

Сравнение сервисов быстрой доставки продуктов

Июнь 2022

 Data Insight

Оглавление

<u>Цели исследования</u>	3		
<u>Постановка задачи</u>	4		
<u>Параметры оценки</u>	5		
<u>Методика</u>	6		
<u>Основные выводы</u>	9		
1. <u>Рынок доставки продуктов в России</u>	13		
2. <u>Экспресс-доставка, особенности формата</u>	21		
3. <u>Покупательское поведение</u>	25		
		4. <u>Параметры сравнения сервисов</u>	
		экспресс-доставки продуктов	32
		5. <u>Сводный рейтинг сервисов</u>	
		экспресс-доставки продуктов	40

Цели исследования

1. Определить параметры доставки продуктов, существенные для пользователя при экспресс-доставке продуктов
2. Сравнить сервисы доставки и магазины с собственной курьерской службой по выделенным параметрам. Участники исследования: Delivery Club, ВкусВилл (экспресс-доставка), Лента, Самокат, Сбермаркет, Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка
3. Выявить преимущества и зоны развития для каждого из перечисленных участников исследования
4. Сравнить между собой собственные службы доставки ритейлеров и дарксторов и специализированные сервисы доставки продуктов из офлайн-магазина и выявить преимущества каждого формата

Были выбраны магазины и сервисы с заявленным временем доставки по Москве не более 45 минут

Постановка задачи

Заказывая продукты через интернет, покупатель выбирает магазин, ориентируясь на важные для него параметры: предлагаемый ассортимент и время, за которое магазин обещает доставить заказ. После выполнения заказа можно оценить результат – доставлен ли заказ в обещанное время и нет ли к нему претензий по качеству доставленных продуктов.

Исходя из этого мы выделили три основных параметра оценки сервисов доставки:

- Скорость и соответствие срокам (интегральный параметр, включающий в себя заявленное время ожидания, реальное время доставки и соответствие прогнозу)
- Доступный ассортимент
- Качество доставленных заказов

Сумма этих параметров характеризует уровень сервиса в целом и напрямую влияют на удовлетворённость покупателя.

Параметры оценки

Доступный ассортимент

Заявленный ассортимент:
среднее количество различных наименований товаров, доступных для онлайн-заказа, которое продавец поддерживает в своих магазинах

Скорость и соответствие срокам

Заявленное время доставки
интервал, в течение которого магазин обещает доставить заказ

Время ожидания заказа
время с момента оплаты до момента получения заказа покупателем

Соответствие прогнозу
точность соблюдения заявленного времени доставки

Качество доставленных заказов

Наличие поврежденных или некачественных товаров в заказе

Отсутствие заказанных товаров:
все ли заказанные товары доставлены

Методика #1

Исследование основано на методике тайного покупателя.

Было сделано в общей сложности **150 заказов**.

Закупки проводились только **по Москве**, в нескольких районах, которые различаются по формату застройки, плотности населения, структуре дорожной сети.

Мы смоделировали **3 ситуации с разным уровнем нагрузки** на сервисы доставки. Чтобы обеспечить наиболее похожие условия для всех тестовых закупок, мы ограничили временной интервал, в который заказ должен быть оплачен:

- Понедельник, утро (время оплаты 9:00-10:00)
- Пятница, середина дня (время оплаты 14:00-15:00)
- Суббота, вечер (время оплаты 20:00-20:00)

Методика #2

В каждом из магазинов (**ВкусВилл, Самокат, Яндекс.Лавка, Лента**) было сделано по **15 заказов** (3 различных уровня нагрузки, не менее 5 различных адресов доставки).

Для каждого из сервисов доставки (**Delivery Club, СберМаркет, Яндекс.Еда**) мы усреднили оценки по доставке из нескольких магазинов различных ритейл сетей (минимум две сети для каждого сервиса доставки). Таким образом, для каждого из сервисов доставки было сделано по **30 заказов** (3 различных уровня нагрузки, не менее 5 различных адресов доставки, 2 ритейл сети).

В процессе каждого заказа мы отслеживали и оценивали все интересующие нас параметры.

