

Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему:

**«Аналіз цінової політики на підприємстві та напрями її
вдосконалення»
(на матеріалах ТОВ «ВП «Діагональ»)**

Виконала: здобувачка першого рівня вищої
освіти, групи 401-ЕП

Спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»

Карпенко А. А.

Керівник: Чичуліна К. В.

Рецензент: Скриль В.В.

Полтава – 2023 р.

Консультанти:

З кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

(охорона праці)

16.06.2023 р. _____ Чичуліна К.В.

Здобувач 15.06.20 р. _____ Карпенко А.А.

Керівник роботи 16.06.2023 р. _____ Чичуліна К.В.

Нормоконтроль 15.06.2023 р. _____ Чичуліна К.В.

Допустити до захисту

Завідувачка кафедри 16.06.2023 р. _____ М.Б. Чижевська

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки управління та права
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
ступінь вищої освіти «бакалавр»

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о.завідувача кафедри економіки,
підприємництва та маркетингу

М.Б. Чижевська
«17» квітня 2023 року

ЗАВДАННЯ НА ВИПУСКНУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Карпенко Анастасія Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Аналіз цінової політики на підприємстві та напрями її
вдосконалення (на матеріалах ТОВ „Виробниче підприємство „ДІАГОНАЛЬ“)

керівник роботи Чичуліна К.В., к.т.н., доцент,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “20” березня 2023 року №236-фа

2. Строк подання здобувачем роботи 23.06.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавство України, навчальна, наукова, довідкова та
методична література, фахові періодичні видання, інформаційні ресурси, установчі
документи підприємства, фінансова, оперативна та статистична звітність
підприємства

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи бакалавра (перелік питань, які потрібно
розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи цінової політики на

підприємстві. Розділ 2. Організаційно-економічна характеристика
діяльності ТОВ „ВП „Діагональ“. Розділ 3. Аналіз цінової політики
та напрямів її вдосконалення на ТОВ „ВП „Діагональ“
Висновки та пропозиції. Глосарій. Список використаних джерел.
Додатки

5. Перелік графічного матеріалу:

Ілюстративний матеріал у кількості 15 аркушів представлений у
Додатку 1

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ Вступ Вступ	Шушуніс ІВ	26.04.23	26.05.23

7. Дата видачі завдання 17.04.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретична частина	17.04–07.05.23	
2	Аналітична частина	08.05–28.05.23	
3	Проектна частина. Виготовлення ілюстративного матеріалу, перевірка на плагіат	29.05–18.06.23	
4	Рецензування та підготовка до захисту	19.06–25.06.23	
5	Захист випускної роботи бакалавра	26.06–02.07.23	

Здобувач

(підпис)

Карпенко А.А.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Чичуліна К.В.
(прізвище та ініціали)

Примітки:

16. Форму призначено для видачі завдання студенту на виконання дипломного проекту (роботи) і контролю за ходом роботи з боку кафедри (циклової комісії) і декана факультету (завідувача відділення).
17. Розробляється керівником дипломного проекту (роботи). Видається кафедрою (цикловою комісією).
18. Формат бланка А4 (210 × 297 мм), 2 сторінки.

РЕФЕРАТ

Карпенко А.А. «Аналіз цінової політики на підприємстві та напрями її вдосконалення (на матеріалах ТОВ «ВП «Діагональ»)». Кваліфікаційна робота на здобуття першого рівня вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2023.

Робота містить 115 сторінок, 9 таблиць, 9 рисунків, 83 найменувань використаної літератури, 4 додатків.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є господарська діяльність ТОВ «ВП «Діагональ». Предметом дослідження є цінова політика на підприємстві.

Основною метою дослідження є проведення аналізу цінової політики на підприємстві та встановлення напрямів для її вдосконалення.

У роботі було проведено аналіз цінової політики на підприємстві для ТОВ «ВП «Діагональ». Було визначено, що компанія встановлює конкурентоспроможні ціни на свою роботу та продукцію. Також було виявлено, що велика кількість споживачі задоволені якістю роботи та продукції компанії.

Для вдосконалення цінової політики компанії було запропоновано конкретні напрями: аналіз витрат і цін на матеріали; оцінка трудових ресурсів; врахування конкурентного середовища; вдосконалення комунікації з клієнтами; використання інформаційних технологій.

Отже, аналіз цінової політики на підприємстві та встановлення напрямів для її вдосконалення є важливим етапом в управлінні економічною діяльністю підприємства. Вдосконалення цінової політики може позитивно вплинути на фінансовий стан підприємства та збільшити його конкурентоспроможність на ринку.

Ключові слова: цінова політика, аналіз цінової політики, підприємство, вдосконалення цінової політики, ціна, конкурентоспроможність.

ABSTRACT

Karpenko A.A. "Analysis of the pricing policy at the enterprise and directions for its improvement (based on the materials of VP Diagonal LLC)". Qualifying work for obtaining the first level of higher education in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and stock exchange activity", National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», 2023.

The work contains 115 pages, 9 tables, 9 figures, 83 titles of used literature, 4 appendices.

The object of research of the thesis is the economic activity of VP Diagonal LLC. The subject of the study is the price policy at the enterprise.

The main purpose of the research is to conduct an analysis of the price policy at the enterprise and establish directions for its improvement.

The paper analyzed the price policy at the enterprise for VP Diagonal LLC. It was determined that the company sets competitive prices for its work and products. It was also found that a large number of consumers are satisfied with the quality of the company's work and products.

In order to improve the company's pricing policy, specific directions were proposed: analysis of costs and prices for materials; assessment of labor resources; consideration of the competitive environment; improving communication with clients; use of information technologies.

Therefore, the analysis of the price policy at the enterprise and the establishment of directions for its improvement is an important stage in the management of the economic activity of the enterprise. Improving the price policy can positively affect the financial condition of the enterprise and increase its competitiveness in the market.

Key words: price policy, analysis of price policy, enterprise, improvement of price policy, price, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи цінової політики на підприємстві	9
1.1. Сутність цінової політики та фактори, що на неї впливають	9
1.2. Формування цінової політики на підприємстві	15
1.3. Методи вдосконалення цінової політики на підприємстві.....	20
РОЗДІЛ 2. Організаційно-економічна характеристика діяльності ТОВ «ВП Діагональ».....	28
2.1. Проблеми та перспективи розвитку будівництва в Україні.....	28
2.2. Організаційно-правові основи функціонування товариства.....	33
2.3. Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності товариства.....	39
2.4. Стан охорони праці на підприємстві ТОВ «ВП « Діагональ».....	47
РОЗДІЛ 3. Аналіз цінової політики та напрями її вдосконалення на ТОВ «ВП «Діагональ».....	50
3.1. Аналіз та оцінка наявної цінової політики товариства	50
3.2. Напрями вдосконалення системи ціноутворення товариства.....	67
3.3. Механізм впровадження заходів оптимізації системи ціноутворення.....	70
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	73
ГЛОСАРІЙ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТОК А. Фінансова та статистична звітність за 2019 рік.....	89
ДОДАТОК Б. Фінансова та статистична звітність за 2020 рік.....	96
ДОДАТОК В. Фінансова та статистична звітність за 2021 рік.....	103
ДОДАТОК Г. Ілюстративний матеріал.....	110

ВСТУП

У сучасних умовах, коли світова економіка постійно змінюється та розвивається, підприємства змушені шукати нові можливості для збільшення прибутку та підтримки конкурентоспроможності на ринку. Однією з таких можливостей є раціональна цінова політика, яка є важливою складовою стратегії розвитку підприємства. Цінова політика на підприємстві може впливати на багато факторів, таких як обсяг продажів, рентабельність та конкурентоспроможність продукції.

Цінова політика є однією з найважливіших складових успішної діяльності будь-якого підприємства, оскільки вона впливає на його прибутковість, конкурентоспроможність та репутацію на ринку. У сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції, підприємства повинні постійно аналізувати та вдосконалювати свою цінову політику, щоб забезпечити своє місце на ринку та зберегти свої позиції.

Ціноутворення на підприємствах у конкурентному ринковому середовищі є складним та неоднозначним процесом. Конкуренція є важливим фактором, що впливає на рівень цін підприємств. У контексті конкурентного середовища, де ринок контролює ціноутворення, важливо розумно підходити до цього процесу. Завищені ціни можуть призвести до втрати споживачів, які звернуться до конкурентів, а занижені ціни не забезпечать умов для продуктивної діяльності.

Для того, щоб встановлена ціна забезпечувала конкурентоспроможність продукції та була привабливою для споживачів, необхідно враховувати особливості продукції та процесу ціноутворення в галузі. У змінливих ринкових умовах підприємствам необхідно постійно переглядати та вдосконалювати свою цінову політику.

Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва і можливості успішної продажу. Конкурентоспроможність підприємств означає їх здатність вивчати попит та пропозицію на ринку, виробляти та реалізовувати товари, які є привабливішими для споживачів, ніж товари конкурентів.

Актуальність теми полягає в тому, що багато підприємств зіткнулися з проблемами, пов'язаними з ефективністю їх цінової політики. Ціни на товари та послуги часто не відповідають реальним витратам на їх виробництво та надання, що призводить до зниження прибутковості та конкурентоспроможності підприємства. Більшість підприємств також не мають чіткого плану формування цін, що ускладнює процес прийняття рішень та може призвести до невдачі на ринку.

Таким чином, дослідження цінової політики на підприємстві та вдосконалення її методів є актуальним завданням, оскільки це дозволить забезпечити стабільність та успішність діяльності підприємства на ринку, підвищити його прибутковість та конкурентоспроможність.

Отже, метою даної бакалаврської роботи є аналіз цінової політики на підприємстві та визначення напрямів її вдосконалення з метою збільшення ефективності функціонування підприємства та його конкурентоспроможності. У процесі дослідження буде розглянуто теоретичні аспекти цінової політики на підприємстві, проведено аналіз цінової політики на досліджуваному підприємстві, визначено основні проблеми та виклики у ціновій політиці та запропоновано напрями її вдосконалення.

Описане дослідження має важливе значення для підприємства, оскільки може сприяти підвищенню ефективності його діяльності, збільшенню обсягів продажів та конкурентоспроможності продукції. Також воно може бути корисним для вивчення теоретичних аспектів цінової політики та досвіду її застосування на практиці.

Мета дипломної роботи – дослідити теоретичні положення та розробити практичні рекомендації щодо аналізу цінової політики на підприємстві та напрямів її вдосконалення.

Завданням роботи є:

- дослідити теоретичні основи цінової політики на підприємстві, вивчити її види, фактори та методи формування цін;
- навести організаційно-економічну характеристику діяльності на досліджуваному підприємстві;

- здійснити аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства;
- визначити напрями покращення системи ціноутворення товариства;
- запропонувати механізм впровадження заходів підвищення системи ціноутворення;

Об'єктом дипломної роботи є процес формування цінової політики підприємства.

Предмет дипломної роботи – це методичні та практичні аспекти аналізу цінової політики ТОВ «Виробниче підприємство «Діагональ».

Отже, результати дослідження дозволять встановити причини недосягнення підприємством потрібної рентабельності, виявити недоліки в діяльності, пов'язані з ціновою політикою та запропонувати шляхи їх усунення. Також, дослідження дозволить визначити оптимальні методи формування цін на продукцію, що дозволить підприємству збільшити обсяги продажу та підтримати конкурентоспроможність на ринку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Сутність цінової політики та фактори, що на неї впливають

Ціна — економічна форма, в якій згортаються економічні відносини ринкової економіки щодо виробництва і споживання товарів. Це найважливіша частина ринкового механізму. Без її економічного обґрунтування неможливе ефективне функціонування цілих економічних одиниць і галузей, забезпечення соціальної справедливості в суспільстві [10].

Цінова політика є важливим інструментом управління бізнесом та маркетингом. Суть цінової політики полягає в тому, щоб встановити ціни на товари або послуги, що максимізуватимуть прибуток підприємства, враховуючи конкуренцію на ринку, витрати на виробництво та споживчу платоспроможність.

Цінова політика підприємства - це, по суті, сукупність дій, що включають встановлення ціни на товари, знижки, умови оплати, проведення цінової політики, спрямованої на задоволення потреб споживачів і отримання вигоди для компанії, а також вирішення стратегічних бізнес-завдань. Система цін - це складний і багатофакторний процес, мета якого полягає у підтримці конкурентоспроможності підприємства, забезпеченні його солідності і стійкості. А сама ціна — це сума грошей, яку продавець згоден продати, а покупець — купити одну одиницю товару. Стосовно даної проблеми необхідно враховувати, що компанія не зможе досягти поставлених цілей, якщо цінова політика не буде правильно розроблена, тому цій проблемі слід приділити особливу увагу. Найважливішими факторами, що впливають на формування ціни з боку покупця, є обсяг попиту та очікування споживачів, а з боку продавця – очікувані витрати та прибуток [13].

Процес розробки цінової політики на підприємстві включає кілька етапів та залежить від багатьох факторів. При розробці цінової політики необхідно провести аналіз різних складових. На рисунку 1.1 наведено чинники, які враховуються під час розробки цінової політики.

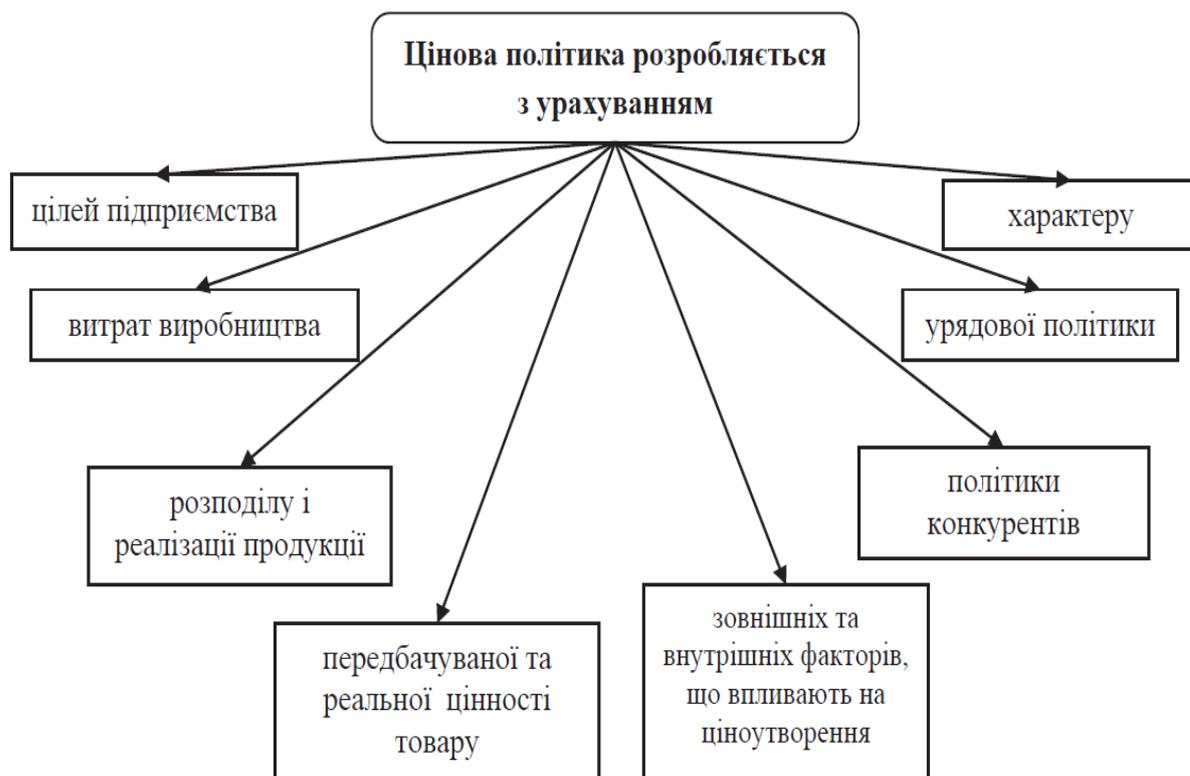


Рисунок 1.1 – Чинники, які враховуються під час розробки цінової політики

У момент розробки цінової політики та цінової стратегії підприємства бажано враховувати систематизацію факторів, які першочергово впливають на неї.

Фактори, що впливають на цінову політику, можуть бути внутрішніми та зовнішніми. До внутрішніх факторів належать витрати на виробництво, затрати на маркетинг, цільова аудиторія, маржинальна прибутковість та стратегія позиціонування на ринку.

Зовнішні фактори включають конкуренцію на ринку, зміни у споживчому попиті, макроекономічні фактори (такі як інфляція та зміни валютного курсу), законодавчі та регуляторні вимоги, культурні та соціальні фактори [9].

Конкуренція є одним з найважливіших факторів, які впливають на цінову політику. Підприємства повинні ретельно досліджувати своїх конкурентів, їхні ціни та пропозиції, щоб встановити конкурентоспроможну ціну. Зміни в споживчому попиті можуть також впливати на цінову політику підприємства. Якщо споживачі готові платити більше за продукт, то це може стимулювати підприємство збільшити ціну.

Макроекономічні фактори, такі як інфляція та зміни валютного курсу, можуть також впливати на цінову політику підприємства. Інфляція може збільшити витрати на виробництво, що може призвести до підвищення цін на товари або послуги. Зміни валютного курсу можуть також впливати на ціни, оскільки зміни в курсі впливають на вартість ввезених матеріалів та інших складових виробництва [20].

