

– совершенствование программ обучения персонала с включением в них элементов воспитания нравственных качеств (нравственное сознание личности, ее отношение к общественному долгу, своим обязанностям, своему здоровью и здоровью окружающих);

– моделирование нештатных ситуаций (предаварийных и аварийных режимов) в процессе обучения и переподготовки персонала с целью выработки устойчивых навыков предупреждения дистрессов и минимизации последствий производственных аварий);

– совершенствование инструкций, положений, методик проведения инструктажей по технике безопасности с выделением наиболее существенных требований и ограничений для облегчения их запоминания, исполнения и контроля;

– использование хорошо зарекомендовавших себя методов и средств снятия накопившегося утомления и напряженности в течение рабочей смены (комнаты психологической разгрузки, функциональная музыка, эстетическое оформление рабочих мест, самостоятельное, по возможности, регулирование темпа работы и т.д.);

– активная пропаганда мер повышения трудовой культуры работников с использованием материального и морального поощрения, развитие идей самоуправления и самоконтроля.

*З.М. Горбылева, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ЭФФЕКТИВНАЯ ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА — КЛЮЧ К УСПЕХУ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Для производителей туристического продукта цена в большей степени, чем другие факторы производства, определяет уровень спроса и объем продаж, конкурентоспособность, рентабельность фирмы, ее жизнеспособность и финансовую стабильность.

Цена туристического продукта может стать важнейшим фактором, определяющим доходы фирмы при условии, что турпродукт находит сбыт. Повышение цены обеспечивает

рост дохода от каждого акта продажи. Однако в большинстве случаев это приводит к сокращению физического объема реализации вследствие падения потребительского спроса на подорожавший товар. Эффект повышения уровня цен в зависимости от величины сокращения сбыта может проявиться не только в ожидаемом увеличении совокупных доходов фирмы, но и в их существенном уменьшении. Но также политика целевого удешевления туристического продукта способна возбудить всплеск спроса со стороны потребителей, который с лихвой компенсирует сознательное уменьшение удельного дохода на единицу реализованного туристического продукта. В этом случае эффектом снижения уровня цен станет рост совокупных доходов туристической фирмы. Вместе с тем вполне вероятно, что ажиотажный спрос на подешевевшие туры возбудить все-таки не удастся.

Итак, дорого — плохо, дешево — тоже плохо. Вот только как найти золотую середину в условиях, когда туров и сопряженных с ними ценовых периодов — многие десятки, запросы и предпочтения потребителей изменчивы, а гарантированные квоты номеров в отелях и блоки мест на чартерных рейсах приходится оплачивать заблаговременно. В этих условиях неопределенности, туристические предприятия должны четко определить и проводить собственную ценовую политику. *Под ценовой политикой* следует понимать определение уровня цен и возможных вариантов их изменения в зависимости от целей и задач, решаемых туристическим предприятием в краткосрочном периоде и в перспективе с учетом специфики и особенностей этого вида деятельности.

Ценовая политика должна учитывать следующие характерные для туризма особенности:

- сезонные колебания спроса на туристический продукт и услуги предполагает сезонную дифференциацию цен и тарифов;
- разрыв во времени между фактом купли-продажи и фактом потребления туристического продукта требует определение способа и форм расчетов: системы скидок, льгот, системы страхования;
- использование различных видов цен. Положительно зарекомендовали себя ступенчатые цены;

- ориентация ценообразования на конкретный сегмент, что выражается в высокой эластичности цен;
- ориентация цены на конкретного потребителя и др.

Использование характерных для туризма особенностей в ценообразовании определяет поведение туристического предприятия в этом процессе в тактическом и стратегическом плане. В *первом* случае оно реализует конкретный туристический продукт по цене, учитывающей перечисленные выше особенности с учетом конкретной ситуации. Во *втором* случае с учетом этих особенностей строится политика ценообразования на перспективу, включающая в том числе разработку и издание каталогов, брошюр, путеводителей, прайс-листов и др.

Л.Ю. Гордиенко, канд. экон. наук
Харьковский государственный экономический университет

ПРЕДПОСЫЛКИ УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Основные тенденции тех изменений, которые характерны для современной Европы, необходимо учитывать предприятиям, старающимся не только выжить, но и успешно функционировать, представлены в таблице, составленной на основе литературного источника [Brilman J. Nowoczesne koncepcje i metody zarzadzania, PWE, Warszawa, 2002. — 480 s.].

Таблица

Основные тенденции изменяющегося мира

Вчера и сегодня	Сегодня и завтра
1	2
Экономика	
Финансирование дефицита посредством "создания" денег	Контролирование бюджетного дефицита и стимулирование развития путем снижения процентных ставок