

УДК 338.467.4

## ОЦЕНКА БИЗНЕС-МОДЕЛИ СЕРВИСА БЫСТРОЙ ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ

Малюгин А.Н., к.э.н., доцент  
Геманова К.Д., студент гр. ССб-201, III курс  
Вертячих Д.А., студент гр. ССб-201, III курс  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т. Ф. Горбачева  
г. Кемерово

Российский рынок продажи товаров повседневного спроса в сети Интернет в последние годы переживает значительный рост и становится все более популярным, такой рынок принято называть «e-grocery». Одной из основных тенденций на рынке, способствующих его распространению является все более широкое использование мобильных приложений и онлайн-сервисов доставки. Теперь потребители могут легко заказывать любые товары и их доставят прямо к порогу, для этого используя только свои смартфоны.

С помощью данных сайта BusinessStat, который занимается прогнозами рынка, была построена диаграмма на рисунке 1, где отображена динамика оборота рынка доставки еды в России за 2018-2022 гг. [3].

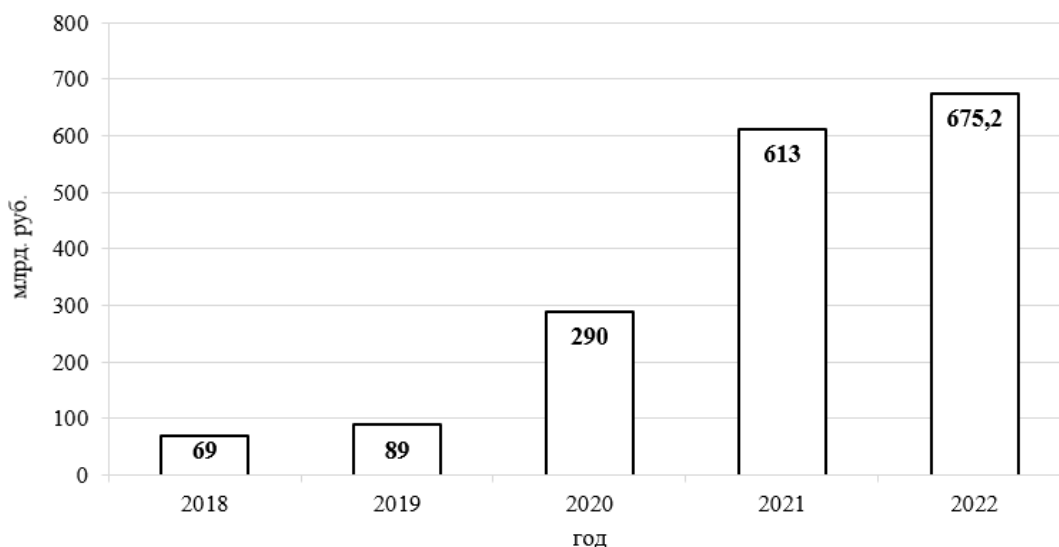


Рисунок 1 – Динамика оборота рынка доставки еды в России за 2018-2022 гг.

На рисунке наглядно видно, что за эти 5 лет рынок вырос, при этом тенденция увеличения происходит ежегодно. Наибольший пик роста пришелся на 2020-2021 гг., что вызвано пандемией COVID-19 – она оказала значительное влияние на данный сегмент рынка и сделала людей еще более зависимыми от покупок в Интернете. Ограничения, введенные для сдерживания

распространения вируса, затруднили людям посещение продуктовых магазинов. В результате многие потребители обратились к онлайн-магазинам продуктов в качестве удобной и безопасной альтернативы для получения товаров повседневного потребления и не только. Это привело к увеличению спроса, а также расширению возможностей доставки – теперь стало возможным пользоваться услугами доставки, не только готовой еды, но и продуктов питания.

Рынок «e-grocery» является высококонкурентным, на нем доминируют несколько крупных и несколько небольших игроков, действующих в определенных регионах или городах.

В российском сегменте e-grocery компании работают по трем основным бизнес-моделям [4]:

- модель дарксторов – это магазин-склад, на который нет доступа покупателям, там лишь собирают заказы для доставки. К ним относят: «Самокат», «Яндекс.Лавка»;

- модель маркетплейсов с собственной доставкой – это сервисы «СберМаркет», Delivery Club, «Яндекс.Еда» – они сами собирают заказы из продуктовых магазинов и доставляют их покупателю;

- офлайн-ритейлеры, развивающие онлайн-направление. Основные представители — «Пятерочка», «Лента» – компании сами организуют доставку из своих розничных магазинов.

В данной статье мы более подробно рассмотрим самого крупного представителя даркстора – «Самокат».

