

# 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»



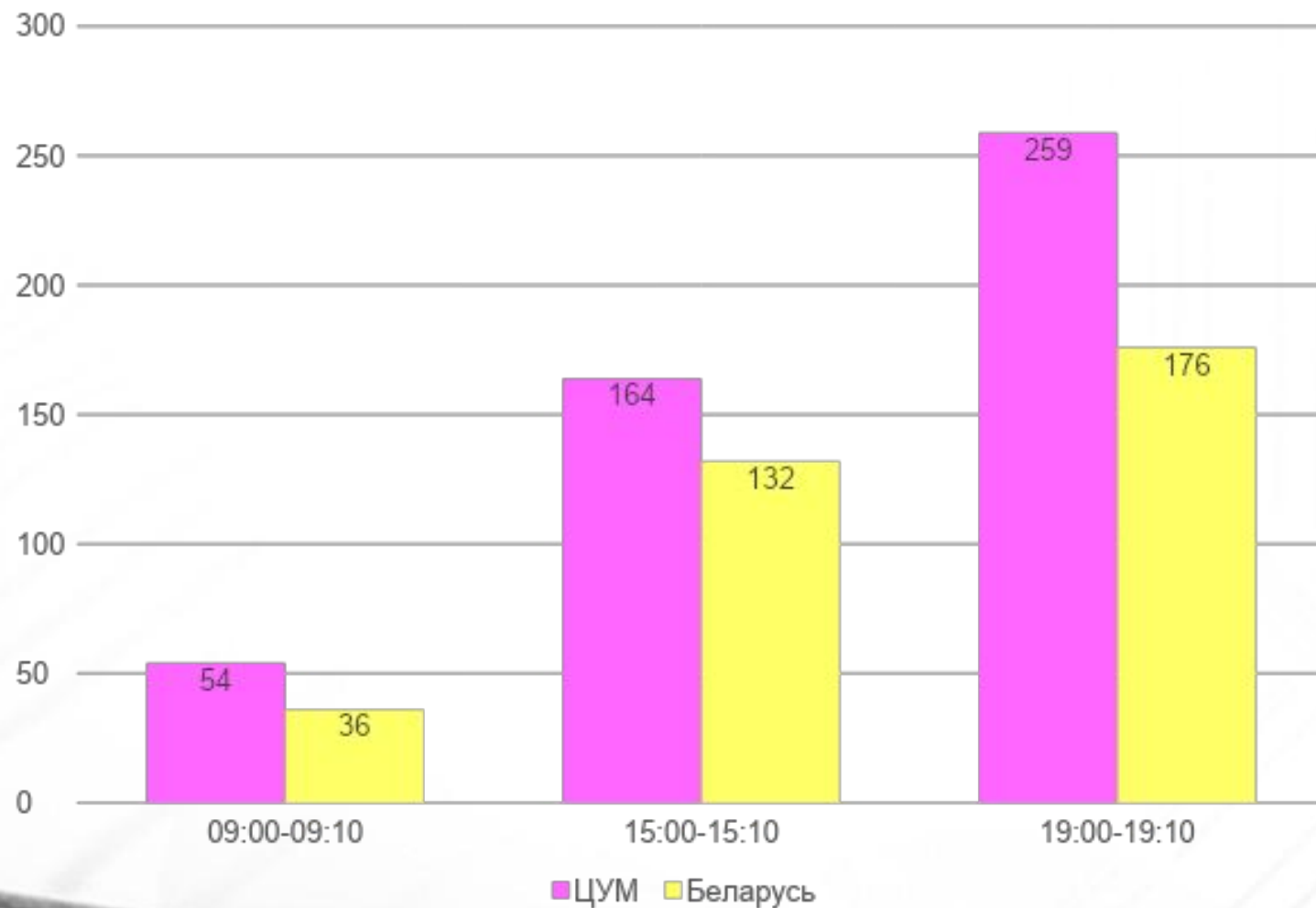
# Транзакционная полезность



# «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 | 111111, ТЦ TSUM.BY | @tsum.by



- ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ 5%
- НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ 25%

