

экономика региона

Доставка готовой еды повышает аппетит

Рынок доставки еды в России развивается рекордными темпами. По оценке экспертов, за последние пять лет он вырос на 35%. Только в Новосибирске в 2019 году количество заказов увеличилось в два раза. Основными игроками в регионе, как и в целом по стране, являются Delivery Club и «Яндекс.Еда», на долю которых приходится более 21% всех заказов. Влияют на активный рост доставки проникновение интернета и формирование новой модели потребления — россиянам уже не кажется странным купить готовую еду в интернете.

— перспективы —

Бум с доставкой

Согласно данным Target Global, объем рынка foodtech (сервисов заказа еды онлайн разной степени готовности) в России составляет около \$1,4 млрд. За последние 5 лет он вырос на 35%. Объем продаж сегмента «доставка готовой еды» в России в 2018-м, по расчетам аналитиков Discovery Research Group, составил 35,8 млрд руб.

В Новосибирске, по данным «Яндекс.Еда» (принадлежит «Яндекс», вышел на региональный рынок в августе 2018 года), количество заказов в июне 2019 года в сравнении с декабрем 2018-го выросло более чем в 2 раза. При этом пропорционально увеличился и число предприятий общепита, работающих онлайн и осуществляющих доставку, сегодня их более 400.

Основными игроками на местном рынке доставки еды являются агрегаторы, которые работают с заведениями-партнерами по двум моделям: маркетплейс и доставка собственной курьерской службой. В случае с маркетплейсом кафе или ресторан подключаются к мобильному приложению и через него получают заказы, но доставкой занимаются сами сотрудники заведения. При втором варианте еду развозит курьерская служба сервиса. В Новосибирске присутствуют федеральные «Яндекс.Еда» и Delivery Club, на долю которых приходится, по оценкам NPD, 21% рынка, и несколько игроков поменьше — Zakazaka, Chibbis, Bbfood, Sibfood и т.д.

Кроме этого, в Новосибирске сегмент доставки заказов на дом представлен федеральными ресторанными сетями: «Додо пицца», Para John's, Domino's, «Якитория», «Тануки» и другие. «Новосибирск — интенсивно развивающийся деловой город, он обеспечивает весьма благодатную почву для работы широкой сети сервисов доставки еды. При этом все существующие компании, предлагающие данный вид услуг, можно условно разделить на две части: это фирмы, чьим основным бизнесом является именно доставка еды, и крупные кафе или рестораны, готовые не только покормить клиентов на месте, но и доставить заказ по указанному адресу», — говорит аналитик ГК «Финам» Алексей Коренев.

Так, заходя на рынок Новосибирска, сеть Para John's сначала работала с сервисом Delivery Club, но после укрепления на



В Новосибирске наибольшей популярностью пользуются буузы (бурятская кухня), следом идут блюда американской и грузинской кухни

рынке основная часть доставки перешла непосредственно к самой компании. «Сейчас агрегаторы составляют порядка 8% от общего числа заказов в месяц. Клиенты предпочитают заказывать напрямую, потому что так получается выгоднее», — рассказала директор по маркетингу Para John's в регионе Ольга Марченко.

Рынок Новосибирска отличается от других регионов лишь по предпочтениям еды в доставке, рассказал генеральный директор «Яндекс.Еды» Максим Фирсов. «Здесь наибольшей популярностью пользуются буузы (бурятская кухня), следом идут блюда американской и грузинской кухни. Для сравнения, в Омске и Томске самая популярная кухня — японская, а в Красноярске — американская», — отметил представитель агрегатора.

Заказывай — подешевело

Популярность доставки еды в Новосибирске растет прежде всего из-за снижения минимальной стоимости заказа, при которой доставка становится бесплатной, — сейчас это 500–600 руб., а год назад минимальная цена заказа с бесплатной доставкой была не менее 1 тыс. руб.

Аналитики Nielsen в то же время отметили, что средний чек на еду, заказанную онлайн, практически сравнялся со средним чеком в кафе и ресторанах, достигнув 1250 руб. «Также драйвером роста стал культурный сдвиг, который сейчас происходит: для жителей крупных городов становится более выгодным не готовить дома, а пользоваться услугами доставки или ходить в рестораны», — отмечает основатель сервиса по быстрой курьерской доставке еды и других товаров Vroniboy Иван Труфанов.

