

Ю.А. Судиловская, П.А. Юницyna
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — **Е.А. Гуз**

ДИНАМИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Динамическое ценообразование, или ценообразование в реальном времени, представляет собой стоимость, формирующуюся в реальном режиме, с учетом текущего спроса на услугу. Впервые применять динамическое ценообразование на практике стала авиаиндустрия. Необходимость маневрирования стоимостью для максимальной загрузки самолета позволила авиакомпаниям осуществлять ценообразование не только на основе сезонного фактора, но и опираясь на волатильность спроса. Белорусская железная дорога с октября этого года также открыла продажу билетов на некоторые поезда в Россию по системе динамического ценообразования. Основными критериями при формировании тарифа являются уровень процента занятости мест в вагоне и сроки приобретения проездных документов пассажирами. Применение подобной практики отелями — весьма новое явление, поскольку гостиничная индустрия очень конкурентоспособна и нестабильна. Задача отеля состоит в том, чтобы продать большую часть номерного фонда по максимально высокой цене. Используя динамическое ценообразование, можно создавать гибкую цену с наименьшими издержками. При увеличении тарифов в периоды роста спроса и уменьшении тарифов в периоды низкого спроса оптимизируется средняя цена продажи номера и загрузка гостиницы достигает более высоких показателей. Поскольку на самом старте цена низкая, гости, бронируя заранее, упрощают таким образом прогнозирование расходов и будущей прибыли.

Для внедрения динамических цен необходимо использование интеллектуальных аналитических программ. Перед тем как установить цену на товар или услугу, важно проанализировать платежеспособность того или иного сегмента целевой аудитории. Для этого проводится сплит-тестирование либо исследуются данные, по которым можно определить платежеспособность потенциального клиента: местоположение, устройство, которым пользуется человек, общие демографические факторы. Например, житель столицы склонен потратить на определенный товар или услугу больше, чем человек, проживающий в небольшом провинциальном городке. На основе такой информации и множества других переменных и формируется гибкая цена.

Существует несколько стратегий для динамической тарификации:

1. Стратегия повышения. Отели устанавливают низкие цены, и по мере увеличения количества резерваций стоимость возрастает, пока цена предложения не достигнет равновесного спроса.

2. V-образная стратегия. Изначальная стоимость устанавливается на максимально низком уровне для привлечения ранних бронирований,

повышается в середине периода за счет устойчивого спроса и вновь понижается накануне заезда для достижения полной загрузки отеля;

3. Стратегия понижения. Обычно происходит, когда гостиница, переоценив спрос, вынуждена резко снизить цену для покрытия издержек и привлечения наибольшего количества резерваций по наименьшей стоимости.

Динамическое ценообразование позволяет отелю быстро реагировать на меняющиеся рыночные условия и колебания спроса и оптимизировать прибыль в течение всего года (продавать много комнат по слишком низкой цене либо очень мало комнат по слишком высокой цене). Гость при этом имеет возможность сэкономить до 30 % от конечной стоимости.

Источники

1. *Степанова, В.Е.* Динамическое ценообразование — очередная тенденция или будущее гостиничного бизнеса? [Электронный ресурс] / В.Е. Степанова // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamicheskoe-tsenoobrazovanie-ocherednaya-tendentsiya-ili-budushee-gostinichnogo-biznesa>.

2. Динамическое ценообразование в гостинице [Электронный ресурс] // Hotel Advisor. — Режим доступа: <https://hoteladvisors.ru/blog-2/Dinamicheskoe-tsenoobrazovanie-v-gostinitse/>.

Д.О. Сухов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.В. Павловская, канд. экон. наук, доцент

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ

Событийный туризм — это перспективный и динамично развивающийся вид туризма, который уникален по своему содержанию. Количество фестивалей, праздников, тематических событий с каждым годом увеличивается под влиянием международной экономической интеграции [1], тесного взаимодействия культур и сотрудничества на разных уровнях. Неуклонный рост влияния событийного туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов является одной из наиболее интересных и долгосрочных тенденций, которые сопутствуют развитию мирового хозяйства.

Для Республики Беларусь вопросы развития событийного туризма являются актуальными. Беларусь благодаря географическим, природным, культурно-историческим, социально-экономическим, демографическим, научно-техническим факторам, а также хорошей ресурсной базе может использовать все возможности и выгоды от развития этого перспективного вида туризма. Однако есть и проблемы: большинство имеющихся объектов инфраструктуры требует рекон-