

OBLIKOVANJE PRODAJNIH CEN

Kdaj podjetje ne more vplivati na PC?

- državno reguliranje cen
- popolno konkurenčni trg

Oblikovanje PC – trije pristopi:

1) Glede na stroške (metoda »stroški plus«)

- stroškom na enoto posl. učinka dodamo pribitek (dobiček)
- problemi:
 - izbira stroškovne osnove (polna LC, zožena LC)
 - stroški z vidika časovne razsežnosti (tekoči, načrtovani)
 - zanemarjanje povpraševanja in konkurence

Oblikovanje PC – trije pristopi:

2) Glede na povpraševanje

- upoštevati elastičnost povpraševanja
- nizka $E_D \rightarrow$ višje PC
- visoka $E_D \rightarrow$ nižje PC
- diferenciacija cen

3) Glede na konkurenco

OBLIKOVANJE PC V TRGOVINI

$PC = NC + \text{razlika v ceni}$



služi za pokrivanje stroškov in ustvarjanje dobička

Razlika v ceni – 2 osnovni obliki:

1) Marža:

- % od NC, ki ga določi trgovina
- določi jo trgovina

2) Rabat:

- % od PC, ki ga proizvajalec prizna trgovcu kot popust
- proizvajalec določa maloprodajne cene