

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Допускається до захисту
Завідувач кафедри менеджменту



д-р екон. наук, професор Ю. С. Гринчук
« 22 » _____ 05 2023 року

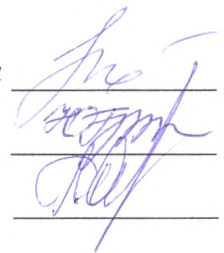
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
«РОЗРОБКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА

на прикладі ТОВ «Лерой»

Виконав: Кучерук Вячеслав Анатолійович

Керівник: д. е. н., професор Гринчук Ю.С.

Рецензент: к. е. н., доцент Гаврик О.Ю.




Я, Кучерук Вячеслав Анатолійович, засвідчую, що кваліфікаційну роботу виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

Біла Церква – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

Затверджую
Гарант ОПП «Менеджмент»
 доцент Н. В. Коваль
«21» березня 2022 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
Кучеруку Вячеславу Анатолійовичу

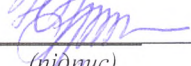
Тема: «Розробка цінової політики підприємства на прикладі ТОВ «Лерой»

Перелік питань, що розробляються в роботі: дослідити економічну сутність і етапи формування цінової політики підприємства; визначити особливості цінової політики підприємства на різних типах ринків; провести дослідження інструментів цінової політики; проаналізувати маркетингові цінові стратегії підприємства; узагальнити світовий досвід проведення цінової політики підприємствами; розроблено шляхи вдосконалення цінової політики підприємства.

Вихідні дані: законодавчі та нормативно-правові акти, публікації у періодичних виданнях, звітність ТОВ «Лерой»

Календарний план виконання роботи

| Етап виконання | Дата виконання етапу | Відмітка про виконання |
|-------------------------------|-------------------------|------------------------|
| Огляд літератури | березень - грудень 2022 | виконано |
| Аналітична частина | січень - лютий 2023 | виконано |
| Рекомендаційна частина | березень - квітень 2023 | виконано |
| Оформлення роботи | квітень 2023 | виконано |
| Перевірка на плагіат | травень 2023 | виконано |
| Подання на рецензування | травень 2023 | виконано |
| Попередній розгляд на кафедрі | травень 2023 | виконано |

Керівник кваліфікаційної роботи  професор Гринчук Ю.С.
(підпис)

Здобувач  Кучерук В.А.
(підпис)

Дата отримання завдання «22» березня 2022 р.

РЕФЕРАТ

Кучерук В.А.

«РОЗРОБКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЛЕРОЙ»

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних і методологічних основ процесу формування і здійснення цінової політики підприємства і розробка пропозицій щодо вдосконалення.

Об'єктом дослідження є процес формування і здійснення цінової політики підприємствами на прикладі ТОВ «Лерой». Це м'ясопереробна компанія, що динамічно розвивається та є успішною компанією на ринку України, одним із найперспективніших підприємств своєї галузі відповідно до рівня якості виробництва продукції.

Предметом дослідження є сукупність положень теоретичного та методичного характеру щодо вдосконалення процесу формування цінових стратегій підприємства.

Досліджено економічну сутність і етапи формування цінової політики підприємства. Визначено особливості цінової політики підприємства на різних типах ринків. Проведено дослідження інструментів цінової політики і проаналізовано маркетингові цінові стратегії підприємства.

Узагальнено світовий досвід проведення цінової політики підприємствами на прикладі досліджуваного ТОВ «Лерой».

Обґрунтовано необхідність розробки шляхів вдосконалення цінової політики досліджуваного підприємства.

Бакалаврська робота загальним обсягом 82 сторінки, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел літератури. Бакалаврська робота також містить 8 таблиць та 11 рисунків.

Ключові слова: цінова політика, виробнича потужність, управління, обсягів виробництва.

ABSTRACT

Kucheruk V.A.

"DEVELOPMENT OF THE PRICING POLICY OF THE ENTERPRISE ON THE EXAMPLE OF "LEROY" LLC

The purpose of the qualification work is to study the theoretical and methodological foundations of the process of formation and implementation of the company's price policy and the development of proposals for improvement.

The object of the study is the process of formation and implementation of the price policy by enterprises, using the example of "Leroy" LLC. This is a dynamically developing meat processing company that is a successful company on the Ukrainian market, one of the most promising enterprises in its field in terms of the quality of production.

The subject of the study is a set of provisions of a theoretical and methodological nature regarding the improvement of the process of forming the company's price strategies.

The economic essence and stages of formation of the enterprise's price policy were studied. The peculiarities of the enterprise's pricing policy on different types of markets are determined. The price policy tools were researched and the company's marketing price strategies were analyzed.

The global experience of conducting price policy by enterprises is summarized on the example of the studied LLC "Leroy".

The need to develop ways to improve the price policy of the enterprise under study is substantiated.

