

# CJM Food. Доставка из кафе и ресторанов

Октябрь 2025

 **DataInsight**



# Партнер исследования





## Мастер Деливери – AI-платформа для доставки заказов на последней миле для ресторанов / супермаркетов / электронной коммерции **в 260 городах**



**быстрый поиск** оптимального логиста и курьера для срочной доставки заказов от 15 мин



**100% прозрачность и надежность** – исчерпывающие операционные данные, фиксированный тариф без плавающих коэффициентов и сурджа



передовые **AI / ML**  
**алгоритмы** маршрутизации



**5 лет на рынке.** Экспертный опыт доставки заказов из ресторанов, супермаркетов и заказов электронной коммерции



операционные команды  
и команды курьеров  
**по всей стране – 260 городов**



[masterdelivery.ru](https://masterdelivery.ru)



[partners@masterdelivery.ru](mailto:partners@masterdelivery.ru)



# Оглавление

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Методология .....                                                                          | 7  |
| CJM доставки блюд из кафе и ресторанов .....                                               | 9  |
| Портрет покупателей .....                                                                  | 14 |
| Частота онлайн-заказа блюд в ресторанах и кафе .....                                       | 19 |
| Заказ блюд в ресторанах и кафе через агрегаторы .....                                      | 24 |
| Использование сайтов и приложений для заказа блюд из кафе и ресторанов за 12 месяцев ..... | 28 |
| Категории онлайн-покупок за 30 дней .....                                                  | 34 |

# Список таблиц и рисунков

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Рис. 1.</b> Карта CJM доставки блюд .....                                            | 9  |
| <b>Рис. 2.1.</b> Любители комфорта и скорости – возраст .....                           | 15 |
| <b>Рис. 2.2.</b> Любители комфорта и скорости – пол .....                               | 15 |
| <b>Рис. 2.3.</b> Любители комфорта и скорости – регион .....                            | 15 |
| <b>Рис. 2.4.</b> Любители комфорта и скорости – размер населенного пункта .....         | 15 |
| <b>Рис. 3.1.</b> Лояльные клиенты сети – возраст .....                                  | 16 |
| <b>Рис. 3.2.</b> Лояльные клиенты сети – пол .....                                      | 16 |
| <b>Рис. 3.3.</b> Лояльные клиенты сети – регион .....                                   | 16 |
| <b>Рис. 3.4.</b> Лояльные клиенты сети – размер населенного пункта .....                | 16 |
| <b>Рис. 4.1.</b> Нерегулярные покупатели доставки – возраст .....                       | 17 |
| <b>Рис. 4.2.</b> Нерегулярные покупатели доставки – пол .....                           | 17 |
| <b>Рис. 4.3.</b> Нерегулярные покупатели доставки – регион .....                        | 17 |
| <b>Рис. 4.4.</b> Нерегулярные покупатели доставки – размер населенного пункта .....     | 17 |
| <b>Рис. 5.1.</b> Ценители уникального – возраст .....                                   | 18 |
| <b>Рис. 5.2.</b> Ценители уникального – пол .....                                       | 18 |
| <b>Рис. 5.3.</b> Ценители уникального – регион .....                                    | 18 |
| <b>Рис. 5.4.</b> Ценители уникального – размер населенного пункта .....                 | 18 |
| <b>Рис. 6.1.</b> Частота онлайн-заказа, 30 дней (любители комфорта и скорости) .....    | 20 |
| <b>Рис. 6.2.</b> Давность последнего онлайн-заказа (любители комфорта и скорости) ..... | 20 |
| <b>Рис. 7.1.</b> Частота онлайн-заказа, 30 дней (лояльные клиенты сети) .....           | 21 |
| <b>Рис. 7.2.</b> Давность последнего онлайн-заказа (лояльные клиенты сети) .....        | 21 |



# Список таблиц и рисунков

**Рис. 8.1.** Частота онлайн-заказа, 30 дней (нерегулярные покупатели доставки) ..... 22

**Рис. 8.2.** Давность последнего онлайн-заказа (нерегулярные покупатели доставки) ..... 22

**Рис. 9.1.** Частота онлайн-заказа, 30 дней (ценители уникального) ..... 23

**Рис. 9.2.** Давность последнего онлайн-заказа (ценители уникального) ..... 23

**Рис. 10.** Стратегия принятия решения о покупке блюда (любители комфорта и скорости) ..... 26

**Рис. 11.** Стратегия принятия решения о покупке блюда (ценители уникального) ..... 27

**Рис. 12.** Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (любители комфорта и скорости) ..... 30

**Рис. 13.** Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (лояльные клиенты сети) ..... 31

**Рис. 14.** Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (нерегулярные покупатели доставки) ..... 32

**Рис. 15.** Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (ценители уникального) ..... 33

**Рис. 16.** Категории онлайн-покупок за 30 дней (любители комфорта и скорости) ..... 35

**Рис. 17.** Категории онлайн-покупок за 30 дней (лояльные клиенты сети) ..... 36

**Рис. 18.** Категории онлайн-покупок за 30 дней (нерегулярные покупатели доставки) ..... 37

**Рис. 19.** Категории онлайн-покупок за 30 дней (ценители уникального) ..... 38

**Таблица 1.** Обозначения брендов ..... 25

**Таблица 2.** Агрегатор последнего заказа (любители комфорта и скорости) ..... 26

**Таблица 3.** Агрегатор последнего заказа (ценители уникального) ..... 27



# Методология

**Метод исследования:** онлайн-опрос

**Способ сбора респондентов:**

онлайн-панель по случайной квотной выборке

**Размер выборки:** 1263 человек

**Параметры выборки:**

- Заказывали еду из ресторанов и кафе за последние 30 дней
- Возраст: 18–64 года
- География: РФ
- Распределение по полу и возрасту соответствует распределению жителей РФ

**Трактовка терминов:**

**CJM (Customer Journey Map)** — это карта пути клиента, визуализация взаимодействия потребителя с продуктом, услугой или брендом от момента возникновения потребности до конечного результата и возможного повторения цикла покупок.

Карта помогает бизнесу увидеть процесс глазами клиентов, выявить точки роста, узкие места и барьеры, оптимизировать взаимодействие с клиентами и повысить уровень удовлетворенности и лояльности.

**Метод классификации – кластерный анализ:**

метод сегментации рынка, позволяющий разделить аудиторию на группы (кластеры), внутри каждой из которых клиенты обладают схожими характеристиками или поведением. Для создания CJM использовался программный пакет SPSS. Кластеризация проводилась методом k-means (K-среднего) с вращением модели до наибольшей сходимости наблюдений в центре кластеров. В результате кластерного анализа были получены наиболее распространенные пути клиента, вошедшие в CJM.

