

действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности. Обязательства возникают из договора, вследствие причинения вреда, неосновательного обогащения и из иных оснований, указанных в Гражданском кодексе Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь) и других актах законодательства (ст. 288 ГК Республики Беларусь). Обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями законодательства, а при отсутствии таких условий и требований – в соответствии с обычно предъявляемыми требованиями (ст. 290 ГК Республики Беларусь).

Глава 25 ГК Республики Беларусь регулирует отношения по поводу ответственности за нарушение обязательств и предусматривает ответственность по различным обязательствам, таким как обязанность должника возместить убытки, за неисполнение денежного обязательства, за неисполнение обязательства в натуре, исполнение обязательства за счет должника, ответственность должника за своих работников, ответственность должника за действия третьих лиц, просрочка должника и просрочка кредитора, также предусмотрена субсидиарная ответственность и другие.

В силу сложности проблем ответственности за нарушение обязательства, многообразия возможных обязательств, необходимой является более четкая регламентация каждого отдельного обязательства, глубокое и всестороннее урегулирование договорных и внедоговорных обязательств с целью эффективного функционирования гражданско-правовых отношений, снижения количества разногласий по поводу отдельных положений гражданского законодательства.

УДК 338.5

**РУЛЕВСКАЯ Е.О.**, студентка

Научный руководитель **БАБЫНИНА Г.М.**, доцент

Бобруйский филиал УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Бобруйск, Республика Беларусь

### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРОЦЕДУР ЗАКУПКИ**

Развитие инвестиционной деятельности является важнейшим условием повышения качества и конкурентоспособности продукции, а также конкурентоспособности самого предприятия. ОАО «Бобруйский кожкомбинат» в целях повышения качества своей продукции обновляет оборудование, износ которого составляет 70,1%. Предприятие проводит открытые конкурсы на закупку оборудования. На основании конкурсных документов, оценка предложений выполняется по четырем критериям: цена конкурсного предложения; сокращение срока поставки; наличие опыта по выполнению аналогичных договоров; наличие сервисных центров. Для оценки конкурентоспособности закупаемого оборудования члены тендерной комиссии могут использовать методом сравнения качественных и стоимостных параметров. Каждому параметру идеальной машины присваивается индекс 100, каждый параметр сравниваемых машин получает в случае соответствия требованиям покупателя индекс 100, в случае несоответствия — определенную часть от 100. На основе оценки экспертов, анализируемым параметрам машин присваивают весовые индексы. Далее определяем соотношения средневзвешенных индексов товаров-конкурентов и «идеальной машины».

Приведенные к единому знаменателю индексы представляют надбавки к цене и скидки с нее за отличие параметров конкурентных машин от «идеальной машины». Цена товаров-конкурентов М20-4600 дол, М950-4800дол. Превышение цены на М700, равной 5200 дол, над ценами конкурентов М20-600дол, М950-400дол. Тогда обоснованная надбавка на М700 при цене 5200дол за различия в параметрах составит: М20:  $(100-96):96 \times 4600 = 192$ дол, на М950-  $(100-103,1) \times 4800 = -144$ дол. Соответственно необоснованная надбавка на машину М700 при цене 5200 дол на М700-408 дол, на М950-544дол.

Установив «безразличные» цены, организация-покупатель имеет достаточно данных, чтобы скорректировать первоначальную цену с учетом конкурентных факторов. Для этого необходимо закрытые конкурентные торги перевести в договорные. В результате торгов контракт получает та фирма, которая предложит минимальную цену, обеспечит требуемое качество и короткие сроки исполнения заказа.

УДК 338.33:664.143/.149(476)

**САВЧЕНКО Е.В.**, студентка

Научный руководитель **АРТЕМЕНКО С.В.**, ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

## **АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Кондитерская промышленность Республики Беларусь состоит из 13 фабрик, выпускающих кондитерские изделия. Кроме специализированных предприятий, выпуск мучных изделий осуществляют производители хлебобулочной промышленности.

Ассортимент вырабатываемых в Республике Беларусь кондитерских изделий разнообразен, постоянно меняется и составляет более 5000 наименований. Широкий ассортимент кондитерских изделий позволяет каждому покупателю выбрать продукт на свой вкус.

Широкий ассортимент, высокое качество, использование натурального сырья и современных технологий позволяют реализовывать кондитерские изделия не только на внутреннем рынке, но и за пределами Беларуси.

Исследования показали, что рынок кондитерских изделий в Республике Беларусь сформирован и близок к насыщению. Более того, у потребителей существует определенная активность в отношении таких брендов, как «Коммунарка», «Спартак», «Витьба».

Потребление кондитерских изделий на душу населения в Республике Беларусь в 2012 г. составляло 18 кг/год. Популярностью у жителей Республики Беларусь пользуются печенье (4,8 кг в год), торты и пирожное (1,8 кг в год), пряники (1,3 кг в год), вафли (1,8 кг в год).

Производители кондитерских изделий постоянно отслеживают сезонные колебания спроса на различные кондитерские изделия и корректируют ассортимент согласно этим изменениям.

Сегментация ассортимента на рынке кондитерских изделий представлена товарами, которые относятся к дешевому, среднему и премиальному сегментам. Деление происходит на основании следующих критериев: цены, качества, коммуникативных средств марок, закрепляющих их позиционирование.

Таким образом, основными направлениями в совершенствовании ассортиментной политики кондитерских изделий являются расширение