

# Prisdifferentiering eller parameterdifferentiering

---

Af Frode Slipsager\*)

## *Resumé:*

*Prisdifferentieringsteorien bygger på en række forudsætninger, som tilsyneladende skulle have gode muligheder for at blive opfyldt i den internationale afsætning.*

*Med dette som udgangspunkt søger forfatteren at vise, at selv inden for den internationale afsætning vil disse forudsætninger kun kunne forventes opfyldt i særlige undtagelsestilfælde. De elasticitetsforskelle, som er grundlaget for teorien, er måske oven i købet mere til skade end til gavn for eksportørernes politik. Det betyder ikke, at der ikke kan realiseres en gevinst som følge af forskelle i markedernes prisafsætningselasticiteter, men at den tilfalder de lokale formidlere på de forskellige distributionsniveauer og ikke eksportørerne.*

*Forfatteren konkluderer, at en teori, der alene tager sit udgangspunkt i en differentiering af prisen, er af begrænset værdi for prisfastsættelsen i praksis. Derimod ville en teori, der bygger på en samlet differentiering af handlingsparameterindsatsen, hvor de enkelte parametre, herunder prisen, er snævert forbundet med hinanden, være af større nytte for tilrettelæggelsen af salgsarbejdet i eksporten.*

---

\*) Lektor, dr.merc., Institutet for Udenrigshandel, Handelshøjskolen i København. Artikel modtaget februar 1976.

## 1. Indledning

Prisdifferentieringsteorien fortæller os, at en virksomheds indtjening kan øges gennem en opdeling af markedet i to eller flere delmarkeder, hvis man gennem en sådan opdeling opnår, at prisafsætningselasticiteterne bliver forskellige markederne imellem.

Men to yderligere betingelser skal være opfyldt for, at virksomheden i sin prispolitik kan udnytte disse elasticitetsforskelle. Markederne skal kunne holdes adskilte, således at aftagerne i det ene marked ikke kan tilfredsstille deres efterspørgsel i de andre markeder. Og prisen skal kunne benyttes som handlingsparameter. Virksomheder, der arbejder under afsætningsbetingelser, der svarer til fuldkommen konkurrence, har ingen muligheder for at drive prisdifferentiering.

Det teoretiske optimalkrav til virksomhedens prispolitik under disse omstændigheder er, at produktets marginalomsætning skal være den samme i alle delmarkeder og lig med produktets marginalomkostninger.

Denne teori synes umiddelbar anvendelig i prispolitikken i eksporten. Her må virksomheden antages at stå over for markeder med forskellige prisafsætningselasticiteter, dels som følge af efterspørgselens nationale særpræg, dels på grund af forskelle i den lokale konkurrencesituation. Også betingelserne om at holde markederne adskilte skulle være opfyldt, ikke blot på grund af transportomkostninger, told og andre restriktioner, men også fordi en vareudveksling landene imellem på aftagerniveau – i hvert fald for konsumvarernes vedkommende – må betragtes så godt som udelukket.

- Også den sidste betingelse, eksportvirksomhedens mulighed for at benytte prisen som handlingsparameter, skulle være opfyldt. Denne betingelse, som indebærer en faldende afsætningskurve, forudsætter, at produkterne er udstyret med så stærke præferenceskabende egenskaber, at en fuldstændig substitution med andre virksomheders produkter er udelukket. Dette må forventes at være opfyldt for hovedparten af dansk eksport.

Alligevel viser undersøgelser og samtaler med såvel danske eksportvirksomheder som udenlandske eksportformidlere, at teorien

tilsyneladende er en dårlig beskrivelse af prisfastsættelsen i praksis. De prisforskelle, der eksisterer eksportmarkederne imellem, synes ikke at være fremkommet ved, at eksportvirksomhederne i deres prispolitik direkte har taget udgangspunkt i elasticitetsforskelle, men derimod ved, at omkostningerne ved markedernes bearbejdelse har været forskellige. Hvis de i prisfastsættelsen har taget hensyn til forhold i den lokale efterspørgsel, er det som regel sket som en modvillig reaktion på et udefra kommende pres, for eksempel fra de lokale distributører. Måske kunne man skelne mellem aktiv og passiv prisdifferentiering, hvor den første form for prisdifferentiering kan beskrives af de modeller, den økonomiske teori har opstillet, medens den sidste form mere svarer til den måde, hvorpå prisforskelle markederne imellem rent faktisk opstår. Den efterfølgende redegørelse er baseret på en vurdering af de praktiske muligheder for at drive aktiv prisdifferentiering, der som al form for optimal prispolitik forudsætter en kortlægning af såvel produktets omkostninger som dets afsætningsvilkår på hvert enkelt eksportmarked.

