

Результаты исследования: за что любят и за что ругают Интернет-магазины

Пресс-релиз

Компания [Profi Online Research](http://profi-research.ru) опросила пользователей Интернета на тему их отношения к Онлайн-шопингу*. Выяснилось, что из 1 200 респондентов 81% прибегали к услугам виртуальных магазинов. Эти люди основной ценностью Интернет-шопинга считают то, что он помогает экономить время и деньги. Так считает 2/3 участников исследования.

Более половины опрошенных указало, что, помимо экономии времени и денег, прибегают к Онлайн-шопингу потому, что в виртуальных магазинах представляется возможным найти товар, который сложно купить в обычном магазине, а также то, что Интернет позволяет сравнивать цены на один и тот же продукт с ценами других магазинов. А вот удобство вариантов формы оплаты оценили менее 1/3 респондентов. Закономерно, что для жителей московского мегаполиса значительно более важны удобство доставки и возможность сравнить цены, не тратя время на посещение нескольких магазинов, что в итоге выливается для них в существенную экономию времени (см. рис. №1.1).

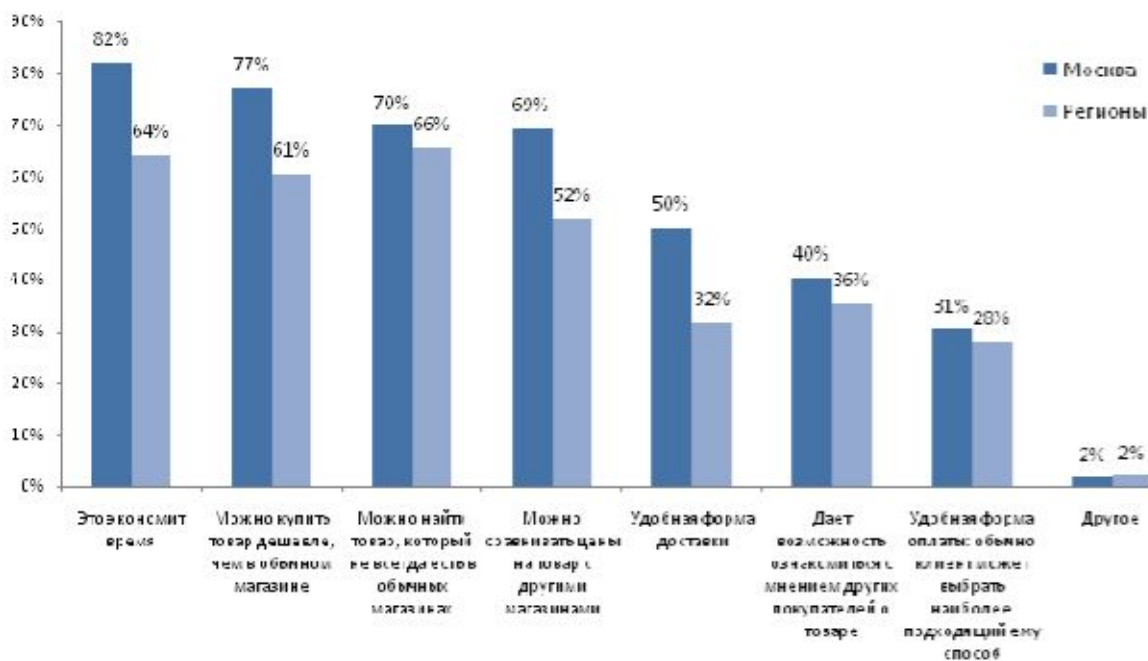


Рис. №.1: По каким причинам Вы прибегаете к покупкам в Интернет-магазинах (распределение по месту жительства респондентов)?

Преимущества, которые дает покупателю Интернет-шопинг, в зависимости от возраста участников исследования, оцениваются схоже. Однако экономия времени и возможность найти редкий товар

* Время проведения исследования: июнь 2010 г. География: 13 российских городов-миллионников, Метод: Онлайн-опрос. Общая выборка: 1 200 респондентов в возрасте 21-40 лет.

более важны для аудитории в возрасте до 30 лет, для людей старше более значимым является то, что, покупая в Интернете, можно сэкономить (см. рис.№1.2).