Bachelor's work with a total volume of 82 pages, consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used literature sources. The bachelor thesis also contains 8 tables and 11 figures.

Keywords: price policy, production capacity, management, production volumes.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 4 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА | |
| 1.1. Сутність ціни як економічної категорії та підходи до її формування.. | 7 |
| 1.2. Цінова політика підприємства, як одна з найважливіших складових його діяльності..... | 12 |
| 1.3. Вибір і розробка цінової політики підприємства..... | 14 |
| Висновки до розділу 1..... | 26 |
| РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ ТОВ «ЛЕРОЙ» | |
| 2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Лерой»..... | 29 |
| 2.2. Механізм управління ціновою політикою підприємства ТОВ «Лерой»..... | 40 |
| 2.3. Аналіз формування цінової політики ТОВ «Лерой»..... | 48 |
| Висновки до розділу 2..... | 55 |
| РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ЛЕРОЙ» | |
| 3.1. Аналіз передумов для удосконалення цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі..... | 57 |
| 3.2. Напрями удосконалення цінової політики ТОВ «Лерой»..... | 61 |
| 3.3. Шляхи покращення цінової політики підприємства..... | 70 |
| Висновки до розділу 3..... | 72 |
| ВИСНОВКИ..... | 74 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 78 |

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук, В. Г. Ціна як інструмент аналізу, оцінки і прогнозу економічних та виробничих параметрів розвитку підприємства // Економіка АПК. 2002. № 3. С. 22-29.
2. Артус, М. М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки - Тернопіль : «Економічна думка». 2002. 217с.
3. Афонін, А. С. Ціноутворення в бізнесі. Київ : МАУП, 2005. 234 с.
4. Базиліук А. В. Особливості ринкового ціноутворення в Україні в контексті реформування економічних відносин та майнових прав власників. Актуальні проблеми економіки: наук. екон. журн. ВНЗ «Національна академія управління». 2006. № 4 (58). С. 3-13.
5. Балабанова, Л. В., Сардак, О. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації. Донецьк, 2003. 156 с.
6. Безкоровайна, С. В. Дослідження підходів до формування цінової стратегії підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2003. № 2. С. 49-52.
7. Безкоровайна, С. В. Урахування факторів, що впливають на рівень цін при управлінні ціновою політикою підприємства// Актуальні проблеми економіки. 2002. №2. С. 36-38.
8. Биншток, Ф. И. Ціноутворення К. : Либідь, 2007. 187 с.
9. Бібліотека економіста 2005-2020. Маркетинг (2002). Методи ціноутворення. URL: <https://library.if.ua/book/42/2948.html>
10. Бланк И. А. Торговий менеджмент : учеб. курс. Київ: Ельга; НикаЦентр, 2004. 488 с.
11. Герасимчук К. Ю. Національний університет «Львівська політехніка» Методологічні аспекти ціноутворення продукції виробничо-технічного призначення 2008. 14 с.
12. Головка, Т. В., Сагова, С. В, Стратегічний аналіз К. : КНЕУ, 2002. 198 с.
13. Державна служба статистики України. веб-сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 15.10.2020).

14. Драган (Бергер) А. Д. Формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі. автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: Наук: спец «Економіка та управління підприємствами» 08.00.04. Київ, 2016. 214 с.
15. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2005. 393 с.
16. Дугіна, С. І. Маркетингова цінова політика : Навч.-метод. посібник К.: КНЕУ, 2002. 360 с.
17. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. Вид.2е, перераб. та доп. - К.: КНЕУ, 2000. 528 с.
18. Економічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія С. В. Мочерний відп. ред. та ін. Київ : ВЦ «Академія», 2002. 952 с.
19. Иванова, Р. Х. Об использовании оптимальных оценок в ценообразовании // Вісник. Харківський державний економічний інститут. Науковий журнал. 2000. № 1 (17). С. 43-47.
20. Іванова Н. Ю. Економічна теорія управління фірмою: навч.-метод. матеріали. Київ : УКМА, 2005. 75 с.
21. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання / М. І. Кареба Миколаїв: МДАУ, 2017. 100 с.
22. Клыженко Я. Обычная цена: нюансы применения. Харків: Издательский дом «Фактор», 2008. 80 с.
23. Колесников О. В. Ціноутворення: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 144 с.
24. Колесніков, О. В. Ціноутворення [Текст] К. ЦНЛ. 2006. 144с.
25. Коляда А. Л. Комплекс аналітичних заходів щодо забезпечення управління ефективністю функціонування м'ясопереробних підприємств. 2018. № 4. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/27_2_2018/26.pdf
26. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / В.Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. К.: Центр учбової літератури, 2007. 200 с.

