

STANOVENÍ CENY PODLE KONKURENCE

1 Přečti si následující text a odpověz na otázky.

Tři konkurenční obchody prodávají sportovní láhve na pití za následující ceny:

- ✧ obchod A: 120 Kč
- ✧ obchod B: 130 Kč
- ✧ obchod C: 128 Kč

Tvůj obchod chce nastavit cenu za sportovní láhev tak, aby byla konkurenční, ale zároveň ne nejdražší. Chceš se držet dvou pravidel. Cena musí být nižší než průměrná cena konkurence a cena nesmí být nižší než 110 Kč, aby obchod měl zisk.

A) Spočítej průměrnou cenu konkurence.

➔ $(120 + 130 + 128) : 3 = 126 \text{ Kč}$

B) Jakou cenu nastavíš, aby splňovala obě podmínky?



UČITEL

Je potřeba dodržet podmínku $110 \text{ Kč} \leq \text{cena} < 126 \text{ Kč}$. Odpověď není jednoznačná, cílem je diskuse žáků o vhodné ceně. V praxi se často volí cena co nejbližší průměru, aby působila výhodně, ale zároveň zůstala zisková.

➔ *Proto je vhodné řešení například 125 Kč.*

C) Proč je tato strategie výhodná a kdy je dobré ji využít?

➔ *Výhody strategie stanovení ceny podle konkurence: Zákazník vidí výhodnou cenu – jsi levnější než průměr trhu. Nejsi nejlevnější za každou cenu, takže nepůsobíš jako „podezřele levný“ a držíš si zisk. Psychologický efekt – cena 125 Kč se zdá „přijatelná“, protože je blízko průměru. Udržuješ konkurenceschopnost.*

Kdy tuto strategii využít? Když prodáváš podobné zboží jako konkurence a zákazníci snadno porovnávají ceny. Když nechceš vyvolat cenovou válku, ale chceš působit atraktivně. Když je pro zákazníky důležité přiměřené vyvážení ceny a kvality.