СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_bookmark0)

1. [Теоретические и методические основы ценообразования в организации 5](#_bookmark1)
	1. [Сущность и виды цен на товары (работы, услуги) 5](#_bookmark2)
	2. [Этапы ценообразования в организации 10](#_bookmark3)
	3. [Ценовая политика организации: понятие и этапы разработки 18](#_bookmark4)
2. [Анализ системы ценообразования в организации (на примере ООО](#_bookmark5)

[«Велбур») 28](#_bookmark5)

* 1. [Общая организационно-экономическая характеристика предприятия](#_bookmark6)

[28](#_bookmark6)

* 1. [Анализ факторов, влияющих на ценовую политику организации 33](#_bookmark7)
	2. [Анализ ценовой политики организации 42](#_bookmark8)
1. [Рекомендации по совершенствованию ценообразования в организации](#_bookmark9) [ООО «Велбур» 49](#_bookmark9)
	1. [Мероприятия по совершенствованию ценообразования в](#_bookmark10) [организации 49](#_bookmark10)
	2. [Экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию](#_bookmark11) [ценообразования в организации 53](#_bookmark11)

[Заключение 61](#_bookmark12)

[Список использованных источников 64](#_bookmark13)

[Приложение А 70](#_bookmark14)

ВВЕДЕНИЕ

Тема выпускной квалификационной работы привлекает внимание многих ученых, поскольку цена является одним из инструментов, которые образуют комплекс маркетинга, при этом она считается самым гибким и легко изменяемым его элементом. Цена определяет доходность, успех и финансовую стабильность, а вместе с тем и конкурентоспособность фирмы.

На сегодняшний день для рынка характерно преобладание предложения над спросом, то есть на каждый товар или услугу можно найти несколько вариантов от разных производителей, что является несомненным плюсом для потребителей. Но из-за большого количества продавцов предприятиям все труднее становится завоевать внимание покупателей, вследствие чего многие организации получают меньше прибыли, а некоторые становятся банкротами. В данных условиях на передний план выходит ряд задач, связанных со способами достижения победы в этой конкурентной борьбе. При этом одним из самых существенных вопросов, представляется вопрос об установлении цены на товары или услуги, что обусловило возрастанием роли цены в

маркетинговом комплексе.

Актуальность исследования объясняется необходимостью формирования такой ценовой политики, которая бы смогла обеспечить достижение намеченных целей фирмы, направленных на повышение ее конкурентоспособности.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по совершенствованию ценообразования в организации ООО

«Велбур».

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

* изучить теоретические и методические основы ценообразования в организации;
* провести анализ системы ценообразования в ООО «Велбур»;
* предложить и экономически обосновать мероприятия, направленные на совершенствование ценообразования в ООО «Велбур».

Объектом исследования является предприятие ООО «Велбур».

Предметом – процесс ценообразования в организации.