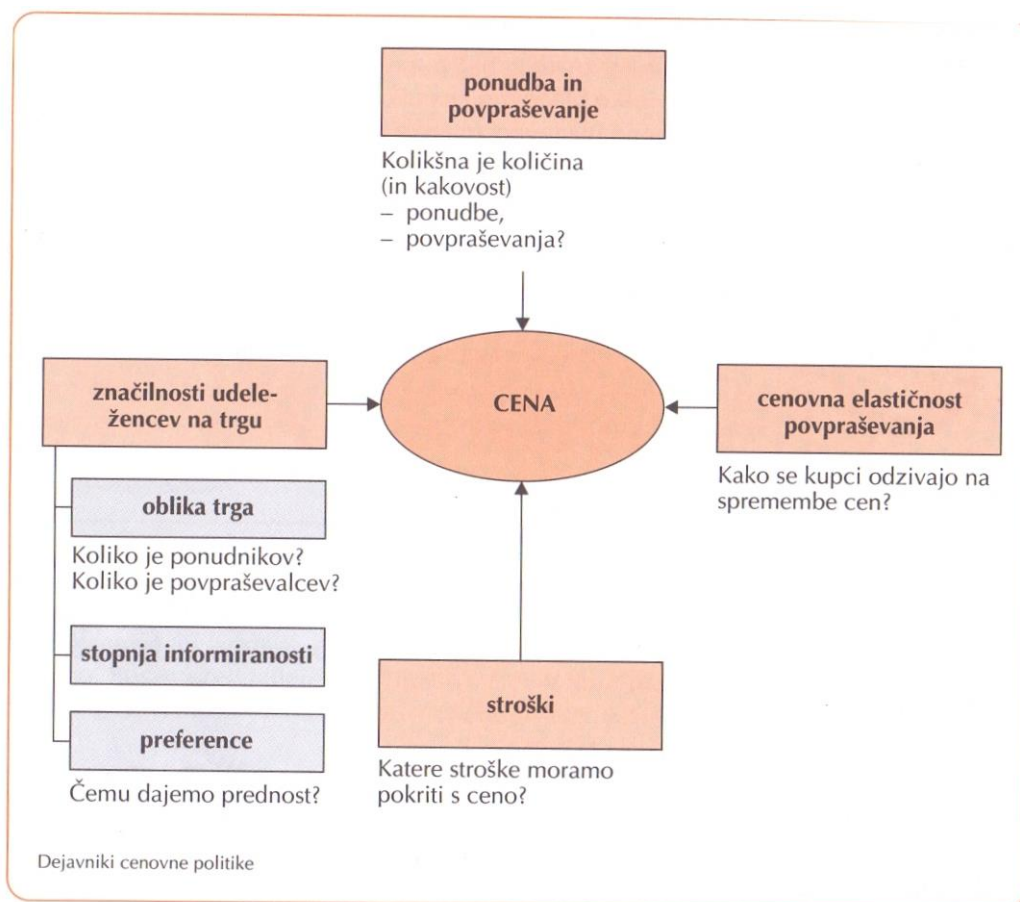


6.6 POLITIKA CEN¹

1. Kateri dejavniki vplivajo na določitev prodajnih cen s strani podjetnika?

Kako podjetnik določi svoje prodajne cene, je odvisno od številnih dejavnikov. Med njimi so najpomembnejši:

1. stroški,
2. oblike in sestava trga,
3. razmerje med ponudbo in povpraševanjem,
4. preference ponudnikov in povpraševalcev,
5. informiranost ponudnikov in povpraševalcev in
6. cenovna elastičnost povpraševanja² (glejte sliko 1).



Slika 1: Dejavniki cenovne politike

2. Katere cenovne politike so možne?

Možne so naslednje cenovne politike:

1. stroškovna usmerjena cenovna politika,
2. konkurenčno usmerjena cenovna politika,

¹ Točka 6.6 je povzeta po knjigi: Ušaj Hvalič, T. in ostali. 2011. Poslovanje podjetij: menedžment in trženje. Celovec: Mohorjeva.

² Npr. pri neelastičnem povpraševanju so možnosti za cenovno politiko večje, saj določena sprememba cene vpliva na manjšo odstotno spremembo količine povpraševanja (zdravila, bencin).

3. glede na povpraševanje usmerjena cenovna politika,
4. s preferenco kupcev povezana cenovna politika
5. posebni ukrepi cenovne politike
 - a. diferenciacija cen (različnost cen),
 - b. kalkulativna izravnava

3. Kakšne so značilnosti stroškovno usmerjene cenovne politike?

Kadar kupci nimajo pregleda nad trgom in je tudi težko primerjati cene izdelkov, cenovna politika podjetja temelji na dejanskih stroških, npr. popravila in vzdrževanja, ki jih opravljajo obrtniki (vodoinštalater, avtoserviser).