Мы усреднили полученные по каждому магазину данные и получили статистически достоверную оценку.

Методика #3. Использованные данные

- ❑ В исследовании использованы данные исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов? Результаты опроса покупателей» Data Insight 05.2022
Исследование построено на совмещении данных онлайн-опроса, экспертных интервью и данных Data Insight
- ❑ Онлайн-опрос: квотная случайная выборка пользователей интернета по полу и возрасту. Характеристика респондентов: жители Москвы (проживающие в столице не менее трёх последних месяцев) старше 18 лет. Объем опроса: 1000 респондентов, указавших, что они покупали или заказывали продукты питания онлайн в течение 30 дней до опроса
- ❑ В исследовании использованы данные ежемесячного бюллетеня eGrocery Data Insight. Январь 2022
https://datainsight.ru/eGrocery_January_2022

Основные выводы

- ❑ Лидером сводного рейтинга среди сервисов экспресс-доставки стал **ВкусВилл**, которые смог обеспечить оптимальный баланс всех показателей. По результатам измерений их служба доставки получила наивысшие оценки по 2 из 3 параметров (Доступный ассортимент и Качество доставленных товаров), а также наивысший результат в интегральном рейтинге
- ❑ Сервис **Delivery Club** вышел на второе место в рейтинге. Он получил наивысшую оценку за Доступный ассортимент и вышел на третье место по Качеству доставленных заказов. Среднее время движения курьера у **Delivery Club** не уступает **Самокату** – дарксторю с меньшим ассортиментом, что позволило **Delivery Club** выйти на третье место по Фактическому времени ожидания заказа. Благодаря высокому уровню соблюдения заявленного срока доставки, у сервиса лучший показатель по параметру Соответствие прогнозу. Общий интегральный показатель Скорость и соответствие срокам у **Delivery Club** лишь пятый, однако разница с третьим (**ВкусВилл**) и четвертым (**Лента**) результатами небольшая, а отрыв от следующего участника (**Яндекс.Еды**) – значительный

Основные выводы

- ❑ Третье место в рейтинге у **Яндекс.Лавки**. Она стала абсолютным лидером по Времени ожидания заказа, показав в результате замеров лучший результат как по Времени сборки заказа, так и по Времени движения курьера. У **Яндекс.Лавки** минимальное (лучшее) Заявленное время ожидания заказа, однако по Соответствию прогнозу лишь третий результат. Тем не менее по Скорости и соответствию срокам **Яндекс.Лавка** лидирует. По качеству заявленных товаров сервис занимает второе место. Однако недостаточно широкий Заявленный ассортимент не позволил **Яндекс.Лавке** занять более высокую позицию в рейтинге
- ❑ Самый большой доступный ассортимент у следующих сервисов доставки: **Delivery Club, ВкусВилл, Лента, СберМаркет, Яндекс.Еда**. Перечисленные сервисы получили одинаковые оценки по этому параметру
- ❑ Быстрее всех заказы доставляет **Яндекс.Лавка**. Среднее время ожидания заказа покупателем оказалось равно **16** мин. У **Самоката** среднее время доставки на **31%** больше
- ❑ Время ожидания заказа – параметр с самым большим разбегом показателей между игроками. Лидер (**Яндекс.Лавка**) более чем вдвое опередил **5** из **7** участников рейтинга, а последнего участника – в **4** раза

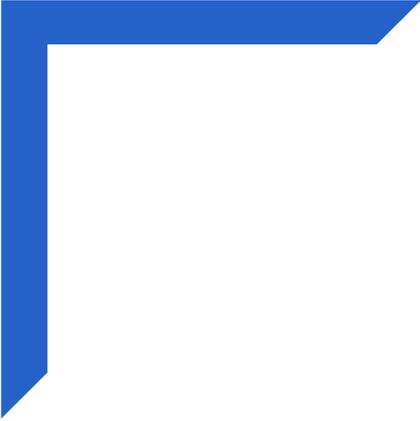
Основные выводы

- ❑ Скорость сборки заказов в дарксторах **Самокат** и **Яндекс.Лавка** в **2** и более раза выше, чем в магазинах с большим Заявленным ассортиментом
- ❑ Лидером по Качеству доставленных заказов стал **ВкусВилл** с показателем **1**. На втором месте **Яндекс.Лавка** и **Самокат** с долей качественных заказов **0,87**, на третьем – **Delivery Club (0,83)**

