидок	101%	
Актуальность цен с учётом скидок	105%	

Двойной поток чеков по группе меню Динамики

Основные вопросы, на которые помогает ответить ABC анализ.

- Какие блюда всегда должны быть в наличии?
- Какие позиции можно смело заменить новыми или просто убрать из меню?
- Какие блюда следует продвигать активнее?
- Какую группу меню стоит расширить?
- Какие блюда необходимо переработать для повышения их маржинальности?

Возможно, поднять цену, при условии, что вы уже провели анализ цен конкурентов и понимаете, что такой шаг не приведет к оттоку гостей из-за чрезмерной дороговизны меню. Или переработать рецепт, снизив себестоимость, но тут нужно помнить о том, что ваши гости привыкли к определенному вкусу.

Не исключено, что просто пора найти нового поставщика.

Иногда достаточно вовремя переключить спрос гостей на более маржинальную позицию, правильно расположив блюда в меню, чтобы избежать отрицательного финансового результата. **MOZG** поможет быстро получить ответы на все эти вопросы.

Как часто строить отчет:

Еженедельно для оперативной корректировки плана продаж официантов, внесения необходимых изменений в меню и рецепты, а в некоторых случаях и для пересмотра работы с поставщиками. Такой отчет лучше строить для основных групп меню.

Ежемесячно будет полезно маркетологам, категорийным менеджерам и шеф-поварам, как для изучения влияния новых позиций на спрос и маржинальность, так и в качестве подготовительного шага перед формированием обновлений меню и ввода спецпредложений. В данном случае такой ABC-анализ нужно сделать для каждой группы меню.

В Мозге можно строить отчет, как по всему меню, так и по категориям, и группам. Рекомендуется проводить ABC-анализ **по каждой группе меню отдельно**, а не по всему меню в целом. То есть сравнивать салаты с салатами, супы с супами и так далее.

далее на страницу ["Построение отчета"](#)

вернуться в [раздел "ABC анализ"](#)

Версия #22

[Admin](#) создал Sun, Nov 10, 2019 8:52 PM

[Admin](#) обновил Wed, Dec 13, 2023 11:08 AM