

## **ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭЛЕКТРОННЫХ МАГАЗИНОВ**

Создание сети белорусских электронных магазинов берет свое начало с 1999 года, когда появился первый белорусский электронный магазин – [www.books.nsys.by](http://www.books.nsys.by) (теперь это – книжный магазин [www.oz.by](http://www.oz.by)).

За прошедшие годы в Республике Беларусь появилось более 700 новых электронных магазинов. На территории республики действуют две крупнейшие торговые площадки: [www.shop.open.by](http://www.shop.open.by) и [www.shop.tut.by](http://www.shop.tut.by). В электронных магазинах продается товаров на сумму более 20 миллиардов рублей в год. Каждый пятый пользователь интернета совершал покупки в электронном магазине.

Для владельцев электронных магазинов, а также для потенциальных их покупателей особенно актуальной с точки зрения дальнейшего развития сети электронных магазинов становится оценка качества торгового обслуживания, которое предлагается белорусскими электронными магазинами.

Для изучения качества обслуживания функционирующих электронных магазинов было проведено исследование потребительской оценки белорусских электронных магазинов.

Среднестатистический респондент – это человек 23-29 лет, проживающий в городе Минске, со средним уровнем доходов, владеющий Интернетом на уровне пользователя и пользующийся Интернетом 30 минут – 1 час в день.

Большинство опрошенных посещают электронные магазины, находясь дома (49 % опрошенных). Это объясняется тем, что удобнее всего «ходить» по электронным магазинам, находясь дома и обсуждая возможные покупки в кругу семьи. В любой момент можно посоветоваться относительно того, товар с какими характеристиками выбрать, какие условия доставки удобны для всей семьи. На работе электронные магазины посещают 42 респондента (26 % опрошенных). Исходной предпосылкой посещения электронных магазинов из офиса или из учебной аудитории является бесплатность услуги доступа в Интернет. Следовательно, следует сделать вывод, что значительная часть респондентов считают дорогими услуги провайдеров Республики Беларусь. Малая доля опрошенных посещает электронные магазины в интернет-кафе и других местах – 19 %. Обусловлено это тем, что в таких условиях сложно осмысленно и не торопясь выбрать интересующий товар и заказать его.

32 % респондентов регулярно пользуются услугами электронных магазинов, по мере необходимости. И только 22 % ответили, что приобретали товары в электронных магазинах не более 1 раза.

Большинство опрошенных посещают электронные магазины города Минска (98%) и лишь 2% респондентов посещают региональные электронные магазины. Эти данные говорят о том, что в регионах Республики Беларусь слабо развита сеть электронных магазинов, а многие столичные электронные магазины ограничивают зону доставки товаров.

Определенный интерес представляют мотивы покупок в электронных магазинах, а также причины отказа от приобретения товаров в них.

Основной причиной, служащей для отказа от покупки в электронном магазине служит невозможность хорошо рассмотреть товар. Это проблема электронной торговли по образцам. Зачастую на страницах электронного магазина представлены такие фотографии, по которым нельзя рассмотреть товар. А в некоторых магазинах вообще отсутствуют графическое изображение предлагаемого товара.

На втором месте стоят следующие причины для отказа от покупок в электронных магазинах: не хватает консультаций специалистов, покупатели боятся проблем с возвратом товаров, недоверие к послепродажному обслуживанию.

Действительно, одним из направлений развития электронных магазинов является привлечение высококвалифицированных специалистов для работы с покупателями. Однако такие действия не смогут полностью решить проблему отказа покупателей от покупки из-за отсутствия консультаций. Это связано со спецификой продажи товаров по образцам. Данную проблему можно решить лишь частично, путем размещения презентации каждого товара (включая статьи, потребительские отзывы и т.д.) на страницах электронных магазинов. Данный процесс достаточно трудоемкий.

