

шений всеми заинтересованными лицами в сфере водоснабжения и водоотведения, определения администрацией предприятия, по результатам анализа отклонений фактически достигнутых значений индикаторов от установленных целевых показателей, по которым возможно повышение экономической и технологической эффективности. Кроме этого, проведение сравнительного анализа результатов деятельности предприятий ВКХ по установленному набору ключевых целевых показателей, утвержденных в сервисном договоре, позволит выбрать инвесторам приемлемые водоканалы для последующего финансирования проектов по энерго- и ресурсосбережению, реконструкции систем ВиК.

<http://edoc.bseu.by>

*Belitski M.E.  
BSU (Minsk)*

## **UP-DATED BELARUS-EU ADVANTAGEOUS OF TRADE- ECONOMIC COOPERATION**

Belarus is prepared to an open cooperation with Europe on the basis of mutual respect and reciprocal advantage and has repeatedly reaffirmed this, said President of the Republic of Belarus Alexander Lukashenko on February 13 addressing the heads of the diplomatic missions of foreign countries. That day Alexander Lukashenko received the credentials from the ambassadors of eight countries – Republic of Lithuania, French Republic, Republic of Benin, Republic of Equatorial Guinea, Hellenic Republic, Arab Republic of Egypt, Kingdom of Spain, Republic of Sierra Leone.

The Belarusian leader expressed the conviction that any diplomatic mission ought to be guided by the ideas of peace and goodness, by the striving to make the relations between states reliable, partnership-driven and mutually beneficial.

The interest of Belarus in intensifying the interaction with the French Republic is motivated, first of all, by France's significant role in the political and economic life of Europe. France could take a well-balanced position in conducting a comprehensive dialogue between Belarus and the European Union.

Belarus and France have been boosting their mutual goods turnover, which amounted to US\$ 473.3 million in 2006.

In its relationship with Lithuania, Belarus is committed to the principles of good neighbourhood, mutual respect, non-interference into internal affairs, and it expects Lithuania to take the same approach. The two states have common interests in political, economic, energy, and nature protection spheres. «Today we are ready to build up warmest and good relations in all the spheres of life with Lithuania,» Alexander Lukashenko said. In 2006, the Belarusian-Lithuanian goods turnover totaled US\$ 603 million.

Belarus and Spain should now focus their efforts on the development and diversification of the mutual trade, on arranging regular visits of the delegations of business circles. Spain's growing role in the European and global institutions, the level of economic development achieved by it, are important pre-conditions for the intensification of the Belarus-Spain relations. We gratitude to Spain for the assistance in minimizing the aftereffects of the Chernobyl disaster. In 2006, the mutual goods turnover between Belarus and Spain exceeded US\$ 100 million.

By the way a constructive position of Greece on the status of Belarus within the Generalized System of Preferences of the EU in further consistent development of the bilateral cooperation with that country.

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)*

## **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 скидki. 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.