



上海财经大学

SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

# 决策理论及基本概念

饶艳超 副教授

上海财经大学会计学院

[raoyanchao@qq.com](mailto:raoyanchao@qq.com)



# 财务决策案例1



- 产品定价决策
- **【学习要求】**
  - 形成对决策结果、决策过程模型和决策影响因素等概念的初步认识。
- **【案例启示】**
  - 自己思考从案例获得的启示。



上海财经大学  
SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

1



# 财务决策案例





- 产品定价决策（一个经典案例）
- 【案例决策背景】
  - ✓ 休布雷公司在美国伏特加酒的市场中，属于营销出色的企业，他们生产的史密诺夫酒在伏特加酒的市场占有率中达23%。
  - ✓ 60年代，另一家公司推出了一种新型伏特加酒，其质量不比罗密诺夫酒低，而每瓶酒的价格却比史密诺夫酒低1美元。



# 财务决策案例1



- 产品定价决策（管理经济学、市场营销学中的一个经典案例）
  - **【按惯例可选解决方案】**
    - ✓降低1美元，以保住市场占有率。
    - ✓维持原价，通过增加广告费用和推销支出与竞争对手竞争。
    - ✓维持原价，听任市场占有率低。
- 
- 按惯例方案决策可能结果：
    - ✓ 不论休布雷采取哪种方案，都很**被动**；
    - ✓ 或**减少销售收入**，或**增加销售费用**，这对公司都会**造成一定损失**。



# 财务决策案例1



- **【休布雷的方案】**

- ✓ 将史密诺夫酒的价格再提高一美元；同时推出一种与竞争对手的新伏特加价格一样的瑞色加酒和另一种价格更低的波波酒。

- 休布雷方案决策结果：

- ✓ 使休布雷实现了由**集中性市场策略到选择性市场策略**的转变，从生产一种价格层次的就到生产高、中、低三个层次的酒，以满足不同收入和消费层次的顾客。
- ✓ **扔转了不利局面**：提高了史密诺夫酒的地位，使竞争对手的新产品成为一种普通的品牌；销量大增使得利润大增。

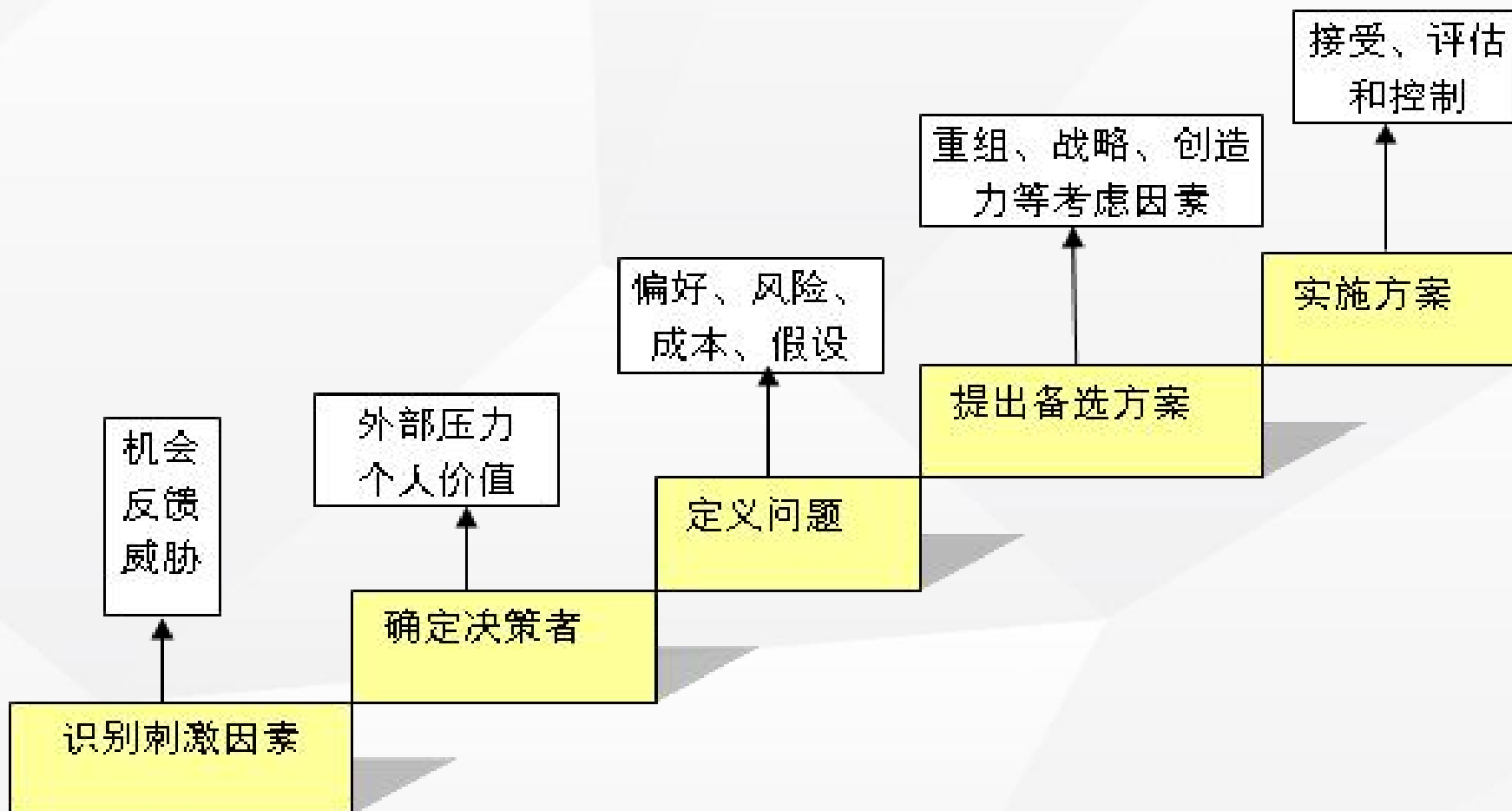


# 财务决策案例1



## • 【休布雷决策过程】

✓先记住该决策过程模型，理论学习之后再回过头来分析。





# 财务决策案例1



- **产品定价决策**
- **【产品定价时应考虑的影响因素】**
  - ✓ 成本因素；
  - ✓ 产品因素（种类、属性、需求弹性、所处生命周期）；
  - ✓ 市场因素（需求、结构、竞争）；
  - ✓ 政策因素；
  - ✓ 社会因素（心理因素、文化因素）；





- **产品定价决策【休布雷定价决策的影响因素】**
  - ✓ 决策问题的结构
  - ✓ 决策结果的不确定性
  - ✓ 决策者的认知局限
  - ✓ 决策者的决策风格
  - ✓ 决策的驱动力量（个人需要和情绪、经济/环境、组织、背景和紧急情况）

观看视频：

[为什么经济越惨，奢侈品越贵？](#)



上海财经大学

SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

THANK YOU