Рейтинг сервисов доставки продуктов

	Доступный ассортимент	Скорость и соответствие срокам	Качество доставленных заказов	Итоговый рейтинг	
1	ВкусВилл	1	0,62	1,00	0,87
2	Delivery Club	1	0,60	0,83	0,81
3	Яндекс.Лавка	0,6	0,91	0,87	0,79
4	Лента	1	0,61	0,73	0,78
5	Яндекс.Еда	1	0,50	0,73	0,74
6	СберМаркет	1	0,43	0,77	0,73
7	Самокат	0,5	0,67	0,87	0,68

В таблице даны взвешенные оценки по шкале от 0 до 1. 1 соответствует наилучшему результату.
Подробнее о методике оценки параметров в разделе 4. *Параметры сравнения сервисов экспресс-доставки продуктов*



1. Рынок доставки продуктов в России

1.1. Объем рынка доставки продуктов 2021

Количество заказов



237 млн.

+244%
к 2020 году

Объем онлайн-продаж*



329 млрд руб.

+159%
к 2020 году

* включая НДС и стоимость доставки

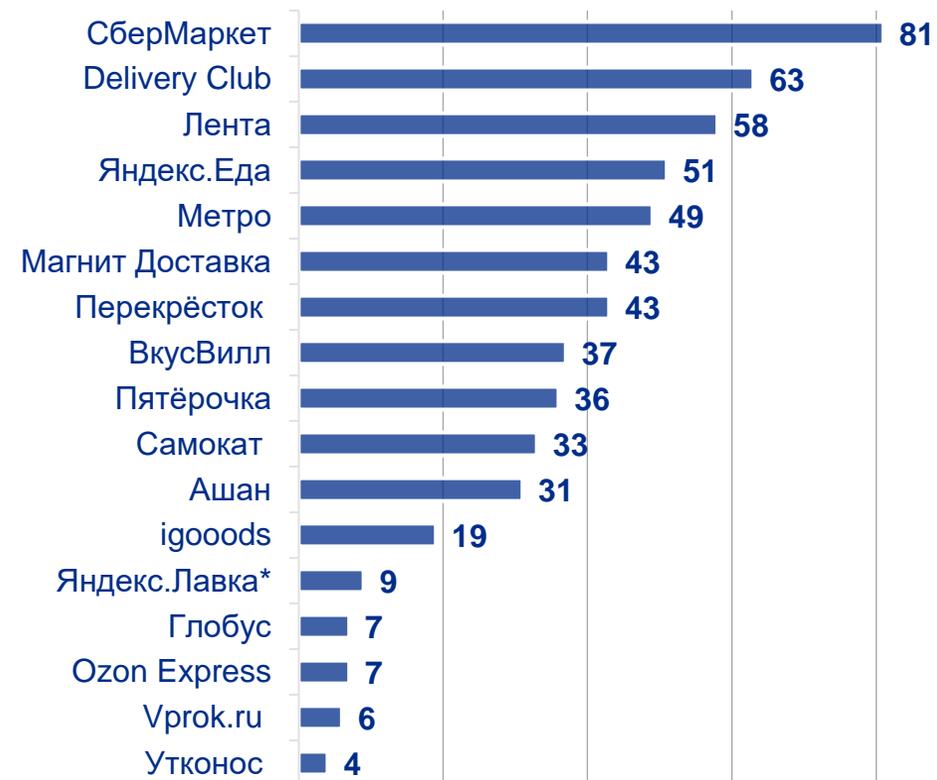
Источник – DI Бюллетень eGrosery за декабрь 2022

1.2. География доставки продуктов #1

Заказ продуктов онлайн доступен во всех российских регионах. В большинстве из них у покупателя есть выбор между несколькими магазинами, которые умеют доставлять продукты на дом.

