

Группа	309
Дата	9.11.2021г.
Время	8 <sup>10</sup> _9 <sup>00</sup>
Наименование УД/МДК/УП/ПП	Основы экономики, менеджмента и маркетинга
Ф.И.О. преподавателя	Поляченкова В.А.
Электронная почта	v.polyachenkova@yandex.ru
Основная литература	
Тема	<b>Виды цен.</b>
Задание	<p>Цена — это денежное выражение стоимости товара, выполненных работ или оказанных услуг; формируется на мировом и государственном рынках. В соответствии с гражданским законодательством цена является одним из существенных условий некоторых видов договоров.</p> <p>В условиях рыночной экономики цены, как правило, являются договорными. Но учитывая специфику экономических отношений, существуют различные виды цен, которые применяются в тех или иных экономических условиях.</p> <p>Виды цен по степени учета в них затрат и прибыли</p> <p>В зависимости от каналов движения товаров от производителя к потребителю и учета в цене затрат на производство и сбыт, а также прибыли цены подразделяются на:</p> <p>оптовые;</p> <p>розничные.</p> <p>Различают оптовые цены на продукцию производственно-технического назначения и на предметы народного потребления. Оптовые цены на продукцию производственного назначения имеют широкую сферу действия и являются конечными, а оптовые цены на товары народного потребления — промежуточными. Их сфера действия сужена рамками отдельных отраслей (подотраслей) и производств, так как на рынке непосредственные потребители приобретают их по рыночным конечным ценам.</p> <p>Товары производственного назначения могут реализовываться непосредственно потребителям (по оптовой цене производителя) и через посредников (по цене оптовой торговли).</p> <p>По оптовым ценам производителя предприятие продает свою продукцию другим предприятиям, а также предприятиям оптовой торговли (снабженческо-сбытовыми организациями). Эти цены используются на предприятиях при планировании, учете и анализе товарной и реализованной продукции, прибыли и других стоимостных показателей деятельности предприятия, а также в расчетах экономической эффективности производства, инвестиционных проектов его технического переоборудования, целесообразности получения кредитов и пр.</p> <p>Цены оптовой торговли включают в себя оптовую цену производителя, а также затраты и прибыль снабженческо-сбытовой организации, осуществляющей оптовую продажу товаров. К затратам таких организаций относятся погрузка, разгрузка, складирование, хранение, подсортировка, доводка продукции до требований потребителей (нарезка резьбы, раскрой,</p>

заточка и т.п.), амортизация основных средств, расходы на отопление, освещение, энергетические затраты на технологические нужды и др.

К оптовым относятся цены, по которым осуществляется закупка сельскохозяйственной продукции у сельхозпредприятий. Они называются закупочными ценами. Особенностью этих цен является дифференциация их уровня по природно-климатическим зонам, а в отдельных случаях — и внутризональная дифференциация.

Разновидностью оптовых цен в рыночной экономике являются цены форвардных сделок, используемые при операциях на бирже. Они наряду с соотношением спроса и предложения к моменту поставки товара учитывают также процент за кредит, затраты на финансирование биржевой операции, расходы по страхованию и хранению товара, комиссионные брокерам. При нормальной конъюнктуре цены форвардных сделок обычно выше цены за наличный товар.

Розничные цены включают в себя оптовые цены, затраты и прибыль торговых организаций. Если товар поступает в торговые организации непосредственно от производителя, то розничная цена состоит из оптовой цены производителя и торговой наценки. Если канал движения товара от производителя к конечному потребителю проходит через снабженческо-сбытовые организации, то она складывается из цены оптовой торговли и розничной торговой наценки. По розничным ценам организации розничной торговли и продавцы на свободном рынке реализуют товары конечному потребителю — населению. Особой разновидностью розничных цен являются цены комиссионной и аукционной торговли.

В условиях прозрачности границ розничные цены нуждаются в координации со стороны отдельных государств с целью защиты локальных товарных рынков от необоснованного товародвижения.

Рассмотренные виды цен могут быть базовыми (базисными) и лимитными.

Базовые цены устанавливаются на предварительные виды продукции определенного назначения с фиксированными параметрами качества. При поставке товара с параметрами, отличными от базовых, уровни цены определяются с помощью надбавок и скидок к базовой цене, которые учитывают изменения в качестве товара.

Товаропроизводитель может устанавливать на новые виды продукции лимитную цену, т.е. максимально допустимую, обеспечивающую заинтересованность потребителей в использовании новой продукции.

Цена, по которой осуществляются крупные коммерческие операции с платежом в свободно конвертируемой валюте, называется мировой ценой. Мировыми являются экспортные цены основных поставщиков данного товара и импортные цены в важнейших центрах его импорта. По сырьевым товарам определяются основные страны-поставщики, по готовой продукции — ведущие фирмы — их изготовители.

Рассматривая структуру оптовых и розничных цен, необходимо иметь в виду, что они кроме себестоимости и прибыли содержат другие элементы в виде НДС и акцизного сбора. А на товары, пересекающие таможенную границу страны, устанавливается отдельный налог — пошлина.

