

Научная статья
УДК 338.57

Электронные ценники в розничной торговле: преимущества и ограничения

Станислав Геннадьевич Холмовский

Байкальский государственный университет, Иркутск, Россия, staskhol@mail.ru

Аннотация. Одним из основных прав потребителей является право на информацию, которое подразумевает и ознакомление покупателя с ценой товара, осуществляемое с помощью ценников, прикрепленных на продукт или расположенных рядом с ним. В статье изучены основные законодательные нормы, регулирующие использование ценников в розничной торговле в Российской Федерации. Рассмотрены организационные, технические и экономические преимущества использования электронных ценников в традиционной розничной торговле, исследованы предлагаемые на рынке технические решения в этой сфере. Констатируется постепенный отход от использования традиционных ценников в сторону применения электронных носителей, которые все чаще выбирают торговые предприятия разного типа и формата. В качестве основного ограничителя применения электронных ценников определены значительные единовременные затраты на закупку ценников, на внедрение технологии в рамках отдельного торгового предприятия, на последующее обслуживание информационной системы. Рассмотрены иные препятствия на пути более широкого использования электронных указателей цены в современных условиях. Изучены практические аспекты совместного использования методов динамического ценообразования и электронных ценников в традиционной розничной торговле. Отмечено, что электронные ценники являются необходимым условием для успешности использования динамического ценообразования в розничной торговле.

Ключевые слова: электронный ценник, розничная торговля, динамическое ценообразование, права потребителей

Основные положения:

- ◆ использование электронных ценников в розничной торговле имеет много преимуществ;
- ◆ внедрение электронных ценников сталкивается с рядом технических и экономических ограничений;
- ◆ использование электронных ценников в совокупности с динамическим ценообразованием в розничной торговле улучшит экономические показатели торговых предприятий.

Для цитирования: Холмовский С.Г. Электронные ценники в розничной торговле: преимущества и ограничения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2025. № 6 (248). С. 84–92.

Electronic price tags in retail: advantages and limitations

Stanislav G. Kholmovsky

Baikal State University, Irkutsk, Russia, staskhol@mail.ru

Abstract. One of the basic rights of consumers is the right to information, which also implies familiarizing the buyer with the price of the product, carried out with the help of price tags attached to the product or located next to it. The article investigates the key legislative norms governing the use of price tags in retail trade in the Russian Federation. The organizational, technical and economic advantages of using electronic price tags in traditional retail are considered, and the technical solutions offered on the market in this area are considered. There is a gradual shift away from the use of traditional price tags towards the use of electronic media, which are increasingly used by trading enterprises of various types and formats. Significant one-time costs for the purchase of price tags, for the introduction of technology within a separate trading company, and for subsequent maintenance of the information system have been identified as the main constraint on the use of electronic price tags. Other obstacles to the wider use of electronic price indicators in modern conditions are considered. The practical aspects of the joint use of dynamic pricing methods and electronic price tags in traditional retail are studied. It is noted that electronic price tags are a necessary condition for the successful use of dynamic pricing in retail trade.

Keywords: electronic price tag, retail, dynamic pricing, consumer rights

Highlights:

- ◆ the use of electronic price tags in retail has many advantages;
- ◆ the introduction of electronic price tags faces a number of technical and economic constraints;
- ◆ the use of electronic price tags in combination with dynamic pricing in retail trade will improve the economic performance of trading enterprises.

For citation: Kholmovsky S.G. Electronic price tags in retail: advantages and limitations // Vestnik of Samara State University of Economics. 2025. No. 6 (248). Pp. 84–92. (In Russ.).

Введение

Цена товара в продаже продолжает оставаться важнейшим элементом его конкурентоспособности. Различным аспектам установления цен на товары (услуги) в разных сферах экономической деятельности посвящено много исследований [1–4]. Современные концепции ценообразования в экономике, их влияние на конкурентоспособность компаний, в частности в сфере розничной торговли, представлены в работах российских исследователей [4–7].

