

Пачковская Арина Юрьевна,
обучающаяся
АУ «Сургутский политехнический колледж»
E-mail: arina.pachkovskaja@yandex.ru

Научный руководитель
Воронцова Ольга Григорьевна,
преподаватель
АУ «Сургутский политехнический колледж»
E-mail: vog@surpk.ru

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДОСТАВКИ ЕДЫ

**СФЕРА
ОБСЛУЖИВАНИЯ**

УДК 660.43

«Приготовление еды станет таким же атавизмом, как пошив одежды с нуля дома», – такой вывод представили специалисты инвестиционного банка UBS в отчете «Is the Kitchen Dead». Во второй части «предсказания» утверждается, что быстрый завтрак или чашка чая – это вершины кулинарного искусства, которые по силам миллениалам. Вся остальная еда будет заказываться онлайн. Автор данной статьи доказывает, что эти утверждения вполне обоснованны и доставка готовой еды действительно становится все более популярной у населения.

The UBS investment Bank has concluded that “Cooking will become as atavism as making clothes from zero at home» in its report «Is the Kitchen Dead». The second part of the report prediction states that a quick breakfast or a cup of tea is the top of the culinary art that Millennials can do. All other food will be ordered online. The author of this article proves that these statements are reasonable enough and the ready-made food delivery, indeed, is becoming more and more popular among the population.

Ключевые слова

Рынок, доставка еды и заказов, исследование, домашнее питание, здоровье, онлайн-заказы, предприятия общепита.

Keywords

Market, food and order delivery, research, home food, health, online orders, catering facilities

Услугой доставки еды на дом, в офисе или на удаленные объекты сегодня сложно кого-то удивить. Более того, в некоторых странах, особенно развитых, она не про-

сто составляет конкуренцию домашнему и традиционному общественному питанию, но и активно вытесняет их. Развитие рынка традиционных кафе и ресторанов серьезно замедлилось, доставка готовой еды демонстрирует рост до 10 % в зависимости от региона. Согласно данным последних исследований (с апреля 2018-го по аналогичный период 2019-го), рынок доставки в России вырос на 25 %.

Сегодня 90 % всех заказов – это традиционная доставка напрямую из ресторана курьером заведения. Однако уже примерно половина заказов осуществляется

онлайн (через сайты и мобильные приложения). В дальнейшем, по прогнозам аналитиков, доля онлайн-заказов будет только расти. Предприятиям общепита придется конкурировать между собой, завоевывая популярность у потребителей.

Современная жизнь людей насыщена множественными событиями, имеющими непосредственное влияние на здоровье. Сумасшедший темп мегаполисов, напряженный ритм работы, при котором большая часть сотрудников не всегда успевают обедать в будни. Время становится основной ценностью. Психологические нагрузки, стрессы, неблагоприятная экология больших и малых городов – все это приводит к чрезмерной усталости организма. Неправильное питание, перекусы лишают организм защитной функции насыщения витаминами, микроэлементами, калориями, необходимыми для энергии и полноценной жизни. Динамика жизни современного общества и потребность в доставке еды к месту потребления считается не роскошью, а нормой, которая способствовала формированию рынка доставки готовых блюд.

На рост рынка доставки еды в России влияют урбанизация, диджитализация, смартфонизация. По итогам 2019 года он увеличился почти на 25 % (по отношению к 2018 г.) и составляет 6,6 % среднего прироста рынка готовых блюд. Больше половины россиян – 58 % – заказывают готовую еду онлайн, в 2019 году по сравнению с тем же периодом 2018-го в среднем по России рост составил 7,5 %.

Доставка – это удобный формат для занятых людей и дополнительный доход для бизнеса. Практически все заведения общепита пытаются сегодня внедрить ее у себя, так как рынок доставки еды растет сегодня и сохранится надолго. Как утверждают социологи, такая система питания является более выгодной по сравнению с посещением ресторанов и кафе в обеденное и вечернее время по будням, 75 % опрошенных, пользующихся такими услугами, заказывают еду домой и в выходные. Спрос рождает предложение. Количество новых интернет-сервисов по доставке еды растет с каждым днем, и не только в больших мегаполисах, но и в промышленных городах с небольшой численностью населения.

В Сургуте рынок доставки еды до потребителей организуют компании «Pizza Festo», «Додо Пицца», «Сытый Самурай», «KFC», «Foodsurgut», «Zakazaka», «Галерея Суши», «GRAND MANGAL», «ЭЛЬ ПИРОГ» и др. С марта 2019 г. запущена собственная доставка «Delivery Club» в пятидесятом городе России – Сургуте. Главные причины популярности и востребованности – это быстрое ознакомление с меню и оформление заказа, онлайн-расчет, возможность доставки в любое время, высокое качество обслуживания, широкий ассортимент. Благодаря изучению спроса на доставку еды компании конкурируют между собой качеством предоставляемых услуг и завоевывают популярность у жителей города.

