



Pagtatakda ng Tamang Halaga

Ang pagtatakda ng tamang halaga ng bilihin ay may impluwensiya sa dami ng iba't-ibang kalakal na bibilhin ng mamimili, may-epekto sa buong halaga na kikitain at ang tutubuin sa tindahan. Sa bandang huli, ang tamang presyo na para sa kalakal ay ang halaga na handang bilhin ng mamimili. Dahil dito, ang pagpapasiya ng tamang halaga ay ang susi sa matagumpay na pamamahala ng pagtitingi. Ang isang maparaan at may-kaalamang balakin tungkol sa pamamaraan ng pagpepresyo ay dapat gawin habang isanasaalang-alang ang malawak na ranggo ng paksa.

Ang malaking hakbang na makamit ang tutubuin sa pagtitingi ay ang pagtitinda ng kalakal ng labis sa ginasta dito. Ang pagkakaiba sa pagitan ng halaga ng kalakal at ang halaga ng pagtingi ay ang tinatawag na "mark-up". Ito ang mga dolyar na ngayon ay magagamit upang bayaran ang gastos sa pamamahala ng negosyo. Sa pagtatakda ng mark-up ng isang kalakal, dalawang bagay ang dapat isaalang-alang:

1. Ang halaga ng kalakal na ginagamit sa pagkakalkula ng mark-up ay binubuo ng puno ng presyo sa invoice para sa kalakal, dagdagan ng gastos sa paghahatid sa kalakal, bawasan (minus) ang dami at diskuwentong halaga na bigay ng nagtitinda.
2. Ang halaga ng tingi, hindi ang kostas, ay pangkaraniwang ginagamit sa pagkakalkula ng porsiyento ng mark-up. Ang dahilan dito ay kung ang ibang bilang ng pamamahala gaya ng suweldo, pag-aanunsiyo, at tubo, ay ekspresyon ng porsiyento, lahat ng ito ay batay sa halaga ng pagtitingi at hindi sa kostas ng kalakal na ipinagbibili.

Ang sumusunod na puna ay nagbibigay-diin sa ilang paksa na dapat isaalang-alang:

Ang Pinag-uukulang Mamimili at ang Magkasamang Pagtitingi

Sa bahaging ito, ang iyong pansin ay itinuturo sa halaga na may bahagi na maaaring pag-ukulan ng mamimili.

Ang halaga ba ng kalakal ay mahalagang-mahalaga sa iyong pinag-uukulang mamimili Kailangang malaman mo ang pagnanais ng iyong mamimili para sa iba't-ibang kalakal at kung ang halaga ay isang mahalagang paksa sa kanilang pasiya sa pamimili? Nagtatag ka ba ng ranggo ng halaga upang ang tao ay handang magbayad para sa kalakal? Ano ang mataas at mababang halaga ng kalakal na ibababa para sa taong bumibili?

Isinasaalang-alang mo ba ang estratehiya ng pagpe-presyo na magiging tugma sa buong halaga ng magkasamang pagtitingi ng iyong tindahan, kasama ang kalakal, lugar, pagpapalaganap at serbisyo?

Tatanggapin mo ba ang trade-in na bahagi ng purchase price sa mga bagay tulad ng mga kagamitan at telebisyon?



Pakikitungo sa Kalaban sa Negosyo

Ang pangkat ng mga taong tumitingin sa labas ng iyong pag-aaring negosyo sa sanhi ng pagkukompetensiya na wala sa iyong saklaw

Alam mo ba ang ginagawa ng malapit mong katunggali sa pagpe-presyo?

Panay mo bang sinusuri ang anunsiyo ng iyong katunggali para makuha ang impormasyon ng kanilang halaga?

Ikaw ba ang gumagawa ng paghahambing ng pamimili ng kalaban sa negosyo tungkol sa estratehiya ng pagpepresyo?

Isinasaalang-alang mo ba ang puna ng iyong katunggali sa iyong pagpasok sa kanilang lugar ng palengke, at paano mo tutugunan ang kanilang reaksiyon?

Isang Estratehiya na Pagbabatayan ng Halaga

Ang pagpili ng panlahatang patag na halaga, habang isinasaalang-alang ang tunggalian sa negosyo ay mahusay na paraan, at marahil, ang pinakamahalaga.

Dapat bang ang iyong pangkalahatang estratehiya ay magtinda sa umiiral na halaga sa palengke (?) o nais mong maghanap-buhay at higit sa palengke o mababa sa palengke na estratehiya?

Dapat bang tumbasan ang pansamantalang pagbabawas ng halaga ng katunggali? Maari ka bang kumuha ng pribadong -tatak na kalakal upang maiwasan ang tuwirang halaga ng tunggalian?

Kalkulasyon ng Planong Paunang Mark-up

Sa bahaging ito, kailangang tumingin sa loob ng iyong negosyo, isaalang-alang ang "account sales" na gastos at kikitain bago magtatag ng mga halaga. Ang paunang mark-up ay dapat sapat na malaki para takpan ang inaasahang gastos at pagbawas at maaari pa ring magbigay ng kasiya-siyang tubo.

Na tantatiya mo ba ang pagtitinda, gastos ng pagpundar at pagbabawas sa susunod ng panahon ng pagbibili?