СJM доставки блюд  
из кафе и ресторанов

# CJM доставки блюд из кафе и ресторанов

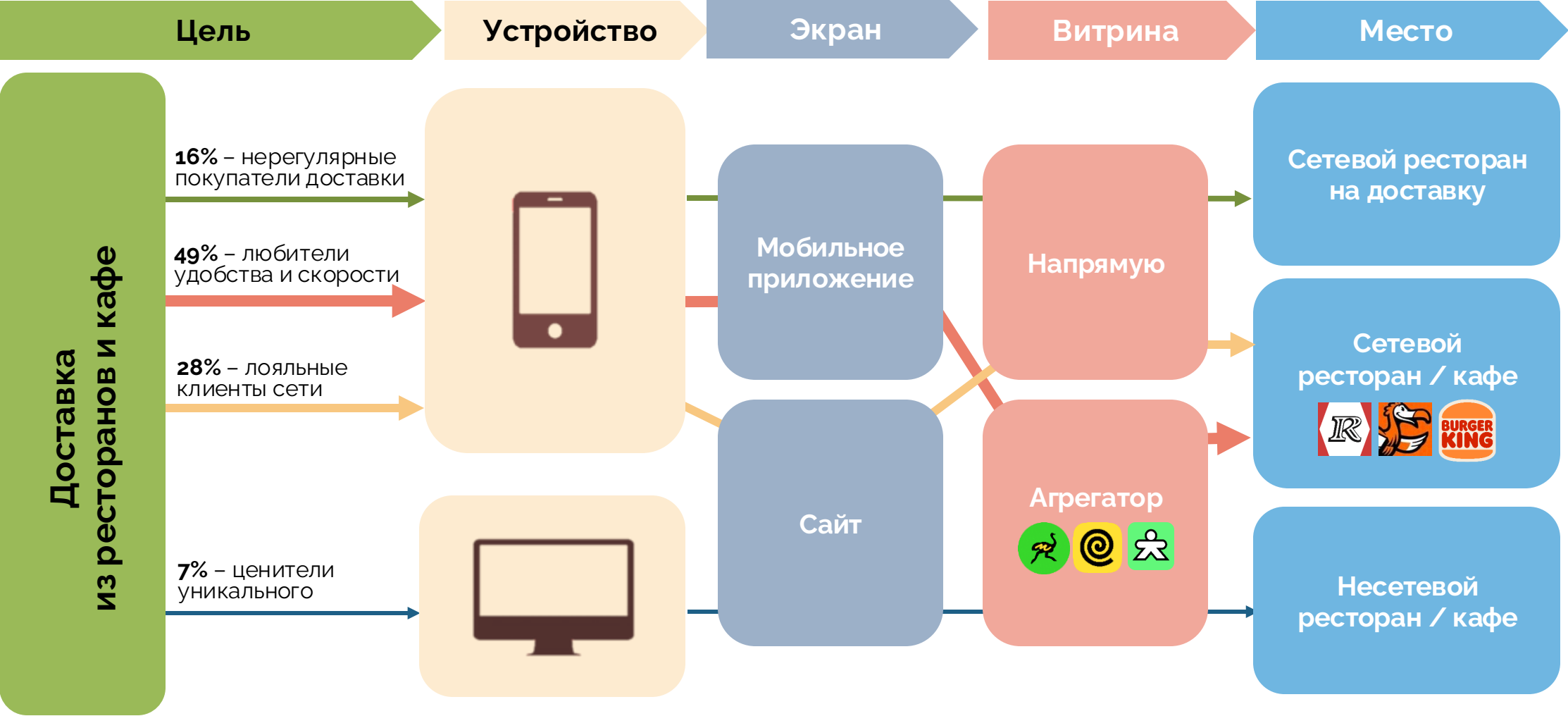


Рис. 1. Карта CJM доставки блюд

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. 2023, Россия, N=1263. Вопрос 1: «Уточните, пожалуйста, как именно вы совершили этот последний по времени заказ в ресторане или кафе [связь и устройство]?». Вопрос 2: «Уточните пожалуйста, этот последний по времени заказ вы совершили напрямую в заведении или через агрегатор (такой как Яндекс Еда, Деливери, Купер или аналогичный сервис доставки)?». Вопрос 3: «Уточните, пожалуйста, какой тип заведения это был?»  
Кластерный анализ методом классификации K-средних. Схождение кластеров достигнуто после 4 итерации наблюдений в модели

# Любители комфорта и скорости



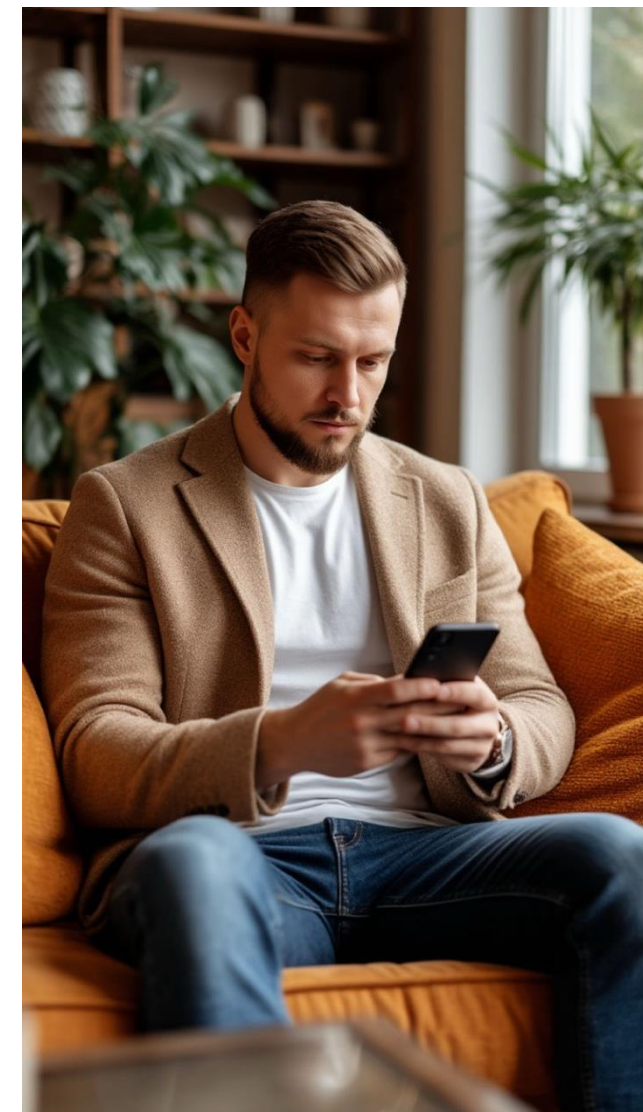
- Большинство в возрасте от 25 до 44 лет (58%)
- Более половины покупателей – женщины (54%)
- В основном проживают в городах-миллионниках (27%) и городах с населением от 100 тыс. до 499 тыс. человек (25%)
- Совершают заказы блюд из кафе и ресторанов чаще остальных: 71% покупателей данного типа сделали его менее недели назад
- При выборе блюда в агрегаторах в равной степени ориентируются на кухню (название блюда), ресторан и рекомендации агрегатора
- Среди агрегаторов отдают предпочтение Яндекс Еде (63%)
- За последний год чаще всего использовали такие сайты и приложения для заказа блюд, как Додо Пицца (59%), Яндекс Еда (57%) и Вкусно – и точка (46%)
- Немного чаще других покупателей ежемесячно приобретают продукты питания через интернет (79%)



# Лояльные клиенты сети



- Чаще используется мужчинами (52%)
- В среднем в возрасте от 35 до 44 лет (32%)
- Чаще других стратегий проживают в Москве (20%)
- Более трети покупателей живет в Центральном регионе РФ (36%)
- Большинство заказывают доставку еды из ресторанов или кафе чаще чем раз в месяц (80%)
- За последний год чаще всего использовали такие сайты и приложения для заказа блюд, как Додо Пицца (57%), Яндекс Еда (54%) и Вкусно – и точка (48%)
- Чаще других стратегий за последний месяц приобретали онлайн лекарства и медицинские товары (66%), а также зоотовары (45%)



# Нерегулярные покупатели доставки



- Практически треть покупателей в возрасте от 25 до 34 лет (31%), еще треть от 35 до 44 лет (32%)
- Чаще используется женщинами (55%)
- Практически половина покупателей проживает в городах с населением до 500 тыс. человек (46%)
- Они реже других совершают онлайн-заказы блюд из кафе и ресторанов: преимущественно не чаще 2–3 раз в месяц (64%)
- Практически половина покупателей совершила свой последний онлайн-заказ блюд неделю назад или более (46%)
- За последний год они меньше других покупателей использовали такие сайты и приложения для заказа блюд, как Яндекс Еда, Вкусно – и точка и Burger King
- В первую очередь онлайн приобретают одежду и обувь (67%)



# Ценители уникального



- Половина старше 45 лет (48%)
- Более половины покупателей – мужчины (52%)
- 1/5 покупателей живет в Южном и Северо-Кавказском регионах
- Половина проживает в средних (100–499 тыс. человек) и крупных (500–999 тыс. человек) городах
- 3/5 покупателей совершают онлайн-заказы готовой еды не чаще 2-3 раз в месяц
- Они обращают внимание в первую очередь на рекомендации внутри агрегаторов перед тем как совершить заказ в нем (41%)
- Яндекс Еда для них является наиболее предпочтительной площадкой для заказа доставки (65%) из несетевых ресторанов и кафе
- Четверть из них совершила свой последний заказ в Деливери (26%)
- Онлайн среди всех категорий товаров за последний месяц чаще всего заказывали продукты питания (74%)



# Портрет покупателей

# Любители комфорта и скорости: портрет

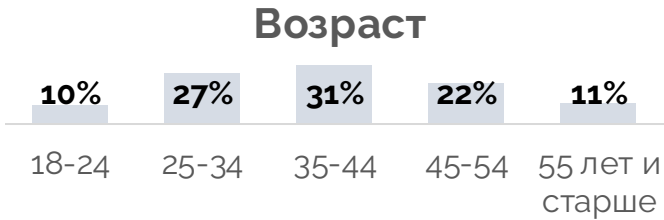
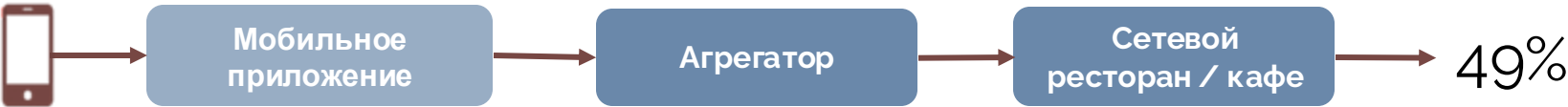


