



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Ценностной подход к ценообразованию

Ценность товара

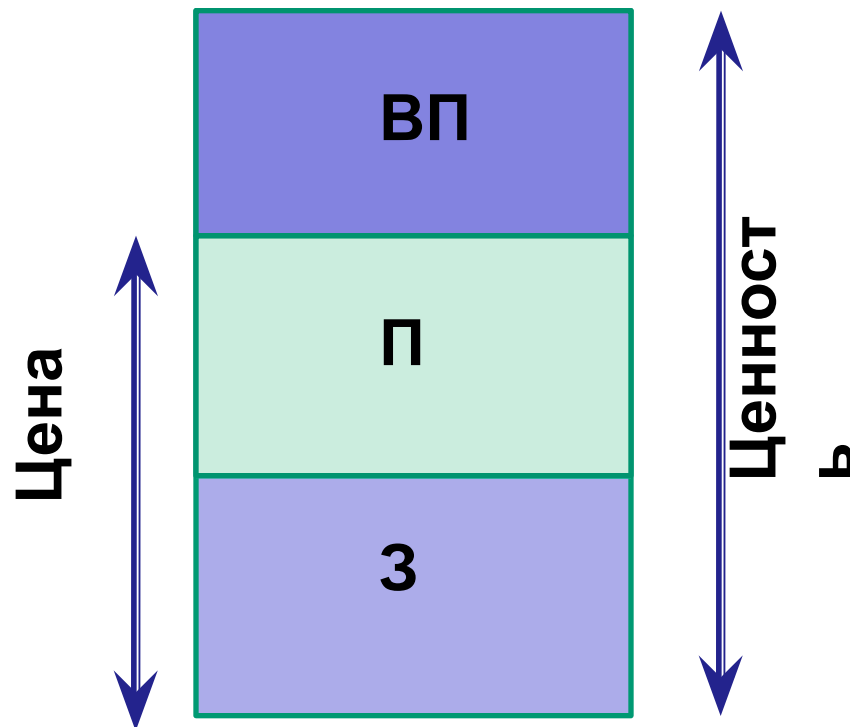
Саранская Наталья Владимировна

- 1. Определение общей экономической ценности товара*
- 2. Процедура расчета общей экономической ценности*
- 3. Подход к обоснованию цены на основе определения общей экономической ценности товара*
- 4. Ценностной подход к ценообразованию*

Ценностное ценообразование

Ценностное ценообразование –
установление цен таким образом, чтобы
это обеспечивало фирме получение
большей прибыли за счет достижения
выгодного для нее соотношения
«ценность/затраты».

