

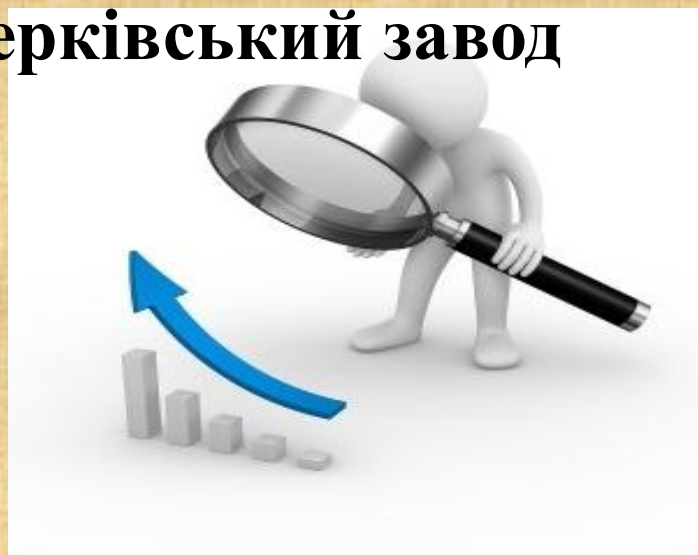
**Розробка заходів з підвищення
управління ціновою політикою
приватного акціонерного товариства
«Білоцерківський завод залізобетонних
конструкцій»**

Виконав: ст. гр. МПОУ-18мз
Юськов Микола Миколайович
Науковий керівник: к.е.н., професор
Лесько О.І.


Мета дослідження – розроблення рекомендацій та пропозицій щодо покращення управління ціновою політикою підприємства.

Об’єктом дослідження слугує процес управління ціновою політикою на вітчизняних підприємствах.

Предмет дослідження – засоби удосконалення управління ціновою політикою на підприємстві ПрАТ «Білоцерківський завод залізобетонних конструкцій».



Метою діяльності будь-якого підприємства в кінцевому результаті є отримання прибутку через реалізацію товарів, робіт чи послуг. В умовах ринкової економіки успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від того, як правильно вони будуть встановлювати ціни на свої товари і послуги. У свою чергу, не можна встановлювати ціни без аналізу політичних, економічних, психологічних і соціальних факторів, що впливають на їх формування. Тобто під час встановлення кінцевої ціни необхідно враховувати всі фактори, що впливають на її рівень, і встановити її таким чином, щоб отримати прибуток. Тому тема даної дипломної роботи є актуальною та сучасною, оскільки вона є дуже важливою для будь-якого підприємства.



- Цінова політика підприємства – це комплекс заходів фірми, до якого відноситься формування ціни, знижок, умов оплати за товар, реалізація якого покликана забезпечити задоволення потреб споживачів і отримання фірмою прибутку, а також вирішення стратегічних завдань фірми. Основна кінцева мета – одержання максимального прибутку. Проміжними цілями можуть бути: захист на ринку своїх позицій, вихід на ринок з новим товаром, швидке відшкодування виробничих витрат.

- Ціни виконують три основні функції.
- Обліково-вимірювальна функція ціни полягає в тому, що вона є засобом обліку та вимірювання витрат праці на виробництво продукції чи надання послуг.
- Розподільча функція ціни зводиться до того, що за допомогою цін здійснюється перерозподіл частин доходів суб'єктів господарювання та населення.
- Стимулююча функція ціни використовується для мотивації підвищення ефективності господарювання.

