

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ НА ПРИМЕРЕ WILDBERRIES И OZON



Барламова Дарья Вадимовна,

к.э.н. (квалификационная категория «ординарный доцент»), факультет технологического менеджмента и инноваций, Университет ИТМО; 191187, г. Санкт-Петербург, ул. Чайковского, д. 11/2
varlamova@limtu.ru



Барабанщикова Ирина Игоревна,

студент, факультет технологического менеджмента и инноваций, Университет ИТМО; 191187, г. Санкт-Петербург, ул. Чайковского, д. 11/2
baraban-ii@mail.ru



Хакбердиева Шахриза Багтыаровна,

студент, факультет технологического менеджмента и инноваций, Университет ИТМО; 191187, г. Санкт-Петербург, ул. Чайковского, д. 11/2
shahriza96@yandex.ru

В данной работе были проанализированы такое направление ведения бизнеса, как электронная коммерция, а также качество и эффективность работы двух крупных российских маркетплейсов Wildberries и Ozon, что являлось целью исследования. Для исследования были выбраны именно эти интернет-платформы, потому что на 2021 год они являются самыми популярными и посещаемыми среди потребителей. Кроме этого, указана роль электронной коммерции, в частности, интернет-магазинов в современном мире, а также их преимущества. Результаты данного исследования показали, что оба онлайн-магазина по эффективности не сильно различаются. На данные платформы есть большой спрос. Но по качеству работы Wildberries выигрывает. Такой вывод был сделан в результате проведения онлайн-опроса среди пользователей данных магазинов. Мнение респондентов анализировалось по следующим критериям качества интернет-магазинов: «Внешний вид веб-сайтов», «Информационная загруженность», «Полнота описания товаров», «Скорость доставки товаров», «Качество обслуживания в пунктах выдачи».

Ключевые слова: интернет-магазин; Wildberries; Ozon; электронная коммерция; опрос.

Вместе с развитием информационных и инновационных технологий, таких как интернет, глобальные средства связи и социальные сети, развивается относительно новое направление бизнеса — электронная коммерция. К тому же, благодаря пандемии Covid-19, рост онлайн-продаж в 2020 году, по данным *Data Insight*, увеличился в 4,3 раза¹. По причине того, что люди были вынуждены оставаться дома, а также в силу введения ограничений (закрытие торговых центров, ресторанов т.п.) на посещение многолюдных мест, стал

превалировать бесконтактный способ приобретения товаров. Таким образом, увеличилось количество зарегистрированных онлайн-покупателей.

Вопросами онлайн-продаж занимались, например, А.И. Савельев в монографии «Электронная коммерция в России и за рубежом. Правовое регулирование», посвященной предпринимательским и правовым вопросам в сфере электронной коммерции, а также Г.Г. Головенчик в статье о развитии электронных продаж в современной экономике [1].

Электронная коммерция — сфера экономики, которая осуществляет все операции (торговые, финансовые) с помощью компьютерных и инновационных технологий. Данное понятие тождественно определению «Электронная торговля». Но во втором варианте доставка товаров, оказание услуг и платежи могут осуществляться как онлайн, так и офлайн. А сама покупка в интернете является заключением договора и последующим его выполнением между продавцом и потребителем.

¹ Пандемия ускорила темпы роста российской онлайн-торговли :: Бизнес :: РБК. URL: <https://www.rbc.ru/business/12/07/2020/5f0850989a794790e959424d> (дата обращения 11.04.2021 г.)