Ценностной подход к ценообразованию



ВП – выигрыш покупателя – премия, которую получает покупатель

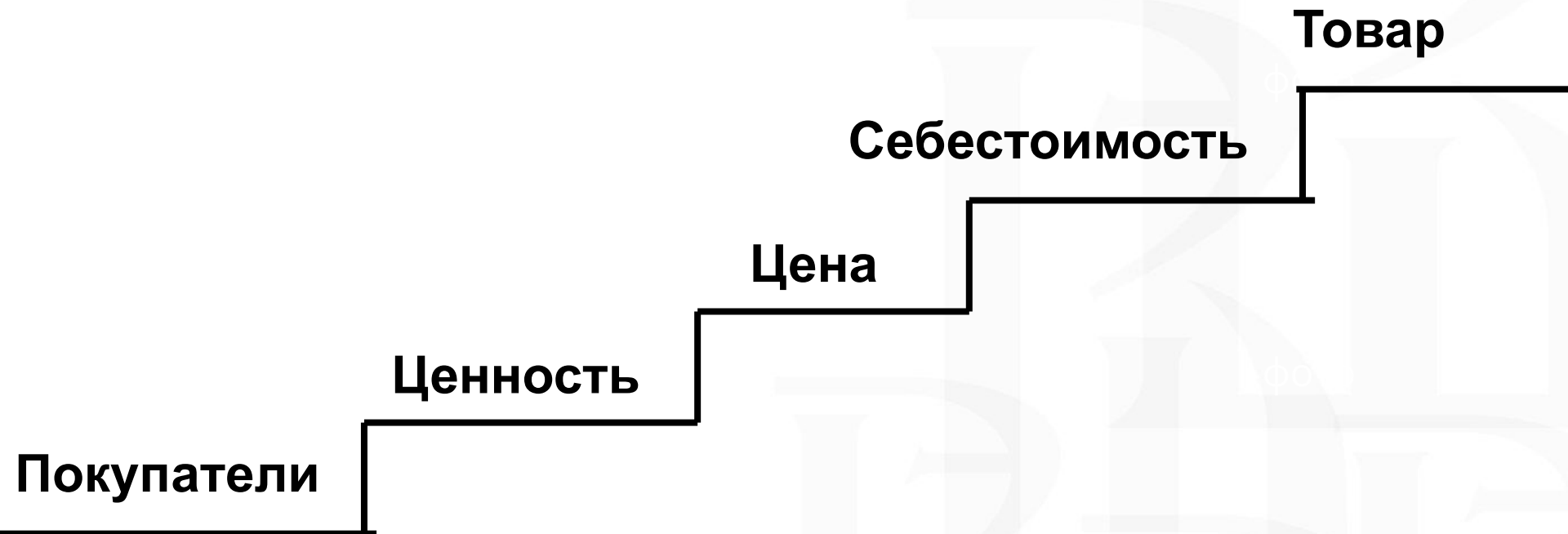
З – затраты

П – прибыль

Задача ценностного ценообразования заключается в том, чтобы как можно большая часть разности между ценностью и затратами превратилась в прибыль.



Логика применения ценностного подхода



Ценность товара

Ценность товара (Economic Value for Customer — EVC) – это желанность приобретения товара покупателем, выраженная в денежном выражении. Иными словами – это сумма денег, которую покупатель готов отдать за товар с учетом его полезных свойств.

Пять рычагов управления ценностью

**1. Идентифицировать
ценность**
(исследования)

2. Создать ценность
(НИР и ОКР,
производство)

**3. Сообщить
о ценности клиентам**
(маркетинг, продажи)

**4. Предоставить
ценность**
(логистика,
дистрибуция)



Экономическая
ценность для
клиентов
(EVC — Economic
Value to The Customer)

Издержки/Цена

5. Уловить ценность
(ценообразование)

Если первые четыре рычага используются эффективно — EVC становится куда более «весомой» и мы можем попытаться повысить цену без опасения потерять клиентов!

Пример

«Шевроле-Импала» 1964 г. — типичный американский автомобиль до появления «Форд-Мустанг»

1964 Ford Mustang

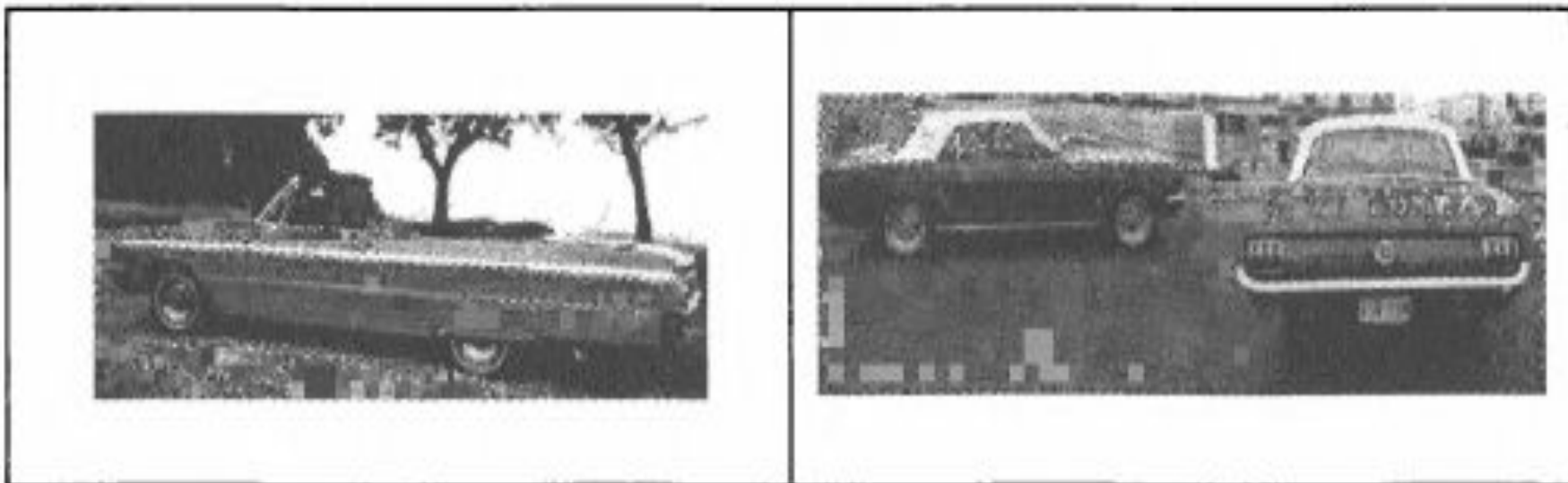


Рис. 2.1. Инновационный дизайн «Форд-Мустанг» как причина его коммерческого успеха

