

Торговые войны государственных универмагов

Подготовили: Коблекова Диана и
Сысоева Алина

Потребитель – главное звено отрасли ЭКОНОМИКИ



Чем руководствуются универмаги для достижения своих целей?

Потребители нашего государства зависимы от транзакционной полезности распродаж?



«Торговая война»



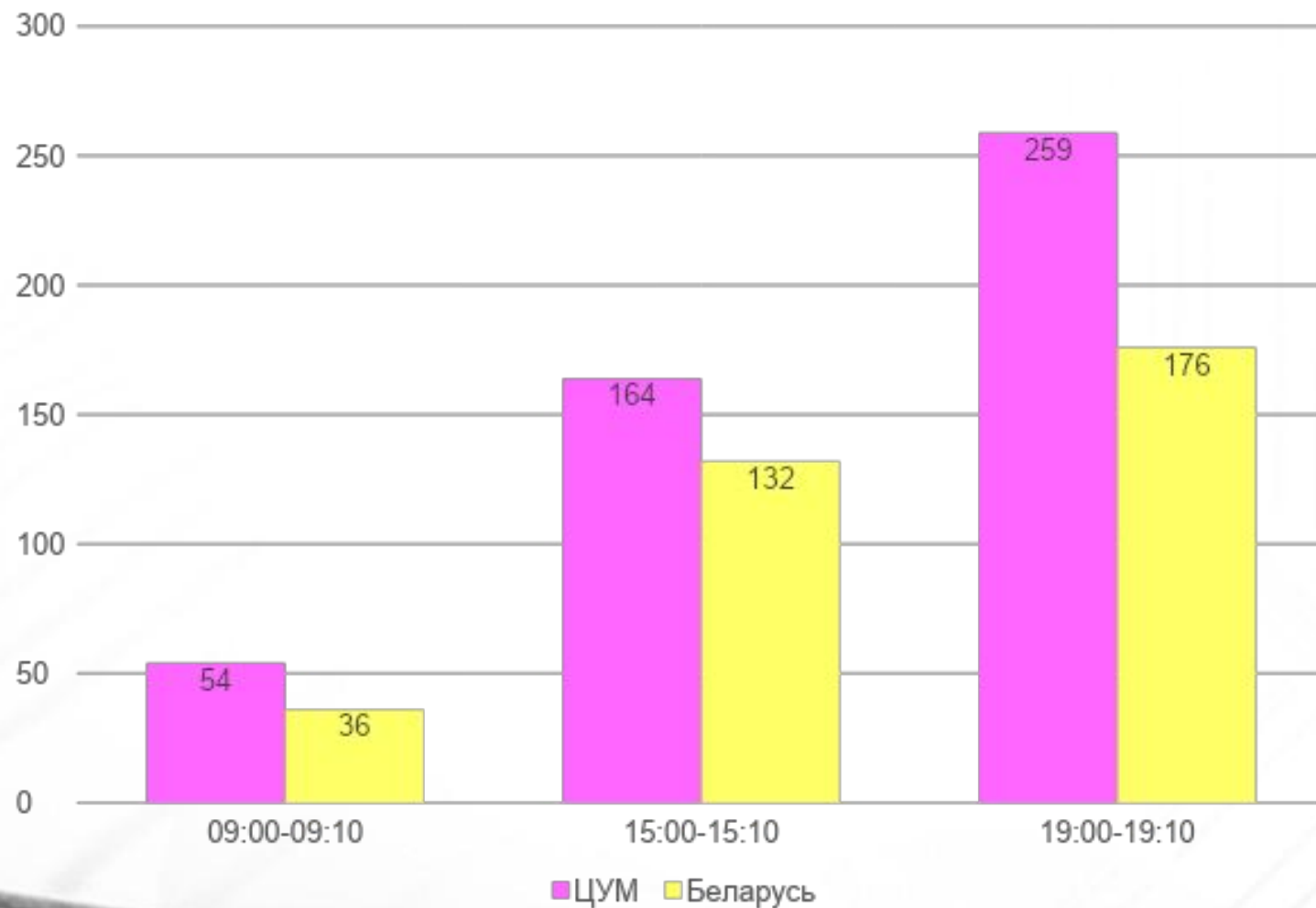
Транзакционная полезность



«ЦУМ» или «Беларусь»: какой универмаг более популярен?



