

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. И. РАЗЗАКОВА**

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

Кафедра «Учет и финансы»

ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

**Методические указания и задания к практическим
занятиям для студентов направления 521604
«Бухгалтерский учет и аудит»**

БИШКЕК 2008

«РАССМОТРЕНО»
на заседании кафедры
«Учет и финансы»
Прот. № 5 от 25.01.08

«ОДОБРЕНО»
методическим советом
ИУБ
Прот. № 7 от 30.01.08

УДК.: 338.5(072)

Составитель Ибраимова С. М.

Цены и ценообразование: Методические указания по проведению практических занятий для студентов направлений 521604 / ИУБ КГТУ; -Б.: ИИ “Техник”, 2008. -16с.

Методические указания содержат программу курса «Цены и ценообразование», задания к практическим занятиям, вопросы для самостоятельной подготовки студентов.

Предназначены для студентов 3-го курса направлений 521604 – «Бухгалтерский учет и аудит».

Рецензент: Биримкулова К. Д.

Корректор *Мухатаева А.Ш.*

Тех. редактор *Алымбекова Б.С.*

Подписано к печати 18.03.2008. Формат бумаги 60x84¹/₁₆.
Бумага офс. Печать офс. Объем 1.00 п.л. Тираж 50 экз. Заказ 82. Цена 13.30 с.

Бишкек, ул. Сухомлинова, 20. ИЦ “Техник” КГТУ, т.: 56-14-55, 54-29-43

Е -mail: ict@ktu.aknet.kg, teknik@netbox.ru

Пояснительная записка

Одним из ключевых элементов рыночной экономики являются цены.

Цена представляет собой экономическую категорию, означающую сумму денег, за которую продавец хочет продать, а покупатель готов купить товар. Цена определенного количества товара составляет его стоимость, отсюда цена – денежное выражение стоимости товара.

Цена сложная экономическая категория. В ней фокусируются практически все основные экономические отношения в обществе. Прежде всего, это относится к производству и реализации товаров, формированию и использованию денежных накоплений. Цена опосредствует все товарно-денежные отношения.

Ценообразование – процесс формирования цен на товары и услуги. Характерны две основные системы ценообразования: рыночное ценообразование, функционирующее на базе взаимодействия спроса и предложения, и централизованное государственное ценообразование – формирование цен государственными органами. При этом в рамках затратного ценообразования в основу формирования цен ложатся издержки производства и обращения.

Перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями в качестве одной из основных встает проблема определения цены на свои товары и услуги.

Цена всегда была основным фактором, определяющим выбор покупателя. Это до сих пор характерно для бедных стран, среди неимущих групп населения применительно к продуктам товаров широкого потребления. Но в последнее время на покупательском выборе энергичнее стали отражаться ценовые факторы, в частности, стимулирование сбыта, организация распределения товара и услуг разной клиентуры.

Контроль оценки знаний студентов по дисциплине «Цены и ценообразование» заключается в выполнении каждым студентом задания бонусного контроля и обязательного решения финального теста (приложение № 1)

Ф.И.О.	БОНУС					
	Презентац ия	Решение задачи	Тесты для самопроверк и по теме	Финальн ый тест	Итого баллов	Оценк а
	30 балл	15 балл	15 баллов	40 балл	100балл	
Исаева	30	15	15	40	100	Отл.
Мамыров	20	15	10	30	75	Хор.
Мададов	30	-	-	40	70	Удовл.

Словарь терминов по ценообразованию

Акцизы - вид косвенных налогов на товары, преимущественно массового спроса и услуги частных предприятий. Величина акциза включается в цену товаров или тариф предоставляемых услуг.

Амортизационные отчисления (амортизация) - процесс постепенного переноса стоимости средств производства (машин, оборудования, строений и т.п.) по мере износа на производимый с их участием продукт и включается в стоимость и цену произведенной продукции.

Бюджет - баланс денежных доходов и расходов субъектов хозяйственной деятельности - государства, республик, областей, предприятий, учреждений и т.п. на определенный период времени; утверждается в законодательном порядке.

Бюджетная дотация - денежные средства, передаваемые из вышестоящего бюджета в нижестоящие бюджеты в случаях превышения их расходов над доходами, что предусматривается соответствующими статьями утвержденного бюджета.

