

Особенности потребительского поведения клиентов маркетплейсов и интернет-магазинов

Научный руководитель – Нуруллина Эльмира Ринатовна

Рахимкулова С.Р.¹, Нуруллина Э.Р.²

1 - Казанский государственный энергетический университет, Институт экономики и информационных технологий, Кафедра социологии, политологии и права, Казань, Россия, E-mail: *sofiarahimkullova22@yandex.ru*; 2 - Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия, E-mail: *elmiranur10@yandex.ru*

В современных социально-экономических условиях с развитием сети интернет стали доступны более удобные покупки в онлайн режиме, в связи с этим всю большую популярность среди покупателей набирают маркетплейсы и интернет-магазины. Они становятся основными каналами продаж в онлайн торговле и начинает лидировать на рынке оффлайн торговли. По этой причине увеличивается количество рабочих мест для населения, способствуя повешению уровня занятости в стране и уменьшению уровню безработицы соответственно. Таким образом, онлайн торговля повышает экономический потенциал страны и вносит существенный вклад в ВВП.

В 2022 году нами было проведено авторское пилотажное социологическое исследование в городе Казани (n=100 человек). Были опрошены респонденты, которые пользуются услугами рынка онлайн торговли, в возрасте от 18 до 65 лет. Выборка составлена с учетом гендерной характеристики респондентов (52 женщины и 48 мужчин). Целью данного исследования являлось изучение и выявление особенностей поведения потребителей на рынке онлайн торговли в современных социально-экономических условиях.

Итак, согласно данным проведенного нами исследования, большая часть респондентов (76%) положительно относится к покупкам в интернете, 21% относятся нейтрально, малая часть клиентов (3%) отрицательно относится к приобретению товаров в интернет-магазинах и на маркетплейсах.

Большая часть респондентов (54%) получили информацию о возможности покупки товаров через интернет, благодаря друзьям и родственникам, 23% узнали из рекламы в средствах массовой информации, остальные 23% опрошенных узнали о возможности такой покупки с помощью рекламы в интернете и социальных сетях.

40% респондентов заказывают товары в интернете около 2-3 раз в месяц, 24% опрошенных совершают покупки в интернет-магазинах и на маркетплейсах от одного до нескольких раз в неделю. 22% клиентов ответили, что приобретают товары в онлайн режиме только один раз в месяц, оставшаяся часть (14%) респондентов покупает товары через интернет примерно несколько раз в год.

27% опрошенных совершает покупки онлайн, так как им удобно делать покупки в любое время и из любого места. 21% респондентов используют онлайн шоппинг, потому что можно сравнивать цены и искать выгодные предложения. 14% клиентов онлайн-магазинов и маркетплейсов таким образом экономят время. 12% интересуют отзывы других покупателей, 6% привлекает широкий ассортимент товаров. 12% респондентов считают, что заказывать онлайн дешевле, чем в магазинах. Одинаковы доли тех, кто не любит ходить по магазинам и узнает подробную информацию о товаре (4%).

Большая часть опрошенных (57%) для заказа товаров в интернете использует смартфон, 33% респондентов пользуется ноутбуком или планшетом для совершения онлайн покупок, малая часть (10%) пользуется персональным компьютером для покупки товаров в интернет-магазинах и на маркетплейсах.

60% респондентов очень часто использует разработанные мобильные приложения для маркетплейсов и интернет-магазинов, так как это удобно. 26% опрошенных иногда пользуются данными приложениями для онлайн заказа, 9% клиентов редко их использует для совершения покупок и только 5% респондентов никогда не заказывали товары с помощью мобильного приложения.

38% респондентов иногда пользуются официальными сайтами интернет-магазинов и маркетплейсов для онлайн покупок, 32% опрошенных редко используют сайты для заказа в интернете. 20% клиентов очень часто используют для совершения покупок в интернете сайты маркетплейсов и интернет-магазинов, и только 10% респондентов никогда не заказывали товары с помощью специальных сайтов для заказов онлайн.

30% респондентов чаще всего в интернет-магазинах и на маркетплейсах заказывают одежду, обувь и аксессуары. 12% обычно приобретают электронику и бытовую технику в интернете. Одинаковы доли тех, кто покупает спортивные товары и хозтовары (8%), а также доли тех, которые заказывают книги и товары для сада (6%). Около 7% клиентов приобретают онлайн косметику (парфюмерию) и медицинские товары. Товары для детей и для творчества заказывают только 5% покупателей. 3% опрошенных покупают продукты питания и 2% - мебель.

32% клиентов при совершении онлайн покупок выбирают маркетплейс Ozon, 27% покупателей предпочитают Wildberries для заказов в интернете. 19% пользуются услугами Яндекс.Маркета, 12% респондентов заказывают товары на маркетплейсе KazanExpress, 9% совершают покупки через AliExpress, 1% используют для заказа товаров Lamoda.

Большая часть опрошенных (61%) считает, что онлайн-торговля в ближайшее время скорее не сможет полностью заменить покупки в магазинах и торговых центрах. 26% говорят, что торговля в онлайн режиме скорее всего заменить покупки в оффлайн магазинах и ТЦ. 7% респондентов совершенно согласны с тем, что в скором времени онлайн-торговля полностью вытеснит с рынка оффлайн торговлю. 6% совершенно не согласны с данной гипотезой.

Таким, образом, в настоящее время с развитием современных информационных технологий, маркетплейсы и интернет-магазины становятся одной из востребованных платформ для потребителей рынка онлайн-торговли. Поскольку в будущем онлайн покупки товаров будут продолжать набирать все большую популярность среди людей разных возрастов, важно продолжить проводить исследования в данном направлении.