Виды цен (тарифов) в зависимости от степени самостоятельности предприятия

По степени самостоятельности предприятия в ценообразовании цены (тарифы) могут быть:

- свободными (самостоятельно устанавливаемыми);
- договорными (контрактными);
- регулируемыми;
- фиксированными.

Свободные цены в рыночных условиях устанавливаются производителем товара (услуги) самостоятельно в соответствии с принятой на предприятии ценовой политикой. Регуляторами свободных цен являются только спрос и предложение на товары определенного качества.

Разновидности свободных цен — это прейскуранные цены и цены каталога (проспекта).

Преискуранные цены применяются при купле-продаже товаров как на внутреннем рынке, так и в международной торговле, и содержатся в преискурантах, издаваемых предприятиями (фирмами). Они относятся к категории справочных цен, публикуемых продавцом. Преискуранты фирм являются информацией непериодического характера, достаточно детализированной и достоверной. Эти цены широко используются в автомобильной промышленности, сельскохозяйственном машиностроении, производстве электронно-вычислительной техники и т.п.

Цены каталога (проспекта) — это официальные цены, публикуемые в каталогах и проспектах фирм, предприятий и организаций оптовой торговли. Они являются разновидностью цен справочного характера, публикуемых нерегулярно, — как правило, продавцом. Используются как на внутреннем рынке, так и в международной торговле.

К этой же категории цен относятся цены покупателя, цены продавца, цены нетто.

Цены покупателя представляют собой фактическую денежную сумму покупки товара на рынке, по которой осуществляются сделки купли-продажи или по которой покупатель готов приобрести товар. Формирование рыночной цены как цены покупателя (на рынке покупателя) означает, что фактическая цена товара складывается на пониженном уровне, что отражает экономические интересы покупателя.

Цены продавца формируются в условиях превышения спроса над предложением (рынка продавца). Такая цена стимулирует расширение производства данного товара и отражает экономические интересы продавца, стремящегося продать его дороже.

Цены нетто не включают скидки и надбавки, связанные с различием базисных условий поставки. Это чистая цена товара на

месте его купли-продажи. Цена нетто для покупателя является суммой, фактически уплаченной продавцу, а для продавца — фактической выручкой от продажи товара за вычетом расходов, понесенных в связи с осуществлением сделки.

Договорные цены устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон. Если такой договор заключается между субъектами, которые имеют разное гражданство, а платежи осуществляются в иностранной валюте, он называется контрактом, а цены, указанные в нем, контрактными. Договорные (контрактные) цены называются еще ценами купли-продажи (ценами реализации, рыночными ценами); они определяются условиями поставки товара.

Регулируемые цены могут колебаться в определенных пределах, не превышая заданного уровня. Их номенклатура определяется на государственном (или местном) уровне и по мере развития рыночных отношений постоянно расширяется за счет фиксированных цен.

Фиксированные цены утверждаются государственными или местными органами власти как постоянные и действуют на протяжении определенного времени.

Как регулируемые, так и фиксированные цены и тарифы устанавливаются на ресурсы, оказывающие определяющее воздействие на общий уровень и динамику цен, на товары и услуги, которые имеют решающее значение, а также на продукцию, работы и услуги, производство которых сосредоточено на предприятиях, занимающих монопольное положение на рынке.

Особым видом цен на услуги транспорта, связи, на электрическую, тепловую энергию и т.п. являются тарифы. Их размер определяется исходя из общих принципов ценообразования.

При осуществлении на предприятиях капитального строительства расчеты за сданную строительную продукцию производятся по сметной стоимости, которая выполняет роль цены продукции строительства. Она определяется на основании сметных цен и расценок в капитальном строительстве.

Виды цен в контрактах купли-продажи

Контракт — официальный документ, представляющий собой договор поставки товаров, предоставления услуг и т.п. Различают контракты купли-продажи товаров в их материально-вещественной форме, услуг, а также результатов творческой деятельности.

Контракт купли-продажи товаров в их материально-вещественной форме включает в себя экспортные, импортные, реэкспортные и бартерные сделки.

Контракт купли-продажи услуг содержит:

- операции по аренде;
- сделки по оказанию инженерно-консультационных, производственно-технических и туристических услуг;
- услуг по перевозке и погрузке-разгрузке товаров;
- по банковским и расчетным операциям;
- транспортно-экспедиционному обслуживанию;

страхованию товаров и грузов;  
рекламно-издательской деятельности;  
организации и участию в выставках, ярмарках, аукционах.  
Контракт купли-продажи результатов творческой деятельности включает в себя торговлю лицензиями и патентами, объектами авторского права и результатами научно-исследовательской деятельности в различных областях науки, техники, производства и т.д.

В контрактах оговариваются договорные условия, порядок их исполнения и ответственность за исполнение.

Контракты обычно состоят из нескольких разделов, расположенных в определенной логической последовательности. Одним из таких разделов является цена и общая сумма контракта. Контрактная цена может быть:

- твердой;
- с последующей фиксацией;
- скользящей.

Твердая цена не изменяется за период с момента подписания контракта до поступления товара к покупателю.

Цена с последующей фиксацией указывается в контракте на определенную календарную дату. Если товар поступает к покупателю не позднее указанной даты, то проставленная в контракте цена не меняется. В противном случае к поставщику товара предъявляются определенные санкции, которые обязательно должны быть оговорены в контракте.