Валовая продукция - экономический показатель, характеризующий объем продукции, произведенной в той или иной отрасли материального производства, в стоимостном (денежном) выражении. Рассчитывается в сопоставимых и текущих ценах. Данный показатель включает все элементы стоимости товарной продукции, а так же продукции, не являющейся товаром (незавершенное производство).

Валовой доход - вновь созданная стоимость, которая включает заработную плату и чистый доход. Определяется как разница между выручкой и материальными затратами реализованной продукции.

Временные оптовые цены - оптовые цены, действие которых ограничено определенным сроком, устанавливается на продукцию, впервые осваиваемую на соответствующем производстве.

Временные розничные цены - розничные цены, действие, которых ограничено, как правило, до 6 месяцев. Данные цены устанавливаются на отдельные виды товаров, впервые поступающие в розничную торговлю.

Единые оптовые цены - оптовые цены, устанавливаемые на одинаковые виды промышленной продукции - средства производства и предметы потребления. Цены, которые регулируются правительством, министерствами.

Издержки производства - совокупные затраты живого и овеществленного труда на производство продукции (товара). Издержки производства

рассматриваются чаще всего как себестоимость, включающей в себя текущие затраты на производство и реализацию продукции (работ и услуг).

Монопольная цена - разновидность рыночной цены товаров в условиях развитого капитализма. Монопольная цена включает в себя, как правило, издержки производства и сверхприбыль.

Налог на добавленную стоимость - косвенный налог на товары и услуги. Налог на добавленную стоимость (НДС) является формой изъятия в бюджет части вновь созданной стоимости. Предшественником налога на добавленную стоимость в экономике России был налог с оборота, который теоретически рассматривается как одна из форм чистого дохода.

Поясные цены – цены, дифференцированные по пространственному признаку, по зонам, в которые включаются определенные территории (области, края, республики).

Расчетная прибыль - показатель, используемый в системе экономического стимулирования и для определения взаимоотношения субъектов хозяйственной деятельности (предприятия, фирма и т.п.) с бюджетом и вышестоящей организацией. Расчетная прибыль исчисляется путем вычитания из полученной прибыли от реализации продукции, работ и услуг, платы за производственные фонды, за трудовые и природные ресурсы, проценты за краткосрочные кредиты.

Расчетная рентабельность - один из показателей эффективности работы предприятия, объединения, применяемых при планировании, оценке выполнения планируемых заданий этих предприятий. Определяется этот показатель отношением расчетной прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств. Исчисляется в процентах.

Рынок - сфера действия совокупных экономических отношений, которые складываются по поводу реализации товара и услуг.

Себестоимость продукции - текущие затраты (овеществленного и живого труда) в денежной форме на производство и реализацию продукции со стороны предприятий, объединений и т.п.

Сезонные цены - закупочные и розничные цены на некоторые сельскохозяйственные продукты (овощи, фрукты), реализуемые в различное время года (по сезонам).

Текущие цены - цены и тарифы, действующие в данный период. Подразделяются на оптовые цены, закупочные, розничные цены, а так же цены и

расценки в строительстве, тарифы и цены на услуги транспорта и других организаций.

Франко - условия продажи, в соответствии с которыми продавец обязан за свой счет и риск доставить проданный товар в обусловленное договором место, а покупатель - принять его немедленно по прибытии и нести все последующие расходы по его выгрузке, транспортировке, хранению и связанные с этим риски.

"Франко-вагон"... - далее указывается наименование железнодорожной станции, на которой все права на товар и ответственность за его дальнейшее продвижение, включая все расходы, переходит с продавца на покупателя.

"Франко-получателя" - при этом указывается склад грузополучателя (точный адрес). Данные условия предусматривают максимальный объем обязанностей продавца, его финансовых затрат по транспортировке грузов и риска до прибытия товара включается в стоимость тарифа соответствующих грузов.

Цена - денежное выражение стоимости товара, Экономическая категория, с помощью которой измеряется количество овеществленного и живого труда на производство товара общественно необходимым рабочим временем.

Цена оптовая (отпускная) - цена на товар, продаваемый крупными партиями (оптом). Оптовая цена товара, как правило, не включает в себя издержки обращения, т.е. затраты связанные с реализацией товаров через торговую сеть по розничным ценам.