Законодавчі та регуляторні вимоги також можуть впливати на цінову політику підприємства. Наприклад, встановлення мінімальної заробітної плати або податків може призвести до збільшення витрат на виробництво, що може вплинути на цінову політику. Культурні та соціальні фактори можуть також впливати на цінову політику, оскільки різні культури та групи споживачів можуть мати різні вимоги та очікування щодо цін.

Щоб підприємство могло ефективно встановлювати ціни, необхідно проводити ретельний аналіз всіх факторів, що можуть впливати на цінову політику. Це може включати дослідження конкурентів, ринку та споживчої поведінки. Для досягнення максимальної прибутковості підприємство повинно розглядати різні стратегії ціноутворення, враховуючи всі внутрішні та зовнішні фактори (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 – Фактори цінової політики

Фактори, що впливають на цінову політику	
Внутрішні	Зовнішні
– Витрати на виробництво	– Конкуренція на ринку
– Затрати на маркетинг	– Зміни у споживчому попиті
– Цільова аудиторія	– Макроекономічні фактори
– Маржинальна прибутковість	– Законодавчі та регуляторні вимоги
– Стратегія позиціонування	– Культурні та соціальні фактори

Стратегії ціноутворення можуть включати такі підходи, як цінова конкуренція, диференціація цін, цінова фіксація та дисконтні стратегії (рис.1.2).

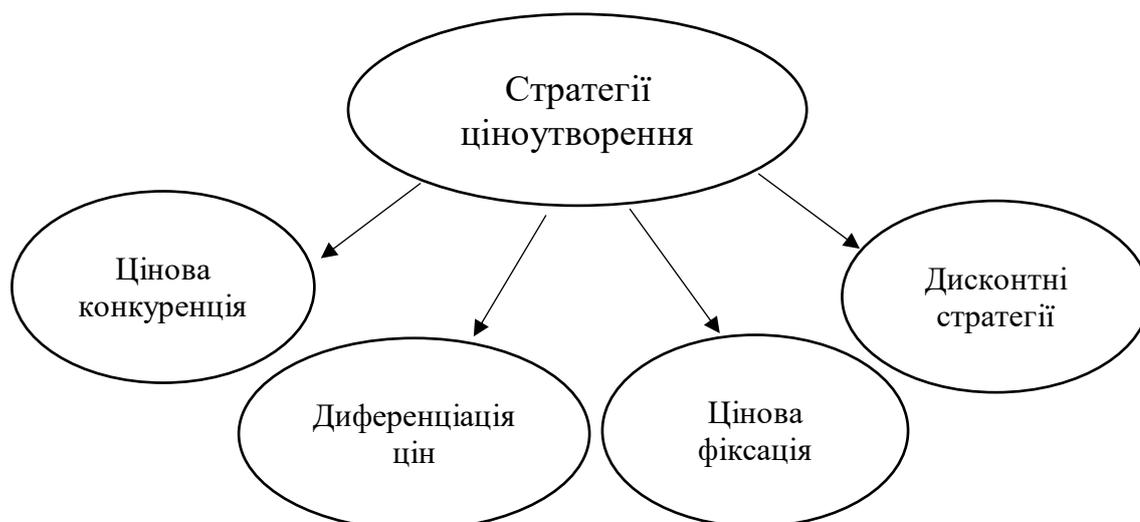


Рисунок 1.2 – Стратегії ціноутворення

У стратегії цінової конкуренції підприємство встановлює ціни на рівні або нижче, ніж ціни конкурентів, з метою залучення більшої кількості споживачів. Цей підхід може бути ефективним в умовах ринкової конкуренції, але може привести до зниження прибутків та втрати конкурентної переваги.

У стратегії диференціації цін підприємство встановлює різні ціни для різних груп споживачів залежно від їх вимог та бажань. Цей підхід може допомогти підприємству залучити різні групи споживачів та отримати більш високий рівень прибутку.

У стратегії цінової фіксації підприємство встановлює ціни на постійному рівні, незалежно від змін на ринку. Цей підхід може бути ефективним для продуктів та послуг, які мають стабільний попит.

У стратегії дисконтних цін підприємство встановлює різні ціни для різних періодів часу, залежно від потреб споживачів. Наприклад, підприємство може пропонувати знижки під час низького попиту, щоб залучити більше споживачів та збільшити обсяги продажів [19].

Таким чином, ми можемо сказати, що цінова політика підприємства є важливим елементом маркетингової стратегії, який визначає прибутковість та

конкурентоспроможність підприємства на ринку. Для ефективного встановлення цінової політики необхідно враховувати ряд факторів, що впливають на ціну продукту або послуги.

Один з основних факторів - це витрати на виробництво продукту або послуги. Вартість матеріалів, робочої сили, обладнання та інших складових частин виробництва впливає на загальну вартість продукту або послуги. Підприємство повинно встановлювати ціни так, щоб покрити витрати на виробництво та отримати прибуток.

Іншим фактором є попит на продукт або послугу. Якщо попит високий, то підприємство може збільшувати ціни, щоб отримати більш високий рівень прибутку. Якщо попит низький, підприємство може знизити ціни, щоб залучити більше споживачів та збільшити обсяги продажів.

Конкурентна ситуація на ринку також впливає на цінову політику підприємства. Якщо на ринку діє сильна конкуренція, підприємство може знижувати ціни, щоб залучити більше споживачів та зберегти свою конкурентну позицію [29].

Культурні та соціальні чинники також можуть впливати на цінову політику підприємства. Наприклад, якщо продукт або послуга має культурні чи соціальні важливість, то підприємство може встановлювати вищі ціни, щоб відобразити цінність продукту або послуги в очах споживачів.

Також необхідно враховувати правові та етичні вимоги. Підприємство повинно встановлювати ціни, які відповідають законодавству та не порушують етичних норм.

Отже, цінова політика підприємства залежить від багатьох факторів, і включає в себе встановлення оптимальних цін на продукт або послугу. Оптимальні ціни повинні забезпечувати прибутковість підприємства, враховувати витрати на виробництво, попит на продукт або послугу, конкурентну ситуацію на ринку, культурні та соціальні чинники, а також правові та етичні вимоги.

Для успішної цінової політики необхідно проводити систематичний аналіз ринку, досліджувати попит та конкурентну ситуацію, а також знати вартість виробництва та прибутковість продукту або послуги.

Отже, цінова політика є важливою частиною стратегії підприємства і вимагає врахування багатьох факторів для встановлення оптимальних цін на продукт або послугу.

Для встановлення оптимальних цін на продукт або послугу, підприємство повинно знати свої конкурентні переваги та недоліки, враховувати наявність альтернативних продуктів на ринку, досліджувати попит та сприйняття споживачів, орієнтуватися на забезпечення прибутковості та економічної стійкості підприємства.

Отже, цінова політика є складною та важливою складовою стратегії підприємства. Вона має великий вплив на доходи та прибутки підприємства, а також на рівень конкурентоспроможності та сприйняття споживачів.

Для реалізації ефективної цінової політики підприємство повинно проводити аналіз ринку та конкурентів, визначати свої конкурентні переваги та недоліки, здійснювати дослідження попиту та сприйняття споживачів, а також враховувати вплив зовнішніх факторів, таких як економічна та політична ситуація в країні та світі [33].

Підприємство повинно забезпечувати прибутковість та економічну стійкість, що може досягатися шляхом оптимізації вартості виробництва та збутових витрат, а також застосування різних стратегій ціноутворення, таких як диференційоване ціноутворення, знижки та промоакції.

Таким чином, цінова політика є важливим інструментом управління підприємством, який повинен бути забезпечений аналізом ринку, конкурентів та споживачів, врахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів, дотриманням законодавчих та етичних стандартів, а також забезпеченням ефективної стратегії прибутковості та економічної стійкості підприємства.

1.2 Формування цінової політики на підприємстві

В сучасних умовах діяльності підприємства цінова політика є одним із найважливіших елементів, який визначає його конкурентоспроможність і прибутковість. Цінова політика - це комплекс заходів, спрямованих на формування оптимальної ціни на продукцію або послуги з метою забезпечення максимальної прибутковості підприємства. Далі ми розглянемо процес формування цінової політики на підприємстві та фактори, які на неї впливають.

Першим етапом формування цінової політики є аналіз ринку, де підприємство працює. Ринок досліджується з точки зору попиту і пропозиції на продукцію або послуги. Підприємство повинно знати, хто є його основними конкурентами, які є особливості їх продукції та цінової політики. Також важливим фактором є аналіз попиту на продукцію або послуги підприємства, що включає в себе розуміння поведінки споживачів, їх потреб і очікувань.

Другим етапом є визначення внутрішніх факторів, які впливають на цінову політику підприємства. Вони можуть бути різними, залежно від конкретного підприємства, його ринку, продукту або послуги. Серед внутрішніх факторів можна виділити витрати на виробництво, розмір маржі, стратегію підприємства щодо конкуренції, ступінь залежності від постачальників і інші.

Компанії повинні враховувати витрати на виробництво, які включають в себе зарплати працівників, матеріали та інші витрати, пов'язані з виробництвом продукції або наданням послуг. Важливо визначити вартість виробництва продукту та додати до неї необхідну маржу, щоб отримати ціну продукту. Розмір маржі залежить від стратегії підприємства щодо конкуренції. Якщо підприємство має підвищену конкурентну пропозицію, воно може встановлювати високу ціну, а якщо конкуренція дуже висока, підприємство може зменшувати ціну, щоб привернути більше клієнтів [8].

Окремо слід зупинитись на важливому факторі - дослідженні ринку та споживачів. Для підприємства важливо знати, що його споживачі хочуть отримувати від продукту або послуги. На основі дослідження попиту на

продукцію або послуги, підприємство може встановити оптимальну ціну, що буде привабливою для споживача та забезпечувати високу конкурентоспроможність на ринку.

Для формування цінової політики важливо враховувати не тільки внутрішні фактори, але й зовнішні. Серед них можна виділити фінансову політику держави, зміну курсу валют, зміни на ринку та інші фактори. Наприклад, зміна курсу валют може значно вплинути на вартість виробництва продукту або послуги, що в свою чергу вплине на ціну продукту. Також, державна політика з приводу податків та інших фінансових обов'язків може вплинути на вартість виробництва та на цінову політику підприємства.

Ще один важливий фактор у формуванні цінової політики - конкуренція на ринку. Конкуренція може впливати на цінову стратегію підприємства. Наприклад, якщо на ринку є багато конкурентів, підприємство може встановлювати менші ціни, щоб привернути більше клієнтів. Якщо ж підприємство має унікальну пропозицію та меншу кількість конкурентів, воно може встановлювати більш високу ціну, щоб отримати вищу прибутковість.

При формуванні цінової політики важливо також враховувати технологічні та інноваційні можливості підприємства. Наприклад, якщо підприємство використовує новітні технології та матеріали для виробництва продукту, то вартість виробництва може бути вищою, що в свою чергу вплине на цінову політику. Також, можливість розширення або зменшення обсягу виробництва також важлива у формуванні цінової політики [34].

Отже, формування цінової політики на підприємстві є складним процесом, який вимагає уважного аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів, а також дослідження ринку та споживачів. Вірне визначення оптимальної цінової стратегії допоможе підприємству забезпечити високу конкурентоспроможність, максимізувати прибуток та забезпечити задоволення потреб споживачів. Для цього важливо постійно відстежувати зміни на ринку та аналізувати їх вплив на цінову політику підприємства.

Крім того, важливим етапом у формуванні цінової політики є визначення цілей підприємства. Наприклад, якщо головною метою є збільшення ринкової

частки, то можливо буде встановлення більш низьких цін, ніж конкуренти. Якщо ж метою є збільшення прибутку, то можливо буде встановлення вищих цін, але при цьому необхідно забезпечити відповідну якість продукту.

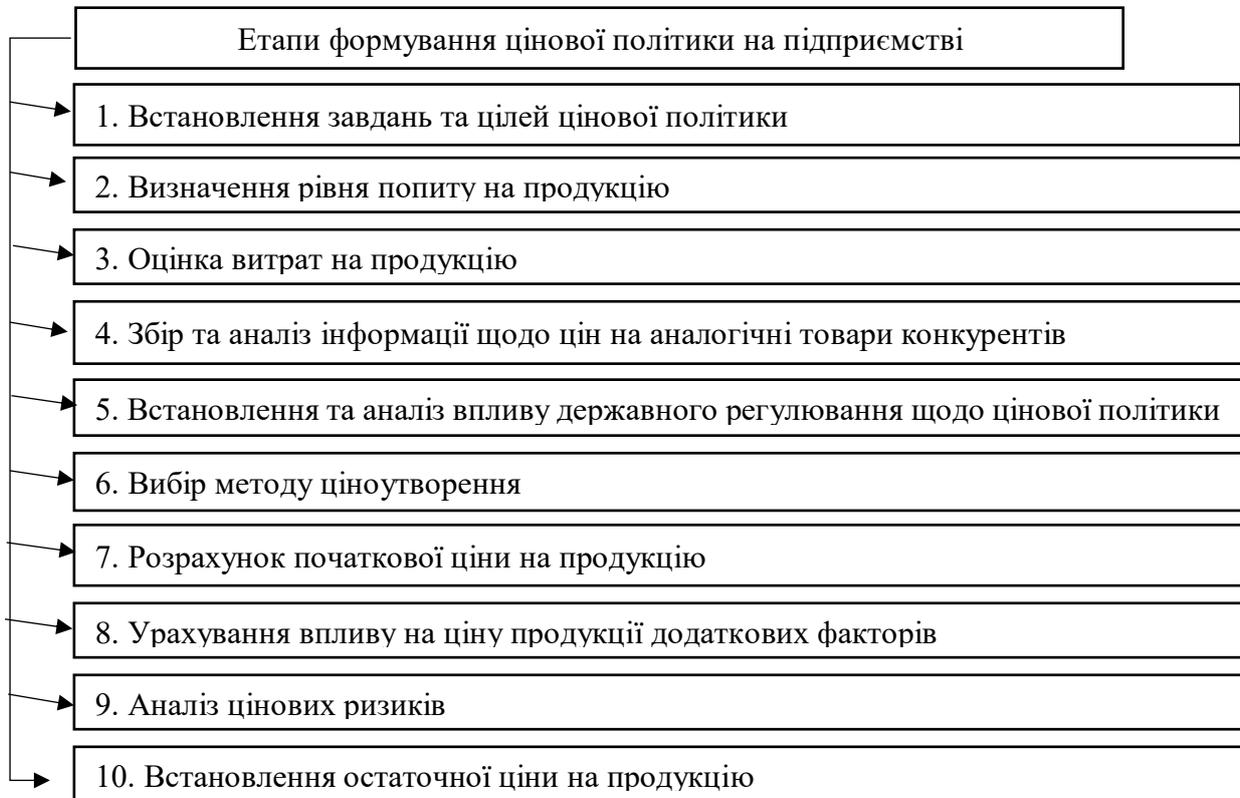


Рисунок 1.3 – Етапи формування цінової політики на підприємстві

У формуванні цінової політики необхідно враховувати різні підходи до встановлення цін. Наприклад, підхід «собівартість плюс прибуток» полягає в тому, що ціна встановлюється на основі витрат на виробництво продукту та прибутку, який підприємство бажає отримати. Цей підхід може бути корисним для підприємств, які мають чітко визначену собівартість та стабільний попит на продукт.

Інший підхід - «цінова орієнтація на споживача», в якому ціна встановлюється на основі оцінки споживачів щодо вартості продукту. Цей підхід може бути корисним для підприємств, які виробляють продукти, які вже існують на ринку та мають встановлену цінову політику.

Крім того, у формуванні цінової політики необхідно враховувати можливості зниження витрат на виробництво продукту. Наприклад, можливе

зменшення витрат на рекламу, управління та логістику, що може дозволити знизити ціну на продукт та збільшити конкурентоспроможність.

Також, важливим елементом у формуванні цінової політики є встановлення системи знижок та бонусів. Система знижок може бути залежною від обсягу покупок, регулярності покупок, рівня лояльності споживачів та інших факторів. Наприклад, знижки можуть бути надані при купівлі продукту у великій кількості або при регулярному відвідуванні магазину.

Крім того, важливим фактором у формуванні цінової політики є аналіз конкурентів. Потрібно дослідити ринок та встановити цінову політику конкурентів, а також їхні переваги та недоліки. На основі цієї інформації можна встановити конкурентоспроможну ціну та розробити стратегію цінової боротьби з конкурентами.

Під час формування цінової політики важливо також враховувати динаміку попиту на продукт. Ціна повинна бути адаптована до зміни попиту, щоб забезпечити максимальний обсяг продажів. Наприклад, в період зниження попиту може бути ефективним зниження ціни для стимулювання продажів та збільшення частки ринку.

Також, необхідно враховувати законодавчі обмеження, які можуть впливати на цінову політику. Наприклад, у деяких країнах існують обмеження на встановлення мінімальної або максимальної ціни на продукт.

Важливо зазначити, що формування цінової політики є динамічним процесом, який вимагає постійного аналізу та оновлення. Потрібно забезпечувати моніторинг цінової політики конкурентів, зміну попиту на продукт, зміни витрат на виробництво та інші фактори, які можуть впливати на цінову політику підприємства [44].