Для экономического успеха компании в розничной торговле недостаточно тем или иным методом установить цену на реализуемые в рамках торговой точки товары. Необходимо, чтобы посетители могли легко и в удобной для них форме ознакомиться с предлагаемой ценой, соотнести свои финансовые воз-

можности с заявленной на ценнике товара розничной ценой.

Именно цена, заявленная на ценнике, выступает в розничной торговле в качестве существенного условия договора между посетителем и торговым предприятием. В последние годы в зарубежной и отечественной практике наметился отход от использования традиционных ценников (на бумажных, картонных носителях) в пользу применения более прогрессивных – электронных ценников, но у этого процесса есть как определенные драйверы развития, так и существенные ограничения, рассмотрение которых является предметом данного исследования.

Методы

В ходе исследования использовались следующие научные методы:

♦ анализ и синтез, которые позволили изучить практические аспекты использования электронных ценников в традиционной розничной торговле, определить предпосылки и ограничения их использования, применимость совместно с методами динамического ценообразования;

♦ индукция и дедукция, используемые для определения целей и задач применения электронных ценников в сфере розничной торговли.

Результаты

В российском правовом поле существуют достаточно четко сформулированные требования к указанию цен на товары в рамках розничной торговли, чему посвящено несколько законодательных актов разного уровня. Согласно ст. 454 Гражданского кодекса РФ, цена выступает в качестве существенного условия договора купли-продажи, в рамках выполнения которого покупатель обязуется уплатить за товар определенную денежную сумму (цену) [8]. В таком толковании ценник выступает в качестве объявителя цены товара, которую желает получить розничный продавец.

Обязанность продавца ознакомить покупателя с ценой товара как с одной из важнейших его потребительских характеристик определена в ст. 8 и 10 закона «О защите прав потребителей» [9]. Национальный стандарт РФ 51303-2023 «Торговля. Термины и определения» определяет ценник как бумажный или иной визуальный носитель информации, доступный для покупателей, который сопровождает товар и может быть выставлен на витринах, полках, стеллажах, полу и т.п. Стандарт разрешает оформлять его в электронном виде, с использованием грифельных досок, стендов, световых табло [10].

Постановление Правительства РФ № 2463, определяющее правила розничной торговли, в качестве одной из обязанностей торгового предприятия называет обязательное использование ценников на реализуемые товары с указанием их наименования и цены. Но при этом в отличие от другого документа, ранее регулирующего сферу розничной торговли (постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55), новый документ не обязывает торговые точки

придерживаться однообразия ценников внутри торгового зала – теперь они могут отличаться по размерам, оформлению и исполнению [11].

Первые электронные ценники (Electronic Shelf Labels, ESL) появились на зарубежных рынках в конце 90-х гг. XX в. и стали одним из немногих принципиально новых нововведений в сфере розничной торговли. Но из-за существенных технических ограничений (недолгий срок работы батареек, несовершенство применяемых экранов, частные поломки) и обусловленных ими значительных финансовых затрат на внедрение и использование электронных ценников не нашли своего широкого распространения, а остались уделом лишь новаторов – энтузиастов в сфере розничной торговли [12].

Совершенствование имеющихся технологий, появление новых технологических решений обусловили активное внедрение новых поколений электронных ценников в розничной торговле в середине 2010-х гг. В настоящее время рынок подобных устройств представлен двумя классами ценников в зависимости от используемой технологии вывода изображения. Сегментные электронные ценники отображают лишь ограниченное число символов без цветового разнообразия, представляя собой фактически аналог отображения чисел на калькуляторе. Это старое техническое решение, которое отличается низкой стоимостью ценника. На смену им пришли графические ценники, которые чаще всего представлены в виде дисплеев с электронными чернилами или, реже, в виде жидкокристаллических экранов. Хотя этот вид электронных ценников и дороже первого варианта в несколько раз за единицу (особенно исполнение с ЖК-экранами), но благодаря возможности вывода большего числа символов разного цветового оформления информации он пользуется большей популярностью ретейлеров [13].