Цена производства - превращенная форма стоимости, включающих в себя средние издержки производства и среднюю величину прибыли на вложенный капитал при производстве товаров в условиях свободной конкуренции предпринимателей.

Цена расчетная внутрифирменная ("трансфертная") - внутрицеховая, включающая в себя издержки производства и нормативную величину прибыли, применяется при расчетах за поставки между "материнской" и "дочерними" компаниями.

Цена розничная - цена товара продаваемого в личное потребление, представляет денежное выражение всех затрат, связанных с производством, транспортировкой и реализацией готовых изделий.

Ценовая эластичность спроса - степень изменения объема сбыта продуктов в зависимости от динамики цены на нее.

Тема: Цена как экономическая категория в переходный период.

Стоимостные основы цены и переход к рыночному ценообразованию. Отличительные черты рыночного ценообразования от централизованного установления цен. Экономические функции цены. Место цены на рынке. Рынок как основная форма реализации товарно-денежных отношений и стоимостных категорий: финансов, кредита, заработной платы, себестоимости, прибыли, цены.

Литература к теме:

1. Дерябина А.А. Цена и ценообразование. М:1999г.
2. Салимжанов. Цены и ценообразование. М: Проспект.

Задание бонусного контроля:

А) Презентация.

Темы для презентации:

1. Затраты, образующие себестоимость производства продукции.
2. Цена и стоимость, их взаимосвязь.
3. Экономические функции цены.
4. Структура рынка.

Б) Задача 1.

Если фирма увеличивает выпуск с 40 до 41 единицы продукции и совокупные издержки при этом возрастают с 262 до 281 ден. ед., то, сколько составят предельные издержки дополнительного выпуска.

В) Тесты для самопроверки.

Цена предложения – это:

1. максимальная цена, по которой производители согласны предложить на рынке данное количество товара;
2. минимальная цена, по которой производитель продает на рынке свои товары;
3. максимальная цена, по которой покупатели готовы купить у продавца данный товар;
4. минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара.

Тема: Теоретические основы ценообразования. Методология ценообразования.

Сущность цены. Основы ценообразования. Методология ценообразования. Направления ценового анализа: нормативное, балансовое, структурное, вариантное. Ценообразование государственное, лимитирующее, ценообразование на уровне производителя. Политика цен. Ценовая стратегия.

Литература к теме:

1. Липсиц И.В. Ценообразование (Управление ценообразованием в организации). –М.: Экономика.

Задание бонусного контроля:

А) Презентация.

Темы для презентации:

1. Государственное ценообразование.
2. Ценообразование на уровне производителя.
3. Стратегия средних и высоких цен.
4. Стратегия нейтрального ценообразования.

Б) Задача 2.

Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 0,2 сома, если текущая цена товара 3 сома, планируемый объем продаж 1 млн. штук. Известно, что конкуренты вслед за фирмой также снизят свои цены. Показатель эластичности спроса по цене 1,6.

Задача 3.

Полные затраты фирмы на единицу изделия составили в текущем году 3500 сом. При расчете цены фирма закладывает коэффициент прибыльности (долю прибыли в цене) 25%. В условиях инфляции наблюдается рост затрат на 250 сом.

Рассчитайте: 1. цену в текущем году;

2. цену, которая полностью возмещала бы затраты фирмы и сохранила бы прибыль в прежнем размере;

3. цену, которая не только бы возмещала затраты, но и обеспечивала коэффициент прибыльности 25%.

Задача 4.

Предположим, что фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку какого-либо оборудования. Дата получения заказа – 2005 год, срок поставки – 2007 год. Предложенные поставщиком условия скольжения определяют следующую раскладку цены на составляющие:

- Стоимость материалов – 50%;
- Стоимость рабочей силы – 25%;
- Постоянные расходы – 25%.

Предполагается, что за 2005-2007 года цены на материалы вырастут на 17%, а ставки номинальной заработной платы повысятся в машиностроении на 25%. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, определить по формуле скольжения процент повышения цены.

Задача 5.

Определите отпускную цену на новую стиральную машину предназначенную для замены ранее освоенной, имеющей оптовую цену 275 у. ед. Главным техническим параметром является мощность (обороты) равная у новой машины 900, а у старой – 200.

Задача 6.

