

## ВЛИЯНИЕ ПОКУПОК В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ НА РАСХОДЫ МОЛОДЁЖИ

*Марковская И.Д., Кисель А. В.*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Качалов И. Л. – кандидат исторических наук, доцент*

Покупка товаров через интернет с каждым годом становится популярнее. В интернет-магазинах можно найти самые различные товары, ассортимент очень широк. Также наблюдается различие в стоимости одинаковых товаров в оффлайн-магазинах и в интернете, что и привлекает молодых людей переходить на онлайн формат. Такой выбор товаров и низкие цены способствуют более частому совершению покупок в интернете, что влияет на расходы молодёжи.

В современном мире интернет-магазины стали большой отдельной платформой, на которой люди могут проводить по несколько часов, рассматривая товары, выбирать подходящие и знакомиться с новинками. Онлайн-формат популярен, поскольку свободного времени становится меньше, и его хочется потратить с максимальной пользой, а шоппинг в интернете осуществляется ещё и круглосуточно.

Переход от покупок в оффлайн точках к интернет-платформам обусловлен их очевидными преимуществами [1]:

1) Экономия времени и сил. Нет необходимости ходить по магазинам в поиске нужного товара, можно сделать заказ находясь в любом месте и в любое время.

2) Комфорт. Это одна из самых важных причин совершения покупок онлайн. Процесс покупки товаров в оффлайн магазине подразумевает несколько стадий: нужно собраться, доехать, отыскать нужный товар, купить его и вернуться назад. Когда, в свою очередь, шоппинг в онлайн-магазине не требует этого. Необходимо всего лишь заполнить форму, не нужно заботиться о том, как товар попадёт к вам в дом, об этом позаботится служба доставки.

3) Никаких очередей и скопления людей. Многие из нас не любят стоять в очередях, большие скопления людей и лишние контакты с консультантами. Онлайн-шоппинг позволяет этого избежать и минимизировать стресс.

4) Экономия денег. Цены на товары в интернете зачастую ниже, чем в оффлайн-магазинах. Большинство крупных онлайн-продавцов намного чаще проводят специальные акции и предлагают хорошие скидки.

5) Отзывы покупателей. В интернет-магазинах есть возможность ознакомиться с отзывами других покупателей, и, зачастую, отталкиваясь именно от них, в конечном счёте совершается покупка. Такой возможности в оффлайн-магазинах нет и это огромный минус.

Для изучения влияния покупок в интернет-магазинах на бюджет молодёжи было проведено анкетирование, в рамках которого респондентам были предложены следующие вопросы:

Как часто вы совершаете покупки в интернете (Wildberries, Aliexpress, Instagram-магазины, интернет-магазины)?

Чем обусловлено совершение покупок в интернете?

Как цена товара влияет на принятие решения о покупке?

Какие товары в интернете вы покупаете чаще (по сравнению с оффлайн магазинами)?

Как вы реагируете на товары с очень низкой стоимостью?

Товары какой цены вы обычно приобретаете (за единицу товара)? и др.

Анкетирование проводилось при помощи Google Forms. В опросе приняло участие более 100 человек в соотношении, примерно, 50 на 50 парни и девушки. Таким образом полученные данные можно считать правдивыми и пригодными для анализа.

Основной возрастной группой являются лица в возрасте от 18 до 24 лет. Данная группа людей подходит под категорию молодёжи. Большая часть из них является студентами, которые в основном не имеют стабильного дохода и находятся на иждивении родителей. В связи с этим можно говорить про их ограниченный бюджет.

По результатам анкетирования выяснилось, что большинство опрошенных совершает покупки в интернете примерно раз в месяц. Также были выявлены причины совершения покупок в онлайн-магазинах: основной из них является широкий ассортимент товаров, который удобно представлен на платформах. Играет немаловажную роль тот факт, что это удобно, можно не выходить из дома и совершать покупки. Ещё одной причиной является стоимость: товары, представленные в интернете зачастую дешевле, чем в оффлайн магазинах, также можно приобрести недорогие товары на распродажах или сезонных скидках.

По результатам ответов на вопрос о влиянии цены товара на принятии решения о покупке люди, принявшие участие в опросе, не пришли к «общему» мнению. Респонденты разделились на 3 близкие по количеству ответов группы:

29,4% считают цену ключевым фактором для принятия решения о покупке;

31,2% ищут конкретные товары, не обращая внимания на стоимость;

39,4% готовы заплатить больше за качественный продукт.