Рис. 2.1. Любители комфорта и скорости – возраст

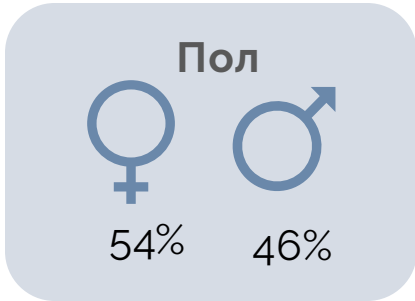


Рис. 2.2. Любители комфорта и скорости – пол



Рис. 2.3. Любители комфорта и скорости – регион

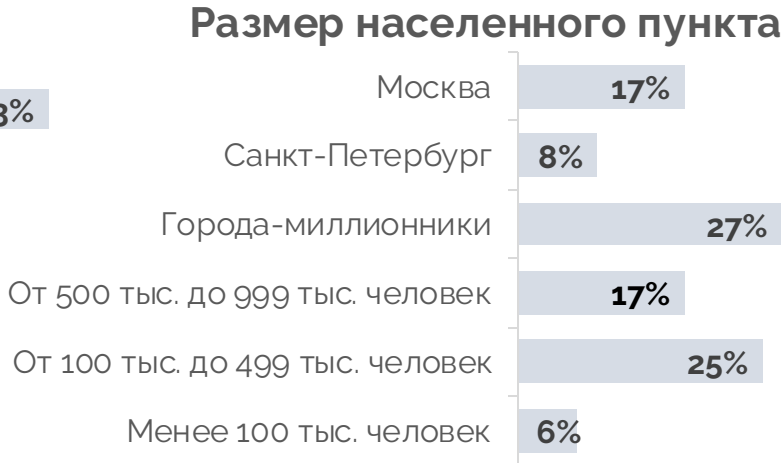


Рис. 2.4. Любители комфорта и скорости – размер населенного пункта



# Лояльные клиенты сети: портрет

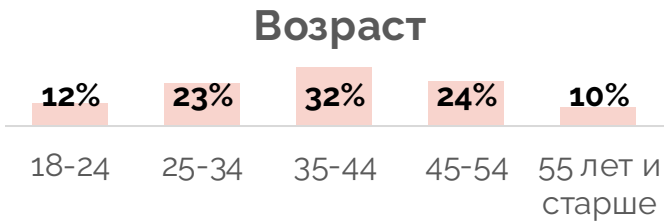


Рис. 3.1. Лояльные клиенты сети – возраст

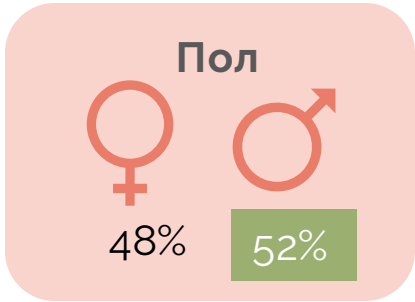


Рис. 3.2. Лояльные клиенты сети – пол

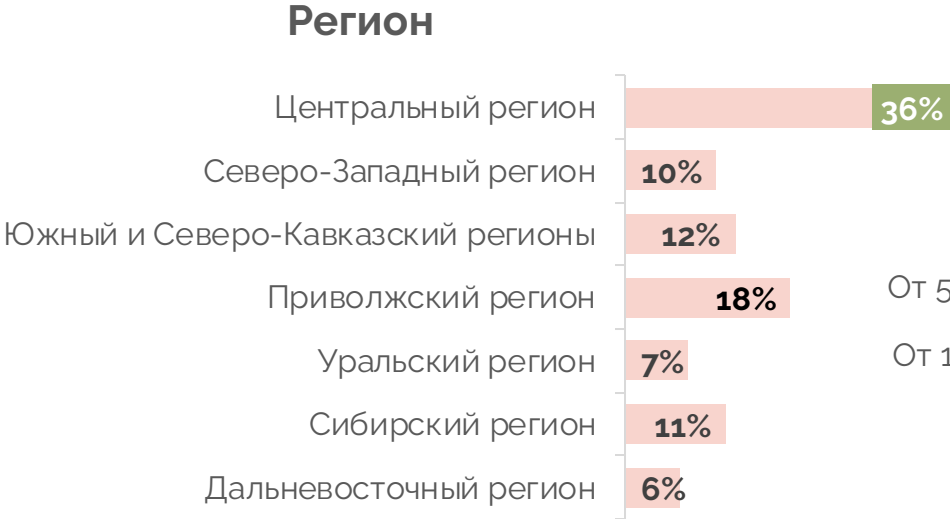


Рис. 3.3. Лояльные клиенты сети – регион

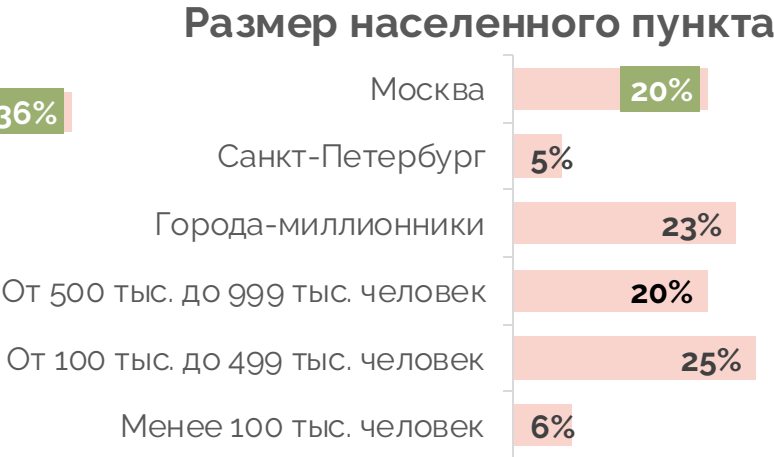


Рис. 3.4. Лояльные клиенты сети – размер населенного пункта



# Нерегулярные покупатели доставки: портрет

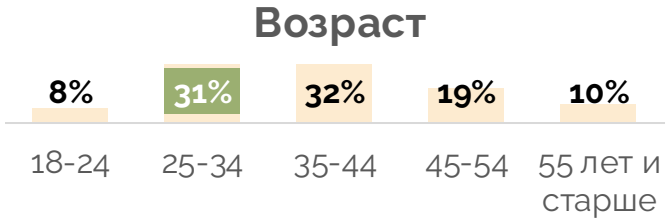


Рис. 4.1. Нерегулярные покупатели доставки – возраст

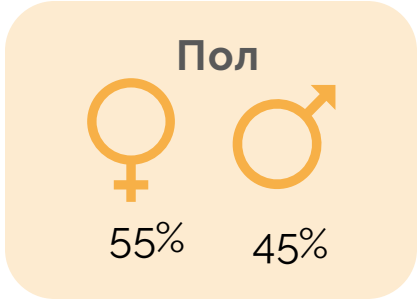


Рис. 4.2. Нерегулярные покупатели доставки – пол



Рис. 4.3. Нерегулярные покупатели доставки – регион

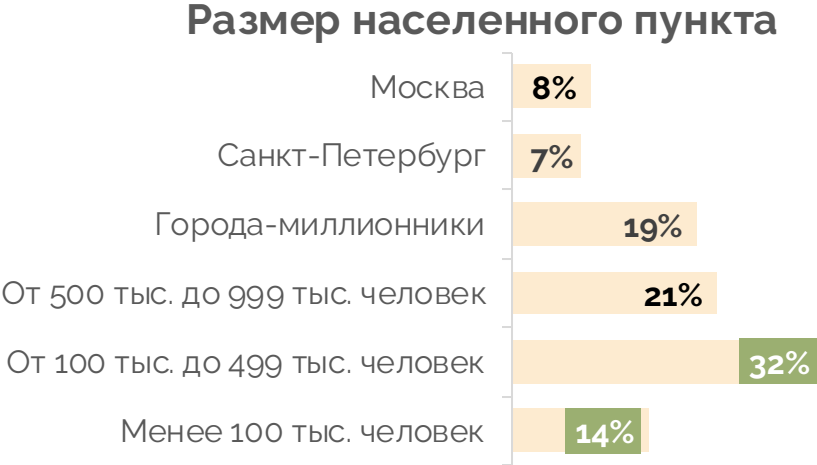


Рис. 4.4. Нерегулярные покупатели доставки – размер населенного пункта



# Ценители уникального: портрет

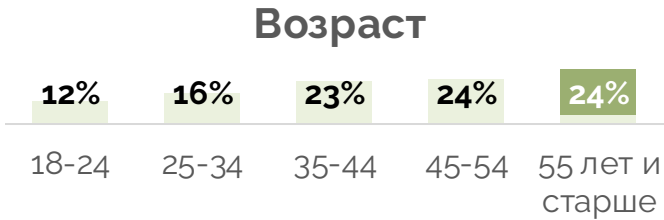


Рис. 5.1. Ценители уникального – возраст

