

Сорокина В.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.В. Свистунов  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: oid@mivlgu.ru*

### **Методы работы с показателем фудкоста для снижения затрат в сфере общественного питания**

Основные расходы ресторана составляют арендная плата, зарплата персонала и стоимость продуктов. Первые два показателя являются практически стабильными и могут быть спрогнозированы вперед на длительное время, а стоимость продуктов является нестабильным и постоянно изменяющимся показателем. В ресторанном бизнесе до 40% составляют затраты на приобретение продуктов. Поэтому себестоимость блюда в конечном итоге влияет на прибыль предприятий общественного питания. Для того, чтобы рассчитать сколько предприятие зарабатывает от продукции собственного производства необходимо знать себестоимость блюд. По сути, это и есть фудкост (от англ. foodcost — стоимость еды, продуктов).

Термин «фудкост» стал использоваться в российском ресторанном бизнесе сравнительно недавно. «Фудкост» (от англ. foodcost — стоимость еды, продуктов) - показатель, который позволяет в оперативном режиме контролировать затраты предприятия питания. По сути фудкост — процентное соотношение себестоимости и отпускной цены. Представим формулу фудкоста:

$$\Phi_K = \frac{C_T}{O_C} \times 100\%, \quad (1)$$

где  $\Phi_K$  — фудкост;

$C_T$  — себестоимость продуктов;

$O_C$  — отпускная цена.

При расчете фудкоста сначала необходимо определить так называемый, базовый, или теоретический, фудкост.

Теоретический фудкост определяется по калькуляционным картам и продажам — это отношение нормативного расхода к выручке. Карты показывают информацию об ингредиентах, расходной величине на блюдо, процентах наценки, продажной цене. На основе этих карт списываются продукты, выводится цена в чек посетителя, собираются данные по инвентаризации. Среднее значение фудкоста каждого блюда меню и является базовым фудкостом. В идеале он должен находиться в пределах 25-30 процентов.

Если фуд-кост имеет значения:

- меньше 25% - вы работаете в сверхприбыль;
- 25%-35% - вы получаете прибыль;
- 35%-50% - вы работаете в самоокупаемость;
- больше 50% > вы работаете в убыток [3].

Затем можно подсчитать реальный фудкост. Для этого необходимо отследить, какое количество всех продуктов и напитков получено от поставщиков (или со склада) за определенный период, а затем высчитать отношение этот период к общей выручке ресторана. Это и будет реальным фудкостом. Подобные замеры надо производить каждые несколько дней, тогда можно будет получить объективную картину происходящего.

В реальный фудкост входят все решения и движения продукта: комплименты для гостей, проработка блюд, служебное питание, порча, разновидности воровства, повышение цен у поставщиков и т.д. Завышенный процент фудкоста — это потери предприятия. Подобные расчеты дают реальную экономическую картину работы предприятия питания. То есть, иными словами, фудкост — это показатель рентабельности заведения [1].

Один из способов снижения фудкоста – контроль за себестоимостью кулинарной продукции, за счет выбора альтернативных ингредиентов по цене и качеству, минимизация

списаний. К наиболее эффективным способам минимизирования списаний можно отнести производство полуфабрикатов высокой степени готовности, используя аппараты упаковочные вакуумные, камеры шоковой заморозки, полиэтилен низкого давления. При приготовлении «Борщ с капустой и картофелем» и «Жаркого по-домашнему с грибами» используется полуфабрикат «Томатная паста «Помидорка», стоимость ее варьируется от веса упаковки, наиболее выгодно покупать большую упаковку по 232 рублей за 770 грамм (0,30 руб. = 1 грамм), следовательно 100 грамм томатной пасты будет стоить 30 рублей. Выполним расчет собственного производства данной пасты (Таблица 1).

Таблица 1

Расчет затрат на приготовление полуфабриката

Наименование продукта	Вес	Цена за 1 кг	Стоимость порции
Томаты	3,00	89,90	269,70
Лук	0,30	12,90	3,87
Сахар	0,10	7,00	0,70
Уксус	0,05	1,70	0,09
Соль	0,01	1,19	0,01
Итого на килограмм			274,37
Итого на 100 грамм			27,44

Таким образом, приготовление полуфабриката собственными силами повысит качество итоговой продукции (так как столовая не использует при приготовлении консерванты и загустители) и снизили ее себестоимость.

