**Влияние развития онлайн-сервисов продажи продуктов на потребительские паттерны (на примере рынка e-grocery в г. Санкт-Петербурге)**

***Федорович Дарья Александровна***

*Студент*

*Национальный исследовательский университет ИТМО, Факультет технологического менеджмента и инноваций, г. Санкт-Петербург, Россия*

*E-mail: dariafedorovich47@gmail.com*

Общество стремится к цифровизации окружающего мира и упрощению взаимодействия с ним, что особенно ускорилось во время пандемии Covid-19. Сервисы доставки продуктов питания и еды показали значительные темпы роста [1-2]. В России рынок онлайн-продаж продуктов питания увеличился с 100 млрд рублей в 2019 году до 900 млрд рублей в 2023 году, показывая среднегодовой прирост в 18-35% [6-7, 10-11]. В условиях столь высоких темпов развития участники рынка должны оперативно адаптироваться к меняющимся потребительским предпочтениям для сохранения доли рынка и, кроме того, для успешной реализации стратегии им необходимо учитывать региональную специфику [4].

Сегодня можно найти исследования, проведенные крупными исследовательскими компаниями, например, Data Insight, Nafi, TAdviser [5-6, 9-11]. В них можно найти статистику по динамике объемов и частоте заказов доставки продуктов, потребительским предпочтениям, способам получения и другое. Помимо этого, ряд российских и иностранных экспертов дают определение новым видам коммерции, проводят анализ изменений на потребительском рынке продовольствия [2-3]. В основном, многие исследования сосредоточены на проведении общего анализа потребительских предпочтений [4, 9]. Однако, недостаточно изучены региональные особенности, влияющие на восприятие и использование сервисов доставки продуктов регионах России, что создает необходимость в дополнительных эмпирических данных и разработке рекомендаций, адаптированных к специфике региональных рынков. Таким образом, исследование заполняет существующий пробел в научной литературе, конкретизируя данные в отдельно взятом регионе.

Целью работы является проведение общего анализа сектора e-grocery и рынка онлайн-продажи продуктов питания, в частности, с фокусом на региональные особенности потребительских привычек в Санкт-Петербурге.

Научная новизна работы заключается в разработке качественно новых рекомендаций по развитию стратегии для ритейлеров, предлагающих сервисы доставки, а также в сборе информации об особенностях потребительских паттернов среди жителей Санкт-Петербурга. Результаты исследования и анализа проведенного нами опроса на предмет потребительских предпочтений в изучаемом секторе и регионе позволят определить вектор изменения потребительских паттернов на фоне развития мобильных технологий, уточнить уже существующие маркетинговые подходы к привлечению и удержанию целевой аудитории и сохранению или даже увеличению доли рынка, а также дополнить уже имеющиеся данные по статистике электронной торговли продуктами питания в России в целом, конкретизировав информацию по Санкт-Петербургу. Практическая значимость заключается в предоставлении инструментов и решений для совершенствования управления розничной торговлей и улучшения качества предоставляемых услуг в изучаемом регионе, что даст возможность компаниям не только более качественно удовлетворять потребности своих клиентов, но и увеличить свою прибыльность.

Сектор e-grocery и, в частности, рынок онлайн-продажи продуктов питания имеют высокие темпы роста. Объем выручки в 2020 году составлял 129 млрд. руб., а в 2024 году – 1,2 трлн. руб., что на 44% больше, чем в 2023 году [8]. Столь высокие темпы роста говорят о росте популярности сервисов онлайн-продажи продовольственных товаров и об актуальности исследований в этой сфере. Наше исследование сосредоточено на выявлении региональных особенностей потребительских паттернов [9]. С помощью проведения количественного опроса, обработки, интерпретации и сравнения результатов с данными уже опубликованного исследования аналитической компании Data Insight был выявлен ряд особенностей потребительского поведения среди пользователей онлайн-сервисами заказа продуктов в Санкт-Петербурге, касающиеся недоверия указанным сервисам, склонности к спонтанным и импульсивным покупкам, удовлетворяющим сиюминутные желания, и низкого размера среднего чека онлайн-заказа. На основе данных о региональных особенностях были разработаны рекомендаций по развитию стратегии компаний на рынке онлайн-продаж в изучаемом регионе, направленные на такие стороны бизнеса, как открытость и доступность информации для клиентов и разработка уникальных предложений по наборам заказов для привлечения и удержания целевой аудитории. Это не только увеличит уровень лояльности клиентов к компаниям, но и даст возможность повысить их прибыльность в регионе. Также были определены возможные тенденции развития потребительских предпочтений и перспективы развития e-grocery и рынка онлайн-продаж продуктов питания в РФ, что позволит компаниям действовать превентивно.

**Источники**

1. Куцоконь И.В. Влияние макроэкономического шока от пандемии на отрасль e-grocery // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 4-1(74). С. 216-221.
2. Мазурина А.В. Современное состояние рынка экспресс-доставки продуктов питания в условиях цифровой трансформации торгового бизнеса в России // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2023. Т. 9, № 2. С. 63-76.
3. Tsai T.-M., Wang W.-N., Lin Y.-T., Choub S.-C. An O2O Commerce Service Framework and its Effectiveness Analysis with Application to Proximity Commerce. Procedia Manufacturing. 2015. Volume 3. P. 3498-3505.
4. Агроинвестор: https://clck.ru/3GZQd5
5. Нафи: https://nafi.ru/projects/potrebitelskoe\_povedenie/onlayn-pokupka-produktov-pitaniya-i-ikh-dostavka/
6. НИУ ВШЭ, РАЭК: https://raec.ru/live/raec-news/13010/
7. Data Insight: https://datainsight.ru/eGrocery\_november\_2024
8. PSBlog.ru: https://psblog.ru/rynok-e-grocery-v-rossii-vpervye-prevysil-1-trln-rublej/#:~:text=В%202024%20году%20объем%20продаж,ссылкой%20на%20данные%20Data%20Insight
9. Data Insight: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI\_eGrocey\_buyers\_2023\_public.pdf
10. Data Insight: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI\_eCommerce\_in\_Russia\_2023.pdf
11. TAdviser: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:ИнтернетпродажипродуктовпитаниявРоссии