

Að taka ákvörðun um verð

Erindi flutt á aðalfundi félagsins

Beint frá býli

Sigurður Steingrímsson, verkefnisstjóri
hjá Impru á Nýsköpunarmiðstöð



Að taka ákvörðun um verð

„Verðákvörðun hefur alltaf verið líkari póker en vísindum”

William T. Moran

„Árangursrík verðlagning er list, en ekki vísindi”

John I. Leahy hjá Black & Decker

Hvað er verð?

Verð er sú upphæð sem viðskiptavinur er tilbúinn að borga fyrir vöru, í ljósi þess ávinnings sem hann hefur af því að nota vöruna eða þjónustuna



Úrvals kótiletta á
aðeins 3.999



Verðlagning getur verið af ýmsum toga

- Okurverð
- Lágt verð
- Afsláttarverð
- Útsöluverð
- Eðlilegt verð
- Sumarverð
- Sanngjarnt verð
- Samkeppnisverð
- Gildandi verð



- Listaverð
- Raunverð
- Opinbert verð
- Vettrarverð
- Gjafverð
- Viðmiðunarverð
- Hátt verð
- Tilboðsverð
- Ósanngjarnt verð

En hvaða verð á þá að nota?

Aðferðir við verðlagningu hafa breyst gríðarlega mikið á undanförunum árum og áratugum

Því ráða áhrif frá fjölmörgum þáttum

- Meira framboð
- Aukinn kaupmáttur
- Stækkandi markaðssvæði
- Vaxandi frelsi
- Minna inngrip stjórnvalda
- Aukin samkeppni
- Minni verðvitund
- Auk fleiri þátta

Verðmyndun í landbúnaði

Afurðasölulögin 1934

- Opinber verðlagning á landbúnaðarafurðum
- Stofnun staðbundinna mjólkursamlaga með einkarétt á sölu mjólkur
- Stofnun grænmetisverslunar ríkisins með einkarétt á innflutningi grænmetis til landsins
- Verðlagsnefnd búvara
- Niðurgreiðslur landbúnaðarvara að hálfu hins opinbera

Verðmyndun í landbúnaði

Verðlagning afurða er nýtt svið fyrir marga bændur

- Verðlagning á hendi afurðastöðva
- Samkeppni takmörkuð
- Mikil þekking á framleiðslu
- Minna reynt á sölu og markaðsmál
- Framleiðslustýring
 - Framleidd vara nánast alltaf seld

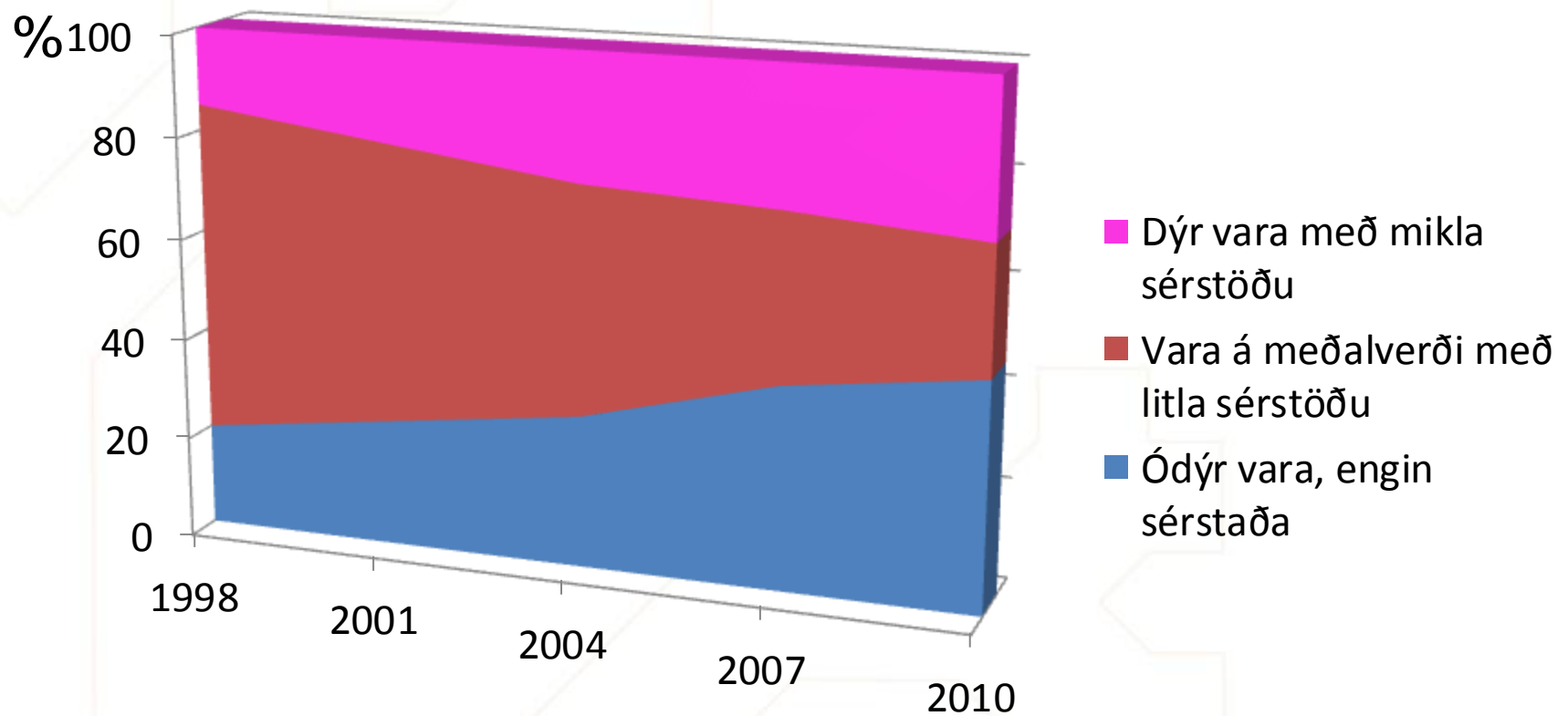
Sala beint frá býli er því töluverð nýjung fyrir marga

