



Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου & Δικτύου Διανομής

Ενότητα 8 : Τιμολόγηση

Χριστίνα Μπουτσούκη
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





Τιμολόγηση



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Περιεχόμενα ενότητας

1. Χαρακτηριστικά και Ρόλος της τιμολόγησης.
2. Είδη τιμολόγησης.
3. Τιμολογιακή στρατηγική.
4. Βιβλιογραφία.



Σκοποί ενότητας

- Η ενότητα αυτή αναφέρεται στις κύριες πτυχές της τιμολόγησης στον τομέα των λιανικών πωλήσεων.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου & Δικτύου Διανομής

Χαρακτηριστικά και Ρόλος της τιμολόγησης

1. Χαρακτηριστικά και Ρόλος της τιμολόγησης

- Σημαντικό εργαλείο μάρκετινγκ για τους λιανοπωλητές.
- Σημαντικό στοιχείο των αγοραστικών αποφάσεων των καταναλωτών.
- Αποφασιστικής σημασίας συνιστώσα του κέρδους ή της ζημίας για ένα λιανοπωλητή.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου & Δικτύου Διανομής

Είδη τιμολόγησης

2. Είδη τιμολόγησης 1/3

- Τιμολόγηση με βάση το κόστος:
 - ονομάζεται και τιμολόγηση με προσαύξηση του κόστους.
 - Προστίθεται ένα σταθερό ποσό (η προσαύξηση) στο κόστος των προϊόντων προκειμένου να καθοριστεί η τελική λιανική τιμή.



2. Είδη τιμολόγησης 2/3

- Τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό:
 - Ο λιανοπωλητής εντοπίζει τους κυριότερους ανταγωνιστές του και καθορίζει τις τιμές του ανάλογα.
 - Ανάλογα με τη στρατηγική τιμολόγησης, οι τιμές για ορισμένα προϊόντα καθορίζονται στο ύψος ή κάτω από το ύψος της τιμής των ανταγωνιστών.



2. Είδη τιμολόγησης 3/3

- Τιμολόγηση με βάση τη ζήτηση:
 - Ο λιανοπωλητής στηρίζει τις τιμές του στη ζήτηση του καταναλωτή.
 - Η ευαισθησία των καταναλωτών προς τις μεταβολές της τιμής είναι ένας σημαντικός παράγοντας για τον καθορισμό μιας τιμής που στηρίζεται στη ζήτηση.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου & Δικτύου Διανομής

Τιμολογιακή στρατηγική

3. Τιμολογιακή στρατηγική 1/2

- **Η πολιτική HiLo (High-Low) (πότε ακριβά, πότε φθηνά):**
 - Οι λιανοπωλητές έχουν σχετικά οικονομικές τιμές, αλλά προχωρούν σε σημαντικές προσωρινές μειώσεις τιμών για να διαφημίσουν τα προϊόντα τους και να προσελκύσουν πελάτες στα καταστήματα.
 - Οι πελάτες που επιδεικνύουν μικρότερη ευαισθησία ως προς τις τιμές αγοράζουν σε κανονικές τιμές. Ενώ οι πελάτες που εκδηλώνουν περισσότερη ευαισθησία ως προς τις τιμές περιμένουν κάποιες εκπτώσεις και αγοράζουν τότε.



3. Τιμολογιακή στρατηγική 2/2

- **Η πολιτική EDLP (Every-Day-Low-Price)**
(Κάθε μέρα φθηνές τιμές):
 - Οι τιμές παραμένουν σταθερές για μεγάλο χρονικό διάστημα. Προϋποθέτει τη συνεχή προσφορά χαμηνών τιμών.
 - Η διαδικασία των αγορών γίνεται ευκολότερη για τον πελάτη, ενώ η συνέχεια της τιμής αυξάνει την εμπιστοσύνη που τρέφει απέναντι στο λιανοπωλητή.



4. Βιβλιογραφία

1. Zentes, J., Morschett D. & Schramm-Klein H., "Στρατηγικό Μάνατζμεντ Λιανικών Πωλήσεων", εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα 2008.
2. Παπαβασιλείου, Ν., Μπάλτας Γ., "Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου", εκδόσεις Τζωρτζάκης Μ. & ΣΙΑ, Αθήνα 2003.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.
«Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου και Δικτύου Διανομής. Τιμολόγηση». Έκδοση:
1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS272/>



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

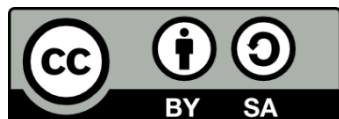
[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





Τιμολόγηση

Επεξεργασία: <Έλλη Βλαχοπούλου>
Θεσσαλονίκη, <Χειμερινό εξάμηνο 2014-2015>



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Σημειώματα

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

