

Информация о результатах социологического опроса среди населения Свердловской области по оказанию услуг Интернет-торговли (на сайте Potrebitel66.ru)

В последние годы на территории Свердловской области, как в целом и по России отмечается устойчивый положительный тренд в развитии Интернет-торговли.

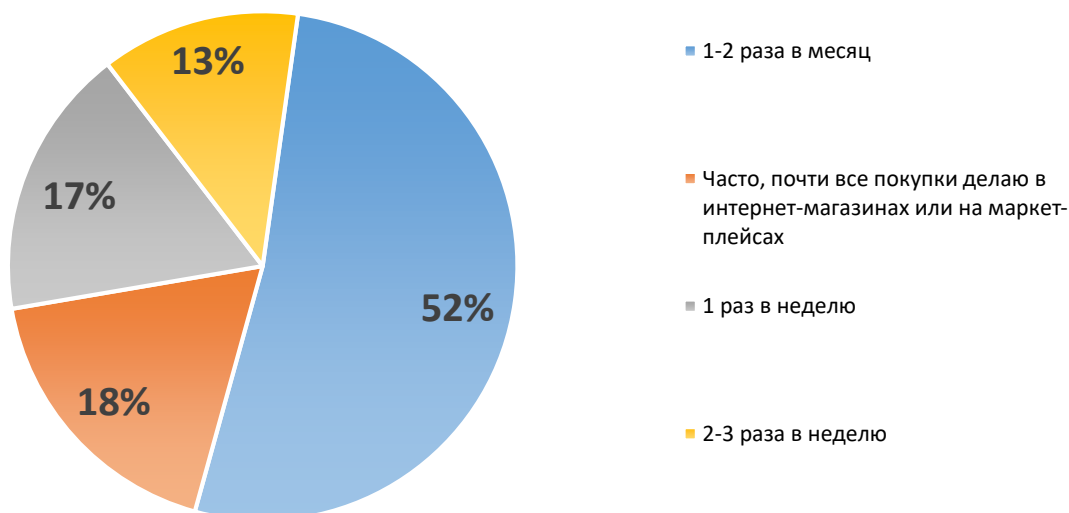
С целью выявления потребительского спроса на услуги Интернет-торговли в Екатеринбурге и Свердловской области был проведен анкетный опрос, в котором приняли участие 1784 респондента – пользователи областного сайта Potrebitel66.ru.

В опросе приняли участие респонденты (покупатели) следующих возрастных категорий:

от 40 до 60 лет	981	55.1%
от 18 до 40 лет	720	40.5%
старше 60 лет	83	4.4%

Как часто вы пользуетесь услугами Интернет-торговли?

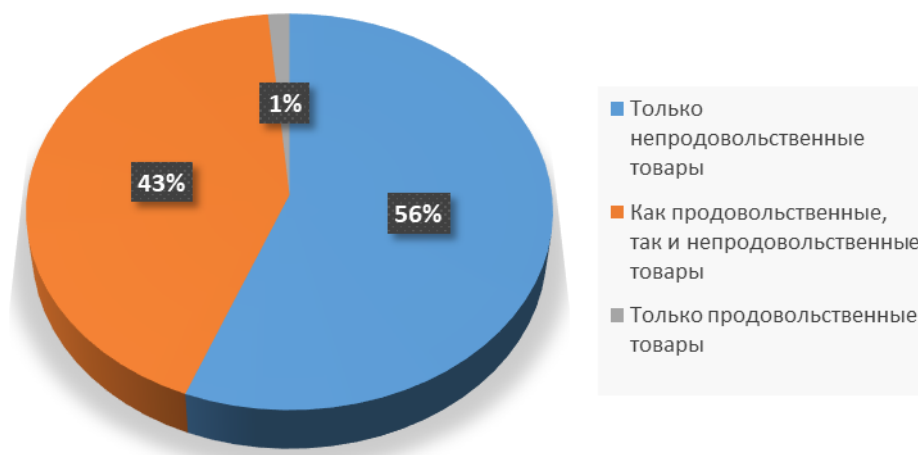
Выяснилось, что большинство опрошенных покупателей (52%) делают покупки в Интернете 1-2 раза в месяц, 18% - почти все покупки совершают в интернет-магазинах или маркет-плейсах, 17% - 1 раз в неделю, 13% делают покупки 2-3 раза в неделю.



Какой ассортимент товаров приобретаете с помощью Интернет-торговли?