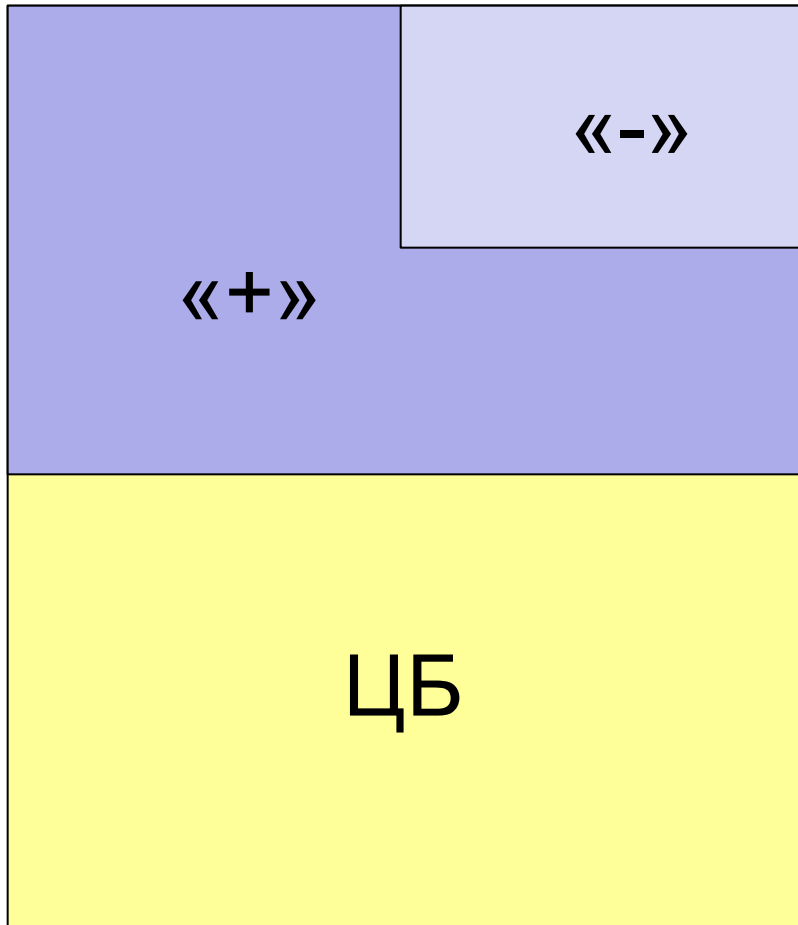


Пример



Swatch –
швейцарское
качество за
разумные деньги!!!

Экономическая ценность товара



ЦБ (цена безразличия) – это цена наилучшего из доступных вариантов

«+» – положительная ценность отличий

«-» – отрицательная ценность отличий

$$\text{ОЭЦ} = \text{ЦБ} + \text{«+»} - \text{«-»}$$

Процедура расчета экономической ценности

этап 1 — определение цены безразличия, то есть определение цены наилучшего из доступных товаров-аналогов

Сложность:

- 1) определение цены затруднено из-за системы скидок при работе с клиентами, которая в фирме является закрытой информацией (коммерческая тайна);
- 2) необходимо обеспечить количественную сопоставимость нашего товара с товаром-аналогом.

этап 2 — определение всех параметров, по которым мы сравниваем наш товар с товаром-аналогом и которые отличают наш товар как в лучшую, так и в худшую сторону от товара-альтернативы;

Процедура расчета экономической ценности

этап 3 — денежная оценка значимости для покупателя отличительных параметров;

Поиск ответа на вопрос: «Сколько покупатель готов заплатить за положительные отличия и насколько цена должна быть ниже за отрицательные отличия».

Такая оценка может быть получена несколькими способами:

- 1) на основе опроса экспертов-товароведов и продавцов;
- 2) на основе пробных продаж и опросов покупателей;
- 3) расчет экономической эффективности: экономия – выгода от использования товара (н-р, меньшее потребление электроэнергии).

этап 4 — суммирование цены безразличия и оценок положительной и отрицательной ценности отличий вашего товара от товара-альтернативы.

$$\text{ОЭЦ} = \text{ЦБ} + \text{«+»} - \text{«-»}$$

Процедура расчета экономической ценности

Необходимо определить ОЭЦ фена новой марки «Deluxe».

