

Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана



Презентация на тему:

«Цена и рынок.

Использование метода целевых издержек для обеспечения конкурентоспособности продукции»

Савинова Мария Геннадьевна

студент группы ИУ7-71Б





- 1. Понятие цены
- 2. Понятие рынка
- 3. Понятие конкуретоспособности
- 4. Метод целевых издержек для обеспечения конкурентоспособности



Цена

- это количество денег, которое покупатель готов отдать за конкретный товар или услугу

Цена определяется на основе:

- стоимости производства и доставки товара
- конкурентной ситуации на рынке
- спроса и предложения на товар или услугу
- рыночных условий и тенденций





- 1. Анализ рынка
- 2. Расчет себестоимости товара

Себестоимость товара - это совокупные затраты, связанные с производством или закупкой товара, включая затраты на материалы, труд и другие прямые и косвенные издержки

- 3. Определение прибыли
- 4. Установление конечной цены





- 1. Себестоимость продукции
- 2. Конкуренция
- 3. Спрос и предложение
- 4. Бренд и уникальность

Ценообразование - сложный и многофакторный процесс, который требует глубокого понимания рынка, целевой аудитории и своих собственных затрат.



Рынок

- это система экономических отношений между продавцом и покупателем, которая позволяет совершать обмен необходимыми ресурсами

Признаки рынка:

- нерегулируемый спрос
- нерегулируемое предложение
- цена





- ценообразование
 - цена отражает то, насколько потребители готовы платить за определенный продукт или услугу и насколько производители готовы предложить его
- посредничество
 - потребители могут выбирать из разнообразных предложений, а производители могут находить рынок для своей продукции
- регулирование спроса и предложений
 - рынок является механизмом, который помогает устанавливать баланс между спросом и предложением на товары и услуги





• информирование

• рынок обеспечивает доступ к информации о товарах, продавцах, спросе на конкретные товары и общем состоянии экономики

• стимулирование

• рыночная конкуренция стимулирует участников рынка постоянно улучшать качество товаров, разрабатывать новые технологии и повышать эффективность экономики в целом

• очищение

• рынок способствует освобождению экономики от ненужной деятельности и слабых участников, одновременно поощряя развитие перспективных секторов

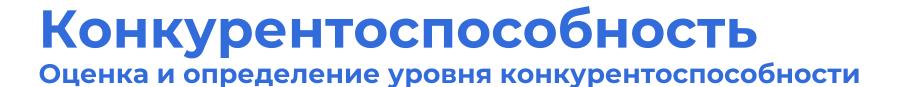


Конкурентоспособность

- способность бренда продавать продукты и услуги на рынке, который наполнен аналогичными товарами и услугами

Конкурентоспособность могут отображать:

- показатель, который отражает долю рынка, занимаемую организацией или продуктом
- оценка темпов роста продаж
- уровень доходности
- способность организации быстро реагировать на изменения





- Исследование
 - анализ рынка
 - изучение особенностей конкуренции
- Сравнение показателей компании с показателями конкурентов
- SWOT-анализ своих сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз
- Анализ показателей производительности





Принцип: сначала определяют рыночную цену на данный вид продукции, затем устанавливают желаемый размер прибыли, а потом рассчитывают максимально допустимый размер себестоимости

Цена - Прибыль = Себестоимость

- target price рыночная цена
- target profit целевая прибыль
- target cost целевой себестоимостью

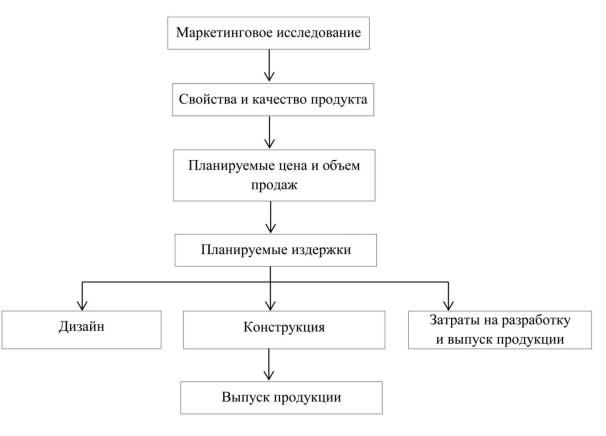
Метод целевых издержек

для обеспечения конкурентоспособности



Преимущества метода:

- планирование издержек
- планирование прибыли
- ориентация на спрос
- учет требований покупателей
- дает возможность заранее учесть модификации цены





Заключение

- рынок это экономические отношения, связанные с куплей-продажей товаров и услуг, в результате которых формируется спрос, предложение и цена
- цена это количество денег, которое покупатель готов отдать за конкретный товар или услугу
- для обеспечения конкурентоспособности можно использовать **метод целевых издержек**, который позволяет установить желаемую цену продукта или услуги





- Амангелди Х., Вепаберди Д., Реджепдурды Г. *Цена, ее виды, факторы влияющие на цену.* [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/tsena-ee-vidy-faktory-vliyayuschiena-tsenu
 (Дата обращения: 30.09.2024 г.)
- Жильцова Э. Л. *Цена в условиях рынка*. *Функции цен*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/tsenyv-usloviyah-rynka-funktsii-tsen (Дата обращения: 30.09.2024 г.)
- Ковалева Н. В. *Потребительский рынок.* [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskiyrynok (Дата обращения: 30.09.2024 г.)
- Кривенда Е. А. *Конкурентоспособность и ее роль в рыночной экономике.* Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-i-eyo-rol-v-rynochnoy-ekonomike (Дата обращения: 01.10.2024 г.)
- Смирнова Н. И. Управление затратами метод «таргет-костинг». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-zatratami-metod-target-kosting (Дата обращения:30.09.2024 г.)



Спасибо за внимание!