

*Федосеева Любовь Алексеевна
студентка 1 курса магистратуры
Нижегородский государственный педагогический университет им. К.
Минина,
Россия, г. Нижний Новгород*

*Дубровин Никита Алексеевич
студент 1 курса магистратуры
Нижегородский государственный педагогический университет им. К.
Минина,
Россия, г. Нижний Новгород*

*Воронцов Александр Максимович
студент 1 курса магистратуры
Нижегородский государственный педагогический университет им. К.
Минина,
Россия, г. Нижний Новгород*

*Барсукова Анастасия Евгеньевна
студентка 3 курса бакалавриата
Нижегородский государственный педагогический университет им. К.
Минина,
Россия, г. Нижний Новгород
e-mail: anlakalina@yandex.ru*

*Илюшина Елена Сергеевна
студентка 1 курса магистратуры
Нижегородский государственный педагогический университет им. К.
Минина,
Россия, г. Нижний Новгород*

ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Аннотация: За все время существования коронавируса коснулся абсолютно всех сфер жизнедеятельности человека, что оказало большое влияние на мировую экономику.

Ключевые слова: Интернет-торговля, коронавирус, торговая деятельность, эффективность продаж, самоизоляция.

*Fedoseeva Lyubov Alekseevna
1st year master student
Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minina,*

Russia, Nizhny Novgorod

Dubrovin Nikita Alekseevich

1st year master student

*Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minina,
Russia, Nizhny Novgorod*

Vorontsov Alexander Maksimovich

1st year master student

*Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minina,
Russia, Nizhny Novgorod*

Barsukova Anastasia Evgenievna

3rd year bachelor student

*Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minina,
Russia, Nizhny Novgorod*

Ilyushina Elena Sergeevna

1st year master student

*Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minina,
Russia, Nizhny Novgorod*

THE IMPACT OF COVID-19 ON THE DEVELOPMENT OF INTERNET TRADE

Abstract: *For all the time of its existence, the coronavirus has touched absolutely all spheres of human life, which has had a great impact on the world economy.*

Keywords: Internet trade, coronavirus, trading activities, sales efficiency, selfisolation.

Интернет-торговля существовала и до распространения болезни COVID-19, однако только после объявленного режима самоизоляции, она набрала колоссальную популярность в сфере торговли, она стала единственным спасением для людей, чтобы безопасно приобрести необходимые товары. С другой стороны, многие люди не доверяют интернет-покупкам, поскольку такие операции должны осуществляться при помощи банковской карты. Более возрастая, категория населения до сих пор убеждена в том, что такие операции являются мошенническими, такое недоверие людей возникает из-за того, что при осуществлении какой-либо покупки необходимо вводить персональные данные

карты. Пандемия ограничила доступ к повседневной жизни, тем самым перевела все действия человека в дистанционный формат, расположив к безопасным интернет-покупкам. Ведь для того, чтобы получить необходимый товар, достаточно было его всего лишь заказать и оплатить заранее необходимую сумму через карту, а после этого забрать заказ в ближайшем пункте выдачи или же воспользоваться бесконтактной курьерской доставкой. В случае, если товар не подошёл покупателю, его можно было спокойно вернуть обратно в магазин, при этом, деньги автоматически, без повторного ввода данных, вернутся к человеку на карту. Более того, огромным плюсом является тот факт, что все эти действия производятся дистанционно, поэтому люди стали заказывать различные покупки, тем самым не боясь заразить себя и близких. Это подтверждает статистика интернет-заказов в 2020 году. Так, например, Wildberries – лидер внутренней онлайн-торговли, получил на 150% больше заказов, чем в прошлом – 2019 году [1]. Однако стоит учесть, что не на все виды товаров пандемия оказала положительное воздействие. В основном большой рост продаж замечался у категорий товаров первой необходимости. Так, например, категория товаров «Одежда и обувь», не только сохранила свой объем продаж, но ещё и увеличила его на 6%, а число заказов выросло на 29,27% [2]. Такое же положительное изменение наблюдается и в категории товаров «Продукты питания». Очень сильно это разница видна в апреле месяце, когда число заказов увеличилось на 155%, по сравнению с 2019 годом [2]. Но, к сожалению, некоторые группы товаров потерпели отрицательное воздействие. Например, на спад в продажи, попала такая категория товаров, как «Мебель, двери». Месячный оборот в апреле 2020 года для данной категории снизился на 26,14% по сравнению с мартом, а число заказов уменьшилось на 15% [2]. Снижение продаж наблюдалось и для категории «Техника и электроника». В апреле 2020 года месячный оборот снизился в 2 раза по сравнению с апрелем 2019 года, а число заказов стало меньше на 50,17% [2]. Вероятнее всего, такой низкий рост продаж данных категорий товаров связан по нескольким причинам. Во-первых, эти категории товаров не относятся к товарам первой

необходимости, соответственно, большого спроса от таких групп товаров, тем более в достаточно тяжелый период для всех людей, наблюдать не стоит. Во-вторых, вероятнее всего, для таких групп товаров необходим визуальный, тактильный осмотр. Таким образом, можно сделать вывод о том, что пандемия заставила многих людей пересмотреть свое отношение к интернет-покупкам.

Список литературы:

1. Российский рынок интернет-торговли: итоги 2019 года, тренды 2020-го [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/373094071.pdf>. (дата обращения 17.07.2021 г.).

2. Исследование онлайн-продаж в период карантина [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/issledovanie-onlaynprodazh-v-period-karantina/> (дата обращения 17.07.2021 г.).