Скользящая цена зависит от изменения экономического положения страны-экспортера (продавца). На дату поступления товара к покупателю в стране продавца могут измениться цены на сырье, топливо, энергию, заработная плата работников. В странах с рыночной ориентацией исчисляются индексы цен в целом или по отдельным группам товаров, а также индексы заработной платы. Эти индексы публикуются в международной и национальной статистике, периодических и экономических изданиях. С помощью индексов цен корректируется предварительно согласованная базисная цена.

Цены, зафиксированные в контракте, называют еще ценами фактических сделок.

Цены фактических сделок отражают конкретные условия реализации товара и достоверную информацию участникам сделки, поскольку являются ценами реальных коммерческих операций. Систематическое накопление данных о них позволяет более полно обосновывать позиции при согласовании цен между партнерами и составлять представительный конкурентный лист — вид информации, обобщающей данные о ценах, технико-экономических показателях, качестве и коммерческих условиях реализации товара. Наличие конкурентного листа предполагает на практике формирование крупномасштабного банка компьютерных данных о ценах внешнеторговых контрактов.

В целях упорядочения ценообразования при осуществлении внешне-экономической деятельности, увеличения валютных поступлений от экспорта и снижения валютных расходов на закупку импортных товаров, предупреждения демпинга субъекты

внешнеэкономической деятельности используют в своих расчетах индикативные цены. Это цены, сложившиеся на международном рынке на соответствующий товар к моменту осуществления экспортной (импортной) операции с учетом условий поставки и выполнения расчетов.

В практике международной торговли существует понятие товарного демпинга — продажи значительных по объему партий товара по демпинговым ценам.

Демпинговая цена — это цена на товар, существенно более низкая, чем при обычных коммерческих операциях. Она применяется в целях получения конкурентных преимуществ при экспорте на тот или иной рынок, вытеснения с него конкурента. В ряде случаев осуществляется продажа товара даже по ценам, не возмещающим издержки производства. Установление явно заниженных цен на экспортные товары в качестве эффективного средства борьбы за освоение нового рынка и укрепление или расширение присутствия на частично освоенном рынке встречается довольно часто. Использование демпинговых цен ограничивается антидемпинговым законодательством.

Виды цен в зависимости от региона реализации

В зависимости от территориальной дифференциации цены подразделяются на:

единые (общегосударственные);

региональные;

зональные;

поясные.

Единые цены устанавливаются государственными органами на отдельные товары и услуги на всей территории государства (например, тарифы на железнодорожные перевозки, электроэнергию и др.).

Региональные цены устанавливаются местными органами власти на отдельные товары, работы, услуги (например, стоимость проезда в городском транспорте, тарифы на жилищно-коммунальные услуги и пр.).

Зональные цены устанавливаются на продукцию добывающих отраслей промышленности с учетом разного уровня себестоимости добычи в тех или иных природно-географических условиях (например, цены на железную, марганцевую и другие руды, уголь, нефть и т.п.).

Поясные цены устанавливаются по районам (поясам) потребления продукции с учетом места ее производства и затрат на транспортировку в другие районы (например, цены на вино, овощные консервы и т.п.). Пояса определяет государство, но они могут складываться стихийно, когда какие-то виды товаров не производятся в данном регионе.

Дифференциация цен достигается также применением в необходимых случаях расчетных цен. Например, есть несколько предприятий с одинаковой номенклатурой продукции, объединенных в одном картеле (договорном объединении предприятий и фирм преимущественно одной отрасли для выполнения общей коммерческой деятельности — регулирования сбыта произведенной продукции). Эти предприятия имеют резко

различающиеся условия производства (хорошие или плохие условия добычи полезных ископаемых) и, следовательно, разный уровень затрат на производство. В этом случае целесообразно использовать дифференцированные (расчетные) цены для каждого предприятия. Тогда отдельные предприятия реализуют свою продукцию снабженческо-сбытовой организации по расчетным ценам, а сбытовая организация потребителям — по единым. Такая система двойных цен обеспечивает нормальные условия хозяйственной деятельности всех предприятий, входящих в картель, в том числе и тех, которые имеют высокую себестоимость своей продукции.

Виды цен по времени их действия

По сроку действия цены подразделяются на:

постоянные;

временные (ступенчатые);

разовые.

Такая классификация в какой-то мере условна, так как постоянных цен вообще не существует. Постоянными считаются цены, приведенные в прейскуранте или в каталоге и действующие на протяжении более или менее длительного времени, до очередного их пересмотра.

Временные цены устанавливаются на новую продукцию, предназначенную для серийного или массового производства и выпуск которой в начальный период сопровождается повышенными затратами. После окончания действия оговоренного срока или временной цены от нескольких месяцев до одного-двух лет они заменяются на постоянные.