Крім того, важливо враховувати цільову аудиторію підприємства. Різні групи споживачів можуть мати різні вимоги щодо якості продукту та готовість платити різні ціни. Наприклад, продукт, спрямований на молодих людей, може мати нижчу ціну, ніж продукт, спрямований на людей похилого віку. Важливо зрозуміти, яка цінова політика буде оптимальною для кожної групи споживачів.

Важливим етапом формування цінової політики є контроль та аналіз конкурентного середовища. Необхідно враховувати ціни на аналогічні продукти, що пропонують конкуренти, а також їхні маржинальні витрати та прибутковість. Якщо підприємство має високі витрати на виробництво, то може бути недоцільно знижувати ціни до рівня конкурентів. В такому випадку підприємство може вирішити зосередитися на інших конкурентних перевагах, таких як якість продукту або обслуговування клієнтів.

Крім того, при формуванні цінової політики необхідно враховувати законодавчі та регуляторні вимоги. Ціни на деякі продукти можуть бути регульовані державою, наприклад, ціни на продукти соціального призначення або лікарські засоби. Також можуть існувати вимоги до мінімальної ціни на певний вид продукту, які встановлюються державою або професійними організаціями.

Окрім внутрішніх та зовнішніх факторів, на формування цінової політики впливають і психологічні чинники. Наприклад, клієнти можуть сприймати високі ціни як показник якості продукту або як засіб відокремити продукт від конкурентів. Також підприємство може використовувати різні маркетингові стратегії, такі як знижки, акції або бонусні програми, щоб збільшити продажі та зберегти лояльність споживачів [53].

У кінцевому підсумку, можемо сказати, що формування цінової політики на підприємстві - це складний процес, який вимагає здійснення аналізу внутрішніх і зовнішніх факторів, оцінки ризиків та потенційних втрат, а також урахування психологічних та маркетингових чинників. Правильно сформована цінова політика дозволяє підприємству отримувати прибуток, збільшувати частку ринку та залучати нових клієнтів.

Отже, формування цінової політики на підприємстві є одним з найважливіших елементів маркетингової стратегії. Ціна впливає на прибуток підприємства, обсяг продажів, лояльність споживачів та його конкурентоспроможність. Для того, щоб правильно сформувавши цінову політику, необхідно провести аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, враховуючи витрати на виробництво, конкурентні ціни та маржинальну прибутковість,

регуляторні вимоги та психологічні чинники. Для досягнення успіху на ринку підприємство повинно регулярно оцінювати свою цінову політику та адаптувати її до змін на ринку та потреб споживачів.

1.3. Методи вдосконалення цінової політики на підприємстві

Вдосконалення цінової політики на підприємстві може бути важливим кроком для забезпечення успіху і прибутковості. Цінова політика є важливим елементом стратегії підприємства, що впливає на його прибутковість, конкурентоспроможність та стосунки з клієнтами. Підприємства постійно шукають методи вдосконалення своєї цінової політики, щоб забезпечити оптимальний баланс між доходами і споживчою цінністю [12]. Далі будуть розглянуті методи, які можуть допомогти підприємствам вдосконалити свою цінову політику (таблиця 1.2).

Аналіз ринку та конкурентів:

Перед тим як встановлювати ціни, підприємству варто провести детальний аналіз ринку та дослідити своїх конкурентів. Дослідження конкурентного середовища допоможе визначити оптимальну цінову стратегію. Аналіз конкурентів дозволяє виявити їхні цінові практики, переваги та недоліки. На підставі цих даних підприємство може прийняти відповідні рішення щодо своєї цінової політики.

Вивчення споживчої цінності:

Розуміння цінності, яку споживачі отримують від продукту або послуги, є важливим кроком при формуванні цін. Дослідження споживчої цінності допомагає визначити оптимальний рівень цін, який буде відповідати сприйнятій цінності продукту. Підприємство може проводити опитування, сфокусоване групове інтерв'ю або аналізувати відгуки споживачів, щоб зрозуміти їхні потреби та пріоритети.

Сегментація ринку:

Розділення ринку на сегменти допомагає підприємству краще розуміти своїх клієнтів і встановити відповідні цінові стратегії для кожного сегмента.

Варто аналізувати різні групи клієнтів за їхніми потребами, попитом, платоспроможністю та іншими характеристиками. Це дозволить підприємству пропонувати різні цінові пакети, акції або знижки для кожного сегмента, що сприятиме збільшенню продажів і задоволенню клієнтів.

Управління ціновою стратегією:

Підприємствам слід розробити чітку цінову стратегію, яка відображає їхні цілі, цінність продукту, конкурентну позицію і потреби клієнтів. Цінова стратегія може включати такі підходи, як конкурентне ціноутворення, стратегія низьких цін, преміальна стратегія або диференційоване ціноутворення. Правильно обрана стратегія допоможе підприємству досягти своїх цілей і зайняти вигідну позицію на ринку.

Еластичність ціни:

Врахування еластичності попиту на товар або послугу є важливим аспектом ціноутворення. Підприємствам слід з'ясувати, як зміна ціни впливає на обсяги продажів. У разі високої еластичності попиту, зниження ціни може збільшити обсяги продажів і заробіток, в той час як у разі низької еластичності попиту, збільшення ціни може призвести до збільшення прибутку.

Диференційоване ціноутворення:

Підприємства можуть застосовувати диференційоване ціноутворення, щоб встановити різні ціни на один і той же продукт або послугу для різних сегментів або груп клієнтів. Наприклад, ціноутворення для студентів, оптових покупців або постійних клієнтів може відрізнятися від загальної ціни. Диференційоване ціноутворення дозволяє підприємству збільшити свою аудиторію, привернути нових клієнтів і підтримувати вірних клієнтів.

Динамічне ціноутворення:

Динамічне ціноутворення використовується для адаптації цін в реальному часі в залежності від змін у попиті, конкуренції або інших факторах. Підприємства можуть використовувати алгоритми та автоматизовані системи для динамічного встановлення цін на основі аналізу даних. Це дозволяє підприємствам максимізувати прибутковість шляхом оптимізації цін в реальному часі.

Гнучке ціноутворення:

Гнучке ціноутворення означає, що підприємство змінює ціни в залежності від контексту і обставин. Підприємство може використовувати гнучке ціноутворення для реагування на зміни у ринкових умовах, попиті або конкуренції. Наприклад, в період низького попиту або зменшення конкуренції, підприємство може встановлювати знижені ціни, щоб залучити більше клієнтів. Зворотно, в період підвищеного попиту або збільшеної конкуренції, підприємство може збільшити ціни, щоб максимізувати свій прибуток.

Співпраця зі стейкхолдерами:

З такими як постачальники, дистриб'ютори та інші партнери, може сприяти вдосконаленню цінової політики. Партнери можуть допомогти в аналізі ринку, визначенні оптимальних цін, обговоренні стратегій ціноутворення та вирішенні спільних викликів. Співпраця зі стейкхолдерами дозволяє підприємству отримати цінну інформацію та забезпечити взаємовигідні умови для всіх сторін.

Методи вдосконалення цінової політики на підприємстві є важливим інструментом для досягнення конкурентної переваги, збільшення прибутку та забезпечення стійкого розвитку. Ми проаналізували основні методи, які можуть бути використані для оптимізації цінової політики.

Аналіз ринку та конкурентів дозволяє отримати інформацію про попит, конкурентні ціни та унікальні продуктивні пропозиції, що допомагає підприємству визначити оптимальні цінові стратегії. Визначення цінності для споживачів та сегментація ринку дозволяють націлити пропозицію на конкретні групи клієнтів та задовольнити їх потреби.

Використання динамічного ціноутворення дозволяє підприємству бути гнучким та адаптуватися до змін на ринку, швидко реагувати на зміни в попиті та конкуренції.

Таблиця 1.2 – Методи вдосконалення цінової політики

Метод	Опис
Аналіз ринку та конкурентів	Дослідження ринкових умов, аналіз конкурентів і їхніх цінових стратегій для встановлення конкурентоспроможних цін.
Вивчення споживчої цінності	Аналіз вартості продукту для споживачів та встановлення цін, які відповідають сприйнятій споживчій цінності.
Сегментація ринку	Розділення ринку на різні сегменти залежно від характеристик покупців та встановлення різних цін для кожного сегменту.
Управління ціновою стратегією	Розробка та виконання цінової стратегії, враховуючи цілі підприємства, ринкові умови та конкурентний контекст.
Еластичність ціни	Вивчення впливу зміни ціни на попит та встановлення оптимальної цінової стратегії з урахуванням еластичності попиту.
Диференційоване ціноутворення	Встановлення різних цін на одну продукцію або послугу для різних сегментів ринку, враховуючи їхні особливості та готовність платити.
Динамічне ціноутворення	Зміна цін залежно від зміни умов ринку, сезонності, попиту та конкуренції для максимізації прибутку та реагування на зміни.
Гнучке ціноутворення	Застосування гнучкого підходу до ціноутворення, включаючи знижки, акції та індивідуальні угоди з клієнтами.
Співпраця зі стейкхолдерами	Взаємодія зі зацікавленими сторонами, такими як постачальники, дистриб'ютори та партнери, для спільного вирішення цінових питань та досягнення взаємовигідних умов.

Важливо пам'ятати, що вибір та застосування методів вдосконалення цінової політики повинно бути обґрунтованим і залежати від специфіки підприємства, його цілей, ринкових умов та інших факторів. Комбінування різних методів може бути ефективним підходом до досягнення успіху.

Даний пункт роботи містить огляд основних методів вдосконалення цінової політики на підприємстві. Ми зробили загальний огляд інструментів, які можуть бути використані для вдосконалення цінової політики з метою досягнення конкурентної переваги та забезпечення стійкого розвитку.

Аналізуючи різні методи, стає очевидним, що немає універсального підходу до вдосконалення цінової політики. Кожен метод має свої переваги та обмеження, і вибір певних методів залежить від умов і контексту підприємства.

Проте, важливо враховувати кілька ключових принципів при застосуванні методів вдосконалення цінової політики. По-перше, цінова стратегія повинна бути вироблена з урахуванням цілей та стратегії підприємства, а також потреб та очікувань клієнтів. По-друге, необхідно постійно контролювати ринкові умови та конкуренцію, оцінювати зміни в споживчому попиті та пристосовувати цінову

політику відповідно. По-третє, комунікація зі стейкхолдерами, зокрема з клієнтами та постачальниками, є важливою складовою успішної цінової політики.

У ціновій політиці підприємства варто уникати екстремальних підходів, таких як занадто низька або занадто висока ціна. Надмірно низька ціна може призвести до зниження прибутковості та спричинити недооцінку вартості продукту або послуги, тоді як надмірно висока ціна може вплинути на збитки клієнтів та втрату конкурентоспроможності.

У загальному, методи вдосконалення цінової політики на підприємстві є важливим інструментом для досягнення успіху та стабільного розвитку підприємства. Врахування аналізу ринку та конкурентів, визначення цінності для споживачів, сегментація ринку, динамічне ціноутворення допомагають підприємству ефективно управляти цінами та забезпечити високу конкурентоспроможність.

Правильно використані методи вдосконалення цінової політики дозволяють підприємству досягти кількох важливих результатів. По-перше, вони сприяють залученню нових клієнтів та збереженню існуючої клієнтської бази шляхом пропозиції привабливих цінових пропозицій. По-друге, вони допомагають оптимізувати доходи та збільшити прибуток підприємства шляхом адекватного ціноутворення та управління ціновими стратегіями. По-третє, вони сприяють підвищенню задоволеності клієнтів, оскільки відповідають їх потребам та надають цінність за вартість [40].

Однак, варто пам'ятати, що методи вдосконалення цінової політики є лише одним із аспектів успішного управління підприємством. Вони повинні бути взаємопов'язані з іншими стратегічними рішеннями, такими як маркетингова стратегія, управління виробництвом, дистрибуцією та обслуговуванням клієнтів.

Наведені методи вдосконалення цінової політики є лише загальними принципами, і їхнє застосування має бути адаптоване до конкретних умов та особливостей підприємства. Кожна організація має свою унікальну ситуацію, конкурентне середовище, цілі, ресурси та клієнтську базу, тому вибір і

впровадження методів вдосконалення цінової політики повинні бути здійснені з урахуванням цих факторів.

Враховуючи складність процесу вдосконалення цінової політики, рекомендується проводити ретельний аналіз, тестування та моніторинг результатів. Це дозволить оцінити ефективність впроваджених змін і зробити необхідні корективи для досягнення максимального впливу.

Окрім того, важливо пам'ятати про взаємозв'язок між ціною та іншими елементами маркетингу, такими як продукт, просування та розподіл. Цінова політика повинна бути вирішеною в контексті стратегії компанії та спрямована на створення сприятливої споживчої вартості.

Вдосконалення цінової політики прямо пропорційно впливає і на прибуток від реалізації підприємства. На рис. 1.4 схематично представлений вплив ціни на продукцію на розмір загального прибутку підприємства.

На рис. 1.4 видно, що зменшення ціни на продукцію може впливати як позитивно, так і негативно на величину загального прибутку підприємства. Необгрунтоване зниження ціни на продукцію зменшує прибуток та може призвести до того, що підприємство не буде в змозі покривити усі витрати, тобто не досягне точки беззбитковості.

Підвищення ціни на продукцію також може призвести до збільшення або зменшення обсягу загального прибутку підприємства. Все залежить від обгрунтованості цінової політики, аналізу чутливості ринку до цін та, найголовніше, обробки та аналізу інформації щодо ситуації економічного стану в макросередовищі [56].

На рис. 1.5 схематично відображений вплив збільшення ціни на продукцію на обсяг загального прибутку підприємства. Варто зауважити, що постійний контроль цінової політики та коригування цін ще не є фактором успіху. Ефективність діяльності підприємства, перш за все, залежить від правильності обраної стратегії щодо змін у ціні на товар.

У загальному, ми можемо сказати, що методи вдосконалення цінової політики на підприємстві грають важливу роль у досягненні конкурентної переваги та забезпеченні успішного функціонування. Ефективне застосування

цих методів може призвести до збільшення обсягів продажу, покращення прибутковості та підвищення задоволення клієнтів. Важливо постійно вдосконалювати та адаптувати цінову політику, забезпечуючи її відповідність до зміни ринкових умов та потреб споживачів.



Рисунок 1.4 - Вплив зменшення ціни на продукцію



Рисунок 1.5 - Вплив збільшення ціни на продукцію

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВП «ДІАГОНАЛЬ».

2.1. Проблеми та перспективи розвитку будівництва в Україні.

В сучасному світі будівництво є однією з ключових галузей економіки, що має значний вплив на соціальний та економічний розвиток країни. Україна не є винятком, але в той же час стикається з численними проблемами, що уповільнюють розвиток цієї галузі. Ми розглянемо основні проблеми, з якими зіштовхнулася будівельна галузь в Україні, а також перспективи та шляхи подолання цих проблем.

Корупція та недобросовісна практика:

Однією з найбільших проблем у будівельній галузі в Україні є поширена корупція та недобросовісна практика. Це включає в себе отримання хабарів, недодержання будівельних норм та стандартів, використання підроблених матеріалів та недостатню якість виконання робіт. Корупційні схеми в будівництві призводять до втрати бюджетних коштів, погіршення якості будівництва та загрози безпеці громадян.

Для вирішення проблеми корупції в будівельній галузі необхідно:

- Посилити контроль та нагляд за діяльністю у будівельному секторі шляхом створення ефективних механізмів контролю та незалежних аудиторських органів.
- Застосовувати прозорі та конкурентні процедури угод, що зменшать можливості для корупційних схем.
- Залучати громадські організації та активістів до контролю будівельних проектів та публічного обговорення планів.

Проблеми з регулюванням та ліцензуванням:

Україна також стикається з проблемами у сфері регулювання та ліцензування будівельної діяльності. Недостатня прозорість та непередбачуваність законодавства ускладнюють процес отримання дозволів та ліцензій. Часто відбувається недотримання термінів видачі дозволів, а також надмірне адміністративне навантаження на будівельні компанії. Це гальмує розвиток будівельної галузі та впливає на інвестиційну привабливість країни.

Для вирішення проблеми недостатньої регуляторної бази необхідно:

- Проводити перегляд та оптимізацію нормативно-правової бази, спрощуючи процедури та знижуючи кількість необхідних документів.
- Запроваджувати електронні сервіси та інформаційні системи, що сприятимуть автоматизації процесів, скороченню термінів та зменшенню взаємодії з документацією в паперовому форматі.

Низький рівень технологічності:

Будівельна галузь в Україні страждає від низького рівня технологічності та застарілих підходів до будівництва. Відсутність сучасних технологій та інновацій ускладнює розвиток галузі та знижує її конкурентоспроможність.

Для вирішення проблеми низького рівня технологічності необхідно:

- Підтримувати науково-дослідну діяльність та інноваційні проекти в будівельній галузі.
- Залучати зарубіжних експертів та компанії з високим рівнем технологій для передачі знань та досвіду.
- Запроваджувати новітні будівельні матеріали та технології, що сприятимуть покращенню ефективності та якості будівництва.

Фінансові проблеми:

Недостатність фінансування є серйозною перешкодою для розвитку будівельної галузі в Україні. Відсутність доступу до кредитів, високі відсоткові ставки та складні умови отримання фінансування ускладнюють здійснення будівельних проектів.

Для вирішення фінансових проблем необхідно:

- Залучати інвестиції з-за кордону шляхом створення сприятливих умов та зниження ризиків для іноземних інвесторів.
- Покращувати доступ до кредитних ресурсів та розробляти спеціальні програми підтримки будівельної галузі.
- Стимулювати розвиток місцевих фінансових ринків та кредитних установ для забезпечення потреб будівельного сектору.