Компания «Самокат» – российская служба доставки еды, основанная в 2018 году в Санкт-Петербурге. За все время работы компания значительно выросла об этом свидетельствуют следующие данные. На момент открытия она работала в четырех городах, а уже сегодня она открыта в 107 городах по всей России. За 2018 год оборот компании составил 27,4 млн. руб., а на конец 2022 года оборот компании стал равен 82,5 млрд. рублей – это говорит о том, что компания стремительно выросла всего за 5 лет, при этом продолжает расти [1].

Служба работает через мобильное приложение, которое позволяет пользователям заказывать продукты, выбирая из широкого ассортимента. Одна из уникальных особенностей данного сервиса – способ доставки. Дарксторы компании, которые расположены в каждом районе города, позволяют покупателям предлагать более быструю доставку за 15 или 30 минут, в отличие от конкурентов, которые привозят заказ только в определенный интервал времени.

Вместо того, чтобы полагаться на сторонних курьеров, «Самокат» располагает собственным парком велосипедов и собственными курьерами, а также имеет автокурьеров – это также обеспечивает быструю скорость доставки. При этом доставка продуктов бесплатная, но заказ можно оформить только от определенной суммы, которая варьируется в зависимости от города и его района.

Также сервис предоставляет персональные скидки – каждому клиенту в зависимости от частоты покупок в приложении, на следующую покупку могут предоставить скидку 20% при покупке от определенной суммы.

Нужно сказать, что раньше компания открывалась только в городах-миллионников, но весной 2021 года компания открыла свои двери в городе Кемерово – это первый город с населением менее 1 млн. людей, где открылся «Самокат». Причиной стало то, что не совсем справедливо открываться в крупном центре Сибири и игнорировать рядом расположенные крупные областные центры [2]. Это был такого рода эксперимент, в результате которого оказалось, что услуга востребована в таких городах и теперь компания планирует охватить еще больше небольших городов России.

В городе Кемерово на момент запуска сервиса насчитывалось 12 складов, но в январе 2021 г. склад на ул. Инициативной был закрыт – это связано с тем, что в среднем в день было около 189 заказов, при этом средний чек 270 руб., что невыгодно для компании. С февраля 2022 г. был открыт склад на пр. В.В. Михайлова, это было сделано для освоения новой территории города.

В начале 2023 г. было открыто два новых склада на ул. 50 лет Октября и ул. Ногинской – этот шаг был предпринят, чтобы уменьшить нагрузку на ул. Мичурина и на ул. Авроры и снизить время доставки в этих зонах с 30 до 15 минут. До открытия этих складов была следующая ситуация (рисунок 2)

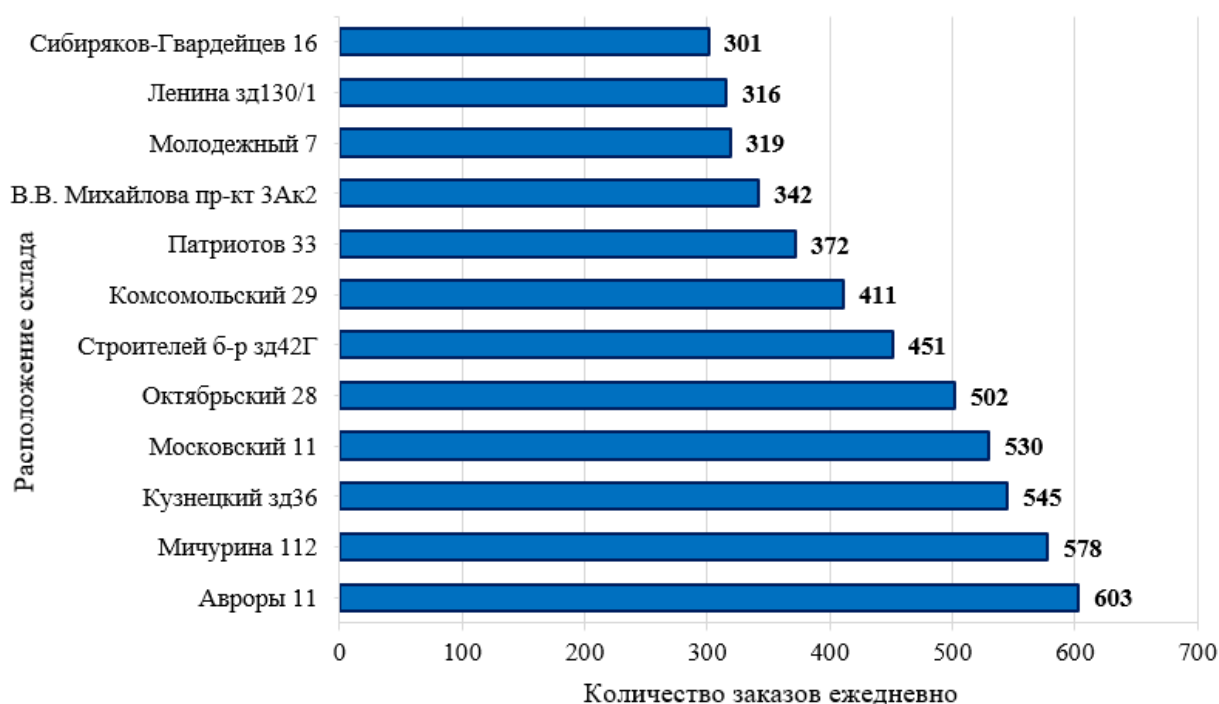


Рисунок 2 – Ежедневное количество заказов на каждом складе «Самокат»

