

Raziskovalna naloga



Zakaj je „čokolada“ tu dražja?

Področje: ekonomija

OŠ Solkan

Avtor:
Jaka Brezavšček, 8.c
Mentor:
Nadja Možina

Kazalo

- 1 Povzetek
- 2 Zahvala
- 3 Uvod
- 4 Teoretični del
 - 4.1 Kje se največ kupuje
 - 4.2 Zakaj prihaja do razlik v ceni
 - 4.3 V preteklosti
- 5 Raziskovalni del
 - 5.1 metode
- 6 Rezultati

1. Povzetek

Vsaki dan se cene izdelkov v trgovinah spreminjajo. Raziskal sem zakaj in dobil sem nekaj odgovorov. Raziskoval sem po trgovinah in spletu, da bi našel različne cene. Pogledal sem malo tudi v zgodovino tega „pojava“.

2. Zahvala

Rad bi se zahvalil razredničarki Mojci Milone, ki mi je dala idejo in me vodila skozi začetek. Ter učiteljici Matejki Černe, ki me je prepričala, da se prijavim. Velika zahvala tudi moji mami, ki mi je bila mentor.

3. Uvod

Na začetku nisem imel ideje, zato sem vprašal mojo razredničarko, dala mi je to imenitno idejo. Želel sem ugotoviti, zakaj se cene v trgovinah razlikujejo. Ali je Mercator res "najboljši sosed". Nekateri ljudje ne vejo in tudi jaz nisem, zato sem začel raziskovati.



4. Teoretični del

4.1 Kje se največ kupuje?

Ljudje najraje kupujejo v najbližjih trgovinah, večinoma, če morajo kupiti kaj malega. Za velike nakupe kupujejo, kjer je kvaliteta najboljša in kjer so cene najnižje.

4.2 Zakaj prihaja do razlik v ceni?

Zaradi konkurence! Konkurenca je dobra za ekonomijo saj nižja cene v trgovinah. Saj če je cena nižja bomo tam raje kupovali, kot pri trgovini z višjimi cenami za enak izdelek. Trgovine nižajo cene, da bi dobile več strank. A cen ne smejo znižati preveč, saj potem ne dobivajo denarja, ampak ga izgubljajo. Trgovine imajo tudi akcije. Akcije so začasna znižanja pri enem izdelku ali več. So zelo vidna na letakih, v trgovini, katalogih in spletu. In nato so še kartice ugodnosti ali kot v Mercatorju pike. Ko dobiš dovolj pik jih lahko uporabiš kot denar (npr. 100 pik en evro).



4.3 V preteklosti

V preteklosti se cene niso spreminjale, saj so se obrtniki iste stroke povezovali v cehe. Ceh je bilo obrtno stanovsko in socialno združenje. V cehih so obrtniki odločali ceno, kvaliteto in kvantiteto izdelkov. Cehi so bili v srednjem veku pred tovarnami, zato so bili popularni, saj so preprečevali konkurenco.

5. Raziskovalni del

5.1 Metode

Podatke za raziskovalno nalogo sem našel v trgovinah, katalogih, na spletu (spletni katalogi). V trgovini in katalogih sem iskal cene izdelkov in jih primerjal. Osredotočil sem se na vsakdanja živila in na dve največji trgovini tu na goriškem, na Mercator ter Spar oziroma Interspar. Živila, ki sem jih izbral so alpsko mleko en liter 1.5, Milka čokolada z lešniki 300g in beli hlebec kruha 1kg.

	Mercator	Spar
hlebec	1,39 evra	1,99 evra
mleko	1,49 evra	0.90 evra
čokolada	2,89 evra	2,68 evra



Povprašal sem starše in sosede, kje najraje kupujejo in zakaj. Večina jih je odgovorila, da v Supernovi saj je najbližja in ima Mercator tam veliko izbiro kruha ter mesa in je ugoden. Nekateri so odgovorili Qlandia, ker tam nakupijo za cel teden ali več.



6. Rezultati

Pri vsakem odstavku sem dal del odgovora, ki je, da se bodo cene vedno nižale ter višale in da bomo mi stalno kupovali pri najbolj ugodnemu prodajalcu. Zdaj vemo, da se cene nižajo zaradi konkurence med trgovinami in podjetji. Razliko v ceni lahko spreminjajo glede na višino svoje marže. To je del cene izdelka, ki je višja od dobaviteljeve cene in ostane trgovcu.

Kupcem svetujem, da uporabljajo za nakupe spletne strani, kot je npr. CENEJE.SI ali naj si prelistajo kataloge ponudb preden grejo po nakupih. Upoštevajo naj tudi ponudbe-akcije ki jih ponujajo različni prodajalci in naj si takrat nabavijo kakšne zaloge.

Jaka Brezavšček