Определите отпускную цену на новый автомобиль балловым методом при условии:

Автомобил и	Параметры					
	Комфортабельность		Надежность		Проходимость	
	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости
Базовый	45	0,2	70	0,4	80	0,4
Новый	50	0,2	83	0,4	80	0,4

Цена базовой модели-13756 ден. ед.

В) Тесты для самопроверки.

Ценообразование затратным методом может основываться на:

1. сумме постоянных и переменных затрат;
2. на предельных затратах;
3. на общих затратах;
4. верны все предыдущие ответы.

Определение цен на основе методов маркетинговых оценок:

1. на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
2. метод рентабельности инвестиций;
3. метод сходной цены (ориентация на конкуренцию);
4. метод структурной аналогии.

Тема: Рынок и цена. Взаимодействие спроса и предложения.

Цена как инструмент сглаживания противоположных экономических интересов продавца и покупателя. Рынок и цена – категории, обусловленные товарным производством. Равновесие. Цена равновесия. Избыточный спрос и избыточное предложение. Ценовые факторы спроса и предложения.

Литература к теме:

1. Куликов А. Цены и ценообразования в вопросах и ответах. М: Проспект.
2. Тактаров Г. Ценообразование. М: Финансы.

Задание бонусного контроля:

А) Презентация.

Темы для презентации:

1. Директивная цена.
2. Условия и факторы изменения спроса и предложения.
3. Способность рынка возвращаться к равновесию.

Б) Задача 7.

Функция спроса населения на данный товар $Q_d = 7 - P$.

Функция предложения данного товара $Q_s = -5 + 2P$, где Q_d и Q_s .

Соответственно объем спроса и объем предложения в млн. шт. в год.

P – цена в сомах.

Определить:

- равновесную цену и равновесный объем продаж;
- предположим, что на товар установлена фиксированная цена на уровне 3 сом за единицу. Определить объем продаж и объем неудовлетворенного спроса (дефицита);
- предположим, на данный товар введен налог, уплачиваемый продавцом в размере 1,5 сом за единицу. Определит равновесный объем продаж и равновесные цены для покупателя (P^+) и продавца (P^-).

Задача 8.

Функция спроса населения на данный товар имеет вид $Q_D = 14 - 2P$, функция предложения данного товара $Q_S = -4 + 2P$

Определить ставку налога, при которой равновесный объем продаж составит 2 единицы.

В) Тесты для самопроверки.

Если на рынке существует избыточный спрос на товар, то причиной этого является то, что:

1. цена на товар превышает равновесную цену;
2. цена на товар ниже равновесной цены;
3. товар является низкокачественным;
4. объем предложения превышает объем спроса.

Равновесная цена- это:

1. цена выше той, которая создает избыточный спрос;
2. цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
3. все перечисленное выше справедливо;
4. цена, установленная правительством.

Тема: Классификация цен и их система.

Виды цен и их классификация. Состав и структура цен. Система цен и признаки, лежащие в ее основе. Признаки классификации цен по видам и разновидностям. Процесс ценообразования. Принцип сообщающихся сосудов. Обстоятельства тесной взаимосвязи и взаимозависимости цен, входящих в единую систему.

Литература к теме:

1. Баздикин А. Цены и ценообразование. М: Юрайт.
2. Такаров Г. Ценообразование. М: Финансы.

Задание бонусного контроля:

А) Презентация.

Темы для презентации:

1. Дифференциация цен в соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения.

2. Процесс ценообразования.

3. Единая система цен, находящаяся в постоянном движении под воздействием множества рыночных факторов.

Б) Задача 9.

1. Исходя из следующих данных:

- Полная себестоимость изделия – 40 сом;
- Уровень рентабельности затрат – 20%;
- НДС – 6 сом;
- Наценка посреднических организаций – 5 сом;
- Торговая надбавка – 15% к отпускной цене посредников.

Определите: Оптовую цену предприятия; Розничную цену; Структуру розничной цены.

Задача 10.

Исходные данные:

- Полная себестоимость изделия - 40 сом;
- Норматив рентабельности – 25% к себестоимости;
- Розничная цена изделия – 100 сом;
- Скидка посреднической организации – 10% к розничной цене;
- Торговая скидка – 20% к розничной цене.

Определите:

- Прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- Оптовую цену предприятия.

Задача 11.

