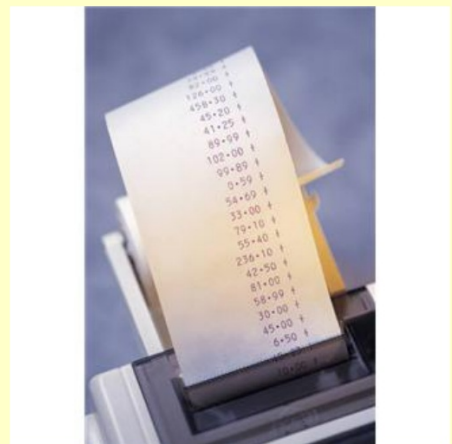




INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona VI/2:	Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Číslo šablony:	VY_62_INOVACE_FIG_946
Předmět:	Ekonomika
Tematický okruh:	Finance domácnosti, jednotlivce
Autor, spoluautor:	Ing. Lenka Hrubá
Název DUMu:	Odlišné ceny zboží a chování domácnosti
Pořadové číslo DUMu:	18
Stručná anotace:	Cílem prezentace je rozpoznat cenové praktiky, odlišné ceny zboží na trhu a seznámit s vlivy různých cen na chování domácnosti
Ročník:	3.
Obor vzdělání:	65-42-M/02 Cestovní ruch
Metodický pokyn:	Rozbor cenových praktik, odlišností cen na trhu
Výsledky vzdělávání:	Žáci jsou schopni odlišit různé ceny zboží a cenové praktiky na trhu
Vytvořeno dne:	12.května 2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

Odlišné ceny na trhu a chování domácnosti



Používané praktiky v oblasti cen

Každá domácnost chce snížit své výdaje.

a) **u stálých výdajů** - může snížit výši zálohy

=> nebezpečí doplatku při vyúčtování

- může změnit dodavatele => nebezpečí

krátkodobé výhody a dlouhodobé ztráty

b) **u kontrolovaných výdajů** má domácnost

možnost výběru služeb na trhu nebo různých cen

např. výdaje na dopravu - lze snížit sledováním cen

pohonných hmot nebo změnit způsob dopravy

Domácnost musí sledovat odlišné ceny na trhu a praktiky, které používá prodejce k nalákání zákazníka.

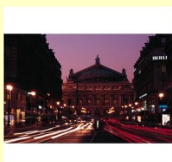
Konkureční boj v oblasti cen je veliký, ale zákazník má volbu výběru.

Hlavním kritériem výběru by neměla být cena, ale kvalita (většinou platí pouze u zboží s vyšší cenou).

Odlišné ceny téhož zboží

Ceny se mohou lišit podle **místa prodeje**

Úloha č.1: Přiřadte k obrázkům, popisujících způsob nákupu, odpovídající ceny např. stejných kalhot



Obchod v centru města



Nákup přes internet



Obchod v nákupním centru na předměstí

900,- Kč

1 400,- Kč

2 000,- Kč

Odůvodnění řešení:

Obchod v centru města - cena zboží nejvyšší
(důvodem jsou vysoké náklady na prodej)

Obchod přes internet - cena zboží nejnižší (nízké
náklady, nevýhoda nevyzkoušení)

Obchod v nákupním centru - cena průměrná
(způsobeno konkurencí)

Ceny se mohou lišit podle druhu **zákazníků**

Úloha č.2: Přiřadte odpovídající výši vstupného na výstavu k zákazníkům.



důchodce



dítě (3 roky)



dospělý



skupina studentů

zdarma

20,- Kč

30,- Kč

80,- Kč

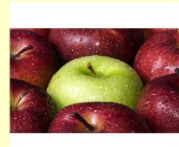
Odůvodnění řešení:

- 1) Dospělý = nejvyšší cena (plná cena)
- 2) Důchodce = 30,- Kč - uplatněna sleva
- 3) Skupina studentů = 20,- Kč - uplatněna množstevní sleva
- 4) Dítě = zdarma - do určitého věku, protože jde s dospělým

Ceny se mohou lišit podle **období**

- vyšší cena ráno než odpoledne

- vyšší cena v sezóně



Uvedte příklady druhů zboží a služeb, pro které tato odlišnost platí.

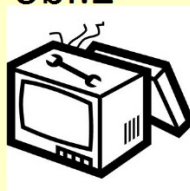
Ceny se liší podle **fáze životního cyklu** výrobku
(=doba na trhu)

Úloha č.3: Zakrouškujte, která z televizí bude mít vyšší cenu.

obr.1



obr.2



Úloha č.4 - cenové triky

Zakrouškujte u dvojic cen a odůvodněte, která z cen bude lákavější pro zákazníka.

19,90 Kč **20 Kč**

49,90
~~69,90~~

49,90
~~69,90~~
- 35%

100 Kč
121 *

121 Kč
100 *

Další používané cenové praktiky



Balíčky + cena balíčku je nižší než součet cen každého zboží samostatně

Balíčky - ceny kompletu se uvádějí zvlášť, výsledek je vysoká částka (např. cena jídla + přílohy)

Slevy - nalákáme zákazníky na slevy u vybraného zboží a ceny ostatního zboží jsou vyšší (používají prodejny se širokým sortimentem)

Závěr

Domácnost sleduje ceny a porovnává je s domácím rozpočtem.

Dále zohledňuje finanční plán své budoucnosti.

Pravidla při posuzování cen:

- a) porovnávat ceny na trhu
- b) sleva nemusí být vždy výhodná
- c) nejnižší cena na trhu = často nejnižší kvalita
- d) nízká cena nemusí snížit dlouhodobě výdaje

Zdroje:

KLÍNSKÝ, Petr, Otto MÜNCH a Danuše
CHROMÁ. *Ekonomika: ekonomická a
finanční gramotnost pro střední školy*. Vyd.
1. Praha: Eduko, 2010, 179 s. ISBN
978-80-87204-21-4.

Zdroje obrázků a animací - kliparty sady
Microsoft Office