Проблемы недоверия покупателей к послепродажному обслуживанию и процедуре возврата товаров частично решены. Согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь № 1161 «О некоторых вопросах осуществления розничной торговли по образцам с использованием сети Интернет», на сайте каждого электронного магазина должна быть размещена информация о продавце. Любой покупатель вправе подать жалобу в общество по защите прав потребителей на недобросовестного продавца. Наблюдается тенденция упрощения процедуры возврата товаров, так как сам продавец не желает нарушать законодательство о защите прав потребителей. Что касается послепродажного обслуживания, то на каждый товар, проданный через электронный магазин, покупателю предоставляется гарантийный талон с реквизитами продавца и сервисных центров, обслуживающих этот товар. Наличие этих проблем скорее связано с недостаточной информированностью пользователей о порядке работы электронных магазинов.

Достаточно важным аргументом не в пользу развития электронной торговли является то, что 9 % опрошенных не знают как совершить покупку в электронном магазине. Это связано со временем появления таких магазинов. Электронные магазины появились сравнительно недавно и поэтому даже некоторые пользователи не имеют понятия о механизме работы электронных магазинов. Для решения этой проблемы государству необходимо повышать уровень образования населения, включать специальные дисциплины при подготовке студентов вузов, например такую дисциплину, как «Электронная коммерция».

С каждым годом снижается степень недоверия населения к электронным магазинам. Способствует тому государственная политика, направленная на принятия нормативных правовых актов, регламентирующих деятельность электронных магазинов на территории Республики Беларусь.

Существуют и другие мотивы, побуждающие покупателей отказываться от покупок в электронных магазинах. Это недостатки в устройстве электронных магазинов (неудобство пользования электронными магазинами ввиду плохой структуры их каталогов, сложности возвращения на предыдущие страницы); недостатки, связанные с торгово-технологическим процессом (в первую очередь, обязательность подтверждения заказа, не всегда достоверная информация о наличии товара у продавца, в случае отсутствия товара зачастую покупатель не извещается, что его заказ не может быть выполнен по этой причине).

Покупателей не совсем устраивают условия оплаты товаров в электронных магазинах. Следует внедрить возможность оплаты банковскими пластиковыми карточками, которая позволит не только снизить недовольство покупателей, но и избежать утаивания налогов электронными магазинами.

Наряду с недостатками электронных магазинов можно выделить их преимущества перед традиционными.

Самым сильным мотивом, побуждающим совершать покупки в электронных магазинах, является более низкий уровень цен на товары – 31 % ответов.

Далее идет возможность совершать покупки, не выходя из дома – 27 %. В развитых странах стало нормой ходить по магазинам в виртуальном пространстве, заказывать себе еду на дом, оплачивать коммунальные платежи средствами интернет. Республика Беларусь идет по пути развитых стран.

Большую роль в принятии решения о покупке товаров в электронных магазинах играет возможность посещения многих электронных магазинов практически одновременно. Соответственно ассортимент товаров, предлагаемый всеми магазинами, которые можно посетить, в рамках одного сеанса доступа в Интернет, неизмеримо широк. За один вечер опытный покупатель может посетить все электронные магазины, торгующие интересующим его товаром, сравнить все характеристики, выбрать подходящую цену, гарантию, послепродажное обслуживание. Для покупки, например, стиральной машины и продуктов, покупателю необходимо посетить несколько реальных магазинов. В Интернете покупатель может приобрести одновременно и то и другое, потратив на покупку не более часа.

Ввиду отсутствия возможности потрогать товар, как правило, электронные магазины размещают наиболее полную информацию о товаре на своих страницах. В описании товара могут быть представлены полные технические характеристики товара с возможностью сравнения их у нескольких товаров. Эта возможность (сравнительная покупка) упрощает процедуру выбора товара и сокращает время на покупку товаров в Интернете. Отметим, что 15% респондентов удовлетворены объемом и содержанием информации, представленной на страницах электронных магазинов.

Для некоторых пользователей очень важным является анонимность при приобретении товаров, которую им может предложить электронный магазин.

