



적정가격 수립

적정가격을 수립하는것은 고객들이 구매할 아이템들의 수량에 영향을 끼치는데, 이는 반대로 매장내 총수익과 이익금에 악영향을 끼치게 된다. 결과적으로, 제품에 대한 적정가격이란 소비자가 제품에 대해 기꺼이 지불할 용의가 있는 가격을 말한다. 그러므로, 정확한 가격결정이 성공적인 소매경영 (retail management)의 열쇠이다. 가격전략에 관한 체계적이고 정보에 근거한 결정은 광범위한 사안들을 고려하여 이루어져야 한다.

소매업계에서 이익을 남기기 위한 한 가지 주요 단계는 당신이 들인비용보다 더 높은 가격에 상품을 판매하는 것이다. 상품비용 (원가)과 소매가격 (최종판매비용)의 차액을 마크업(markup, 가격인상폭) 이라고 한다. 이 가격인상액이 기업이 지출한 운영비용을 커버하게 된다. 제품에 대해 마크업 (markup, 가격인상폭)을 수립할 때, 다음 2가지를 주의하여야 한다:

1. 가격인상폭을 계산하는데 이용되는 상품의 원가비용은 (상품의 기본청구가격 + 수송비용- 판매자에 의한 수량 및 현금할인)으로 구성된다.
2. 소매가격은, 원가보다, 일반적으로 가격인상폭 비율을 계산하여 적용한다. 이유는 임금, 홍보, 및 이익금과 같은 다른 운영수치들도 비율로 나타내는 경우, 이 모든 항목들이 매출된 상품 (원가) 비용보다는 소매가격을 기준으로 산정되기 때문이다.

다음에 제시된 사항들은 고려되어야 할 사안들이다:

표적고객과 소매믹스 (mix)

본 절에서는, 당신의 잠재적 고객들과 연관된 것으로서 가격을 알아보기로 한다.

본 아이템의 가격이 당신의 표적고객들에게 있어 매우 중요한가? 당신은 다양한 제품들에 대한 고객의 욕구를 조사하고, 그들의 구매결정에 있어 가격이 중요한 사안이 되는지의 여부를 분석할 필요가 있다.

당신은 사람들이 제품을 위해 지불할 가격범위를 수립하였는가? 상품을 구매할 고객에게 해당되는 고가격과 저가격은 얼마인가?

당신은 어떠한 가격전략들이, 상품, 로케이션, 프로모션, 및 서비스를 포함하는 당신의 점포의 총소매믹스와 양립할 것인지 고려하였는가?

전기기구나 TV세트와 같은 아이템들에 대한 구매가격의 일부로서 중고교환판매 (trade-ins)도 수용할 것인가?

경쟁자 고려

이 일련의 질문들은 당신이 직접적으로 통제할수 없는 당신 회사 밖에서 일어나는 경쟁적 요소들이다.



당신의 직접적 경쟁자들이 어떻게 가격조건을 진행시키고 있는지 알고 있는가?

당신은 그들의 가격들에 대한 정보를 획득하기 위해 정기적으로 경쟁자들의 홍보를 검토하는가?

당신은 가격전략과 연관있는 정보를 획득하기 위해 경쟁자들의 구매시설을 비교하는가?

당신은 경쟁자가 당신이 시장에 진입할 경우 어떻게 반응할 것이며, 이들의 반응을 어떻게 다룰 것인지 고려한적이 있는가?

가격수준 전략

경쟁자의 주요전략결정을 분석하면서, 가격의 전반적 수준을 선정하는 것이 아마 가장 중요할 것이다.

당신의 전반적 전략이 대세적인 시장가격들에 제품을 판매하는 것인가? 아니면 시장가격 이상 또는 이하를 시장전략으로 수립하기를 원하는가?

경쟁자들의 일시적 가격하락과 조화를 이루게 할 것인가 ?

직접적 가격경쟁을 피하기 위한 개별-브랜드 상품을 획득할수 있는가?

계획된 최초 가격인상폭 계산

본 절에서, 당신은, 가격을 정하기 전에, 외상매출계산서, 지출내역서, 및 이익금등을 고려하면서 당신의 기업 내부를 들여다 봐야 할 것이다. 최초의 가격인상폭은 예측된 지출 및 공제액을 커버하고도 만족스러운 이익을 생성할수 있을 정도로 충분히 커야 한다.

당신은 매출액, 운영지출비, 및 다음 판매시즌 동안의 감소분을 산정하였는가?

다음 판매시즌 동안의 이익금 목표를 수립하였는가?

당신이 추산한 매출액, 지출비, 및 감소분을 반영하여, 초기 가격인상폭을 계획하였는가? 초기 가격인상폭 비율은 운영지출비와 계획된 감소분 (감격감소분, 재고부족, 및 직원/고객 할인), 이익금을 합한 다음, 이 총합을 순매출액과 계획된 감소분의 합으로 나누어 계산한다.

다양한 라인의 상품 또는 서비스를 위해, 특히, 다양한 라인들이 다양한 특징들을 가지게 되는 경우 다양한 초기 가격인상폭 수치가 이용되어야 할 것이다.



점포 방침

본 절에서는, 전반적 점포 방침과 당신이 전달하기를 원하는 메시지에 관해 살펴보겠다.

가격을 정하는 것은 당신이 설립한 점포 방침 및 주제와 일치하여야 한다.