В среднем ежедневно было 5210 заказов с учетом каждого склада, из которых 11,5% приходилось на ул. Аврору и 11% на ул. Мичурина. Открытие новых позволило сократить нагрузку на других двух почти в 2 раза.

Поэтому на данный момент следует считать, что в г. Кемерово открыто 14 складов компании «Самокат» в каждом районе города, кроме Кировского.

Чтобы улучшить свой сервис быстрой доставки еды «Самокат», есть несколько рекомендаций, которые можно реализовать:

1. Полный отказ от автокурьеров – компания могла бы сосредоточиться на снижении негативного воздействия на окружающую среду за счет использования более экологичных методов доставки таких как велосипеды, так как автомобили выделяют парниковые газы, которые способствуют изменению климата.

2. Добавить срок годности каждого товара в карточку продукта в приложении – очень часто покупатели данного сервиса сталкиваются с тем, что им привозят недостаточно свежие товары. Например, покупателю привезли булочку, срок годности которой заканчивается уже на следующий день – это ему не понравилось, потому что он хотел съесть ее утром, а тогда она уже будет просроченной – в итоге покупатель отказался от покупок в данном сервисе. Если в приложении будет указан срок годности товара, то покупатели смогут выбирать те товары, которые подходят им в зависимости от критериев – один из которых может быть свежесть, в результате не возникнет неприятных ситуаций с покупателями. На товары, срок годности которых подходит к концу, можно делать скидки – так можно стимулировать покупать такие товары, без лишних вопросов.

3. Расширение программы лояльности – на данный момент у компании уже существует программа лояльности, за любую совершённую покупку с карты, клиенту начисляются бонусы Спасибо. Но данная система не подходит для людей, которые не пользуются банком «Сбер». Компания может разработать собственную систему лояльности и начислять баллы в приложение на аккаунт клиента, которые можно списать при следующих покупках.

4. Добавить в приложение функцию «отзыв о товаре» для покупателей – это поможет клиенту определиться с выбором товара и оценить качество предлагаемых продуктов на основе отзывов от других покупателей. Особенно хорошо данное изменение отразится на товарах собственного производства «Самокат».

5. Обеспечить доступность своих услуг для всех: заказ можно оформить только через приложение «Самокат», установленном на телефоне – это может стать препятствием для клиентов, которые могут не иметь доступа к этим технологиям или не чувствовать себя комфортно при их использовании. Решением в данной ситуации выступает принятие заказов по телефону.

Рынок доставки продуктов растет и сервис быстрой доставки «Самокат» не является исключением – этому способствовало развитие технологий и пандемия коронавируса. Следует отметить, что после завершения пандемии спрос на услуги данной компании не упал, а наоборот продолжил расти, так как людям вошло в привычку заказывать продукты на дом, что значительно упростило их жизнь. Сейчас «Самокат» – один из самых популярных сервисов доставки еды во многих городах России, который отличается от своих

конкурентов бесплатной и быстрой доставкой, широким выбором продуктов и скидками на них.

#### **Список литературы:**

1. Retail.ru. «Самокат»: в 2022 году оборот сервиса достиг 82, 5 миллиардов рублей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/samokat-v-2022-godu-oborot-servisa-dostig-82-5-milliardov-rublej-22-fevralya-2023-226065/> (дата обращения: 15.03.2023).
2. АиФ Кузбасс. До чего дошёл прогресс. В магазин больше ходить не надо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://kuzbass.aif.ru/hitech/do\\_chego\\_doshyol\\_progress\\_v\\_magazin\\_bolshe\\_hodit\\_ne\\_nado](https://kuzbass.aif.ru/hitech/do_chego_doshyol_progress_v_magazin_bolshe_hodit_ne_nado) (дата обращения: 16.03.2023).
3. РБК магазин исследований. Объем рынка доставки еды в России за 2019-2021 гг вырос почти в семь раз и достиг 613 млрд руб. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/13702/?ysclid=1fc31nulbo868759247> (дата обращения: 16.03.2023).
4. Секрет фирмы. Что такое e-grocery. Объясняем простыми словами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://secretmag.ru/enciklopediya/chto-takoe-e-grocery-obyasnyаем-prostymi-slovami.htm> (дата обращения: 13.03.2023).