

DZGwG



**TEMAT: CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE
WIELKOŚĆ SPRZEDAŻY W ZAKŁADZIE
GASTRONOMICZNYM.
MARŻA I CENA GASTRONOMICZNA.**

Izabela Żero



- Na podstawie prezentacji sporządź notatkę w zeszycie przedmiotowym.
- Wykonaj ćwiczenia z kolejnej prezentacji.
- Wyślij na adres izabelazero@wp.pl do 11.05.2020



1. WSTĘP

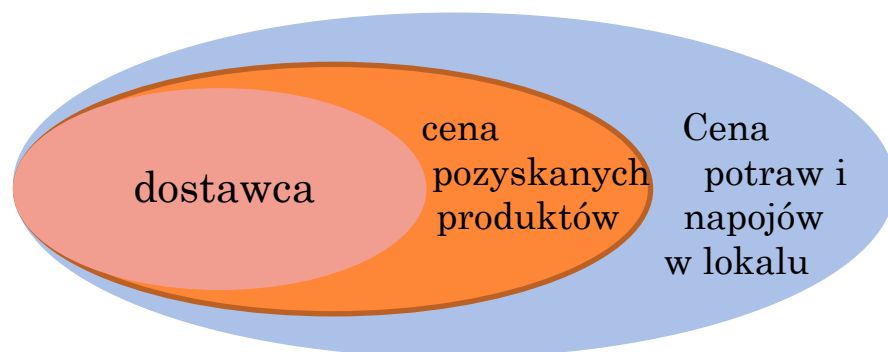
Czynniki kształtujące wielkość sprzedaży w przedsiębiorstwie gastronomicznym:

1. Marża i cena gastronomiczna
2. Sposób kalkulacji cen
3. Upusty i rabaty
4. Koszty funkcjonowania przedsiębiorstwa
5. Lokalizacja i wystrój lokalu
6. Proces zarządzania salą konsumencką



2. MARŻA I CENA GASTRONOMICZNA

- Wysokość cen potraw i napojów w lokalu gastronomicznym wpływa na wielkość sprzedaży i zysk



Rysunek przedstawiający czynniki wpływające na cenę „w menu”

- **WAŻNE:** Trzeba dobrze wybrać dostawcę, zwracając uwagę na ceny, jakość, terminy dostaw.

ĆWICZENIE:

Od czego zależy cena dostarczanych produktów żywnościowych?



3. WAŻNE POJĘCIA:

- ❑ **Cena zbytu/cena producenta** - cena sprzedaży gotowych produktów, jaką uzyskuje wytwórca, dokonując sprzedaży do hurtowni, sklepu, lokalu gastronomicznego

Cena zbytu = koszty wytworzenia + marża producencka

Marża producencka zapewnia zysk producenta ze zrealizowanej sprzedaży. Jest ona wyrażana procentowo w relacji do jednostkowego kosztu wytworzenia.

Np. Sadownik wyprodukował marchew. Kosztowało go to 0,6 zł. Żeby zarobić dolicza 40 % marżę , czyli 0,24 zł. Sadownik sprzedaje marchew za 0,84 zł za kilogram.

- ❑ **Cena hurtowa** – cena sprzedaży dokonywanej przez hurtownię

Marża hurtowa = cena hurtowa* – cena zakupu

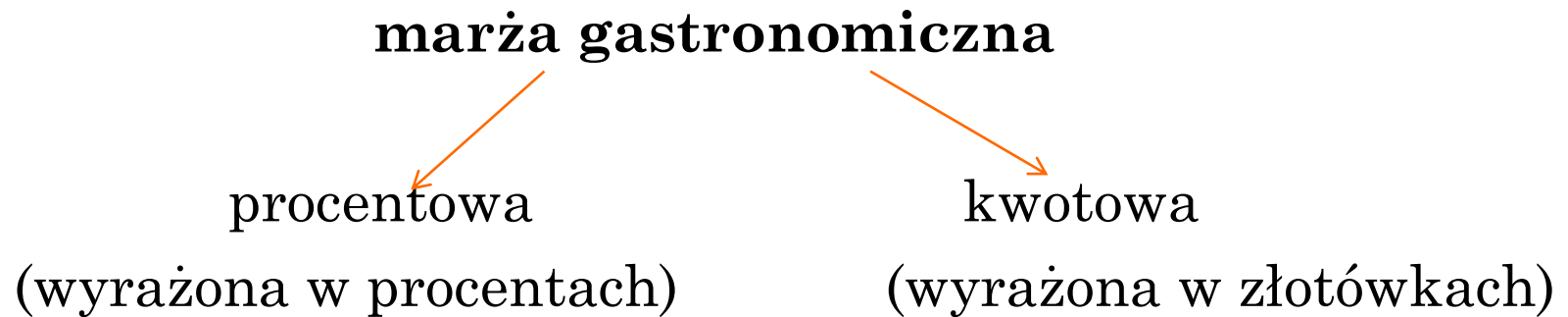
*cena hurtowa może podlegać negocjacjom, udzielane są też upusty i rabaty (wszystko zależy np. od długości współpracy hurtowni z przedsiębiorstwem)