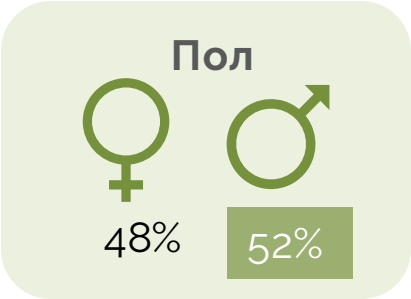


Рис. 5.2. Ценители уникального – пол

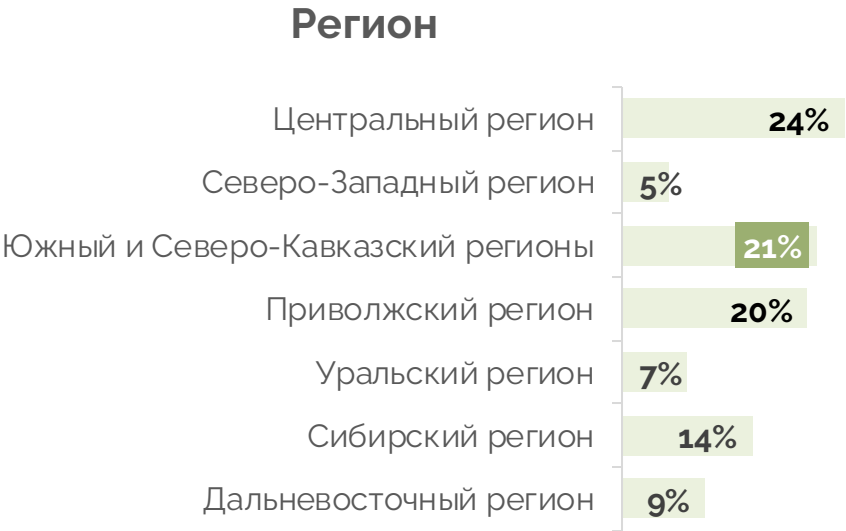


Рис. 5.3. Ценители уникального – регион

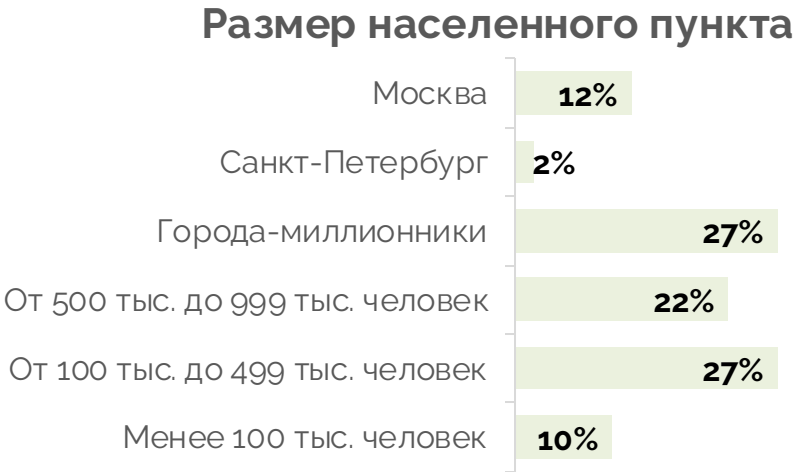


Рис. 5.4. Ценители уникального – размер населенного пункта



Частота онлайн-заказа блюд  
в ресторанах и кафе

# Любители комфорта и скорости

## Частота онлайн-заказа блюд в ресторанах и кафе



### Частота онлайн-заказа, 30 дней

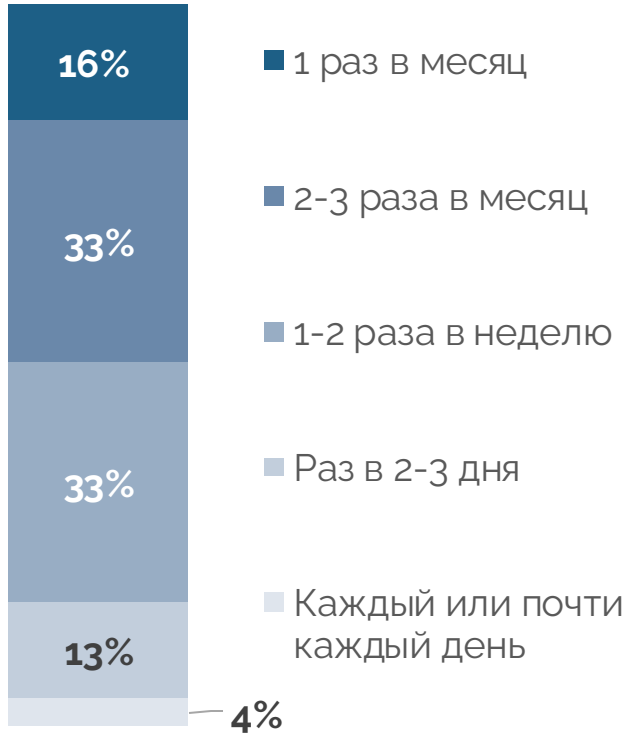


Рис. 6.1. Частота онлайн-заказа, 30 дней (любители комфорта и скорости)

### Давность последнего онлайн-заказа

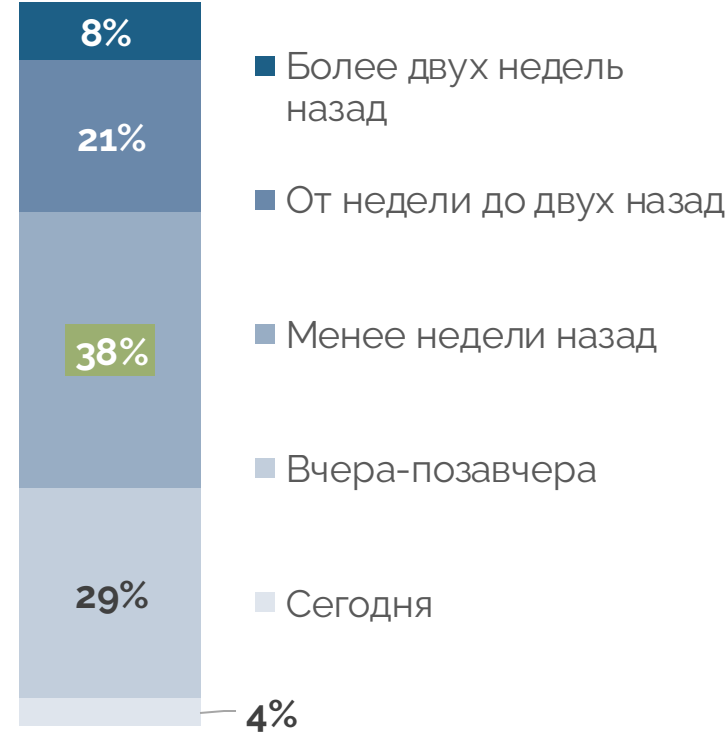


Рис. 6.2. Давность последнего онлайн-заказа (любители комфорта и скорости)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263

Вопрос 1: «Как часто за последние 30 дней вы заказывали готовую еду из ресторана или кафе через интернет или по телефону?»

Вопрос 2: «Как давно вы сделали этот последний по времени заказ в ресторане или кафе?»



# Лояльные клиенты сети

## Частота онлайн-заказа блюд в ресторанах и кафе



### Частота онлайн-заказа, 30 дней

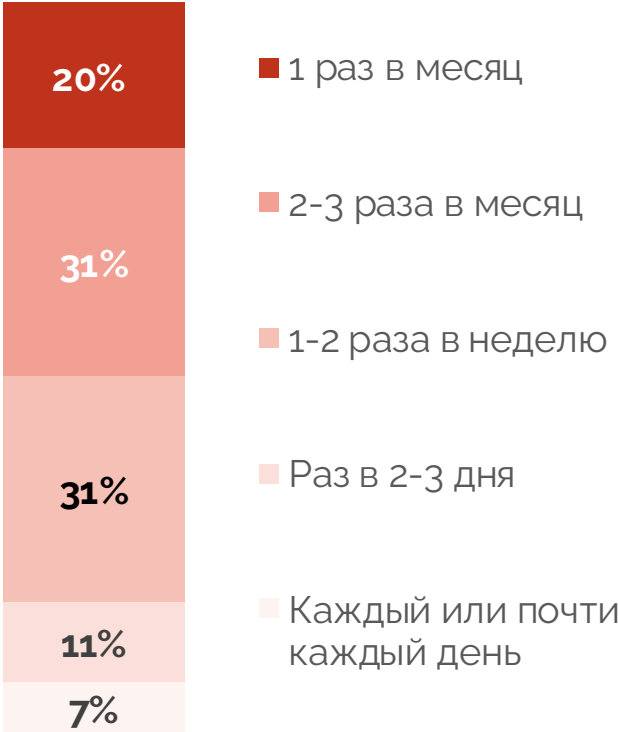


Рис. 7.1. Частота онлайн-заказа, 30 дней (лояльные клиенты сети)