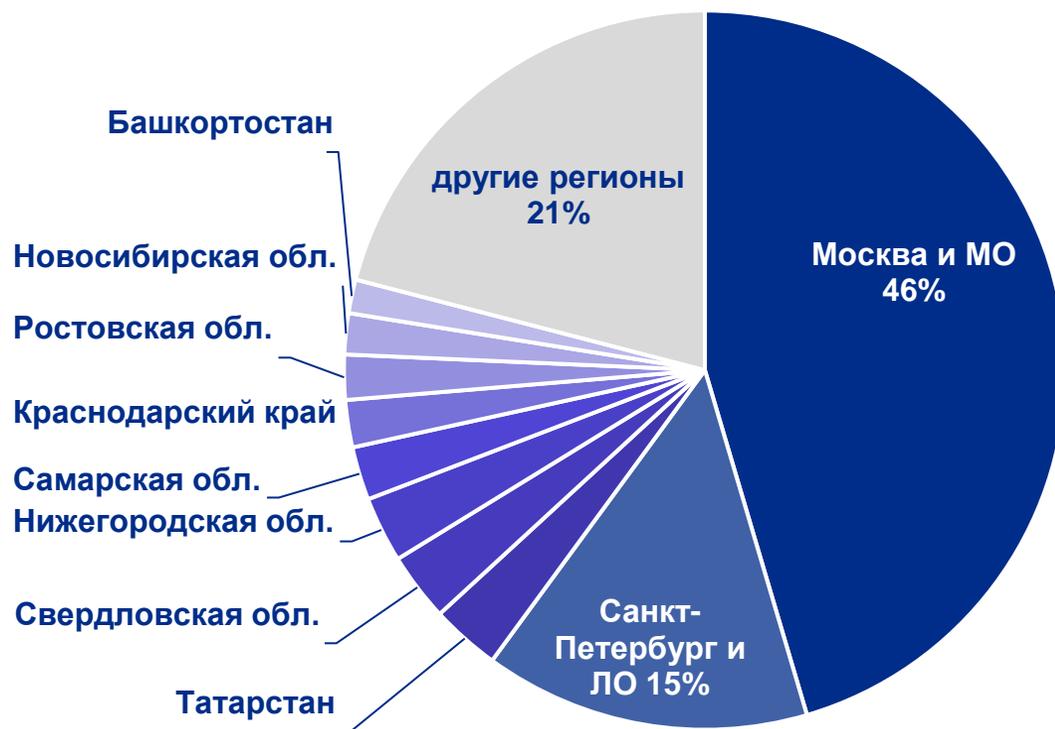
В 20 российских регионах доступен онлайн-заказ продуктов из 10 и более магазинов, входящих в топ12 по количеству заказов (данные на декабрь 2021).

Количество регионов доставки 12.2022



1.3. География доставки продуктов #2

Доля региона в заказах



Интерес к онлайн-доставке продуктов проявляют не только жители Москвы, на которых приходится чуть меньше половины всех онлайн-заказов продуктов, но и жители других регионов.

На долю Петербурга приходится 15% онлайн-заказов продуктов, на долю остальных регионов суммарно – 39% заказов.

* Показаны доли регионов по количеству заказов
Источник – DI Бюллетень eGrosery за декабрь 2022

1.4. Основные игроки



Рынок доставки продуктов очень сильно концентрирован. На пять магазинов –лидеров рынка приходится три четверти (75%) количества заказов. Это Самокат, ВкусВилл, СберМаркет, Яндекс.Лавка, Delivery Club.

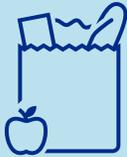
Следующие 7 игроков занимают 20% рынка заказов.

Ещё 4% от общего количества заказов приходится на следующие 12 проектов.

Кроме этих лидеров, есть сотни небольших игроков, суммарно они занимают не более 1% рынка eGrosery по количеству заказов.