Низький рівень енергоефективності будівель:

Україна також стикається з проблемою низького рівня енергоефективності будівель. Багато будівель, які були побудовані раніше, не відповідають сучасним стандартам енергоефективності. Це призводить до великих витрат на опалення та охолодження приміщень та збільшує навантаження на енергетичну систему країни. Для подолання цієї проблеми необхідно впроваджувати енергоефективні технології та стимулювати їх використання при будівництві нових об'єктів.

Недостатня інфраструктура:

Недостатній розвиток інфраструктури, зокрема доріг, комунікацій, водопостачання та каналізації, є ще однією проблемою, яка ускладнює розвиток будівельної галузі в Україні. Відсутність якісної інфраструктури ускладнює транспортування будівельних матеріалів та здійснення будівельних робіт. Для вирішення цієї проблеми необхідно приділити увагу розвитку інфраструктурних проектів та залучати інвестиції для їх реалізації.

Відсутність доступного житла:

В Україні існує проблема відсутності доступного житла, особливо для молоді та людей з низьким рівнем доходу. Вартість житла велика, а програми соціального житлового будівництва не завжди ефективні. Необхідно розробити ефективні механізми для забезпечення доступного житла, залучати приватних інвесторів та розвивати іпотечні програми.

Розвиток будівельної галузі в Україні стикається з рядом проблем, які обмежують її потенціал та впливають на конкурентоспроможність. Корупція, недостатня регуляторна база, низький рівень технологічності та фінансові проблеми є основними викликами, з якими потрібно боротися. Шляхи вирішення цих проблем включають посилення контролю, спрощення процедур,

впровадження сучасних технологій та залучення інвестицій. Тільки шляхом системних реформ та розв'язання проблем можна досягти стабільного та ефективного розвитку будівельної галузі в Україні.

Далі ми розглянемо ключові перспективи розвитку будівництва в Україні та фактори, які сприятимуть їх реалізації.

Перспективи розвитку будівництва в Україні:

Інфраструктурні проекти та їх вплив на будівельну галузь:

Україна має потенціал для розвитку інфраструктури, зокрема транспортної, енергетичної та соціальної. Реалізація інфраструктурних проектів, таких як будівництво доріг, мостів, аеропортів, залізниць та енергетичних об'єктів, сприятиме розвитку будівельної галузі, збільшенню замовлень для будівельних компаній та залученню інвестицій.

Залучення іноземних інвестицій:

Україна має потенціал для залучення іноземних інвестицій у будівельну галузь. Привабливість країни для іноземних інвесторів може бути забезпечена шляхом поліпшення інвестиційного клімату, зниження адміністративних бар'єрів та створення сприятливих умов для бізнесу.

Розвиток енергоефективного будівництва та використання відновлюваних джерел енергії:

Запровадження енергоефективних технологій та стандартів у будівельній галузі може позитивно вплинути на її розвиток. Сприяння використанню відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергія, сприятиме створенню нових можливостей для будівельних компаній та зменшенню екологічного впливу галузі.

Спрощення процедур та покращення регуляторного середовища:

Наведення порядку в процедурах ліцензування та отримання дозволів для будівельної діяльності, а також поліпшення регуляторного середовища, сприятиме розвитку будівельної галузі. Важливо забезпечити прозорість, прогнозованість та ефективність регулювання, що сприятиме залученню більшого обсягу інвестицій та стимулюванню розвитку галузі.

Розвиток житлового будівництва:

Житлове будівництво є постійною потребою суспільства і однією з ключових галузей будівельного сектору. В Україні спостерігається потреба у побудові нового житла, оновленні житлового фонду та поліпшенні умов проживання. За останні роки було прийнято ряд законодавчих актів, спрямованих на підтримку житлового будівництва, зокрема, програми підтримки молодих сімей та переселенців. Розвиток житлового будівництва сприятиме поліпшенню житлових умов громадян та зростанню будівельного сектору в цілому.

Цифрові технології та будівельна інновація:

Впровадження цифрових технологій та будівельних інновацій є однією з важливих перспектив розвитку будівництва в Україні. Використання інформаційних систем, будівельного моделювання та інших сучасних технологій дозволяє підвищити ефективність будівельних процесів, зменшити витрати та покращити якість робіт. Однак, для успішного впровадження цифрових технологій необхідні інвестиції в інформаційну інфраструктуру та підготовка кадрів з відповідними навичками.

Таблиця 2.1 - Проблеми та перспективи розвитку будівництва в Україні

Проблеми розвитку	Перспективи розвитку
Корупція та недобросовісна практика	Інфраструктурні проекти та їх вплив на будівельну галузь
Проблеми з регулюванням та ліцензуванням	Залучення іноземних інвестицій
Низький рівень технологічності	Розвиток енергоефективного будівництва та використання відновлюваних джерел енергії
Фінансові проблеми	Спрощення процедур та покращення регуляторного середовища
Низький рівень енергоефективності будівель	Розвиток житлового будівництва
Недостатня інфраструктура	Цифрові технології та будівельна інновація
Відсутність доступного житла	

У будівельній галузі України існують проблеми, такі як корупція, проблеми з регулюванням, низький рівень енергоефективності та недостатня

інфраструктура. Однак, є перспективи для розвитку цієї галузі шляхом реалізації інфраструктурних проєктів, залучення іноземних інвестицій, впровадження енергоефективних технологій та поліпшення регуляторного середовища. Подолання цих проблем та реалізація перспективних напрямків вимагатиме спільних зусиль держави, підприємств та громадськості для забезпечення стабільного, сталого та ефективного розвитку будівельної галузі в Україні.

2.2. Організаційно-правові основи функціонування товариства

Об'єктом дослідження у випускній кваліфікаційній роботі є ТОВ «ВП «Діагональ».

Товариство з обмеженою відповідальністю «Виробниче підприємство «Діагональ» є комерційною організацією, створеною та діючою відповідно до законодавства України та свого статуту. Місцезнаходження підприємства зазначено в установчих документах як 36000, Полтавська область, м. Полтава, проспект Вавилова, будинок 9/26, квартира 30.

ТОВ «ВП «Діагональ» є самостійним суб'єктом господарювання, має статус юридичної особи, володіє відокремленим майном і здійснює дії від свого імені. Підприємство займається виробничою, комерційною, посередницькою та іншою господарською діяльністю, що не суперечить законодавству, з метою отримання прибутку.

У складі підприємства є самостійний баланс, поточний та інші рахунки в банках, кругла печатка, а також відповідні штампи та бланки з назвою підприємства.

ТОВ «ВП «Діагональ» є власником наступного майна:

- Майно, передане засновником підприємства.
- Продукція, що виробляється внаслідок господарської діяльності.
- Інше майно, яке набуто на законних підставах та одержано з прибутку.

Майно підприємства включає основні засоби, оборотні кошти та інші цінності, вартість яких відображена в балансі. Підприємство веде оперативний та бухгалтерський облік своєї діяльності та представляє статистичну звітність відповідно до законодавства.

ТОВ «ВП «Діагональ» сплачує податок на прибуток, податок на додану вартість, інші податки і збори, а також обов'язкові платежі до бюджету відповідно до законодавства України.

Соціальні та трудові права працівників ТОВ «ВП «Діагональ» гарантовані законодавством України. Працівники підприємства підлягають соціальному забезпеченню відповідно до закону, а підприємство здійснює відрахування на соціальне забезпечення згідно з законодавством.

Управління поточною діяльністю ТОВ «ВП «Діагональ» здійснюється виконавчим органом - директором підприємства, якого призначає засновник. Між директором і підприємством укладається трудовий договір.

Директор підприємства несе відповідальність за фінансово-господарські результати, а контроль за його діяльністю здійснює засновник підприємства.

Припинення діяльності підприємства може бути здійснене шляхом ліквідації, реорганізації, злиття, приєднання, поділу, виділення або перетворення відповідно до законодавства за рішенням засновника підприємства.

Ліквідація підприємства проводиться ліквідаційною комісією, яку призначає засновник або господарський суд в разі припинення діяльності. Припинення діяльності підприємства не зачіпає права та інтереси звільнених працівників відповідно до законодавства України.

Мета діяльності ТОВ «ВП «Діагональ» при його створенні була визначена керівництвом. Ця мета полягала в досягненні максимального прибутку та задоволенні соціально-економічних інтересів засновників і працівників підприємства. З метою забезпечення розвитку, покращення положення на ринку та збільшення рентабельності виробництва, керівництво розробляє різні стратегії.

Види діяльності Підприємства по КВЕД є:

41.10 організація будівництва будівель (основна);

- 43.22 електромонтажні роботи;
- 43.22 монтаж водопровідних мереж, систем опалення, кондиціонування
- 43.29 інші будівельно-монтажні роботи;
- 46.90 неспеціалізована оптова торгівля;
- 71.11 діяльність у сфері архітектури;
- 71.12 діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах тощо.

Для досягнення поставленої мети підприємство вживає наступні заходи та проводить наступні дії:

- планує виробничий процес та виконує заходи щодо розширення та покращення використання обладнання;
- організовує своєчасне та якісне постачання ресурсів для виробництва;
- здійснює підбір, підготовку та розстановку персоналу;
- здійснює заходи з охорони праці та безпеки, розробляє та впроваджує організаційно-технічні заходи для попередження виробничого травматизму та професійних захворювань, дотримується законодавства щодо охорони праці;
- забезпечує ремонт та технічне обслуговування виробничого обладнання та транспортних засобів;
- бере участь у розробці проектів та виробничих завдань з керівництва підприємства;

Успішне досягнення мети підприємства невід'ємно залежить від наявності різних ресурсів, таких як матеріальні, трудові, фінансові тощо. Підприємство є власником таких ресурсів:

- майна, яке передане йому в оперативне управління засновниками підприємства, включаючи основні засоби, обігові кошти та товарно-матеріальні цінності, вартість яких відображена в самотійному балансі підприємства;
- продукції, яка виробляється в результаті господарської діяльності підприємства;

– отриманих доходів та іншого майна, що придбане на підставах, не заборонених законодавством;

Для досягання своєї поставленої мети фінансово-господарської діяльності ТОВ «ВП «Діагональ» здійснює певні види діяльності:

а) виконання будівельно-монтажних, ремонтних, проектно-пошукових, пусконаладжувальних робіт;

б) виконання торгових, торгово-посередницьких, комерційних, посередницьких, комісійних, фінансових міждержавних операцій та договорів;

в) виробництво будівельних матеріалів і конструкцій та їх реалізація;

г) створення профільних, універсальних, комерційних, комісійних та фірмових магазинів;

д) проведення робіт пов'язаних з екологією, ресурсозбереженням, переробкою первинних та вторинних мінеральних ресурсів;

е) виробництво товарів споживання, надання послуг населенню, юридичним та фізичним особам.

ж) автомобільні перевезення вантажів і пасажирів як на території України, так і за її межами;

и) виробництво товарів народного споживання та виробничо-технічного призначення;

к) інформаційна, науково-дослідницька, консультативна та інша діяльність;

л) виробництво і впровадження програмної продукції комп'ютерних систем;

м) забезпечення комплектування комп'ютерних систем на базі сучасних технологій;

н) виробництво, закупка, переробка, зберігання та реалізація сільгосппродукції;

п) монтаж електропроводки та арматури.

Товариство з обмеженою відповідальністю «ВП «Діагональ» має право здійснювати будь-які види діяльності, які були зазначені раніше, а також ті, які

не зазначені, але не суперечать цілям і принципам діяльності товариства та не заборонені чинним законодавством України.

У складі ТОВ «ВП «Діагональ» є будівлі, споруди, машини, устаткування, транспортні засоби, цінні папери, інформація, наукові, конструкторські та технологічні розробки, а також інше майно і права на майно, включаючи права на інтелектуальну власність.

Товариство з обмеженою відповідальністю «ВП «Діагональ» має право за згодою керівництва підприємства продавати, передавати іншим підприємствам, установам, організаціям, обмінювати, передавати в оренду, надавати безкоштовно у тимчасове користування або займати будівлі, споруди, устаткування, транспортні засоби, інвентар, сировину та інші матеріальні цінності, а також виключати їх з балансу.

Під час своєї діяльності ТОВ «ВП «Діагональ» виробляє та продає на ринку України наступні типи продукції: щитки, панелі та інші пристрої керування електропостачанням; оптова та роздрібна торгівля технікою та продуктами харчування; розподільчі щити та інші панелі; переносні електричні світильники.

Для виконання відповідних функцій підприємства, ефективної організації фінансово-господарської діяльності на ТОВ «ВП «Діагональ» створені та функціонують наступні функціональні підрозділи. ТОВ «ВП «Діагональ» містить у своєму складі такі виробничі підрозділи:

- планово-економічний відділ;
- бухгалтерія;
- відділ маркетингу і продаж;
- служба охорони праці;
- відділ підсобних виробництв;
- виробничо-технічні відділи.

Вищим органом управління ТОВ «ВП «Діагональ» і керівництвом поточною діяльністю підприємства займається директор, який вирішує такі питання: визначення основних стратегічних напрямків діяльності, внесення змін до статуту, затвердження річних результатів роботи та розподіл чистого прибутку. Трудовий договір (контракт) укладається з директором для управління

поточною діяльністю. Директор несе відповідальність за фінансово-господарські результати, а засновники підприємства здійснюють контроль за фінансовою та господарською діяльністю виконавчого органу (директора) товариства.

У ТОВ «ВП «Діагональ» система управління є простою і гнучкою, сприяючи ефективному та конкурентоздатному функціонуванню підприємства. Вона характеризується наступними особливостями: обмежена кількість рівнів управління, наявність декількох чисельних підрозділів з висококваліфікованими співробітниками, орієнтація якості продукції та процедур на потреби споживачів.

На підприємстві був розроблений штатний розклад працівників на 2021 рік. Цей розклад необхідний для визначення місячного фонду заробітної плати працівників у конкретних підрозділах з урахуванням їхньої кількості та розрядності робіт.

Управління на ТОВ «ВП «Діагональ» має функціонально-лінійну структуру, що включає створення спеціалізованих функціональних служб (штабів) при лінійному керівництві. Ці штаби сприяють вирішенню конкретних виробничих завдань та формуванню відповідних управлінських рішень. Важливо зазначити, що штаби не мають безпосереднього керівництва лінійними керівниками. Головна перевага такої структури полягає в тому, що лінійні керівники можуть сконцентруватись на поточному лінійному керівництві, але вона може також призвести до зростання витрат на управління та зниження оперативності. Ця структура є ефективною в масовому виробництві з незначними технологічними змінами.

Ефективність управлінського процесу, готовність до результативної діяльності колективу підприємства та взаємини між співробітниками залежать від різних факторів, таких як умови праці, професійні навички працівників, рівень управлінського складу тощо.

Керівник підприємства виступає як координатор внутрішньогосподарського контролю, забезпечуючи його злагодженість, послідовність та регулярність. Йому належить визначати місце в ієрархії

управлінських структур, а також має можливість впливати на підпорядковані підрозділи підприємства та працівників шляхом здійснення своїх функцій.

Генеральний директор є представником підприємства в усіх установах і організаціях. Він самостійно приймає рішення з усіх питань діяльності фірми, розпоряджається майном підприємства, укладає договори, видає накази і розпорядження, які обов'язкові для виконання всіма працівниками підприємства. Він також відповідає за прийняття та звільнення працівників, застосування заохочення та санкцій, а також відкриває рахунки підприємства в банках. Генеральний директор несе повну відповідальність за діяльність фірми, збереження товарно-матеріальних цінностей, коштів та іншого майна підприємства, в межах своїх повноважень.

2.3 Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності товариства

Для аналізу основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства необхідно отримати початкові дані, які включають фінансову, бухгалтерську, статистичну та оперативну звітність.

Регулювання економічних відносин здійснюється за допомогою законодавчих актів, таких як Закони України, Постанови Кабінету Міністрів України, Укази Президента, листи Національного Банку України, Господарський Кодекс, Податковий Кодекс, Національні стандарти та різноманітні інші підзаконні акти.

Бухгалтерська звітність - це система взаємопов'язаних показників, що описують рух господарських ресурсів. Вона характеризується взаємозв'язаною системою показників, які підтверджуються документальними записами про початкові операції, відображаються в різних вартісних оцінках і виражаються у натуральних одиницях відповідно до речових елементів (матеріальні цінності, продукція і т. д.).

Оперативна звітність (також відома як виробничо-технічна) призначена для поточного контролю та управління в межах окремих підприємств та

об'єднань. Вона містить дані про виробництво ключових видів продукції, поставки матеріалів і палива, виконання договорів про поставки комплектуючих виробів та напівфабрикатів замовникам та інше.

