

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - Ценовая политика и её влияние на финансовые результаты предприятия на примере ООО «Велес».

Актуальность исследования состоит в том, что в процессе стремительного развития рыночных отношений все чаще возникает потребность в измерении роли проводимой ценовой политики предприятиями, как основного фактора повышения эффективности финансово – экономической деятельности и механизма по выявлению рисков в процессе управления производственными процессами.

Целью исследования является анализ ценовой политики и ее влияние на финансовые результаты предприятия ООО «Велес», а также разработка эффективных направлений по ее совершенствованию.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты ценовой политики предприятия, как фактор воздействия на финансовые результаты.

Любые изменения, происходящие в процессе ведения производственно – хозяйственной и финансовой деятельности предприятия, находят свое непосредственное отражение в системе показателей оценки финансовых результатов. Показатели прибыли, сегодня характеризуют абсолютный уровень эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

На основании выше изложенного можно отметить, что в структуре балансовой прибыли наибольший удельный вес следует относить к прибыли от реализации товарной продукции. В связи с чем, предприятия особое внимание должны уделять исследованию факторов изменения именно этого показателя.

Во второй главе подробно изложена оценка ценовое политики ООО «Велес» и ее влияние на финансовые результаты.

Компания ООО «Велес», на сегодняшний день, является крупнейшим импортером вин из: Франции, Германии, Чили, Италии, Австрии и Македонии. Широкий ассортимент текилы и мескаля из Мексики позволяет компании успешно конкурировать с крупнейшими европейскими и западными производителями алкогольных напитков.

Для понимания текущей эффективности деятельности компании ООО «Велес», мы рассмотрели *основные экономические показатели* и проанализировали их:

на протяжении периода 2013-2015 года, компания ООО «Велес» стремительно наращивает объем сбыта, используя при этом эффективные маркетинговые мероприятия и механизм прогнозирования в области ожидаемых изменений на потребительском рынке, с целью изучения новых предпочтений клиентов.

Анализ эффективности деятельности работающего персонала компании ООО «Велес» за период 2012-2015 года позволил прийти к следующему выводу:

производительность работающего персонала в компании ООО «Велес» характеризуется высоким уровнем отдачи.

Организация управления в компании ООО «Велес» строится на базе линейно – функциональной подчиненности и распределения должностных обязанностей.

Финансовая сторона деятельности компании ООО «Велес» как показали результаты исследования в предыдущем разделе, имеет положительную тенденцию развития. То, есть, на сегодняшний день, компания является платежеспособной и финансовой устойчивой.

Основной *целью внутренней среды* компании ООО «Велес», является выявление сильных и слабых сторон, где сильные стороны могут служить базой для удержания позиции на рынке конкурентов, а слабые – сигналом возникших проблем, с которыми компании придется работать и устранять.

Также, мы провели *анализ возможностей и угроз*, выявили *сильные и слабые стороны* компании ООО «Велес» и на основе полученных данных составили матрицу SWOT, на основании которой приходим к следующему выводу:

от качества проведенного исследования факторов внутренней и внешней среды, возможно выявить текущие проблемы и основные упущения в производственной и сбытовой деятельности компании, которые могут привести к снижению спроса, объему продаж, а как следствие, - к снижению прибыли и рентабельности компании.

Анализ финансовых результатов показал, что компания находится в устойчивом финансовом положении. В компании была увеличена доля неликвидных запасов и снижена текущая просроченная дебиторская задолженность. Наличие остатков всех денежных средств позволили компании перекрыть размер краткосрочных обязательств.

В ходе работы была дана *оценка ценовой политики компании*, результат которой был следующим:

компания ООО «Велес» нерационально распределяет затраты, что в значительной степени влияет как на отпускные цены при реализации продукции, так и на рыночные.

В третьей главе мы разработали рекомендации и мероприятия по совершенствованию ценовой политики ООО «Велес».

Ценовая политика, используемая компанией ООО «Велес» является одной из основных составляющих маркетинга. В связи с чем, при расчете отпускной и рыночной цены руководству компании необходимо обращать внимание на разработку и реализацию маркетинговой стратегии.

Вследствие чего, можно сказать, что компания ООО «Велес» для расчета цен использует достаточно простую и удобную методику, полностью основанную на учете полных издержек. Однако. Как показало исследование, использование данного метода имеет большое негативное влияние для компании, так, как не учитывается потребительская активность на рынке и не исследуются ценовые характеристики товаров конкурентов.

Ценообразование компании должно быть направлено на установление конкурентоспособных цен, позволяющих значительно увеличить объемы продаж компании, то, есть выступать основными стратегическими целями компании с учетом полной согласованности с реализуемыми задачами ценообразования. Сюда можно отнести следующие мероприятия:

1. установить конкурентоспособные цены, то, есть цены на уровне или ниже уровня конкурентных цен, реализующих продукцию аналогичного качества;
2. Разработать оптимальную систему скидок;
3. осуществить мероприятия по снижению себестоимости продукции;
4. провести мониторинг рыночного сегмента на предмет быстрого реагирования на происходящие внешние изменения.

Расчет экономического эффекта от предложенных мероприятий показал, что предложенные мероприятия позволят компании снизить расходы, связанные с оплатой заработной платы и расходы, связанные с содержанием компании (хозяйственные расходы), тем самым позволив компании увеличить показатель чистой прибыли.

Таким образом, поставленная цель достигнута. Спасибо за внимание!