### Давность последнего онлайн-заказа



Рис. 7.2. Давность последнего онлайн-заказа (лояльные клиенты сети)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263  
Вопрос 1: «Как часто за последние 30 дней вы заказывали готовую еду из ресторана или кафе через интернет или по телефону?»  
Вопрос 2: «Как давно вы сделали этот последний по времени заказ в ресторане или кафе?»  
© ООО «Дейта Инсайт» 2025



# Нерегулярные покупатели доставки

## Частота онлайн-заказа блюд в ресторанах и кафе



### Частота онлайн-заказа, 30 дней

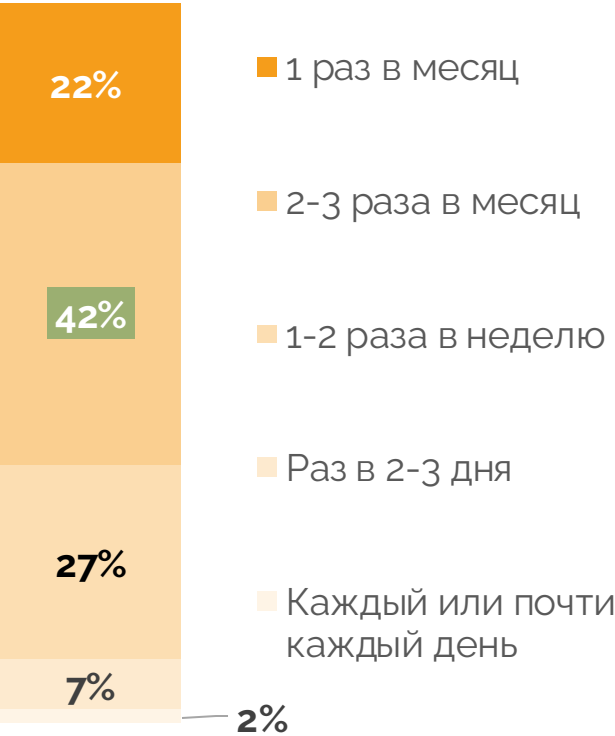


Рис. 8.1. Частота онлайн-заказа, 30 дней (нерегулярные покупатели доставки)

### Давность последнего онлайн-заказа

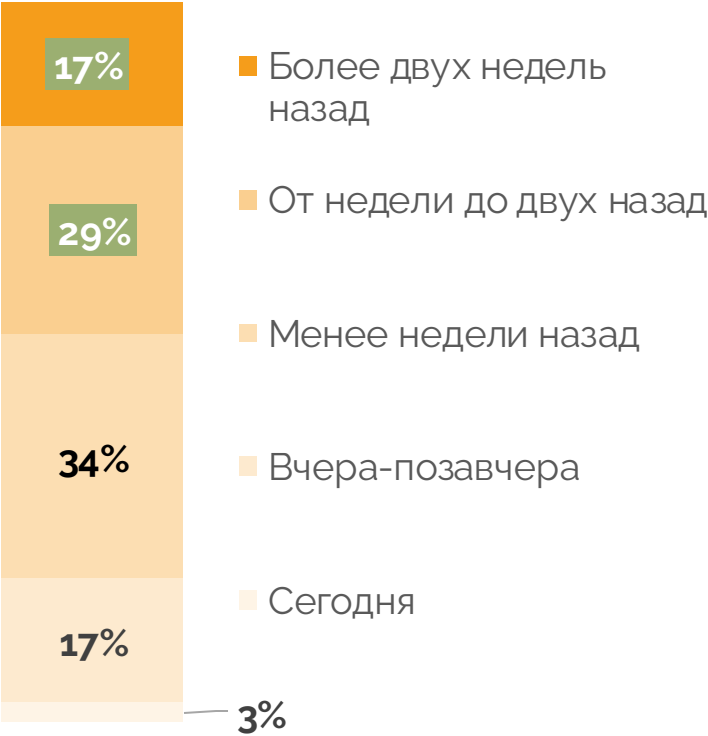


Рис. 8.2. Давность последнего онлайн-заказа (нерегулярные покупатели доставки)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263

Вопрос 1: «Как часто за последние 30 дней вы заказывали готовую еду из ресторана или кафе через интернет или по телефону?»

Вопрос 2: «Как давно вы сделали этот последний по времени заказ в ресторане или кафе?»



# Ценители уникального

## Частота онлайн-заказа блюд в ресторанах и кафе



### Частота онлайн-заказа, 30 дней



Рис. 9.1. Частота онлайн-заказа, 30 дней (ценители уникального)

### Давность последнего онлайн-заказа



Рис. 9.2. Давность последнего онлайн-заказа (ценители уникального)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263  
Вопрос 1: «Как часто за последние 30 дней вы заказывали готовую еду из ресторана или кафе через интернет или по телефону?»  
Вопрос 2: «Как давно вы сделали этот последний по времени заказ в ресторане или кафе?»  
© ООО «Дейта Инсайт» 2025



Заказ блюд в ресторанах и кафе  
через агрегаторы

# Обозначения брендов

| Бренд      | Иконка                                                                               | Бренд            | Иконка                                                                               |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Яндекс Еда |    | Burger King      |   |
| Деливери   |    | Суши Wok         |   |
| Купер      |    | Rostic's         |   |
| Чиббис     |   | Вкусно – и точка |  |
| Додо Пицца |  |                  |                                                                                      |

Таблица 1. Обозначения брендов



# Любители комфорта и скорости

## Заказ блюд в ресторанах и кафе через агрегаторы



### Агрегатор последнего заказа

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| N°1 |  | 63% |
| N°2 |  | 20% |
| N°3 |  | 16% |
| N°4 |  | 2%  |

Таблица 2. Агрегатор последнего заказа (любители комфорта и скорости)

### Стратегия принятия решения о покупке блюда

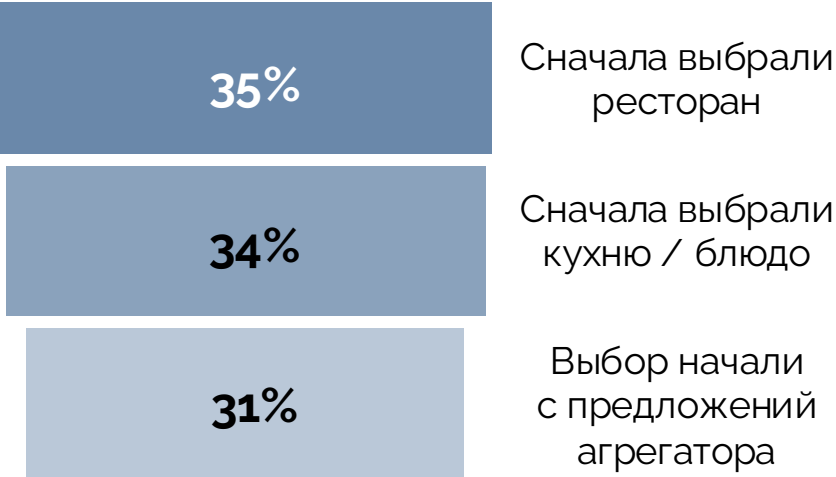


Рис. 10. Стратегия принятия решения о покупке блюда (любители комфорта и скорости)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия

Вопрос 1: «Уточните, пожалуйста, через какой именно агрегатор вы совершили этот последний по времени заказ?», N=552

Вопрос 2: «Вы сказали, что ваш последний по времени заказ вы сделали через агрегатор. Уточните, пожалуйста, как вы сделали выбор», N=563



# Ценители уникального

## Заказ блюд в ресторанах и кафе через агрегаторы



### Агрегатор последнего заказа

|    |  |     |
|----|--|-----|
| №1 |  | 55% |
| №2 |  | 26% |
| №3 |  | 17% |
| №4 |  | 2%  |

Таблица 3. Агрегатор последнего заказа (ценители уникального)

### Стратегия принятия решения о покупке блюда



Рис. 11. Стратегия принятия решения о покупке блюда (ценители уникального)



Использование сайтов  
и приложений для заказа блюд  
из кафе и ресторанов за 12 месяцев

# Мастер Деливери доставляет заказы крупнейших федеральных сетей **Food Delivery, eGrocery, eCom**

  
прямиком  
от Master Delivery



## 5 мин

поиск курьера для 90% заказов



## 260 городов

с общим охватом 80 млн. человек



## Отчетность

исчерпывающий набор точных  
операционных статусов и метрик

Интегрируемся за 2 недели и доставим  
ваши заказы  [partners@masterdelivery.ru](mailto:partners@masterdelivery.ru)