Разновидностью временных являются ступенчатые цены, представляющие собой ряд последовательно снижающихся (повышающихся) цен на один и тот же вид товара. Уровни снижения цен и сроки действия каждой ступени оговариваются продавцом и покупателем. Например, договором купли-продажи новой продукции предусмотрено, что начальная цена действует 6 месяцев, затем она будет снижена на 10%, еще через 6 месяцев — на 15% и на таком уровне будет действовать в качестве постоянной. Такой порядок снижения цен стимулирует производителя к сокращению затрат на производство и обеспечению достаточной прибыльности новой продукции за время действия ступенчатых цен, а потребителя — к дальнейшему использованию этой продукции.

Другим примером может быть принятие государственными органами решения относительно повышения цен на энергоносители с определением размеров и сроков постепенного повышения цен.

Разовые цены устанавливаются на продукцию, изготовленную по разовому (индивидуальному) заказу.

Виды цен в зависимости от учета в них транспортных расходов  
Взаимоотношения продавцов и покупателей не ограничиваются только определением цены товара (работы, услуги). Необходимо согласовать еще базисные условия поставки, которые определяют основные права и обязанности участников сделки при транспортировке, упаковке и маркировке товаров по страхованию

грузов и оформлению коммерческой документации, а также определяют место и время перехода права собственности от продавца к покупателю и то, как эти условия отражаются в цене товара.

При этом нужно понимать, что все дополнительные расходы могут или вообще не включаться в цену, или включаться частично либо полностью. Все сказанное укладывается в понятие «франкировка», т. е. экономические и правовые условия, определяющие порядок включения в цены тех или иных затрат, связанных с транспортировкой, погрузочно-разгрузочными работами, хранением и страхованием грузов. Франкировка регламентирует правовые обязательства сторон в связи с поставками товаров во внутренней и внешней торговле.

Во внутренней торговле цены в зависимости от условий поставки товаров отличаются по видам франко. «Франко» (в переводе с итал. «свободный») — это коммерческий термин, означающий, что определенная часть расходов по транспортировке или погрузке товара включается в цену производителя. Каждый вид франко показывает, до какого пункта на пути движения товара от продавца к покупателю дополнительные затраты включены в цену по договору купли-продажи.

Существует шесть видов франко. Следует помнить, что во всех случаях эти расходы в конечном счете оплачивает покупатель.

Цена франко-склад поставщика не включает никаких затрат по перемещению товара от продавца к покупателю (по погрузке на складе поставщика, перевозке до станции отправления, разгрузке и др.). Все эти затраты покупатель оплачивает сверх цены товара.

Цена франко-станция отправления учитывает цену товара и затраты продавца на перемещение товара от своего склада до станции отправления. Все дальнейшие расходы, связанные с доставкой товара на склад покупателя, оплачиваются отдельно.

Цена франко-вагон станция отправления отличается от предыдущей тем, что включает в себя дополнительные затраты на подачу вагона на подъездные пути и погрузку товара в вагоны на станции отправления.

Цена франко-вагон станция назначения кроме цены товара включает в себя затраты на его перемещение от склада продавца до станции назначения без выгрузки из вагонов. Затраты на дальнейшую транспортировку товара до своего склада покупатель оплачивает сверх цены отдельно.

Цена франко-станция назначения включает в себя транспортные расходы от склада поставщика до станции назначения с учетом расходов по выгрузке продукции из вагонов.

Следует учесть, что большинство грузов не перегружается на железнодорожных станциях отправления и назначения (руда, уголь, нефтепродукты, металлопрокат, трубы и др.). Для таких товаров применяются цены франко-вагон станция отправления (назначения), а не франко-станция назначения (отправления).

Цена франко-склад покупателя учитывает цену товара и все расходы по его перемещению от склада продавца до склада покупателя.



	<p>В практике международной торговли при оформлении и заключении внешнеторговых контрактов купли-продажи стороны используют базисные условия поставки, толкование которых и вытекающие из них обязательства сторон содержатся в специальном сборнике Международной торговой палаты «Инкотермс». Согласно международным правилам основной принцип регламентирования условий поставки товаров состоит в последовательном увеличении обязанностей продавца от минимального до максимального объема и соответствующем увеличении затрат по перемещению товара, которые оплачивает продавец и, следовательно, учете их в цене товара, фиксируемой в контракте.</p> <p>Сборник «Инкотермс» содержит основные понятия, применяемые в международной торговой практике, и является официальной нормативной основой при арбитражном рассмотрении споров, которые возникают по соответствующим вопросам.</p> <p>Более детальную информацию по формированию цен см. в Инкотермс.</p> <p>Виды цен, используемых в практике учета, анализа и планирования</p> <p>Рассмотренные виды цен могут быть использованы при учете, анализе и планировании стоимостных показателей хозяйственной деятельности предприятий (фирм).</p> <p>При расчете стоимости товарной и реализованной продукции в каждом данном году, суммы прибыли, определении баланса доходов и расходов, составлении бизнес-планов и других документов прогнозного характера предприятия используют цены, сложившиеся в данный период времени. Их называют текущими (действующими) ценами.</p> <p>По разным причинам в каждом последующем году цены изменяются по сравнению с предыдущими годами. Нередко в практике управления деятельностью предприятия возникает необходимость оценить динамику экономических показателей. Использование для этих целей текущих цен не позволяет объективно оценить влияние факторов, зависящих от производства, т.е. факторов производственного характера. Поэтому для характеристики динамики экономических показателей используют сопоставимые (неизменные) цены. В качестве сопоставимых принимают цены определенного (базового) периода.</p>
Контрольный тест	

