

ние торговой сети. Существующие в Латвии торговые сети, такие как Rimi, Beta, Mego, представляют одноименные торговые марки для товаров продуктовых и непродуктовых сегментов. Литовская торговая сеть VP Market, успешно развивающаяся на латвийском рынке, уже входила на рынок с торговыми марками Таура и T-Market. Латвийская кооперация торговцев AIBE, объединяющая более 320 магазинов, которые принадлежат разным юридическим лицам, предлагает покупателям торговую марку Kencis в продуктовой и непродуктовой группе товаров.

Позиция частных торговых марок как в Латвии, так и во всем мире будет укрепляться также по мере реализации Плана Европейской комиссии по контролю за информацией о продукте и запрещении утверждений, находящихся на упаковке продуктов, вводящих в заблуждение потребителей о полезности для здоровья. В результате этого некоторые продукты уйдут с рынка, а на их месте будут появляться продукты с частной торговой маркой, подтверждающей высокое качество товара, и сертифицированные в соответствии с международными стандартами.

Рехтин В. А., БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕН В УСЛОВИЯХ КОНКУРСНЫХ ТОРГОВ

В условиях развивающихся рыночных отношений приобретает большое значение наиболее эффективное удовлетворение потребностей предприятия (организации) в товарах, работах и услугах. Данная задача может быть успешно решена с помощью прокьюременты, одним из основных инструментов которого являются конкурентные закупки, в первую очередь торги (конкурсы, тендеры).

В ходе торгов предприятие-заказчик выбирает оптимальное предложение требуемых ресурсов из предложений таких ресурсов различными предприятиями – поставщиками. Оптимальное предложение при этом не означает самое современное или дешевое. Поставщики часто участвуют в различных тендерах одновременно, и предлагаемая ими цена колеблется от тендера к тендеру, в зависимости от условий поставки, количества товара, заказчика. При этом они стремятся сделать цену максимальной, но такой, чтобы заказчик выбрал именно их. Различные уровни в ценах предложений должны носить обоснованный характер и не должны противоречить законодательству.

Поставка на территории Республики Беларусь товаров всем покупателям независимо от форм собственности осуществляется по утвержденным предприятиями-изготовителями отпускным ценам. Предприятия при реализации произведенной продукции имеют право предоставлять покупателю скидки со сформированной отпускной цены исходя из условий договора. Таким образом, претендент может предложить в тендерном предложении заказчику стоимость контракта закупки исходя из цены единицы товара, равной значению отпускной цены, либо сформированной со скидкой к значению отпускной цены.

Решетников Д. Г., БГУ (Минск)

АНАЛИЗ РЕКРЕАЦИОННО-ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ БЕЛАРУСИ

В системе маркетингового анализа конкурентоспособности туристских дестинаций (стран, регионов, центров) одним из важнейших параметров является фактор рек-