Проанализируем преимущества перехода на электронные ценники на товары для розничных торговых предприятий:

1. Внедрение электронных ценников позволит преодолеть недостатки использования бумажных ценников, которые выражаются в необходимости их частой печати, затрат рабо-

чего времени сотрудников на их периодическое обновление (особенно в продуктовой рознице), частых ошибках, связанных с неправильной расстановкой ценников или забывчивостью персонала, что вызывает недоразумения с покупателями при оплате товаров на кассе магазина [14].

2. Синхронизация электронных ценников с информационной системой торгового предприятия гарантирует совпадение цен, отображаемых на экранах, с теми ценами, что покупатели узнают на кассе, исключит конфликтные ситуации и не скажется отрицательно на степени лояльности потребителей к торговой точке [15]. Кроме того, использование электронных ценников как технологической новинки может способствовать привлечению внимания тех покупателей, для которых следование новинкам на рынке является основой их потребительского поведения. В этом случае речь может идти о привлечении новых лояльных клиентов.

3. Встроенные в электронные ценники блоки обмена информацией с центральным сервером позволяют оперативно менять цену на товар, товарную категорию или весь ассортимент торговой точки буквально за несколько минут. По оценкам, ежедневно в супермаркетах на обновление бумажных ценников суммарно персонал тратит от 10 до 12 часов и еще 4 часа на их проверку. При этом исключаются ошибки в расстановке бумажных ценников и потребители всегда видят на электронных ценниках актуальные цены. Информационная система магазина может быть запрограммирована на автоматическое изменение цен некоторых товаров, например после завершения периода стимулирующей акции [16]. При этом совершенствуется ценовая политика магазина, так как менеджмент может реализовать те маркетинговые акции, которые при использовании бумажных ценников были невозможны (затраты на изменение цен были выше, чем потенциальная выгода от такого изменения, или случаи с коротким по времени изменением цены товара).

4. Графические электронные ценники позволяют с использованием различных шрифтовых решений и цветового оформления привлечь внимание потребителя, сообщить ему о

действующих на данный товар рекламных предложениях, что приводит к росту продаж торгового предприятия, увеличивает лояльность посетителей. Кроме того, ценники могут содержать дополнительную полезную информацию для персонала магазина или покупателей (сроки годности продукта, QR-коды на страницу товара и т.д.).

5. Современные электронные ценники лишены недостатка предыдущих моделей, для которых требовалась частая смена батареек, тем самым они снижают эксплуатационные расходы ретейлеров на их обслуживание и замену.

6. Электронные ценники могут быть легко перепрограммируемы на новый товар, что делает их взаимозаменяемыми в розничной торговле, что также сокращает затраты магазина на их использование.

7. Возможность поддержания обратной связи информационной системы магазина с каждым ценником позволяет оперативно идентифицировать и заменять вышедшие из строя устройства.

8. Использование электронных ценников знаменует для ретейлера переход к более технологичному уровню потребительского сервиса путем оптимизации управления розничными ценами, повышения эффективности ценовой политики торговой точки, модернизации своей торговой деятельности [17].

9. Электронные ценники жестко крепятся на полку рядом с товаром, что не позволяет персоналу отклониться от плана размещения товаров и не путать одну товарную позицию с другой. Работник с помощью терминала обмена данных с электронного ценника может получить требуемые ему сведения о запасах продукта, его месте хранения и т.д. Таким образом, электронные ценники могут быть использованы для передачи данных сотрудникам магазина [18].

10. Использование электронных ценников особо актуально, если ретейлеры используют омниканальные методы продажи товаров, совмещая традиционную розничную торговлю с интернет-торговлей. При этом посетители на электронном табло могут ознакомиться с информацией об имеющихся запасах товаров, увидеть цену на товарную позицию у основных

конкурентов, заказать товар с помощью QR-кода или посмотреть на мобильном устройстве обзор или отзывы на продукцию.

11. Одним из несомненных преимуществ использования электронных ценников в традиционной розничной торговле является то, что они позволяют в полной мере реализовать для ретейлера возможности динамического ценообразования на товары. Под динамическим ценообразованием понимается гибкое изменение стратегий и тактик ценообразования в зависимости от разных событий на рынке, исторических данных и целей розничного торгового предприятия [19].

