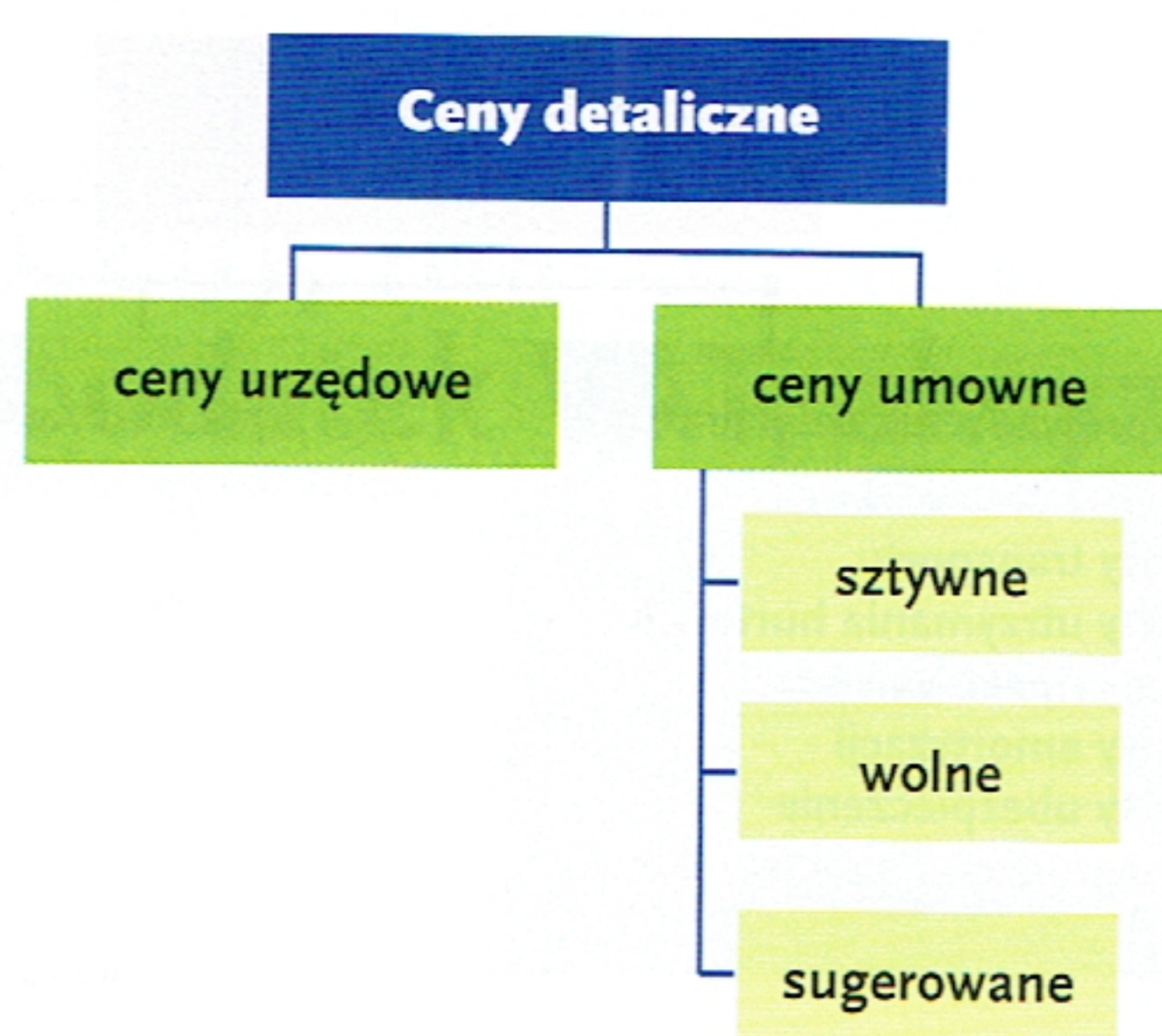




Rys. 12.7. Rodzaje cen detalicznych

Większość cen na rynku to ceny wolne, samodzielnie ustalane przez handlowca. Ceny urzędowe są ustalane przez organy administracji rządowej; cenami urzędowymi są np. ceny niektórych leków. Ceny sztywne narzuca przedsiębiorstwu handlowemu producent. W ten sposób konstruuje ceny np. przedsiębiorstwa marketingu bezpośredniego, chcąc zagwarantować dla finalnego kupującego ceny katalogowe. Podobnie ceny ustalają również niektóre wydawnictwa. Punktem wyjścia dla obliczeń cenowych jest wówczas cena detaliczna, od której pośrednicy otrzymują rabat w wysokości odpowiadającej szczeblowi obrotu. Ceny sugerowane drukuje się na opakowaniach. Producent wskazuje cenę towaru, ale detalista może sprzedać towar po innej cenie niż sugerowana. Jeśli sprzeda go drożej, to znaczy, że naliczył sobie wyższą marżę niż sugerowana przez producenta, a jeśli taniej, uzyskuje niższą marżę niż była sugerowana przez producenta. Ceny sugerowane można spotkać na opakowaniach batonów, jogurtów, książek. Cena promocyjna to cena obniżona o rabat w celu zachęcenia klientów do zakupu, wyprzedania towaru zalegającego w magazynach itp.

PRZYKŁAD KALKULACJI CENY

Tabela 12.1. Przykład kalkulacji cen

Wyszczególnienie	Elementy ceny
Cena zakupu	2000 zł
Koszty transportu	+ 100 zł
Cena nabycia (cena zakupu + koszty transportu)	= 2100 zł
Koszty handlowe (+ 10% ceny zakupu)	+ 200 zł
Razem koszty (cena zakupu + koszty transportu + koszty handlowe)	= 2300 zł
Zysk handlowca 15% łącznych kosztów	+ 345 zł
Cena detaliczna	2645 zł

Podaż i
Popyt wyr
przy które
cer

Rys. 12.8.

Na rys
woduje v
cen powo
popytu z

12.2. F

Podatek

jest pod
podatk
• odpła
• ekspo
• impor
• wewn
• wewn

Stawki
których
wy, rem
lub ich c
wym) lu
oraz cza
Wym
Przy
wartości
• 18,70
• 7,41%
• 4,76%