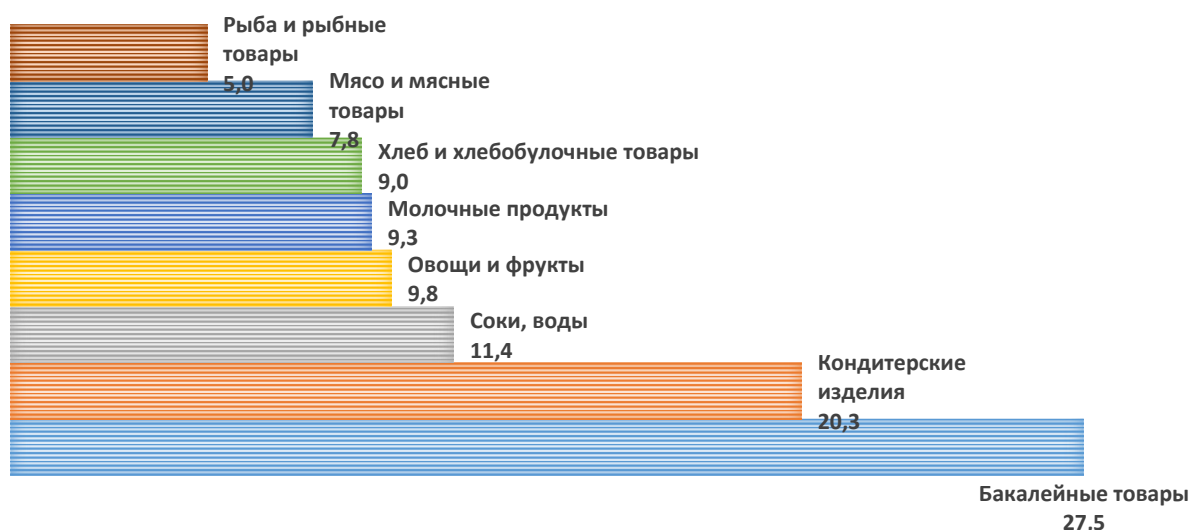
С помощью Интернет-торговли населением преимущественно приобретаются непродовольственные товары (так ответили 56% респондентов), 43% покупателей заказывают по интернету как

продовольственные, так и непродовольственные товары, исключительно продовольственные товары приобретают только 1,4% опрошенных.



Если Вы заказываете продовольственные товары, то какой ассортимент? (можно было выбрать несколько вариантов ответов)

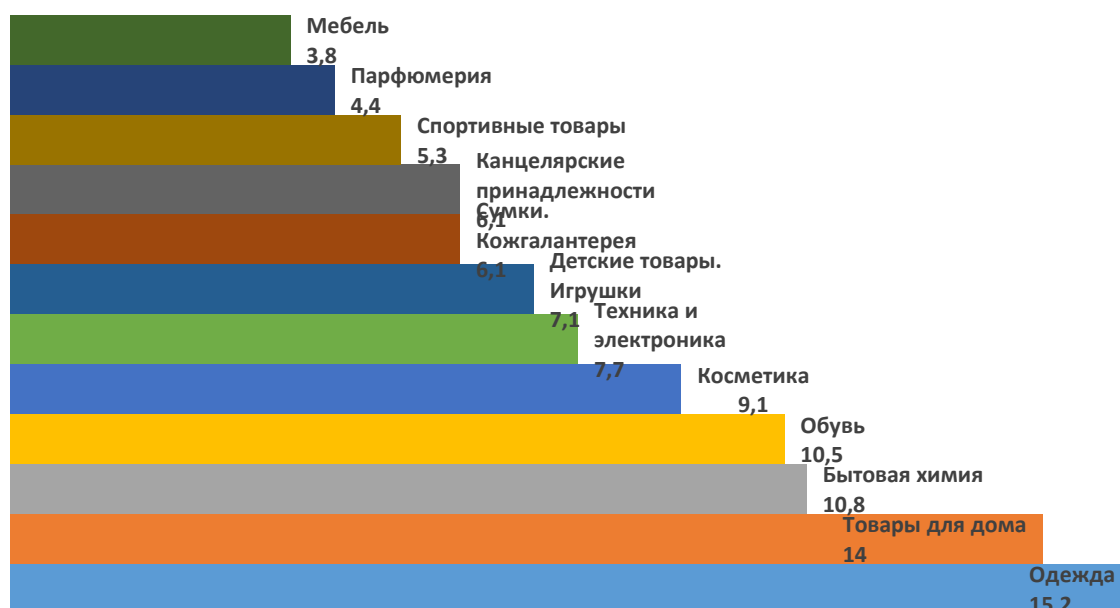
По покупке продовольственного ассортимента в основном большей популярностью пользуются группы товаров: бакалея (27,5%), кондитерские изделия (20,3%), соки-воды (11,4%), овощи и фрукты – по 9,8%, молочные продукты (9,3%), хлебобулочные изделия (9,0%). В меньшей степени приобретают мясо и мясные товары (7,8%), рыбу и рыбные товары – 5,0%.



