

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

**МАГІСТР**

(освітній ступінь)

на тему: «Формування і реалізація цінової стратегії підприємства на зовнішньому ринку»

Виконала: студентка 2 року навчання,  
групи 8.06.07.14.01,  
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Гринько Т. М.

Керівник: к.е.н., доцент Стахорська С.І.

Рецензент: к.е.н. Черномаз П.О.

Харків – 2016 рік

З розвитком сучасного ринку конкуренція стає все більш жорстким фактором, що впливає на економічну діяльність фірми. Різноманіття товарів та послуг, що представлені зараз на ринку і задовольняють майже будь-яку потребу майже будь-якого споживача, скорочують можливості для нецінової конкуренції та посилюють значення ціни та стратегії ціноутворення у загальній стратегії фірм. До того ж на ринку промислових товарів, робіт, послуг, де покупцями виступають інші підприємства, ціновий фактор завжди мав більш важливу роль, ніж на ринку товарів широкого вжитку: керівники підприємств та співробітники закупівельних департаментів є більш кваліфікованими покупцями і витрачають більше часу на оцінку різних пропозицій, що наявні на ринку. Тому в сучасних умовах, коли українські виробники отримують можливість доступу на європейські ринки, необхідний чіткий та науковий підхід до розробки та реалізації стратегії ціноутворення, який є складовою необхідного мінімуму для конкуренції у ЄС.

Проблема сучасного ціноутворення є предметом численних наукових досліджень, які відображають різні її аспекти. Зокрема, проблеми розвитку процесу ціноутворення історично знайшли відображення у працях класиків економічної науки А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Маршалла, Дж.К. Гелбрейта. Ціна, як інструмент маркетингу, досліджується в роботах таких вчених, як: Ж.Ж. Ламбен, Ф. Котлер, Голубков Е.П., Г. Армстронг та багатьох інших. Загальні проблеми ціноутворення досліджували Іваненко В.В., Прохорова Т.П., Попов О.Є. Висвітленню проблем теорії та практики сучасного ціноутворення присвячені дослідження В.М. Гальперіна, І.А. Єрухимовича, І.В. Ліпсіца, А.Д. Чудакова. Ефективність управління цінами та ціновою політикою знайшла відображення в роботах Т.Г. Євдокимової, Г.А. Маховикової, Я.В. Литвиненка, В.Л. Корінева. Обґрунтування стратегії і тактики ефективного ціноутворення розкрито в роботах Р.Дж. Долана, Г. Саймона.

Метою роботи є розробка комплексної стратегії ціноутворення для обраного зовнішнього ринку з метою досягнення поставлених перед

підприємством короткострокових, середньострокових та довгострокових цілей, а також деталізація процесу безпосередньої реалізації обраної стратегії.

В роботі поставлено і вирішено наступні завдання:

вивчити теоретичні та методологічні засади формування стратегії ціноутворення на зовнішньому ринку;

провести аналіз фінансового стану підприємства та його зовнішньоекономічних операцій;

проаналізувати конкурентні переваги фірми та її слабкості як економічного суб'єкта;

проаналізувати умови зовнішніх ринків, в яких вже діє підприємство, а також тих, на які планується вихід;

визначити перспективи здійснення зовнішньоекономічної діяльності, можливості та загрози на обраних ринках;

визначити короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі діяльності підприємства на обраних ринках;

сформувати цінову стратегію відповідно до встановлених цілей;

запропонувати детальний проект практичної реалізації зазначеної стратегії ціноутворення в заданих умовах;

провести практичний розрахунок ціни відповідно до цілей підприємства, обмежень, наявних на ринку та обраного методу ціноутворення з використанням реальних даних.

Об'єктом дослідження в даній роботі є процес ціноутворення на підприємстві виробничого характеру, що реалізує товари промислового призначення. Предметом дослідження є стратегія ціноутворення, її принципові елементи, методологія її формування, принципи та методи ціноутворення і засади практичної його реалізації на ринку.

Основні методи, які використано при проведенні дослідження:

монографічний метод застосовано при вивченні літературних джерел, законодавчих та нормативно-правових актів стосовно здійснення зовнішньоекономічної діяльності резидентами України;

структурно-функціональний метод, використовувався при дослідженні стратегії ціноутворення підприємства як окремої частини стратегії зовнішньоекономічної діяльності;

статистичний метод обробки даних використано при аналізі офіційної фінансової звітності підприємства;

аналітичний метод, використовувався у аналітичній та проектній частинах під час проведення аналізу ефективності загальної діяльності та окремо зовнішньої торгівлі підприємства.

Основні джерела одержання інформації, що використана під час дослідження – законодавство України, міжнародні угоди, наукові монографії, статті, методична література. Дипломна робота виконана також за матеріалами іноземних наукових публікацій стосовно теорії математичного обчислення методів ціноутворення, статистичних даних та каталогів. Практичною базою дослідження є офіційна фінансова звітність Товариства Обмеженої Відповідальності «ІРСОМ», отримана на підприємстві, статистичні та прогнозні дані з відкритих джерел.

Дипломну роботу викладено на 133 сторінках. Вона складається зі вступу, трьох розділів, висновків, резюме списку використаних джерел з 92 найменувань. Матеріал дипломної роботи проілюстровано 34 таблицями та 28 рисунками.