Плотность посещения универмагов в не скидочные дни



• Разница утром: 33.33%

• Разница днём: 19.51%

• Разница вечером: 32.05%

Действительно ли потребители нашего государства зависимы от транзакционной полезности распродаж?

ЧЕРНАЯ ПЯТНИЦА
НАЧИНАЕТСЯ В ЧЕТВЕРГ

22 ноября
25%
СКИДКА
на товары стоимостью от 7 руб.

23-26 ноября
ЧЕРНАЯ ПЯТНИЦА
в интернет-магазине
TSUM.BY
СКИДКА до **50%**

24, 28, 29 ноября
СКИДКА
22%
ДКА

23-26 ноября
на 145 товаров
скидка
45%

Пр-во: Республика Беларусь, Мн. Инфосфера: +375 27 209 00 13 | 111116, ТЦ TSUM.BY | @tsum.by



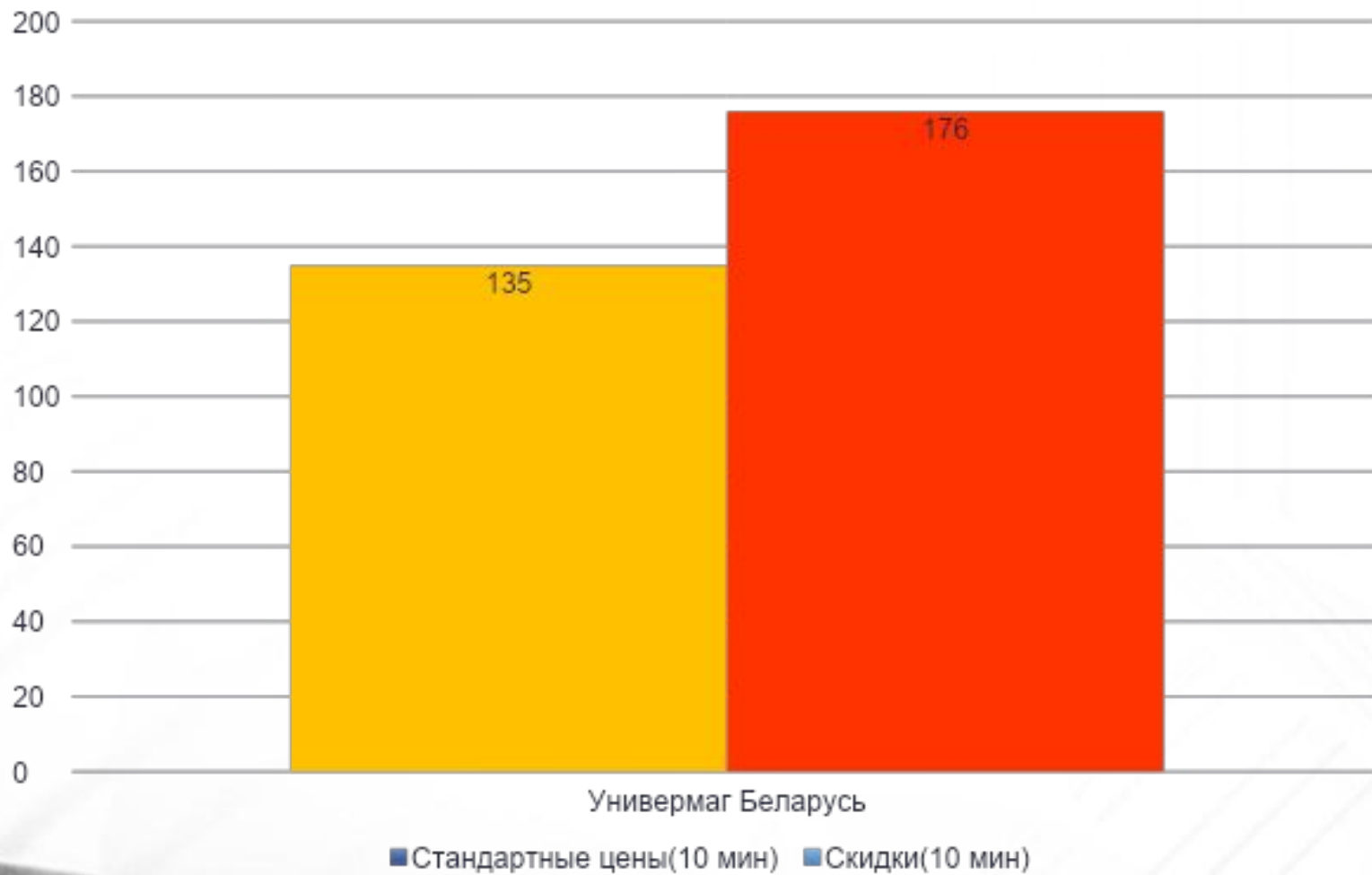
- ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ 5%
- НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ 25%