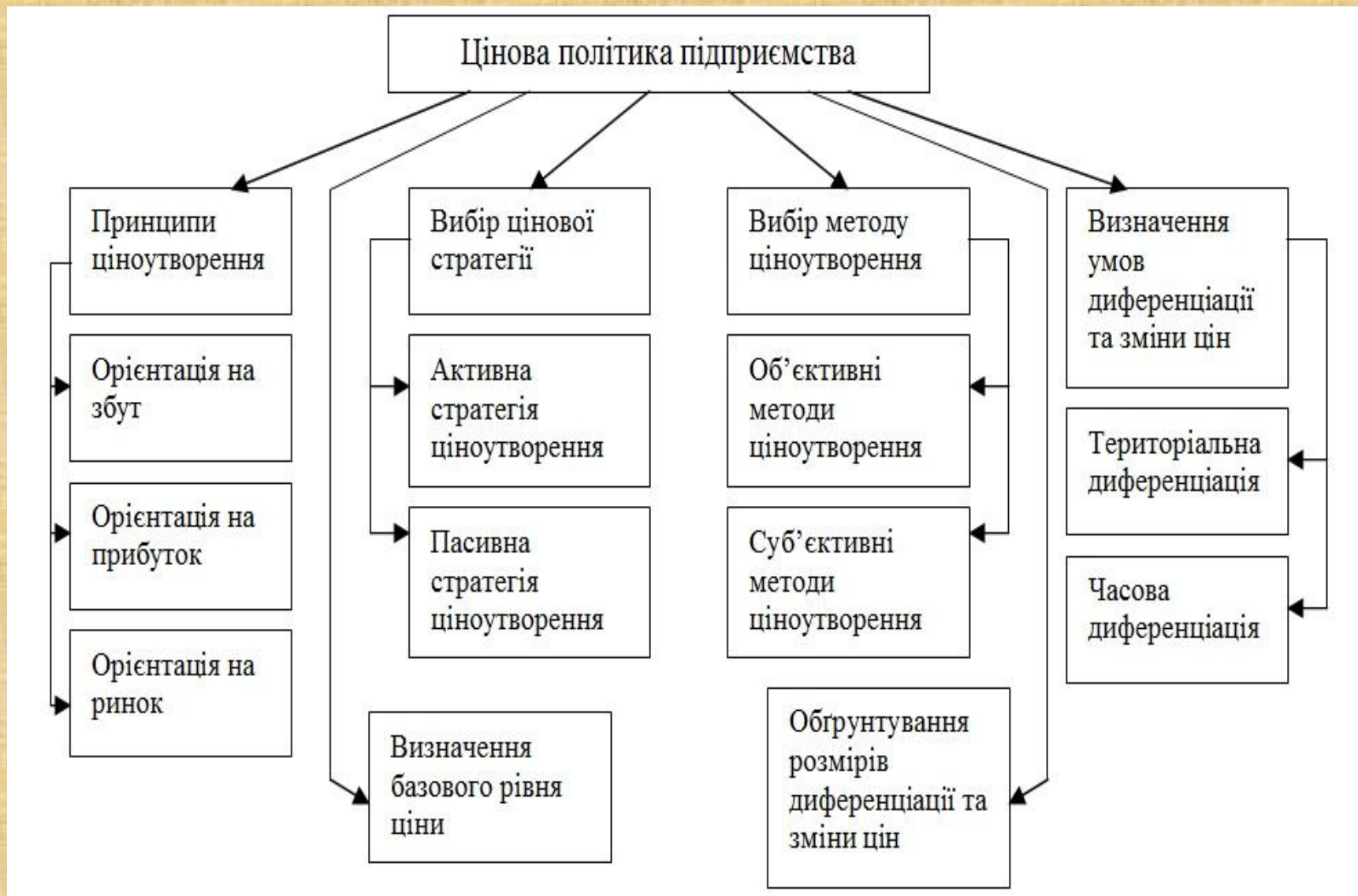


Рисунок 1.1 - Зміст цінової політики підприємства

Таблиця 2.1 – Аналіз структури та динаміки балансу підприємства.

Показники	Роки			Відхилення:			
	2016	2017	2018	2017 від 2016 року		2018 від 2017 року	
				абсол. знач.	у %	абсол. знач.	у %
1. Необоротні активи	9571,5	8833,5	9090	-738	-7,71	256,5	2,90
2. Оборотні активи	10438,5	12009,5	17555,5	1571	15,05	5546	46,18
3. Власний капітал	14821	16189	20870	1368	9,23	4681	28,91
4. Залучений капітал	5189	4654	5775,5	-535	-10,31	1121,5	24,10
5. Вартість майна	20010	20843	26645,5	833	4,16	5802,5	27,84

Таблиця 2.2 – Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

Показники	Роки			Відхилення:			
	2016	2017	2018	2017 від 2016 року		2018 від 2017 року	
				абсол. знач.	в %	абсол. знач.	в %
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	32856	31424	47211	-1432	-4,36	15787	50,24
2. Собівартість реалізованої продукції	25287	22564	30844	-2723	-10,77	8280	36,70
3. Валовий прибуток (збиток)	7569	8860	16367	1291	17,06	7507	84,73
4. Фінансові результати від операційної діяльності	1114	3483	8101	2369	212,66	4618	132,59
5. Фінансовий результат до оподаткування	225	3528	8064	3303	1468,00	4536	128,57
6. Чистий прибуток (збиток)	-72	2816	6546	2744	-4011,11	3730	132,46

Таблиця 2.3 – Аналіз ліквідності підприємства

Показники	Роки			Відхилення:			
	2016	2017	2018	2017 від 2016 року		2018 від 2017 року	
				абсол. знач.	в %	абсол. знач.	в %
1. Рентабельність витрат	0,30	0,39	0,53	0,09	31,18	0,14	135,14
2. Рентабельність операційної діяльності	0,03	0,12	0,20	0,09	255,65	0,32	167,11
3. Рентабельність господарської діяльності	-0,0022	0,10	0,16	0,0951	4548,91	0,07	167,02

Таблиця 2.6 – Аналіз цін на основну продукцію ПрАТ «Білоцерківський завод ЗБК»

№ з/п	Основний вид продукції*	Середня ціна за м ³			Відхилення:			
		2016 рік	2017 рік	2018 рік	2017 від 2016 року		2018 від 2017 року	
					абсол. знач.	в %	абсол. знач.	в %
1	Стояки СК	5145,81	6219,02	8463,73	1073,21	20,86	2244,70	36,09
2	Стояки СВ	2311,19	2344,20	350,31	33,01	1,43	-1993,89	-85,06
3	Плитиперекриття ПК	1425,76	1640,09	1834,54	214,33	15,03	194,44	11,86



Рисунк 3.1 – Замакетована структура маркетингового відділу ПрАТ «Білоцерківський завод ЗБК»

На мою думку, саме така організаційна структура маркетингового відділу буде найбільш доцільною для ПрАТ «Білоцерківський завод ЗБК»

Дякую за увагу !!!