Группа	309
Дата	9.11.2021г.
Время	9 <sup>10</sup> -10 <sup>00</sup>
Наименование УД/МДК/УП/ПП	Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Ф.И.О. преподавателя	Поляченкова В.А.
Электронная почта	v.polyachenkova@yandex.ru
Основная литература	<p>1. Пястолов С.М. Экономическая теория: учебник для студ. Учреждений сред. Проф. образования / С.М.Пястолов. - 6-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2017. - 272 с.</p> <p>2. <a href="#">ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ 4-е изд., пер. и доп. Учебник для СПО</a> Лобачева Е. Н. [и др.] ; под ред. Лобачевой Е.Н. <a href="#">Подробнее</a>  Научная школа: <a href="#">Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (г. Москва)</a>. ПООП СПО: <a href="#">18.02.12 Технология аналитического контроля химических соединений</a>. Год: 2019 / Гриф УМО СПО</p> <p>3. Основы экономической теории (СПО). Учебное пособие : учебное пособие / С.А. Шапиро, Е.А. Марьганова. - Москва : КноРус, 2019. - 263 с. - ISBN 978-5-406-06459-7. <a href="https://www.book.ru/book/930458">https://www.book.ru/book/930458</a></p> <p>4. Основы экономической теории : учебное пособие / Л.М. Куликов. - Москва : КноРус, 2019. - 247 с. - СПО. - ISBN 978-5-406-07181-6. <a href="https://www.book.ru/book/931840">https://www.book.ru/book/931840</a></p>
Тема	<b>Методы расчета цены. Формирование цен на продукцию и услуги в предприятиях общественного питания.</b>
Задание	<p>В заведениях общепита должна быть принята четкая методика определения продажной цены блюд. Это касается столовых, кафе, ресторанов, пиццерий, бургерных и даже точек продаж уличной еды. В противном случае предприниматель может попасть в проблемную ситуацию, подобную описанной:</p> <p>«После открытия кафе, мною была посчитана примерная себестоимость каждого блюда и определена его продажная стоимость. В течение последующих месяцев цены на ингредиенты понемногу росли, но я не решался повышать ценники.</p> <p>В итоге зарабатываемая мною маржа начала практически полностью уходить на налоги, аренду, зарплату и прочие платежи, а я не мог понять причин резкого уменьшения прибыли. Потом, когда разобрался в ситуации, пришлось резко повышать стоимость блюд, что привело к оттоку клиентов. Таким образом, я потерял прибыль дважды».</p> <p>С подобной проблемой может столкнуться каждый руководитель заведения общепита, который уделяет недостаточно внимания расчету продажной цены блюд. Сегодня мы разберем, какие существуют способы определения стоимости готовой продукции, позволяющие оперативно реагировать на изменения себестоимости. Также из статьи предприниматели узнают о современных инструментах контроля продажной цены, позволяющих получать максимальную прибыль.</p> <p>Способы расчета продажной цены</p> <p>Единого подхода к расчету продажной цены блюд в общепите не существует. В школьных столовых методика одна, а в престижных ресторанах – другая. Ведь цена блюда может зависеть не только от стоимости ингредиентов и торговой</p>

наценки, но и от его роли в меню.

В престижных ресторанах цена в меню должна оставаться стабильной как можно дольше

На практике выделяют три метода расчета продажной цены, которые используются в сфере общепита и уличной еды:

- традиционный;
- рыночный;
- комбинированный.

Во всех указанных способах расчета продажной цены расход сырья строго нормирован. То есть затраты на стандартное рецептурное блюдо примерно одинаковы во всех заведениях. Но конечное значение ценника может сильно отличаться из-за влияния самых разнообразных факторов.

Традиционный способ расчета продажных цен

При традиционном способе расчета продажной цены блюда его стоимость определяется путем составления калькуляционной карточки по форме ОП-1. В ней указывается себестоимость ингредиентов, наценка и продажная цена одной порции. Для удобства в карточке может указываться количество сырья, необходимое для изготовления 100 блюд.

Бланк калькуляционной карточки для расчета продажной цены блюд

Бланк калькуляционной карточки для расчета продажной цены блюд.

При традиционном способе можно использовать два метода расчета конечной цены:

- производственный;
- торговый.

Они отличаются методологией, но имеют общий порядок составления калькуляции.

При производственном методе ингредиенты в калькуляционной карте учитываются по закупочной стоимости, а уже к полученной цене порции прибавляются дополнительные надбавки: наценка и НДС. Такой способ расчета продажной цены подходит для заведений общепита, продающих одинаковые блюда с различной наценкой. Например, когда единая кухня изготавливает один и тот же суп для столовой и ресторана.

При торговом методе учет стоимости ингредиентов в калькуляционной карточке производится по продажной цене. В результате получаемая итоговая сумма является конечным ценником, который вносится в меню. Этот способ более удобен для заведений общепита с единой наценкой на все блюда.

Использование традиционного метода расчета продажных цен характерно в большей степени для кафе, пиццерий, столовых, где себестоимость сырья занимает значительную часть расходов.

