

18.01.2023 г.
Очная форма обучения
Группа ПКД 3/1
Основы калькуляции и учёта

Вид занятия:	лекция (2 часа)
Тема занятия:	Цена и ценовая политика организаций общественного питания
Цели занятия:	
- учебная	- изучить понятие цены, её элементы, виды цен; - ознакомиться с ценовой политикой организаций общественного питания; - привлекать студентов к самостоятельной деятельности;
- воспитательная	- прививать у студентов любовь к избранной профессии; - воспитывать внимание, дисциплинированность, активность

Список рекомендованной литературы

1. Самулевич И.А. Калькуляция и учёт в общественном питании: Учебно-практическое пособие. - Литагент Ридеро, 2017
2. Шишкоедова Н.Н. Бухучёт для начинающих. Как научиться составлять проводки. – (3-е изд., перераб. и доп.). – М.: ГроссМедиа Ферлаг: РОСБУХ, 2010.- 368 с. (Электронная библиотека техникума)

Раздел 2 Ценообразование в общественном питании

Лекция

Тема 2.1 Цена и ценовая политика организаций общественного питания

План

1. Понятие цены, её элементы, виды цен
2. Наценки предприятий общественного питания
3. Установление цен на продукцию производства и кондитерского цеха

Задание

1. Составить опорный конспект лекции.
2. Ответить письменно на вопросы для самоконтроля.

Обязательно в конце выполненного задания написать Ф.И.О., поставить подпись и дату отправки. Сделать фото конспекта и прислать на электронную почту: olga_boyko_74@mail.ru

1 Понятие цены, её элементы, виды цен

Цена – это денежное выражение стоимости товара (услуги). На предприятиях общественного питания применяются следующие виды цен:

- оптовая цена – цена, по которой производитель реализует свою продукцию оптовым покупателям.

Различают разновидности оптовых цен:

- оптовая цена предприятия, включающая в себя себестоимость продукции и доход предприятия, по которой одни предприятия реализуют свою продукцию другим предприятиям, оптовым базам;

- оптовая цена промышленности, включающая в себя оптовую цену предприятия, налог с оборота и оптово-сбытовую наценку. По этой цене предприятия и оптовые базы реализуют товары предприятиям общественного питания;

- розничная цена – цена, по которой товары реализуются непосредственно населению. Она состоит из оптовой цены промышленности и торговой наценки, которая устанавливается в процентах к розничной цене и дифференцируется в зависимости от ассортимента товаров (так как издержки при производстве различных товаров не одинаковы), местонахождения предприятия общественного питания и его подчинённости.

Торговые наценки для предприятий общественного питания (ресторанов, кафе, столовых) повышаются, потому что издержки на производство продукции у них выше, чем у торговых организаций;

- свободная (рыночная цена) – цена, устанавливаемая продавцом с учётом конъюнктуры рынка;

- договорная цена – цена, устанавливаемая по договоренности между продавцом и покупателем;

- покупная цена – цена, по которой приобретается товар;

- продажная цена – цена, по которой реализуется товар, включая в себя торговую наценку.

Цена на продукцию общественного питания состоит из прямых затрат (стоимость сырья) и косвенных затрат (издержки и прибыль), которые отражаются через торговую наценку.

На предприятиях общественного питания необходимо устанавливать учётные цены, как на сырьё, так и на готовую продукцию.

Стоимость приобретённых товаров в общественном питании формируется также, как и в розничной торговле и равна сумме отпускной цены поставщика, акцизов, НДС, таможенных платежей, транспортных и прочих расходов по закупке и транспортировке.

Под продажной ценой понимают розничные цены предприятия общественного питания, которые согласно методическим рекомендациями по формированию и применению свободных рыночных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги могут быть сформированы двумя методами:

1) розничная цена общественного питания определяется как сумма стоимости приобретения (100 %), торговой надбавки (в процентах от стоимости приобретения) и торговой наценки (в процентах от суммы стоимости приобретения и торговой надбавки).

Этот вариант применяют на предприятиях общественного питания, для которых нормативными документами предусмотрены предельные размеры торговых надбавок и торговых наценок в районах, где органы исполнительной власти субъектов РФ имеют право вводить государственное регулирование тарифов и надбавок;

2) розничная цена общественного питания определяется как сумма стоимости приобретения (100 %) и единой торговой наценки (в процентах от стоимости приобретения).

Единая торговая наценка общественного питания должна быть выше торговой надбавки розничной торговли, так как кроме расходов, связанных с реализацией товаров, добавляются расходы, связанные с производством и организацией потребления продукции.