Согласно результатам работы служб доставки, сургутяне в два раза чаще стали пользоваться доставкой еды во время праздников, делать выбор в пользу блюд из ресторана вместо того, чтобы готовить самостоятельно. Более того, нормой становится заказ доставки без всякого повода, посреди рабочей недели, как замена ежеднев-

ным ужинам, большинство заказывают готовые блюда ради удовольствия.

Массовое распространение этой услуги стало возможным только после того, как в обществе сформировались определенные условия, наиболее важными из которых являются:

- массовая урбанизация и повышение занятости населения – жители крупных городов зачастую проводят много времени на работе, в результате чего у них не остается сил на частое приготовление пищи или посещение заведений общепита;

- развитие транспортной инфраструктуры – для быстрой доставки еды необходимы обустроенные дороги и, в определенной степени, наличие мобильного транспорта, на сегодняшний день многие организации используют электросамокаты, некоторые планируют внедрение дронов, соответственно, такая услуга благодаря современным возможностям станет повседневной;

- появление эффективных средств связи – услуга доставки питания не будет иметь смысла, если клиент не сможет связаться с поставщиком непосредственно из своего дома или офиса;

- промышленное производство продуктов питания – традиционное сельское хозяйство огородного или фермерского типа не способно покрыть потребности миллионов людей в пище.

История доставки еды как отдельного и массового сегмента рынка началась в Индии, где в конце 19 века появилась профессия даббавала – пешего разносчика пищи, помещенной в специальные металлические судки (дабба). Этому способствовали несколько факторов: интенсивная урбанизация региона, появление крупных городов – прежде всего Мумбаи, Дели; запутанная транспортная структура городов – офисным клеркам, рабочим было трудно добираться из удаленного офиса домой для приема пищи; популярность домашнего питания – в Индии традиционно не слишком любят общепит за низкое качество и санитарную небезопасность.

Система даббавал, существующая и сегодня, имеет несколько отличий от западных служб доставки еды. Главная особенность заключается в том, что приготовлением пищи занимается не отдельная организация, а обычное население. Каждое утро разносчик на велосипеде, скутере или пешком собирает судки с готовой едой у домовладельцев, с которыми заключен контракт, и начинает развозить их по клиентам. Так как в Индии даббавала традиционно формируются из малограмотных слоев общества, для координации своих действий разносчики разработали уникальную, не имеющую аналогов в мире систему обозначений, основанную на визуальных символах и цвете. Она оказалась настолько совершенной, что вероятность ошибочной доставки составляет не более одного раза на 6-8 миллионов заказов. В последнее время в западных странах эту систему преподают на занятиях по организации бизнеса как пример удачной логистики.

На Западе данная услуга как массовое и распространенное явление появилась несколько позже – в начале XX века. Связывают ее с массовым строительством небоскребов в США. Грандиозные на тот момент сооружения требовали труда сотен рабочих и их полной за-

нятости. Наряду с традиционными в таких случаях полевыми кухнями некоторые учреждения общественного питания стали предлагать услугу по доставке холодных блюд, закусок и напитков. Ее популярности способствовало развитие эффективных и удобных средств связи – телефонов. Заказать еду стало возможным, просто набрав номер кафе или ресторана. Но особенно резкий скачок развития рынка доставки еды произошел в 50-х годах XX века, захватив не только США и Европу, но и бурно развивающиеся государства Юго-Восточной Азии. Так, в Америке итальянские эмигранты и позже вернувшиеся из Европы американские солдаты стали основывать пиццерии, в том числе предлагавшие привоз пиццы на дом или в офис, такую же услугу стали предлагать и сети фастфуда. В восточно-азиатских капиталистических странах (Японии, Южной Корее, Таиланде, позже – в Китае) появились предприятия, изготавливавшие упрощенные вариации традиционных блюд – суши, лапши, разнообразных салатов. В Европе особенно быстро развивалась индустрия доставки пиццы и разнообразных закусок (бутербродов, сэндвичей и т. д.).