Упрощенная калькуляционная карточка блюда

Упрощенная калькуляционная карточка блюда

При использовании для автоматизации торговли программы складского учета ЕКАМ на блюдо составляется технико-технологическая карта. В неё подтягиваются актуальные закупочные цены на сырье, в результате чего руководитель может ежедневно оценивать рентабельность каждого пункта меню. Это

позволит своевременно корректировать ценовую политику и обеспечивать стабильную прибыль бизнеса.

Учет НДС в калькуляции при традиционном способе

Указание НДС в калькуляции блюд зависит от способа расчета продажной цены. При производственном методе в калькуляционную карту заносят себестоимость ингредиентов без НДС. Впоследствии к стоимости сырьевого набора прибавляют наценку, а на полученную сумму накидывают ещё и 20% НДС. При учете по торговому методу в калькуляционную карту сразу вносят реализационную цену ингредиентов, в том числе 20% НДС. Итоговая сумма будет равна той, которую необходимо указывать непосредственно в меню.

Полученные расчеты подписываются их исполнителем, шеф-поваром и руководителем заведения общепита. Если речь идет о самозанятом предпринимателе, то он может поставить эти подписи сам.

Рыночный способ расчета продажных цен

Традиционный способ расчета продажных цен в заведениях общепита не всегда удобен. Если ресторан активно использует маркетинговые инструменты, то стоимость многих блюд будет слабо зависеть от их себестоимости. Например, товары-локомотивы, ради которых человек приходит в заведение, должны иметь минимальную наценку. А на сопутствующих блюдах можно накручивать в разы больше. Примерами таких дублей могут быть пиво и снеки, пицца и молочные коктейли. За презентацию и эксклюзивность блюда можно делать дополнительную наценку

За презентацию и эксклюзивность блюда можно делать дополнительную наценку

Кроме того, на цену отдельных блюд могут влиять рыночные факторы:

- стоимость подобных товаров у конкурентов;
- платежеспособность целевой группы покупателей;
- высокая стоимость аренды помещения;
- необходимость окупить вложения в эксклюзивный интерьер и прочие.

В подобных ситуациях расчет продажных цен основывается на анализе рынка, предпочтениях посетителей, планируемом спросе и прочих факторах, не связанных напрямую с себестоимостью блюд.

Рыночный способ определения стоимости продукции требует постоянной корректировки. В регулярной переоценке рентабельности блюд поможет программа складского учета ЕКАМ. Предприниматели могут установить её и бесплатно опробовать на протяжении 2 недель. Приложение позволяет анализировать продажи, определять рентабельность направлений меню и отдельных блюд, отслеживать востребованность тех или иных позиций.

С программой складского учета ЕКАМ руководитель кафе, столовой или ресторана может легко оптимизировать меню, наполнив его наиболее востребованными и прибыльными блюдами. Поэтому автоматизация торговли является

	<p>неотъемлемым условием для использования рыночного способа расчета продажной цены блюд.</p> <p>Комбинированный способ расчета продажных цен</p> <p>В чистом виде рыночный и традиционный методы расчета продажных цен используются в розничном бизнесе редко. Обычно их комбинируют в три этапа:</p> <p>Заполняется калькуляционная карточка для определения себестоимости одной порции блюда.</p> <p>С учетом рыночных и маркетинговых факторов в карточке указывается расчётная стоимость блюда.</p> <p>Исходя из продажной цены и себестоимости, высчитывается наценка, которая указывается в соответствующей графе.</p> <p>Причиной популярности комбинированного способа расчета продажной цены являются требования контролирующих органов вести калькуляционные карточки. В результате предприниматели вынуждены оформлять эти документы, даже если в них нет потребности.</p> <p>В программе складского учета ЕКАМ можно работать удаленно. Из-за изменчивости цен на продукты калькуляционные карточки приходится постоянно переделывать. Чтобы эта работа не отнимала время, можно использовать программу складского учета. Она способна автоматически формировать карточки, рассчитывая нужную наценку на основе заданной продажной цены.</p> <p>Автоматизация торговли в сфере общепита идет гигантскими шагами. Сейчас уже все суши-бары и пиццерии используют программу складского учета. Поэтому открывая бизнес в этой сфере, нужно сразу закладывать средства на приобретение специального приложения. Оно помогает оптимизировать ассортимент, рассчитывать продажную цену блюд и, как следствие, позволяет получать максимальную прибыль.</p> <p>У нас есть готовое решение и оборудование для онлайн-кассы. Испытайте все возможности платформы ЕКАМ бесплатно.</p> <p>Облачная система учета. Продаж, товаров и клиентов</p> <p>Управляйте запасами товаров и отслеживайте остатки</p> <p>Узнайте товары, на которых вы больше всего зарабатываете</p> <p>Начисляйте зарплату сотрудникам</p> <p>Подключайте онлайн-кассу для отправки и печати чеков</p>
Контрольный тест	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислить способы расчета цен.</li> <li>2. В чем заключается каждый из способов расчета цен?</li> <li>3. Какой из способов на ваш взгляд более приемлем в месте где вы планируете работать?</li> <li>4. Почему именно этот способ на ваш взгляд наиболее приемлем?</li> </ol>