4. Kakšne so značilnosti konkurenčno usmerjene cenovne politike?

Nekatera podjetja svojo cenovno politiko oblikujejo predvsem na podlagi cen konkurence, npr. ponudniki mobilne telefonije.

5. Kakšne so značilnosti glede na povpraševanje usmerjene cenovne politike?

Če je povpraševanje veliko, lahko ponudnik poveča cene, nasprotno mora pri zmanjšanju povpraševanja cene znižati, npr. pred dnevom spomina na mrtve naraščajo cene cvetic.

6. Kakšne so značilnosti s preferenco kupcev povezane cenovne politike?

Z nizkimi akcijskimi cenami ob uvajanju novega izdelka poskušamo pridobiti kupce za nakup. Pri tem pričakujemo, da bo kupec tudi pozneje, ko bodo cene višje, temu izdelku dal prednost.

7. Kakšne so značilnosti diferenciacije cen (različnost cen) kot posebnega ukrepa cenovne politike?

Da bi podjetja izkoristila različno kupno moč povpraševalcev, pogosto prodajajo enake izdelke po različnih cenah. Pr tem uporabljajo naslednje oblike diferenciacije cen:

- regionalno (prostorsko) diferenciacijo cen, npr. različne cene za domači trg in izvoz itd.;
- časovno diferenciacijo cen, npr. predsezonske in sezonske cene v turizmu;
- diferenciacijo cen po porabnikih (različne cene za podjetja in za zasebnike, npr. elektrike in plina).

8. Kakšne so značilnosti kalkulativne izravnave kot posebnega ukrepa cenovne politike?

Nekatere izdelke lahko obremenimo z višjimi stroški, kot so v resnici, ker jih lahko tudi dražje prodamo. Zato pa obremenimo izdelke, ki jih ne moremo drago prodati, z nižjimi stroški, npr. butične izdelke prodajamo z večjim pribitkom, konfekcijske izdelke pa z nižjimi.

9. Kaj spada k odločitvam o plačilnih pogojih? O čem mora podjetnik premisliti glede plačilnih pogojev?

K odločitvam o plačilnih pogojih spadajo:

- rabatna politika,
- politika skontov in
- kreditna politika.

To pomeni, da mora podjetnik premisliti:

- katere cenovne popuste naj odobri, če odjemalec kupi večjo količino naenkrat (količinski rabat) ali kupuje vse leto (zvestobni rabat);
- če plača takoj (skonto);
- ali naj mu odobri poznejši plačilni rok (kreditna politika).

10. Kdaj imamo večje možnosti glede cenovne politike?

Cena je samo eden izmed prodajnopoličnih instrumentov. Kolikor bolj se naš izdelek razlikuje od izdelkov drugih proizvajalcev zaradi:

- kakovosti,
- oblikovanja,
- oglaševanja,
- servisiranja itd.

Večje so možnosti cenovne politike.

6.6.1 KALKULACIJA PRODAJNE CENE

1. Katere so postavke kalkulacije prodajne cene za trgovsko podjetje in kakšne so njihove značilnosti?

Postavke kalkulacije prodajne cene za trgovsko podjetje so:

Prodajna vrednost je nabavna vrednost, povečana za razliko v ceni.

Razlika v ceni je zaslužek, s katerim trgovina oziroma podjetje pokriva stroške poslovanja, npr. plače, potne stroške, energijo, najemnino ..., in ustvarja dobiček. Oblikuje se kot marža. Marža je pribitek na nabavno vrednost.

Izstopni DDV je davek na prodajo izdelkov oziroma storitev. Njegova višina je odvisna od prodajne vrednosti in stopnje DDV.

Prodajna cena z DDV je cena za enoto blaga, ki jo plača kupec.

Prodajna količina je količina blaga za prodajo, podana v kilogramih, litrih, številu vrečk ... Prodajna količina pa ni nujno enaka nabavljeni količini. Kalo je zmanjšanje mase blaga zaradi razsipa, loma, osušitve, okvare, izgube pri pakiranju. Vlaga je pridobitev mase blaga zaradi navlažitve.

2. Kako izračunamo prodajno vrednost brez DDV in prodajno vrednost z DDV v trgovskem podjetju?

prodajna vrednost brez DDV = nabavna vrednost brez DDV + razlika v ceni

prodajna vrednost z DDV = prodajna vrednost brez DDV + izstopni DDV

6.6.2 CENIK

1. Kakšne so značilnosti cenika?

Ko so prodajne cene narejene in šifrant izdelkov določen, pripravimo cenik. Opreмимо ga z:

- logotipom podjetja,
- obvezno izpišemo datum veljavnosti cenika in
- kaj cene vključujejo.

Za nove prodajne programe in posamezne akcije cenik dopolnjujemo ali pa izdelamo posebne cenike.