УНИВЕРМАГ
БЕЛАРУСЬ | 29, 30 ноября
1 декабря

-30%

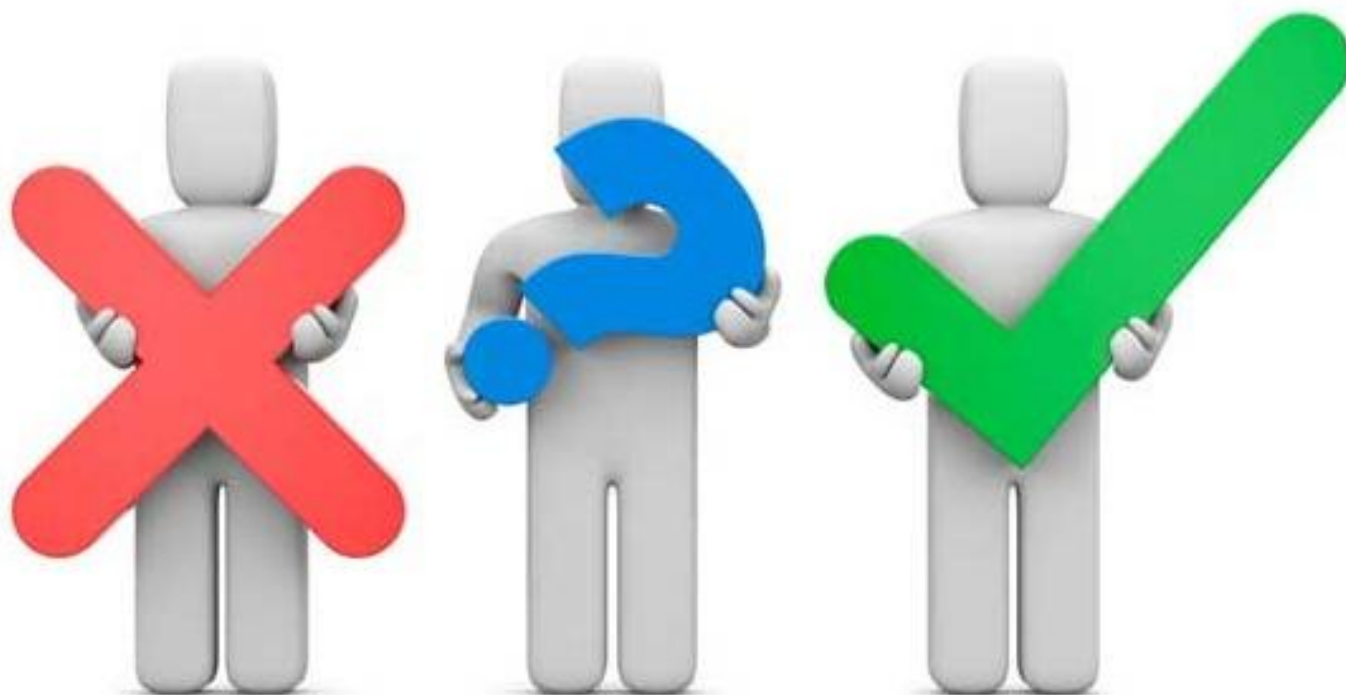
НА ДЕТСКУЮ
ОДЕЖДУ И ОБУВЬ
с розничной ценой свыше **6 рублей**

Плотность посещения универсама в зависимости от цен



•Разница
плотности
посещения – 23.30%

Выводы



Вывод 1: ЦУМ или Универмаг «Беларусь»

- По данным наших исследований было выявлено, что ЦУМ более популярен, чем Универмаг «Беларусь». Качественный маркетинговый подход даёт свои плоды, это доказывает существенное отличие числа потребителей разных универмагов.



Вывод 2: маркетинг – залог успеха

- Государственные универмаги ведут активный маркетинг, для того чтобы увеличить число своих потребителей и объем продаж.



Вывод 3: подтверждение гипотезы

- В ходе нашей научной работы мы подтвердили гипотезу о том что влияние акционных предложений и скидок в государственных универмагах на среднестатистического потребителя РБ, велико.