Если Вы заказываете непродовольственные товары, то какой ассортимент? (можно было выбрать несколько вариантов ответов)

Ответы на этот вопрос показали следующий результат: по большей части покупают одежду (15,2%), товары для дома (14%) и бытовую химию (10,8%). Также значительный объем покупок происходит в товарных группах: обувь (10,5%), косметика (9,1%), техника и электроника (7,7%), детские товары и игрушки (7,1%), сумки, кожгалантерея (6,1%), канцелярские принадлежности

(6,1%), спортивные товары (5,3%), парфюмерия (4,4%), мебель (3,8%). В незначительных объемах покупают также бижутерию, украшения, книги, БАДы, товары для животных, инструменты и стройматериалы.

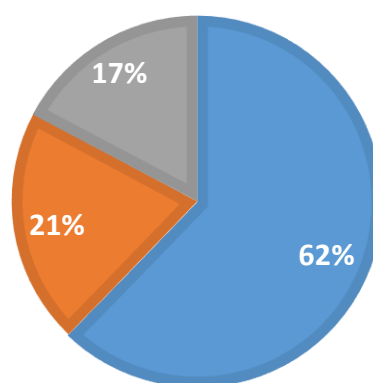


Каков объем покупок в денежном выражении?

(средняя стоимость разовой покупки)

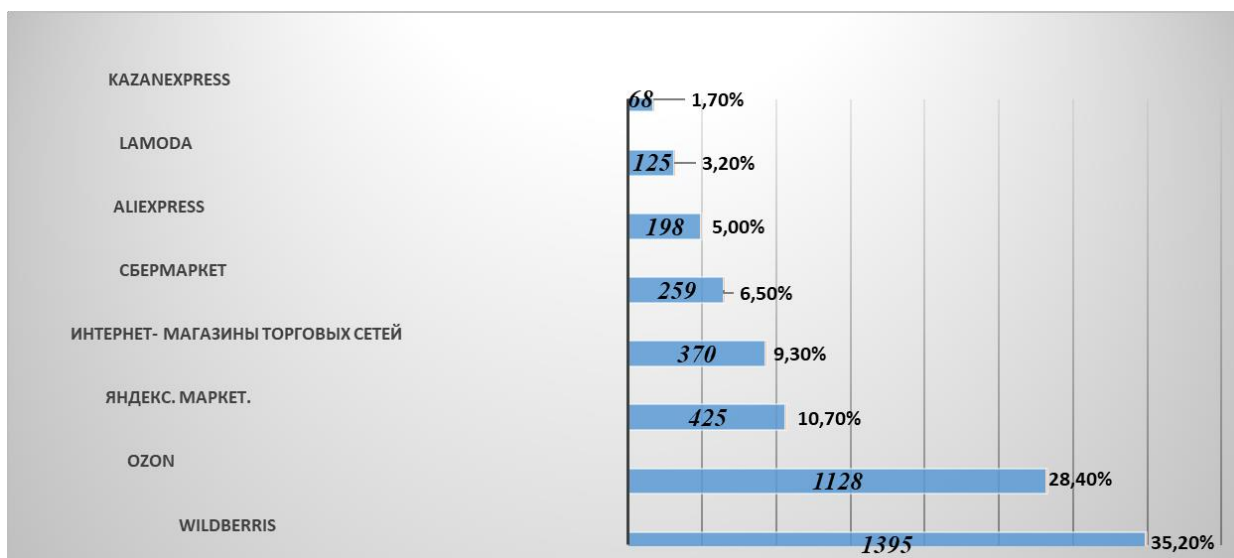
Средний чек покупок, которые респонденты совершают в Интернете, в основном составляет 1-3 тысячи рублей (62%), покупку до одной тысячи рублей совершают 21%, заказ на 5 тысяч рублей и более оформляют 17% респондентов.

