

## **АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЦИФРОВЫХ**

### **ПРОДУКТОВЫХ ПЛОЩАДОК**

*Аннотация: Данная статья представляет собой анализ потребительского поведения на цифровых продуктовых площадках, основанный на исследовании, включающем опрос респондентов разного возраста и профессионального статуса. Результаты позволяют выделить ключевые аспекты пользовательского опыта, что обеспечивает понимание требований и предпочтений пользователей для дальнейшего совершенствования цифровых сервисов.*

*Ключевые слова: продуктовые площадки, онлайн-торговля, маркетинг.*

*Abstract: This article is an analysis of consumer behavior on digital product platforms, based on a study that includes a survey of respondents of different ages and professional status. The results allow us to highlight key aspects of user experience, which provides an understanding of the requirements and preferences of users for further improvement of digital services.*

*Keywords: product platforms, online trading, marketing.*

Разные люди сталкиваются с множеством различных проблем в наше время, мой сервис способен избавить их от некоторых. Чтобы понять основные боли клиентов я провел исследование, в котором опросил некоторых своих родственников и друзей, задав им следующие вопросы:

1. Как часто вы покупаете продукты?
2. Сколько времени в неделю у вас уходит на их покупку?
3. Устаете ли вы от рутинных покупок?
4. Хотелось ли бы вам забыть о походах в магазин или постоянном выборе продуктов в приложении?
5. Хотели бы вы воспользоваться моим сервисом?

Исходя из проведенного исследования я получил такую статистику:

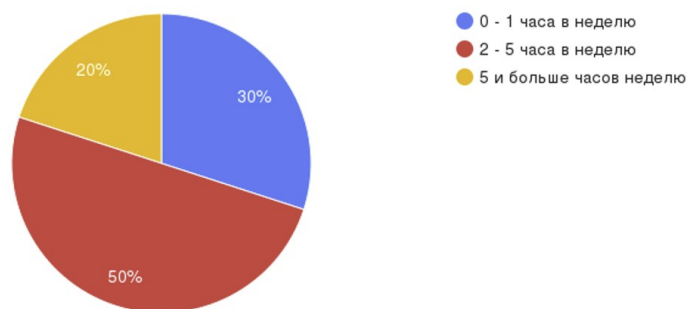


Рисунок 17. Статистика траты времени на покупку продуктов

Как можно понять из этого опроса, люди очень заинтересованы в функционале сервиса. Даже те, кто сам не ходит в магазин, предполагают, что сервис был бы очень полезен. У людей присутствует огромное количество забот и более важных дел, так что им было бы очень удобно избавиться от неприятного рутинного процесса покупки продуктов.

Кроме обычных людей, сервис может быть полезен пенсионерам или людям с ограниченными возможностями. Например, у человека есть родители, которые в силу возраста не в состоянии ходить в магазин сами или разбираться с различными приложениями для заказа продуктов. Теперь этот человек сможет настроить родителям автоматический заказ нужных им продуктов и удаленно оплачивать его, так что ему больше не придется переживать из-за этого.

Также сервис сильно упростит жизнь людям с ограниченными возможностями. К сожалению, таким людям все еще очень тяжело живется из-за неудобной инфраструктуры, так что им было бы проще заказывать продукты, не выходя из дома. Кроме того, в приложении есть дружелюбный голосовой бот – помощник, с помощью которого можно будет заказывать продукты [1].

Помимо вышперечисленного, даже крупные организации сталкиваются с проблемой траты времени на заказ продуктов для различных мероприятий, поскольку набор продуктов обычно одинаковый,

с помощью сервиса они могли бы более эффективно распределить свои ресурсы. Также сюда входят рестораны и кафе, сейчас они покупают продукты у разных поставщиков, и часто бывает трудно наладить хорошую систему поставок. С помощью сервиса они могут создать единую сеть регулярных поставок, что существенно упростит их деятельность.

У клиентов сервиса могут возникнуть некоторые опасения на счет его работы, например, сможет ли сервис доставить продукты в нужное время, потому что иногда это бывает очень важно. В приложении есть функция доставки к определенному времени, и у компаний партнеров будет доступ к этой информации, так что они смогут осуществлять доставку вовремя.

Также у пользователей существует опасения на счет качества и свежести доставляемых продуктов. Доставка продуктов осуществляется в партнерстве с оптовыми организациями, которые присоединяются к установленным сервисам условиям гарантии качества. Эти условия партнеры обязаны строго соблюдать, поэтому заказ будет доставлен в надлежащем качестве [2].

#### **Использованные источники:**

1. Малахова Т.Н., Власова В.Н., Богданова Н.В. Прогрессивные методы продажи продовольственных товаров, и их экономическая эффективность // Парадигма. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/progressivnye-metody-prodazhi-prodovolstvennyh-tovarov-i-ih-ekonomicheskaya-effektivnost> (дата обращения: 23.11.2023).
2. Мельникова Т.Ф., Тарануха С.А., Мельникова А.В., Мельникова В.Л. Специфика продажи товаров продовольственного назначения и защита прав потребителей // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. №12 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-prodazhi-tovarov-prodovolstvennogo-naznacheniya-i-zaschita-prav-potrebiteley> (дата обращения: 23.11.2023).