

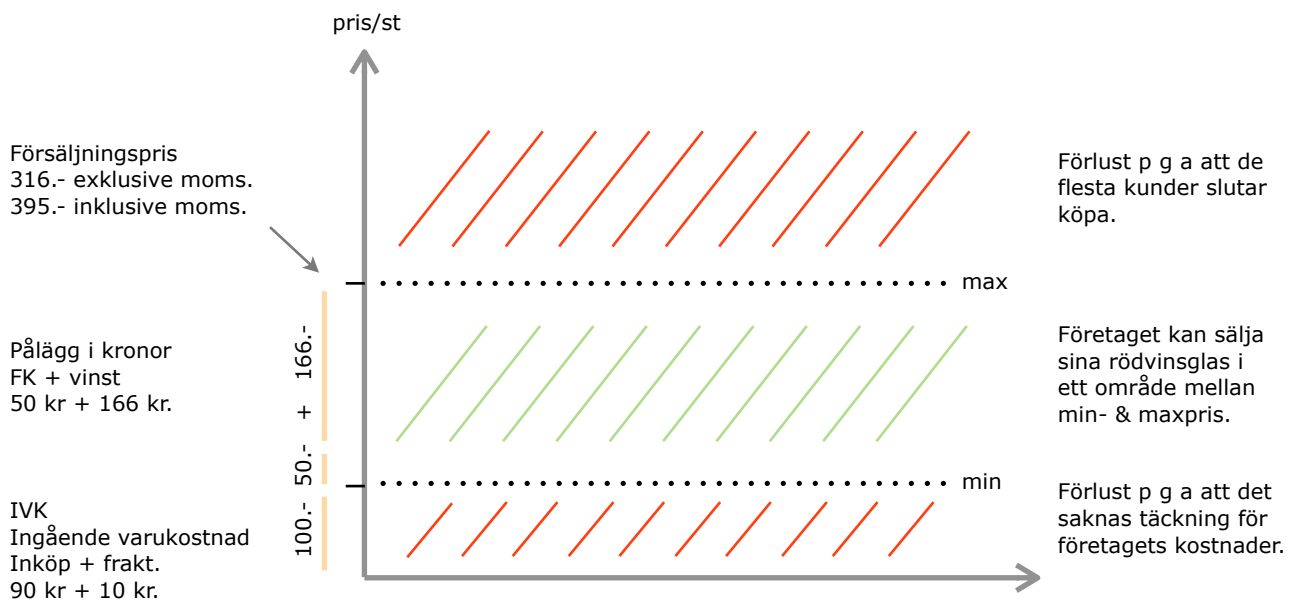
Priset på din produkt måste normalt sättas inom ett område som maximeras av kundernas betalningsvilja, det maximala pris du kan ta, och som minimeras av företagets kostnader, det minsta pris du måste ha betalt. Företagets slutliga pris påverkas av deras konkurrens. Prissättningens 3 K är,

- ▶ Kunder.
- ▶ Kostnader.
- ▶ Konkurrenter.

När konkurrensen är låg kan företagets pris närma sig maxpriset och när konkurrensen är hög så lär priset hamna nära "golvet".

Exempel

Ett företag köper in designade rödvinglas från södra Italien. Ett glas kostar 90 kr per glas + frakt och försäkring 10 kr per glas. Företagets marknadschef som gjort en mindre marknadsundersökning hos befintliga kunder har kommit fram till att den ekonomiska "smärtgränsen" går vid 316 kr per glas exklusive moms. Den del av företagets fasta kostnader som belastar glasen budgeteras till 50 kr/glas. Glasen ska även generera 166 kr i vinst per glas.



Volym

Som du ser i bilden ovan kan företaget sätta ett pris i området mellan min- & maxpris. Om priset hamnar nära "golvet" strax över 150 kr måste det säljas stora volymer. Om priset däremot hamnar nära "taket" kan volymerna minska och företaget kan göra vinst på sina rödvinglas.

Självkostnadskalkyl

Varukostnad	100 kr/st.
Rörelsekostnad	50 kr/st.
Självkostnad	= 150 kr/st.
Vinst	166 kr/st.
Pris till kund ex moms	= 316 kr/st.

Resultat = 200 000 kr

Hur många glas måste säljas för att uppnå ett resultat på 200 000 kr.

$$\begin{aligned}\text{Resultat} &= \text{TI} - \text{TK} \\ &= q \times \text{pris/st} - \text{RK/st} - \text{FK/st}.\end{aligned}$$

"Golvet"

Ett lågt pris, t ex 190 kr, kräver en försäljning på 5 000 st rödvinsglas.

$$\begin{aligned}200\ 000 &= q \times [190\ \text{kr} - 150\ \text{kr}]. \\ &= q \times 40\ \text{kr}.\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}q &= 200\ 000\ \text{kr} \div 40\ \text{kr/st} \\ &= \mathbf{5\ 000\ \text{st}}.\end{aligned}$$

Bevis

$$\begin{aligned}5000\ \text{st} \times 190\ \text{kr/st} - 5000\ \text{st} \times 100\ \text{kr/st} - 5000\ \text{st} \times 50\ \text{kr/st} \\ 950\ 000\ \text{kr} - 500\ 000\ \text{kr} - 250\ 000\ \text{kr} \\ = 200\ 000\ \text{kr}.\end{aligned}$$

"Taket"

Ett högt pris, t ex 316 kr, kräver en försäljning på 1 205 st rödvinsglas.

$$\begin{aligned}200\ 000 &= q \times [316\ \text{kr} - 150\ \text{kr}]. \\ &= q \times 166\ \text{kr}.\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}q &= 200\ 000\ \text{kr} \div 166\ \text{kr/st} \\ &= \mathbf{1\ 205\ \text{st}}.\end{aligned}$$

Bevis

$$\begin{aligned}1205\ \text{st} \times 316\ \text{kr/st} - 1205\ \text{st} \times 100\ \text{kr/st} - 1205\ \text{st} \times 50\ \text{kr/st} \\ 380\ 780\ \text{kr} - 120\ 500\ \text{kr} - 60\ 250\ \text{kr} \\ = 200\ 030\ \text{kr} [30\ \text{kr är avrundningsfel}]\end{aligned}$$