

CENA A CENOVÁ POLITIKA

POJEM

CENA = množství peněz, za které se zboží nebo služby nakupují a prodávají
peněžní vyjádření SMĚNNÉ HODNOTY

SMĚNNÁ HODNOTA = kvantitativní poměr, ve kterém se zboží směňuje za jiné zboží
v současné době se směna uskutečňuje pomocí peněz

PODSTATA CENY = množství práce, přírodních zdrojů a kapitálu / výrobní faktory/
obsažené ve výrobku /službě/

FUNKCE CENY = nástroj obchodní politiky podniku
ovlivňuje NABÍDKU /efektivnost výroby i obchodu/
ovlivňuje POPTÁVKU /chování spotřebitele/
nástroj konkurenčního boje o zákazníka
CO se bude vyrábět, JAK a PRO KOHO?

STRUKTURA /složky/ CENY

2 základní složky: NÁKLADY
ZISK

- 1. NÁKLADY** = představují spotřebu výrobních faktorů v peněžním vyjádření
v obchodním podniku = MZDOVÉ náklady /vysoký podíl živé práce/
NÁKUP ZBOŽÍ
DOPRAVNÍ náklady
náklady spojené se zajištěním prodeje a skladování
- 2. ZISK** = VÝNOSY – NÁKLADY /odměna za podnikatelské riziko/

PRODEJNÍ CENA zahrnuje ještě NEPŘÍMÉ DANĚ /DPH, spotřební daň/, podniky je odvádějí do SR.

STRUKTURA CENY VE VÝROBĚ

ÚPLNÉ VLASTNÍ NÁKLADY + ZISK výroby + DPH = PRODEJNÍ CENA VÝROBY

Za tuto cenu prodává výrobní podnik své výrobky OBCHODU /velkoobchodu, maloobchodu/.
Pro obchod je to cena NÁKUPNÍ.

STRUKTURA CENY V OBCHODĚ

NÁKUPNÍ CENA + OBCHODNÍ MARŽE /náklady + zisk/ + DPH = PRODEJNÍ CENA OBCHODU

ÚPLNÉ VLASTNÍ NÁKLADY = vše, co se spotřebovalo na výrobu určitého výrobku
/suroviny, materiál, energie, MZDY, režijní náklady/

OBCHODNÍ MARŽE = přírážka obchodu, nedílná součást PRODEJNÍ ceny
Musí pokrýt NÁKLADY obchodního podniku + ZISK.

DPH = nepřímá daň, hradí ji spotřebitel v ceně zboží
Obchod ji odvádí do státního rozpočtu.

PŘÍKLAD

VÝROBA: náklady výroby 300 Kč + zisk 200 Kč = 500 Kč

VELKOOBCHOD: NC velkoobchodu 500 Kč + obchodní marže 200 Kč = 700 Kč

MALOOBCHOD: NC od velkoobchodu 700 Kč + obchodní marže 250 Kč = 950 Kč

DPH 21%: 200 Kč /po zaokrouhlení/

CELKOVÁ PRODEJNÍ CENA ZBOŽÍ v maloobchodě je 1 150 Kč.

DRUHY CEN

- Cena statků a služeb
- Cena práce = mzda, plat
- Cena peněz = úrok z vkladů /peníze uložené v bance, finanční výnos/

TRŽNÍ CENA = cena statků a služeb
vzniká na základě NABÍDKY a POPTÁVKY

- + ROVNOVÁŽNÁ – $N = P$, neustále se mění, proto se ceny odchylují
- + PEVNÁ /STÁLÁ/ - neměnná, je vyloučen vliv změn cen
- + BĚŽNÁ /AKTUÁLNÍ/ - za ni se nakupuje v určitém okamžiku
- + PRODEJNÍ a NÁKUPNÍ – prodejní cena 1 subjektu = nákupní cena jiného subjektu
- + KONKURENČNÍ – vzniká na základě hospodářské soutěže
- + MONOPOLNÍ – stanoví ji ten, kdo má výsadní postavení na trhu, nejvyšší cena
- + VOLNÁ /SMLUVNÍ/ - na základě dohody mezi prodávajícím a kupujícím
- + REGULOVANÁ – stanovena státem, stát stanoví maximální horní hranici/
- + DUMPINGOVÁ – ztrátová, nižší než náklady, cíl = proniknout na nové trhy
- + SVĚTOVÁ – platná při obchodování na světových trzích /káva, ropa, zlato/

CENOVÁ POLITIKA PODNIKU

Vychází z velikosti podniku, sortimentu, postavení na trhu, konkurence, poptávky.

Neplatí vždy, že vysoká cena snižuje poptávku.

Nízká cena odrazuje = vzbuzuje pochyby o kvalitě.

Působí psychologické faktory /FRANCIE – vyšší ceny za potraviny a víno/.

Příslušnost k určité sociální třídě / NĚMECKO – značka auta podle postavení ve společnosti/.

STANOVENÍ CELKOVÉ ÚROVNĚ CEN /vysoké ceny, nízké ceny/

Na čem závisí? Na CÍLECH, kterých chce podnik dosáhnout.

+ ZISK = málo výrobků za vysoké ceny nebo velký objem produkce za nízké ceny

+ zvětšení PODÍLU na TRHU = přetáhnout zákazníky nízkou cenou

+ růst OBJEMU PRODEJE

+ špičková KVALITA VÝROBKŮ

CENY NOVÝCH VÝROBKŮ

2 POSTUPY:

a/ při zavádění nových výrobků na trh cena NÍZKÁ, pak se zvyšuje

b/ nejdříve VYSOKÁ u technických novinek, náskok před konkurencí, pak se snižuje

SRÁŽKY /SLEVY/ z cen

Zvýhodňují kupující při nákupu.

+ MNOŽSTEVNÍ RABAT = kvantitativní srážka při nákupu většího množství zboží

+ srážka při PLATBĚ = zaplacení faktury před lhůtou splatnosti

+ SEZÓNŇÍ = zboží nebo služby /rekreační pobyty/ se nakupují MIMO sezónu

+ PREMIE = pravidelným zákazníkům při nákupu za určitou cenu

KONTROLA CEN

+ zda prodávající NEPORUŠUJÍ ustanovení zákona o cenách a CENOVÉ PŘEDPISY

+ ověřování SPRÁVNOSTI DOKLADŮ při prodeji

+ POKUTA při porušení cenových předpisů

CENOVÉ ORGÁNY

Ministerstvo financí – vydává předpisy pro regulaci a kontrolu cen

Finanční ředitelství – kontrola FO a PO v obvodu působnosti

Krajský a obecní úřad – vybírá a vymáhá pokuty