Динамическое ценообразование, предполагающее оперативное изменение цен на товары, может использовать разные основания корректировки цен:

- ◆ по уровню спроса на товарную позицию (категорию);
- ◆ по ценам основных конкурентов;
- ◆ по регионам (так называемое зональное динамическое ценообразование);
- ◆ по группам клиентов;
- ◆ по уровню товарных запасов на складах;
- ◆ по времени;
- ◆ по оборачиваемости запасов [20].

Совместное применение динамического ценообразования как метода и электронных ценников как его практической реализации позволит торговому предприятию получить следующие преимущества на розничном рынке:

1. Оперативная реакция через цены на изменение внешних и внутренних факторов работы торгового предприятия, увеличение объемов выручки и продаж [21].

2. Гибкое изменение цен повышает степень конкурентоспособности товарного предложения магазина, позволяет подстраивать стратегию и тактику своей ценовой политики к действиям конкурентов.

3. Быстрое избавление от неликвидных товарных запасов и недопущение их возникновения в будущем.

4. Более тесная увязка ценовой политики торгового предприятия с маркетинговой стратегией и тактикой.

5. Частая смена цены на электронных ценниках может оперативно подобрать адекват-

ный уровень цен на новый товар, с одной стороны, не подавляя спрос на него, а с другой – не допуская реализации в убыток торговому предприятию.

6. Совместное использование динамического ценообразования и электронных ценников позволит оценить лояльность клиентов, собрать дополнительную информацию о них.

Использование электронных ценников в настоящее время сдерживается рядом ограничений:

1. Основным сдерживающим внедрение технологии фактором является высокая стоимость как самих электронных ценников (графические решения стоят от 1200 руб. до 4000 руб. за единицу), так и связанные с внедрением в IT-систему торгового предприятия расходы. Если ассортимент небольшого супермаркета составляет порядка 8000 тыс. товарных позиций, то минимальные единовременные финансовые вложения компании в техническое и программное обеспечение вместе с услугами по наладке системы составят порядка 15–42 млн руб. в зависимости от модели ценника. Кроме того, магазин будет нести ежемесячные расходы на обслуживание и обновление программного обеспечения, ремонт и замену выбывшего оборудования. В этих условиях ожидаемый срок окупаемости проекта внедрения электронных ценников может составить порядка 5–16 лет, что очень долго для российской розницы [22]. Отечественные розничные сети предпринимали попытки внедрить электронные ценники в своих торговых точках. Однако эти попытки, как правило, ограничивались лишь пилотными проектами. Так, подобные попытки предпринимали «М-видео», «Магнит», «Метро Кэш энд Кэрри», но дальнейшего развития они не получили. Тем не менее компании продолжают эксперименты с внедрением электронных ценников в свою торговую деятельность. Так, в 2024 г. сеть «Перекресток» запустила пилотный проект с электронными ценниками в 142 своих торговых точках, для обеспечения которых было приобретено около 3 млн технических устройств [23].

2. Не для всех типов розничных предприятий электронные ценники целесообразны. Если речь идет о продаже товаров бытовой техники и электроники, мебели, товаров для ре-

монта и дома, частично для одежды и обуви в торговых точках, работающих по принципу самообслуживания, то использование электронных ценников может себя оправдать. Но если говорить о торговле через прилавки, продаже дешевых товаров с небольшим оборотом, то электронные ценники нецелесообразны и заранее экономически неэффективны.

3. Опасения со стороны ретейлеров в том, что в случае технических проблем с поломкой оборудования или ошибками в программном обеспечении они не смогут оперативно менять цены на товары, если возможности для размещения бумажных ценников будут исключены.

4. Графические электронные ценники имеют определенные ограничения по температурному режиму, связанные с особенностями их конструкции. Ценники, использующие технологию электронных чернил, не могут функционировать при отрицательных температурах, например в холодильных отделениях. Для работы им требуются специальные морозоустойчивые элементы питания. Электронные ценники на ЖК-дисплеях лишены этого недостатка, но они и существенно дороже.