# Любители комфорта и скорости



## Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев

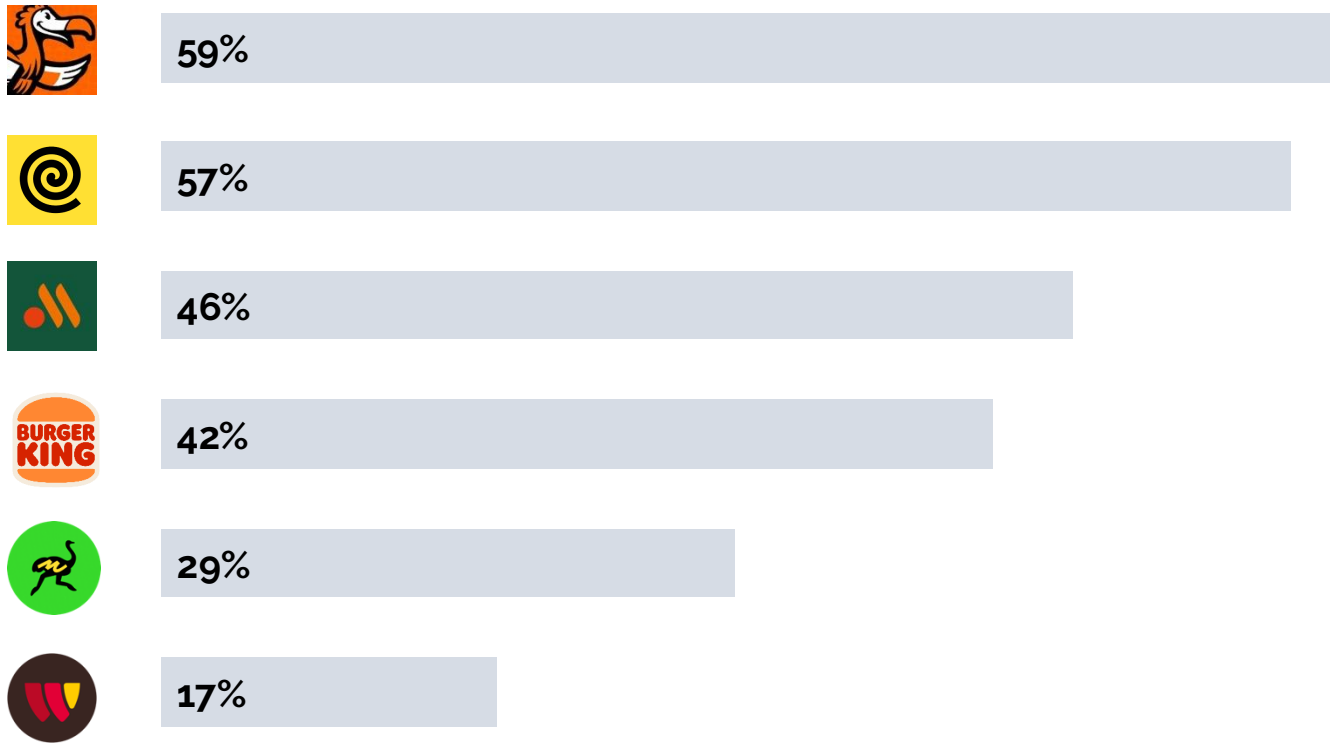


Рис. 12. Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (любители комфорта и скорости)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Июль 2024, Россия, N=1263  
Вопрос: «Через сайты и приложения каких сервисов доставки вы делали заказ хотя бы раз за последний год?»



# Лояльные клиенты сети



## Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев

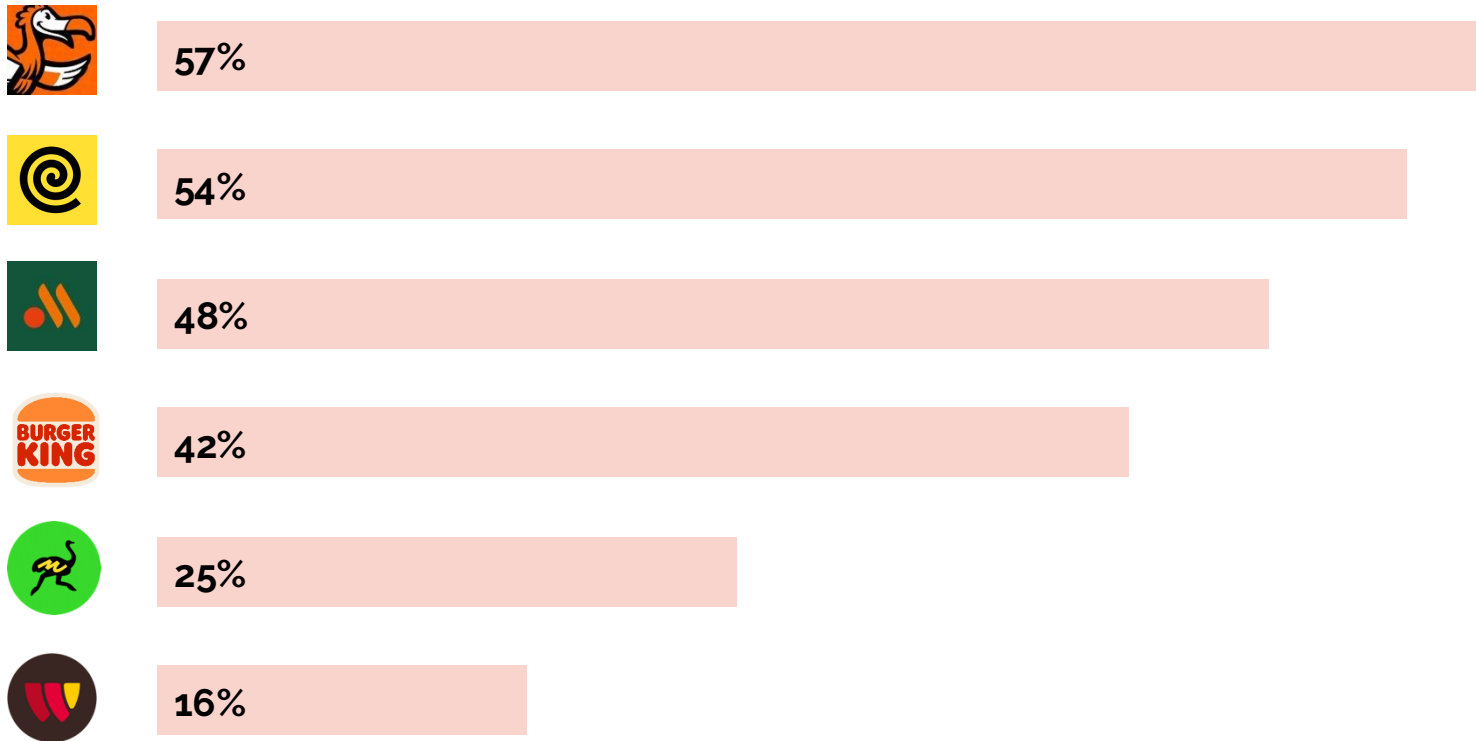


Рис. 13. Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (лояльные клиенты сети)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Июль 2024, Россия, N=1263  
Вопрос: «Через сайты и приложения каких сервисов доставки вы делали заказ хотя бы раз за последний год?»