Влияет на активный рост доставки и то, что большую часть платежей способной аудитории постепенно составляют поколения Z и Y, указывает соучредитель облачной системы учета для ресторанов Poster Родион Ерошек. «Они активно пользуются смартфонами, не привыкли стоять в очередях и тратят самую большую долю своего бюджета на приготовленную еду по сравнению с другими поколениями», — комментирует

эксперт. Именно новое поколение меняет рынок, который вынужден подстраиваться под его требования. Так, по данным NRA, 59% поколения Y и 54% представителей Z заказывают доставку еды через смартфон, 58% поколения Y и 56% поколения Z заинтересованы в отслеживании своего заказа онлайн. «Доставка становится частью образа жизни, поскольку позволяет экономить время, упрощает логистику», — объясняет руководитель NPD Group в России Мария Ванифатова.

Активно развивается и механика доставки. Благодаря эволюции искусственного интеллекта беспилотные машины для доставки и роботы перестают быть фантастикой. «И пока мы об этом только думаем, Ford и Agility Robotics начали тестировать вариант беспилотников с роботами, которые доставляют пакеты до двери. Россия, как правило, отстает от западных тенденций на пару лет, тем не менее за последний год на этом рынке тоже произошло много изменений: возможность заказа еды с помощью голосового помощника „Алиса“, чат-ботов и т.д.», — рассуждает Родион Ерошек.

Часть экспертов в то же время полагают, что роста рынка как такового нет, а цифры по увеличению заказов обусловлены его обелением. «Рынок становится более прозрачным, поэтому темпы роста, которые показаны в статистике, преувеличены, так как раньше было больше черных игроков. А существенный рост от года к году связан с

бурным ростом сетевых игроков, агрегаторов и сетевых доставщиков», — считает директор по маркетингу компании Domino's Pizza Елена Иванова.

Модель работы сервиса по доставке одинаково выгодна для всех участников рынка общепита, отмечают аналитики. Клиенты экономят время и получают любимые блюда в удобное время и место, не переплачивая, рестораны увеличивают мощности и оборот, сервис зарабатывает на услугах посредника между первым и вторым звеном. «Важно отметить, что на начальном этапе многие рестораны отказывались от подключения к крупным системам и предпочитали собственную доставку, но постепенно становится очевидно, что содержать штат курьеров и машин гораздо дороже, чем получение услуги доставки от крупного игрока», — делает вывод директор по развитию SA Media Group Дмитрий Казаков.

Продукты отправляются с курьером

В России активно растет доставка не только готовой еды из ресторанов, но и продуктов из магазинов. Одно из недавних решений на этом рынке — федеральный сервис заказа продуктов «Яндекс.Лавка», который с начала июня тестируют в Москве. Это магазин продуктов и товаров, работающий только на доставку. Сервис обещает привезти покупки через 15 минут после заказа и такую же стоимость товаров, как в обычных магазинах.

Услуга доставки продуктов питания и товаров набирает популярность не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в других городах России. Наиболее популярными являются сервисы iGooods, Instamart, Golama. Первые два, кроме столиц, уже работают в Казани, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Сургуте, Оренбурге, Белгороде и других.

В Новосибирске наиболее активно развиты такие сервисы, как «Вгастроном», Spaketov и mega-gastronom. «Первый, в отличие от федеральных сервисов, доставляет продукты с наценкой на каждый товар, поэтому с приходом новых компаний его положение может стать более сложным», — отмечает управляющий и сооснователь сервиса доставки продуктов iGooods Григорий Кунис.

По оценке эксперта, в Новосибирске ежедневно обслуживается порядка 800 заказов в день, для сравнения в Санкт-Петербурге — порядка 5–6 тыс. «Мы оцениваем этот миллионник как перспективный город для развития e-grocery (продажа товаров повседневного спроса через интернет), аудитория уже готова к такой услуге, а погодные условия повышают востребованность сервиса. В сентябре-ноябре здесь начнут работать один-два федеральных игрока, в том числе мы», — рассказал господин Кунис.

