**ЗАДАНИЕ-** составить конспект

(продолжение раздела ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ)

**Экономическая обоснованность торговой надбавки.**

Формирование доходов предприятия непосредственно зависит от порядка ценообразования. Предприятия торговли и питания самостоятельно устанавливают розничные цены.

Основным источником доходов от реализации на предприятиях торговли является торговая надбавка к цене, по которой приобретается товар, а на предприятиях питания – наценка на сырье и продукты для производства собственной продукции и на покупные товары.

Торговая надбавка:

– наценка к отпускной цене (цене приобретения) товара;

– составная часть розничной цены товара, остающаяся в распоряжении торговых, заготовительно-сбытовых организаций и предприятий для возмещения издержек обращения и образования их прибыли.

Розничная цена товара включает следующие элементы:

– в цена закупки на товары на предприятиях торговли или на сырье, продукты и покупные товары на предприятиях питания;

– торговая надбавка на предприятиях торговли или наценка на предприятиях питания;

– НДС.

Розничная цена определяется по формуле:

РЦ = (ЦТ + ТН) + % НДС \* (ЦТ + ТН),

Где ЦТ – цена товара, отражаемая по счету 41-2 «Товары в розничной торговле»;

ТН – торговая наценка, используемая организацией;

% НДС – ставка НДС, по которой облагается товар в соответствии со статьей 164 НК РФ;

Если организация торговли не является плательщиком налога, то розничная цена определяется по упрощенной формуле:

РЦ = (ЦТ + ТН)

Розничным организациям, являющимся плательщиками НДС не выгодно заключать договора поставки с поставщиками, не уплачивающими этот налог, так как с реализации покупных товаров они обязаны начислить сумму налога, не имея при этом суммы «входного» НДС. Такое сотрудничество возможно и взаимовыгодно только в том случае, если продажные цены на товары у поставщика, не являющегося плательщиком НДС, значительно отличаются в меньшую сторону от продажных цен поставщиков, уплачивающих НДС.

На предприятиях торговли торговые надбавки и наценки являются предметом ценовой политики. Нижним пределом изменения цены является цена приобретения товара, а верхним – цена спроса покупателей. Торговая надбавка (наценка предприятия питания) предназначена для возмещения текущих затрат (издержек обращения или издержек производства) и образования прибыли. Следовательно, элементами торговой надбавки (наценки) являются уровень издержек обращения (расходов предприятия питания) и рентабельность продаж (уровень прибыли).

 ТН = ИО+П

Где ИО – сумма издержек обращения, руб.;

П – сумма прибыли, руб.

 Торговые надбавки (наценки) устанавливаются в процентах к цене приобретения товара (сырья, продуктов) без НДС.

Размеры торговых надбавок могут быть едиными для предприятия или дифференцированными по группам товаров, т.к. издержкоемкость и условия реализации их разные.

 Торговые надбавки (наценки предприятий питания) характеризуют цену торговых услуг, оказываемых покупателям при реализации товаров и услуг. Размер надбавок и наценок рассчитывается с учетом их назначения и конъюнктуры рынка.

Наценки предприятий питания рассчитываются отдельно на сырье и продукты для производства собственной продукции и на покупные товары, так как издержкоемкость реализации продукции собственного производства в 2,5-3 раза выше, чем реализации покупных товаров. Кроме того, при установлении наценок учитывают тип предприятия питания, уровень обслуживания, ассортимент блюд и другие факторы.