* данные из отчета DI – бюллетень eGrosery в России – статистика за февраль 2022

1.5. Покупательские паттерны и форматы доставки продуктов

	Закупка впрок 	Закупка на сегодня 	Экспресс-заказ 
Паттерн покупателя	<p>Покупатели заказывают много продуктов раз в сравнительно большой период времени, несколько дней или неделя. Высокий средний чек (более 4000 рублей). Заказ планируется заранее. Особой необходимости в срочной доставке нет.</p>	<p>Покупатели заказывают несколько товаров, которые закончились или нужны сегодня в течение дня. Такие заказы нерегулярны и заранее не планируются. Средний чек примерно 2000 рублей. Желательна быстрая доставка.</p>	<p>Покупатели заказывают один или два-три продукта, которые им нужны прямо сейчас. Такие заказы непредсказуемы, средний чек невысокий (примерно 1000 рублей или меньше). Очень важна максимальная скорость доставки.</p>
Формат доставки	<p>Большое количество различных наименований продуктов (SKU) из стандартного регулярного списка, срок доставки 3-4 часа и более, возможен заказ ко времени на следующий день.</p>	<p>Небольшое количество различных наименований продуктов. Срок доставки не более 2х часов.</p>	<p>Небольшой объем. Срочная доставка «прямо сейчас».</p>

1.6. Типы магазинов для заказа продуктов через интернет

Ритейл – традиционные офлайн-точки продаж, ассортимент которых доступен при заказе онлайн. Доставка осуществляется своей службой или сторонним сервисом white label
Лента, Магнит, Пятерочка, Перекресток, ВкусВилл, Ашан, О'КЕЙ

Маркетплейс – мультикатегорийная платформа электронной коммерции, позволяет получить доступ к витринам других онлайн-магазинов, кроме того, доступен весь ассортимент маркетплейса в категории dry food . Заказ доставляет собственная служба маркетплейса или селлер
WB, Ozon, Yandex.Market, Aliexpress

Даркстор – склад, ориентированный на быструю онлайн-доставку продуктов. При заказе доступен ассортимент ближайшего к покупателю даркстора. Доставку осуществляет собственная курьерская служба.
Самокат, Яндекс.Лавка, Ozon Express

Сервис доставки – сервисная компания, доставляющая продукты из оффлайн-магазина. К заказу доступен ассортимент одного любого из ближайших локальных магазинов
Delivery Club, Яндекс.Еда, СберМаркет

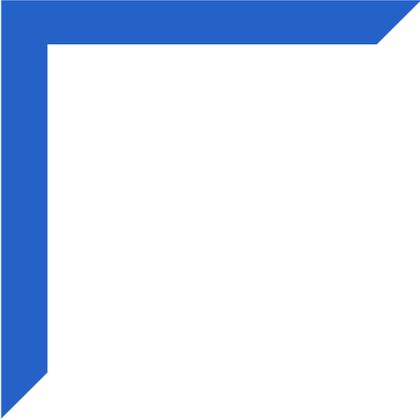
Онлайн-магазины – онлайн-магазин, не имеющий точек продаж офлайн. Доступен ассортимент онлайн-гипермаркета. Доставляет заказы собственная служба доставки
Vprok.ru, Утконос

1.7. Магазины и форматы доставки продуктов

У каждого типа магазина есть свои особенности. Они определяют удобство покупок в том или ином формате.

Преобладающие форматы покупок для каждого типа магазина зависят от количества доступных SKU и скорости доставки

	Традиционный ритейл	Маркетплейсы	Дарксторы	Сервисы доставки	Онлайн-магазины
Закупка впрок	✓	✓		✓	✓
На сегодня	✓		✓	✓	
Экспресс-заказ	✓		✓	✓	



2. Экспресс-доставка, особенности формата

2.1. Ассортимент и скорость доставки

Происходит трансформация понятия экспресс-доставка.

Два года назад быстрой считалась доставка заказа в тот же день, сейчас существуют сервисы, доставляющие продукты за 15-20 минут с момента заказа.

В рамках нашего исследования экспресс-доставка – доставка заказа покупателю за 45 минут и менее с момента оплаты заказа.

В это время входит сборка заказа, передача его курьеру, доставка до покупателя.