Verð og gæði

Hvert skal stefna?

Eiginleikar	Hátt verð	Meðal verð	Lágt verð
Mikil gæði	Kaupmáttarstefna	Hágæðastefna	Gæði á glötuðu verði
Meðal gæði	Yfirverðlagning	Meðalstefna	Gæðastefna
Lítill gæði	Rán	Blekkingarstefna	Sparnaðarstefna

Þróun í verslun með matvæli

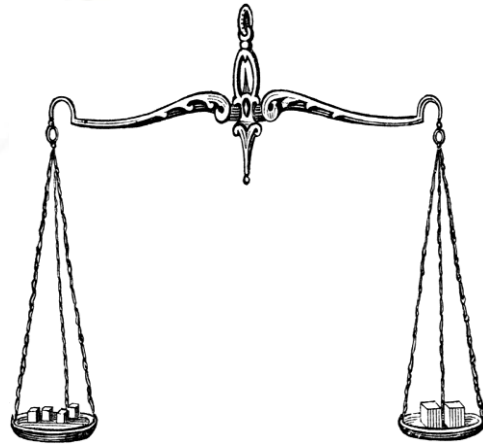


Verðmyndun

Verðmyndun er í raun stefnumót seljanda og kaupanda. Á stefnumótinu þarf að finna þann jafnvægispunkt, þar sem kaupandi og seljandi eru sáttir



Hráefni
Laun
Orka
Umbúðir
Flutningur
Vextir
Fjárfesting
Afborganir
Arður
Og margt fl.



Gæði
Verð
Ending
Aðgengi
Rekjanleiki
Innihald
Upplýsingar
Hreinleiki
Og margt fl.



Verð á gallabuxum

Kostnaður við framleiðslu

Diesel

- Baðmull 100
- Aukefni 10
- Vefstólar 100
- Voð 100
- Snið 50
- Að sníða 50
- Saumaskapur 100
- Flutningur 100
- Markaðssetning 300
- **Samtals 910**

Aðrar buxur

- Baðmull 100
- Aukaefni 0
- Vefstólar 100
- Voð 100
- Snið 50
- Að sníða 50
- Saumaskapur 100
- Flutningur 100
- Markaðssetning 50
- **Samtals 650**

Þessar buxur eru síðan seldar á mismunandi verði

Diesel 29.990



Gallabuxur 7.500



Verðmyndun

Verð vörunnar ræðst líka af öðrum þáttum í huga kaupandans

- Tísku
- Ímynd
- Markaðssetningu
- Umhverfisáhrifum
- Því sem hann fær í hendurnar



7.000.000 kr.



3.000.000 kr.

Hver er munurinn á framleiðslukostnaði þessara bíla?

Verðmyndun

Áður en seljandi mætir á stefnumótið þarf hann að hafa unnið heimavinnuna sína og geta svarað eftirfarandi spurningum:

- Hvað kostar að búa til vöruna mína?
- Hvaða kostnaðarliðir liggja þar að baki?
- Hvers eðlis er kostnaðurinn?
- Hef ég tekið tillit til alls kostnaðar
- Hvenær fellur hann til?
- Hvert er markaðsverð á sam-
bærilegum vörum?



