

УДК 004.738.5:366.1

ТЕНДЕНЦИИ ОНЛАЙН-ПОКУПОК СРЕДИ КОНТИНГЕНТА УЛЬЯНОВСКОЙ ГСХА ИМЕНИ П.А. СТОЛЫПИНА

*Семенова В.О., Лисина Е.Ю., студентки 1 курса факультета ветеринарной медицины
Научный руководитель – Видеркер М.А., кандидат биологических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *онлайн-покупки, интернет, интернет-магазины*

Работа посвящена изучению тенденций онлайн-покупок среди студентов и сотрудников Ульяновской ГСХА им. П.А. Столыпина.

Интернет давно стал неотъемлемой частью жизни человека. Аналитики предполагают, что в недалеком будущем люди полностью перейдут на покупки через интернет, а обычные магазины станут редкостью [1].

В связи с этим мы поставили перед собой цель: выявить основные особенности онлайн-покупок среди студентов и сотрудников Ульяновской ГСХА имени П.А. Столыпина. Для этого при помощи инструмента Google «Формы» нами был разработан опросник, включающий 13 вопросов.

В ходе исследования было опрошено 76 человек, в том числе 46 женского пола и 30 мужского.

Анализ ответов показал, что почти треть от числа опрошенных никогда не делала покупки через интернет. Это значение ниже общемировых показателей. Согласно статистике, в мире более 80 % людей покупали через интернет хотя бы однажды, 50 % – более одного раза [2].

Более 60 % представителей академии положительно относятся к онлайн-покупкам.

29 % респондентов делают онлайн-покупки раз в полгода или реже, 9 % – раз в полгода, 17 % – раз в три месяца, 9 % – каждый месяц, и лишь трое респондентов ответили, что совершают покупки несколько раз в месяц.

Прежде всего, через интернет приобретают одежду и обувь, что соответствует общероссийским тенденциям [3]. Чуть реже покупают аксессуары, оплачивают услуги связи и интернета, приобретают спорттовары, подарки и сувениры, услуги банков, финансовых и страховых компаний.

Всего лишь два респондента оказались недовольны качеством приобретенных товаров и услуг, каждый пятый оценил качество как среднее, 77% – как хорошее и отличное.

Самым популярным сайтом среди контингента академии оказался китайский aliexpress.com. В нем совершают покупки 24 человека. Второй по популяр-

ности – eBay.com – 15 человек. Респонденты, отметившие вариант «другое», указали покупки в социальной сети «ВКонтакте», сервисе цифрового распространения компьютерных игр «Steam», Сбербанке Онлайн.

Большинство респондентов совершают покупки через ноутбуки (37 %) и настольные компьютеры (39 %). Самый предпочитаемый способ оплаты – оплата банковской картой. За ним следуют системы электронных платежей и наличные курьеру, что соответствует общемировым тенденциям [4].

Среди достоинств онлайн-шоппинга респонденты чаще всего называли возможность найти товары, которые сложно купить в других местах, сокращение времени на совершение покупки, а также то, что в интернете легче сравнивать цены и предложения. Недовольны покупатели длительными сроками доставки, невозможностью «живого» просмотра товаров, небезопасностью оплаты и возможной утечкой данных. Примерно четверть покупателей возвращали товары или услуги.

61 % респондентов тратят на онлайн-покупки менее 1000 рублей ежемесячно. 27 % – от 1000 до 3000 рублей. Только 8 % тратят ежемесячно от 3000 до 5000 рублей, еще меньше человек (4%) – более 5000.

Исследование показало, что основная часть контингента академии не совершает частых и регулярных покупок онлайн и еще не готова тратить большие суммы на онлайн-покупки. Но опираясь на общероссийскую и мировую статистику, мы смело можем предположить, что в самое ближайшее время в академии можно будет наблюдать рост числа онлайн-покупок и расширение спектра товаров и услуг, приобретаемых через интернет.

Библиографический список

1. Онлайн-шоппинг – плюсы и минусы [Электронный ресурс] // Сетевое издание KM.RU. – Режим доступа: <http://www.km.ru/stil/2013/09/03/internet-proekty/719774-onlain-shopping-plyusy-i-minusy>.
2. How Many People Shop Online? [Электронный ресурс] // CPC Strategy. – Режим доступа: <http://www.cpcstrategy.com/blog/2013/08/e-commerce-infographic>.
3. 23 % жителей России совершают покупки онлайн [Электронный ресурс] // Навигатор рекламного рынка России Adindex.ru. – Режим доступа: <http://adindex.ru/news/researches/2014/09/29/115562.phtml>.
4. Голубева, Е.А. Актуальность создания национальной платежной системы / Е.А. Голубева, С.В. Голубев, С.А. Голубева // Молодежь и наука XXI века. Материалы IV Международной научно-практической конференции. – Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2014. – С. 44–47.

ONLINE SHOPPING TENDENCIES AMONG THE CONTINGENT OF ULYANOVSK STATE AGRICULTURAL ACADEMY NAMED AFTER P.A. STOLYPIN

Semenova V.O., Lisina E.Y.

Key words: *online shopping, internet, online shops*

The study investigate online shopping tendencies among the students and the staff of Ulyanovsk state agricultural academy named after P.A. Stolypin.

УДК 543.62:543.63

АРОМАТЫ РАСТЕНИЙ В НАШЕЙ ЖИЗНИ

*Симурзина О. Н., студентка 2 курса, факультета ветеринарной медицины
Научный руководитель – Решетникова С.Н., кандидат сельскохозяйственных наук,
доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А.Столыпина»*

Ключевые слова: *парфюмерия, эфирные масла, химические субстанции*

В статье приведен обзор парфюмерных веществ и представлена теория разделения на ноты.

Духи — парфюмерия, парфюмерное (ароматизирующее) средство, спиртовые или спиртоводные растворы смесей душистых веществ — парфюмерных композиций и настоев [1].

Современная парфюмерия использует огромный ассортимент душистых веществ. В композицию одного парфюма может входить более двухсот различных компонентов. В распоряжении парфюмера сотни натуральных продуктов: веществ растительного и животного происхождения и тысячи химических, полученных путем синтеза.

Основой современной парфюмерии являются многочисленные душистые вещества растительного происхождения. Извлеченные из растений сильно пахучие концентрированные вещества, носят общее название эфирных масел.

Право называться духами или одеколоном диктуется жестким стандартом ассоциации парфюмеров Франции [2]. Все виды парфюмерии состоят в