В России подобная услуга появилась менее четверти века назад, в 1990-е годы. Идея была позаимствована на Западе, поскольку в Европе и Америке служба доставки возникла куда раньше. Принято считать, что первая подобная доставка была организована в 1889 году хозяином и шеф-поваром непольской пиццерии Рафаэле Эспозито. Спустя примерно полвека, в 1950-х – 1960-х годах, производство и доставку пиццы в странах Европы наладили многочисленные итальянские эмигранты, бежавшие от войны. До начала 90-х годов данная услуга практически не развивалась – население питалось в основном в кафе, общественных и рабочих столовых или дома. С переходом на рыночную экономику сначала в крупных, а затем и небольших городах появились частные предприятия общепита, и доставка еды в нашей стране постепенно начала набирать обороты. Если на протяжении первого десятилетия качество таких услуг было сомнительным, то с началом нового тысячелетия, перенимая опыт западных стран, российские компании вывели их на общемировой уровень.

За период работы доставки еды в г. Сургуте популярность на предлагаемые услуги значительно возросла. Жители активно заказывают напитки, завтраки, обеды и ужины. Доставка еды конкурирует со всеми альтернативными предложениями потребления пищи – в том числе с походом в магазины у дома и самостоятельным приготовлением еды. Отмечено, что среди готовой еды, которую заказывают потребители, самой популярной остается пицца. В последнее время заказчики все чаще делают выбор и в пользу «домашних» блюд: котлет, супов, традиционных салатов. Запущен новый тренд – быстрый сервис доставки готовых блюд «Кухня на районе» (это специальное меню домашних блюд для поколений фэнтези).

К доставке готовой еды подключаются и продуктовые сетевые магазины города: «Лента», «Перекресток» которые хотят удивить и завоевать новых потребителей вариантами разработанных блюд и кулинарных изделий. Сервис доставки организуют «Foodsurgut», «Zakazaka», «Галерея Суши», «GRAND MANGAL», «ЭЛЬ ПИРОГ»,

служба доставки пиццы «Pizza Festo», «Delivery Club». Разработано умное расписание для курьеров, которое с помощью искусственного интеллекта формирует их нагрузку, ориентируясь на спрос в разных районах города и заказы, приходящие в службу доставки. Это позволяет сократить время в пути до заказчика.

Ассортимент кулинарных изделий и блюд, предлагаемых ресторанами быстрого питания:

- Суши (с креветкой, с лососем, с угрем и т. д.).
- Снеки (с креветками, овощами, грибами и т. д.).
- Пицца (пепперони, четыре сыра, мясная и т. д.).
- Лапша (с говядиной, курицей и т. д.).
- Салаты (греческий, рыбный, овощной и т. д.).
- Супы (бульоны, борщи, супы-пюре и др.).
- Десерты (чизкейк, сладкие роллы и т. д.).
- Пирог (овощные, рыбные, мясные и др.).
- Шашлык (рыбный, мясной, из птицы, фруктов и т. д.).
- Напитки (газировки, лимонады, кофе, соки и т. д.).

За последние три года в Сургуте спрос на услуги доставки еды значительно вырос и составил порядка 9,8 %. Это говорит о стабильности и спросе, подтверждением являются приход на рынок услуг по доставке еды компаний «Сытый Самурай», «Pizza Festo» и «Delivery Club».

По анализу предлагаемых услуг доставки еды в городе Сургуте (3 года) ими являются:

- занятые люди, у которых не хватает времени на готовку;
- студенты, миллениалы, ведущие активный образ жизни;
- сотрудники крупных фирм, командированные, не знающие общепит города;
- класс людей с достатком выше среднего, которым проще заказать готовую пищу;
- люди, заказывающие еду для определенного торжества, праздника, мероприятия.

Главными критериями на спрос потребителя являются вкусовые качества изготавливаемой продукции, а также спрос занятых людей и только доступная цена и питательность являются не самыми важными критериями в заказе пищи. Также спрос может зависеть не только от вкуса, но и от внешнего вида, запаха и размера предлагаемого блюда.

Анкетирование среди студентов СПК и СГПУ, средний возраст которых составляет от 18 до 25 лет (25 человек опрошенных), показало, что самыми востребованными блюдами в сегменте доставки традиционно считаются пицца и суши. Также в корзину попадают бургеры, лапша, десерты, пироги, напитки.

Примеры блюд и главных их потребителей:

- Суши, морепродукты, салаты, десерты – в основном женщины со средним и выше достатком.
- Пицца, мясные блюда – мужчины и подростки с разным достатком (чаще любители акций).
- Десерты – женщины.
- Комплексные обеды – расчет на поставку в крупные фирмы, а также для мероприятий и торжеств.
- Фермерские продукты – ориентация на семьи (лю-

ди, которые заботятся не только о себе и ценят здоровую пищу) или сотрудничество с ресторанами.