Именно продукты питания, отмечают эксперты, — ниша с самым высоким потенциалом роста оборота в интернете. По оценке руководителя аналитической группы РБК Инги Микаелян, на продажи продуктов через сеть приходится только 13% от розничного оборота. Ритейлеры в условиях высокой конкуренции могут перейти в онлайн для увеличения объема продаж. При этом рынки доставки еды и продуктов будут расти параллельно, так как решают разные задачи клиентов, говорят аналитики рынка.

«В будущем мы прогнозируем конкуренцию с различными приемами пищи. В среднем человек ест 20 раз в неделю. Его рацион может составлять холодильник, то есть готовка дома, еда в ресторанах и кафе, а также доставка из этих мест в офис или домой. В будущем половину из общего числа приемов пищи будет приходиться на доставку», — отмечает Максим Фирсов.

Еда «мобилизуется»

В ближайшие три года рынок доставки продуктов и готовой еды в России будет развиваться стремительными темпами, прогнозируют аналитики. Активный интерес к сегменту проявят и бизнес, и клиенты. «Это видно по росту заказов и стабильному спросу от постоянных покупателей. Вырастут инвестиции в отрасль, только за последние полгода игроки рынка привлекли финансирование на 1,5 млрд руб.», — говорит Григорий Кунис.

Кроме этого, рынок продолжит активно «мобилизоваться», вслед за ростом спроса на заказы со смартфонов. Ожидается, что предложения для клиентов станут более персонализированными: появятся больше приложений для телефонов, компании смогут оценивать потребительское поведение в сети, делать по нему вывод, голодная ли аудитория и в какой момент предложить ей рекламу с изображением еды. «Мощные агрегаторы сейчас диктуют новые тренды на рынке. Например, в Москве развивается формат фултраков на массовых мероприятиях. А „Яндекс.Еда“ намерена не просто быть агрегатором, но еще и развивать сам рынок приготовления еды, так что этот рынок ждет большой рост. Кроме того, агрегаторы тестируют доставку продуктов и товаров для дома из гипермаркетов. Торговые сети в скором времени окажутся перед выбором, организовывать ли доставку самим или же отдавать этот процесс агрегаторам, но сомнений, что популярность услуги будет только расти, нет», — полагает генеральный директор транспортной компании Traft Артур Мурадян.

Лолита Белова

ДОСТАВКА ЕДЫ ПОВЫСИЛА СПРОС НА КУРЬЕРОВ

За первые пять месяцев 2019 года в сравнении с аналогичным периодом прошлого года количество вакансий для курьеров в Новосибирской области выросло почти в три раза, сообщили пресс-службе портала hh.ru. Если год назад вакансий было 123, то в этом году уже 354. При этом выросла и средняя заработная плата, которую предлагают работодателям с 27 тыс. руб. до 32 тыс. руб., что говорит о спросе на курьеров в регионе. Наибольшее количество вакансий размещают компании следующих отраслей: «Перевозки, логистика», «Гостиницы, рестораны, общепит» и «Розничная торговля».

Склады на подъеме

— инфраструктура —

Складская инфраструктура Новосибирска активно прирастает новыми объектами. Эксперты рынка логистической недвижимости считают, что возводимые склады все чаще учитывают индивидуальные потребности клиентов, и отмечают рост востребованности складов в черте города среди арендаторов и транспортных компаний.

Объемы площадей

По данным консалтинговой компании Nazarov & Partners, строительство в Новосибирске и ближайших пригородах складов класса А и В, начавшееся в 2008 году, обеспечивало среднегодовой прирост площадей на 120 тыс. кв. м. Однако в 2018 году этот показатель был превышен — было введено 145 тыс. кв. м складских помещений, почти треть которых (45 тыс. кв. м) составили площади складского комплекса класса А «Сибирский» (строит казахстанская компания ТОО «Волвер кампания»). В итоге к началу 2019 года новосибирский рынок индустриальной недвижимости насчитывал 1690 тыс. кв. м качественных складов класса А и В и 4150 тыс. кв.

м складских помещений старого фонда — класса С и Д.

