

УДК 519.2

КУПИ БОЛЬШЕ – ЗАПЛАТИ БОЛЬШЕ

Колесова К.Д., студент группы УКб-251, 1 курс
Грибанов Е.Н. доцент кафедры
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

Цель: раскрыть иллюзию выгоды от массовых акций и предоставить читателю простой математический инструмент (формулу) для отличия реальной экономии от скрытых убытков. Показать, что математика — главный инструмент защиты от маркетинговых уловок.

Перед тем как начнем разбирать ситуацию нам нужно понять почему акции работают.

Акции активируют психологические триггеры, которые мотивируют покупателей. Триггер — это психологический прием, ситуация, которая вызывает определенные эмоции и мысли и подталкивает человека к покупке. Такие триггеры часто используют в рекламе, в том числе для продвижения акций. Рассмотрим некоторые из них:

Жадность. Люди стремятся к максимальной выгоде. Акции вроде « $1 + 1 = 3$ » или бесплатная доставка при покупке на определенную сумму подогревают желание купить в надежде получить больше за те же деньги.

Дедлайн. Ограниченные по времени предложения создают страх упустить шанс. Этот страх подталкивает к быстрой покупке.

Маркетинговые уловки в современных магазинах стали неотъемлемой частью торгового процесса. Яркие желтые ценники с привлекательными предложениями «3 по цене 2» или « $1+1=3$ » мгновенно привлекают внимание покупателя. Возникает подсознательное желание не упустить выгоду, что часто приводит к импульсивным покупкам.

Типичный пример — покупка йогурта. Увидев аукционное предложение, покупатель берет три упаковки вместо одной, не задумываясь о последствиях. В результате третья пачка может оказаться в мусорном ведре, не принося никакой пользы.

Экономическая сторона акций.

Математический анализ показывает интересную особенность таких акций. Предложение «3 по цене 2» оказывается выгоднее простой скидки 33%.

Рассмотрим на примере:

При скидке 33% на товар стоимостью 100 рублей покупатель экономит 33 рубля, но приобретает только один товар.

При акции «3 по цене 2» покупатель платит 200 рублей за три товара, что эквивалентно цене 67 рублей за единицу.

Выигрыш магазина очевиден: продавец получает больше выручки и

освобождает склад от большего количества товара. При этом покупатель, формально платя по 67 рублей за товар, часто не осознает, что не экономит, а просто покупает больше.

Эффективность маркетинговых стратегий.

Двойная выгода для ритейлеров заключается в том, что подобные акции:

- помогают реализовать залежавшийся товар
- формируют лояльность покупателей
- привлекают новых клиентов.

Психологический эффект таких акций настолько силен, что покупатели, однажды воспользовавшись скидкой, возвращаются в магазин снова и снова, даже при отсутствии специальных предложений.

Прежде чем поддаваться на заманчивые предложения, важно:

- оценить реальную необходимость покупки
- посчитать реальную выгоду
- проанализировать собственные потребности.

Далее мы подробно разберем математику акций и представим формулы, которые помогут существенно сократить расходы при покупках.

Давайте на секунду задумаемся, порассуждаем и возьмём калькулятор.

Расшифровка акций:

«3 по цене 2» или «1+1=3»: $(2 \cdot x):3$,

где x — обычная цена одной пачки. Пример:

$(2 \cdot 60):3=40$ руб. — цена одной пачки при покупке трёх по акции;

$40 \cdot 3=120$ руб. — цена за 3 пачки по акции;

$3 \cdot 60=180$ руб. — цена за 3 пачки без акции;

$180-120=60$ руб. — выгода по акции;

$(60:180) \cdot 100\%=33,3\%$ — реальная скидка.

Коэффициент реальности (K). Введём параметр K — максимальное количество товара, которое можно потратить. Например, йогурт хранится 7 дней, вас двое, и вы едите йогурт раз в три дня: $2 \cdot (7:3)=4,6$ (округлим до 5). Пять йогуртов — это наш K .

Три этапа покупки:

Расчётливый этап: вы хотите купить ровно 5 йогуртов ($K = 5$). Акции «3 по цене 2» или «1+1=3» выгодны, так как покупаете 3 йогурта по акции и 2 без акции: $120+120=240$ руб. Без акции: $60 \cdot 5=300$ руб. Выгода покупки с акцией — 60 руб., съедено 5 штук.

Импульсивный этап: вы видите акцию и решаете взять больше, раз так выгодно. Берёте 2 упаковки (6 штук): $120 \cdot 2=240$ руб. Съедаете 5 штук, а 1 выбрасываете. Реальная цена съеденного за 1 штуку: $240:5=48$ руб. Вы съели то же количество, что и на этапе 1, заплатили те же деньги, но один йогурт выбросили. Разницы нет, но и выгоды нет.

Этап перекупа: вы решили запастись на месяц вперёд и взяли 3 упаковки (9 штук). Потрачено: $120 \cdot 3=360$ руб. Съедаете 5 йогуртов, а 4 выбрасываете — это почти половина. Реальная цена съеденного: $360:5=72$ руб.

72 руб. > 60 руб. (обычная цена). Вы пошли в магазин за выгодой, а в итоге заплатили больше, чем если бы покупали товар без акции, и при этом выбросили еду.

Формула для оценки выгоды акции:

Акция выгодна, если выполняется условие:

$$(N \cdot P) : K < X,$$

где: N — количество купленного товара (штук); P — цена товара по акции (за штуку); K — ваш лимит потребления (штук); X — обычная цена товара (за штуку).

Если X меньше левой части, то вы в убытке.

Акции существуют не для нашей экономии, а для увеличения продаж магазина. Лучшая экономия — купить ровно столько, сколько нужно. Наша задача — не стать жертвой маркетинговых уловок и иногда пройти мимо жёлтого ценника — это самая выгодная стратегия.

Список литературы

1. Зачем проводятся акции в магазине: 9 уловок, которые увеличивают прибыль [Электронный ресурс] // Галацентр: сайт. — URL: <https://www.galacentre.ru/articles/zachem-provodyatsya-aktsii-v-magazine-9-ulovok-kotorye-velichivayut-pribyl.php> (дата обращения: 07.03.2026).
2. Акции для бизнеса: польза или вред? [Электронный ресурс] // Контур.Маркет: сайт. — URL: <https://kontur.ru/market/spravka/52938-akcii-dlya-biznesa-polza-ili-vred> (дата обращения: 07.03.2026).
3. Акция «3 по цене 2» на Tilda: готовое решение с автоматикой [Электронный ресурс] // Webvova: блог. — URL: <https://webvova.ru/blog/all/akcziya-3-po-czene-2-na-tilda-gotovoe-reshenie-s-avtomatikoj/> (дата обращения: 07.03.2026).
4. Маркетинговые акции: полный список идей для любого бизнеса [Электронный ресурс] / Автор: id348181 // VC.RU: платформа для бизнеса и предпринимателей. — URL: <https://vc.ru/id348181/228506-marketingovye-akcii-polnyi-spisok-idei-dlya-lyubogo-biznesa> (дата обращения: 07.03.2026).