Breytilegur og fastur kostnaður

- Allur rekstrarkostnaður í fyrirtæki er annað hvort **fastur** eða **breytilegur**
 - Fastur kostnaður + Breytilegur kostnaður = Heildar kostnaður
- FK+BK=HK**
- Mikilvægt er að skilja þarna á milli, því þessar kostnaðartegundir haga sér **gjörólíkt!**

Fastur kostnaður

- **Fastur kostnaður (FK)**
 - Kostnaður sem fellur alltaf til, jafnvel þó **ekkert seljist**
 - Hækkar ekki við aukna sölu
 - Lækkar ekki við minnkaða sölu
- **Dæmi um fastan kostnað (FK)**
 - Húsnæði
 - Vélar
 - Rafmagn - sími – hiti
 - Laun

Breytilegur kostnaður

- **Breytilegur kostnaður (BK):**
 - Sá rekstrarkostnaður sem hækkar eftir því hve mikið er framleitt/selt af vörunni/þjónustunni
 - Er yfirleitt hlutfall af hverri framleiddri eða seldri einingu
 - Erfiðara að áætla fyrir þjónustu!
- **Dæmi um breytilegan kostnað (BK)**
 - Hráefni/vörukaup
 - Umbúðir
 - Orka í margskonar framleiðslu

Breytilegur kostnaður

Fleiri dæmi tengd framleiðslu beint frá býli

- Hráefni svo sem mjólk, kjöt, grænmeti og ávextir
- Rafmagn vegna hitunar eða suðu
- Sendingarkostnaður
- Umbúðir
- Efni notað við þrif
- Aðkeypt vinna verktaka
- Flutningskostnaður

Uppskrift

Undanfari að verðmyndun er að búa til uppskrift að vörunni. Ekki bara magn efna, heldur líka verð.

Magn	Breytilegur kostnaður sultu	Verð
10	Ber	1.000
10	Sykur	1.000
1	Rafmagn	100
10	Krukka	500
	Samtals BK	2.600

Krukkurnar eru 10 og breytilegur kostnaður á hverja krukku því 260 kr.

Fastur kostnaður

Oft er erfitt á reikna út fastan kostnað á hverja einingu
Best er að áætla fastan kostnað fyrir heilt ár og deila
áætluðu sölumagni upp í þennan kostnað

Fastur kostnaður sultu	Verð
Laun	1.000.000
Húsaleiga	200.000
Hiti	100.000
Markaðskostnaður	200.000
Samtals FK	1.500.000



Áætlað sölumagn er 10.000 krukur. Fastur kostnaður er því 150 kr. á hverja krukku

Verðið?

Erum við þá ekki komin með verðið?

Breytilegur kostnaður á hverja krukku 260

Fastur kostnaður á hverja krukku 150

Kostnaður samtals 410

Þessi útreikningur á kostnaði er mikilvægur en verðið er ef til vill ekki sanngjarnt

Ef til vill mætti bæta við sanngjarnri álagningu

Söluverðið er því ~~450~~

Hvers virði er sultukrukkan okkar?

Við reiknuðum út að söluverðið væri 450 kr.

Markaðurinn gæti hinsvegar metið hana á allt öðru verði, sem gæti annað hvort verið hærra eða lægra



Hvernig er sultan okkar í samanburði við annað sem er í boði?



Dæmi um skiptingu markhópum

Verð sultu **750**

10%

Tilbúnir að borga 750 kr.

Dæmi um skiptingu markhópum

Verð sultu **600**

15%

Tilbúnir að borga 600 kr.

Dæmi um skiptingu markhópum

Verð sultu **500**

25%

Tilbúnir að borga 500 kr.

Dæmi um skiptingu markhópum

Verð sultu **200**

Nánast allur markaðurinn
tilbúinn að borga 200 kr.

Verðið á sultunni okkar

750 kr.



„Þessi sulta er best.“

500 kr.



550 kr.



Vara beint frá býli

Við þróun vöru „beint frá býli“ þarf að hafa eftirfarandi í huga:

Sérstöðu
Hreinleika
Svæðistengingu
Sögu
Rekjanleikja
Ímynd



Vara „beint frá býli“ verður aldrei ódýr
magnframleiðsla

Gerð lista yfir allan kostnað

Stofnkostnaður	Magn	Verð
Samtals		

Finnið út framleiðslukostnað

Stofnkostnaður	100
Breytilegur kostnaður	200
<u>Fastur kostnaður</u>	<u>300</u>
<u>Kostnaður samtals</u>	<u>600</u>

Staðsetjum vöruna á markaði í samanburði við annað

Hvað er fólk tilbúið til að borga mikið?

Að lokum

- Veltið fyrir ykkur fyrir hvaða markað þið eruð að búa til vörur
- **Reynið að búa til sérstöðu og góða ímynd**
- Takið saman allan kostnað sem verður til við framleiðsluna
- Skipið kostnaðinum eftir því hvort hann er fastur eða breytilegur. Gleymið ekki þróunarkostnaði, stofnkostnaði, markaðskostnaði, auglýsingum, umbúðum, miðum og öðru sem tilheyrir vörunni
- Finnið út kostnað á einingu
- Kannið verð á hliðstæðum eða sambærilegum vörum og berið saman sérstöðu, gæði, aukefni og fl.
- Verðleggið síðan með hliðsjón af því