

6.6.2 Oblikovanje prodajnih cen in ostalih pogojev

Določanje cen je najobčutljivejše področje prodajnega poslovanja v trgovskem podjetju. Poleg samih cen določamo tudi plačilne pogoje kot na primer čas plačila in način plačila ter različne popuste, ki prav tako vplivajo na nakupne odločitve kupcev.



POMNI

Cene se v tržnem gospodarstvu oblikujejo prosto. To pomeni, da si lahko trgovska podjetja po lastni presoji zaračunavajo maržo pri določanju prodajne cene trgovskega blaga.

Ob tem pa morajo poleg svojih stroškov in zelenega dobička upoštevati še stanje in razvoj konkurence in povpraševanja, zakonsko določene cene in pogodbene dogovore med poslovnimi partnerji.

V trgovini na drobno poznamo tri vrste prodajnih cen.

- Običajne cene se oblikujejo tako, da trgovsko podjetje zaračuna k nabavni ceni običajno maržo za posamezno vrsto izdelkov in ima tako povprečne tržne cene.
- Diskontne cene so značilne za trgovska podjetja, ki znižajo svoje cene pod raven povprečnih tržnih cen na račun svojega dobička, vendar računajo na povečanje obsega prodaje in s tem na boljši poslovni rezultat (hitrejši obrat zalog, nižji stroški, manjša vezava sredstev, nabavni rabati idr.).
- Ekskluzivne cene so višje od tržnih, povprečnih cen, lahko pa si jih privoščijo tista trgovska podjetja, ki nudijo izredno kakovostne izdelke, modne izdelke, izredno lokacijo prodajalne, zelo globok asortiment ipd. .



POMNI

MARŽA

Je pribitek na nabavno ceno izdelka, trgovskemu podjetju služi za kritje stroškov poslovanja in doseganju zelenega dobička. Na to mora trgovina na drobno obračunati še davek na dodano vrednost.

Kalkulacija prodajne cene je postopek izračuna prodajne cene ob upoštevanju vseh stroškov, popustov in ustrezne stopnje DDV-ja. Enostavni postopek je prikazan v spodnji tabeli.¹⁶

Nekoliko daljši je postopek kalkulacije, če moramo upoštevati še rabat dobavitelja in nabavne stroške.



PRIMER- kalkulacija prodajne cene

Poglejmo kalkulacijo istega primera še, ko je dobavitelj odobril 10 % rabata. Podjetje »Trgovček« d.o.o pa je imelo za 130,00 EUR nabavnih stroškov.

Pri tem še razložimo pojme:

Kupna vrednost (KV) = cena dobavitelja (z DDV) x količina

Čista kupna vrednost (ČKV) = KV brez DDV = cena dob. brez DDV x količina

Nabavna vrednost (NS) = ČKV + nabavni stroški (NS) brez DDV

Nabavna cena (NC) = NS / količina

Tako kot asortiment lahko tudi cene spreminjamo in se tako prilagajamo različnim tržnim razmeram. Diferenciacija cen je spreminjanje cen izdelkov glede na različne dejavnike, ki vplivajo na povpraševanje.

- Prostorska diferenciacija je takrat, ko cene razlikujemo glede na kraj prodaje in ob tem upoštevamo, kakšno je povpraševanje, kupno moč ipd. . Npr. cena breskev je v poletni sezoni višja na stojnici pred plažo v Portorožu kot na tržnici v Lendavi.
- Časovna diferenciacija pomeni, da cene oblikujemo glede na različna časovna obdobja. Npr. sezonsko blago na višku sezone ima višjo ceno kot ob koncu sezone, cene kruha so 2 uri pred zaprtjem prodajalne za 50 % nižje.
- Diferenciacija po porabnikih je razlikovanje cen po skupinah kupcev. Npr. upokojeanci imajo vsakega 1. in 15. v mesecu popust.
- Diferenciacija po količini je način, kako kupce spodbujamo k večjim nakupom. Primer take diferenciacije v smislu »kupi več, plačaj manj« je na primer akcija kupi 3 plačaj 2. Trgovska podjetja pogosto odobravajo velikim odjemalcem občutne količinske popuste.