



می‌شود. پیتزاهای فروشگاه دوم به اندازه فروشگاه اول ارزان نیست. برای همین هم صف خرید جلوی آن تشکیل نمی‌شود. اما بر خلاف دو فروشگاه اول، پیتزاهای فروشگاه سوم بسیار گران هستند! در چنین شرایطی، شما از کدام فروشگاه خرید خواهید کرد؟ از یک طرف شما هم مثل دیگران دوست دارید خرید خود را با هزینه کم انجام دهید، اما از طرف شک دارید آیا ارزان بودن پیتزاهای این مغازه به معنای کیفیت پایین مواد غذایی به کاررفته در آن است؟! شاید هم حد وسط را انتخاب و از فروشگاه دوم خرید کنید!

قیمت محصول؟

اصولاً در علم اقتصاد قیمت بسیار مهم است. معمولاً گفته می‌شود قیمت‌ها به افراد علامت می‌دهند و آن‌ها را راهنمایی می‌کنند چه کالایی را به چه میزان خرید کنند. اما قسمت سخت ماجرا اینجاست که اگر شما کسب و کار خود را راه‌اندازی کرده باشید، چگونه باید قیمت محصول یا خدمت خود را مشخص کنید؟ اگر قیمت محصول تولیدی شما زیاد باشد، خریداران ترجیح می‌دهند این محصول را از فروشنده دیگری تهیه کنند. یا اگر این قیمت پایین باشد، ممکن است تولید آن محصول یا ارائه آن خدمت برای شما صرفه اقتصادی نداشته باشد!

یک راه حل ساده و ابتدایی برای محاسبه قیمت محصول تولیدی شما این است که در ابتدا هزینه مواد اولیه به کار رفته در هر محصول را حساب کنید. سپس مقدار قابل قبول سود برای محصول تولیدی خود را مشخص و با هزینه اولیه آن جمع کنید تا قیمت محصول نهایی برای شما مشخص شود. برای مثال، در صورتی که کیف چرمی تولید می‌کنید و در این کیف از مقدار مشخصی چرم، زیپ و مثلاً دکمه استفاده می‌شود، می‌توانید هزینه صرف شده برای این موارد را جمع کنید و با در نظر گرفتن مقداری سود، قیمت نهایی محصول خود را مشخص کنید. در نهایت، برای اطمینان از قابل قبول بودن قیمت محصول خود، آن را با قیمت نمونه‌های مشابه مقایسه کنید تا مبدا بیش از حد قیمت‌گذاری کرده باشید! البته ممکن است در تهیه محصول خود از یک کالای سرمایه‌ای استفاده می‌کنید که برای خرید آن نیز هزینه کرده‌اید. برای مثال،

چند می‌ارزه؟

فرض کنید با خانواده خود جشن کوچکی برپا کرده‌اید و می‌خواهید برای خوشمزه‌تر شدن این جشن پیتزا بخرید. در نزدیکی محل زندگی شما سه فروشگاه غذای سریع وجود دارد که کار شما را برای انتخاب سخت کرده‌است. قیمت پیتزا در فروشگاه اول بسیار ارزان است؛ به اندازه‌ای که همیشه جلوی این فروشگاه صف خرید پیتزا تشکیل



امام محمد تقی (ع)

غَنِي الْمُؤْمِنِ غِنَاهُ عَنِ النَّاسِ: توانگری مؤمن
در بی‌نیازی او از مردم است (بحار الأنوار، ج
۷۵: ۱۰۹).

چهارم اسفندماه، سالگرد ولادت امام محمد تقی (ع)
گرامی باد.



ممکن است برای تولید کیف چرمی، قیچی مخصوص برش چرم خرید کرده باشید. در چنین مواردی، برای محاسبه دقیق‌تر قیمت محصول، می‌توانید تعداد محصول تولیدشده با استفاده از این کالای سرمایه‌ای در بازه تعریف‌شده برای کسب و کار خود را تخمین بزنید، تا از این طریق هزینه کالای سرمایه‌ای را هم در قیمت محصول خود لحاظ کنید. باید توجه داشت، در چنین مواردی، برای کسب و کارهای کوچک این هزینه‌ها به قدری کم خواهد شد که شاید بتوان از آن چشم‌پوشید؛ به‌ویژه در صورتی که بخواهید در نهایت و پس از اتمام کسب و کار، آن کالای سرمایه‌ای را به‌عنوان کالای دست‌دوم بفروشید.