5. Иногда компании, внедрившие электронные ценники, сталкиваются со случаями воровства их со стороны покупателей, хотя какой-либо практической ценности вне магазина они не представляют.

Обсуждение

Ограниченное внедрение электронных ценников в практику российской розничной торговли предопределено, прежде всего, неочевидной экономической целесообразностью этого решения для менеджмента компаний. Если разовые финансовые затраты на покупку оборудования и внедрение системы очевидны и велики, то потенциальная выгода от нововведения растянута во времени и трудно

определена количественно. В современных экономических условиях розничные сети или независимые магазины имеют другие первоочередные направления вложения финансовых средств. Однако изменение условий внешней среды, сокращение капитальных затрат федеральных розничных сетей на рыночную экспансию в регионы, усиление конкурентной борьбы могут стать причинами активизации внимания с их стороны к внедрению электронных ценников в комплексе с использованием динамического ценообразования в рамках своей ценовой политики.

Конечно, не все торговые точки в перспективе перейдут на использование электронных ценников взамен бумажных. Основными пользователями электронных ценников станут первоначально крупные федеральные розничные сети, так как они обладают значительными финансовыми возможностями для их внедрения хотя бы на части своих торговых точек.

Дополнительным драйвером использования электронных ценников могут стать новые технические решения, которые удешевят для торговых предприятий сами ценники и прочее оборудование (базовые станции, серверы, терминалы обмена данными). Это понизит сроки окупаемости финансовых вложений, сделает их более востребованными.

Заключение

Хотя есть ряд преимуществ использования электронных ценников в розничной торговле, особенно в связке с динамическим ценообразованием, перспективы этой новой технологии на отечественном рынке не вполне очевидны, но оптимистичны. Улучшение внешних экономических условий, удешевление технических средств актуализируют это новое технологическое решение для многих российских розничных предприятий [24].

Список источников

1. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. Т.Г. Касьяненко. 7-е изд., перераб. и доп. Москва : Юрайт, 2017. 437 с.
2. Марн М., Регнер Э., Завада К. Ценовое преимущество: сколько должен стоить ваш товар? / науч. ред. В. Ионов ; ред. Е. Дронова ; пер. с англ. Т. Гутниковой. Москва : Альпина Паблишер, 2015. 318 с.
3. Орлова Т.Т., Ильина М.С. Парадигмы ценообразования: условия реализации // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2007. № 2 (52). С. 19–22.

