

As Part of the Participant Pricing Strategies Comparing Name Your Own Pricing and Pay As You Want Pricing for Consumers and Companies

Meltem Erdoğan

Anadolu University, Turkey
melteme@anadolu.edu.tr

Esra Koç

Anadolu University, Turkey
e_k@anadolu.edu.tr

Abstract:

In today's world, the fact that the product does not constitute a value on its own and the innovations and conveniences offered to consumers with developing technologies force companies to produce new strategies in order to compete with their competitors in the market. One of these strategies is called participatory pricing which is considered one of the innovative pricing. Contrary to traditional pricing, participatory pricing strategies offer both buyers and sellers the opportunity to participate in the price setting process. The two prime examples of these participatory pricing are name your own price (NYOP) and pay-what-you-want (PWPW) pricing strategies. In these two methods, the seller partially transfers the authority to determine the price to the consumer in NYOP and completely in PWPW. In "Name your own price" (NYOP) pricing, consumers are asked to place a bid against a threshold set by the seller but unknown to the buyers. This pricing will be accepted by the seller if the quoted price exceeds this threshold. In "Pay What You Want" (PWYW) pricing, consumers are asked to pay whatever price they want, including zero. It has been observed that both pricing are used in service sectors with high fixed costs to discriminate without setting a reference price. The participatory and innovative nature of these strategies leads to non-accrual promotional benefits to advertised sellers. In this study, these two new pricing strategies will be investigated and discussed in the light of the related literature to find out which one is more effective and what are the differences in terms of consumers-sellers, and friction costs -payment motivations. In this study, within the framework of literature review, it is aimed to determine which of the mentioned strategies is potentially more successful in terms of consumers and companies, also it is expected to prepare a useful ground for new studies and to draw more attention to the strategies.

Keywords: Name your own price (NYOP), Pay what you want (PWPW), Participatory Pricing

JEL Codes: D11, D21, D91

Katılımcı Fiyatlandırma Stratejilerinden Kendi Fiyatını Belirle ve İstedikçe Öde Fiyatlandırmalarının Tüketici ve Firma Açısından Karşılaştırılması

Özet

Günümüz dünyasında, ürünün tek başına bir değer teşkil etmemesi ve gelişen teknolojilerle tüketicilere sunulan yenilik ve kolaylıkların artması, firmaların pazarda bulunan rakipleri ile rekabet edebilmek için yeni stratejiler üretmek zorunda bırakmaktadır. Bu stratejilerden biri ise yenilikçi fiyatlandırmalardan sayılan katılımcı fiyatlandırma stratejileridir. Katılımcı fiyatlandırma stratejileri, geleneksel fiyatlandırmanın aksine hem alıcılara hem de satıcılara fiyat belirleme sürecine katılma olanağı sunmaktadır. Bu katılımcı fiyatlandırmalarının en önemli iki örneği, kendi fiyatını belirle (NYOP) ve istediğin kadar öde (PWPW) fiyatlandırma stratejisidir. Bu iki yöntemde, satıcı fiyatın belirleme yetkisini NYOP’da kısmen ve PWPW’da tamamen tüketicilere devretmektedir. “Kendi Fiyatınızı Belirleyin” (NYOP) fiyatlamasında tüketicilerden satıcı tarafından belirlenen ancak alıcıların bilmediği bir eşığe karşı bir teklif vermeleri istenir. Bu işlem, yalnızca teklif edilen fiyat bu eşığı aşarsa gerçekleşir. "İstedikçe Öde" (PWPW) fiyatlamasında ise tüketicilerden sıfır dahil olmak üzere istedikleri fiyatı ödemeleri istenir. Her iki fiyatlandırmanın da bir referans fiyat belirlemeden, fiyat ayrımcılığı yapmak için yüksek sabit maliyetleri olan hizmet sektörlerinde kullanıldıkları görülmüştür. Bu stratejilerin katılımcı ve yenilikçi yapıları fiyatları ilan edilen satıcılara tahakkuk etmeyen promosyon avantajlarına yol açar. Bu çalışma, yeni olan bu iki fiyatlandırma stratejilerinin, hangisinin daha etkili olduğu, tüketici ve satıcı açısından farkları, sürdürülebilir maliyetleri ve ödeme motivasyonlarının ne olduğunu bulmak için literatürdeki çalışmalar nezdinde araştırılarak, tartışılacaktır. Çalışmada literatür taraması çerçevesinde NYOP ve PWPW modellerinden hangisinin potansiyel olarak daha başarılı olduğunun tüketici ve firma açısından belirlenmesi hedeflenmekte ve yeni araştırmalar için yararlı olabilecek bir zemin hazırlanarak konuya daha fazla dikkat çekilmesi beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kendi fiyatını belirle (NYOP), İstedikçe öde (PWPW), Katılımcı Fiyatlandırma

JEL Kodları: D11, D21, D91