

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

**МАГІСТР**

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Управління розробкою і реалізацією цінової стратегії підприємства на зовнішньому ринку»

Виконала: студентка 2 року навчання,  
групи 8.06.07.13.02,  
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Рязанова А.І.

Керівник: к.е.н., доцент Резнікова Т.О.

Рецензент: к.е.н. Прокопенко М. В

Харків – 2015 рік

## ВСТУП

В господарській діяльності організації основними питаннями є постачання, виробництво та стратегічне планування цінової діяльності. Стратегія це загальний, недеталізований план певної діяльності, який охоплює тривалий період, спосіб досягнення складної цілі. Цінова стратегія - це конкретний напрям дій компанії відносно ціноутворення з метою досягнення певної мети в конкретній ринковій ситуації впродовж конкретного періоду.

Актуальність даної теми зумовлена зростанням ролі збутової політики підприємства в сучасних умовах господарювання, яка в цілому визначає життєздатність і стабільність роботи підприємства, фінансову стійкість, кадрову політику, величину доходів, прибуток, рентабельність підприємства, тобто основу існування та розвитку підприємства. Питання удосконалення управління цінової стратегії підприємства у зовнішньоекономічній сфері висвітлюються в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Окремі теоретичні і методичні питання удосконалення збутової політики розглядалися в роботах Г. Ассель, Б. Берман, В. М. Гальперін, В. В. Герасименко, І. П. Денисова, С. І. Дугіна, Дж. Р. Еванс, І. А. Єрухимович, В. Є. Єсіпов, І. А. Желтякова, Ф. Котлер, І. В. Ліпсиц, Г. А. Маховикова, В. М. Тарасевич, Р. К. Холден, Л. О. Шкварчук та інші. Метою дослідження є збільшення ефективності діяльності підприємства в довгостроковому періоді, а також розробка науково обґрунтованих методичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління та реалізація цінової стратегії у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Досягнення поставленої в роботі мети забезпечувалось шляхом вирішення наступних задач:

дослідження теоретичних підходів щодо визначення понять «стратегія», «цінова стратегія», «цінова політика»;

проведення економічного та фінансового аналізу діяльності підприємства;

проведення аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

обґрунтування та вибір цінової стратегії підприємства;  
розробка цінової стратегії та ціни продукції на підприємстві;  
коректування цінової політики на підприємстві, шляхом використання  
цінових знижок.

Об'єктом дослідження є процес розробки та реалізація цінової стратегії у  
зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Предметом дослідження є теоретично-методичні засади управління  
ціновою стратегією у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти,  
якими регулюється зовнішньоекономічна діяльність в Україні, а також  
інформація, що була зібрана безпосередньо на підприємстві. В основу  
дослідження покладені наукові публікації вітчизняних та зарубіжних авторів.

Методи дослідження, які використовуються у роботі: порівняльні методи;  
статистичні методи обробки інформації; графічні та табличні методи  
викладення інформації; прогнозування; структуризація та систематизація  
зібраної інформації з метою її викладу в межах розділів роботи; узагальнення  
отриманої інформації для її відображення в загальних висновках до дипломної  
роботи. Дипломна робота складається з трьох розділів: «теоретичні основи  
формування цінової стратегії», «аналіз господарсько – фінансової діяльності  
підприємства ТОВ «PLASTAR», «розробка та реалізація цінової стратегії  
підприємства ТОВ «PLASTAR». Усі три розділи роботи складаються кожен з  
трьох підрозділів. У першому розділі роботи проводиться вивчення категорій  
«стратегія» та «цінова стратегія», порівняльний аналіз категорій, дослідження  
системи чинників що впливають на розробку цінової стратегії. У другому  
розділі здійснюється аналіз діяльності підприємства ТОВ «PLASTAR» за трьома  
напрямами: економічна, господарсько-фінансова та зовнішньоекономічна. У  
третьому розділі розроблено рекомендації щодо реалізації цінової стратегії  
підприємства на основі результатів собівартості продукції.

Наукова новизна даної роботи полягає у: вивченні взаємозв'язку цінової

стратегії, цінової політики та цінових знижок; практичних результатів діяльності підприємства; розробці та реалізації етапів цінової стратегії.

Рязанова Анна

Управління розробкою і реалізацією цінової стратегії підприємства на зовнішньому ринку

Анотація: В роботі досліджується теоретико-методичні забезпечення управління та реалізація ціновою стратегією діяльності підприємства.

Розроблені рекомендації щодо оптимізації цінової стратегії та цінових знижок діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

Ключові слова: Збут, експортна діяльність, цінова стратегія, ціна, собівартість.

Рязанова Анна

Управление разработкой и реализацией ценовой стратегии предприятия на внешнем рынке

Аннотация: В работе исследуется теоретико - методические обеспечения управления и реализация ценовой стратегии деятельности предприятия .

Разработаны рекомендации по оптимизации ценовой стратегии и ценовых скидок деятельности предприятия на внешних рынках

Ключевые слова: Сбыт, экспортная деятельность, ценовая стратегия, цена, себестоимость.

Ryazanova Anna

Manage the development and implementation of pricing strategies on foreign markets

Annotation: In this paper the theoretical - methodical maintenance of management and implementation of pricing strategy of the company. The recommendations on optimization of pricing strategy and price discounts of the company in foreign markets

Keywords: Sales, export activity , pricing strategy , price, cost price.