



PEDAGOGICKÁ FAKULTA  
Masarykova univerzita

# Provoz obchodu a služeb

jaro 2019

# Cenová rozhodování výrobců

Pro výrobce je cena složitým mechanismem, který je pečlivě vytvářen na základě:

- ✓ nákladů na materiál spotřebovaný při výrobě zboží,
- ✓ nákladů na pracovní sílu,
- ✓ příslušného podílu režijních nákladů,
- ✓ požadovaného zisku.

Ceny jsou zároveň nástrojem, který společností zajišťuje příjmy, potřebné k jejich existenci a růstu.

# Cíle cenové tvorby

Souhrnné podnikové cíle mohou udávat směr cenové politiky.

- ✓ maximalizace zisku - nejvyšší podnikový cíl
- ✓ jiné cíle sledované podnikem - podíl na trhu, objem tržeb...

## Hlavní cíle cenové tvorby:

- ✓ Dosáhnout určité cílové návratnosti investic nebo čistého prodeje.
- ✓ Udržet nebo zvýšit podíl na trhu.
- ✓ Následovat či předcházet konkurenci.
- ✓ Stabilizovat ceny.

# Cíle cenové tvorby

## Cílová návratnost investic

- ✓ ... určování ceny orientované na cílovou návratnost jde o stanovení nutného ziskového rozpětí na jednotku prodeje, které umožní dosáhnout cílového objemu celkového zisku.
- ✓ Podnikové vedení se pak snaží odhadnout potřebnou ziskovou přírážku, aby ji přirazilo k nákladům každého výrobku.
- ✓ Pro jednotlivé výrobky řady si mohou určité strategické cenové úvahy vyžádat zvýšení nebo snížení ceny. Vysoká cena se může například uplatnit u výrobku nebo modelu výrobní řady, aby se dodalo prestiže či image kvality celé řadě. Nízké ceny u jiné položky může být zase využito jako nástroje rozhybání a oživení obchodu.



# Cíle cenové tvorby

## Podíl na trhu

- ✓ ... dosažení nebo udržení určitého podílu na trhu.
- ✓ Podíl na trhu je vyhledáván jako cíl, protože podniky s velkým podílem na svých trzích jsou zpravidla mnohem ziskovější než jejich protějšky s menším podílem.

# Cíle cenové tvorby

## Následování konkurence

- ✓ ... stanoví ceny svých výrobků prostě přibližně na úrovni průměrných cen v odvětví.
- ✓ Ceny jsou samozřejmě upraveny tak, aby se využilo všech existujících výhod plynoucích z jedinečných rysů výrobku, podniku nebo distributora.
- ✓ Firma, která kopíruje cenu, jejíž úroveň udávají ostatní, nemá ve skutečnosti žádnou cenovou politiku.
- ✓ Cena je dána a firma musí postupovat zpětně a přizpůsobovat náklady tak, aby odpovídaly ceně. Nákladové úvahy si mohou následně vynutit výběr materiálů, výrobních charakteristik a marketingových metod.

# Cíle cenové tvorby

## Stabilizace cen

- ✓ ... dlouhodobé udržení stabilních cen bez ohledu na menší výkyvy v nákladech na materiál, práci apod.
- ✓ Podniky udržují tu úroveň cen, kterou považují za sociálně spravedlivou, bez jakýchkoli pokusů získat prospěch z tržní situace tím, že by požadovaly ceny podle toho, co může trh akceptovat. Má-li cenová tvorba tento cíl, cenová úroveň pak nepodléhá ostrým výkyvům.
- ✓ Stabilní ceny dobře slouží cílům známých a veřejně sledovaných velkých podniků. Tato politika získává důvěru veřejnosti a přináší firmě dobré jméno a popularitu.

# Cenové slevy

Pro každého výrobce mají značný význam dobré pracovní vztahy s jednotlivými články distribuční sítě.

V zájmu další spolupráce většina výrobců nabízí distributorům různé druhy slev z ceníkových cen jako kompenzaci za poskytované služby.

## K těmto slevám patří:

- ✓ množstevní slevy,
- ✓ obchodní nebo-li funkční slevy,
- ✓ sezónní slevy,
- ✓ propagační slevy,
- ✓ hotovostní slevy.



# Cenové slevy

## Množstevní slevy

- ✓ ... snížení ceníkové nebo doporučené ceny s cílem podpořit vyšší objemy nákupů. Výše těchto slev může být odvozena buď z množství nakoupených jednotek dealerem nebo z finanční hodnoty nákupu.
- ✓ Z hlediska výrobce se prodej ve větších objemech promítá do úspor nákladů na přepravu, na plnění objednávek a účetní operace. Zvýšení obratu znamená mimoto i mnohem efektivnější využívání výrobních kapacit, relativně méně kapitálu vázaného v zásobách, nižší náklady na pojištění a nižší výdaje na správu.
- ✓ Z pohledu kupujícího je sleva vždy vítána, protože znamená nižší jednotkovou cenu.



# Cenové slevy

## Obchodní slevy

- ✓ ... srážky z ceníkových cen poskytované různým distributorům v závislosti na jejich pozici v distribučním řetězci.
- ✓ Představují platbu za výkon marketingových funkcí na každé úrovni distribuce.
- ✓ Obchodní slevy byly tradičně poskytovány kupujícím na bázi obchodní klasifikace, tj. podle jejich obchodního postavení jako překupníka, velkoobchodníka nebo maloobchodníka.

# Cenové slevy

## Sezónní slevy

- ✓ ... snížení ceníkových cen s cílem povzbudit kupující, aby si objednali zboží hned na počátku sezóny nebo mimo ni.
- ✓ Vzhledem k tomu, že pro výrobce těchto výrobků je uzavření výrobních kapacit po dobu nízkých prodejů nepřijatelné, schůdnou alternativou je nabídnout distributorům sezónní slevy.
- ✓ Sezónní slevy musí být natolik velké, aby dealerům kompenzovaly skladování zboží po dobu několika měsíců a pokrývaly ztráty ušlých příležitostí z prostředků investovaných do dodatečných zásob.
- ✓ Z hlediska výrobce je nabídka sezónních slev alternativou k uzavření výrobních kapacit a ztrátám, které s sebou tato možnost přináší. Pro distributora jsou sezónní slevy naopak příležitostí koupit zboží za snížené ceny.



# Cenové slevy

## Propagační slevy

- ✓ poskytuje dodavatel svým dealerům jako formu kompenzace za úsilí, které vynakládají na podporu prodeje jeho výrobků.
- ✓ Propagační slevy mohou být skryté nebo otevřené.
- ✓ Skrytá sleva představuje snížení ceny nakupovaného zboží nebo dodání zboží navíc, což v konečném výsledku snižuje cenu zboží objednaného odběratelem.
- ✓ Na druhou explicitní typ slevy znamená úhradu odběrateli za část výdajů nebo za všechny skutečné reklamní a propagační výdaje vynaložené za účelem propagace výrobcova produktu.



# Cenové slevy

## Hotovostní slevy

- ✓ srážka z ceníkové ceny poskytovaná prodávajícím, jejímž smyslem je podnítit odběratele k rychlejší úhradě faktur.
- ✓ Pojem hotovostní slevy zahrnuje tři prvky:
  - 1) nabízenou diskontní sazbu;
  - 2) specifické časové období, během něhož je nabízená diskontní sazba využitelná;
  - 3) časový limit pro úhradu celé faktury, pokud není hotovostní slevy využito.



PEDAGOGICKÁ FAKULTA  
Masarykova univerzita

**Děkuji za pozornost!**

*Příjemný zbytek dne!*