

КРУГЛИЙ СТИЛ 2. ЯКІСТЬ, ЩО ЗАДОВОЛЬНЯЄ ПОТРЕБИ СУЧАСНОГО СПОЖИВАЧА

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В БЕЛАРУСИ

*С. П. Гурская, к. э. н., доцент кафедры коммерции и логистики
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Урбанизация и ускорение жизни приводят к тому, что скорость и удобство при осуществлении покупок решают все. Чем проще покупателю будет найти то, что ему необходимо, тем быстрее он отреагирует на предложение ритейлера. Поэтому современный потребитель все чаще делает покупки в интернет-магазинах.

Для оценки рынка электронной коммерции Беларуси был проведен онлайн-опрос респондентов в возрасте от 18 до 55 лет, проживающих во всех областях Беларуси, Выборка составила 1 000 респондентов, имеющих опыт покупок в интернете. Исследование проводилось в рамках проекта e-data.by (февраль-март 2018г.) [2].

Справочно:

e-data.by – исследовательский проект, который собирает аналитические данные о белорусском рынке электронной коммерции из разных источников. Проект реализует маркетплейс Deal.by при поддержке крупнейших игроков рынка, среди которых Onliner.by и KUPI.TUT.BY.

Deal.by – белорусский маркетплейс, где представлены товары и услуги от продавцов из разных городов Беларуси. Проект украинской ИТ-компании EVO.

За 2017 г. в Беларуси число интернет-покупок увеличилось в 1,8 раза. По прогнозам, в 2018 году белорусский рынок вырастет на 20 % и достигнет \$ 6 81 млн. Способствовать этому будет интерес к онлайн-шоппингу среди потребителей, стимулирующий появление новых и развитие существующих интернет-магазинов и маркетплейсов [2].

Портрет интернет-покупателя в Беларуси. За 2017 год 45 % или 4,3 млн белорусов купили что-то в интернете. Общее количество интернет-пользователей, которые посещают интернет-магазины, составляет 1 445 709 человек, или 28,44 % всех интернет-пользователей Беларуси. Из них на долю мужчин при-

ходится 57,03 %, а на женщин – 42,97 %. Самыми активными интернет-покупателями в Беларуси традиционно являются молодые люди в возрасте от 25 до 34 лет [1].

39 % потребителей делают покупки как онлайн, так и оффлайн, и только 16 % стараются большинство товаров покупать в интернете. При этом самые активные онлайн-покупатели – женщины в возрасте 25–30 лет [2].

География покупок. Более 40 % белорусских интернет-пользователей посещают основные e-commerce-сервисы – интернет-магазины, маркетплейсы, прайс-агрегаторы и каталоги товаров (услуг), сайты частных объявлений, аукционы, сайты купонных скидок. При этом 21 % покупателей заказывают товары из Китая, 11 % – из России. Остальная часть покупателей пользуются белорусскими онлайн-площадками и ресурсами остальных стран. 83 % потребителей выбирают иностранные интернет-магазины, потому что там товары дешевле; 39 % – потому что там есть товары, которых нет в Беларуси; 17 % – потому что доверяют иностранным магазинам больше, чем белорусским [2].

Покупки. На непродовольственные товары приходится 80,8 % всех интернет-покупок, на продовольственные товары, соответственно, 19,2 %. Самыми популярными категориями у интернет-покупателей являются: одежда, обувь, аксессуары, техника и электроника; продукты питания для дома, косметика и парфюмерия, товары для детей, билеты на мероприятия [2].

На одну покупку женщины в среднем тратят 50 рублей, а мужчины – 70 рублей. Это связано с тем, что мужчины чаще покупают более дорогие товары, например, технику, электронику и товары для дома, а женщины – более дешевые, к примеру, одежду, косметику или игрушки. Так, средний чек на одну покупку техники и электроники равен 102,5 белорусских руб., в то время как косметики и парфюмерии – 40 руб.

В 2017 г. один пользователь из Беларуси тратил на покупки в интернет-магазинах в среднем 167,4 белорусского рубля. Это почти на 40 % больше, чем годом ранее.

В интернете белорусов привлекают более низкие цены, чем в обычных магазинах, удобство и большой ассортимент. При этом для каждой категории товаров значение этих причин отличается: так, при покупке одежды в интернете люди больше ценят низкие цены, а продуктов питания – то, что не нужно куда идти.

Самые распространенные опасения белорусов связаны с тем, что онлайн нельзя увидеть товар и сложно уточнить его важные характеристики. Также некоторые категории товаров, например, товары повседневного пользования и товары для животных, белорусам удобнее покупать в обычных магазинах.

Развитие по регионам. В Беларуси наблюдается дисбаланс в развитии рынка электронной торговли по регионам. В наибольшей степени интересуются онлайн-покупками жители столицы – г. Минска. Больше половины интернет-покупателей в стране живут в Минске (52 %), тогда как на каждый из остальных городов республики приходится от 3 до 6 %. В то же время только 28 % покупателей в интернете – это сельское население и население малых городов, на долю которых приходится более 50 % населения страны [1].

Оформление заказа. 52 % белорусских потребителей оформляют заказы в интернет-магазинах через корзину, без уточнений по телефону или чату. 26 % – после заказа на сайте уточняют детали по телефону. 14 % перед тем, как заказать что-то онлайн, чатятся с продавцом, 8 % сами звонят в интернет-магазин. Чаще всего чатятся с продавцами молодые люди в возрасте 18–24 лет, звонят в интернет-магазин – люди более старшего поколения в возрасте 36–40.

Оплата. 53 % белорусов платят за онлайн-покупки после получения товара. Однако 27 % готовы платить вперед, но с помощью так называемой безопасной сделки. Самые популярные способы оплаты заказа: оплата по факту получения (53 %); безопасная сделка (27 %); полная предоплата (16 %); частичная предоплата в момент оформления заказа и постоплата (4 %).

Доставка. Чаще всего белорусы получают заказы из интернет-магазинов бесплатно: их доставляют в почтовое отделение или привозит курьер. Платить за доставку готовы только 13 % покупателей: при этом, чаще всего это касается крупногабаритных товаров, таких как мебель и товары для дома. Самые популярные способы доставки заказа: бесплатная доставка на почту (41 % – одежда, обувь и аксессуары; косметика и парфюмерия); бесплатная доставка курьером (23 %); платная доставка курьером (13 % – мебель и товары для дома); платная доставка на почту (13 %); самовывоз (11 %).

При выборе интернет-магазина белорусы обращают внимание на следующие факторы: выгодная цена и ее актуальность,

подходящие условия оплаты, доставки и гарантии; удобство сайта, актуальность описания и отзывы о товаре; предыдущий опыт покупок, репутация сайта, рекомендации.

Список использованных источников

1. Лупина А. Ю. Электронная коммерция в Республике Беларусь: основные тенденции и проблемы развития [Электронный ресурс] : <https://www.ictsd.org/bridges-news>. – Дата доступа 30.10. 2018 г.
2. Кто, где, сколько и как покупают белорусы в интернете. Исследование e-data.by [Электронный ресурс]: <https://belretail.by/article/gde-skolko-i-kak-pokupayut-belarusyi-v-internete-issledovaie-e-data-by>. – Дата доступа 30.10.2018 г.