2 Наценки предприятий общественного питания

Согласно постановлению правительства РФ предприятиям общественного питания было предоставлено право – самостоятельно устанавливать размер наценок на реализуемую продукцию. Однако было введено регулирование наценок на продукцию, реализуемую на предприятиях общественного питания при общеобразовательных школах, училищах, средних специальных учебных заведениях, вузах.

Предельная наценка на товары в мелкой расфасовке промышленного производства (молоко, шоколад, конфеты) составляет 25 % к цене закупки; предельная наценка на хлеб и хлебобулочные изделия составляет 30 % к цене закупки с дополнительным включением транспортных расходов, предельная наценка на блюда и изделия собственного производства составляет 56 % к цене закупки.

Суммы наценок (скидок), относящиеся к непроданным товарам, на основании инвентаризационных описей уточняются путём:

- определения полагающейся наценки (скидки) на товары в соответствии с установленными размерами;

- определения процента, П, %, вычисленного, как отношение суммы наценок на остаток товаров на начало месяца и оборота по кредиту счёта 42 «Реализация товаров» без учёта сторонних сумм к сумме проданных за месяц товаров и остатка товаров на конец месяца по продажным ценам по следующей формуле:

$$\% = \frac{\sum \text{НСТ} + \sum \text{НОТ}}{\sum \text{ПрТ} + \sum \text{СкТ}} \times 100 \%$$

где

$\sum \text{НСТ}$ - сумма наценок на остаток товаров на начало месяца, руб.;

$\sum \text{НОТ}$ - сумма наценок по оприходованным товарам за месяц, руб.;

$\sum \text{ПрТ}$ - сумма проданных товаров за месяц, руб.;

$\Sigma \text{СкТ}$ - сумма остатка товаров на конец месяца, руб.

3 Установление цен на продукцию производства и кондитерского цеха

Рассчитать продажную цену можно разными способами в зависимости от метода формирования продажной цены.

1-й способ: в стоимость набора входят продукты по цене приобретения, а продажная стоимость определяется путем добавления к общей стоимости сырья по ценам приобретения единой наценки общественного питания.

Продажная стоимость = общая стоимость сырья по ценам приобретения + единая наценка

2-й способ: в стоимость набора продукты входят по стоимости:

Цена приобретения + торговая надбавка, а продажная стоимость определяется путем добавления к указанной общей стоимости сырьевого набора наценки общественного питания.

Продажная стоимость = (общая стоимость сырья по цене приобретения + торговая надбавка) + наценка общественного питания.

3-й способ: в стоимость набора продукты входят по продажной цене (цена приобретения + единая надбавка + наценка), а продажная цена равна стоимости сырьевого набора.

Продажная стоимость = общая стоимость сырья по цене приобретения + единая наценка

Или:

Продажная стоимость = общая стоимость сырья по цене приобретения + торговая надбавка + наценка

1-й и 2-й способы целесообразно применять в организациях, в которых готовые изделия продаются по разной цене (в разное время суток, разным категориям потребителей и т. п.).

2-й способ применяют организации, для которых нормативными актами установлены предельные размеры наценки.

3-й способ целесообразно применять в организациях, где применяются одинаковые цены на готовую продукцию, независимо от времени и места реализации, контингента потребителей.

В условиях рыночной экономики главным критерием установления цены на любой товар, готовую продукцию, услугу является уровень спроса и предложения (если иное не предусмотрено законодательством: государство может регулировать цену на отдельные виды товаров, работ, услуг). Продажную цену того или иного блюда целесообразно определять исходя из конкретных условий деятельности: наличие конкурентов, покупательной способности предполагаемых потребителей продукции и др. В таких организациях цены на продукцию относительно стабильны, что облегчает кассирам, официантам, поварам и другим работникам запоминание

цен, позволяет издавать красочное меню, и нет необходимости в ежедневной трудоемкой работе по составлению калькуляционных карточек.

Продажные цены указываются в меню в рублях.

Вопросы для самоконтроля

1. Охарактеризуйте понятие цены.
2. Назовите виды цен.
3. Порядок определения цены на готовое блюдо в предприятиях общественного питания.
4. Назовите методы определения продажной цены.
5. Кто имеет право устанавливать размер торговой наценки?
6. Назовите предельные размеры торговой наценки.
7. Сколько способов расчета продажной цены вы знаете?
8. В чём суть различных способов расчёта цен?
9. Что является главным критерием установления цены на блюдо в условиях рыночной экономики?

Домашнее задание

Выучить конспект лекции

Преподаватель: Бойко Ольга Антоновна