В 2019 году в Новосибирской области ожидается ввод рекордного объема складских площадей за последние 10 лет — около 260 тыс. кв. м. «Ранее мы прогнозировали объем ввода 289 тыс. кв. м, это в два раза больше, чем в 2018-м, — сейчас уже можно внести небольшие корректировки в расчеты», — говорит руководитель отдела складской и индустриальной недвижимости компании Nazarov & Partners Рустам Сатышев. По его словам, проект распределительного центра Почты России на 48 тыс. кв. м, который ранее планировалось ввести до конца 2019 года, будет сдан только в 2020-м. Однако появились новые, не учтенные в прошлом году объекты: проект «Алтай-тара» площадью 12 тыс. кв. м, проект склада на ул. Толмачевской площадью 8,1 тыс. кв. м под аренду плюс ряд более мелких проектов.

Топ-менеджер ПСК «Южный» Игорь Добровольский отметил, что один из строящихся объектов в бизнес-парке «Южный» площадью 6,6 тыс. кв. м уже закончен и сегодня проходит оформление документации и подготовка склада к запуску.

«Важное событие этого года — ввод в эксплуатацию оптово-рас-

пределительного центра X5 Retail Group в Промышленно-логистическом парке Новосибирской области (ПЛП). Объект находится в высокой степени готовности, ввод планируется в августе. Площадь ОРЦ составит порядка 37 тыс. кв. м. Проект реализуется в формате built-to-suit компанией «Распределительный центр „Новосибирск“, учредители которой уже имеют опыт взаимодействия с X5 Retail Group», — говорит генеральный директор Агентства инвестиционного развития (АИР) Новосибирской области Александр Зырянов.

Знаковым событием на региональном рынке логистики гендиректор АИР считает и начало строительства в ПЛП объекта нового резидента парка — ООО «Терминал 1». «Компания намерена построить два современных логистических комплекса класса А с общей площадью складских помещений 10 тыс. кв. м. Кроме того, есть перспектива дальнейшего развития резидента на площадке», — сообщил собеседник.

Тенденции и новации

Проект PNK Group, который сейчас реализуется в «PNK Парк Толмачево» для ритейлера «Лента», управляющий инвестиционным фондом «ПНК девелопмент» Дмитрий Пиле-

вин считает примером нового подхода крупных торговых сетей: размещение в одном здании распределительного центра и собственного производства. «Соответственно, объект должен подходить и под хранение/сортировку товара, и под пищевое производство — у каждого клиента свои индивидуальные запросы, которые становятся все более специфичными», — говорит собеседник, отмечая увеличение числа проектов по схеме built-to-suit (предполагает проведение работ в соответствии с нуждами арендатора).

Схожие тенденции на примере ПЛП наблюдает и Александр Зырянов: иницируя строительство собственного объекта, большинство производственных предприятий закладывают в проект строительство собственных логистических площадей. «Группа компаний ИЕК, компания «Росспак» и ЗТИ уже построили первые очереди своих объектов — корпуса, где в данный момент запущено или в скором времени начнется производство. Следующий шаг — строительство складских помещений. Компания «Алютех» (производство рольставен и автоматических гаражных секционных ворот), с которой мы подписали соглашение в рамках Петербургского между-



Большинство производственных предприятий закладывают в проект строительство собственных логистических площадей

народного экономического форума, также намерена пойти по такому пути развития инвестиционного проекта», — рассказал о новых тенденциях на примерах глава АИР.

При этом сегодня склады должны быть многофункциональными — с внутренним комплексом услуг, а не просто с помещениями в виде пустых коробок, убежден директор ООО «СЭИК» Владимир Лях на основе собственного опыта. По его словам, на складах компании установлено оборудование для фасовки сы-

пучих продуктов, погрузки зерновых и загрузки лайнер-батов, пропеленовых вкладышей для перевозок сыпучих продуктов универсальным транспортом — контейнерами, фурами и пр. «Это перспективное направление, позволяющее диверсифицировать форматы отгрузки и снизить риски дефицита железнодорожных вагонов в период активной перевозки зерновых», — говорит руководитель складской компании. По его мнению, оборудование для подработки и загрузки складываемой продукции в любой транспортный формат становится неотъемлемой частью современного склада, обеспечивая необходимую адаптацию под интересы клиента.