# Cena, kalkulace ceny

# Stanovení ceny výrobku ovlivňuje výši zisku, postavení firmy vůči konkurenci, rentabilitu firmy, ovlivňuje poptávku po zboží – má informativní hodnotu pro kupujícího.

# Tvorba cen:

# Průnik nabídky a poptávky

# Cena musí pokrýt náklady s výrobou a distribucí

# Musí přinést zisk

# Přilákat zákazníky

# Vyšší cena může navozovat dojem vyšší kvality

# Nejnižší cena nepřiláká vždy

# Výrobek musí být rentabilní

Vliv ceny na nabídku a potávku:

Pokud roste cena - roste nabídka, avšak klesá poptávka

Pokud cena klesá - klesá nabídka a roste poptávka

# Nákladově orientovaná cena – vychází z kalkulace nákladů na výrobu + ziskové přirážky (tzv. marže) + daň

# Poptávkově orientovaná cena – bere na zřetel vnímání zákazníka, jak vidí on hodnotu výrobku

# Konkurenčně orientované cena – odvozuje se od úrovně cen konkurentů

# Pojmy:

Smluvní cena = sjednána a uznána smluvními stranami, všechny ceny jsou smluvní, pouze některé ceny určuje stát. Obvykle však cenu určuje ji trh a musí nám alespoň pokrýt náklady

Dumpingová cena = nízká cena stlačená pod hranici nákladů, jedna z forem nekalé soutěže („dotovaná“ cena)

Vzorec tvorby ceny: náklady na výrobu + zisková přirážka (tzv. marže) + daň