- 1-3 тыс. рублей
- до 1 тыс. рублей
- 5 тыс. рублей и выше



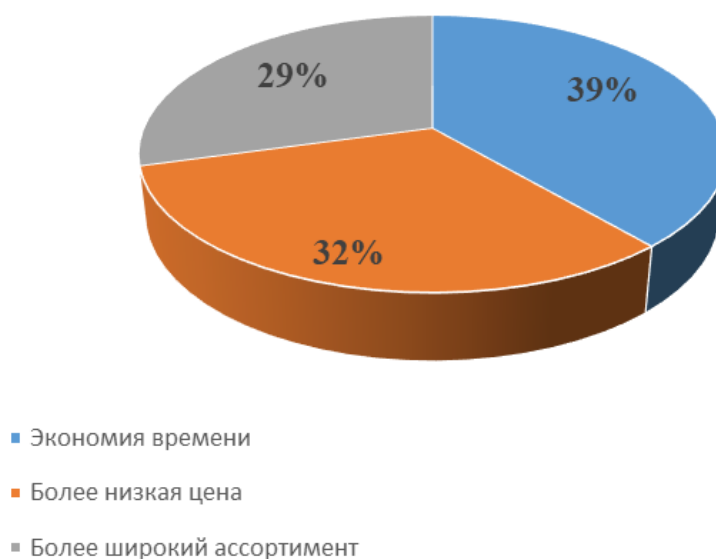
На каких электронных площадках чаще всего совершаете покупки?

Чаще всего респонденты совершают покупки на электронных площадках: Wildberris (35,2%), OZON(28,4%). Также популярными Интернет-площадками являются Яндекс.Маркет (10,7%), Интернет-площадки торговых сетей (9,3%), Менее значительный процент респондентов делает покупки в Сбермаркет (6,5%), Aliexpress (5,0%), Lamoda (3,2%), KazanExpress (1,7%), Самокате.



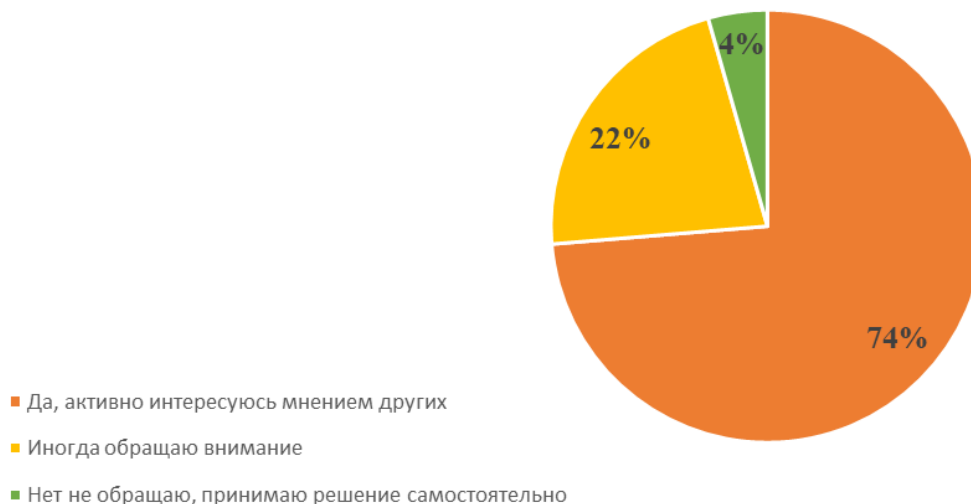
Чем Вас привлекает дистанционный способ приобретения товара?

Наибольшее количество опрошенных (почти 39%) ответили, что дистанционный способ приобретения товара привлекает из-за экономии времени, 32% - считают, что на Интернет-покупках есть возможность сэкономить, 29% выбрали данный способ в результате более широкого ассортимента товаров.