Анализируя полученные ответы можно сказать, что респонденты предпочитают приобретать качественный товар без привязки к стоимости, главное получить продукт, который удовлетворит конкретные потребности покупателя. Но, несмотря на это, почти для одной трети части опрошенных цена всё же является одним из ключевых факторов при выборе товара.

Выяснилось, что респонденты не склонны приобретать товар без необходимости исключительно из-за низкой цены, только если он сильно их заинтересует и будет представлять какую-то ценность для человека. Большинство, увидев очень низкий ценник, подозрительно относятся к товару, но считают, что за предельно низкую стоимость не страшно рискнуть, хотя, по мнению опрошенных, скорее всего товар не соответствует описанию.

Сейчас в интернете представлены самые различные товары, от бытовой техники до продуктов питания. В ходе опроса было выявлено, какие группы товаров приобретает молодёжь в интернете чаще всего. Участникам анкетирования были предложены следующие варианты:

бытовая техника;

косметика;

одежда;

товары для творчества, хобби, канцтовары;

предметы для дома (посуда, предметы декора);

продукты питания.

Выяснилось, что большинство покупают одежду, косметику и товары для творчества, следовательно стоимость одного товара соответствует ценовому диапазону от 11 до 50 белорусских рублей. К данному варианту склоняется 69 человек из 109 опрошенных. Однако стоит ещё взять во внимание, что большое количество людей покупают товары стоимостью от 51 до 100 белорусских рублей.

Респонденты считают, что онлайн шопинг позволяет экономить денежные средства путём прямой экономии или приобретением большего количества товаров за те же денежные средства, что и в оффлайн-магазинах. Только 11% из опрошенных отмечают то, что, совершая покупки в интернете, они тратят больше денежных средств на различные мелкие покупки, с низкой стоимостью. Соответственно можно говорить о разумном использовании своего бюджета студентами.

Таким образом, собрав все полученные данные и проанализировав их можно сделать следующий вывод: большая часть из опрошенных приобретает товары в интернете примерно раз в месяц, это обусловлено удобством онлайн-магазинов и их широким ассортиментом. Требования к приобретаемому товару у большинства достаточно высокие. Молодые люди хотят приобретать качественные товары, которые полностью удовлетворяют их требованиям. Данная группа людей не склонна приобретать популярные и, зачастую, бесполезные товары, которые активно обсуждаются в интернете. В основном это предметы одежды, косметика, а также товары для творчества и хобби. Данные группы товаров представлены очень широко и стоимость на них ниже, чем в оффлайн-магазинах, поэтому именно такие продукты пользуются большей популярностью. Средняя стоимость за единицу товара, которую готовы заплатить молодые люди составляет от 10 до 50 белорусских рублей. Низкая цена товара пугает молодёжь, так как вызывает недоверие и сомнения, даже несмотря на то, что для интернет-магазинов это вполне частое явление, особенно для маркетплейсов. Совершение необдуманных покупок для выбранной группы людей не характерно. По мнению самих людей они экономят свой бюджет путём приобретения товаров в интернете.

Так же стоит учесть, что люди в возрасте от 18 до 24 лет в основном являются студентами и имеют ограниченный бюджет, но в тоже время они хотят выглядеть хорошо и ничем не отличаться от тех, кто имеет стабильный заработок. Поэтому к покупкам молодые люди относятся ответственно и стремятся получить максимальную выгоду из имеющейся суммы денежных средств. Поэтому приобретение дешёвых и не нужных товаров, либо популярных, но без полезных, не характерно для исследуемой группы людей. Молодёжь ответственно подходит к своему бюджету и стремятся использовать его разумно.

#### **Список используемых источников:**

1. Катаев А. В., Катаева Т.М. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т.М. Катаева; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону – Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017. – 170 с.

2. Сайт [retail.ru](https://www.retail.ru/)- Заменяет ли интернет-магазины традиционную торговлю?// [Retail.ru.ru](https://www.retail.ru/) [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://www.retail.ru/interviews/zamenyat-li-internet-magaziny-traditsionnyu-torgovlyu/>– Дата доступа: 15.03.2023