قیمت خدمات؟

در شرایطی که قصد قیمت‌گذاری خدمات ارائه‌شده در کسب و کار خود را دارید، می‌توانید زمان سپری‌شده برای ارائه خدمت مورد نظر خود را تخمین بزنید و با در نظر گرفتن مقدار مشخص درآمد مطلوب برای هر ساعت کار، قیمت خدمات خود را تخمین بزنید. البته لازم است همواره قیمت را با قیمت خدمات باکیفیت مشابه مقایسه کنید تا فراتر از قیمت‌های معمول بازار عمل نکنید.

دیگر قیمت‌ها

گاهی تولیدکنندگان برای قیمت‌گذاری محصول خود، علاوه بر در نظر گرفتن هزینه‌های صرف شده برای محصول، نکاتی دیگر را نیز لحاظ می‌کنند تا از این طریق بتوانند فروش بهتری داشته باشند. دانستن این نکات، هم در هنگام خرید و هم در هنگام قیمت‌گذاری محصولات، مفید خواهد بود. در ادامه برخی از این نکات را می‌آوریم. - اگر به‌خوبی به محصولات موجود در فروشگاه‌های اینترنتی دقت کنید، متوجه خواهید شد که آن‌ها از نوعی فن روانی برای قیمت‌گذاری محصول خود استفاده می‌کنند تا به نظر برسد کالای آماده فروش ارزان است. برای مثال، به‌جای اینکه قیمت محصول را ۱۰۰ هزار تومان تعیین کنند، آن را ۹۹ هزار تومان قیمت‌گذاری می‌کنند. این سبک از قیمت‌گذاری باعث خواهد شد قیمت محصول در ذهن خریدار کمتر به نظر برسد و او با احتمال بیشتری محصول را بخرد.

- برخی از تولیدکنندگان در ابتدای تولید محصول خود سعی می‌کنند قیمت آن را تا جای ممکن کاهش دهند تا این محصول بتواند در بازار جایگاه بیاید و خود را مطرح کند. اما پس از اینکه محصول برای مصرف‌کنندگان شناخته شد، قیمت آن را افزایش می‌دهند. برای مثال، تاکسی‌های اینترنتی با سایر خدمات اینترنتی، در قیمت‌گذاری خدمت

خود از این نکته استفاده می‌کنند. یعنی در ماه‌های اول ارائه خدمت، قیمت آن بسیار پایین بود، ولی به مرور زمان که محصول به مردم شناخته شد، قیمت آن نیز افزایش پیدا کرد.

- گاهی نیز برخی از تولیدکنندگان بخشی از محصول خود را به‌صورت رایگان ارائه می‌دهند، ولی برای استفاده کامل از آن محصول یا خدمت باید هزینه پرداخت شود. برای مثال، بسیاری از نرم‌افزارها و بازی‌های رایانه‌ای، قیمت محصول خود را بر اساس این روش مشخص می‌کنند. ممکن است شما یک بازی اندرویدی را به‌صورت رایگان نصب کنید، ولی برای بازی کردن در مراحل جذاب بازی، لازم است مبلغی پرداخت کنید. به این روش قیمت‌گذاری، قیمت‌گذاری گرفتارکننده گفته می‌شود.

شما می‌توانید با محاسبه هزینه صرف‌شده در محصول و یا زمان صرف‌شده برای ارائه خدمات، قیمتی تقریبی برای محصول یا خدمت آماده به فروش خود مشخص کنید. سپس با استفاده از نکات ارائه‌شده، این قیمت را تا حدودی تغییر دهید تا بتوانید فروش بهتری داشته باشید. البته حتما می‌دانید که قیمت‌گذاری پایین‌تر از قیمت عرف بازار موجب خواهد شد کسب و کار شما برکت پیدا کند؛ هرچند در ظاهر سود کمتری دریافت کرده باشید!