

Міністерство освіти і науки України  
Рівненський державний гуманітарний університет  
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики  
Кафедра економіки та управління бізнесом

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої  
освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі  
знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

**«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА  
ПІДПРИЄМСТВІ»**

Виконала: здобувачка вищої освіти  
4 курсу групи Мг – 4, д. ф. н.  
**Вильчик Анастасія Андріївна**

Керівник: д. екон. н, проф. Дейнега  
**Інна Олександрівна**

Рецензент: д. екон. н., проф. Пелех  
**Оксана Богданівна**

Рівне – 2024

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                                                   | 3  |
| РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ МАРКЕТИНГУ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ.....                                                             | 6  |
| 1.1. Поняття про ціну та її роль у реалізації ринково орієнтованої діяльності підприємств.....                                               | 6  |
| 1.2. Методи ціноутворення: переваги та недоліки застосування.....                                                                            | 14 |
| 1.3. Специфіка ціноутворення на підприємстві виробів зварювальних електродів.....                                                            | 25 |
| Висновок до розділу 1.....                                                                                                                   | 30 |
| РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ПЕРЕДУМОВ ВПЛИВУ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОКРАЩЕННЯ ЗА РАХУНОК МАРКЕТИНГУ..... | 32 |
| 2.1. Загальна характеристика підприємства.....                                                                                               | 32 |
| 2.2. Оцінювання впливу внутрішніх факторів на формування цін на товари....                                                                   | 37 |
| 2.3. Дослідження маркетингового середовища та його впливу на формування цін на товари.....                                                   | 48 |
| 2.4. Дослідження реалізації ціноутворення на підприємстві.....                                                                               | 62 |
| 2.5. Розробка заходів щодо удосконалення ціноутворення на ПАТ «ПЛАЗМАТЕК».....                                                               | 66 |
| Висновок до розділу 2.....                                                                                                                   | 72 |
| ВИСНОВОК.....                                                                                                                                | 74 |
| ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....                                                                                                                     | 78 |
| ДОДАТКИ .....                                                                                                                                | 81 |