

価格対価という製品とサービスの価値

黒田インターナショナル

黒田 毅

ビジネスは、その製品の評価を市場に有し、それが企業のプレゼンスを提供する。価格対効果は、消費者心理を決定する。

これが市場原理の真実である。これがビジネスの共有のルールなのである。

これらは新しい効率性と生産性は、新しい現実の創造を可能とできるのである。またエネルギー革命は、未来の現実として確信できるため、ソサエティ5.0における新しい未来は真実なのである。

他方においてはメガカンパニーが存在する。その技術と製品は、遥かに優れるのである。

これは市場原理における競争は、価格と製品においてグローバル市場に勝利を行うことができるのである。

これらは企業が有する新しい環境である。これは市場がより厳しい要求を企業に求めるのである。

またインダストリー4.0における設備投資は、大手企業がその資本力においてより優れた企業環境を構築できる。これはグローバル化においては国内における基準でなく、世界においてその基準が存在するのである。

これらは価格と製品、生産における企業における正しい基準であり、新しい市場参加は必ずこの基準を要求する。