Самый ценный ресурс в доставке – это курьер, а ключевой показатель – время его оборачиваемости. Можно содержать несколько десятков курьеров, но это съест практически всю прибыль. Поэтому гораздо эффективнее правильно организовать зональную логистику. Чтобы доставка была рентабельной, в выбранной вами зоне (районе) курьер должен успевать совершать семь поездок в течение 10-12-часового рабочего дня. То есть каждая из них должна занимать не более полутора часов туда-обратно. Упаковочный материал, используемый для доставки еды, должен соответствовать санитарным требованиям и эстетическим показателям.

Доставка еды всегда работает в режиме пиковых нагрузок. Какие бы вы ни придумали акции, например скидка 20 % на заказы после 16:00, все равно люди заказывают еду в обед в одно и то же время. Настраиваемая логистика с учетом пиковых нагрузок выводит на эту смену больше поваров и курьеров или делает им гибкий график. Проанализировав, на какое время приходится спрос, можно сказать, что пик заказов – с 12.00 до 16.00 в буднее время, так как наступает обед у работников. С 16.00 до 19.00 спрос понижается. С 20.00 до 21.00 спрос вновь увеличивается, так как люди заказывают блюда для ужина. В выходные дни больше всего заказов приходится на вечернее время, примерно с 17.00 до 21.00.

Пожелания в оригинальной доставке еды:

■ «Привезем и обслужим». Чем-то такая система похожа на кейтеринг, но различия существенные. В случае с «обслуживающей доставкой» вам не надо что-то организовывать или планировать заранее – как и всегда, вы просто заказываете, например горячий ужин на определенную сумму, и дополнительно оплачиваете услуги официанта (некоторые компании могут присылать повара, сомелье, мойщика посуды).

■ «Привычное в непривычном виде». Тут уже все гораздо проще. Эти нестандартные доставки занимают тем, что возят достаточно будничную еду в не самом привычном виде. Вроде бы ничего особенного, однако некоторых это по-настоящему цепляет.

■ «Что привезем, то и ешьте». Некоторые службы доставки ничего не «производят», зато с радостью привезут любую еду из любой точки города по согласованной цене. Условно – вы можете заказать жареную курицу, а курьеры займутся ее поиском.

■ «Доставим прямо в пробку». Для Европы и США это удивительно, но для ряда азиатских стран такую ситуацию можно даже назвать обычной – ваш вкусный обед доставляют не домой или в офис (как мы привыкли), а в примерную точку по геолокации, то есть прямо в машину, например.

■ «Edoque» – служба доставки хорошего настроения. Она предлагает коробки с самыми свежими и эк-

зотическими фруктами для себя или в подарок. Каждый бокс имеет свое название и наполнение. Например, самая популярная «Суперкоробка» состоит из мангостана, маракуйи, манго, мини-арбуза и др. В ассортимент также включены нестандартные посылки: спортивная (овощи), «Испанские каникулы» (оливковое масло, оливки нескольких сортов), «Фестиваль вкусняшек» (финики, чипсы из банана, домашняя халва и др).

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что среди жителей нашего города услуга доставки еды пользуется большой популярностью. Ассортимент представляемых блюд постоянно расширяется, благодаря работе сервис-конструкторов, доставляющих продукты с рецептами новых блюд, среди них «Шефмаркет», «Партия еды», «ДомаВкуснее». Отдельную вертикаль составляют сервисы питания по подписке – специальной еды для спортсменов, вегетарианцев, детей и т. д. Доставка еды в офис, на дом, за город (в отдаленные места) решает проблему быстрого недорогого и качественного питания. Подтверждением является анкетирование, расширение предприятий, предоставляющих услуги на дом, в офис и т. д., открытие новых предприятий, набор персонала для обучения и работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ 31984-2012. Услуги общественного питания. Общие требования. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.consultant.ru/document>
2. ГОСТ 32692-2014. Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.consultant.ru/document>
3. ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.consultant.ru/document>
4. Зайко Г.М. Организация производства и обслуживания на ПОП: Учебно-практическое пособие. М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов-н/Д: изд. центр «МарТ», 2015. – С. 192. (серия «Технология сервиса»).
5. Ваш бизнесплан.ру <https://vashbiznesplan.ru/pitanie/dostavka-edy.html#i-6>
6. ДОДО Пицца <https://dodopizza.ru/>
7. Сервис доставки еды для ресторанов https://joinposter.com/post/how-to-start-food-delivery-service#header_1
8. FORBES <https://www.forbes.ru/biznes/363613-tehnologii-edy-kak-i-pochemu-izmenitsya-dostavka-iz-restoranov>
9. Источник: <https://dikarka.ru/articles/111.shtml>
10. БИЗНЕС Online: <https://www.business-gazeta.ru/article/431252>