

больше 20 % у потребителей могут возникнуть сомнения в качестве реализуемого товара [1].

Также ТКУП «Универмаг Беларусь» реализует программу лояльности посредством дисконтных карт. Карты позволяют накапливать суммы покупок и использовать скидку согласно условиям, прописанным в Положении о Программе лояльности УП «Универмаг Беларусь».

В универмаге регулярно проводятся сезонные распродажи. Рождество и Новый год, Международный женский день — периоды популярных сезонных распродаж. Информация о предстоящих акциях распространяется с помощью Viber и sms-рассылки, а также с помощью каналов наружной рекламы.

Для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей предоставляются особые скидки. Это регулярные, однако ограниченные по времени предложения. В течение 10–14 дней при покупке товаров по безналичному расчету юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями предоставляется скидка 20 %. Также «Универмаг Беларусь» может предложить бесплатную доставку при общей сумме покупки больше 100 руб.

Для УП «Универмаг Беларусь» можно предложить в качестве средств стимулирования продаж применение современных средств коммуникаций — разработать специальное мобильное приложение, к которому будет привязана дисконтная карта. Постоянные покупатели универмага смогут накапливать баллы при покупке с помощью своей виртуальной карты. Такое приложение также предоставит возможность покупателю ознакомиться со всеми действующими акциями и специальными предложениями любого отдела УП «Универмаг Беларусь».

Таким образом, ТКУП «Универмаг Беларусь» для стимулирования продаж активно использует как ценовые, так и неценовые методы.

Источник

1. *Абрамова, Н. А.* Система скидок в розничной торговле / Н. А. Абрамова // Планово-экономический отдел. — № 3. — 2011. — С. 12.

А. А. Монаков, К. А. Петров
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Т. А. Осипович, канд. экон. наук, доцент

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАСПОЗНАВАНИЯ ЛИЦ В ТОРГОВЛЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Пандемия COVID-19 значительно ускорила активизацию онлайн-покупок. С учетом этого офлайн-ритейлеры во всем мире делают

все возможное для привлечения и удержания покупателей, включая технологии системы распознавания лиц (СРЛ, Facial Recognition) [1]. В настоящее время технология распознавания лиц в Республике Беларусь широко применяется в банковской системе (МТБанк, БПС-сбербанк, Беларусбанк и др.). В торговле Беларуси технология распознавания лиц пока не нашла применения из-за пессимистичных ожиданий отечественного бизнеса в отношении развития рынка розничной и оптовой торговли в ближайшие годы в связи со сложностью планирования бизнеса, нехватки знаний в области технологий СРЛ и возможности их использования в торговых организациях, ограниченности финансовых возможностей и непривлекательных условий кредитования бизнеса.

Активизация применения технологий СРЛ в торговой отрасли Республики Беларусь обеспечит магазинам следующие возможности:

- 1) реализацию программы лояльности без карт;
- 2) отслеживание пути, траектории следования, времени нахождения в определенном месте покупателя и (или) сотрудника;
- 3) автоматический подсчет:
 - количества клиентов, посетивших торговый зал, расчет конверсии (завершенность покупки);
 - частоты прихода клиента в торговый зал за анализируемый период;
 - количества приходов покупателя в магазин за товаром и выхода из торгового зала без завершения покупки;
 - информации о реакции (вербальных и невербальных сигналов) покупателей на действия сотрудников;
- 4) автоматический контроль:
 - времени присутствия сотрудника на рабочем месте и производительности труда в рабочее время;
 - доступа лиц в административные, служебные и подсобные помещения с целью устранить проникновение на объект недвижимости злоумышленников и минимизировать кражу и порчу товаров и имущества владельца данного объекта;
- 5) управление очередями;
- 6) упрощение, ускорение и удешевление участия потенциальных покупателей в опросе, которые получают при этом возможность авторизоваться методом распознавания лица для заполнения анкеты в специально установленном в торговом зале инфокиоске и автоматическое зачисление на их аккаунты бонусов или иных видов поощрения активных покупателей.

Источник

1. Сферы применения Face ID: распознавание лиц по фото [Электронный ресурс] // Evergreen. — Режим доступа: <https://evergreens.com.ua/ru/articles/face-id-business-spheres.html>. — Дата доступа: 19.11.2021.