Определите отпускную цену единицы продукции (флакона духов), не облагаемой акцизом, при условиях:

- При изготовлении продукции используется спирт, имеющий фактическую себестоимость (спирт производится на данном предприятии) 5 сом за 1 дал (1 декалитр = 10 л.);
- Ставка акциза на спирт составляет 90 от отпускной цены без НДС;
- Для изготовления одного флакона духов требуется 15 мл спирта;
- Затраты на изготовление одного флакона духов (без затрат на производство спирта с учетом акциза), составляют 2 сом 85 тыйын;
- Уровень рентабельности к себестоимости принят в размере 25%.

Задача 12.

Определите:

А) отпускную цену завода-изготовителя;

Б) цену «франко-железнодорожный вагон»;

В) цену ФАС, ФОБ, КАФ (СФР), СИФ.

Исходные данные приведены на единицу изделия:

- Себестоимость- 400 тыс. сом;
- Прибыль – 25%;
- Перевозка к железнодорожной станции – 3 тыс. сом;
- Стоимость погрузки в вагон – 1,2 тыс. сом;
- Стоимость перевозки до порта – 4 тыс. сом;
- Стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна – 1,5 тыс. сом;
- Стоимость доставки на борт судна и складирование на судне 1 тыс. сом;
- Морской фрахт до порта назначения – 200 долл. (1 долл.- 25 сом);
- Страхование –3 %.

В) Тесты для самопроверки.

По характеру обслуживаемого оборота выделяют:

1. Регулируемые цены;
2. Закупочные цены;
3. Биржевые котировки;
4. Скользящие цены.

В качестве мировых цен на продукцию производственно- технического назначения принимаются:

1. Цены каталогов торговых фирм;
2. Внутренние оптовые цены в странах с емким рынком;
3. Биржевые котировки на крупнейших биржах;
4. Цены основных фирм-производителей.

Тема: Ценовая политика фирмы.

Стратегические и тактические аспекты ценовой политики фирмы. Методы ценообразования фирмы. Тактические аспекты ценовой политики. Корректировка цены фирмой в зависимости от различных факторов, действующих на рынке. Стратегии возможного качественно- ценового позиционирования товара. Установление дискриминационных цен. Инициативное понижение и повышение цен.

Литература к теме:

1. Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы. –М., 1995г.
2. Липсиц И.В. Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке. –М., Экономика, 2002.

Задание бонусного контроля:

А) Презентация.

Темы для презентации:

1. Установление цены со скидками и зачетами.
2. Экономический смысл установления дискриминационных цен.

Б) Задача 13.

Предприятие производит один вид продукции и планирует выпустить в следующем квартале 100000 единиц. Планируемые затраты при этом составят:

- Заработная плата основных рабочих – 60000 ден.ед.;
- Основные материалы – 20000 ден.ед.;
- Переменные накладные расходы – 20000 ден.ед.;
- Постоянные накладные расходы – 40000 ден.ед.;

Итого: 140000 ден.ед.

Предприятие получило заказы на 80000 единиц продукции по рыночной цене 18 ден.ед. за шт. Вместе с тем еще один дополнительный заказчик согласен купить 20000 единиц по цене 12 ден. ед. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ?

В) Тесты для самопроверки.

Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

1. Высокой эластичности спроса по цене;
2. Низкой эластичности спроса по цене.

Стратегия «нейтрального ценообразования» (средних цен) означает:

1. Установление цен примерно на уровне цен фирм- конкурентов;
2. Установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли.

Тема: Методы исследования экономической конъюнктуры рынка и ценовой динамики.

Конъюнктура рынка. Уровень цен. Ценовая политика конкурентов. Ценовое давление конкурентов. Среднегодовые цены.

Литература к теме:

1. Куликов А. Цены и ценообразования в вопросах и ответах. –М.: Проспект.
2. Павлов В.С. Радикальная реформа ценообразования.

Задание бонусного контроля:

А) Презентация.

Темы для презентации:

1. Конкурентная система цен.
2. Индекс потребительских цен.
3. Вкусы, склонности и предпочтения при установлении цен.

Б) Задача 14.

Вычислите среднегодовую цену товара, если известно, что цена к началу года была 15 ден. ед. за штуку, с 18.03 цену повысили на 10%, а с 20.07 – еще на 12 %.оборот по реализации за год составил 800 тыс.ден.ед., за 1 квартал – 200 тыс. ден.ед, в том числе за март – 70 тыс.ден.ед., за 2 квартал – 240 тыс.ден.ед., за июль – 60 тыс.ден.ед.

