

«Беларуськалий» и т. д. Более того, ЕС закрыл свое воздушное пространство и аэропорты для белорусской авиакомпании «Белавиа» [2].

Для поддержания своих позиций на мировой арене было принято решение об углублении интеграции Беларуси и России. В 2021 г. был принят Декрет, в котором рассматривались ключевые направления и шаги в реализации Договора о создании Союзного государства.

Эти шаги включали в себя объединение макроэкономической политики, создание общего экономического пространства, согласование действий в различных областях.

В настоящее время экономическая обстановка в Республике Беларусь подвержена воздействию как внешних, так и внутренних факторов. Наиболее фундаментальным фактором является налаживание отношений с основными торговыми партнерами страны на Западе [3].

Также важным является укрепление отношений с дружественными странами и различными организациями. Республика Беларусь продолжает активно участвовать в международных проектах, что способствует улучшению внешнеэкономических связей и расширению экономической базы.

Заключение. Время санкций является непростым для развития экономики Республики Беларусь, но нужно продолжать активно работать и развивать внешнеэкономические отношения. Важно не переставать искать новые возможности для сотрудничества с другими странами, чтобы обеспечить стабильное развитие экономики и расширить фронт внешнеэкономических связей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Союзное государство Беларуси и России: результаты для граждан и перспективы / Громыко А. А., Рахманов С. К. и др.; Ассоциация внешнеполитических исследований имени А. А. Громыко. – М., 2021. – 56 с.
2. Российско-белорусские отношения в 2022 г.: союзные программы, новые вызовы и направления интеграции: Аналитический доклад. – М.: Ассоциация внешнеполитических исследований имени А. А. Громыко, Институт Европы РАН. – 2022. – 13 с.
3. Мельянцов, Д. Беларусь – Европейский союз: количество не переходит в качество / Белорусский ежегодник. – 2017. – № 1. – С. 74–82.

УДК 338

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ ТОВАРА НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

*Д. В. Эртман, студент группы 10508121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Л. В. Гринцевич*

Резюме – в условиях многообразия конкурентоспособных товаров на рынке цена является одним из ключевых факторов, влияющих на выбор по-

требителя. В данной статье рассматривается важность определения цены при разработке товара, методы ценообразования и основные факторы, влияющие на ценообразование. А также обоснование причин, по которым сравнивать цену проектируемого товара с конкурентами важно.

Resume – in the context of the diversity of competitive products in the market, price is a key factor influencing consumer choice. This article considers the importance of determining the price in the development of goods, methods of pricing and the main factors influencing the pricing. And the justification of the reasons why it is important to compare the price of the product to competitors.

Введение. Цена является важным аспектом ведения успешного бизнеса и достижения целей, ориентированных на высокие результаты. Цена товара коррелирует с такими факторами, как его свойства, качество, затраты на производство и репутация компании в целом. Важно так же учитывать стадию жизненного цикла товара и степень его уникальности.

Основная часть. На каждом этапе жизненного цикла товар имеет разную степень конкурентоспособности. Например, на стадии производства и внедрения на рынок товар малоизвестен и не пользуется большой популярностью у потребителей. Кроме этого, для развития товара требуются значительные инвестиции в маркетинг и рекламу, поэтому было бы целесообразно устанавливать не очень высокую цену, чтобы привлечь первых покупателей и закрепить свое место на рынке. Однако если товар предлагает уникальные характеристики или заведомо имеет преимущества перед конкурентами, цена может быть установлена на уровне, оправдывающем это.

На этапе роста, если товар успешно вышел на рынок, цена может быть отрегулирована в зависимости от реакции различных сегментов покупателей и поведения конкурентов. Например, производитель может увеличить цену, если повышается конкурентоспособность товара, чтобы увеличить прибыль. Но производитель также может снизить цену, если конкуренты вводят новый товар или снижают свои цены [1].

На этапе зрелости ценообразование зависит от спроса и предложения, а также от доли рынка, занятой конкурентами. Чтобы удержать свою долю рынка и продолжать привлекать новых потребителей, производители могут использовать ценовые акции и скидки.

На этапе упадка спрос на товар снижается, соответственно, производители снижают цену, разрабатывают различные программы лояльности и повышают качество обслуживания.

Наиболее конструктивно было бы устанавливать цену товара на этапе введения товара на рынок, так как именно на нем товару нужно привлекать клиентов, формировать лояльность к бренду и занимать свою долю на рынке. Также на этой стадии необходимо преодолеть издержки, связанные с производством товара и маркетингом. Устанавливая цены на начальной стадии, можно наиболее четко определить стратегию ценообразования с учетом кон-

курентов и потребностей аудитории. Это также позволяет создать первое впечатление о товаре на рынке и установить базовый уровень цен. По мере изменения ситуации на рынке цены также можно корректировать [2].

Для создания конкурентоспособной продукции и разработки эффективной стратегии ценообразования важно проводить сравнение цен на проектируемый товар с ценами конкурентов. Существует несколько причин:

1. Сравнив цены с конкурентами, можно оценить текущую рыночную ситуацию и динамику изменений цен. Обладая этой информацией, компания может адаптироваться к изменению спроса и предложения, а также прогнозировать поведение конкурентов.

2. Через анализ цен конкурентов компания может оценить свою конкурентоспособность и выявить сильные и слабые стороны.

3. Путем сравнения цен предприятие может определить среднюю адекватную цену своего товара, учитывая конкурентные цены и спрос на рынке [3].

Заключение. Установка цены для запланированного товара при сравнении с конкурентами – это сложный и ответственный процесс, который требует анализа множества факторов и глубокого понимания рыночных условий. Разумно установленная цена влияет не только на прибыль бизнеса, но и на укрепление позиций на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Методы ценообразования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovaniya/#anchor-3>. – Дата доступа: 22.03.2024.
3. Прокофьева, Н. Л. Ценообразование в торговле: курс лекций / Н. Л. Прокофьева. – Витебск: УО «ВГТУ», 2012. – 156 с.
4. Что такое цена и ценообразование? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fin-ctrl.ru/glossary/price>. – Дата доступа: 22.03.2024.