

**Министерство образования Республики Беларусь
Министерство образования и науки Российской Федерации**

**Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра «Маркетинг и менеджмент»

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Основы маркетинга»

**на тему «Разработка системы ценообразования для продукции фирмы (на примере СКТ-
ИНЖИНИРИНГ)»**

**Студент гр. ЭМ-221 П.А. Ермолович
Руководитель А.В. Александров**

Разработка системы ценообразования для продукции фирмы

1. Теоретические основы разработки системы
ценообразования для продукции фирмы

2. Анализ системы ценообразования для
товаров (услуг) фирмы на примере СКТ

Инжиниринг
3. Совершенствование системы
ценообразования предприятия

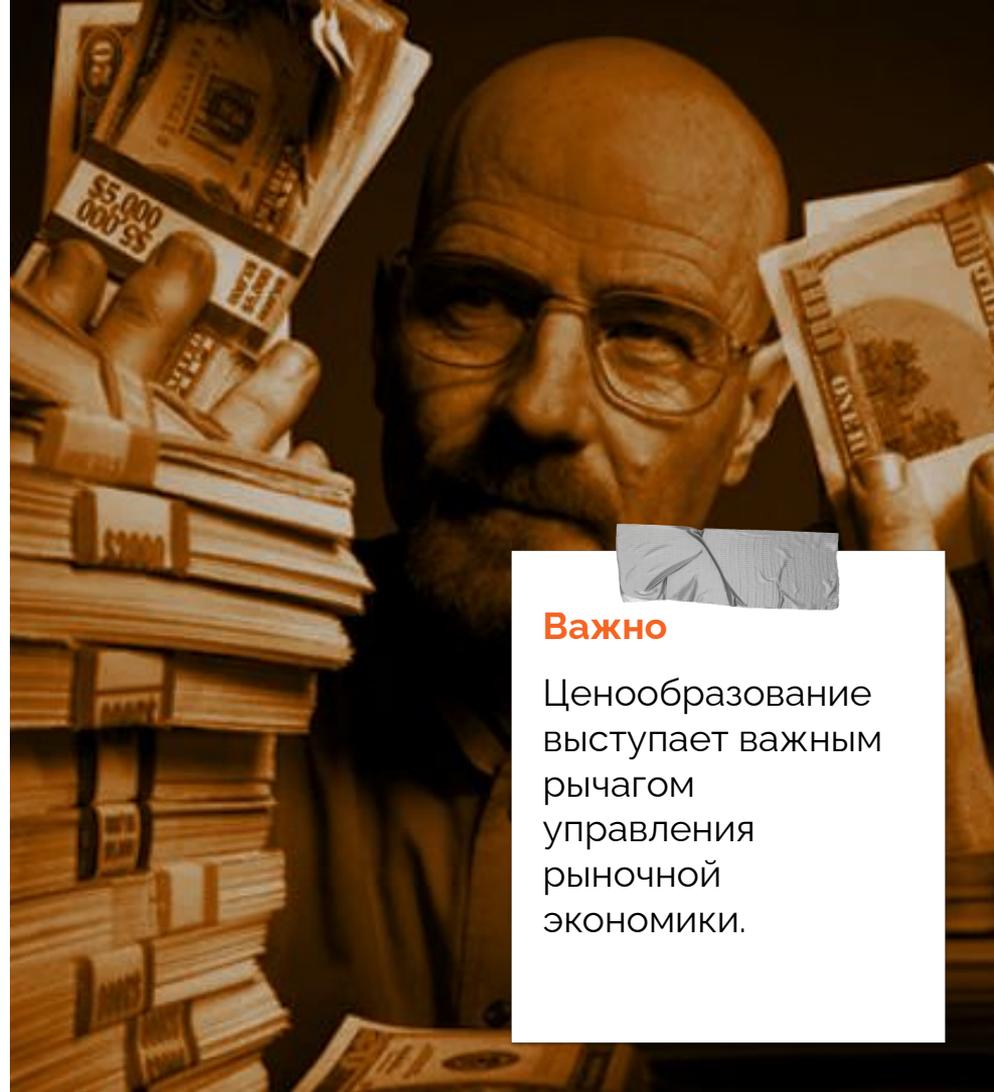


Цены и ценообразование

являются одним из ключевых элементов рыночной экономики.

Цена это количество денег, уплачиваемое за единицу товара.

Ценообразование это установление цены на товар или услугу. Бывает рыночное и централизованное.



Важно

Ценообразование выступает важным рычагом управления рыночной экономики.



1. Функции цены

→ Учетная

Цены позволяют учитывать в стоимостном выражении уровень издержек, объем производства.

→ Стимулирующая

Регулирование цены позволяет стимулировать рост производства.

→ Распределительная

Перераспределение доходов с помощью цен.

→ Сбалансирования спроса

Равновесная цена устанавливает баланс между спросом и предложением.



