

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПУЛЯРНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

СТРАШИНСЬКА Л.В.

проф. кафедри маркетингу

АНТІПОВА К.А.

студент

Національний університет харчових технологій

м. Київ, Україна

У зв'язку з розвитком Інтернет-технологій і збільшеною доступністю Інтернету для більшої кількості людей зростає можливість для підприємців здійснювати торгівлю через Інтернет-магазини, а покупцям – більш вигідно здійснювати покупки.

Безумовними перевагами користування послугами Інтернет-магазинів для споживачів є вигода в ціні, широкий асортимент, миттєва покупка (економія часу, не стоячи в чергах), інтернет-магазин можна відвідувати в будь-який час доби, відсутні імпульсивні покупки, так як є можливість дивитися і вибирати товар стільки часу, скільки забажаєте, доставка товару в будь-яке місце, вказане при замовленні, можливість замовлення товару з будь-якої точки світу (оригінальні речі від виробників, гарантія якості і відповідності бренду).

Інтернет-магазин – це сукупність програм, які працюють на Web-сайті, і дозволяють покупцеві дистанційно вибрати товар з каталогу, оформивши його замовлення. Функції вітрини і торгового залу виконують "сторінки" з ілюстрованим каталогом товарів, а консультантів – підказки, інструкції та описи. Все інше – як у звичайному магазині. Для підтримки функціонування сайту достатньо фахівця, який буде стежити за базою даних магазину, оновлювати, коригувати та додавати нові продукти, змінюючи так само

зовнішній вигляд представлення продукції. Логісти повинні забезпечити оптимальний спосіб зберігання товарів на складі, своєчасне поповнення запасів та інше.

При бажанні і необхідності можна залучити фахівця, який буде відслідковувати різні розширені функції, пропоновані магазином – бонус-програма постійним покупцям, розсилка постійним клієнтам, облік бажаних товарів, яких поки немає на складі і багато іншого.

Поряд зі скороченням кількості найманих працівників можна виділити наступні переваги Інтернет-магазинів для підприємців:

1. Територіальне розширення цільової аудиторії.
2. Більш легка організація торгівлі, ніж в звичайному магазині – не потрібні спеціальні дозволи та ліцензії.
3. Можливість безпосередньо відстежувати оцінки товарів споживачами.
4. Відсутність ризиків крадіжки або псування товарів покупцями.

Інтернет-маркетинг – це комплекс філософії, стратегії і інструментарію інформаційної маркетингової діяльності й взаємодії в комп'ютерних мережах, що дозволяє досліджувати ринок, адекватно структурувати інформаційне середовище, просувати, продавати і купувати товари, ідеї і послуги.

Маркетингове дослідження популярності Інтернет-магазинів проводилося серед молодіжної аудиторії у віці від 15 до 22 років, як на території м. Києва, так і за його межами. В якості методу дослідження було обрано стандартизований метод опитування (письмовий і електронний), інструментом збору інформації – анкета з визначеним переліком питань. Обсяг вибірки – 250 чоловік.

Результати дослідження виявилися наступними:

- 1) молоді люди користуються послугами Інтернет-магазинів частіше - 71% опитаних юнаків і 56% дівчат. Але лише 2% опитаних юнаків відзначили як одну з головних причин переваги Інтернет-магазинів те, що вони не люблять ходити по магазинах;

- 2) багато хто боїться користуватися послугами інтернет-магазинів - 44% дівчат, майже половина опитаних і 29% юнаків;
- 3) одяг є найбільш популярним товаром, який замовляють як дівчата, так і хлопці. Техніка та взуття – ті товари, які найменш популярні серед користувачів Інтернет-магазинів;
- 4) саме з причин вигоди в ціні, широкому асортименті товарів і відсутності товарів в магазинах, більшість покупців приваблює Інтернет-магазин;
- 5) велика ймовірність неякісного товару, ризик, що не підійде розмір і відсутність можливості приміряти і протестувати товар – головні причини, які зупиняють потенційних споживачів користуватися послугами Інтернет-магазинів.

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що Інтернет-магазини користуються популярністю серед молоді. Це обумовлюється можливістю замовлення тих товарів, яких немає в магазинах міста, економією часу, а більш широкий асортимент дозволяє зробити кращий для себе вибір. Але дослідження показало високий відсоток тих, хто ніколи не робив замовлення по Інтернету. Це свідчить про те, що власникам Інтернет-магазинів необхідно вдосконалювати просування своїх товарів і послуг, застосовуючи різні методи та засоби.

Для підвищення популярності і довіри до Інтернет-магазинів доцільні наступні рекомендації:

1. Розширення функцій і можливості Інтернет-магазину – прагнення збільшувати вибір способів оплати, доставки.
2. Надавати нові можливості для зручності своїх клієнтів – відстеження замовлення, корзина бажань, повідомлення про надходження товару, що цікавить по смс, електронною поштою.
3. Активне використання реклами, розсилок потенційним покупцям по електронній пошті, різні пропозиції і бонуси "запроси друга".
4. Постійне відстеження відгуків покупців, облік претензій і побажань.

5. Проведення електронних опитувань, маркетингових досліджень – на самому сайті Інтернет-магазину, розсилка поштою.

Практична значимість проведеного дослідження полягає в тому, що його результати і рекомендації можна використовувати в практичній діяльності організаторів Інтернет-магазинів.

Література

1. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посібник для студентів ВНЗ. Київ : ЦУЛ, 2017. – 535 с.
2. Чеботар С. І., Ларіна Я. С., Луцій О. П., Шевчик М.Г., Буряк Р. І., Боняр С. М., Рябчик А. В., Прус О. М., Рафальська В. А. Маркетинг: навчальний посібник. Київ: «Наш час» , 2007. – 504 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга : Пер. с англ / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 2001 – 690 с.
5. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг / И. В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПбГУЭиФ, 2003. – 197 с.