27. Корінев В. Л. Цінова політика підприємства моногр. / В.Л. Корінев. К.: КНЕУ, 2001. 257 с.
28. Корінев, В. Л. Дослідження впливу ціни на прибутковість діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2005. №2. С. 92-98.
29. Корінев, В. Л. Цінова політика підприємства : Монографія К. : КНЕУ, 2001. 257 с.
30. Купчак В. Р. Сучасні підходи і методи ціноутворення в ринкових умовах / В. Р. Купчак // Моделювання регіональної економіки. 2012. № 1. С. 208-218.
31. Лабурцева О. І., Безкоровайна С. В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2004. 160 с.
32. Малініна Н. М. Ціни і ціноутворення: практикум / Н.М. Малініна, І.В. Причепя, В. В. Кавецький. Вінниця: ВНТУ, 2015. 63 с.
33. Мельник Л. Г., Старченко Л.В., Карінцева О.І. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. 240 с.
34. Методологічні положення зі статистики. Держ. Ком. статистики України. Київ : ІВЦ Держкомстату України, 2006. Вип. 2, Т. 1. 504 с.
35. Норіцина, Н. І. Маркетингове ціноутворення як чинник прибуткової діяльності підприємств // Маркетинг в Україні. 2017. № 5. с. 41-44.
36. Ольга Правук. Коэффициент сезонности: как рассчитать. <https://uppravuk.net/koeffitsient-sezonnosti-kak-rasschitat/>
37. Освіта. Ю. А. Економічна теорія: фактори ціноутворення. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21575/
38. Основи економічної теорії (2003). URL: <https://library.if.ua/book/67/4995.html>
39. Парижак, Н. В., Майборода, О. М., Сидор, І. П. Ціни: фінансовий аспект. Тернопіль, 2005. 215 с.
40. Пінішко В.С. Ціно- і тарифотворення : навч. посібник / Пінішко В.С. - Львів : Магнолія 2008. 303 с.

41. Платник податків. Реалізація товарів зі знижкою. URL: <http://spec.od.ua/files/bae23390fdd72175fd849962c03d02af.pdf>
42. Про виробника. Офіційний сайт ТОВ «Лерой» . URL: <http://farro.org.ua/>
43. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] : закон України від 21.06.2015 № 5007-VI, зі змінами і доп. / ВРУ. Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
44. Рибалкін В. О. Основи економічних вчень: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2003. 352 с.
45. Русинова Д. Ю., Воронова М.С., Воронов М.П. Ориентация на потребителя - принцип всеобщего управления качеством // Научное обозрение. Экономические науки. 2018. № 2. С. 11-17; URL:
46. Семененко В. М. Економічна теорія. Політекономія: навч. посіб.; за заг. ред. В. М. Семененка та Д. І. Коваленка. Київ: ЦУЛ, 2010. 360 с.
47. Статистичний збірник «Сільське господарство України» за 2018 рік. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 14.10.2020).
48. Сус Л. М. Особливості цінової політики та ціноутворення в Україні//Вісник Хмельницького національного університету 2016, № 1.С 272-275
49. Учебные материалы. Методы и стратегии ценообразования. URL: <https://works.doklad.ru/view/SoRCyBMHLvg.html>
50. Фінансова звітність акціонерних товариств. Бази даних. URL: <http://www.smida.gov.ua> (дата звернення 05.10.2020).
51. Храпоненко И. Р., Бубнова Т.В. Анализ факторов, влияющих на ценообразование товара // Синергия наук. 2017. № 14. С. 137-143. URL: <http://synergy-journal.ru/archive/article0841>
52. Центр Креативных Технологий. Метод следования за лидером. URL: <https://www.inventech.ru/lib/pricing/pricing-0064/>
53. Чепіженко Д. В. Дослідження чинників купівельного попиту на продукцію м'ясопереробних підприємств Луганської області. Вісник

Східноукраїнського нац. ун-ту ім. В. Даля. № 3 (157). Ч. 2. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2013. С. 45-51.

54. Чорна, О. Л. Теоретичні основи розробки стратегії ціноутворення підприємств. Економіка та держава. 2006. №4. с. 21-26.

55. Шевченко С. В. Методи ціноутворення в ринкових умовах господарювання. Вісник Харк. нац. аграр. ун-ту. Серія «Економіка АПК і природокористування». № 8. Харків : ХНАУ, 2007. С. 267-271.

56. Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: підручник. Київ: Знання, 2003. 295 с.

57. Шкварчук Л. О. Ціноутворення: підручник. Київ: Кондор. 2008.

58. Шульгіна Л. М., Кузнєцова І. О., Сулова Т. О. Формування маркетингової цінової політики підприємств сервісу: монографія. Київ-Одеса: «МП Леся», 2016. 228 с.

59. Яценко, Р. Н. Модель выбора ценовой стратегии предприятия // Економіка розвитку. 2006. № 3. С. 62-66.