

Список использованных источников

1. Trading Economics: официальный сайт. – URL: <https://ru.tradingeconomics.com>
2. Сравнительный анализ динамики экономических показателей различных стран в период пандемии COVID-19. [Электронный ресурс]. Режим доступа – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44630815>

ДИНАМИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

В.В. Комарова

Научный руководитель А.Г. Окунева

Поддержание малого и среднего бизнеса является одной из важных проблем в России, поскольку именно эти предприятия вносят немалый вклад в экономику государства. По статистике они способны обеспечить существенные доходы, рабочие места и рост экономики. Сейчас в непростое время пандемии (вследствие COVID-19) развивать и поддерживать малый и средний бизнес проблематично из-за падения спроса, изменения потребительских привычек и ограничительных мер. Подтверждение тому, данные о том, что численность закрытых бизнесов в 2,4 раза превысило количество вновь созданных, что считается худшим показателем как минимум за последние 18 лет. Государство старается помочь бизнесу предоставляя субсидии, единовременные выплаты из расчёта один МРОТ (12 792 рубля) на одного сотрудника (Постановление от 28 октября 2021 года №1849, распоряжение от 28 октября 2021 года №3051-р), но при этом важно самому бизнесу удерживаться наплаву. В этой связи в целях выживания и максимизации прибыли компании внедрение метода динамического ценообразования является актуальным.

Метод динамического ценообразования позволит предпринимателю постоянно контролировать стоимость товара или услуги и варьировать ее в соответствии с рыночными условиями, имея возможность менять цену в любой момент. Продавец автоматически анализирует поведение покупателя, его профиль, и под каждого конкретного покупателя или под каждый продукт формирует динамическую цену, которая может меняться с течением времени и отличаться для разных покупателей. Чаще всего этот метод используется авиакомпаниями, компаниями такси и отелями, но он также может применяться и для малого и среднего бизнеса, продавая товары и услуги в глобальной сети – интернет[1]. Такой способ продажи может быть менее затратным и более эффективным (особенно во время пандемии). Более того стратегия – «одна цена для всех» давно устарела и на смену ей приходит понятие «правильная цена». Внедряя этот метод ценообразования в свой бизнес, можно пользоваться такими приемами как: дифференциация цен, правильная метрика ценности, время по модели аукциона, купоны и скидки, пакетная покупка. Все эти приемы непосредственно связаны с ценой товара и действуют исходя из определенных факторов:

- клиентский сегмент, конкуренты,
- товарный остаток,
- географический фактор,
- база спроса и временной период[2].

Ниже на графике представлено изменение спроса во времени в зависимости от цены (рисунок1):

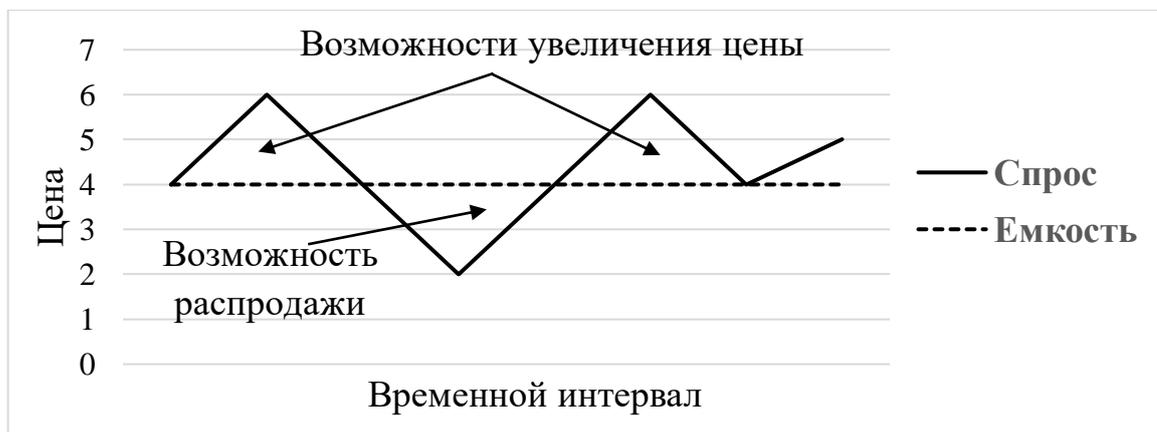


Рисунок 1. Система управления ценой, временем

На рисунке 1 спрос и емкости не сбалансированы, и применяя метод динамического ценообразования, исходя из временного интервала, возможно максимизировать доходы путем распродаж или же повышая цену в связи с повышением спроса на данный товар или услугу. Предпринимателю комфортно автоматически в интернете отслеживать интересующие его факторы и корректировать свою цену. Так используя дифференциацию цен, он может делить на группы людей и составлять свою цену для каждой группы клиентов. Выбирая прием правильной метрики (определенный показатель уровня товара), предприниматель может разделить розничную цену товара на всех покупателей, сделав ее выгодней. Применяя купоны и скидки, он может повысить клиентскую базу и пользоваться этим приемом в целях снижения спроса, чтобы поднять ее и максимизировать прибыль. Еще используя способ пакетной покупки, можно увеличивать средний чек, предлагая покупателям два или более связанных продукта, дополняющих первоначальную покупку, к примеру, покупая кольцо, можно взять набором цепочку и серьги. При этом важно правильно применять данный метод и не переходить на ценовую дискриминацию.

Отметим специальную систему Imprice (облачная система динамического ценообразования для электронной коммерции), которая при небольших затратах на ее внедрение, окупит и даст ощутимый доход [3]. Применяя эту систему, бизнес значительно упростит свою работу и старт в

данном методе, а также получит: готовые рекомендации эффективных ценовых стратегий, оптимизацию цен по актуальному спросу и оптимизацию цен на уровне ассортимента.

Таким образом малому и среднему бизнесу выгодно и эффективно использовать метод динамического ценообразования, чтобы продвигать свою концепцию, контролировать цену своего товара или услуги и, конечно же, получать максимальную прибыль.

Список использованных источников

1. Динамическое ценообразование: преимущества, виды и стратегии [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pricecontrol.com.ua/dinamicheskoe-czenoobrazovanie-preimushhestva-vidy-i-strategii/>

2. Динамическое ценообразование: повышаем валовую прибыль в e-commerce и ритейле в 2021 году [Электронный ресурс]. URL: <https://imprice.ru/dynamic-pricing>

3. Облачная система динамического ценообразования Imprice - инструмент для роста прибыли и продаж [Электронный ресурс]. URL: <https://imprice.ru/>

ВЛИЯНИЕ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРОЕКТОВ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.А. Маризина

Научный руководитель А.Ю. Балаева

Российская Федерация обладает крупными запасами энергетических ресурсов, солидной промышленной базой и инфраструктурой в сфере энергетики. Нефть и газ являются главными природными богатствами России, от рационального использования которых зависит ее могущество и процветание.