- ❑ **Cena detaliczna/cena handlowa** - jest skalkulowana na podstawie ceny hurtowej powiększonej o marżę handlową (detaliczną)

Marża handlowa = cena detaliczna – cena zakupu/hurtowa/producencka

- ❑ **Cena gastronomiczna** – cena sprzedaży potrawy lub napoju w przedsiębiorstwie gastronomicznym
- **W wypadku wyrobów gastronomicznych** kalkulacja następuje na podstawie receptury, np. liczone są koszty wytworzenia określonej ilości zupy i następnie jednej porcji
- **W wypadku towarów handlowych** do ceny zakupu doliczana jest marża gastronomiczna i sposób sprzedaży (porcjowane, czy nieporcjowane)

Marża gastronomiczna = cena sprzedaży – koszt wytworzenia



WZÓR NA OBLICZANIE MARŻY KWOTOWEJ:

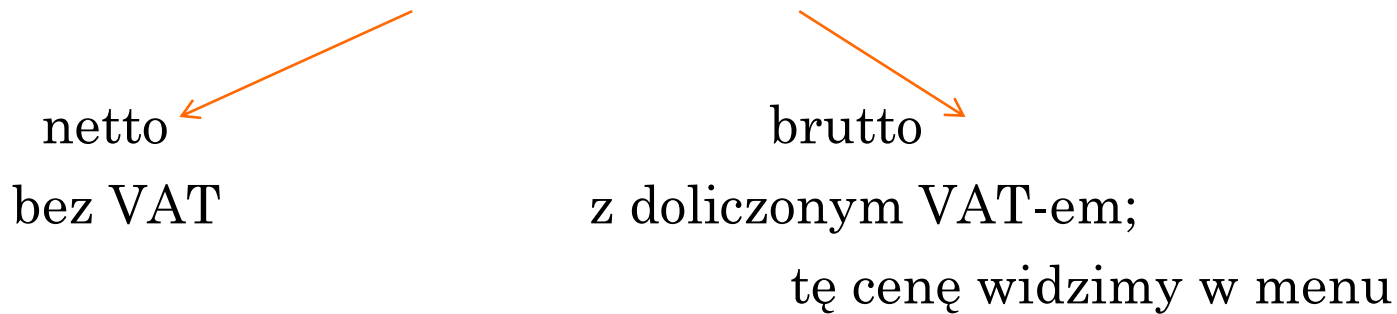
$$M_{gk} = M\% \cdot k_{jp}$$

M% - marża procentowa

k_{jp} - koszt wytworzenia jednej porcji



cena gastronomiczna



WZÓR NA OBLICZANIE CENY GASTRONOMICZNEJ NETTO:

$$C_{gn} = k_{jp} + (M\% \cdot k_{jp})$$

WZÓR NA OBLICZANIE CENY GASTRONOMICZNEJ BRUTTO:

$$C_{gb} = (C_{gn} \cdot SVAT) + C_{gn}$$

C_{gb} – cena gastronomiczna brutto

$SVAT$ – stawka podatku VAT



PRZYKŁAD OBLICZEŃ:

Chcemy obliczyć cenę gastronomiczną netto.
Ustaliliśmy, że koszt wytworzenia jednej porcji potrawy wynosi 6 zł, a marża to 50%. Nasze obliczenia powinny wyglądać w następujący sposób:

$$C_{gn} = 6,00\text{zł} + (0,5 \cdot 6,00\text{zł})$$

$$C_{gn} = 6,00\text{zł} + 3,00\text{zł}$$

$$C_{gn} = 9,00\text{zł}$$

Obliczyliśmy cenę bez podatku
VAT

Aby uzyskać cenę z podatkiem VAT, czyli tę, którą klient widzi w menu, wykonujemy następujące obliczenia:

$$C_{gb} = 9,00\text{zł} + (0,23 \cdot 9,00\text{zł})$$

$$C_{gb} = 9,00\text{zł} + 2,07\text{zł}$$

$$C_{gb} = 11,07\text{zł}$$



4. CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA WYSOKOŚĆ MARŻY:

- koszty funkcjonowania zakładu gastronomicznego
- usługi dodatkowe, np. możliwość organizowania bankietów, imprez firmowych
- liczba klientów
- status materialny klientów
- rodzaj posiłków
- konkurencja
- lokalizacja
- standard zakładu gastronomicznego