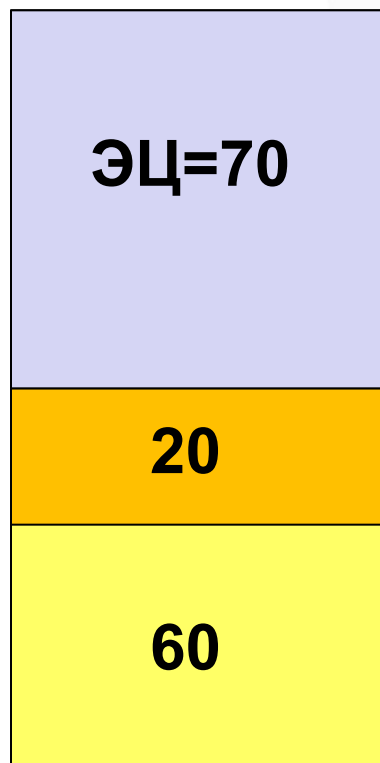
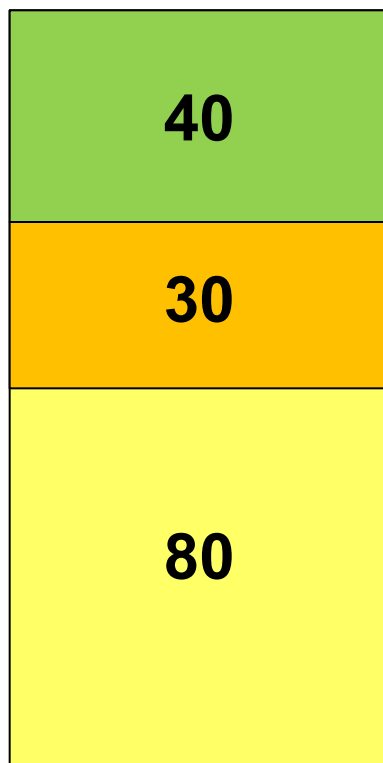
Наилучший из доступных аналогов - Braun HD 710 Satin Hair 7. Цена = 2000 руб.(ЦБ)

Отличительные параметры	Braun HD 710 Satin Hair 7	Deluxe	Количественная оценка отличительных параметров (руб.)
Мощность (Вт)	2200	2300	40
Количество режимов нагрева	3	2	50
Керамическое покрытие насадок	нет	есть	100
Защита от перегрева	есть	нет	20
Насадка-диффузор	нет	есть	70

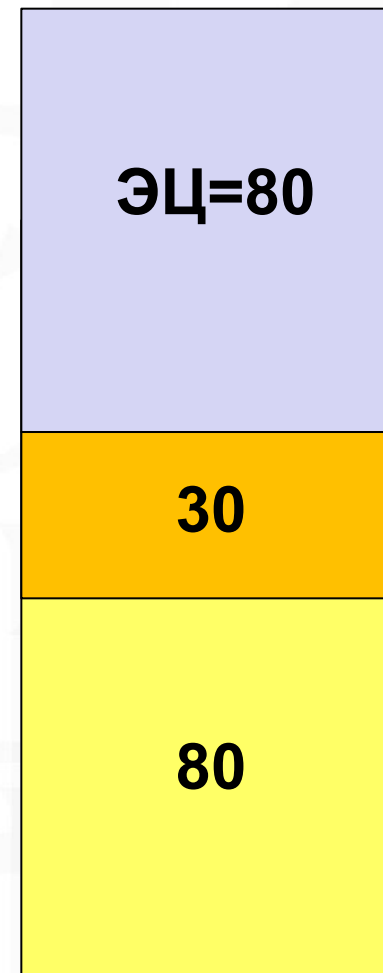
ОЭЦ=2000+40-50+100-20+70=2140 руб.

Подход к обоснованию цены на основе определения экономической ценности товара

Цена приобретения
Затраты по организации использования
Эксплуатационные затраты на протяжении всего срока использования



Прирост
ценности = 40



Пример обоснования цены на основе расчета общей экономической ценности товара

20 тыс. долл. — цена аналогичного трактора фирмы John Deere

(т.е. цена безразличия) **плюс:**

3 тыс. долл. — премиальная наценка за повышенную долговечность трактора Caterpillar;

2 тыс. долл. — премиальная наценка за его повышенную надежность;

2 тыс. долл. — премиальная наценка за повышенный уровень сервиса;

1 тыс. долл. — стоимость более длительной гарантии на узлы и детали **равняется**

28 тыс. долл. — реальная цена нового трактора фирмы Caterpillar с учетом всех преимуществ перед трактором конкурента **минус**

4 тыс. долл. — поощрительная скидка с цены для привлечения покупателей.

Итого: 24 тыс. долл. — окончательная цена трактора Caterpillar.

ия



Рис. 7.8. Трактора компаний Caterpillar и John Deere



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Спасибо за внимание!

118400, Россия, Пермь, Лебедева ул., д. 27

www.hse.perm.ru