

Belarus is prepared to establishing regular official contacts with the governments of Benin, Sierra-Leone, Equatorial Guinea, Hungary both at a bilateral basis and within the framework of various international forums.

Hosting permanent meeting of the bilateral Belarusian-Lithuanian Belarusian-Latvian and Belarusian-Polish commission for trade and economic cooperation Belarus consider perspectives for expanding the trade and economic ties, attracting Baltic Sea region countries investments in Belarus, improving the transit of Belarusian goods through the Lithuanian, Polish and Latvian territory, including application of competitive rates for transit and transshipment of Belarusian export cargos through the Seaports and customs terminals. The meeting agenda ought to include operation and opening of new border checkpoints, signing bilateral agreements on cooperation in science and technology, nuclear and radiation safety, navigation spheres.

Белова С.О.

УО БГЭУ (Минск)

<http://edoc.bseu.by>

СКИДКИ С ЦЕН В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Применение скидок с цен в общественном питании в Республике Беларусь не получило широкого распространения. Однако, в связи с глобализацией экономики, развитием зарубежных сетей на рынке услуг общественного питания в республике, ростом конкуренции целесообразным является исследование условий возможности или невозможности их применения в общественном питании.

Мировая практика показывает жизнеспособность и массовость применения программы скидок в общественном питании. Позитивным фактором в их использовании является то, что они позволяют в более короткие сроки выводить на рынок новую продукцию, а также привлекать новых посетителей.

Применение скидок с розничных цен на продукцию общественного питания имеет смысл только тогда, когда поток посетителей в результате их использования резко увеличивается. Необходимым условием принятия соответствующего управленческого решения является экономическое обоснование программы скидок, то есть расчет прироста дополнительного количества посетителей, необходимого, для того, чтобы оправдать сокращение маржинального подхода при предоставлении ценовой скидки.

Эффективность реализации программы скидок во многом зависит от способа распространения купонов на скидку и размера скидки. Вместе с тем применение скидок может привести не к росту эффективности деятельности организации общественного питания, а, наоборот, к ее снижению, так как постоянные посетители начинают чаще использовать купоны, что приводит не к росту прибыли, а к ее падению. Практика показывает, что ожидание того, что применение скидок компенсируется ростом числа посещений, не оправдывается.

Нельзя вводить скидки, если организация общественного питания находится на грани убыточности, поскольку если количество посетителей существенно не возрастет и организация не сможет значительно увеличить объем продаж, то финансовые показатели ее деятельности могут ухудшиться.

Применение скидок нецелесообразно, если цена для посетителей не является главным фактором при выборе организации общественного питания. Если бы цена и только цена привлекала посетителя, то услуги эксклюзивных организаций общественного питания не пользовались бы спросом, а практика показывает обратное.