

в сортировке мусора (это могут быть скидки на коммунальные услуги или другие льготы); установка пандусов и удобных тротуаров для людей с ограниченными возможностями; монтаж современных энерго-сберегающих ламп, видеонаблюдения; создание безопасных пешеходных зон и другие меры.

Таким образом, благоустройство городской среды — комплексная задача, требующая взаимодействия различных уровней власти и общества, а также внедрения инновационных подходов к планированию и реализации проектов благоустройства. Решение перечисленных выше проблем значительно повысит уровень и качество жизни населения.

Источники

1. Благоустройство городской среды, особенности формирования // Axyforma. — URL: <https://axyforma.ru/articles/blagoustroystvo-gorodskoy-sredy/> (дата обращения: 19.11.2024).

2. Эффективное благоустройство: 13 градостроительных ошибок, которые следует исключить // ФинКонт. — URL: <https://www.finkont.ru/blog/effektivnoe-blagoustroystvo-13-gradostroitelnykh-oshibok/> (дата обращения: 19.11.2024).

Д. М. Ткаченко

*Финансовый университет при Правительстве РФ (Москва)
Научный руководитель — С. Н. Скороходов, канд. филос. наук*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ E-GROCERY НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ

Согласно данным агентства Data Insight [1] Россия занимает 1-е место среди стран по росту розничных онлайн-продаж в 2023 г. Значительно опережая другие страны, российский рынок показывает рост 36 %. На 2-м месте по объему продаж и заказам в структуре российского рынка розничных онлайн-продаж занимает e-grocery с долей 10 %, чей рост оказывает существенное влияние на рынок e-commerce в целом. Сфера e-grocery, включающая в себя продажи специализированных магазинов и служб доставки через интернет, является одним из самых быстроразвивающихся подsegmentов рынка электронной коммерции. Только за 2023 г. объем рынка составил 809 млрд р., что на 43 % больше предыдущего года. Помимо этого, количество заказов увеличилось на 48 % (до 607 млн р.), а средний чек — на 5 % (до 1410 р.).

Исходя из самостоятельного анализа деятельности компаний «Самокат», «ВкусВилл», «Купер», «Магнит Доставка» и «Яндекс Лавка» за последние 5 лет, можно сделать следующие выводы:

- до пандемии COVID-19 компании делали акцент на расширении ассортимента и сокращении времени доставки [2]. Лидером был и остается «Самокат» [3];
- во время пандемии COVID-19 «Самокат» вводит экспресс-доставку и таким образом находит свое основное конкурентное преимущество. Скорость, безопасность и поддержка клиентов — главные факторы успеха компаний, на что и был сделан упор посредством введения бесконтактной доставки и снятия ограничений на минимальную сумму заказа;
- после пандемии COVID-19 большая часть компаний продолжила работать над скоростью доставки, а также над географическим расширением за счет открытия новых дарксторов и расширения ассортимента, но теперь преимущественно посредством развития товаров СТМ.

Кроме этого, «Самокат», являясь ведущей компанией не только на рынке e-grocery, но и на рынке e-commerce в целом, отметила важность тренда на экологизацию и после пандемии ввела биоразлагаемые упаковочные материалы. Важным инструментом в электронной коммерции становится лайв-стриминг. Он создает непринужденное общение с целевой аудиторией и способствует спонтанным покупкам через эксклюзивные предложения.

Компании, работающие в сфере e-grocery, на российском рынке имеют возможности и значительные драйверы для развития своей деятельности в рамках развития трендов на экологичность, товары СТМ, скорость доставки, а также внедрения новых, заимствованных трендов на развитие e-commerce в рамках соцсетей и лайв-стриминг. Посредством этого компании смогут оправдать прогнозы аналитиков на рост рынка на 30–40 % в год в следующие периоды.

Источники

1. Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2024 // Data Insight. — URL: https://datainsight.ru/eCommerce_2023?ysclid=m3p24o7rns784189040 (дата обращения: 15.11.2024).
2. Хрусталева, С. Прокачиваем «Самокат»: глава первая / С. Хрусталева // Hard Client. — URL: <https://hardclient.com/samokat-part1?ysclid=m1jhi6cugf293370707> (дата обращения: 15.11.2024).
3. «Продуктопровод»: как «Самокат» завоевал рынок экспресс-доставки // СберБизнес Live. — URL: <https://sberbusiness.live/publications/produktoprovod-kak-peterburgskaia-kompaniia-samokat-zavoevala-rynok-ekspress-dostavki-bytovykh-tovarov> (дата обращения: 16.11.2024).