

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/360098>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Товароведение

1. Цена потребления товаров, как критерий конкурентоспособности (понятие и структура; цена и качество; комбинация изменения цен и качества как основа конкурентной способности)
2. Факторы, формирующие конкурентоспособность строительных отделочных материалов (на примере конкретного вида продукции)
3. Особенность оценки конкурентоспособности хлебобулочных изделий, потребительские критерии выбора хлебобулочных изделий

Цена потребления товаров - это сумма денежных средств, которую потребитель готов заплатить за товары или услуги. Она является одним из основных критериев конкурентоспособности, так как влияет на спрос на товары.

Если цена продукта высокая, то количество потребителей, готовых его купить, будет ниже, чем при более низкой цене, что может отрицательно сказаться на продажах продукта и на его рыночной доле. Однако, цена не является единственным критерием: производители должны также учитывать качество товара, уникальность, обслуживание и многие другие факторы, которые могут повлиять на рыночную долю продукта и его конкурентоспособность. Значимость цены в конкурентной борьбе зависит от отрасли, местных условий и потребительских предпочтений, но в целом, цена является важным критерием, который производители должны учитывать в своих стратегиях маркетинга и продаж.

Структура цены потребления товаров включает в себя себестоимость производства товара, налоги, транспортные и складские расходы, а также прибыль производителя. Цена потребления может быть высокой или низкой в зависимости от многих факторов, например, уровня конкуренции на рынке, спроса на товар, стоимости производства и т.д.

Цена и качество товаров тесно связаны между собой. Обычно, чем выше качество товара, тем выше его цена. Однако, высокая цена не всегда означает высокое качество, поэтому потребители могут выбирать товары среднего качества, по более доступной цене.

Конкурентная способность товаров зависит от соотношения цены и качества. Производители могут использовать стратегию изменения цен и качества товаров для достижения высокой конкурентной способности. Например, они могут снизить цену и улучшить качество товара, что привлечет большее количество потребителей, или же могут повысить цену и

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/360098>