2.2. Время сборки заказа

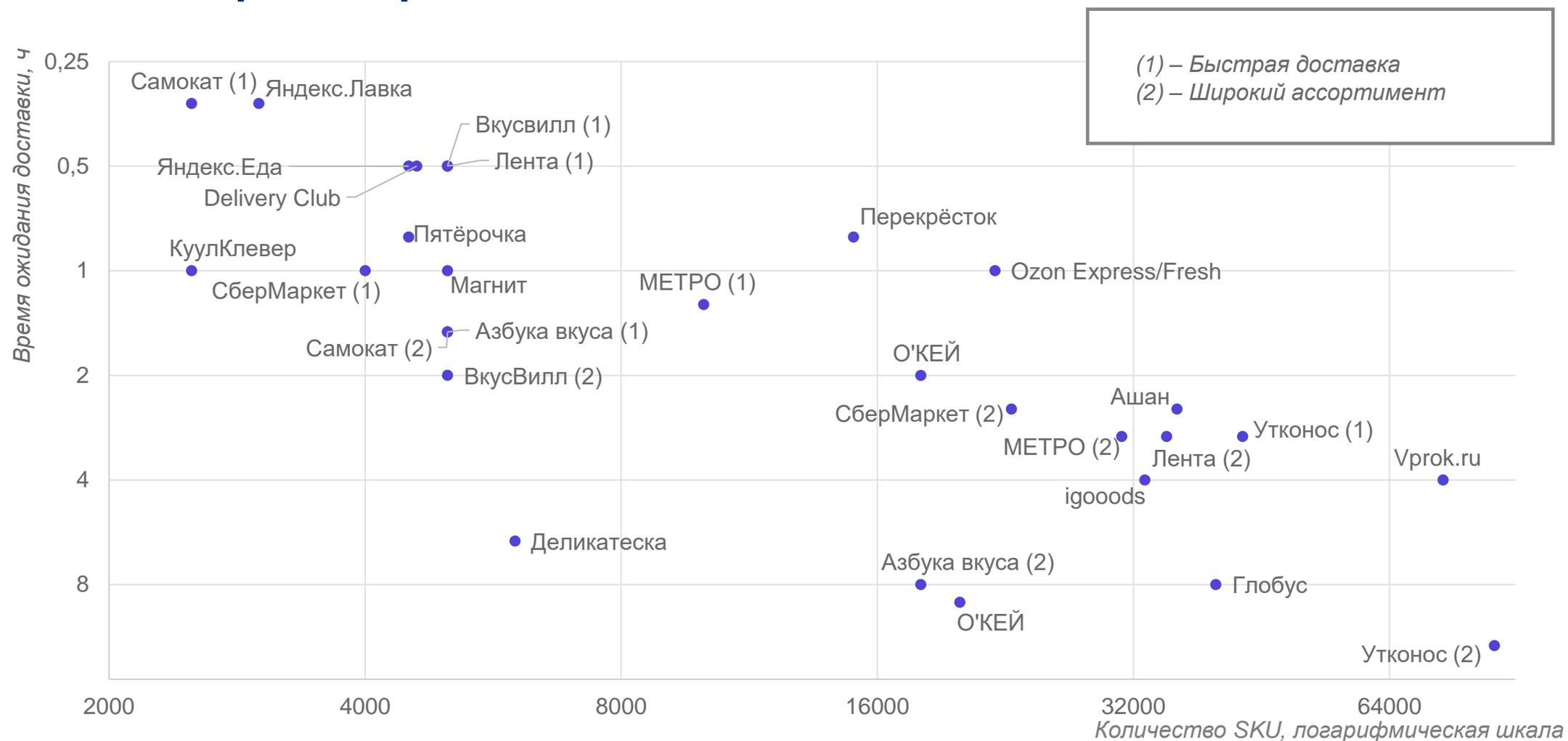
Чем больше склад и ассортимент, тем больше время сборки заказа

Скорость сборки зависит от размера склада и количества различных наименований товаров на складе. Чем больше оба эти параметра, тем дольше сборщик будет искать необходимые продукты, которые нужно сложить в корзину.