Основні фінансово-економічні показники, що розраховані на основі діяльності ТОВ «ВП «Діагональ», представлені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Економічні та фінансові показники діяльності ТОВ «ВП «ДІАГОНАЛЬ» за 2019 – 2021 роки

№	Показники	Одиниці виміру	Джерела інформації, розрахунок	Рік			Відхилення			
				2019	2020	2021	2021 до 2019		2021 до 2020	
							Абсолютне	Темп приросту, %	Абсолютне	Темп приросту, %
1	2	3	5	6	7	8	9	10	11	12
1. КАПІТАЛ ТА РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА										
1.1.	Середня вартість сукупного капіталу	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1300 гр. 3 + ряд. 1300 гр. 4)	2989,5	3336,8	2907,7	-81,8	97,3	-429,1	87,1
1.2.	Середня вартість власного капіталу	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1495 гр. 3 + ряд. 1495 гр. 4)	1045	1075	840	-205	80,4	-235	78,1
1.3.	Основні засоби									
1.3.1.	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1011 гр. 4	2310,1	2526,1	2540,5	230,4	110,0	14,4	100,6
1.3.2.	знос на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1012 гр. 4	560,9	604,8	678,4	117,5	120,9	73,6	112,2
1.3.3.	середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1011 гр. 3 + ряд. 1011 гр. 4)	2148,75	2418,1	2533,3	384,55	117,9	115,2	104,8
1.4.	Нематеріальні активи									
1.4.1.	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд.1001 гр. 4	26	26	26	0	100,0	0	100,0
1.4.2.	знос (накопичена амортизація) на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд.1002 гр. 4	0	0	0	0	0,0	0	0,0
1.4.3.	середня вартість нематеріальних активів	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1001 гр. 3 + ряд. 1001 гр. 4)	26	26	26	0	100,0	0	100,0
1.5.	Оборотні активи									
1.5.1.	усього на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1195 гр. 4	1899,4	1003,4	806,9	-1092,5	42,5	-196,5	80,4

Продовження таблиці 2.2

1.5.2.	дебіторська заборгованість на кінець року	тис. грн.	Ф.1, (ряд. 1125 гр.4+ ряд. 1130 гр. 4 + ряд. 1135 гр. 4 + ряд. 1140 гр. 4+ ряд. 1145 гр. 4+ ряд. 1150 гр. 4+ ряд. 1155 гр. 4)	912,4	320,9	332,2	-580,2	36,4	11,3	103,5
1.5.3.	Запаси на кінець року	тис. грн.	Ф.1, (ряд. 1100 гр. 4 + ряд. 1110 гр. 4)	790	401,8	312,6	-477,4	39,6	-89,2	77,8
1.5.4.	Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1165	26	18,4	31	5	119,2	12,6	168,5
1.5.5.	середні залишки оборотних засобів	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1195 гр. 3 + ряд. 1195 гр. 4)	1462,3	1451,4	905,15	-557,15	61,9	-546,25	62,4
1.6.	Середньооблікова чисельність									
1.6.1.	середньооблікова чисельність працівників	чол.	Ф.1- підприємництво р.3, ряд 300 гр. 1	12	11	10	-2	83,3	-1	90,9
1.6.2.	середньооблікова чисельність робітників	чол.	Оперативні данні	7	6	6	-1	85,7	0	100,0
2. ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ										
2.1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	Ф.2, ряд.2000, гр3	8757,6	10215,9	11265,1	2507,5	128,6	1049,2	110,3
2.2.	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	Ф.1- підприємництво р.3, ряд 300 гр. 2	7690	9720	10235,6	2545,6	133,1	515,6	105,3
2.3.	Обсяг виробництва продукції	тис. грн.	статистична звітність ф №1-П-НПП							
2.4.	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	Ф.2, ряд 2050, гр. 3	7793,7	9439,6	10401,9	2608,2	133,5	962,3	110,2
2.5.	Валовий прибуток (збиток)	тис. грн.	Ф.2, ряд 2090, гр. 3 (ряд 2095 гр. 3)	963,9	776,3	863,2	-100,7	89,6	86,9	111,2
2.6.	Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн.	Ф.2, ряд 2190, гр. 3 (ряд 2195, гр. 3)	608,9	880,1	764,2	155,3	125,5	-115,9	86,8

Продовження таблиці 2.2

2.7.	Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	тис. грн.	Ф.2, ряд 2290, гр.3 (ряд 2295, гр. 3)	453,3	771,1	751,2	297,9	165,7	-19,9	97,4
2.8.	Чистий прибуток (збиток)	тис. грн.	Ф.2, ряд 2350, гр. 3 (ряд 2355), гр. 3	453,3	630,2	573,2	119,9	126,5	-57	91,0
2.9.	Фонд оплати праці усіх працівників	тис. грн.	Ф.1-ПВ, ряд.5010, гр. 1	628,4	485	856,9	228,5	136,4	371,9	176,7
2.10.	Фонд робочого часу	люд- години	Ф.1-ПВ, ряд.4010, гр. 1	23700	21811,9	19750	-3950	83,3	-2061,9	90,5
3. Показники ефективності використання ресурсів										
3.1.	Продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особа	2.3 / 1.6.1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.2.	Продуктивність праці одного робітника	тис. грн. / особа	2.3 / 1.6.2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.3.	Рівень оплати праці за 1людино-годину	тис. грн. / люд- год	2.9 / 2.10	0,03	0,02	0,04	0,02	163,6	0,02	195,1
3.4.	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	тис. грн..	2.9 / (1.6.1*12 міс.)	4,4	3,7	7,1	2,8	163,6	3,5	194,3
3.5.	Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець року		Ф.1, ряд. 1012 / ряд. 1011 гр. 4	2,44	0,24	0,37	-2,1	15,2	0,1	154,9
3.6.	Коефіцієнт оновлення основних засобів		Ф.5, ряд. 260 гр.5 / ф.1 ряд. 1011 гр. 4	0	6,57	0	0,00	0,0	-6,57	0,0
3.7.	Коефіцієнт вибуття основних засобів		Ф.5, ряд. 260 гр. 8 / ф.1 ряд. 1011 гр. 3	0	6,04	2,55	2,55	0,0	-3,49	42,2
3.8.	Фондовіддача	грн./ грн.	2.3 / 1.1.3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.9.	Фондоозброєність праці працівників	тис. грн./ чол.	1.3.3 / 1.6.1	179,1	219,8	253,3	74,3	141,5	33,5	115,2
3.10.	Коефіцієнт обіговості оборотних засобів	обороти	2.1. / 1.5.5	6,0	7,0	12,4	6,5	207,8	5,4	176,8
3.11.	Середній період обороту оборотних засобів	дні	360 дн. / 3.10	60	51	29	-31,2	48,1	-22,2	56,6

Продовження таблиці 2.2

3.12.	Коефіцієнт обіговості активів	грн./ грн.	2.1 / 1.1	2,9	3,1	3,9	0,9	132,3	0,8	126,5
3.13.	Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	обороти	2.1 / Ф.1, 0,5*(ряд. 1125 гр. 3 + ряд. 1125 гр. 4)	12,7	16,8	37,6	24,9	296,9	20,8	224,2
3.14.	Середній період обороту дебіторської заборгованості	дні	360 дн. / 3.13	28	21	10	-18,8	33,7	-11,9	44,6
3.15.	Коефіцієнт обіговості запасів	обороти	2.1 / Ф.1, 0,5*(ряд. 1100 гр. 3 + гр. 4 ряд 1100)	16,6	17,1	31,5	14,9	189,8	14,4	184,0
3.16.	Середній період зберігання запасів	дні	360 дн. / п.3.15	22	21	11	-10,2	52,7	-9,6	54,4
3.17.	Тривалість операційного циклу	дні	3.14 + 3.16	50	42	21	-29,1	41,9	-21,5	49,4
4. ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ										
4.1.	Рентабельність продажу	%	2.7 / 2.1 * 100	5,176	7,548	6,668	1,492	128,8	-0,880	88,3
4.2.	Рентабельність активів	%	2.7 / 1.1 * 100	15,163	23,109	25,835	10,672	170,4	2,726	111,8
4.3.	Рентабельність власного капіталу	%	2.8 / 1.2 * 100	43,378	58,623	68,238	24,860	157,3	9,615	116,4

Протягом періоду з 2019 по 2021 роки було зафіксовано зниження сукупного капіталу ТОВ «ВП «Діагональ» з 2989,5 тис. грн. до 2907,7 тис. грн., а також зменшення власного капіталу з 1045 тис. грн. до 840 тис. грн. Зменшення сукупного капіталу підприємства було частково обумовлено зниженням власного капіталу, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства та збільшує ризик банкрутства.

На рисунку 2.1 показано зміну структури капіталу підприємства.



Рисунок 2.1 – Динаміка структури капіталу підприємства з 2019 по 2021 рр.

Протягом періоду з 2019 по 2021 роки чистий дохід від реалізації продукції поступово зростав з 8757,6 тис. грн. до 11265,1 тис. грн. Однак валовий та чистий прибутки не мали стабільного характеру протягом цього періоду. Валовий прибуток коливався від 963,9 тис. грн. до 863,2 тис. грн., а чистий прибуток змінювався від 453,3 тис. грн. до 573,2 тис. грн.

На рисунку 2.2 показана динаміка валового та чистого прибутку. Дохід від операційної діяльності відзначався нестабільною динамікою: у 2019 році він складав 608,9 тис. грн., у 2020 році збільшився до 880,1 тис. грн., а у 2021 році зменшився до 764,2 тис. грн.

Показник рентабельності власного капіталу у період з 2019 по 2021 роки коливався від 43,378% до 68,238% це відображено на рисунку 2.3 .

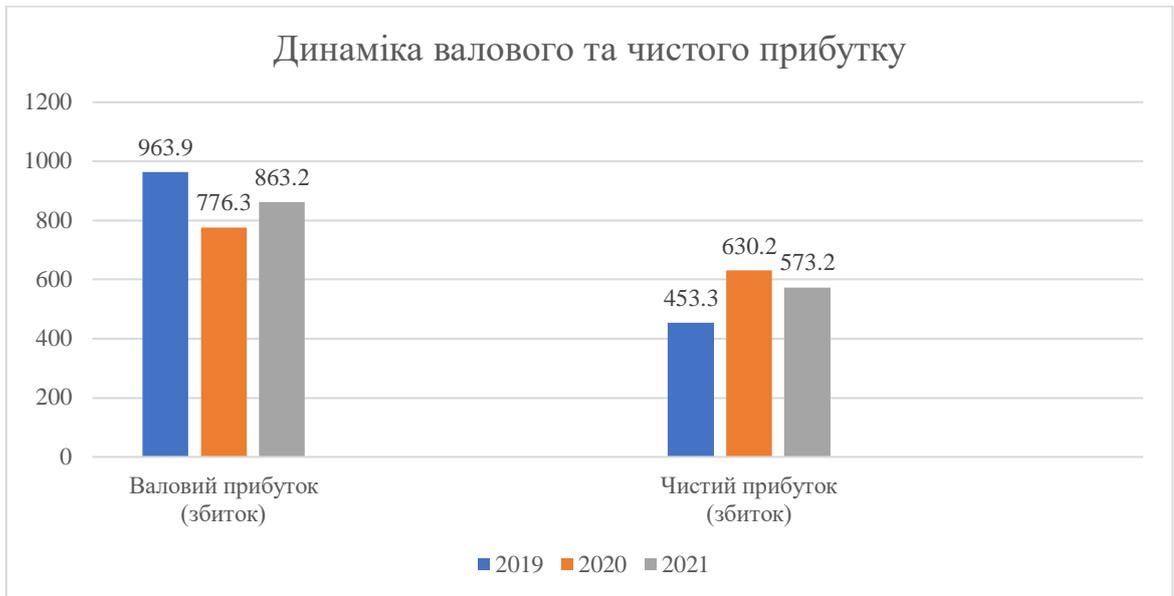


Рисунок 2.2 - Динаміка валового та чистого прибутку

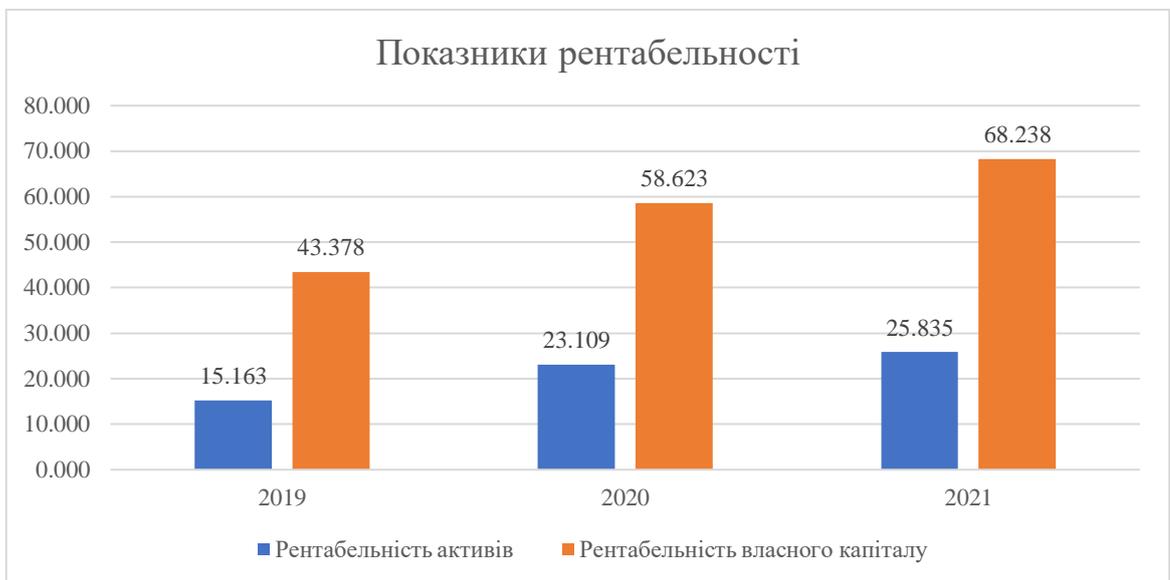


Рисунок 2.3 – Динаміка рентабельності власного капіталу та активів підприємства з 2019 по 2021 рр.

При аналізі тенденцій змін фінансово-економічних показників діяльності підприємства протягом 2019-2021 років не можна зробити однозначного висновку про їх ефективність. Хоча спостерігається зменшення капіталу підприємства, відбувається збільшення чистого доходу та значний ріст фондівіддачі та рентабельності власного капіталу. Проте, не зважаючи на те, що чистий прибуток збільшився у 2019 році, починаючи з 2020 року він почав зменшуватися.

2.4. Стан охорони праці на підприємстві ТОВ «ВП «Діагональ»

В сучасному світі безпека та охорона праці є надзвичайно важливими аспектами в будь-якій галузі економіки. Особливо важливе значення це має на будівельних підприємствах, де працюють тисячі робітників, а робочі умови можуть бути складними та небезпечними.

Стан охорони праці на будівельному підприємстві є одним з ключових аспектів успішної та безпечної діяльності. Будівельна галузь характеризується великими ризиками та потенційно небезпечними умовами праці, тому забезпечення безпеки та охорони здоров'я працівників має велике значення.

Охорона праці на будівельному підприємстві включає в себе комплекс заходів, спрямованих на запобігання нещасним випадкам та професійним захворюванням, забезпечення безпечних робочих умов, впровадження ефективних систем управління безпекою, надання необхідного захисного спорядження та інструментів, а також навчання та своєчасну інформацію працівникам щодо правил безпеки.

Один з найважливіших аспектів стану охорони праці на будівельному підприємстві - це розробка та впровадження ефективної системи управління безпекою. Ця система включає в себе розробку політики безпеки, процедур та інструкцій, аудит безпеки, проведення навчань та тренінгів для працівників. Вона спрямована на ідентифікацію потенційних ризиків, їх оцінку та прийняття заходів для зменшення цих ризиків до мінімуму.

Крім того, на будівельному підприємстві слід встановити чіткі правила та процедури безпеки, які мають бути відомі всім працівникам. Це включає в себе ознайомлення з правилами використання захисного спорядження, безпечного виконання робіт на висоті, правилами електробезпеки та іншими важливими аспектами. Працівники повинні бути належно навчені та ознайомлені з усіма правилами та процедурами безпеки, а також отримувати регулярні оновлення та нагадування.

На будівельному підприємстві також важливо забезпечити належне технічне обслуговування та контроль за роботою обладнання та машин, щоб уникнути аварійних ситуацій. Регулярні перевірки, обслуговування та ремонт машин та обладнання, а також впровадження запобіжних систем та заходів можуть допомогти знизити ризик виникнення небезпечних ситуацій.

Крім того, на будівельному підприємстві необхідно проводити систематичні перевірки безпеки, оцінки ризиків та аналіз нещасних випадків. Це дозволяє виявити потенційні проблеми та недоліки в системі охорони праці і вжити відповідних заходів для їх усунення. Такі перевірки повинні бути регулярними та проводитися кваліфікованими спеціалістами з охорони праці.

Крім того, на будівельному підприємстві важливо створити культуру безпеки, де всі працівники розуміють важливість дотримання правил та процедур безпеки, дбають один про одного та активно сприяють безпечній робочій атмосфері. Відповідальність за безпеку повинна бути усвідомленою та розподіленою на всіх рівнях управління.

Загалом, стан охорони праці на будівельному підприємстві є важливим показником його ефективності та дбайливості про працівників. Забезпечення безпеки та охорони здоров'я працівників повинно бути високим пріоритетом для будь-якого будівельного підприємства, що дозволяє зменшити ризик нещасних випадків, покращити робочі умови та забезпечити успішну та безпечну роботу.

Для покращення стану охорони праці на будівельному підприємстві необхідно вживати широкий спектр заходів і поліпшень. Перш за все, важливо розробити та впровадити ефективну систему управління охороною праці, яка включатиме створення політики безпеки, процедури та стандарти, а також плани навчання та нагляду. Ця система повинна бути ретельно виконувана та постійно оновлена, з урахуванням змін в законодавстві та технологіях.