Важным для покупателя аспектом является ассортимент предлагаемых товаров. Поэтому значимым пунктом исследования потребительской оценки действующих электронных магазинов было выявление того, какие товары приобретаются в белорусских электронных магазинах.

Наибольшую популярность для белорусских покупателей в Интернете представляют технические товары. На первом месте в рейтинге самых популярных товаров, приобретаемых в электронных магазинах, стоят мобильные телефоны, средства связи и аксессуары к ним. Данная группа товаров прочно занимает первое место, среди продаж в белорусском Интернете.

На втором месте среди электронных продаж находится бытовая техника. На третьем и четвертом месте идут аудио- и видеотехника, компакт-диски, кассеты, книги, журналы. Несмотря на то, что рынок печатной продукции в Республике Беларусь еще развивается, люди не перестают пользоваться услугами электронных магазинов при приобретении журналов и книг. Следует сделать вывод, что перспективным направлением развития сети электронных магазинов является создание виртуальных книжных магазинов и снижение стоимости реализуемой в них продукции.

Также следует отметить большой удельный вес электронных магазинов, занимающихся продажей компьютеров и комплектующих. По результатам исследования выявлено, что небольшое количество покупок характерно для следующих товарных групп: игрушки, сувениры, открытки, подарки, цветы; автомобили, автозапчасти и автокосметика; программное обеспечение; путевки, детские товары; парфюмерия, косметика; продукты питания; мебель, аксессуары для интерьера; медпрепараты, медоборудование; канцтовары; одежда. Данная тенденция связана со слабой развитостью электронных магазинов с вышеперечисленной специализацией. Поэтому в ближайшее время ожидается развитие таких магазинов. Предпосылкой тому может служить и государственная поддержка.

Важным вопросом в исследовании является то, сколько времени покупатель тратит на выбор товара в этих магазинах. Из опрошенных 60 % покупателей обычно тратят полчаса – час на выбор товаров в электронном магазине. Это оптимальное время для выбора и покупки интересующего товара. Также это говорит о полноте информации о товаре, размещенной в витринах электронных магазинов. 20 % респондентов совершают покупки, укладываясь в полчаса. Это подтверждает тот факт, что существуют профессиональные пользователи, хорошо знакомые со структурой электронных магазинов и технологией покупки в них. 20 % респондентов ответили, что на выбор товара в электронных магазинах у них уходит от часа до трех часов. Основанием для такого долгого периода времени на выбор товара является то, что эти 20 % покупателей привыкли долго изучать потребительские свойства необходимого товара.

Таким образом, среднее время на выбор и покупку товара в электронном магазине составляет от получаса до часа. Это оптимальное время для выбора товара.

Важным вопросом в организации электронной торговли является доставка товаров покупателю. В Республике Беларусь самым распространенным способом доставки товаров является курьерская доставка. 78 % респондентов указали именно доставку курьером по городу Минску (по республике курьером товары получили 3% респондентов). 9 % респондентов указали почтовые переводы по территории республики. 6 % респондентов указали на самовывоз со склада продавца и другой вариант ответа (предположительно – встреча с курьером в пределах города). И лишь 4 % респондентов ответили, что товар им доставили специализированные службы доставки.

Данные опроса подтверждают неразвитость доставки товаров с привлечением профессиональных служб доставки. Это связано с тем, что электронные магазины предпочитают использовать дешевый труд наемных курьеров, чем платить специализированным службам. Будущее технологий доставки товаров, приобретенных в электронных магазинах – за использованием опытных служб доставки.

Недоверие к электронным магазинам со стороны покупателей постепенно снижается, а положительный опыт обслуживания электронными магазинами накапливается. Однако данная проблема все же остается в республике и решение кроется в устранении недоверия покупателей к электронной торговле.

Следует отметить положительные тенденции в развитии сети электронных магазинов в Республике Беларусь. С каждым годом быстрыми темпами растет количество электронных магазинов, увеличиваются количество покупателей, покупок и товарооборот электронной торговли. Проведенное исследование показало, что растет и удовлетворенность покупателей обслуживанием в таких магазинах.