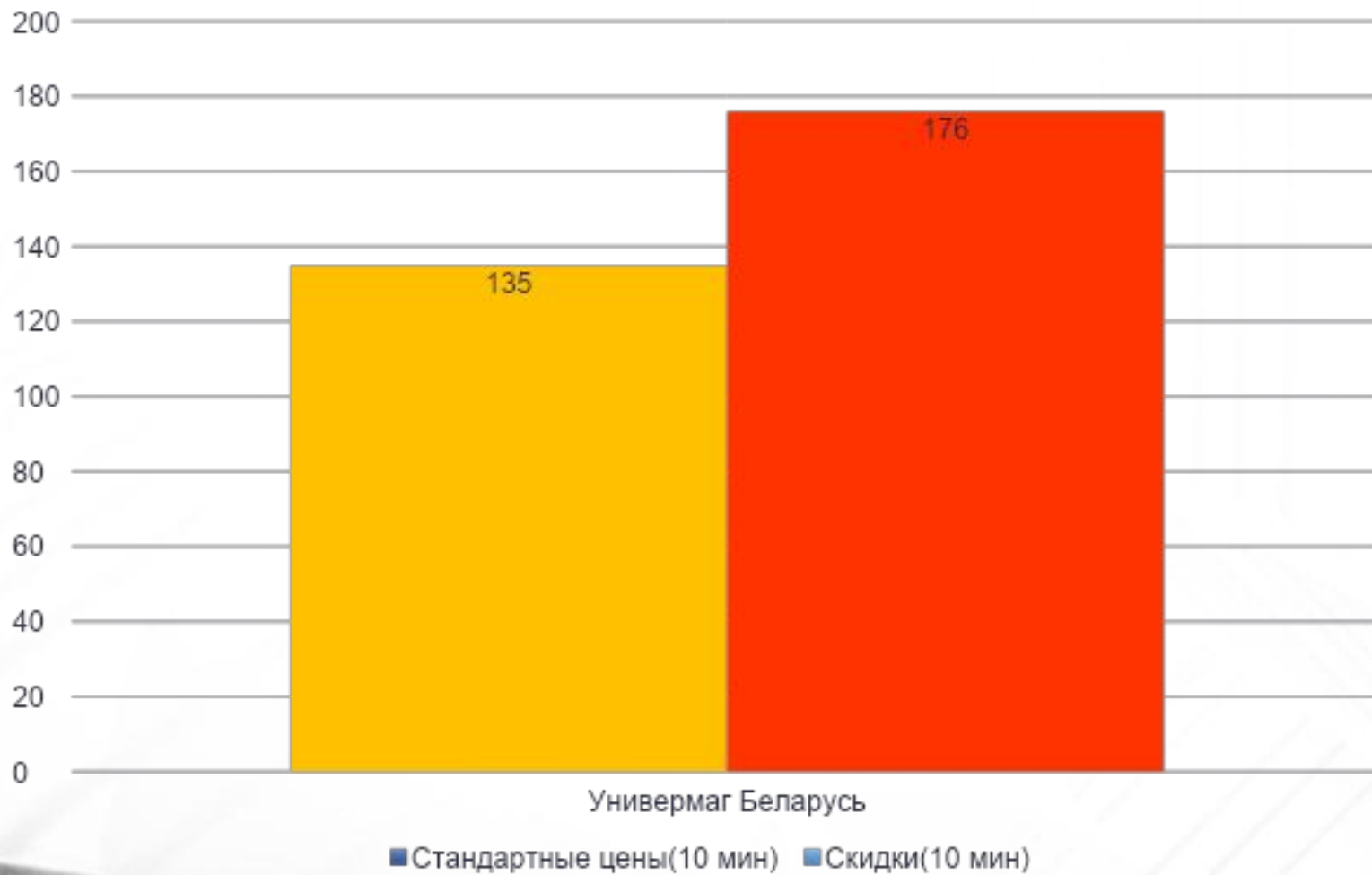
УНИВЕРМАГ БЕЛАРУСЬ | 29, 30 ноября  
1 декабря

**-30%**

НА ДЕТСКУЮ ОДЕЖДУ И ОБУВЬ  
с розничной ценой свыше 6 рублей

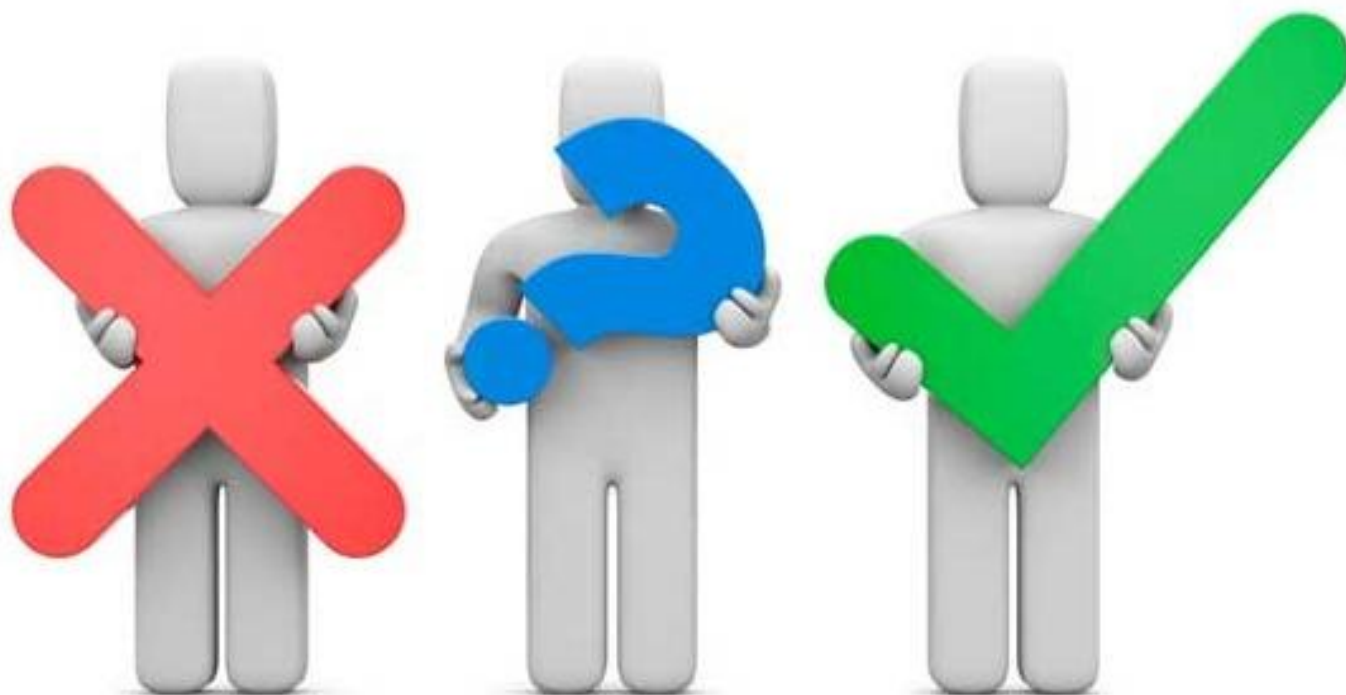


# Плотность посещения универсама в зависимости от цен



•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.