동일 가격이 한 특정한 아이템의 모든 매입자에게 적용되도록 하는 원칙하에, 단일-가격시스템이 모든 아이템들에 이용되게 할 것인가?

\$1.99달러, \$44.95달러와 같이 홀수-끝자리 가격들이, 짝수-끝자리 가격들보다 소비자를 더 끌리게 하는가?

만약, \$8.50/2개 처럼, 다중포장가격정책을 구사한다면, 소비자들이 구매를 더 할 것인가?

선도제품가격을 이용할 경우 손실이 발생하였는가?

특정 가격대를 수립하여 시험한 다음 모든 관련 상품을 동반상승시키는 가격분류법 (price lining)이 이용될 것인가?

구역별 가격분류 (price lining)가 가격점 (price points)보다 적절할 것인가?

할인 쿠폰이 소비자들에 의해 선택되도록 신문광고 또는 우편물에 이용되어야 하는가?

가격할인과 집중홍보를 조합한, 정기특별세일즈가 당신이 추구하는 점포 이미지와 일치하는가?

이익에 대한 다양한 매출 아이템들의 영향(impact)이 고려되었는가?

특별세일상품을 구매하기 위해 방문한 고객들에게 "rain-checks (세일가격에 살 수 있다고 확인을 해 준 표)"를 발행해 주어야 하는가?

상품의 특성

본절에서는, 특정 상품에 대해 선정된 특징들이 어떻게 초기 가격인상폭에 악영향을 끼치는지 고려하기로 한다.

당신은 상품의 도매가격에 대해 “좋은 거래”를 하였는가?

이 아이템이 인기정점에 있는가?

부피가 큰 제품, 낮은 회전률, 개인적 판매, 시설, 또는 변경에 대한 요구로 인해 처리 및 판매비용이 상대적으로 높은가?

가격인하폭, 손상, 파손, 또는 절도로 인해 상대적으로 큰 수준의 감소분이 기대되는가?

배송, 변경, 선물포장, 및 설치와 같은 고객서비스들을 무료로 제공할 것인가?



기타 고려사항들

도매가격들이 증가되었거나 또는 해당 아이템의 저가격으로 고객들이 제품의 질에 의문을 제기한 경우, 추가적 가격인상폭을 요청할 것인가?

특정 그룹들에 대해 구매할인을 제공할 것인가?

가격인하폭이 필요할 때, 다른 대안들 (예, 상품화 과정시 문제)이 먼저 고려되었는가?

가격인하폭의 원인을 정의하기 위한 시도가 이루어졌는가?

가격인하 타이밍과 규모사이의 관계가 고려되었는가?

상품이 특정한 기간동안 재고로 남은 후에, 가격인하폭 스케줄을 정하는 것이 적절한가?

가격인하폭의 규모가 구매를 자극할 “정도로 충분” 한가?

제품의 계절성이 어떻게 허용되도록 할 것인가?

가격인상폭 (Markup)과 마진 (Margin)

차이점은 ?

가격인상폭 (*Markup*)은 원가비용에 대한 비율이다.

마진 (*Margin*)은 판매가격의 비율로 나타나는 액수이다.

예

원가비용이 \$1.00인 아이템을 \$1.50에 판매한다.

가격인상폭 (*Markup*)은 0.50 달러 또는 원가비용의 50%이다.

마진(*Margin*)은 is 0.50 달러 또는 판매가격의 33%이다.

마진: 가격인상폭 비교차트

마진	가격인상폭	마진	가격인상폭	마진	가격인상폭
판매가격의	원가비용의	판매가격의	원가비용의	판매가격의	원가비용의
%	%	%	%	%	%
4.8	5.0	22.0	28.2	37.5	60.0
5.0	5.3	23.1	30.0	39.0	63.9
7.0	7.5	24.0	31.6	39.4	65.0
8.0	8.7	25.0	33.3	40.0	66.7
9.0	9.9	25.9	35.0	41.0	69.5
9.1	10.0	26.0	35.1	41.2	70.0
10.0	11.1	27.0	37.0	42.0	72.4
11.0	12.4	28.0	38.9	42.9	75.0
12.0	13.6	28.6	40.0	43.0	75.4



13.0	15.0	29.0	40.8	44.0	78.6
14.0	16.3	30.0	42.9	44.4	80.0
15.0	17.6	31.0	45.0	45.0	81.8
16.0	19.0	32.0	47.1	45.9	85.0
16.7	20.0	33.3	50.0	46.0	85.2
17.0	20.5	34.0	51.5	47.0	88.7
18.0	22.0	35.0	53.8	47.4	90.0
19.0	23.5	35.5	55.0	48.0	92.3
20.0	25.0	36.0	56.3	48.7	95.0
21.0	26.6	37.0	58.7	49.0	96.1
				50.0	100.0

출처: 미국 중소기업청 (U.S. Small Business Administration)

작성: 사스캐추완 지역 경제 및 공동 개발부 (Saskatchewan Regional Economic and Co-operative Development)

캐나다-온타리오 비즈니스 서비스 센터(COBSC/CSECO)는 캐나다의 공식언어인 영어 및 불어로 비즈니스 관련 정보를 제공합니다. 본 센터에서 제공하는 가장 유용한 문서들 중 일부는 이용자의 편의를 위해서 다른 언어들로 번역되고 있습니다. 추가적 비즈니스 관련 정보를 원하시는 경우, 1-888-576-4444 로 전화하셔서 COBSC/CSECO 정보담당관과 상담하십시오.