2. Этапы ценообразования

- Установка целей
- Анализ факторов, влияющих на цену
- Выбор способа ценообразования
- Определение стратегии ценообразования
- Установка цены



3. Стратегии ценообразования

→ **Затратная**

Ориентир компании - издержки производства.

→ **Рыночная**

Фокусировка внимания на экономических показателях рынка.

→ **Параметрическая**

Нацеливание на показатели издержек, затраченных на технико-экономические параметры товара.



АКВА+

У предприятия также имеется розничный магазин расположенный в городе Могилев по продаже труб в розницу.

«СКТ Инжиниринг»

Будучи основанным в 2001 году, является крупнейшим поставщиком трубопроводной арматуры, труб, электротехнической продукции и сантехнического оборудования в Республики Беларусь.

Компания также является первым импортером из Российской Федерации, Польши и Словакии труб для наружного и внутреннего водоснабжения.

Каталог

Каталог фирмы насчитывает более 41 категории, включая в себя наружный водопровод, ливневую канализацию, наружную канализацию, внутреннюю канализацию, систему навозоудаления, отопления, водоснабжения, а также отопительные приборы.

Общее число уникальных позиций более 500.

(В 50% жилых домов стоит продукция СКТ Инжиниринг)



Просмотр каталога

Каталог можно изучить онлайн, или запросить бумажный экземпляр напрямую у Компании, обратившись в 1 из их Офисов в городе Могилев или Минск. Каталог можно изучить и в розничном магазине.

Характеристика рынков Сбыта

Основными покупателями являются:

1. Водоканалы
2. ЖКХ
3. Отечественные и иностранные строительные компании
4. Торговые дома
5. Частные лица

Прибыльные позиции

Водопровод - 41%

Канализация - 44%

Комплекующие - 8%

Чугунные изделия - 7%

Конкуренты

Главным конкурентом в отрасли является «ЗАО Чистый берег», т.к. у компании схожий ассортимент и объем производства.

«СТС Белполипластик», «ЧУП Фабипласт» также являются конкурентами, но с меньшим ассортиментом, меньшим объемом производства.

The logo for FABIPLAST features a blue circular icon with a white stylized 'F' on the left, followed by the word 'ФАБИПЛАСТ' in a bold, black, sans-serif font.The logo for 'Чистый берег' consists of the words 'Чистый берег' in a blue, rounded, sans-serif font, set against a white rectangular background.The logo for БЕЛПОЛИПЛАСТИК features the words 'БЕЛПОЛИПЛАСТИК' in a white, bold, sans-serif font, set against a dark blue rectangular background.

Предоставляемые услуги

Помимо продажи трубопроводов, компания также предоставляет услуги:

Продажа труб

Как бы банально не звучало, но основным направлением компании является продажа водопроводов и прочих видов труб и канализаций.

Грузоперевозки

Компания имеет небольшой автопарк машин самой разной грузоподъемности, что позволяет перевозить заказы не только своей фирмы.

Аренда

Компания предлагает в аренду обширный выбор техники и оборудования, которая пригодится для работы с их продукцией.

Проект-Бюро

Фирма имеет личное проектно-бюро, которое помогает крупным заказчикам с проектированием на бесплатной или платной основе. (в зависимости от величины заказа)

Участие на выставках

Акцент делается на аудиторию которая приносит больше всего выручки, а именно застройщики и оптовики, которые как раз таки и посещают такие выставки.



Политика продвижения

Помимо участия на выставках, которое является самым эффективным маркетинговым средством в данной отрасли, компания также имеет внешнюю рекламу, такую как растяжки на их офисе и складе.



4. Чего нехватает компании?

- Наличия Социальных сетей
- Наружной рекламы
- Брендирование автопарка
- Хорошего и полного контентом сайта
- Удобной техподдержки на сайте

Создание собственного розничного магазина АКВА+

Преимущества:

1. Привлечение новых потребителей
2. Увеличение объемов продаж
3. Реализация своей продукции
4. Служит пунктом аренды оборудования

Важно отметить

Розничный магазин АКВА+ является как таковым Офисом, в которой можно арендовать оборудование, получить консультацию по всем вопросам, включая и оптовые заказы.

Ценообразование СКТ Инжиниринг

Ограничение по накрутке цены со стороны РБ в размере надбавки до 10%

ПСМРБ №447

В основном цена устанавливается исходя из:
*контрактных цен,
таможенных
сборов и пошлин.*

Метод - централизованный. В большинстве цены определяет государство.

ALL PRESS
PERSONNEL
PLEASE DISPLAY
YOUR ID/BADGES

NO CELLULAR PHONES
OR PAGER ALLOWED
IN COURTROOM



Итоги!

За годы своего существования компания создала единую экосистему, придя сделать заказ в которую, вы получите все необходимые консультации и услуги.

Сервис в компании присутствует, способов оплаты десятки. Огромным плюсом является создание розничного магазина.

Компании есть куда еще развиваться, начиная от политики распределения, заканчивая внутренними аудитами и развитием маркетингово отдела.