4. Нэгл Т., Холден Р. Стратегия и тактика ценообразования. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 543 с.
5. Новикова Н.Г. Факторный анализ результатов управления ассортиментом в логистической системе организации и ее конкурентоспособность (на примере услуг розничной торговли) // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2016. Т. 26, № 2. С. 274–283.
6. Щербакова И.Н. Ценовая политика России в современных условиях // Baikal Research Journal. 2017. Т. 8, № 2.
7. Карпов С.В., Русин В.Н., Рожков И.В. Управление ценами. Москва : ИНФРА-М, 2016. 236 с.
8. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (дата обращения: 20.11.2024).
9. О защите прав потребителей : Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 20.11.2024).
10. ГОСТ Р 51303-2023. Торговля. Термины и определения : национальный стандарт Российской Федерации : утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_457788/ (дата обращения: 20.11.2024).
11. Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации : Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 17.05.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622 (дата обращения: 20.11.2024).
12. Золотова В.И., Константинов А.В. Перспективы внедрения системы электронных ценников в современные магазины // Заметки ученого. 2020. № 11. С. 127–130.
13. Shelf Labeling 101: What is an Electronic Shelf Label?. URL: <https://www.solumesl.com/en/insights/what-is-an-electronic-shelf-label> (дата обращения: 20.11.2024).
14. Журабаев Е. Электронные ценники: есть ли перспективы у технологии?. URL: <https://www.retail.ru/articles/elektronnye-tsenniki-est-li-perspektivy-u-tekhnologii/> (дата обращения: 20.11.2024).
15. Пьянков В.В., Подзолкова А.А. Актуальность применения электронных ценников в сегменте food – retail // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2021. Т. 12, № 2. С. 22–31.
16. Шумилова А.А. Роль инновационных технологий в развитии розничных торговых сетей // Инновационное развитие современной науки : сб. науч. тр. по материалам XXX Междунар. науч.-практ. конф., Анапа, 10 дек. 2020 г. Анапа : Научно-исследовательский центр экономических и социальных процессов в Южном федеральном округе, 2020. С. 151–154.
17. What are Electronic Labels? 5 Benefits of Electronic Shelf Labels in Pricing Management. URL: <https://www.symson.com/blog/what-are-electronic-labels> (дата обращения: 20.11.2024).
18. Электронные ценники. URL: <https://shtrih-enter.ru/state/electricpi.html> (дата обращения: 20.11.2024).
19. Дершень А.Г. Динамическое ценообразование: определение, сущность // Экономика, бизнес, инновации : сб. ст. VIII междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 5 июня 2019 г. Пенза : Наука и просвещение, 2019. С. 192–194.
20. Динамическое ценообразование : практическое руководство – 2024 для Ритейла и eCom. URL: <https://imprice.ru/dynamic-pricing> (дата обращения: 20.11.2024).
21. Gibson K. Dynamic pricing: what it is and why it's important. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-dynamic-pricing> (дата обращения: 20.11.2024).
22. Скобина А.М. Проблемы внедрения электронных ценников на торговых предприятиях // Проблемы развития предприятий: теория и практика : сб. ст. IX Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 18–19 апр. 2022 г. / под науч. ред. В.И. Будиной. Пенза : Пенз. гос. аграр. ун-т, 2022. С. 157–161.
23. Электронные ценники в «Перекрестках»: что это за гаджет, зачем он нужен и чем удобен. URL: <https://kod.ru/elektronnye-tsenniki-v-perekryostkakh-cto-eto-za-gadzheth> (дата обращения: 20.11.2024).
24. Невротов Л.К. Оценка целесообразности применения технологии электронных ценников в FMCG-секторе розничной торговли // Современные тренды управления и цифровая экономика: от регионального развития к глобальному экономическому росту : сб. ст. VI Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 14 мая 2024 г. Екатеринбург : Институт цифровой экономики и права, 2024. С. 73–77.