Redegørelsen består af fire dele, som naturligvis hænger sammen, men som hver for sig er med til at fremhæve væsentlige sider af teoriens svagheder i relation til dens praktiske anvendelse. Disse fire dele omfatter:

- a) teoriens generelle forudsætninger
- b) teoriens informationskrav
- c) teoriens statik
- d) teoriens partialitet

## 2. Teoriens generelle forudsætninger

Teorien bygger på, at forøgelsen i indtjeningen opnås ved, at virksomheden tager forskellige priser (for samme produkt) af fabrik.

Implicit synes dette at forudsætte, at afsætningen gennemføres uden medvirken af en selvstændig mellemhandel, eller at virksomheden – uanset denne mellemhandel – er i stand til at bestemme priserne helt frem til de endelige aftagere af produkterne. Begge disse forudsætninger er urealistiske for eksportens vedkommende.

Til forskel fra det indenlandske marked overgiver flertallet af danske eksportører allerede på markedets øverste distributionsniveau salget til selvstændige formidlere (agenter, importører, forhandlere, m.v.), som mere eller mindre suverænt bestemmer priserne videre frem. Det bliver altså de lokale distributører og ikke eksportørerne, der i deres prispolitik vil kunne udnytte et markeds specielle elasticiteter.

Naturligvis kunne man forestille sig, at dette også kunne give sig udslag i en større indtjening til eksportørerne. Det øverste distributionsniveau er imidlertid karakteriseret ved at være meget gennemsnitligt. De mellemmand, der har specialiseret sig i at formidle handelen over landegrænserne, er i reglen velorienterede om internationale forsyningsforhold og priser og betaler ikke en højere pris for udenlandske produkter, fordi elasticiteterne i deres specielle markedsområde for eksempel er lavere end på andre eksportmarkeder. Den eventuelle gevinst, som en højere salgspris vil kunne indbringe, bliver enten indkasseret af dem selv eller af de efterfølgende distributionsled på markedet.

Ifølge teorien skal priserne være lavest på de markeder, der har de højeste elasticiteter, og på grund af gennemsnitligheden på øverste distributionsniveau bliver det i virkeligheden disse markeder, der også bliver bestemmende for de (verdensmarkeds-) priser, eksportøren opnår på de markeder, der har de laveste elasticiteter.

Gevinsten ved en prisdifferentiering i eksporten fremkommer i princippet på to måder, dels ved, at priserne i markeder med lavere elasticiteter er højere end priserne ville være uden differentiering, hvor prisen baseres på et vejet gennemsnit af elasticiteterne, dels ved at priserne er lavere på markeder, der har højere elasticiteter end gennemsnittet. Men da gennemsnitligheden på øverste distributionsniveau bevirker, at (verdensmarkeds-) prisen tilpasser sig markedet med de højeste elasticiteter, bliver det i virkeligheden mere fordelagtigt for en eksportvirksomhed at fastholde en pris, der er baseret på gennemsnittet af elasticiteterne. Det tab, der fremkommer ved at produktet

sælges til en for lav pris til markeder med lavere elasticiteter end gennemsnittet, vil under disse forudsætninger være mindre end det tab, der opstår ved, at det på grund af gennemsigtigheden markederne imellem må sælges til en pris, der svarer til markedet med de højeste elasticiteter.

Hvis en eksportør derfor benytter en importør eller en salgsagent til at formidle salget – og det gør flertallet af danske eksportører – kommer man paradoksalt nok til det resultat, *at elasticitetsforskelle markederne imellem med større sandsynlighed reducerer eksportørens indtjening og ikke – som prisdifferentieringsteorien forudsætter – forøger den.*

Hvis eksportøren opretter et salgsdatterselskab på øverste distributionsniveau, har han dog større mulighed for selv at bestemme prisen til næste distributionsniveau og dermed måske også at sikre sig en lokal prisdifferentieringsgevinst. I hvilket omfang det lykkes afhænger især af prisfastsættelsens struktur på markedet.

### 3. Teoriens informationskrav

En forudsætning for at kunne drive prisdifferentiering er en vis minimum af information om de enkelte eksportmarkeders afsætningsforhold. Der kan naturligvis aldrig blive tale om »fuld viden«, som teorien forudsætter i sin rene form, men der må foreligge så mange oplysninger om behovspræferencer, indkomster og konkurrencevilkår, at eksportøren kan skønne sig til en pris, der ligger nærmere optimum end den pris, eksportøren ville kunne komme frem til ved hjælp af en ren omkostningsberegning tillagt en traditionel avance.