# Нерегулярные покупатели доставки



## Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев

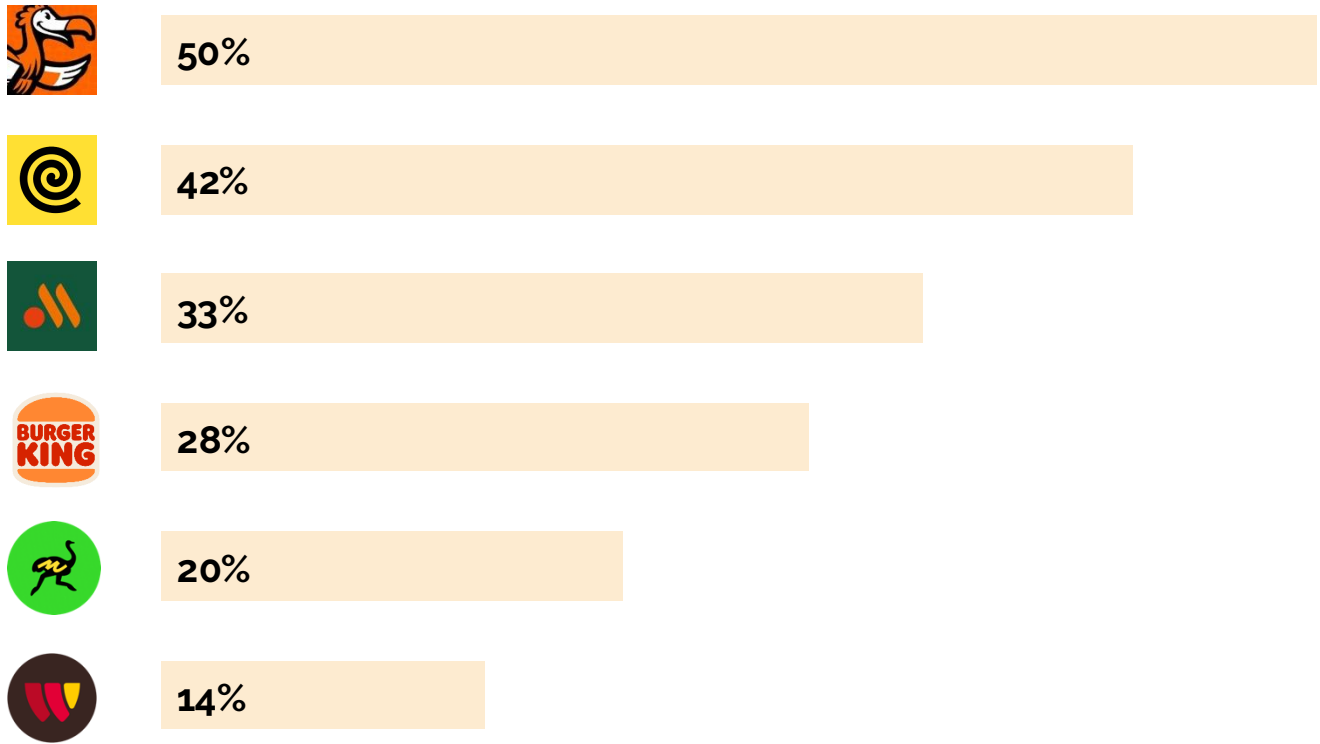


Рис. 14. Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (нерегулярные покупатели доставки)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Июль 2024, Россия, N=1263  
Вопрос: «Через сайты и приложения каких сервисов доставки вы делали заказ хотя бы раз за последний год?»



# Ценители уникального



## Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев

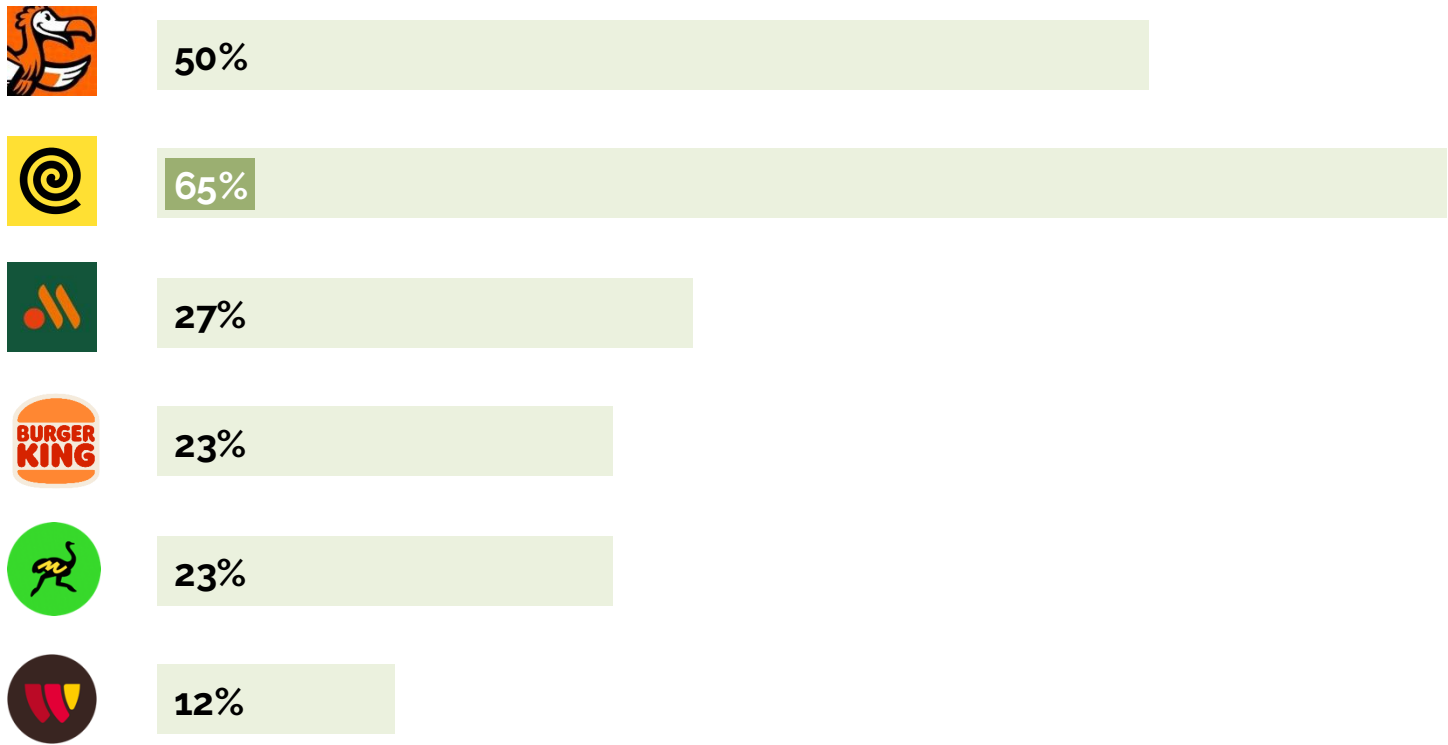


Рис. 15. Используемые сайты и приложения для заказа блюд, 12 месяцев (ценители уникального)

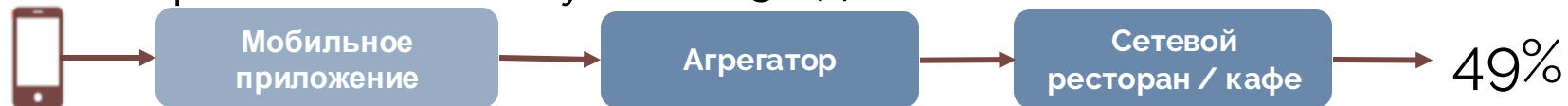
Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Июль 2024, Россия, N=1263  
Вопрос: «Через сайты и приложения каких сервисов доставки вы делали заказ хотя бы раз за последний год?»



Категории онлайн-покупок  
за 30 дней

# Любители комфорта и скорости

## Категории онлайн-покупок за 30 дней



**79%** Продукты питания

**71%** Одежда и обувь (для взрослых)

**61%** Лекарства, медицинские товары

**58%** Косметика и парфюмерия

**56%** Готовая еда из магазинов

**50%** Электроника и бытовая техника

**42%** Детские товары, включая одежду и обувь

**40%** Зоотовары

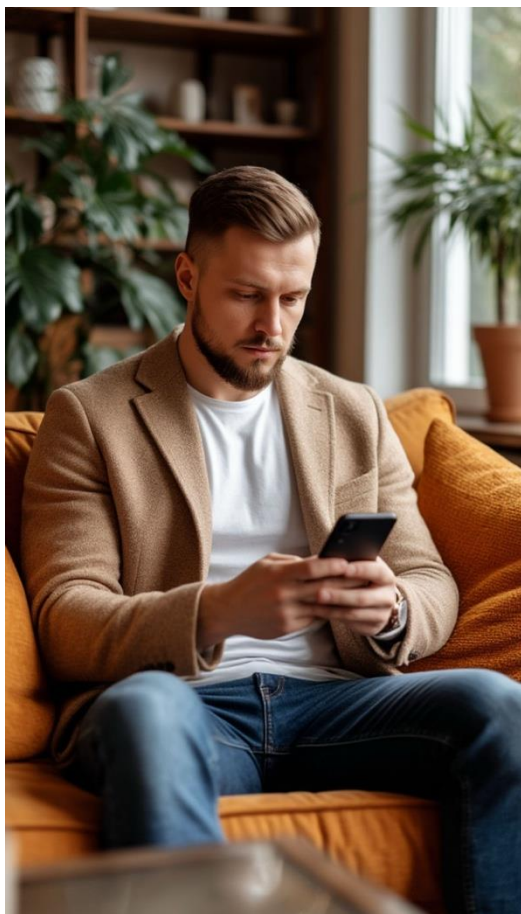
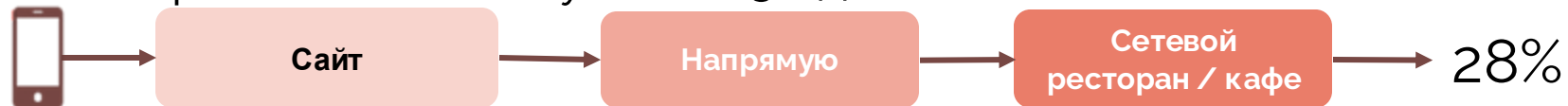
Рис. 16. Категории онлайн-покупок за 30 дней (любители комфорта и скорости)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263

Вопрос: «Что из перечисленного вы покупали через интернет или заказывали по телефону хотя бы раз за последние 30 дней?»