Далі, важливо провести аналіз робочих місць та ідентифікувати потенційні небезпеки. На будівельному підприємстві можуть існувати ризиковані ділянки, такі як висотні роботи, робота з важкими машинами та обладнанням, робота з небезпечними речовинами тощо. Виявлення цих ризиків дозволить прийняти заходи щодо їх усунення або зменшення, наприклад, шляхом використання

захисного обладнання, регулярних перевірок обладнання та машин, а також проведення навчання працівників щодо безпеки та правильної виконання роботи.

Нагляд та контроль за дотриманням правил безпеки є важливою складовою стану охорони праці на будівельному підприємстві. Це означає, що керівництво підприємства має переконатися, що працівники дотримуються правил та процедур безпеки, а також що проводяться регулярні перевірки, аудити та інспекції для виявлення потенційних проблем і недоліків. Цей процес має бути чітко організованим та документованим, з відповідним звітністю та заходами для виправлення виявлених проблем.

Особлива увага має бути приділена навчанню та підготовці працівників. Вони повинні бути ознайомлені з правилами безпеки, процедурами екстреної допомоги, використанням захисного обладнання та засобів, а також повинні мати достатні знання та навички для виконання своїх обов'язків у безпечний спосіб. Навчання може включати теоретичний курс, практичні тренування, симуляції небезпечних ситуацій та інші методи, які допоможуть працівникам засвоїти необхідні знання та навички.

Крім того, важливо створити стимули для додержання правил безпеки та підтримки культури охорони праці на підприємстві. Це може включати нагороди та похвали за безпечну роботу, залучення працівників до прийняття рішень щодо охорони праці, забезпечення можливостей для розвитку та покращення навичок безпеки.

Загалом, стан охорони праці на будівельному підприємстві визначається комплексом заходів, які включають ефективне управління охороною праці, ідентифікацію та усунення ризиків, нагляд та контроль, навчання працівників та створення стимулів для безпечної роботи. Тільки шляхом систематичного впровадження та дотримання цих заходів можна забезпечити безпечні робочі умови та запобігти нещасним випадкам на будівельному підприємстві.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ НА ТОВ «ВП «ДІАГОНАЛЬ»

3.1. Аналіз та оцінка наявної цінової політики товариства

Аналіз та оцінка наявної цінової політики на будівельному підприємстві ТОВ «ВП «Діагональ» є важливим кроком для забезпечення ефективного функціонування компанії та досягнення її стратегічних цілей. У даному контексті, розглянемо детальніше аналіз цінової політики компанії.

Перш за все, важливо зазначити, що цінова політика відіграє важливу роль у стратегії будь-якого бізнесу. Вона визначає, як компанія позиціонує свої товари або послуги на ринку, які цінові стратегії використовуються для привернення клієнтів та забезпечення рентабельності.

Одним із аспектів аналізу цінової політики ТОВ «ВП «Діагональ» є визначення цінових стратегій, що застосовуються компанією. Чи використовуються стратегії конкурентоспроможності, коли ціна продукту залежить від цін на ринку?

Підприємство використовує комбінацію стратегій ціноутворення, таких як конкурентні ціни, диференційовані ціни та ціни, засновані на вартості.

Цінова конкуренція - підприємство може встановлювати ціни на свої продукти або послуги, що відповідають або навіть нижчі за ціни конкурентів на ринку. Цей підхід дозволяє залучати клієнтів через більш привабливі ціни і конкурентну перевагу. При цьому важливо враховувати вартість виробництва і забезпечувати достатню рентабельність підприємства.

Цінове диференціювання - підприємство може встановлювати різні рівні цін на свої продукти або послуги залежно від різних факторів, таких як якість, обсяг, додаткові послуги, терміни виконання тощо. Це дозволяє підприємству пропонувати різні варіанти та пакети, що задовольняють потреби різних

сегментів ринку. Такий підхід дозволяє підприємству отримувати додатковий дохід та конкурентну перевагу.

Ці стратегії дозволяють підприємству залучати різні сегменти клієнтів та конкурувати на ринку будівельних послуг.

Другим аспектом аналізу є оцінка цінової політики в контексті конкурентного середовища. Чи є ціни ТОВ «ВП «Діагональ» конкурентоспроможними?

Конкурентоспроможність цін на будівельному підприємстві залежить від кількох факторів, таких як якість виконання робіт, додаткові послуги, репутація компанії, ринкові умови та попит на послуги.

Підприємство ефективно використовує ресурси та має високу продуктивність, це дозволяє знизити витрати і, відповідно, зробити ціни більш конкурентоспроможними. Має сильну репутацію, довгострокові відносини з клієнтами, надає додаткові послуги та переваги, такі як гарантії, технічна підтримка.

Підприємство має конкурентоспроможні ціни, які відповідають якості, вимогам клієнтів і враховують конкурентну ситуацію на ринку.

Основними суперниками ТОВ «ВП «Діагональ» є ТОВ «ЛОНА-Ч», ТОВ «Інтегровані водні технології», ТОВ «Київська насосна компанія», ТОВ «Еквівес», ТОВ «Інтерпампс Груп Лтд».

Третім аспектом є оцінка споживчої поведінки та відповідь споживачів на цінову політику ТОВ «ВП «Діагональ». Чи здатні клієнти прийняти ціни, які встановлені компанією?

Компанія не працює з фізичними особами, а заключає контракти з іншими підприємствами та комунальними закладами. Тому для оцінки наявної цінової політики та готовності споживачів приймати встановлені ціни розглянемо в таблиці 3.1 які контракти уклало підприємство в 2019 – 2023 рр.

Таблиця 3.1 – Контракти укладені ТОВ «ВП «Діагональ»

№	Назва	Період укладання рр.	Сума угоди грн	Кількість
1	Полтавське обласне комунальне виробниче підприємство теплового господарства «Полтаватеплоенерго»	2019 -2023	13 115 299.90	31
2	Департамент освіти Полтавської міської ради	2022	3 931 007.79	21
3	Полтавське комунальне автотранспортне підприємство 1628	2022	2 172 110.56	3
4	Відділ освіти, молоді та спорту Машівської селищної ради	2022	1 229 670.21	5
5	КП "Спецкомбінат похоронно-ритуального обслуговування"	2022	803 895.02	4
6	Ліцей №13 "Успіх" Полтавської міської ради	2022	688 394.23	2
7	Гімназія № 25 Полтавської міської ради	2022	520 260.50	2
8	Комунальний заклад "Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів №38 Полтавської міської ради Полтавської області"	2022	402 032.58	4
9	Комунальний заклад "Центр соціально - психологічної реабілітації дітей" Полтавської обласної ради	2021	370 000.00	1
10	Ліцей №14 "Здоров'я" Полтавської міської ради	2022	349 244.89	3
11	КЗ Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів №27 Полтавської міської ради Полтавської області	2022	327 361.52	3
12	Комунальний заклад "Інклюзивно-ресурсний центр Полтавської міської ради"	2022	269 745.10	1
13	Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів №37 Полтавської міської ради Полтавської області	2022	224 395.87	1
14	Центр культури та дозвілля Полтавської міської територіальної громади	2022	119 665.19	1
15	Комунальний заклад "Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів №34 Полтавської міської ради Полтавської області"	2022	109 111.66	1
16	Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 29 Полтавської міської ради полтавської області	2022	49 904.00	1
17	Полтавський літературно-меморіальний музей І.Котляревського	2022	49 859.65	1
18	КУ Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів №9 Полтавської міської ради полтавської області (ПЗШ №9)	2022	49 820.96	1
19	Полтавська дитяча музична школа №1 ім. П.І. Майбороди	2022	29 909.78	1
20	Полтавська дитяча художня школа	2022	28 971.80	1

21	Комунальне підприємство “Обласна клінічна лікарня відновного лікування та діагностики з обласними центрами планування сім’ї та репродукції людини, медичної генетики полтавської обласної ради”	2023	28 051.86	2
22	Полтавська дитяча музична школа №3 ім. Б.Гмирі	2022	19 898.96	1

З даних вище наведених, можемо зробити наступні висновки:

- стратегії конкурентоспроможності дозволяють підприємству залучати різні сегменти клієнтів та конкурувати на ринку будівельних послуг;
- підприємство має конкурентоспроможні ціни, які відповідають якості, вимогам клієнтів і враховують конкурентну ситуацію на ринку;
- підприємство має високу продуктивність, сильну репутацію, довгострокові відносини з клієнтами, надає додаткові послуги та переваги, такі як гарантії, технічна підтримка.

В цілому, аналіз та оцінка наявної цінової політики на будівельному підприємстві ТОВ «ВП «Діагональ» дозволяє компанії отримати комплексну інформацію щодо її позиції на ринку, конкурентоспроможності, вартості виробництва та споживчої поведінки.

SWOT-аналіз допомагає зрозуміти, які чинники заважають розвитку компанії, зменшують її дохід та становлять загрозу в майбутньому.

На даному етапі проведемо SWOT-аналіз для ТОВ «ВП «Діагональ».

Сильні сторони (Strengths):

- Досвід та репутація. ТОВ «ВП «Діагональ» має багаторічний досвід роботи в будівельній галузі та визнану добру репутацію серед клієнтів і партнерів;
- Компетентний персонал. Компанія має висококваліфікованих спеціалістів з глибокими знаннями та навичками у будівельних технологіях, проектуванні та управлінні проектами;
- Широкий спектр послуг. ТОВ «ВП «Діагональ» пропонує повний спектр будівельних послуг, включаючи проектування, будівництво, реконструкцію, ремонт та обслуговування.

Слабкі сторони (Weaknesses):

- Вплив конкуренції на ціни. В будівельній галузі конкуренція є значною, що може створювати тиск на ціни та обмежувати можливості компанії встановити високі тарифи;
- Залежність від постачальників. ТОВ «ВП «Діагональ» може бути залежним від постачальників будівельних матеріалів та обладнання, що може впливати на цінову політику та наявність ресурсів для виконання проектів;
- Відсутність широкої географічної присутності. Компанія може мати обмежену ринкову присутність в деяких регіонах, що обмежує можливість встановлення цін та конкуренцію з іншими гравцями на ринку.

Можливості (Opportunities):

- Зростаючий ринок. Будівельна галузь є динамічною і зростаючою галуззю, що створює можливості для розширення діяльності ТОВ «ВП «Діагональ" та залучення нових клієнтів;
- Розвиток інноваційних технологій. Впровадження нових будівельних технологій, енергоефективних рішень та інноваційних практик може допомогти компанії підвищити продуктивність, знизити витрати та встановити конкурентоспроможні ціни;
- Розширення ринкової присутності. Компанія може розглядати можливість розширення на нові регіони або сегменти ринку, що дозволить збільшити обсяги замовлень, розширити клієнтську базу та встановити більш вигідні цінові пропозиції.

Загрози (Threats):

- Економічні коливання. Будівельна галузь є чутливою до економічних змін, таких як зміни в рівні інвестицій, витрат на будівництво та попит на нерухомість. Економічні зміни можуть впливати на вартість проектів та можливість компанії встановлювати ціни;
- Зміни в законодавстві. Зміни в будівельному законодавстві, нормативах та вимогах до якості можуть впливати на вартість будівництва та вимагати внесення додаткових витрат або змін у ціновій політиці компанії;

– Конкуренція. Існує інтенсивна конкуренція на ринку будівельних послуг, зокрема з боку інших підприємств та підрядних організацій. Це може призводити до зниження цін та зменшення маржинальної прибутковості.

SWOT-аналіз допоможе ТОВ «ВП «Діагональ» отримати усвідомлення про свої переваги, недоліки, можливості та загрози, пов'язані з їхньою наявною ціновою політикою. Цей аналіз може бути використаний для прийняття рішень щодо коригування стратегії ціноутворення, використання конкурентних переваг та розвитку нових можливостей для забезпечення стійкого росту та успіху компанії.

Таблиця 3.4 - SWOT-аналіз ТОВ «ВП «Діагональ»

Сприяють досягнення цілей	Перепони в досягненні цілей
<p><i>Сильні сторони (Strengths):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Досвід та репутація – Компетентний персонал – Широкий спектр послуг 	<p><i>Слабкі сторони (Weaknesses):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Вплив конкуренції на ціни – Залежність від постачальників – Відсутність широкої географічної присутності
<p><i>Можливості (Opportunities):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Зростаючий ринок – Розвиток інноваційних технологій – Розширення ринкової присутності 	<p><i>Загрози (Threats):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Економічні коливання – Зміни в законодавстві – Конкуренція

Ця таблиця надає зручний та систематизований огляд сильних сторін, слабкостей, можливостей та загроз, пов'язаних з ціновою політикою на будівельному підприємстві ТОВ «ВП «Діагональ». Вона допомагає виявити ключові аспекти, які необхідно враховувати при аналізі та оцінці цінової стратегії компанії.

Після проведення аналізу наявної цінової політики товариства додамо елементи тендерної документації у вигляді локальних кошторисів на будівельні роботи у таблицях 3.2 та 3.3., де представлені основні роботи та послуги, які надає ТОВ «ВП «Діагональ» за досліджуваний період. Приведені наявні ціни на виконані роботи та розраховані прямі, загально-виробничі витрати по проведеним видам робіт, що нам дає підґрунтя вважати цінову політику ТОВ «ВП «Діагональ» успішною та виваженою.

Таблиця 3.2 - Локальний кошторис на будівельні роботи Комунального закладу «Інклюзивно-ресурсний центр Полтавської міської ради»

Форма № 1

Капітальний ремонт-заміна вікон та дверей Комунального закладу «Інклюзивно-ресурсний центр Полтавської міської ради»

Р

Локальний кошторис на будівельні роботи № 2-1-1

на Капітальний ремонт-заміна вікон та дверей Комунального закладу «Інклюзивно-ресурсний центр Полтавської міської ради»

Основа:
креслення (специфікації) №

Кошторисна вартість 241,80654 тис. грн.
Кошторисна трудомісткість 0,45508 тис.люд.-год.
Кошторисна заробітна плата 19,69271 тис. грн.
Середній розряд робіт 3,5 розряд

Складений в поточних цінах станом на "5 лютого" 2019 р.

№ п/п	Обґрунтування (шифр норми)	Найменування робіт і витрат	Одиниця виміру	Кількість	Вартість одиниці, грн.		Загальна вартість, грн.			Витрати труда робітників, люд.-год.	
					Всього	експлуатації машин	Всього	заробітної плати	експлуатації машин	не зайнятих обслуговуванням машин	
										тих, що обслуговують машини	
				заробітної плати	в тому числі заробітної плати			в тому числі заробітної плати	на одиницю	всього	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Розділ 1. Вікна											
1	РН6-3-2	Знімання дерев'яних підвіконних дошок в кам'яних будівлях	100 м2	0,2152	<u>4300,67</u> 4300,67	<u>-</u> -	925,5	925,5	<u>-</u> -	<u>120,03</u> -	<u>25,83</u> -
2	РН6-2-2	Знімання закслених віконних рам	100 м2	1,07959	<u>2038,01</u> 2038,01	<u>-</u> -	2200,22	2200,22	<u>-</u> -	<u>56,88</u> -	<u>61,41</u> -
3	РН6-1-1	Демонтаж віконних коробок в кам'яних стінах з відбиванням штукатурки в укосах	100 шт	0,28	<u>5826,27</u> 5826,27	<u>-</u> -	1631,36	1631,36	<u>-</u> -	<u>159,58</u> -	<u>44,68</u> -

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
4	EH10-20-2	Заповнення віконних прорізів готовими блоками площею до 2 м2 з металопластику в кам'яних стінах житлових і громадських будівель	100м2	0,03927	<u>6646,77</u> 6646,77	<u>-</u> -	261,02	261,02	<u>-</u> -	<u>149,5</u> -	<u>5,87</u> -	
5	EH10-20-4	Заповнення віконних прорізів готовими блоками площею більше 3 м2 з металопластику в кам'яних стінах житлових і громадських будівель	100м2	1,04032	<u>3853,35</u> 3853,35	<u>-</u> -	4008,72	4008,72	<u>-</u> -	<u>86,67</u> -	<u>90,16</u> -	
6	& C123-1-1 варіант 1	Вікна металопластикові, профіль білий WDS 400+, склопакет двокамерний 4і+10+4+10+4і, два енергозберігаючі скла	м2	107,959	<u>1530,00</u> -	<u>-</u> -	165177,27	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -	
7	EH10-25-3	Установлення пластикових підвіконних дошок	100м	0,608	<u>1235,90</u> 1235,90	<u>-</u> -	751,43	751,43	<u>-</u> -	<u>31,52</u> -	<u>19,16</u> -	
8	& C123-393-4 варіант 1	Підвіконник пластиковий 400мм	м	46,8	<u>140,00</u> -	<u>-</u> -	6552	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -	
9	& C123-393-4 варіант 2	Підвіконник пластиковий 200мм	м	14	<u>80,00</u> -	<u>-</u> -	1120	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -	
Разом прями витрати по розділу I							182627,52	9778,25	<u>-</u> -		<u>247,11</u> -	
Разом будівельні роботи, грн.							182627,52					
в тому числі:												
вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн.							172849,27					
всього заробітна плата, грн.							9778,25					
Загальновиробничі витрати, грн.							5244,72					
трудоємність в загальновиробничих витратах, люд.год.							29,65					
заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн.							1982,69					
Всього будівельні роботи, грн.							187872,24					