Также целесообразно составить меню таким образом, чтобы использовать продукты максимально эффективно и безотходно. В управлении фудкост необходимо учитывать сезонный фактор, который может быть реализован в производстве сезонных заготовок. Использование сезонных заготовок приводит к минимизации издержек, а также обеспечивает качество продукции. В предприятиях питания в качестве заготовок могут использоваться овощные смеси, заправки для супов, классические соленья, варенье, джемы и многое другое. К тому же использование таких заготовок приводит к увеличению производительности труда, так как сокращается время приготовления блюд.

При применении фудкоста необходимо рассчитывать не только кост каждого конкретного блюда, но и кост по группе блюд, кост производства, кост торгового зала и ресторана в целом, а также кост с учетом косвенных продуктовых затрат, маржинальность. Для управления себестоимостью необходимо постоянно осуществлять непрерывный мониторинг цен, проработки новой кулинарной продукции, проводить дегустации новых продуктов от поставщиков. Используя методику калькуляции себестоимости, необходимо подвергать кулинарную продукцию маркетинговому и финансовому анализу с целью привлечения гостей:

- ABC – анализ меню по отдельным группам блюд;
- коэффициенты наценки на продукцию общественного питания;
- издержки производства и обращения;
- объем продаж за отчетный период.

Выполним расчет foodcost по меню (Таблица 2).

Таблица 2

Расчет foodcost по меню

Наименование блюда	Выход, г	Продажная цена, руб	Себестоимость, руб	Фудкост, %
Борщ с капустой и картофелем	0,25	12,00	2,96	24,67
Салат "Каприз"	0,10	61,00	24,56	40,26
Закуска "Поцелуйчик"	0,10	443,00	147,64	33,33
Бифштекс рубленый	0,70	65,00	32,95	50,69
Жаркое по-домашнему с грибами	0,13	50,00	16,34	32,68
Бризоль из птицы	0,75	52,00	15,04	28,92
Бризоль из сайды	0,75	52,00	14,84	28,54

Творожные "Солнышки"	0,10	44,00	14,79	33,61
Компот из груши и лимона	0,20	15,00	4,74	31,60
Средний размер foodcost				33,81

На предприятиях питания используются различные механизмы ценообразования. Так можно использовать кросс-селинг, который подразумевает продвижение основных блюд с установленным оптимальным коэффициентом наценки и продажу определенных сопутствующих дополнительных блюд с максимальным коэффициентом наценки. Для получения рентабельности продаж (маржи) официанту необходимо продать основное горячее блюдо и дополнения к нему: холодную закуску + горячую закуску или суп + напиток + десерт или горячий напиток (Таблица 3).

Таблица 3

Пример продажи блюд по кросс-селингу в столовой

Наименование блюда	Выход, г	Продажная цена, руб	Себе-стоимость, руб	Маржа, руб	Маржа, %
Борщ с капустой и картофелем	0,25	12,00	2,96	9,04	75,33
Салат "Каприз"	0,10	61,00	24,56	36,44	59,74
Жаркое по-домашнему с грибами	0,13	50,00	16,34	33,66	67,32
Творожные "Солнышки"	0,10	44,00	14,79	29,21	66,39
Компот из груши и лимона	0,20	15,00	4,74	10,26	68,40
Итого				118,61	67,44

Как видно из данной таблицы в данном случае кросс-селинг не удался, маржа дополнительных блюд должна превышать маржу основного блюда, выберем более подходящее основное блюдо для кросс-селинга (Таблица 4).

Таблица 4

Пример эффективной продажи блюд по кросс-селингу в столовой

Наименование блюда	Выход, г	Продажная цена, руб	Себе-стоимость, руб	Маржа, руб	Маржа, %
Борщ с капустой и картофелем	0,25	12,00	2,96	9,04	75,33
Салат "Каприз"	0,10	61,00	24,56	36,44	59,74
Бифштекс рубленый	0,70	65,00	32,95	32,05	49,31
Творожные "Солнышки"	0,10	44,00	14,79	29,21	66,39
Компот из груши и лимона	0,20	15,00	4,74	10,26	68,40
Итого				117,00	63,83

Маржа дополнительных блюд должна быть выше, чем основного горячего блюда. Для того, чтобы продвинуть дополнительные блюда, необходимо повысить лояльность гостя интересной подачей, необычным дизайном блюд, оригинальным рецептом. Используя другие подходы ценообразования, основную маржу можно сформировать на основных горячих блюдах, десертах, вине или использовать комплексные предложения.

