



поскольку он ориентирован на массового потребителя. Это позволяет быстро утолить голод, сэкономить время и обеспечивает большой выбор кухонь и блюд, перечисляют там. Кроме того, добавляют в Delivery Club, в меню обычных ресторанов тоже есть здоровое питание, которое удовлетворит потребности тех пользователей, которые следят за физической формой. В компании согласны, что потребители стараются сокращать время на бытовые нужды, но приготовление из наборов едва ли может стать для них привычкой.

Рационы будущего

По словам Владимира Фарафонова, основная аудитория сервисов по доставке готовых наборов продуктов и ингредиентов для готовки постоянно растет. Портрет потребителя будет меняться, считает он. Если сейчас среди клиентов преобладают состоятельные люди, то в будущем переходить на подобные сервисы будут и покупатели с меньшим доходом, также желающие экономить свое время, рассуждает топ-менеджер. Общий средний чек может действительно снижаться, соглашается Сергей Ашин. Кроме того, добавляет он, у потребителей появится больше возможностей по детальной настройке заказов.

Сервисы по доставке наборов для готовки становятся все более персонализированными, вторит Михаил Перегудов. Как отмечает Даниэль Гальпер, для клиентов Grow Food уже доступна возможность создания своего меню: покупатели могут самостоятельно добавлять, менять или удалять блюда из линейки питания. Просто вкусно готовить и вовремя доставлять еду уже недостаточно: у клиентов растет список требований к сервисам по доставке готового питания, говорит он.

Но, как указывают в аналитическом агентстве Data Insight, пока ни один из подобных сервисов так и не смог предложить решение, полностью устраивающее аудиторию, и со временем все они начинают терять покупателей. Основная проблема рынка доставки рационов заключается в коротком цикле работы с клиентом, полагает партнер Data Insight Федор Вирин: бизнес-модель предполагает сроки доставки в несколько месяцев или лет, на практике же с клиентом работают только один-два месяца. Лояльность к сервису невысокая, а клиенты переоценивают свою готовность питаться из наборов, заключает аналитик ●

экономить до полутора часов в день, избавляя от походов в магазин, готовки и подсчета калорий. Стоимость рационов «Вкусвилла» — от 1,05–1,45 тыс. руб. в день в зависимости от набора. Михаил Бурмистров добавляет, что готовые рационы питания могут привести к снижению числа импульсных покупок и позволяют лучше прогнозировать и контролировать расходы на питание.

Доставка к плите

«Шефмаркет», «Яндекс.Шеф» и Elementaree устроены иначе. Компании доставляют наборы продуктов, расфасованные для приготовления конкретных блюд, с подробной инструкцией. Линейка из пяти ужинов на двоих от «Яндекс.Шефа» стоит от 2,8 тыс. до 4 тыс. руб. в зависимости от состава блюд. В меню — паста, бургер, рыбные и мясные блюда. Первый заказ из пяти блюд на двоих со скидкой 45% в Elementaree обойдется в 1,8 тыс. руб. последующие — в 3,3 тыс. руб. Есть возможность заказать продукты для приготовления не только основных блюд (ragu, овощи гриль, темпура из трески и пр.), но и супов, салатов, десертов и пр. В «Шефмаркете» наборы из пяти блюд на двух человек представлены по 2,7–3,4 тыс. руб. В меню есть рыбные и мясные блюда, салаты, лапша и пр. У «Яндекс.Шефа»

СЕРВИСЫ ПО ДОСТАВКЕ РАЦИОНОВ ПИТАНИЯ			
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СЕГМЕНТ	КОЛИЧЕСТВО ДОСТАВОК	СТОИМОСТЬ (ТЫС. РУБ.)
GROW FOOD	ДОСТАВКА ГОТОВЫХ РАЦИОНОВ	ШЕСТЬ ДНЕЙ	6,3-9
PERFORMANCE FOOD	ДОСТАВКА ГОТОВЫХ РАЦИОНОВ	ОДИН ДЕНЬ	1,5-2,3
«ВКУСВИЛЛ»	ДОСТАВКА ГОТОВЫХ РАЦИОНОВ	ОДИН ДЕНЬ	1-1,4
GRINDIN	ДОСТАВКА ГОТОВЫХ РАЦИОНОВ	ОДИН ДЕНЬ	1,5-3,4
JUSTFOOD	ДОСТАВКА ГОТОВЫХ РАЦИОНОВ	ПЯТЬ ДНЕЙ	6,7-8,2
«ШЕФМАРКЕТ»	ДОСТАВКА НАБОРОВ ДЛЯ ГОТОВКИ	ПЯТЬ БЛЮД*	2,7-3,4
«ЯНДЕКС.ШЕФ»	ДОСТАВКА НАБОРОВ ДЛЯ ГОТОВКИ	ПЯТЬ БЛЮД*	2,8-4
ELEMENTAREE	ДОСТАВКА НАБОРОВ ДЛЯ ГОТОВКИ	ПЯТЬ БЛЮД*	1,8-3,3

Источник: данные компаний. *На двоих.

и Elementaree есть бесплатная доставка по Москве и Санкт-Петербургу, «Шефмаркет» также работает в Нижнем Новгороде.

По словам CEO и основателя «Шефмаркета» Сергея Ашина, компания в основном ориентируется на людей, у которых есть потребность и желание готовить дома: в России это большая часть традиционных семей со средним доходом. Гендиректор «Яндекс.Шефа» Михаил Перегудов согласен, что около 60% аудитории сервиса — это семьи с детьми и жители больших городов со средним уровнем дохода.

По словам Михаила Бурмистрова, покупатели с определенными кулинарными способностями за счет подобных наборов могут сами готовить блюда, сравнимые по качеству и вкусу с ресторанными. При этом, отмечает

он, расходы на еду будут в 1,5–2 раза меньше, чем при посещении заведений общепита, а питание может быть даже разнообразнее. По словам эксперта, как правило, в ресторанах есть весьма ограниченный перечень блюд, которые заказывают постоянные клиенты. Экономия достигается в том числе потому, что в процессе готовки не остается лишних продуктов, поясняет господин Ашин. Владимир Фарафонов говорит, что во «Вкусвилле» сейчас идут внутренние исследования и споры о том, какое направление может быть более интересным потребителям: доставка полностью готовой к употреблению еды или наборов для дальнейшей готовки.

В сервисе Delivery Club все же считают наиболее перспективным рынок доставки готовых блюд из ресторанов,