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: "Формування цінової політики підприємства на зовнішньому ринку"

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.07.12.03,
спеціальності 8.03050301 "Міжнародна економіка"
Колтунова Л. Г.
Керівник: к.е.н., доцент Полякова Я.О.
Рецензент: к.е.н., доцент Гончаренко Н.І.

Харків – 2014 рік

РЕФЕРАТ

В умовах сучасного розвитку світової економіки основною проблемою для підприємств є проблема виживання й забезпечення розвитку на міжнародному ринку. Підприємствам в умовах кризи і жорсткої конкуренції та ситуації на міжнародному ринку, що швидко змінюється, доводиться не тільки зосереджувати увагу на стані внутрішнього середовища підприємства, а й розробляти довгострокову політику, яка давала б їм змогу функціонувати адекватно до зовнішніх змін.

Особливістю функціонування підприємств в умовах зростаючої конкуренції на світовому ринку є надзвичайна складність прогнозування всіх можливих наслідків їх виробничо-комерційної діяльності. Враховуючи, що на міжнародному рівні для підприємства завжди є характерною невизначеність при оцінці кон'юнктури та перспектив власного розвитку, підприємству необхідно звертати увагу на механізм формування напряму цінової політики.

Актуальність проблеми формування цінової політики підприємства пов`язана з тим, що стабільність діяльності підприємства, досягнення конкурентних переваг, зміцнення позиції підприємства на ринку – все це досягається шляхом впровадження раціонально і виважено розробленої цінової політики суб'єкта господарювання.

Вивченням сутності та характерних аспектів цінової політики підприємства на зовнішньому ринку займалися Безкоровайна С.В., Уткін Е.О., Тормос Ю.Г.; Балабанова Л.В., Данілова Л. Л., Павленко А.Ф., Литвиненко Я.В. детально розглянули види цінових стратегій підприємства на зовнішньому ринку; Нэгл Т. Т., Шуляк П.Н. та Войчак А. В. приділили багато уваги розробці цінової політики підприємства на зовнішньому ринку. Проте деякі питання є недостатньо висвітленими та потребують більш глибокого дослідження.

Об’єктом дослідження даної дипломної роботи є процес формування цінової політики підприємства на зовнішньому ринку.

Предметом дослідження є систематизація теоретичних знань та методичних засад щодо формування цінової політики підприємства на міжнародному ринку.

Мета дипломної роботи полягає у розробці рекомендації щодо оцінки стійкості цінової політики та визначення оптимального методу ціноутворення ДП «Завод хімічних реактивів» на зовнішньому ринку.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

а) розглянути теоретичні основи формування цінової політики підприємства на зовнішньому ринку;

б) виконати аналіз фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності ДП «Завод хімічних реактивів»;

в) розробити методику формування цінової політики ДП «Завод хімічних реактивів» на зовнішньому ринку;

г) визначити оптимальну цінову стратегію та методи ціноутворення ДП «Завод хімічних реактивів» на зовнішньому ринку;

д) оцінити стійкість обраної цінової політики ДП «Завод хімічних реактивів» на зовнішньому ринку на основі факторного аналізу.

При написанні дипломної роботи для аналізу отриманих даних використовувались методи аналізу для розгляду фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності підприємства; метод синтезу – при визначені позитивних і негативних сторін під час вибору різних цінових стратегій для формування цінової політики підприємства на зовнішньому ринку; системний підхід та економіко-математичні методи застосовувався з метою проведення економічного аналізу підприємства та дослідження його складових.

Інформаційною базою дипломної роботи виступають Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, інші нормативні акти, статистичні дані, публікації в журналах та інших періодичних виданнях.

Практична цінність роботи полягає у розробці методики формування цінової політики ДП «Завод хімічних реактивів» на зовнішньому ринку та оцінці стійкості найвпливовіших факторів його зовнішнього ціноутворення, що може бути використано у подальшій роботі промислових підприємств.