



## Ценовая и неценовая конкуренция в экономических стратегиях бизнеса

Выполнила: А.А.Дюдюкина,  
студентка 1-го курса очной формы  
обучения экономического  
факультета, группа Эб02/1603  
Научный руководитель: Л.В.  
Гоголина,  
профессор, канд.экон.наук



# План

Введение

Теоретические аспекты ценовой и неценовой конкуренции

Ценовая и неценовая конкуренция на различных моделях рынка

Роль ценовой конкуренции в XXI веке

Конкурентоспособность российской промышленности: ценовые и неценовые факторы

Технология управления методами и формами ценовой и неценовой конкуренции

Заключение

Объектом  
исследования  
является  
конкуренция

Предметом  
исследования  
выступает ценовая и  
неценовая  
конкуренция

Цель курсовой работы -  
проанализировать ценовую  
и неценовую конкуренцию в  
экономических стратегиях  
бизнеса.

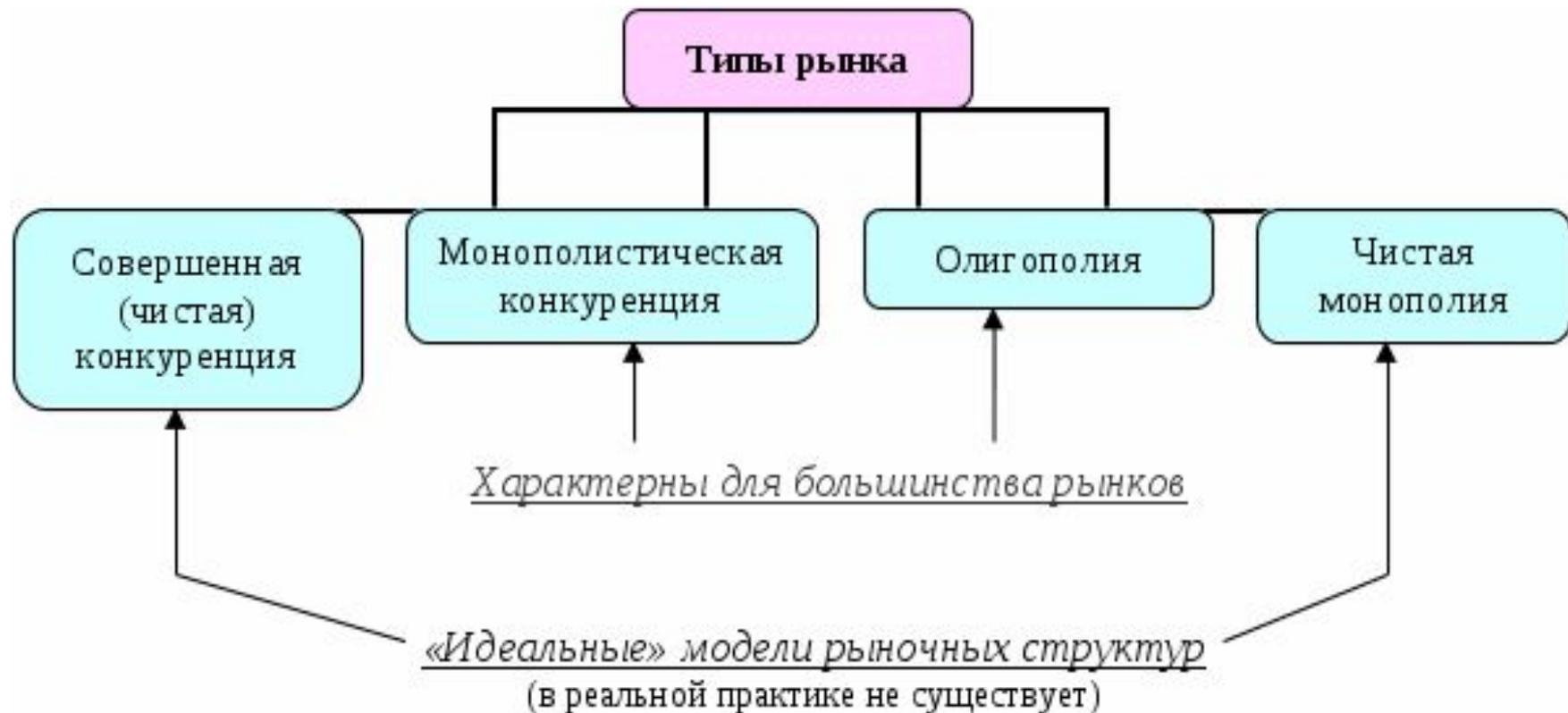
Задачами курсовой работы являются:

- ❖ Изучение теоретических аспектов ценовой и неценовой конкуренции;
- ❖ Анализирование факторов эффективности ценовой и неценовой конкуренции на различных моделях рынка;
- ❖ Выявление особенностей ценовой и неценовой конкуренции на современных товарных рынках ;
- ❖ Анализирование конкурентоспособности российской промышленности, ее ценовые и неценовые факторы;
- ❖ Рассмотрение технологий управления методами и формами ценовой и неценовой конкуренции.

# Теоретические аспекты ценовой и неценовой конкуренции

- Конкуренция (от лат. concurrere-сталкиваться)- это борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы.
- Ценовая конкуренция-это соперничество предпринимателей за извлечение дополнительной прибыли на основе уменьшения издержек производства и реализации определенной продукции, снижения цен на эту продукцию без изменения ее ассортимента и качества.
- Неценовая конкуренция- это вид стратегии конкурентной борьбы, при котором используются любые методы конкуренции, кроме снижения цен на продукцию и услуги.

