



**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

Оглавление

1. Понятие **цены**
2. Понятие **рынка**
3. Понятие **конкурентоспособности**
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

Цена

Этапы ценообразования

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

Цена

Факторы ценообразования

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

РЫНОК

Функции



- 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

РЫНОК

Функции



- 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

Конкурентоспособность

Оценка и определение уровня конкурентоспособности

- **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

Метод целевых издержек

для обеспечения конкурентоспособности

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

$$\text{Цена} - \text{Прибыль} = \text{Себестоимость}$$

- 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

Список использованных источников

- 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-factory-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-funksii-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!