Группа	309
Дата	12.11.2021г.
Время	10 <sup>10</sup> -11 <sup>00</sup>
Наименование УД/МДК/УП/ПП	Основы экономики, менеджмента и маркетинга
Ф.И.О. преподавателя	Поляченкова В.А.
Электронная почта	v.polyachenkova@yandex.ru
Основная литература	<p>1. Пястолов С.М. Экономическая теория: учебник для студ. Учреждений сред. Проф. образования / С.М.Пястолов. - 6-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2017. - 272 с.</p> <p>2. <a href="#">ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ 4-е изд., пер. и доп. Учебник для СПО</a> Лобачева Е. Н. [и др.] ; под ред. Лобачевой Е.Н. <a href="#">Подробнее</a>  Научная школа: <a href="#">Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (г. Москва)</a>. ПООП СПО: <a href="#">18.02.12 Технология аналитического контроля химических соединений</a>. Год: 2019 / Гриф УМО СПО</p> <p>3. Основы экономической теории (СПО). Учебное пособие : учебное пособие / С.А. Шапиро, Е.А. Марыганова. - Москва : КноРус, 2019. - 263 с. - ISBN 978-5-406-06459-7. <a href="https://www.book.ru/book/930458">https://www.book.ru/book/930458</a></p> <p>4. Основы экономической теории : учебное пособие / Л.М. Куликов. - Москва : КноРус, 2019. - 247 с. - СПО. - ISBN 978-5-406-07181-6. <a href="https://www.book.ru/book/931840">https://www.book.ru/book/931840</a></p>
Тема	<b>Расчет цен на продукцию и услуги в предприятиях общественного питания.</b>
Задание	Традиционный способ расчета продажных цен При традиционном способе расчета продажной цены блюда его стоимость определяется путем составления калькуляционной карточки по форме ОП-1. В ней указывается себестоимость ингредиентов, наценка и продажная цена одной порции. Для удобства в карточке может указываться количество сырья, необходимое для изготовления 100 блюд.

Код Форма по ОКУД по ОКПО	0330501
Вид деятельности по ОКДП	
Номер блюда по сборнику рецептов, ТТК, СТП	
Вид операции	

\_\_\_\_\_ (организация)  
 \_\_\_\_\_ (структурное подразделение)  
 \_\_\_\_\_ (инициалы Ф.И.О.)

Номер документа \_\_\_\_\_ Дата составления \_\_\_\_\_

**КАЛЬКУЛЯЦИОННАЯ КАРТОЧКА**

Первый номер калькуляции, дата утверждения		№1			№2			№3			№4			№5			№6			
№ порции (штуки)	Продукты	норм.	цены	сумма	норм.	цены	сумма	норм.	цены	сумма	норм.	цены	сумма	норм.	цены	сумма	норм.	цены	сумма	
		кг	руб. коп.	руб. коп.	кг	руб. коп.	руб. коп.	кг	руб. коп.	руб. коп.	кг	руб. коп.	руб. коп.	кг	руб. коп.	руб. коп.	кг	руб. коп.	руб. коп.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюде		X	X		X	X		X	X		X	X		X	X		X	X		
Наценка _____%, руб. коп.																				
Цена продажи блюда, руб. коп.																				
Выход одного блюда в готовом виде, грамм																				

Бланк калькуляционной карточки для расчета продажной цены блюд. При традиционном способе можно использовать два метода расчета конечной цены:

- производственный;
- торговый.

Они отличаются методологией, но имеют общий порядок составления калькуляции.

При производственном методе ингредиенты в калькуляционной карте учитываются по закупочной стоимости, а уже к полученной цене порции прибавляются дополнительные надбавки: наценка и НДС. Такой способ расчета продажной цены подходит для заведений общепита, продающих одинаковые блюда с различной наценкой. Например, когда единая кухня изготавливает один и тот же суп для столовой и ресторана.

При торговом методе учет стоимости ингредиентов в калькуляционной карточке производится по продажной цене. В результате получаемая итоговая сумма является конечным ценником, который вносится в меню. Этот способ более удобен для заведений общепита с единой наценкой на все блюда.

Использование традиционного метода расчета продажных цен характерно в большей степени для кафе, пиццерий, столовых, где себестоимость сырья занимает значительную часть расходов.

### Калькуляционная карточка от 23.05.2014

Наименование блюда: Лазанья

Рецептура	Раскладка	Выход
Лазанья		300гр

№	Ингредиент	Норма	Единица измерения	Цена	Сумма
1	Мясо говядина 2-й сорт	1,000	кг	1 026,69	1 026,69
2	Помидоры	0,300	кг	362,52	108,76
3	Сыр	0,500	кг	1 425,16	712,58
4	Лук репчатый	0,800	кг	58,47	46,77
5	Тесто пельменное	1 500,000	гр	0,12	182,30
6	Вода	0,390	л	0,00	0,00
7	Мука "Цесна" (высший сорт)	1,050	кг	132,55	139,17
8	Яйцо столовое	2,250	шт	18,63	41,92
9	Соль	0,030	кг	40,18	1,21
10	Соус белый	700,000	гр	0,13	89,98
11	Масло сливочное	0,035	кг	1 339,28	46,87
12	Вода	0,630	л	0,00	0,00
13	Лук репчатый	0,034	кг	58,47	1,96
14	Мука "Цесна" (высший сорт)	0,035	кг	132,55	4,64
15	Сметана	0,035	кг	892,86	31,25
16	Специи	0,004	кг	1 339,29	4,69
17	Соль	0,014	кг	40,18	0,56
18	Специи	0,001	кг	1 339,29	1,34
19	Зелень	0,004	кг	2 000,00	8,00
20	Соль	0,015	кг	40,18	0,60
<b>Стоимость набора сырья (10 порц)</b>					<b>2 177,02</b>
<b>Цена (1 порц)</b>					<b>217,70</b>