Da udgifter og avancer ofte er miljøbundne og da afstanden markederne imellem bevirker, at transportomkostningerne varierer, må de priser, eksportører af forskellig nationalitet kommer frem til ved hjælp af en omkostningsberegning, være forskellige i udgangssituationen. Efterhånden fremtvinger markederne (distributionen) en vis passiv prisdifferentiering ved, at priserne til nogle markeder reduceres. Der-

ved opstår der en form for indirekte avancedifferentiering, som i virkeligheden er prisdifferentieringens egentlige mål. Den fremkommer dog udelukkende gennem prisnedsættelser og ikke på baggrund af en undersøgelse og en vurdering af de lokale afsætningsvilkår.

#### 4. Teoriens statik

En almindelig indvending mod de fleste af driftsøkonomiens modeller er deres statiske karakter. Dette gælder også modellerne for prisdifferentiering, hvor optimalpunktet realiseres ved, at en række marginalværdier er i simultan ligevægt. Men spørgsmålet er, om en eksportvirksomhed, der kan etablere de organisationsmæssige forudsætninger for at realisere en prisdifferentieringsgevinst, f.eks. ved at gå direkte ind på øverste distributionsniveau med et datterselskab, også vil være interesseret heri ud fra en mere langsigtet konkurrencestrategi.

De elasticitetsforskelle, der danner baggrund for prisdifferentieringen, må antages at indsnævres over tiden. Dette sker blandt andet ved, at elasticiteterne i relation til et givet produkt må forventes at falde, fordi indkomsterne som helhed stiger. Dette fald må være størst i de lande, der i dag har de højeste elasticiteter. For virksomheden betyder dette, at prisen skal stige over tiden. Denne prisstigning må blive størst på de markeder, der i øjeblikket har de højeste elasticiteter, og som ud fra en kortsigtet prisdifferentieringssynsvinkel netop opfordrer til notering af særlig lave priser. På grund af dels de praktiske problemer, der er forbundet med at forhøje priser, dels de virkninger, disse lave priser kan have for priserne på andre markeder – jævnfør ovenfor – kan eksportøren se sin interesse i at give afkald på en prisdifferentieringsgevinst ved allerede nu at tage – om ikke det hele – så en del af den stigning, som prisen på grund af langsigtede hensyn skal gennemgå.

De fleste eksportprodukter udvikles tillige i miljøer, der ligger i spidsen med hensyn til indkomstudvikling, og det behøver derfor ikke at være udtryk for en irrationel adfærd at bruge disse miljøers priser, som det ofte sker i praksis, som udgangspunkt for en mere langsigtet prisstrategi.

Et lidt andet spørgsmål er, om en virksomhed under bestemte konkurrencemæssige forudsætninger kan opretholde en prisdifferentieringsgevinst også i det lange løb. Hvis produktet har en monopolstilling på eksportmarkedet, må svaret blive bekræftende. I monopoltilfældet vil produktet alt andet lige have sin laveste prisafsætningselasticitet (lig med markedets efterspørgselselasticitet) og opnå sin højeste pris. I alle andre tilfælde vil elasticiteterne være højere og sandsynligheden for lokal priskonkurrence større.

Hvis der er tale om oligopol, og de deltagende eksportvirksomheder handler konjunkturalt, vil de også være i stand til at realisere en slags fælles prisdifferentieringsgevinst. Der vil næppe blive tale om en egentlig prisafstale, fordi en sådan aftale uanset lovgivningen vil være vanskelig at få i stand mellem virksomheder af forskellig nationalitet. Men gennem en konjunktural optræden vil de være i stand til at hindre en priskonkurrence, der ødelægger muligheden for at praktisere en eventuel prisdifferentieringspolitik.

På en eksportvirksomheds hovedmarkeder er en oligopolstilling dog ikke særlig sandsynlig. Udbydere af samme produkter prioriterer som regel markederne ret ens, og det skærper naturligvis konkurrencen på hovedmarkederne. Især små og mellemstore eksportvirksomheder, som hovedparten af danske virksomheder må betegnes som, vil under disse omstændigheder føle sig fristet til at handle autonomt – ikke blot fordi de mener, at deres afsætning er så relativt begrænset, at dette ikke kan genere andre udbydere, men også fordi de ikke har de samme forudsætninger som de store virksomheder for at manifestere deres tilstedeværelse ved hjælp af andre handlingsparametre.