# Ценовая и неценовая конкуренция на различных моделях рынка



# Ценовая и неценовая конкуренция на современных товарных рынках

Современный рынок

Ценовая  
конкуренция

Неценовая  
конкуренция

- Политика «война цен»  
- Стратегия «следование за рынком»

Развитие методов неценовой стратегии с помощью широкого товарного ассортимента, сервиса и высокого качества продукции.

# Роль ценовой конкуренции в XXI веке

Преимущества ценовой конкуренции	Недостатки ценовой конкуренции
Не нужно использовать и исследовать маркетинговые подходы	Потребитель ориентируется на низкие цены
Следование простым условиям	Регулярные затраты для мониторинга цен на рынке
Расположение оборотным капиталом	Приходится торговаться с поставщиками для получения более дешевых цен
Ценовые методы борьбы эффективны при решении тактических задач	Необходимость повышение постоянного оборота для наличия дополнительного капитала для своих вложений
	Продавец зависит от крупных участников своего рынка

Появление новых «ценовых» тенденций: оцифровывание и онлайн-торговля, переход от одноуровневого ценообразования к многоуровневую, ценовые войны, глобализация, появление новых моделей ценообразования.

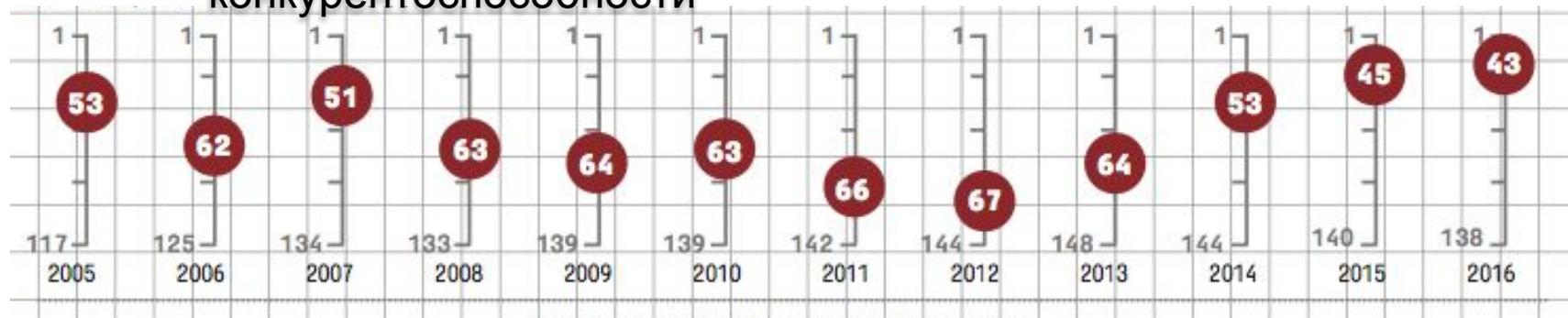
# Конкурентоспособность российской промышленности: ценовые и неценовые факторы



Рост промышленности начал замедляться в 2012 г., в 2013 г. фактически остановился, а в 2015 г. выпуск упал на 3,4%. Таким образом, исходя из текущих данных восстановление 2016 г. компенсировало спад 2015 г. примерно на треть; а за 2013–2016 гг. среднегодовые темпы промышленности были почти нулевыми (с небольшим минусом). С 2000 по 2008 г. производство росло в среднем на 5,6% в год.

# Конкурентоспособность российской промышленности: ценовые и неценовые факторы

## Позиции России в мировом рейтинге конкурентоспособности



Санкции и заградительные пошлины повлияли на российскую промышленность, и правительству пришлось принимать меры по развитию конкурентоспособности национальных товаров. В настоящее время внедряются мероприятия, направленные на упрощение внешнеэкономической деятельности, обеспечение льготного

# Технология управления методами и формами ценовой конкуренции

## Методы ценовой конкуренции

-монопольно высокая цена

-монопольно низкие цены

-демпинговые цены

-дискриминационные цены

может быть 3-ёх видов: -первая степень-абсолютная дискриминация;

-вторая степень-цена устанавливается в зависимости от

объема

закупок;

-третья степень-действует для сегментированных рынков.

# Технология управления методами и формами неценовой конкуренции

## Методы неценовой конкуренции

- изменение характеристик;
- стимулирование сбыта;
- реклама;
- все маркетинговые методы управления (в отраслях, где широки возможности дифференциации товара, фирмы обходятся без ценовой конкуренции).

# Заключение

На современных товарных рынках используются ценовые и неценовые методы конкуренции. Среди основных особенностей можно выделить распространение ценовой стратегии “следование за рынком”, развития методов неценовой стратегии с помощью широкого товарного ассортимента, сервиса и высокого качества продукции. В настоящее время ценовая конкуренция также продолжает играть важную роль. Чаще всего ценовая конкуренция основана на принципах снижения производственных издержек за счет средств научно-технического прогресса, научной организации труда, с ростом производительности и пр. Наиболее эффективным способом конкурентной борьбы признается применение неценовых методов, основанных не на манипулировании ценой, а на модификации товара, придания ему таких свойств, которые выгодно отличали бы его от товара конкурента.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**