

**AGROBIZNIS AKADEMIJA**

**PRAKTIČNI VODIČ**

# Vodič za formiranje prodajne cijene

Kako povezati troškove, vrijednost za kupca, kanal prodaje i planiranu zaradu

**MOJ BIZNIS NA SELU**

Praktični resurs za mlade, početnike i mala poljoprivredna gazdinstva

Izdanje 2026

## Kako koristiti ovaj dokument

Prodajna cijena ne treba nastati kopiranjem konkurencije ili dodavanjem proizvoljnog procenta. Ovaj vodič pomaže da izračunate donju granicu cijene, razumijete razliku između marže i dodatka na trošak, prilagodite cijenu kanalu i testirate reakciju kupaca.

### Tri pitanja

Koliko proizvod zaista košta? Koliku vrijednost kupac vidi? Koliko prodajni kanal uzima vremena, novca i rizika? Održiva cijena mora odgovoriti na sva tri pitanja.

## 1. Cijena mora pokriti više od sirovine

Grupa troškova	Primjeri	Način uključivanja
Direktni materijal	sirovina, ambalaža, etiketa, sastojci	po jedinici ili proizvodnoj seriji
Direktni rad	vrijeme proizvodnje, pakovanja i pripreme narudžbe	broj sati × realna cijena rada
Promjenjivi prodajni troškovi	provizija, dostava, kartično plaćanje, povrat	po narudžbi ili procentu prodaje
Fiksni troškovi	zakup, administracija, marketing, održavanje, plate	rasporediti na planirani obim prodaje
Otpad i škart	gubitak mase, neispravna ambalaža, neprodana roba	korigovati broj prodajnih jedinica
Razvoj i rezerva	testiranje, novi dizajn, nepredviđeni troškovi	uključiti razuman doprinos kroz cijenu

## 2. Cijena koštanja po jedinici

Osnovna formula je: ukupni trošak proizvodne serije podijeljen brojem jedinica koje se mogu prodati. Ako proizvodnja ima otpad, broj prodajnih jedinica je manji od proizvedene količine.

Stavka za seriju od 500 tegli	Iznos (KM)
Sirovine	803
Ambalaža i etikete	420
Direktni rad	238
Energija, transport i ostalo	270
Pripadajući fiksni troškovi	375
Ukupni trošak serije	2.106
Prodajne jedinice nakon 3% škarta	485 tegli
Cijena koštanja po tegli	$2.106 / 485 = 4,34$ KM

### 3. Marža i dodatak na trošak nisu isto

Greška nastaje kada se isti procenat koristi kao da označava i maržu i dodatak na trošak. Razlika može značajno promijeniti konačnu cijenu.

Pojam	Formula	Primjer uz trošak 4,34 KM i 30%
Dodatak na trošak (markup)	$Trošak \times (1 + \text{procenat})$	$4,34 \times 1,30 = 5,64 \text{ KM}$
Marža u prodajnoj cijeni	$Trošak / (1 - \text{marža})$	$4,34 / 0,70 = 6,20 \text{ KM}$

Marža pokazuje koliki dio prodajne cijene ostaje nakon pokrivanja navedenog troška. Taj iznos još može služiti za poreze, finansijske troškove, razvoj i dobit, zavisno od načina kalkulacije.

### 4. Cijena prema vrijednosti za kupca

Trošak određuje donju granicu, ali vrijednost i alternative određuju koliko je kupac spreman platiti. Kupac ne plaća samo kilogram ili teglu, nego pouzdanost, porijeklo, praktičnost, ukus, uštedu vremena, poklon iskustvo ili sigurnu isporuku.

Izvor vrijednosti	Primjer	Mogući uticaj na cijenu
Dokazano porijeklo i povjerenje	poznat proizvođač, transparentan proces, sljedivost	viša cijena ako kupac vidi i vjeruje razlici
Praktičnost	dostava, unaprijed pripremljen paket, jednostavna narudžba	cijena uključuje uštedu vremena
Posebna namjena	poklon paket ili proizvod za ugostitelje	drugačije pakovanje i spremnost na višu cijenu
Stabilnost isporuke	dogovorena sedmična količina restoranu	vrijednost nije samo proizvod nego pouzdanost

