

The Club for Protection of Consumers Interests of Latvia participates in the food projects organized by Consumers International & National Lottery Charity Board. Food project of our consumer organization last year under the title Good Food Hygiene Practice and Healthy Eating was devoted to the development of quality system in the field of schoolchildren nutrition to improve quality of school meals in Latvian schools. This year our consumer organization has food project "Food Safety at School". Two main problems – nutrition value of school meals and food safety of school meals - are very important directions for development of marketing strategy at school for healthy nutrition insurance at school and for healthy society development in general.

Месник Д.Н.
БГАТУ (Минск)

ОБОСНОВАНИЕ ТАРИФОВ НА ЗАГОТОВКУ КОРМОВ МЕХАНИЗИРОВАННЫМИ ОТРЯДАМИ АГРОПРОМТЕХНИК

В условиях рыночных отношений каждое предприятие должно экономически обеспечивать своё существование. В этой связи для налаживания нормальных взаимоотношений между агросервисными и сельскохозяйственными предприятиями важно установить тарифы на услуги, приемлемые как для производителя, так и потребителей услуг. Обоснование рациональных тарифов на производственные услуги осуществлено с помощью метода сопоставления валовых показателей на примере механизированного отряда ОАО Дзер-жинской «Агропромтехники».

Для определения рациональных тарифов на заготовку кормов изучено изменение валовой выручки, валовых издержек и прибыли при разных уровнях тарифов и объёмов услуг.

Если повышать рыночный тариф, уменьшая объём услуг, то валовая выручка будет расти и достигнет максимума. Дальнейшее повышение тарифа и уменьшение объёма услуг сопровождается постепенным снижением валовой выручки. Однако прибыль все время растёт, достигая максимума. Этот тариф принят в качестве оптимального, так как он обеспечивает наибольшую массу прибыли агросервисному предприятию. Валовые издержки при повышении тарифа и уменьшении объёма продукции постепенно сокращаются.

Мешкова И.М.
БГТУ (Брест)

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Эффективное использование средств маркетинговых коммуникаций (рекламы, ПР, личной продажи и стимулирования продаж) позволяет решать стратегические и тактические задачи фирмы.