

УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ „СБК”

студент Шульга Л.М.
(наук. керівник доц. Божкова В.В.)

Актуальність даної теми визначається тим фактом, що нині ринок лицьової цегли в Україні налічує понад 200 різноманітних, як за розмірами так і за формами власності цегельних заводів, саме тому підприємству „СБК” потрібно вдосконалювати цінову політику, щоб буди конкурентоспроможним.

Розширення асортименту продукції дозволить „СБК” випускати продукцію середнього цінового сегмента. Планується виробництво протона та клінкерної цегли.

Поротон – крупно форматний цегельний блок розміром від 4 до 16 звичайних цеглин. Завдяки великій кількості порожнеч і пір він має гарні тепло ізолюючі властивості і достатню міцність. Крім того застосування протона в будівництві значно заощадить видаткові матеріали, використовувані при кладці, час і витрати робочої сили. Клінкерна – це цегла, яка виготовляється з класичного англійського матеріалу, тонкого і дуже міцного.

Підприємство взяло за необхідне зменшення виробничої собівартості продукції, оскільки ціноутворення здійснюється на основі виробничих витрат.

На даний момент часу перед підприємством постало завдання по удосконаленню процесу сушки цегли-сирця, що зменшить, що зменшить енерго - витрати та час. Для цього, відділом нововведень та впроваджень інноваційних проектів підприємства було розроблено техніко-економічне обґрунтування по удосконаленню процесу сушки, в результаті впровадження якого планується:

- знизити технологічні втрати на 0,2%;
- зменшити середній час сушки мінімум на 2 години;
- зменшення споживання газу на 10%.

Зниження технологічних втрат на 0,2% дозволить збільшити об'єм випуску продукції на 10660 шт. цегли на місяць. Прибуток на 1 тис. шт. цегли (по факту за 9 останніх місяців) складає 93,3\$.

Економічний ефект за рахунок збільшення об'єму виробництва складає:

$$10660 * 93,3 = 994,6\$ \text{ або } 994,6 * 5,31 = 5281,3 \text{ грн.}$$

Таким чином, економічний ефект складає 5281,3 грн. в місяць.

Автоматизація управління процесом сушки надасть можливість: забезпечити стабільність параметрів процесу, що підвищить якість цегли-сирця; більш ефективно експериментувати при сушці нових видів цегли; зменшити вплив людського фактору при виведенні процесу сушки.

Отже, завдяки цій сушці „СБК” може зменшити собівартість продукції.

На підприємстві існує стратегія високих цін, але доцільно було б застосовувати стратегію не заокруглених цін. Такі ціни на декілька одиниць нижчі від подальшого округленого числа (2699) - здебільшого сприймаються споживачами як ретельно розраховані і створюють враження трохи нижчого рівня ціни ніж на справді.

Враховуючи сезонний характер продукції „СБК”, важливим аспектом у цінній стратегії є можливість утримання високих цін як найдовше, але в той же час почати зниження їх трохи раніше за конкурентів. В результаті даної стратегії підприємство збільшує свої об'єми продаж і склади підприємства не будуть забиті „замороженим” товаром.

Удосконалення існуючої системи знижок і бонусів. Використавши метод встановлення довгострокових і гнучких цін підприємство повинно знижувати ціни на продукцію в несезонні періоди, а саме взимку, що допоможе підтримувати об'єми продаж цілий рік. Можливим є збільшення проценту бонусних знижок постійним споживачам, також удосконалити систему кількісних знижок, розмір яких залежить від обсягу замовлення.

Отже, при визначенні ціни, прогнозі її подальшої зміни та корегуванні ЗАТ „СБК” дуже важливо не тільки продумати, але і не завищити ціну, що може прямим чином відбитися до фірми покупців. Тому маркетологи повинні аналізувати усі зміни і розробляти стратегії для встановлення і корегування цін, що сприяють підвищенню прибутковості і ефективності.