Nagtatag ka ba ng nilalayong tutubuin para sa susunod na panahon ng pagbibili? Dahil sa nakatantiyang pagtitinda, gastos at pagbabawas, nagplano ka ba ng paunang mark-up? Ang pagkakalkula ng Paunang Markup Porsiyento ay sa pagdadagdag ang gastos sa pagpundar, planong pagbawas (markdowns, kakulangan sa stocks at diskuwento sa manggagawa/mamimili) at tubong magkasama at paghatiin ang total ng "net sales" at planong pagbawas.



Ang ibang bilang ng paunang mark-up ay maaaring gamitin para sa iba't-ibang uri ng kalakal o serbisyo, lalo na kung ang iba't-ibang uri ay mayroong iba'ibang katangian kaysa iba.

Pamamalakad ng Tindahan

Sa bahaging ito, ang patakaran ng kabuuang tindahan at ang diwa na nais mong paratingin ay maisaalang-alang.

Ang pagtatatag ng halaga ng kalakal ay kailangan na magkatugma sa pagtatatag ng pamamalakad at iyong paksa.

Gagamitin ba ang isang presyong pamamaraan, sa paraang alinsunod sa parehong halaga na sisingilin sa bawat pagbili sa isang uri ng kalakal, sa lahat ng kalakal(?) o ang halaga na maaaring pag-usapan ng mamimili?

Ikalulugod ba ng iyong mamimili ang odd-ending na halaga gaya ng \$1.98 at \$44.95 kaysa sa even-ending na halaga?

Bibili ba ng mas marami ang mamimili kung gagamitin ang multiple pricing, gaya ng 2 para sa \$8.50?

Gagamitin ang paluging halaga ng kalakal?

Gagamiting ba ang paglinya ng halaga, ang ugali ng pagmarka ng ibang halaga sa bawat bahagi at markahan ang lahat na katulad ng kalakal sa lahat ng lugar?

Gagamitin ba ang cent-off coupon sa anunsiyo sa pahayagan o ipadala sa pamamagitan ng sulat sa piniling mamimili sa ilang pagkakataon?

Nakaayon ba sa larawan ng iyong tindahan ang paulit-ulit na "special sales", pagsamahin na nabawasang halaga at mabigat ng pagpapalaganap?

Isinaalang-alang ba ang epekto ng iba't-ibang pagtitinda ng kalakal?>
Magbibigay ba ng "rain-checks" sa mamimili na pumunta sa pagbebentang espesyal na pansamantalang naubusan ng kalakal?

Katangian ng Kalakal

Sa bahaging ito iyong isaalang-alang kung paano ang piniling katangian ng uri ng kalakal ay magkakaroon ng epekto sa planong paunang markup.
Nakakuha ka ba ng "good deal" sa pakyawang halaga ng kalakal?

Ang kalakal bang ito ay nasa tugatog ng pagkasikat?



Ang gastos bang paghahawak at pagtitinda ay mas malaki dahil sa ang kalakal ay mahirap hawakan, mababa ang marka ng pagbabalik at nangangalingan ng maraming pansiriling pagtitinda, instalasyon o pagbabago?

Mayroon bang karaniwang mataas na patag ng pagbawas dahil sa markdowns, pagbubulog, pagbabasag o pagnanakaw?

Wala bang bayad ang serbisyo sa mamimili ng paghahatid, pagbabago, pagbalot ng regalo at instalasyon ?

Ibang Bagay na Dapat Isaalang-alang

Kailangan bang itawag ang karagdagang mark-ups dahil ang halaga ng pakyawan ay tumaas o dahil ang mababang halaga ng kalakal ay nagbibigay sa mamimili na magtanong sa kahusayan ng kalakal?

Kailangan bang magbigay ng diskuwenta sa pagbili ng katangi-tanging pangkat? Kung sakaling magpakita ng markdowns, mayroon bang ibang kahalili na tinitingnan muna, halimbawa: paninindang palabas ng suliranin?

Isinasaalang-alang ba ang relasyon ng tiyempo at laki ng markdowns? Akma ba ang magtala ng otomatikong markdown pagkatapos na ang kalakal ay nasa paninda ng partikular na pagitan?

Ang laki ba ng markdown ay “tamang-tama” na pasiglahin ang pamimili? Paano isinaalang-alang ang pagkapanahon ng kalakal?

MARK-UP AT MARGIN

Ano ang pagkakaiba?

Ang mark-up ay bahagdan ng kostas.

Ang Margin ay ang parehong halaga ng dolyar, parang bahagdan ng pinagbiling halaga.

Halimbawa

Ang Halaga ng aytem ay \$1.00 Ang Aytem ay pinagbili ng \$1.50

Ang Mark-up ay .50 o 50 bahagdan ng halaga.

Ang Margin ay .50 o 33 bahagdan ng pinagbiling halaga

Chart ng Paghahambing ng Margin vs. Markup

Margin % ng Pinagbiling Presyo	Markup % ng kostas	Margin % ng Pinagbiling Presyo	Markup % ng kostas	Margin % ng Pinagbiling Presyo	Markup % ng kostas
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

Ang Canada-Ontario Business Service Centre (COBSC/CSECO) ay nagbibigay ng impormasyon ukol sa pagnenegosyo sa Ingles at Pranses, ang mga opisyal na wika sa Canada. Ang mga kopya ng ilan sa aming mga pinaka-makakatulong na dokumento ay isinalin sa ibang mga wika. Kung gusto mo ng karagdagang impormasyon sa pagnenegosyo, mangyaring tumawag sa 1-888-576-4444 upang makausap ang isang COBSC/CSECO Information Officer.