Задача 15.

В отчетном году было продано головных уборов на 800 тыс. сом, меховых изделий - на 3 млн.сом, галантереи – на 400 тыс.сом. Определите общий индекс цен на эти товары, если известно, что цены на головные уборы были снижены на 8%, на меха – на 5, на галантерею – на 10 %.

В) Тесты для самопроверки.

Чтобы охарактеризовать уровень цен необходимо использовать следующий показатель:

1. Индекс потребительских цен;
2. Средние цены;
3. Индекс-дефлятор ВВП;
4. Соотношение цен внутреннего и мирового рынков.

Как изменятся цены, если физический объем товарооборота увеличится на 10 %, а товарооборот возрастет на 6%?

1. Увеличатся на 6%;
2. Уменьшатся на 6%;
3. Снизятся на 4%;
4. Вырастут на 4%.

Тема: Государственное регулирование рынка и цен.

Регулирование рынка цен со стороны государства. Политика цен. Прямое государственное вмешательство в ценообразование, основные формы. Косвенное вмешательство в ценообразование, основные формы.

Литература к теме:

1. Павлов В.С. Радикальная реформа ценообразования.
2. Арdziнов В. Ценообразование и сметное дело в строительстве. Питер.

Задание бонусного контроля:

А) Презентация.

Темы для презентации:

1. Политика цен в Кыргызстане.
2. Методы государственного регулирования.

Б) Задача 16.

Предположим, что Япония вводит добровольное ограничение экспорта автомобилей во Францию. Известно, что в результате этих ограничений объем импорта во Францию сократился с 60 до 40 тыс. автомобилей, а цена автомобилей выросла на 1000 долл.

На основании этих данных рассчитайте потери благосостояния Франции от введения добровольного экспортного ограничения при условии, что на импорт автомобилей установлен специфический таможенный тариф в размере 500 долл.

Задача 17.

Предприятие пищевой промышленности производит и реализует 1 млн. штук продукции по средней цене 2500 сом за единицу. Показатель эластичности спроса E_c на продукцию составляет 1,5 себестоимость единицы продукции – 2300 сом, соотношение между постоянными и переменными затратами – 20:80. Для увеличения объема продаж и выручки предприятие предполагает снизить цену на 100 сом.

Определить:

- Как снижение цен отразится на прибыли предприятия

- Достаточно ли предприятию этой информации для принятия определенного ценового решения
- Какие мероприятия следует провести предприятию, чтобы объем прибыли сохранялся на прежнем уровне

В) Тесты для самопроверки.

Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов может осуществляться в форме установления:

1. скользящих цен;
2. предельных цен;
3. сезонных цен;
4. прейскурантных цен.

Местными органами власти города Бишкек регулируются цены:

1. на железнодорожном транспорте;
2. на электроэнергию;
3. на коммунальные услуги;
4. на хлеб.

Вопросы для самостоятельной работы студентов.

1. Политика цен: сущность, цели, факторы влияния.
2. Цена. Понятие, значение для предприятия. Виды.
3. Теоретические основы рыночного ценообразования.
4. Ценообразование на различных рынках(чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция, чистая монополия).
5. Стратегии политики цен. Виды стратегий.
6. Постановка задач ценообразования.
7. Методы ценообразования.
8. Факторы, влияющие на политику цен предприятий.
9. Ценовая дискриминация.
10. Эластичность спроса.
11. Государственное регулирование цен.
12. Методы регулирования цен.
13. Государственный контроль цен.
14. Система цен и тарифов.
15. Цена и качество продукции.
16. Дифференциация цен. Сущность, цели, условия.
17. Затратное ценообразование и порождаемые им проблемы.
18. Чувствительность покупателей к уровням цен и значимость ее изучения.
19. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирм.
20. Взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетинговой политики фирмы.

Список использованной литературы

1. Есипова В.Е. Цены и ценообразование. Санкт- Петербург. 2000г.
2. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. –М., 2001г.
3. Маховикова Г. Цены и ценообразование. Санкт- Петербург. 1999г.
4. Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы. –М., 1995г.
5. Дерябина А.А. Цены и ценообразование. –М., 1995г.

