

Одним из наиболее эффективных решений в такой ситуации является отказ от наращивания производственных ресурсов, т. е. использование стратегии ограничения роста. Ставится цель на достижение максимизации прибыли предприятия без существенного увеличения объемов деятельности. Для этого проводится анализ деятельности по схеме, аналогичной ABC-анализу продукции, т. е. выделяются те виды деятельности, которые являются наиболее выгодными для предприятия и, напротив, наименее выгодными. После чего предприятие должно отказаться от невыгодной деятельности, а высвободившиеся ресурсы направить на повышение качества работы в выгодных областях, снижение затрат и поиск высокоприбыльных возможностей для деятельности.

Обычно анализу подвергаются данные по следующим направлениям: товары/услуги, размеры сделок, доходность/прибыльность клиентов и др.

Если ABC-анализ продукции уже вошел в стандартный маркетинговый инструментарий для ведения бизнеса, то отказ от мелких сделок и мало доходных клиентов встречает значительное психологическое сопротивление, поскольку отказ от «денег, которые сами идут в руки» кажется нелогичным. Между тем, исследования показывают, что низкодоходные клиенты не только дают мало прибыли, но и приносят предприятию убытки.

Таким образом, первичными мерами для повышения эффективности компании в условиях ограничения роста становится:

- отказ от работы с низкодоходными товарами и услугами;
- ограничение минимальной суммы сделки;
- отказ от работы с низкодоходными клиентами, как правило, сопровождаемый повышением цен на услуги.

*Т.Н. Мерчук*  
*БрГУ им. А.С. Пушкина (Брест)*

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ И СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ АГРОТУРИЗМА**

Агротуризм представляет собой отдых в деревне в экологически чистой среде. Базовым элементом сельского туризма является усадьба, где турист может знакомиться с окрестными достопримечательностями, собирать грибы и ягоды, купаться, загорать, активно отдыхать на лоне природы и др.

Ширину ассортимента предлагаемых услуг составляют: 1) работа в огороде; 2) уход за домашними животными; 3) кулинария; 4) рыбалка; 5) рукоделие; 6) экскурсии и прогулки; 7) водные процедуры.

Глубина данных услуг выглядит следующим образом:

- 1) работа в огороде (посадка; прополка; полив; сбор урожая);
- 2) уход за домашними животными (кормление, доение коровы);
- 3) кулинария (выпечка блинов, драников; выпечка пирогов в деревенской печи; изготовление колбас, сальтисонов из свежины; закатка овощей на зиму);

4) рыбалка (с берега; на лодке; на удочку; на спиннинг);

5) рукоделие (вязание крючком; вязание спицами; вышивание; шитье мелких изделий; поделки из соломы; аппликации; плетение бисером; макраме; ткачество на самодельном ткацком станке);

6) экскурсии и прогулки (сбор грибов и ягод; прогулки по лесу; геологические экскурсии; экскурсии в памятные места; заповедные и охраняемые зоны; катание на лошади, лодке, катамаране; зимой – на лыжах и санках);

7) водные процедуры (купание; баня; сауна).

С позиции концепции жизненного цикла (товара) услуги агротуризм на сегодняшний момент в Республике Беларусь находится в первой фазе своего развития: зарождение и внедрение на рынок, для данных услуг характерны относительно низкая доля на рынке и высокие темпы роста продаж.

Существуют различные варианты совершенствования товарной и ценовой политики в сфере агротуризма. Нами исследовались усадьбы: «Пруды» (11 \$ за сутки), «Гречихи» (13 \$), «На заречной улице» (30 \$), «Шестаково» (14 \$), «Олизаров став» (12 \$), «Брестская» (25 \$), «Калинка» (10 \$), «Речная» (19 \$), «Лесная» (11 \$), «Сомино» (15 \$).

Среди всех разновидностей тактик ценообразования сельских усадеб, в первую очередь, как нам представляется, следует выделить использование скидок. Чаще всего скидки устанавливаются при съеме усадеб более чем на одни сутки (усадьбы «Пруды», «Гречихи» и др.), а также при съеме помещения для различных празднований («На заречной улице», «Калинка»). Некоторые усадьбы устанавливают скидки для детей (усадьба «Пруды» детей до 5 лет принимает бесплатно, а детям от 5 до 10 лет – скидки 50 %). Однако следует отметить, что вместе со скидками некоторые усадьбы на праздничные дни поднимают цены («Калинка»). Также целесообразна такая тактика ценообразования, как установление гибких цен (усадьба «Речная» конкретной цены не указывает, она зависит от предоставленных услуг). В целом, ценовая стратегия в сфере агротуризма должна быть ориентирована на спрос.

Что касается товарной политики, то наиболее перспективными вариантами, на наш взгляд, являются следующие: расширение ассортимента и предоставление новых специфических услуг, которые не встречаются у конкурентов. Например, усадьба «Полесские традиции» предлагает программу проведения новогодней ночи и рождественских праздников. Это одновременно и приготовление рождественских блюд, свежины, и посещение православного храма. Усадьба «Речная» предлагает такую интересную услугу, как геологическую экскурсию.

Таким образом, ценовая и товарная политики в сфере агротуризма должны быть направлены на привлечение как можно большего количества туристов. Основными направлениями совершенствования ценовой политики является установление более гибких систем скидок, а товарной политики – расширение ассортимента и предоставление новых специфических услуг.