# Лояльные клиенты сети

## Категории онлайн-покупок за 30 дней



**76%** Продукты питания

**71%** Одежда и обувь (для взрослых)

**66%** Лекарства, медицинские товары

**59%** Косметика и парфюмерия

**55%** Готовая еда из магазинов

**49%** Электроника и бытовая техника

**45%** Зоотовары

**40%** Детские товары, включая одежду и обувь

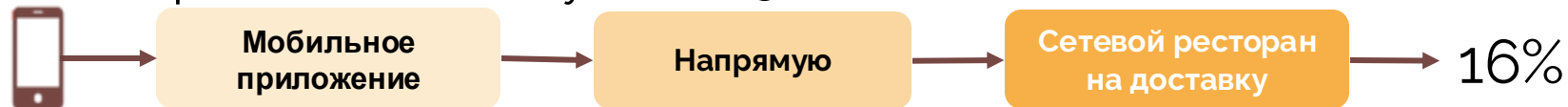
Рис. 17. Категории онлайн-покупок за 30 дней (лояльные клиенты сети)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263

Вопрос: «Что из перечисленного вы покупали через интернет или заказывали по телефону хотя бы раз за последние 30 дней?»

# Нерегулярные покупатели доставки

## Категории онлайн-покупок за 30 дней



**67%** Одежда и обувь (для взрослых)

**62%** Продукты питания

**55%** Лекарства, медицинские товары

**48%** Электроника и бытовая техника

**47%** Косметика и парфюмерия

**47%** Готовая еда из магазинов

**42%** Детские товары, включая одежду и обувь

**31%** Зоотовары

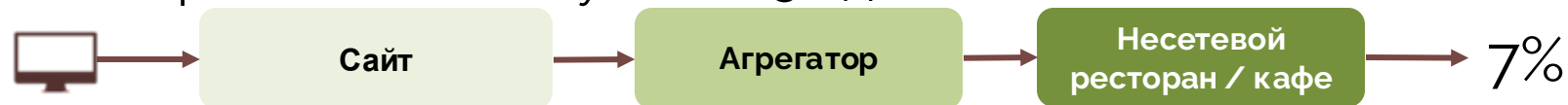
Рис. 18. Категории онлайн-покупок за 30 дней (нерегулярные покупатели доставки)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263

Вопрос: «Что из перечисленного вы покупали через интернет или заказывали по телефону хотя бы раз за последние 30 дней?»

# Ценители уникального

## Категории онлайн-покупок за 30 дней



**74%** Продукты питания

**64%** Одежда и обувь (для взрослых)

**57%** Лекарства, медицинские товары

**50%** Электроника и бытовая техника

**50%** Косметика и парфюмерия

**40%** Готовая еда из магазинов

**36%** Детские товары, включая одежду и обувь

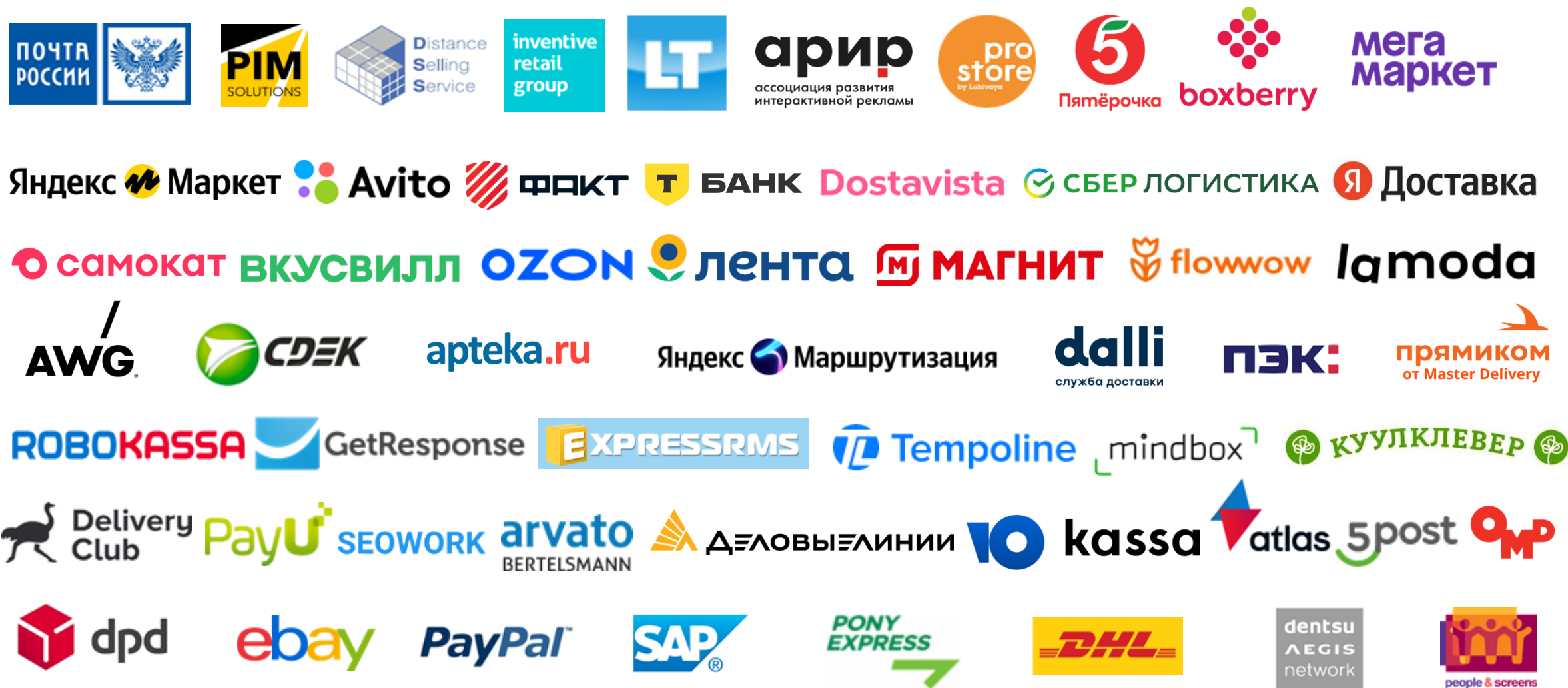
**35%** Зоотовары

Рис. 19. Категории онлайн-покупок за 30 дней (ценители уникального)

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Апрель 2024, Россия, N=1263

Вопрос: «Что из перечисленного вы покупали через интернет или заказывали по телефону хотя бы раз за последние 30 дней?»

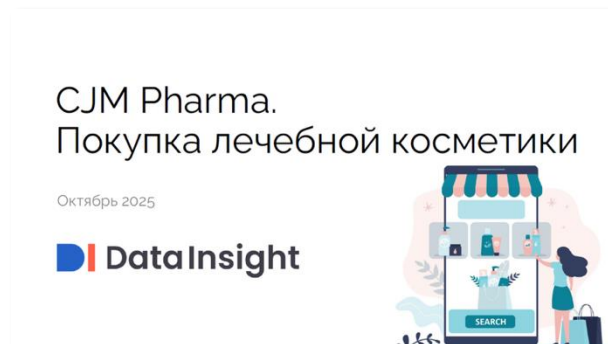
# Партнеры Data Insight



# Исследования Data Insight



еGrocery бюллетень  
сентябрь 2025



CJM Pharma. Покупка лечебной  
косметики



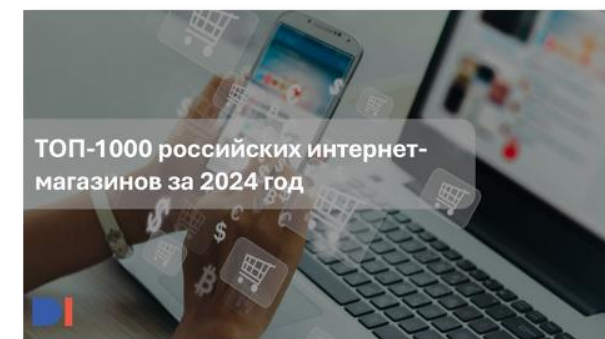
еPharma-бюллетень: интернет-  
аптеки в России, август 2025



Прогноз развития ePharma 2025-  
2027 гг. Объем, тренды, каналы  
продаж, регионы



Датабанки 2025



ТОП-1000 российских интернет-  
магазинов 2024

# Data Insight

Первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

## Новости Data Insight

---

Исследования по почте от  
Data Insight



## Telegram Data Insight

---

Исследования, события, новости  
рынка от Data Insight



## Контакты

---

[datainsight.ru](https://datainsight.ru)

[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)

+7 (495) 540 59 06

# Выходные данные исследования

**Название исследования** CJM Food. Доставка из кафе и ресторанов

**Автор** Data Insight

**Дата выхода** Октябрь 2025

**Формат отчета** Презентация в формате pdf

**Объем отчета** 42 страницы

**Рекламодатели** ООО «МАСТЕР ДЕЛИВЕРИ»