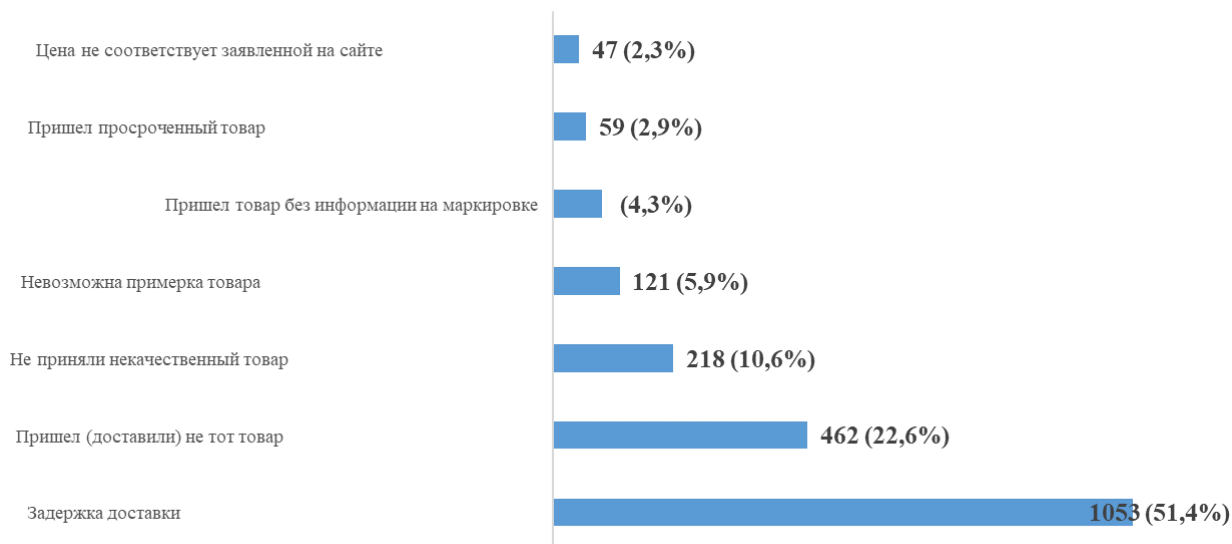
Вы обращаете внимание на рейтинги, отзывы и рецензии о товаре, оставленные другими покупателями?

На данный вопрос большинство опрошенных дали положительный ответ (73,7%), их интересует мнение покупателей, они совершают выбор на основе отзывов и прошлого опыта других потребителей. Иногда обращают внимание на отзывы и рецензии о товаре 22% опрошенных покупателей. 4,4% респондентов не смотрят на отзывы и принимают исключительно самостоятельное решение при покупке.



С какими проблемами Вам приходилось сталкиваться при приобретении товара в Интернет-торговле?

Большинство опрошенных назвали основной проблемой интернет-покупок – задержку доставки (51,4%), 22,6% респондентов столкнулись со случаями доставки «не того» товара. Качество полученного товара не устроило – 10,6% покупателей. Кроме этого, отметили проблемы интернет-покупок, связанные с невозможностью примерки (5,9%), отсутствием информации на маркировке о составе, названии, месте изготовления, сроках годности (4,3%), получением просроченного товара (2,9%), не соответствующей заявленной на сайте цене (2,3%).



Сталкивались ли Вы с приобретением некачественного товара?

С приобретением некачественного товара встречались 54,3% опрошенных покупателей.

Каким образом Вы решили проблему по качеству товара?

77,6% покупателей вернули некачественный товар без проблем через интернет-магазин, не удалось решить проблему по возврату некачественного

товара 12,4% покупателей, в претензионном порядке вернули некачественный товар – 9,4% опрошенных, в судебном порядке – 0,7%.



Результаты исследования подтвердили сложившийся тренд в развитии розничных продаж потребительских товаров через Интернет-магазины. Количество потребителей, совершающих интернет-покупки, возрастает с каждым годом также, как и увеличиваются объемы продаж, ассортимент и частота совершаемых покупок.

Большим спросом у свердловчан преимущественно пользуются непродовольственные товары. Значительный объем покупок приходится на одежду, обувь, товары для дома, бытовую химию.

Из продовольственного товарного сегмента интернет-покупатели отдают предпочтение бакалейной группе товаров и кондитерским изделиям.

Средний чек покупок, которые респонденты совершают в Интернете, составляет 1-3 тысячи рублей.

Самыми популярными площадками у населения остаются Wildberries и Ozon.

Широкому распространению онлайн-покупок способствуют масштабность ассортимента товаров, удобная доставка, экономия времени и приемлемая цена.

В качестве барьеров потребители называют задержку в доставке, вероятность доставки «не того» товара, а также случаи получения некачественного товара.

Больше половины опрошенных сталкиваются с приобретением некачественного товара, но при этом благополучно решают данную проблему на уровне интернет-продавца, что несомненно является положительным моментом в уровне развития данного сегмента торговли.