-												
Всього по розділу 1							187872,24					

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		Розділ 2. Двері									
10	PH6-14-1	Знімання дверних полотен	100 м2	0,0947	<u>1584,80</u>	<u>-</u>	150,08	150,08	<u>-</u>	<u>44,68</u>	<u>4,23</u>
					1584,80	-			-	-	-
11	PH6-13-1	Демонтаж дверних коробок в кам'яних стінах з відбиванням штукатурки в укосах	100 шт	0,03	<u>6731,35</u>	<u>-</u>	201,94	201,94	<u>-</u>	<u>184,37</u>	<u>5,53</u>
					6731,35	-			-	-	-
12	EH10-28-2	Заповнення дверних прорізів готовими дверними блоками площею понад 2 до 3 м2 з металопластику у кам'яних стінах	100м2	0,05113	<u>3341,65</u>	<u>-</u>	170,86	170,86	<u>-</u>	<u>79,28</u>	<u>4,05</u>
					3341,65	-			-	-	-
13	EH10-28-3	Заповнення дверних прорізів готовими дверними блоками площею більше 3 м2 з металопластику у кам'яних стінах	100м2	0,04357	<u>2523,94</u>	<u>-</u>	109,97	109,97	<u>-</u>	<u>59,88</u>	<u>2,61</u>
					2523,94	-			-	-	-
14	& C123-1-1 варіант 2	Двері металоаластикові, профіль білий WDS 400+, склопакет двокамерний 4i+10+4+10+4i, два енергозберігаючі скла	м2	9,47	<u>4148,25</u>	<u>-</u>	39283,91	-	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
					-	-			-	-	-
		Разом прями витрати по розділу 2					39916,76	632,85	<u>-</u>		<u>16,42</u>
		Разом будівельні роботи, грн.					39916,76		-		-
		в тому числі:									
		вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн.					39283,91				
		всього заробітна плата, грн.					632,85				
		Загальновиробничі витрати, грн.					344,84				
		трудоємність в загальновиробничих витратах, люд.год.					1,97				
		заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн.					131,78				
		Всього будівельні роботи, грн.					40261,6				

		-									
		Всього по розділу 2					40261,6				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		Розділ 3. Ремонт укосів										
15	PH11-30-1	ВІДНОВЛЕННЯ ВНУТРІШНІХ УКОСІВ Штукатурення плоских поверхонь віконних та дверних укосів по бетону та каменю	100м2	0,189	<u>22198,16</u> 13750,16	<u>-</u> -	4195,45	2598,78	<u>-</u> -	<u>300,55</u> -	<u>56,8</u> -	
16	EH15-182-1	Шпаклювання стін мінеральною шпаклівкою	100м2	0,6346	<u>3594,01</u> 3125,81	<u>-</u> -	2280,76	1983,64	<u>-</u> -	<u>76,82</u> -	<u>48,75</u> -	
17	EH15-182-3	Додавати на 1 мм зміни товщини шпаклівки до норм 15-182-1, 15-182-2	100м2	0,6346	<u>926,65</u> 926,65	<u>-</u> -	588,05	588,05	<u>-</u> -	<u>21,48</u> -	<u>13,63</u> -	
18	C111-1896 варіант 1	Шпаклівка	кг	228,456	<u>3,00</u> -	<u>-</u> -	685,37	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -	
19	PH12-49-5	Поліієнене фарбування полівінілацетатними водоемульсійними сумішами стін по збірних конструкціях, підготовлених під фарбування	100м2	0,6346	<u>4985,64</u> 1783,44	<u>-</u> -	3163,89	1131,77	<u>-</u> -	<u>43,83</u> -	<u>27,81</u> -	
		Разом прямі витрати по розділу 3						10913,52	6302,24	<u>-</u> -	<u>146,99</u> -	
		Разом будівельні роботи, грн. в тому числі: вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн. всього заробітна плата, грн. Загальновиробничі витрати, грн. трудомісткість в загальновиробничих витратах, люд.год. заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн. Всього будівельні роботи, грн.						10913,52				
								4611,28				
								6302,24				
								2759,18				
								12,94				
								864,9				
								13672,7				
		Всього по розділу 3						13672,7				
		Разом прямі витрати по кошторису						233457,8	16713,34	<u>-</u> -	<u>410,52</u> -	
		Разом будівельні роботи, грн. в тому числі: вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн.						233457,8				
								216744,46				

Продовження таблиці 3.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		всього заробітна плата, грн.					16713,34				
		Загальновиробничі витрати, грн.					8348,74				
		трудоємність в загальновиробничих витратах, люд.год.					44,56				
		заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн.					2979,37				
		Всього будівельні роботи, грн.					241806,54				

		Всього по кошторису					241806,54				
		Кошторисна трудоємність, люд.год.					455,08				
		Кошторисна заробітна плата, грн.					19692,71				

Склав _____
 [посада, підпис (ініціали, прізвище)]

Перевірив _____
 [посада, підпис (ініціали, прізвище)]

Таблиця 3.3 – Локальний кошторис на ремонт актової зали

Форма № 1

ШКОЛА № 37
інд

Локальний кошторис на будівельні роботи № 2-1-1
на виконання робіт
ремонт актової зали

Основа:
креслення (специфікації) №

Кошторисна вартість 144,31777 тис. грн.
Кошторисна трудомісткість 0,90135 тис.люд.-год.
Кошторисна заробітна плата 60,13872 тис. грн.
Середній розряд робіт 3,4 розряд

№ п/п	Обґрунтування (шифр норми)	Найменування робіт і витрат	Одиниця виміру	Кількість	Вартість одиниці, грн.		Загальна вартість, грн.			Витрати труда робітників, люд.-год.	
					Всього	експлуатації машин	Всього	заробітної плати	експлуатації машин	не зайнятих обслуговуванням машин	
										заробітної плати	в тому числі заробітної плати
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Розділ 1. Стіни											
1	PH6-14-1	Знімання дверних полотен	100 м2	0,0283	<u>2975,69</u> 2975,69	<u>-</u> -	84,21	84,21	<u>-</u> -	<u>53,6160</u> -	<u>1,52</u> -
2	PH6-13-1	Демонтаж дверних коробок в кам'яних стінах з відбиванням штукатурки в укусах	100 шт	0,01	<u>13546,59</u> 12635,24	<u>892,91</u> 355,48	135,47	126,35	<u>8,93</u> 3,55	<u>221,2440</u> 4,8265	<u>2,21</u> 0,05
3	PH17-4-3	Демонтаж світильників з лампами розжарювання	100шт	0,01	<u>594,07</u> 594,07	<u>-</u> -	5,94	5,94	<u>-</u> -	<u>9,9360</u> -	<u>0,1</u> -
4	PH17-11-1	Монтаж світильників для люмінесцентних ламп	100шт	0,01	<u>12962,02</u> 12410,44	<u>193,01</u> 171,43	129,62	124,1	<u>1,93</u> 1,71	<u>188,2080</u> 2,4642	<u>1,88</u> 0,02
5	& 1507-1010-1 варіант 1	Світильник "Вихід"	шт	1	<u>218,82</u> -	<u>-</u> -	218,82	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6	C111-155-1 варіант 1	Дюбелі розпірні поліетиленові, 4x60 мм	1000шт	0,002	<u>469,44</u> -	<u>-</u> -	0,94	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
7	EH15-77-1	Демонтаж панелей обшивки стін	100м2	0,4557	<u>15163,67</u> 15100,69	<u>18,78</u> 16,68	6910,08	6881,38	<u>8,56</u> 7,6	<u>231,6768</u> 0,2398	<u>105,58</u> 0,11
8	PH3-28-4	Мурування окремих ділянок внутрішніх стін із цегли	100 м3	0,0108	<u>267673,62</u> 66446,77	<u>5522,08</u> 4904,71	2890,88	717,63	<u>59,64</u> 52,97	<u>1069,8240</u> 70,5028	<u>11,55</u> 0,76
9	PH11-28-2	Поліпшене штукатурення внутрішніх поверхонь зовнішніх стін цементно-вапняним або цементним розчином по каменю та бетону, коли інші поверхні не обштукатурюються	100м2	0,0567	<u>14963,52</u> 12231,81	<u>103,28</u> 91,74	848,43	693,54	<u>5,86</u> 5,2	<u>181,2120</u> 1,3187	<u>10,27</u> 0,07
10	PH11-2-7	Ремонт штукатурки внутрішніх стін по каменю та бетону, площа до 1 м2, товщина шару 20 мм	100м2	0,15	<u>25224,91</u> 24760,47	<u>410,46</u> 222,72	3783,74	3714,07	<u>61,57</u> 33,41	<u>384,3600</u> 3,1097	<u>57,65</u> 0,47
11	C111-1624-1	Грунтовка вододисперсійна СТ-17	кг	2,25	<u>17,04</u> -	<u>-</u> -	38,34	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
12	C111-1891-1	Суміші сухі штукатурні МП-75	кг	300	<u>7,05</u> -	<u>-</u> -	2115	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
13	PH11-52-1	Перетирання штукатурки внутрішніх приміщень	100м2	1,0864	<u>2926,52</u> 2864,90	<u>2,09</u> 1,85	3179,37	3112,43	<u>2,27</u> 2,01	<u>47,9160</u> 0,0266	<u>52,06</u> 0,03
14	EH15-47-5	Установлення перфорованих штукатурних кутиків	100м	0,4592	<u>1916,40</u> 1916,40	<u>-</u> -	880,01	880,01	<u>-</u> -	<u>27,9726</u> -	<u>12,85</u> -
15	C1545-269 варіант 1	Кутік перфорований	м	50,512	<u>5,01</u> -	<u>-</u> -	253,07	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
16	PH15-137-1	Заміна вентиляційних ґрат	100шт	0,02	<u>4845,47</u> 4757,61	<u>5,22</u> 4,63	96,91	95,15	<u>0,1</u> 0,09	<u>79,5720</u> 0,0666	<u>1,59</u> -
17	C111-1756 варіант 1	ґрати вентиляційні	шт	2	<u>46,27</u> -	<u>-</u> -	92,54	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
18	EH15-182-1	Шпаклювання стін мінеральною шпаклівкою	100м2	1,0864	<u>6898,47</u> 6749,76	<u>4,17</u> 3,71	7494,5	7332,94	<u>4,53</u> 4,03	<u>106,0116</u> 0,0533	<u>115,17</u> 0,06
19	EH15-182-3	Додавати на 1 мм зміни товщини шпаклівки до норм 15-182-1, 15-182-2	100м2	1,0864	<u>2005,04</u> 2000,86	<u>3,13</u> 2,78	2178,28	2173,73	<u>3,4</u> 3,02	<u>29,6424</u> 0,0400	<u>32,2</u> 0,04
20	C111-1624-1	Грунтовка вододисперсійна СТ-17	кг	15,67	<u>17,04</u> -	<u>-</u> -	267,02	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
21	C111-2015-4 варіант 1	Гіпсова шпаклівка фінішна	кг	392	<u>6,61</u> -	<u>-</u> -	2591,12	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
22	PH12-49-5	Поліішене фарбування полівінілацетатними водоемульсійними сумішами стін по збірних конструкціях, підготовлених під фарбування	100м2	1,0864	<u>3404,76</u> 3348,79	<u>1,04</u> 0,93	3698,93	3638,13	<u>1,13</u> 1,01	<u>52,5960</u> 0,0133	<u>57,14</u> 0,01
23	C111-1624-1	Грунтовка вододисперсійна СТ-17	кг	15,67	<u>17,04</u> -	<u>-</u> -	267,02	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
24	& C111-359-1-1	Фарба водно-дисперсійна полівінілацетатна	кг	68,44	<u>35,21</u> -	<u>-</u> -	2409,77	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
		Разом прямі витрати по розділу 1					40570,01	29579,61	<u>157,92</u> 114,6		<u>461,77</u> 1,62
		Разом будівельні роботи, грн. в тому числі: вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн. всього заробітна плата, грн. Загальновиробничі витрати, грн. трудомісткість в загальновиробничих витратах, люд.год. заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн. Всього будівельні роботи, грн.					40570,01				
		-----					10832,48				
							29694,21				
							13270,73				
							41,33				
							4324,18				
							53840,74				
		Всього по розділу 1					53840,74				
25	PH7-3-1	Розділ 2. Підлоги Розбирання дерев'яних плінтусів	100м	0,452	<u>389,35</u> 389,35	<u>-</u> -	175,99	175,99	<u>-</u> -	<u>7,1520</u> -	<u>3,23</u> -

Продовження таблиці 3.3

- 4 -

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
26	PH7-2-4	Розбирання покриттів підлог з штучного паркету на мастиці	100м2	0,981	<u>5152,91</u> 5052,47	<u>100,44</u> 31,85	5055	4956,47	<u>98,53</u> 31,24	<u>92,8080</u> 0,4385	<u>91,04</u> 0,43
27	EH11-11-13	Улаштування стяжок самовирівнювальних товщ. 5 мм	100м2	0,981	<u>5307,67</u> 5255,90	<u>20,87</u> 18,53	5206,82	5156,04	<u>20,47</u> 18,18	<u>87,9060</u> 0,2664	<u>86,24</u> 0,26
28	EH11-11-14	Додавати або виключати на кожний 1 мм товщини стяжок самовирівнювальних до товщ. 10 мм.	100м2	0,981	<u>2222,21</u> 2190,65	<u>20,87</u> 18,53	2179,99	2149,03	<u>20,47</u> 18,18	<u>36,6390</u> 0,2664	<u>35,94</u> 0,26
29	C1555-263 варіант 1	Грунтовка контактна Siltek E-100	л	15,67	<u>13,81</u> -	<u>-</u> -	216,4	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
30	& C1555-267-1 варіант 1	Суміш самовирівнювальна Siltek F-50	кг	1437	<u>7,64</u> -	<u>-</u> -	10978,68	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
31	EH11-38-1	Улаштування покриттів з ламінату на шумогідроізоляційній прокладці	100м2	0,981	<u>7637,29</u> 7548,38	<u>60,51</u> 53,75	7492,18	7404,96	<u>59,36</u> 52,73	<u>110,1792</u> 0,7726	<u>108,09</u> 0,76
32	& C111-1744-1	Прокладка шумоізоляційна	м2	100,06	<u>25,69</u> -	<u>-</u> -	2570,54	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
33	& C112-255-1	Ламінат. Клас 33	м2	100,06	<u>417,40</u> -	<u>-</u> -	41765,04	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
34	EH11-43-3	Улаштування плінтусів полівінілхлоридних на шурупах	100м	0,452	<u>1159,19</u> 1149,47	<u>2,09</u> 1,85	523,95	519,56	<u>0,94</u> 0,84	<u>17,0292</u> 0,0266	<u>7,7</u> 0,01
35	C111-1722	Плінтуси для підлог з пластикату	м	45,652	<u>17,89</u> -	<u>-</u> -	816,71	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
36	& C1545-205-1	Кутик з'єднувальний	шт	25	<u>12,13</u> -	<u>-</u> -	303,25	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
37	C111-155-1 варіант 1	Дюбелі розпірні поліетиленові, 4x60 мм	1000шт	0,105	<u>469,44</u> -	<u>-</u> -	49,29	-	<u>-</u> -	<u>-</u> -	<u>-</u> -
		Разом прямі витрати по розділу 2					77333,84	20362,05	<u>199,77</u> 121,17		<u>332,24</u> 1,72

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		Разом будівельні роботи, грн. в тому числі: вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн. всього заробітна плата, грн. Загальновиробничі витрати, грн. трудоємність в загальновиробничих витратах, люд.год. заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн. Всього будівельні роботи, грн.					77333,84 56772,02 20483,22 10859,21 40,08 4191,89 88193,05				
		----- Всього по розділу 2					88193,05				
		Розділ 3. Інші роботи									
38	PH15-47-1	Демонтаж радіаторів для оздоблення стін	100шт	0,05	<u>8098,49</u> 7424,65	<u>673,84</u> 360,30	404,92	371,23	<u>33,69</u> 18,02	<u>126,4200</u> 5,0249	<u>6,32</u> 0,25
39	PH15-90-1	Установлення опалювальних радіаторів	100кВт	0,05	<u>10436,41</u> 9344,71	<u>801,59</u> 258,72	521,82	467,24	<u>40,08</u> 12,94	<u>154,3560</u> 2,9820	<u>7,72</u> 0,15
40	PH20-40-1	Навантаження сміття вручну	1 т	2,5	<u>106,48</u> 106,48	<u>-</u> -	266,2	266,2	<u>-</u> -	<u>1,9560</u> -	<u>4,89</u> -
41	C311-30-M	Перевезення сміття до 30 км	т	2,5	<u>186,08</u> -	<u>186,08</u> 30,69	465,2	-	<u>465,2</u> 76,73	<u>-</u> 0,4110	<u>-</u> 1,03
		Разом прямі витрати по розділу 3					1658,14	1104,67	<u>538,97</u> 107,69		<u>18,93</u> 1,43
		Разом будівельні роботи, грн. в тому числі: вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн. всього заробітна плата, грн. Загальновиробничі витрати, грн. трудоємність в загальновиробничих витратах, люд.год. заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн. Всього будівельні роботи, грн.					1658,14 14,5 1212,36 625,83 2,23 232,86 2283,97				
		----- Всього по розділу 3					2283,97				

Продовження таблиці 3.3

- 6 -

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		Разом прямі витрати по кошторису					119561,99	51046,33	896,66 343,46		812,94 4,77
		Разом будівельні роботи, грн. в тому числі:					119561,99				
		вартість матеріалів, виробів та конструкцій, грн.					67619				
		всього заробітна плата, грн.					51389,79				
		Загальновиробничі витрати, грн.					24755,78				
		трудомісткість в загальновиробничих витратах, люд.год.					83,64				
		заробітна плата в загальновиробничих витратах, грн.					8748,93				
		Всього будівельні роботи, грн.					144317,77				

		Всього по кошторису					144317,77				
		Кошторисна трудомісткість, люд.год.					901,35				
		Кошторисна заробітна плата, грн.					60138,72				

3.2. Напрями вдосконалення системи ціноутворення товариства

В сучасних умовах будівельної галузі ефективна система ціноутворення є одним з ключових елементів успішного функціонування будівельного підприємства. Ціноутворення визначає вартість будівельних робіт та послуг, яку клієнти готові платити, і впливає на прибутковість, конкурентоспроможність та репутацію підприємства. Оптимальна система ціноутворення дозволяє забезпечити збалансований підхід до вартості робіт, збільшити прибуток та залучити нових клієнтів. Отже, розробка та покращення системи ціноутворення є важливим завданням для будь-якого будівельного підприємства.