Сегодня каждому предприятию индустрии питания необходимо задуматься о политике ценообразования, так как это прямым образом влияет на его рентабельность [3]. Например, добавить в меню новые блюда, аналоги существующих, с соответствующим качеством, но с более низкой себестоимостью.

Рассмотрим данное мероприятие на примере уже существующего блюда «Жаркое по-домашнему с грибами» и нового блюда «Жаркое с лисичками» (таблицы 5 и 6).

Таблица 5  
Калькуляция «Жаркое по-домашнему с грибами»

№ п/п	Наименование продукта	Норма на 1 порцию, кг	Цена за 1 кг, руб	Сумма на 1 порцию, руб.
1	шампиньоны	6,575	1248,59	12,49
2	картофель	13,300	172,90	1,73
3	лук репчатый	1,200	24,00	0,24
4	масло растительное	0,500	27,78	0,28
5	соль	0,100	0,80	0,01
6	перец черный молотый	0,003	0,98	0,01
7	томатная паста "Помидорка"	0,240	49,53	0,50
8	лавровый лист	0,001	0,46	0,00
9	бульон грибной	0,500	148,92	1,49
Выход:				
1 порция, кг				0,125
Стоимость 1 порции, руб.				16,74
Наценка (200 %)				33,48
Стоимость с наценкой				50,22

Таблица 6  
Калькуляция «Жаркое с лисичками»

№ п/п	Наименование продукта	Норма на 1 порцию, кг	Цена за 1 кг, руб	Сумма на 1 порцию, руб.
1	лисички	0,300	140,00	1,40
2	картофель	1,000	172,90	1,73
3	лук репчатый	0,300	24,00	0,24
4	масло растительное	0,050	27,78	0,28
5	соль	0,025	0,80	0,01
Выход:				
1 порция, кг				0,200
Стоимость 1 порции, руб.				7,31
Наценка (460 %)				33,62
Стоимость с наценкой				40,93

В данном примере торговая наценка составила 460%, ее величина обусловлена необходимостью не только в снижении затрат, но и в сохранении полученной прибыли. Таким образом, за счет данной наценки достигается выполнение двух ключевых задач – обеспечение безубыточной работы столовой и получение желаемой прибыли. Сумма наценки идет не только в прибыль, но и на покрытие накладных затрат.

Новое блюдо будет привлекать потребителя большей порцией и меньшей ценой, а столовой оно принесет больше прибыли.

Если предположить, что в столовой ежедневно продается 50 порций обоих вид жаркого, и они имеют одинаковый спрос. В таком случае продажа 1000 порций в месяц «Жаркое по-домашнему с грибами» принесет столовой 33480 руб., а «Жаркое с лисичками» 33620 руб. Таким образом, только при замене одного блюда, столовая в год получит прибыли на 1680

рублей больше, при этом затраты на производство блюда снизятся на 21%. Так же стоит заметить, что и фудкост нового блюда снизится.

Фудкост «Жаркое по-домашнему с грибами» составляет 32,68 %, а фудкост «Жаркое с лисичками» равен  $7,31 \div 40,93 \times 100 = 17,86$  %.

Таким образом, использование показателя фудкост в предприятии общественного питания позволяет контролировать и снижать размер издержек.

#### **Литература**

1. Долматова И.А., Курочкина Т.И., Быстрова А.А. Фудкост – инструмент контроля затрат предприятия питания / И.А. Долматова, Т.И. Курочкина, А.А. Быстрова // Современные технологии продуктов питания: сб. статей. – Магнитогорск, 2014. – С.72-74.

2. Захарова И.И., Крылова Р.В. Механизмы и стратегии ценообразования в индустрии питания / И.И. Захарова, Р.В. Крылова // Вестник НГИЭИ: журнал. - №11(42) – Княгинино, 2014. – С.41-46.

3. Кризис менеджмент в ресторанном бизнесе: [Электронный ресурс] // Restcons.by, 2017.URL: <http://restcons.by/content/view/183/79>. (Дата обращения: 30.10.2017).