

форму, розмір та ін. Система кастомізації – це досить сильний психологічний підхід. Поки клієнт змінює колір, розмір, стиль та налаштовує інші конфігурації моделі, він починає почуватися дизайнером цієї речі. Кастомізація дозволяє задовольнити окремі потреби з урахуванням всіх особливостей і вимог споживач та як результат створити абсолютну ексклюзивність вашої продукції. Прикладом можна назвати бренд «Nike».

Отже, персоналізація, персоніфікація та кастомізація – цей комплекс трьох методів просування дозволить вам розробити свій унікальний підхід у наданні послуг клієнту, збільшити впізнаваність та конкурентоспроможність бренду.

Список використаних джерел:

1. Палеха Ю.І., Горбань Ю.І. Інформаційний бізнес: підручник. Київ: Вид-во Ліра-К, 2015. 421 с.
2. Макарова М.В. Розвиток систем електронної комерції та електронного бізнесу в умовах ризику. *Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем*. 2016. Вип. 21. С. 54.
3. Куок М. Ґрунтовний посібник з персоналізації в маркетингу в соціальних мережах. URL: <https://wave.video/ua/blog/personalization-in-social-media-marketing/>
4. Сегментація і персоналізація: чому цільовий маркетинг став ефективнішим за масовий. URL: <https://datawiz.io/uk/blog/segmentation-and-personalisation-why-target-marketing-has-become-more-effective-than-mass-one>
5. Варламов Олексій. Персоналізований маркетинг. Elit-Web. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/personalizirovannyj-marketing>

Загоруйко Я. М., канд. екон. наук Краснікова Н. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У РЕГУЛЮВАННІ ЦІНОВОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ ДЛЯ БЛАГ ВІЙСЬКОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

У контексті сучасного суспільства цінова дискримінація стала невід’ємною частиною суспільного життя. Цінова дискримінація – це стратегія ціноутворення, при якій продавець збільшує свій прибуток шляхом встановлення різних цін на один і той же товар або послугу для різних груп споживачів [1]. Основна ідея полягає в тому, щоб продавати товар або послугу за максимальну можливу ціну для кожної групи споживачів, які мають різний рівень доходів, готовності платити і інших факторів.

Цінова дискримінація може бути проведена по різних критеріях, таких як вік, стать, дохід, місце проживання та інші. Наприклад, кінотеатр може пропонувати знижки для студентів або пенсіонерів, авіакомпанії можуть встановлювати різні тарифи в залежності від дати бронювання та часу вильоту, а лікарні можуть пропонувати знижки для людей з низьким доходом.

Цінова дискримінація може бути вигідною як для продавця, так і для споживача [2]. Продавець може отримувати більше прибутку, а споживачі можуть отримувати доступ до товарів або послуг за меншу ціну, ніж вони були б, якщо ціни були б однаковими для всіх [3].

Під час війни, з'явився ще один фактор, який треба проводити під час проведення цінової дискримінації – це приналежність споживачів до ЗСУ або військове призначення благ.

Оскільки товари, що використовуються для військових цілей можуть мати і цивільне призначення (тобто, це все окрім зброї), і військові формують групу споживачів з низьким рівнем еластичності попиту, то у виробників виникає природне економічне бажання встановити для цієї групи більш високі ціни в процесі проведення цінової дискримінації. Тут виникає проблема, яку ринковий механізм не зможе вирішити і, це означає, що держава має її врегулювати. Оскільки, за відсутності державного регулювання виникатимуть втрати суспільного добробуту, які будуть обумовлені купівлею цивільними (за можливості) таких товарів дешевше і передача їх військовим. Такі дії будуть супроводжуватимуться додатковими витратами на організацію процесу передачі та винагороди людям, які його здійснюють (водії, вантажники, тощо). Держава ж може обмежити можливості виробників продавати товари для військових дорожче ніж з цивільною метою.

З іншого боку, в суспільстві вже склалося розуміння щодо створення для військовослужбовців специфічних (пільгових) цін на проїзд, медичну допомогу, знижки на ліки, знижки на послуги зв'язку та інтернету, можливість безкоштовного отримання освіти у вищих навчальних закладах та інше. Таким чином, держава може на законодавчому рівні створити належні умови для стимулювання та заохочення виробників.

Як показує практика, наявність пільг для військовослужбовців може значно підвищити престиж військової служби та висловити вдячність

суспільства. Таким чином, цінова дискримінація може проявлятися у вигляді:

1. Фінансових пільг: зменшення податків на доходи військовослужбовців, надання пільг на оплату житлово-комунальних послуг.

2. Юридичні пільги: право на безоплатну правову допомогу.

3. Безкоштовні медичні послуги: українські військовослужбовці можуть отримати безкоштовну медичну допомогу та лікування для себе та членів своєї родини.

4. Переваги щодо транспортних витрат: військовослужбовцям часто доводиться їздити на різні військові бази та інші місця через роботу. Пільги на транспортні витрати нададуть військовослужбовцям можливість отримати знижки на проїзд у громадському транспорті та забезпечити їх більш зручним транспортним засобом.

5. Пільги на купівлю житла: ще однією важливою пільгою для військовослужбовців є пільги на купівлю житла. Військовослужбовцям часто доводиться переїжджати з одного місця на інше, а на новому місці вони повинні забезпечити власне житло. Пільги на купівлю житла нададуть військовослужбовцям можливість придбати житло зі знижкою або отримати пільгові кредити на його придбання.

Військовослужбовці важливі для нашої країни і заслуговують нашої повної підтримки та пільг. Безкоштовне лікування, пільги на придбання житла, пільги на транспортні витрати – це лише мала частина пільг, які будуть корисні військовослужбовцям. Ми повинні забезпечити нашим військовим найкращі умови праці та життя.

Список використаних джерел:

1. Мілютін А.Є. Цінова дискримінація монополій: сучасні реалії. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/23456789/54895/5/Miliutin_Tsinova_dyskryminatsiia.pdf
2. Слівінська В.В. Цінова дискримінація: сутність та форми прояву. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/21552/1/62.pdf>
3. Armstrong, M. (2006). Price Discrimination. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.177.3992&rep=rep1&type=pdf>