References

1. Pricing : textbook and practical course for undergraduate and graduate studies / ed. by T.G. Kasyanenko. 7th ed., revised and expanded. Moscow : Yurayt, 2017. 437 p.
2. Marn M., Regner E., Zavada K. Price advantage: how much should your product cost? / scientific ed. by V. Ionov ; ed. by E. Dronova ; translated from English by T. Gutnikova. Moscow : Alpina Publisher, 2015. 318 p.
3. Orlova T.T., Ilyina M.S. Paradigms of pricing: conditions of implementation // Proceedings of the Irkutsk State Economic Academy (Baikal State University of Economics and Law). 2007. No. 2 (52). Pp. 19–22.
4. Nenggl T., Holden R. Strategy and tactics pricing. St Petersburg: Peter, 2001. 543 p.
5. Novikova N.G. Factor analysis of assortment management results in the logistics system of an organization and its competitiveness (using retail trade services as an example) // Izvestiya Irkutsk State Academy of Economics. 2016. Vol. 26, No. 2. Pp. 274–283.
6. Shcherbakova I.N. Pricing policy of Russia in modern conditions // Baikal Research Journal. 2017. Vol. 8, No. 2.
7. Karpov S.V., Rusin V.N., Rozhkov I.V. Price management. Moscow : INFRA-M, 2016. 236 p.
8. The Civil Code of the Russian Federation (part two) dated 26.01.1996 No. 14. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (date of access: 20.11.2024).
9. Protect the right user : law of the Russian Federation from 07.02.1992 apostille 2300-1 (as amended on 08.08.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (date of access: 20.11.2024).
10. GOST R 51303-2023. Trading. Terms and definitions : national standard of the Russian Federation : approved by By Rosstandart Order No. 469-st dated 30.06.2023. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_457788/ (date of access: 20.11.2024).
11. On approval of the Rules for the sale of Goods under a retail sale agreement, a list of durable goods that are not subject to the consumer's requirement to provide him with goods with the same basic consumer properties free of charge for the period of repair or replacement of such goods, and a list of non-food products of adequate quality that cannot be exchanged, as well as amendments to some acts of the Government of the Russian Federation : Decree of the Government of the Russian Federation dated 31.12.2020 No. 2463 (as amended on 17.05.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622 (date of access: 20.11.2024).
12. Zolotova V.I., Konstantinov A.V. Prospects for the introduction of electronic price tags in modern stores // Notes of a scientist. 2020. No. 11. Pp. 127–130.
13. Shelf Labeling 101: What is an Electronic Shelf Label?. URL: <https://www.solumesl.com/en/insights/what-is-an-electronic-shelf-label> (date of access: 20.11.2024).
14. Zhurabaev E. Electronic price tags: are there any prospects for technology?. URL: <https://www.retail.ru/articles/elektronnye-tsenniki-est-li-perspektivy-u-tekhnologii/> (date of access: 20.11.2024).
15. Pyankov V.V., Podzolkova A.A. The relevance of using electronic price tags in the food – retail segment // Marketing MBA. Marketing enterprise management. 2021. Vol. 12, No. 2. Pp. 22–31.
16. Shumilova A.A. The role of innovative technologies in the development of retail chains // Innovative development of modern science : collection of scientific papers based on the materials of the XXX International Scientific and Practical Conference, Anapa, December 10, 2020. Anapa : Scientific Research Center for Economic and Social Processes in the Southern Federal District, 2020. Pp. 151–154.
17. What are Electronic Labels? 5 Benefits of Electronic Shelf Labels in Pricing Management. URL: <https://www.symson.com/blog/what-are-electronic-labels> (date of access: 20.11.2024).
18. Electronic price tags. URL: <https://shtrih-enter.ru/state/electricpi.html> (date of access: 20.11.2024).
19. Dershen A.G. Dynamic pricing: definition, essence // Economics, business, innovation : collection of articles of the VIII International Scientific and Practical Conference, Penza, June 5, 2019. Penza : Science and Education, 2019. Pp. 192–194.
20. Dynamic Pricing : Practical Guide – 2024 for Retail and eCom. URL: <https://imprice.ru/dynamic-pricing> (date of access: 20.11.2024).
21. Gibson K. Dynamic pricing: what it is and why it's important. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-dynamic-pricing> (date of access: 20.11.2024).
22. Skobina A.M. Problems of introducing electronic price tags at trading enterprises // Problems of enterprise development: theory and practice : collection of articles of the IX International Scientific and Practical

Conference, Penza, April 18-19, 2022 / edited by V.I. Budina. Penza : Penza State Agrarian University, 2022. Pp. 157–161.

23. Electronic price tags at "Crossroads": what kind of gadget is this, why is it needed, and how convenient is it?. URL: <https://kod.ru/elektronnye-tsenniki-v-perekryostkakh-cto-eto-za-gadzhet> (date of access: 20.11.2024).

24. Neurotov L.K. Assessment of the feasibility of using electronic price tag technology in the FMCG retail sector // Modern management trends and the digital economy: from regional development to global economic growth : Collection of articles of the VI International Scientific and Practical Conference, Yekaterinburg, May 14, 2024. Yekaterinburg : Institute of Digital Economics and Law, 2024. Pp. 73–77.

Информация об авторе

С.Г. Холмовский – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и сервиса Байкальского государственного университета.

Information about the author

S.G. Kholmovsky – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Service of the Baikal State University.

Статья поступила в редакцию 24.12.2024; одобрена после рецензирования 16.01.2025; принята к публикации 05.06.2025.

The article was submitted 24.12.2024; approved after reviewing 16.01.2025; accepted for publication 05.06.2025.