

УДК 004.738.5

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ УЛЬЯНОВСКОГО ГАУ К ОНЛАЙН-ПОКУПКАМ

*Колесникова А.С., Жарова В.С., студентки 1 курса
факультета ветеринарной медицины и биотехнологии
Научный руководитель – Видеркер М.А., кандидат
биологических наук
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

Ключевые слова: *онлайн-покупки, онлайн-шопинг, интернет-магазин, студенты, банковская карта.*

Работа посвящена изучению отношения молодежи Ульяновского ГАУ к онлайн-покупкам. Установлено, что большинство студентов совершают онлайн-покупки, и для части опрошенных онлайн-шопинг является регулярным. Чаще всего покупки совершают в AliExpress, Joom, WildBerries. Наиболее популярной категорией товаров является одежда и обувь.

За последнее десятилетие среди населения особую популярность приобрели онлайн-покупки. Теперь, чтобы совершить покупки, необязательно совершать походы в магазины и на рынки, ведь это можно сделать через Интернет.

Мы решили выяснить, как относятся к онлайн-покупкам студенты Ульяновского ГАУ. Для этого с помощью Google Форм был разработан опросник, состоящий из 12 вопросов. В исследовании приняло участие 120 человек, среди которых 89 девушек и 11 юношей.

Проведенное исследование показало, что 79 % студентов хотя бы однажды делали онлайн-покупки. При этом 23 % осуществляют покупки через Интернет достаточно часто – несколько раз в месяц. Кстати, этот показатель вырос в несколько раз по сравнению с аналогичными исследованиями, проведенными в нашем вузе пять лет назад [1]. 16 % опрошенных совершают, как правило, не более одной покупки за месяц; 17 % – несколько покупок в год. У 23% опыт онлайн-шопинга заключался в нескольких покупках за всё время.

Среди наиболее значимых преимуществ онлайн-покупок респонденты называли возможность приобретать товары, которых нет в традиционных магазинах региона, возможность найти более дешевый товар, возможность делать покупки, находясь в удобном месте (напри-

мер, дома) и в удобное время. Также отмечалось сокращение времени на совершение покупки и возможность больше узнать о товаре благодаря отзывам других покупателей.

Большинство студентов приобретают в онлайн-магазинах одежду и обувь, косметику и парфюмерию, электронику и бытовую технику, товары для дома и книги. И это соответствует общемировым тенденциям [2]. Реже всего через Интернет наши студенты покупают спортивные товары, товары для животных, продукты питания и лекарственные средства.

При покупках для большинства имеют значение отзывы других покупателей. 67 % отметили, что всегда обращают внимание на отзывы; 32 % анализируют отзывы только тогда, когда сомневаются в товаре; и только 1 % покупателей никогда не обращает внимания на отзывы о товаре.

Опрос показал, что самой популярной торговой площадкой среди студентов университета является китайский AliExpress – им пользуется 73 % покупателей. Вторым по популярности является Joom (33 %), в тройке лидеров оказался и российский онлайн-магазин WildBerries, он популярен у 27 % студентов. Также выделились такие сайты, как Ozon, Lamoda, Labirint.

Три четверти покупателей предпочитает оплачивать свои покупки банковской картой онлайн. Значительно реже оплату совершают банковской картой при получении, через платежные серверы и наличными при получении. Кстати, согласно общероссийской статистике в последние годы возросла как предоплата товаров банковской картой, так и оплата картой при получении, и как следствие, снизился процент покупок, оплаченных наличными [3].

У половины студентов средний чек онлайн-покупки, как правило, не превышает 500 рублей. У четверти он составляет около 1000 рублей. Крупные покупки студенты совершают нечасто, что вполне объясняется их невысокой платежеспособностью. Примерно четверть опрошенных отметили, что им приходилось совершать покупки стоимостью 5 000 рублей и даже дороже. 30% признались, что самый дорогой товар, который ими был куплен онлайн, стоил около 1000 рублей; 27 % – в пределах 2000-3000 рублей; 18 % – около 500 рублей. 6 % студентов отметили, что никогда не покупали в Интернете ничего дороже 200 рублей.

Отметим, что больше половины покупателей были когда-либо недовольны приобретенным товаром, причём почти четверти пришлось столкнуться с возвратом товара в онлайн-магазин. Поэтому вполне объяснимо, что большинство респондентов (64 %) среди недостатков он-

лайн-шопинга называло невозможность «вживую» посмотреть товар. Кроме того, многие (59 %) недовольны долгой доставкой; треть студентов отметила несоответствие качества товара его описанию в интернет-магазине; каждый пятый выделял небезопасность процесса расчётов и возможность утечки персональных данных. Но есть и такие (их оказалось 16 %), которых в онлайн-шопинге устраивает абсолютно всё.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что среди студентов нашего университета онлайн-покупки довольно популярны, многие регулярно совершают онлайн-шопинг и готовы потратить приемлемую сумму на нужный им товар.

Сравнив результаты проведенного нами исследования с данными, полученными в вузе ранее [1], а также проанализировав общероссийскую статистику [2, 3], можно говорить о том, что востребованность интернет-магазинов за последние годы возросла, увеличилась частота совершаемых покупок, расширился спектр товаров и услуг, популярных среди покупателей. И эта тенденция в ближайшее время будет только усиливаться.

Библиографический список:

1. Тенденции потребительских онлайн-покупок в Ульяновской области / М. А. Видеркер, В. О. Семенова, О. А. Заживнова, О. В. Солнцева // Наука сегодня: проблемы и перспективы развития : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. В 3 частях. – Научный центр Диспут, 2015. – С. 99-100.
2. Сколько россиян покупают в интернете // Т-Ж : журнал про ваши деньги. – URL : <https://journal.tinkoff.ru>
3. Интернет-торговля в 2019 году: «Яндекс-Маркета» и GFK // Новости e-commerce. – URL : <https://e-pepper.ru/>

ATTITUDE OF STUDENTS OF ULYANOVSK STATE AGRARIAN UNIVERSITY TO ONLINE SHOPPING

Kolesnikova A.S., Zharova V.S.

Key words: *online shopping, online store, students, bank card.*

The work is devoted to studying the attitude of young people of the Ulyanovsk State Agrarian University to online shopping. It was established that most students make online purchases, and for some of the respondents, online shopping is regular. Most often, purchases are made in AliExpress, Joom, Wild-Berries. The most popular product category is clothing and shoes.