## 5. Teoriens partialitet

Også teoriens partialitet gør den specielt i relation til eksporten uegnet til at beskrive virksomhedernes konkurrenceadfærd. Den betydelige salgsmæssige værdi, der ligger i at udnytte komplementariteten mellem alle handlingsparametrene, produkt, pris, service, reklame og distribution, gør det temmelig irrelevant at diskutere prisdifferentiering uden samtidig at tage stilling til de øvrige handlingsparametre.

Dette forekommer især irrelevant i relation til små og mellemstore eksportvirksomheder, hvis konkurrencemæssige styrke som regel ikke ligger i prisen, men i produktudformningen. De har brug for en handlingsparameterkombination, der tager udgangspunkt i et ofte højtudviklet produkt, en promotion, der støtter produktets innovationsgrad og et distributionssystem med et lokalt image, der appellerer til den ofte ret begrænsede kundegruppe, som produktet henvender sig til.

En komplementaritet, der bygger på, at produktudformningen bestemmer værdien og omfanget af de øvrige handlingsparametre, er det dog vanskeligt for disse virksomheder at realisere i praksis. Deres afsætningspolitik må som regel tage udgangspunkt i de relativt få distributionsalternativer, der er til rådighed for dem på det enkelte eksportmarked, og lade valget heraf være afgørende for den handlingsparameterindsats, der opbygges omkring produktet. Der kan allerhøjest være tale om en passiv form for differentiering i den forstand, at de gennem valget af distribution søger at få fat i en handlingsparameterkombination, der på det enkelte marked passer bedst til deres produkt.

## 6. Samlet parameterdifferentiering i eksporten

Da næsten alle virksomheder er ret afhængige af parameterindsatsen, herunder prispolitikken, i de distributionssystemer, der er til rådighed på det enkelte marked, virker det temmelig formålsløst blot at kriti-



sere dem for ikke at differentiere prisen. Men tager man derimod udgangspunkt i den samlede parameterindsats, kan kritikken have en vis berettigelse. Når man betragter med hvilken passivitet, udvælgelsen af distributionssystemer og dermed i virkeligheden, hvordan parameterdifferentieringen foregår i praksis, kommer man stærkt i tvivl om virksomhederne er tilstrækkeligt opmærksomme på den salgsmæssige værdi, der ligger i en miljøtilpasset koordineret salgspolitik. De synes også ofte at koncentrere sig for ensidigt om parametre, de har størst kontrol over, først og fremmest produkt og pris (grundparametre), uden at betragte dem i sammenhæng med den afsætningsvirksomhed, distributionssystemerne kontrollerer (kontaktparametre).

Eksportvirksomhedernes muligheder for at omlægge handlingsparametervirksomheden er dog noget begrænset af, at eksportørens og den selvstændige eksportformidlers mål med hensyn til netop prisens anvendelse som handlingsparameter kolliderer med hinanden. Forskellen i størrelsen af parternes variable omkostninger vil ofte betyde, at formidleren ønsker at afsætte produktet til en lavere pris end eksportøren. Eksportformidleren må i sagens natur være meget interesseret i at anvende prisen som handlingsparameter, fordi omkostningerne herved i realiteten altid kan væltes over på eksportøren.

Hvad angår de øvrige handlingsparametre (kontaktparametrene) indeholder deres anvendelse også konflikter mellem eksportør og distributør. Eksportøren ønsker ofte at oparbejde præferencer for sine specielle produkter, medens formidleren ønsker dem oparbejdet for sit specielle lokale distributionssystem.

## 7. Konklusion

Prisdifferentieringsteorien synes som helhed lidet egnet til at forklare prisfastsættelsen i eksporten. En differentieringsteori, der ønsker at have en vis gyldighed og relevans for eksporten, bør ikke bygge på prisen alene, men på hele parameterindsatsen. Selv om virksomhedernes

muligheder for at bestemme handlingsparameterindsatsen på det enkelte eksportmarked måske i praksis ikke er store, er det af vigtighed, at de er opmærksomme på problemet, så de kan tage hensyn hertil i valget af distributionssystem. Dette gælder især valget af eksportformidler på øverste distributionsniveau, idet der med dette valg som regel følger et givet underliggende engros- og detailhandelssystem med en given handlingsparametervirksomhed, som eksportøren normalt ikke kan forvente at opnå større indflydelse på.