

Vztah mezi cenou a kvalitou

Porovnávání modelů či značek určitých výrobků při různých úrovních cen je vůbec nejobtížnější, protože zákazník většinou postrádá kompletní informace o rozdílech v kvalitě produktů. Když je možné kvalitu měřit, pak mohou být rozdíly v kvalitě porovnávány s rozdíly v ceně. Poměrnou hodnotu lze stanovit pomocí následujícího vzorce:

$$C_V = \frac{(Q_H - Q_L)/Q_L}{(P_H - P_L)/P_L},$$

kde C_V je poměrná hodnota neboli relativní rozdíl mezi hodnotou výrobku s vyšší cenou (H) a hodnotou výrobku s nižší cenou (L), Q_H vyjadřuje míru kvality výrobku H, Q_L je míra kvality výrobku L, P_H je cena výrobku H, a P_L je cena výrobku L.

Abychom ilustrovali praktické uplatnění vzorce, předpokládejme, že je možné získat ohodnocení kvality čtyř srovnatelných aut s podobným vybavením. Přehled výsledků tohoto hodnocení kvality doplněného o ceníkové ceny vypadá takto:

Značka auta	Ocenění kvality	Ceníková cena (Kč)
A	67	227 900
B	63	221 670
C	59	200 940
D	56	176 020

Úkol: Porovnejte mezi sebou značky A a B a vypočítejte jejich poměrnou hodnotu! Vypočítejte dále všechny možné poměrné hodnoty!

Řešení:

A x B:

$$C_V = \frac{(67 - 63)/63}{(227\,900 - 221\,670)/221\,670} = \frac{0,063492}{0,028105} = 2,26$$

Poměrná hodnota 2,26 vyjadřuje, že na každou další korunu, která se vynaloží na nákup značky A místo značky B, vzroste srovnatelná hodnota o 2,26 Kč. Nákup dražší značky lze v tomto příkladu považovat za mnohem lepší rozhodnutí, protože relativní zvýšení kvality je mnohem větší než relativní zvýšení ceny. Ostatní poměrné hodnoty při srovnávání značek ukazují, že ačkoli by potenciální zákazník získal více kvality za dražší z porovnávaných značek, kromě případu srovnání značek A x C (každá další vynaložená koruna přinese téměř stejnou hodnotu – 1,011) tato výhoda neodpovídá relativnímu cenovému rozdílu (viz tabulka).

Tabulka: Poměrné hodnoty pro porovnání čtyř značek aut

Porovnání mezi	Poměrná hodnota
A a D	0,666
B a C	0,657
A a C	1,011
B a D	0,482
C a D	0,378

Ukazuje se, že vztah mezi cenou a kvalitou bývá silnější u cenově náročnějších produktů, k nimž se často váží další služby a k jejichž nákupu dochází spíše nepravidelně, než u mnohem častěji nakupovaných položek za nižší ceny.

Většina spotřebitelů zjevně chápe, že produkty vyšší kvality budou mít vyšší ceny, i když zvýšení kvality pravděpodobně nebývá úměrné zvýšení ceny.

Sepětí mezi cenou a kvalitou není nikde tak zjevné jako u domácích spotřebičů, jako jsou ledničky a jiná kuchyňská zařízení.

Je obecným pravidlem, že vztah cena - kvalita se více prosazuje u nákupu drahých produktů, kde je riziko špatného výběru, kde jsou intenzívně vnímány existující vztahy mezi cenou, výrobkem a místem koupě či kde by mohly být existující vztahy transponovány a rozšířeny také na neznámé výrobky a/nebo dodavatele.