Заведующий производством

Калькуляцию составил

подпись

подпись

#### Упрощенная калькуляционная карточка блюда

При использовании для автоматизации торговли программы складского учета ЕКАМ на блюдо составляется технико-технологическая карта. В неё подтягиваются актуальные закупочные цены на сырье, в результате чего руководитель может ежедневно оценивать рентабельность каждого пункта меню. Это позволит своевременно корректировать ценовую политику и обеспечивать стабильную прибыль бизнеса.

Учет НДС в калькуляции при традиционном способе

Указание НДС в калькуляции блюд зависит от способа расчета продажной цены. При производственном методе в калькуляционную карту заносят себестоимость ингредиентов без НДС. Впоследствии к стоимости сырьевого набора прибавляют наценку, а на полученную сумму накидывают ещё и 20% НДС.

При учете по торговому методу в калькуляционную карту сразу вносят реализационную цену ингредиентов, в том числе 20% НДС. Итоговая сумма будет равна той, которую необходимо указывать непосредственно в меню.

Полученные расчеты подписываются их исполнителем, шеф-поваром и руководителем заведения общепита. Если речь идет о самозанятом предпринимателе, то он может поставить эти подписи сам.

Рыночный способ расчета продажных цен

Традиционный способ расчета продажных цен в заведениях общепита не всегда удобен. Если ресторан активно использует маркетинговые инструменты, то стоимость многих блюд будет слабо зависеть от их себестоимости. Например, товары-локомотивы, ради которых человек приходит в заведение, должны иметь минимальную наценку. А на сопутствующих блюдах можно накручивать в разы больше. Примерами таких дублей могут быть пиво и снеки, пицца и молочные коктейли.

За презентацию и эксклюзивность блюда можно делать дополнительную наценку



	<p>Кроме того, на цену отдельных блюд могут влиять рыночные факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>стоимость подобных товаров у конкурентов;</li> <li>платежеспособность целевой группы покупателей;</li> <li>высокая стоимость аренды помещения;</li> <li>необходимость окупить вложения в эксклюзивный интерьер и прочие.</li> </ul> <p>В подобных ситуациях расчет продажных цен основывается на анализе рынка, предпочтениях посетителей, планируемом спросе и прочих факторах, не связанных напрямую с себестоимостью блюд. Рыночный способ определения стоимости продукции требует постоянной корректировки. В регулярной переоценке рентабельности блюд поможет программа складского учета ЕКАМ. Предприниматели могут установить её и бесплатно опробовать на протяжении 2 недель. Приложение позволяет анализировать продажи, определять рентабельность направлений меню и отдельных блюд, отслеживать востребованность тех или иных позиций.</p> <p>С программой складского учета ЕКАМ руководитель кафе, столовой или ресторана может легко оптимизировать меню, наполнив его наиболее востребованными и прибыльными блюдами. Поэтому автоматизация торговли является неотъемлемым условием для использования рыночного способа расчета продажной цены блюд.</p> <p>Комбинированный способ расчета продажных цен</p> <p>В чистом виде рыночный и традиционный методы расчета продажных цен используются в розничном бизнесе редко. Обычно их комбинируют в три этапа:</p> <p>Заполняется калькуляционная карточка для определения себестоимости одной порции блюда.</p> <p>С учетом рыночных и маркетинговых факторов в карточке указывается расчётная стоимость блюда.</p> <p>Исходя из продажной цены и себестоимости, высчитывается наценка, которая указывается в соответствующей графе.</p> <p>Причиной популярности комбинированного способа расчета продажной цены являются требования контролирующих органов вести калькуляционные карточки. В результате предприниматели вынуждены оформлять эти документы, даже если в них нет потребности.</p> <p>Из-за изменчивости цен на продукты калькуляционные карточки приходится постоянно переделывать. Чтобы эта работа не отнимала время, можно использовать программу складского учета. Она способна автоматически формировать карточки, рассчитывая нужную наценку на основе заданной продажной цены.</p> <p>Автоматизация торговли в сфере общепита идет гигантскими шагами. Сейчас уже все суши-бары и пиццерии используют программу складского учета. Поэтому открывая бизнес в этой сфере, нужно сразу закладывать средства на приобретение специального приложения. Оно помогает оптимизировать ассортимент, рассчитывать продажную цену блюд и, как следствие, позволяет получать максимальную прибыль.</p>
Контрольный тест	На примере приведенной карточки расчёта калькуляции блюд рассчитать 3 блюда на выбор.