Система ціноутворення є важливим аспектом успішної діяльності будівельних підприємств. Вона визначає, яким чином встановлюються ціни на будівельні послуги та продукцію, що пропонується підприємством. Ефективна система ціноутворення дозволяє досягти конкурентних переваг, забезпечити стабільність фінансових показників та задовольнити потреби клієнтів. Розглянемо основні напрями вдосконалення системи ціноутворення на будівельному підприємстві (таблиця 3.5).

а) Аналіз витрат і цін на матеріали:

Один з ключових аспектів у покращенні системи ціноутворення полягає в аналізі витрат на будівельні матеріали та їх цін. Проведення ретельного аналізу постачальників, ринкових умов та альтернативних джерел матеріалів допоможе підприємству знаходити оптимальні ціни на матеріали та знижувати витрати на їх придбання.

б) Управління ризиками та несподіваними витратами:

У будівельній галузі несподівані витрати та ризики є невід'ємною частиною процесу. Підприємство повинно ретельно аналізувати можливі ризики та враховувати їх у процесі ціноутворення. Резервування коштів на непередбачувані ситуації та управління ризиками допоможуть запобігти негативним фінансовим наслідкам та забезпечити стабільність вартості робіт.

в) Оцінка трудових ресурсів:

Ефективне управління трудовими ресурсами є важливим аспектом в системі ціноутворення. Ретельне планування робочих годин, аналіз продуктивності та оптимізація робочих процесів допоможуть підприємству знизити витрати на працю та підвищити ефективність виробництва.

г) Врахування конкурентного середовища:

Дослідження конкурентного середовища та аналіз цінових стратегій конкурентів є важливим етапом в покращенні системи ціноутворення. Розуміння того, якими цінами пропонуються аналогічні послуги чи будівельні роботи конкурентами, дозволить підприємству встановити конкурентоспроможні ціни та привернути більше клієнтів.

д) Вдосконалення комунікації з клієнтами:

Ефективна комунікація з клієнтами є необхідною складовою успішної системи ціноутворення. Підприємство повинно чітко пояснювати свою цінову політику та надавати достатню інформацію про вартість робіт та послуг. Крім того, слід ретельно вивчати вимоги та пріоритети клієнтів, щоб пропонувати їм оптимальні рішення та встановлювати конкурентоспроможні ціни.

е) Використання інформаційних технологій:

Впровадження сучасних інформаційних технологій дозволяє автоматизувати процеси ціноутворення, забезпечити точність та швидкість обробки даних. Використання спеціалізованого програмного забезпечення допоможе в ефективній обробці даних, аналізі ринкової інформації та плануванні ціноутворення.

ж) Постійне вдосконалення та контроль:

Система ціноутворення повинна постійно вдосконалюватися та піддаватися контролю. Аналіз результатів, врахування змін у ринкових умовах та реагування на них дозволять підтримувати конкурентоспроможність і максимізувати прибутковість.

Таблиця 3.5 - Основні напрями вдосконалення системи ціноутворення для будівельного підприємства

Напрямок вдосконалення	Суть напрямку
Аналіз витрат і цін	Ретельний аналіз витрат на будівельні матеріали та їх цін, пошук оптимальних постачальників
Управління ризиками	Врахування можливих ризиків та несподіваних витрат, резервування коштів на непередбачені ситуації
Оцінка трудових ресурсів	Планування робочих годин, аналіз продуктивності, оптимізація робочих процесів
Врахування конкурентного середовища	Аналіз цінових стратегій конкурентів, встановлення конкурентоспроможних цін
Вдосконалення комунікації з клієнтами	Чітке пояснення цінової політики, надання достатньої інформації про вартість робіт та послуг
Використання інформаційних технологій	Автоматизація процесів ціноутворення, точна обробка даних, аналіз ринкової інформації
Постійне вдосконалення та контроль	Моніторинг системи ціноутворення, аналіз результатів, реагування на зміни у ринкових умовах

Вдосконалення системи ціноутворення будівельного підприємства є складним та багатофакторним процесом. Оптимальна система ціноутворення базується на аналізі витрат, управлінні ризиками, ефективному управлінні трудовими ресурсами та врахуванні конкурентного середовища. Крім того, використання інформаційних технологій та постійне вдосконалення системи допоможуть досягти більшої конкурентоспроможності та прибутковості. Варто пам'ятати, що система ціноутворення повинна бути гнучкою і адаптованою до змін у вимогах ринку та споживачів, забезпечуючи оптимальну вартість і якість будівельних робіт та послуг.

Вдосконалення системи ціноутворення на будівельному підприємстві є важливим завданням, яке допоможе зберегти конкурентоспроможність та забезпечити стабільність фінансових показників. Правильно побудована система ціноутворення допоможе підприємству досягти успіху та забезпечити задоволення потреб клієнтів.

Вдосконалення підходів до вибору цінової політики підприємства відіграє важливу роль у досягненні успіху в сучасному конкурентному середовищі. Споживачі стають все більш уважними до співвідношення ціни та якості продукції, що підкреслює значення ціни в маркетинговому комплексі. Однак зниження ціни не завжди сприяє збільшенню попиту. У таких умовах ринку важливо враховувати не лише рівень витрат, а й цінову чутливість споживачів, реакцію конкурентів, життєвий цикл товару та інші фактори, що впливають на ціну.

3.3. Механізм впровадження заходів оптимізації системи ціноутворення

Сучасний ринок будівельних послуг вимагає від підприємств здійснювати ефективне ціноутворення для забезпечення конкурентоспроможності та стабільного розвитку. Впровадження системи ціноутворення, що відповідає вимогам ринку, є ключовим фактором успіху будівельного підприємства. Розглянемо механізм впровадження заходів оптимізації системи ціноутворення для будівельного підприємства ТОВ «ВП «Діагональ» (рис. 3.1).

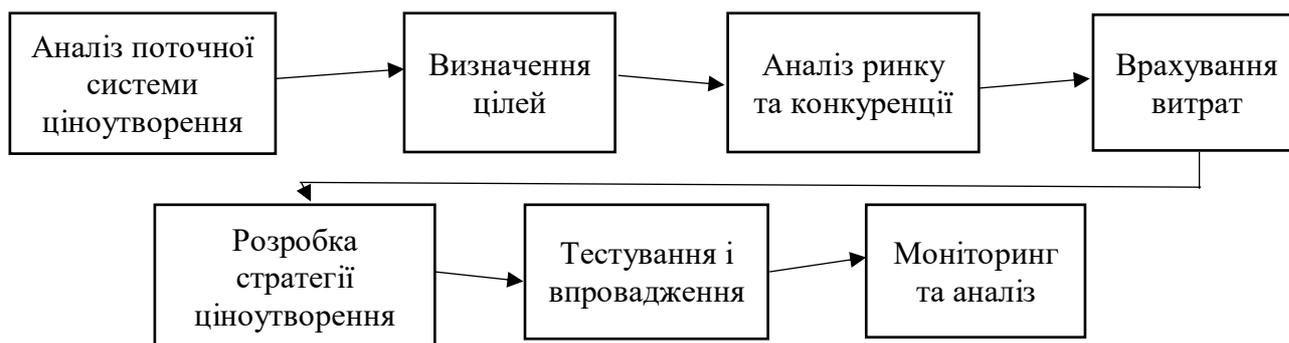


Рисунок 3.1 – Заходи оптимізації системи ціноутворення

а) Аналіз поточної системи ціноутворення:

Перший крок у впровадженні вдосконаленої системи ціноутворення полягає в детальному аналізі поточної системи. Потрібно вивчити, які фактори

впливають на встановлення цін в будівельному підприємстві. Розглядаємо методи визначення цін, знижки, акції, а також проблеми, з якими стикаєтесь.

б) Визначення цілей:

Встановлення чітких цілей є важливим етапом впровадження системи ціноутворення. Потрібно визначити, що саме потрібно досягти через нову систему ціноутворення. Цілі можуть включати збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності, розширення ринків або покращення сприйняття цін клієнтами.

в) Аналіз ринку та конкуренції:

Вивчаємо ринок будівельних послуг, досліджуємо ціни конкурентів і з'ясовуємо, які фактори впливають на ціноутворення в галузі. З'ясовуємо, яку цінність будівельні послуги надають клієнтам порівняно з конкурентами.

г) Врахування витрат:

Детально аналізуємо всі витрати, пов'язані з виробництвом або наданням будівельних послуг. Розглядаємо як прямі витрати (матеріали, робоча сила, обладнання), так і непрямі (адміністративні витрати, оренда, маркетинг). Розраховуємо собівартість та визначаємо мінімальну рентабельність, необхідну для підтримки діяльності підприємства.

д) Розробка стратегії ціноутворення:

На основі проведеного аналізу та визначених цілей розробляємо стратегію ціноутворення для будівельного підприємства. Розглядаємо різні методи ціноутворення, такі як цінове лідерство, диференційоване ціноутворення, цінова прозорість або динамічне ціноутворення. Враховуємо специфіку галузі та вимоги ринку.

е) Тестування і впровадження:

Розпочинаємо впровадження нової системи ціноутворення етапами або по зонам. Тестуємо її ефективність та отримуємо відгуки від клієнтів та співробітників. Вносимо необхідні коригування та забезпечуємо підтримку з боку команди.

ж) Моніторинг та аналіз:

Постійно відстежуємо результати впровадження нової системи ціноутворення. Аналізуємо реакцію клієнтів, спостерігаємо за змінами у прибутку, обсягах продажів та конкурентній позиції. Використовуємо аналітичні інструменти для оцінки ефективності системи ціноутворення та вносимо відповідні коригування.

Механізм впровадження заходів оптимізації системи ціноутворення для будівельного підприємства є складним та відповідальним процесом. Проаналізувавши поточну систему, визначивши цілі, врахувавши витрати та конкурентну ситуацію, розробивши стратегію та тестуючи її ефективність, підприємство може досягти покращення в ціноутворенні та забезпечити свою конкурентоспроможність на ринку будівельних послуг. Постійний моніторинг і аналіз результатів дозволяють вносити необхідні коригування та забезпечити успішне функціонування системи ціноутворення у майбутньому.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті виконання кваліфікаційної роботи бакалавра було проведено аналіз цінової політики на підприємстві ТОВ «Виробниче підприємство «Діагональ» та розглянуті напрями її вдосконалення. Результати дослідження показали, що ціноутворення на підприємстві є складним процесом, який впливає на конкурентоспроможність та прибутковість підприємства. За результатами виконання роботи можна зробити висновки про наступне.

У першому розділі, при дослідженні теоретичних основ цінової політики на підприємстві було встановлено, що цінова політика підприємства залежить від багатьох факторів, і включає в себе встановлення оптимальних цін на продукт або послугу. Для успішної цінової політики необхідно проводити систематичний аналіз ринку, досліджувати попит та конкурентну ситуацію, а також знати вартість виробництва та прибутковість продукту або послуги. Також було виявлено, що формування цінової політики на підприємстві є одним з найважливіших елементів маркетингової стратегії. Ціна впливає на прибуток підприємства, обсяг продажів, лояльність споживачів та його конкурентоспроможність. Для того, щоб правильно сформувавши цінову політику, необхідно провести аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, враховуючи витрати на виробництво, конкурентні ціни та маржинальну прибутковість, регуляторні вимоги та психологічні чинники. Також було розглянуто методи вдосконалення цінової політики на підприємстві, ми можемо сказати, що вони грають важливу роль у досягненні конкурентної переваги та забезпеченні успішного функціонування. Ефективне застосування цих методів може призвести до збільшення обсягів продажу, покращення прибутковості та підвищення задоволення клієнтів. Важливо постійно вдосконалювати та адаптувати цінову політику, забезпечуючи її відповідність до зміни ринкових умов та потреб споживачів.

В другому розділі було проведено аналіз організаційно-економічної характеристики діяльності ТОВ «ВП «Діагональ», в результаті чого з'ясовано, що у будівельній галузі України існують проблеми, такі як корупція, проблеми з

регулюванням, низький рівень енергоефективності та недостатня інфраструктура. Однак, є перспективи для розвитку цієї галузі шляхом реалізації інфраструктурних проєктів, залучення іноземних інвестицій, впровадження енергоефективних технологій та поліпшення регуляторного середовища. Подолання цих проблем та реалізація перспективних напрямків вимагатиме спільних зусиль держави, підприємств та громадськості для забезпечення стабільного, сталого та ефективного розвитку будівельної галузі в Україні.

Аналізуючи основні фінансово-економічні показники діяльності ТОВ «ВП «Діагональ», ми можемо сказати, що протягом періоду з 2019 по 2021 роки було зафіксовано зниження сукупного капіталу з 2989,5 тис. грн. до 2907,7 тис. грн., а також зменшення власного капіталу з 1045 тис. грн. до 840 тис. грн. Зменшення сукупного капіталу підприємства було частково обумовлено зниженням власного капіталу, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства та збільшує ризик банкрутства. Протягом періоду з 2019 по 2021 роки чистий дохід від реалізації продукції поступово зростав з 8757,6 тис. грн. до 11265,1 тис. грн. Однак валовий та чистий прибутки не мали стабільного характеру протягом цього періоду. Валовий прибуток коливався від 963,9 тис. грн. до 863,2 тис. грн., а чистий прибуток змінювався від 453,3 тис. грн. до 573,2 тис. грн. Дохід від операційної діяльності відзначався нестабільною динамікою: у 2019 році він складав 608,9 тис. грн., у 2020 році збільшився до 880,1 тис. грн., а у 2021 році зменшився до 764,2 тис. грн. Показник рентабельності власного капіталу у період з 2019 по 2021 роки коливався від 43,378% до 68,238%.

При аналізі тенденцій змін фінансово-економічних показників діяльності підприємства протягом 2019-2021 років не можна зробити однозначного висновку про їх ефективність. Хоча спостерігається зменшення капіталу підприємства, відбувається збільшення чистого доходу та значний ріст фондівіддачі та рентабельності власного капіталу. Проте, не зважаючи на те, що чистий прибуток збільшився у 2019 році, починаючи з 2020 року він почав зменшуватися.

Таким чином, у третьому розділі кваліфікаційної роботи було розглянуто аналіз цінової політики та напрями її вдосконалення на ТОВ «ВП «Діагональ»,

зокрема представлені наявні контракти за дослідний період з переліком основних замовників і вартісними показниками, надані елементи договірної ціни з прикладами проведених будівельних робіт ТОВ «ВП «Діагональ» та аналізом їх цінової політики.

Було виявлено, що вдосконалення системи ціноутворення будівельного підприємства є складним та багатофакторним процесом. Оптимальна система ціноутворення базується на аналізі витрат, управлінні ризиками, ефективному управлінні трудовими ресурсами та врахуванні конкурентного середовища. Крім того, використання інформаційних технологій та постійне вдосконалення системи допоможуть досягти більшої конкурентоспроможності та прибутковості. Варто пам'ятати, що система ціноутворення повинна бути гнучкою і адаптованою до змін у вимогах ринку та споживачів, забезпечуючи оптимальну вартість і якість будівельних робіт та послуг. Також було розглянуто механізм впровадження заходів оптимізації системи ціноутворення для будівельного підприємства ТОВ «ВП Діагональ», такі як:

- а) Аналіз поточної системи ціноутворення;
- б) Визначення цілей;
- в) Аналіз ринку та конкуренції;
- г) Врахування витрат;
- д) Розробка стратегії ціноутворення;
- е) Тестування і впровадження;
- є) Моніторинг та аналіз.

Механізм впровадження заходів оптимізації системи ціноутворення для будівельного підприємства є складним та відповідальним процесом. Проаналізувавши поточну систему, визначивши цілі, врахувавши витрати та конкурентну ситуацію, розробивши стратегію та тестуючи її ефективність, підприємство може досягти покращення в ціноутворенні та забезпечити свою конкурентоспроможність на ринку будівельних послуг. Постійний моніторинг і аналіз результатів дозволяють вносити необхідні коригування та забезпечити успішне функціонування системи ціноутворення у майбутньому.

Додаток А

Фінансова та статистична звітність за 2019 рік

Додаток Б
Фінансова та статистична звітність за 2020 рік

Додаток В

Фінансова та статистична звітність за 2021 рік

Додаток Г
Ілюстративний матеріал