### 5. Različiti kanali traže različitu kalkulaciju

Kanal	Dodatni troškovi / zahtjevi	Primjer cijene
Direktna prodaja	vrijeme komunikacije, pakovanje narudžbe, dostava, naplata	viša maloprodajna cijena, ali veći trošak po kupcu
Pijaca ili sajam	štanđ, put, dnevno vrijeme, rizik neprodane robe	cijena mora pokriti trošak dolaska i prodaje
Trgovina	veleprodajni rabat, rok plaćanja, povrat, deklaracija i logistika	niža izlazna cijena uz veći ili stabilniji obim
Ugostiteljstvo	veće pakovanje, stabilna količina, račun i dogovoreni rokovi	posebna B2B cijena i uslovi
Online	fotografije, oglašavanje, dostava, kartična provizija i reklamacije	cijena i minimalna narudžba moraju pokriti logistiku

## 6. Formiranje cjenovnika za više kanala

Proizvod	Cijena koštanja	Direktna cijena	Veleprodajna cijena	Minimalna količina	Napomena
Džem 370 g	4,34 KM	7,50 KM	6,10 KM	24 kom	veleprodajna cijena važi uz dogovoreni rok i količinu
Sok 0,75 l	3,10 KM	5,80 KM	4,60 KM	36 kom	transport se posebno obračunava ispod minimuma
Poklon paket	18,00 KM	29,00 KM	24,00 KM	10 paketa	uključiti dizajn, slaganje i sezonski rizik

## 7. Popusti, akcije i minimalna cijena

Popust treba imati jasan razlog: veća količina, avansno plaćanje, preuzimanje na jednom mjestu, rasprodaja zalihe ili promotivni test. Ako se popust daje automatski svakom kupcu, početna cijena vjerovatno nije vjerodostojna.

- odredite minimalnu cijenu ispod koje prodaja nije prihvatljiva
- izračunajte trošak popusta na ukupnoj narudžbi, ne samo po jedinici
- povežite količinski popust sa stvarnom uštedom u pakovanju, dostavi ili prodaji
- ograničite trajanje i količinu promotivne akcije
- pratite da li akcija dovodi do ponovljene kupovine ili samo privlači lovce na popuste

## 8. Psihologija cijene bez obmane

Način prikaza cijene utiče na razumijevanje ponude, ali ne treba skrivati stvarni trošak ili otežavati poređenje. Jasno navedite količinu, pakovanje, šta je uključeno i eventualne troškove dostave.

Pristup	Kada ima smisla	Rizik
Zaokružena cijena	premium, poklon ili direktna prodaja	može djelovati skuplje kod osjetljivih kupaca
Cijena 7,90 umjesto 8,00	standardna maloprodaja	ne treba zamijeniti stvarnu vrijednost ponude
Paketna cijena	prodaja više povezanih proizvoda	kupac mora razumjeti šta dobija i stvarnu uštedu
Pretplata ili redovna isporuka	ponovljena kupovina i stabilna potrošnja	potrebna pouzdana isporuka i jednostavan prekid

## 9. Testiranje cijene

Cijenu testirajte u malom obimu i uz jasnu ponudu. Ne mijenjajte istovremeno cijenu, pakovanje, kanal i poruku jer nećete znati šta je uticalo na rezultat.

Test	Metrika	Signal za odluku
Dvije realne cijene u sličnim uslovima	stopa kupovine, vrijednost narudžbe i marža	viša cijena može biti bolja i uz nešto manju količinu
Različito pakovanje	ko bira malu, standardnu ili poklon opciju	uvesti pakovanje koje povećava ukupnu maržu i odgovara potrebi
Cijena sa i bez dostave	broj narudžbi i prosječna vrijednost	postaviti minimalnu narudžbu za besplatnu dostavu

## 10. Kontrolna lista prije objave cijene

Provjera	Da/Ne	Napomena
U cijenu su uključeni svi direktni i pripadajući fiksni troškovi.		
Uračunati su otpad, neprodana roba i trošak prodajnog kanala.		
Razlikujemo maržu od dodatka na trošak.		
Cijena je upoređena sa alternativama i testirana kod kupaca.		
Veleprodajna i direktna cijena imaju jasne uslove.		
Popusti ne spuštaju cijenu ispod prihvatljive granice.		
Kupac jasno razumije pakovanje, količinu, dostavu i uslove plaćanja.		
Aktuelni poreski, fiskalni i drugi zahtjevi su provjereni gdje su relevantni.		