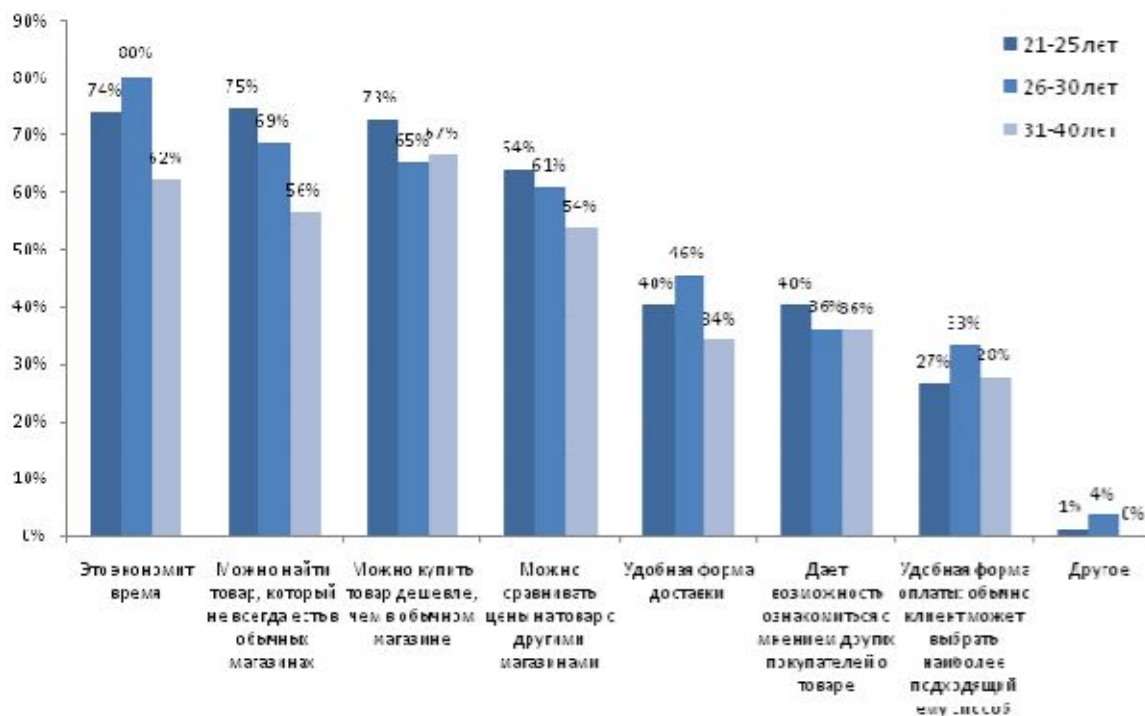


Рис. №1.2: По каким причинам Вы прибегаете к покупкам в Интернет-магазинах (распределение по возрасту респондентов)?

Анализ данных также показал, что доход респондентов оказывает влияние на их отношение к Онлайн-шоппингу. Так, к примеру, низкодоходная аудитория (15 тыс.руб./мес.) значительно реже, чем люди с высоким доходом (от 80 тыс. руб./мес.), ищет в Сети редкие товары (сравн.: 42% против 72%). Следовательно, и это преимущество Онлайн-магазинов важно для нее в меньшей степени. Возможность сэкономить время на совершение покупки также играет более значимую роль для людей с высоким доходом.

Среди основных недостатков, с которыми приходилось сталкиваться покупателям Интернет-магазинов, наиболее значимыми участники исследования считают задержки при доставке (более половины опрошенных жалуется именно на это) и несоответствие товара характеристикам, указанным на сайте (порядка 1/3 респондентов). Добавим, что в ходе анализа также выяснилось, что несоответствие товара указанным характеристикам вызывает недовольство ¼ участников исследования, доход которых составляет до 15 тыс.руб./мес. и ½ тех респондентов, чей совокупный месячный доход составляет свыше 80 тыс.руб.

Большие сроки ожидания не устраивают около 1/4 респондентов из Москвы и более 1/3 участников исследования, проживающих в других регионах России. Добавим, что у жителей столицы более, чем у жителей периферии вызывает недовольство работа операторов (см. рис.№2).

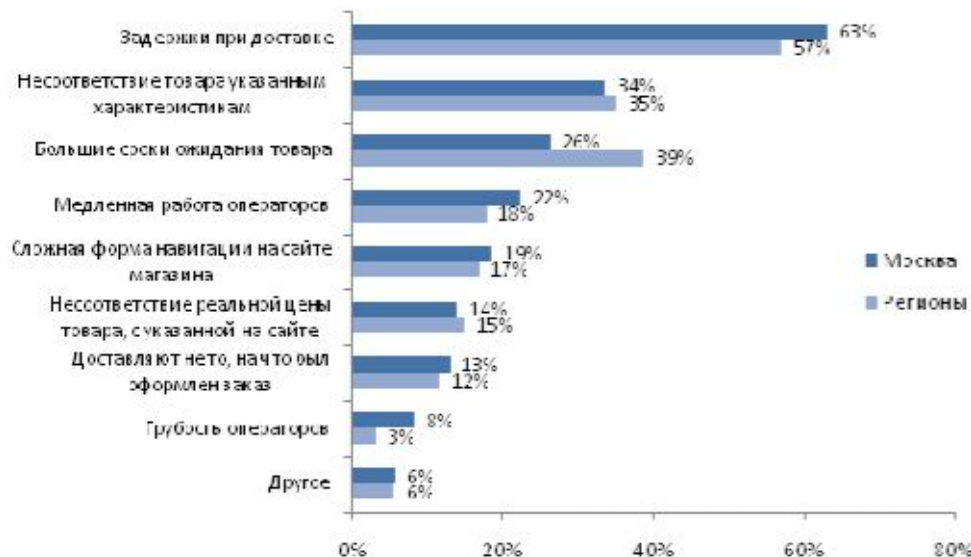


Рис. №2: С какими недостатками Онлайн-шопинга сталкивались Вы лично (распределение по месту жительства респондентов)?

Информация о компании:

Компания Profi Online Research работает с 2006 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет-технологиях. На данный момент Online-панель компании насчитывает более 130 000 респондентов.

По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к Валерии Ериной – тел. (495) 930 06 93, valeria.erina@profiresearch.ru