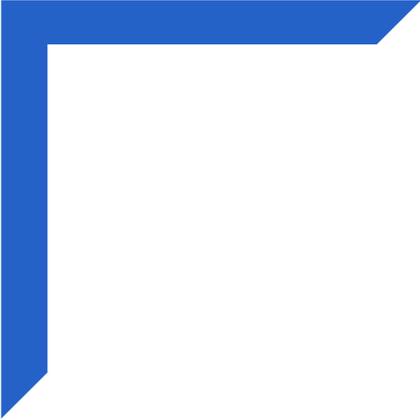
Магазины, которые ориентируются на быструю доставку заказа, ограничивают свой ассортимент. Самую быструю доставку (15 минут) обещают дарксторы с ассортиментом не более 3000 SKU (Самокат, Яндекс.Лавка).

Магазины с ассортиментом в 10 раз больше (более 30 тыс SKU) декларируют минимальное время доставки от 2-4 часов (при таймслотах доставки от 2х часов).

2.3. Карта предложений



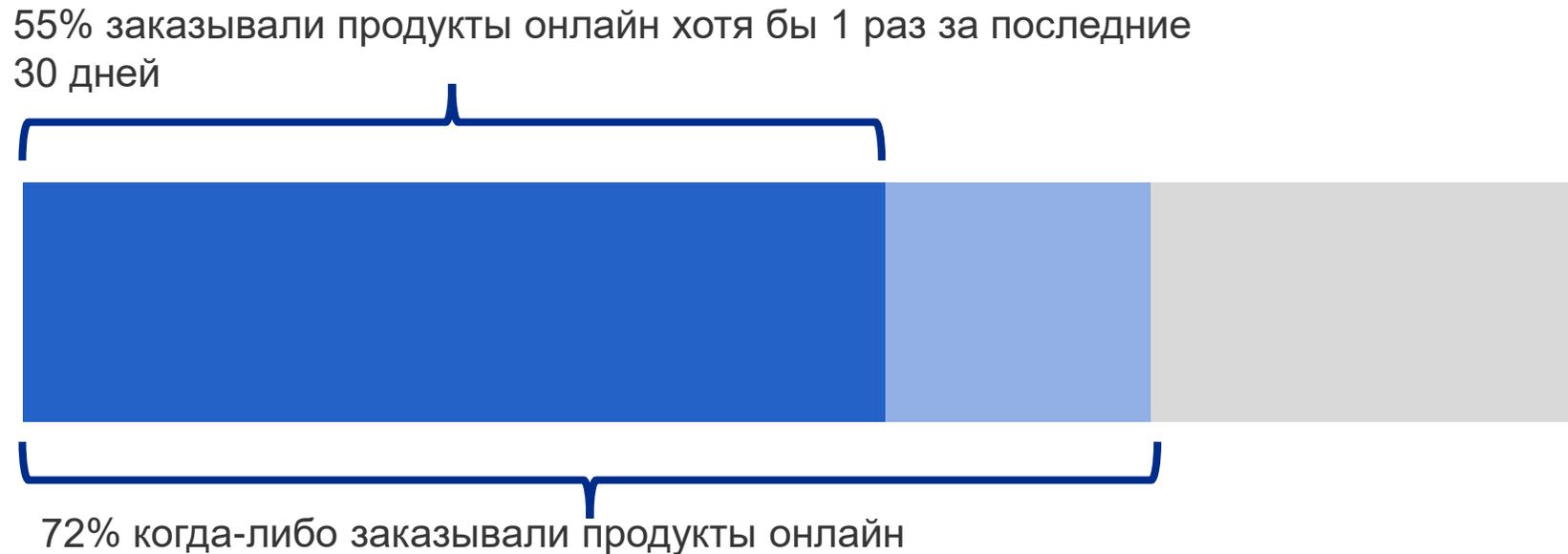
Источник – DI Бюллетень eGrosery за март 2022



3. Покупательское поведение

3.1. 72% пользователей имеют опыт заказа продуктов онлайн

72% респондентов отметили, что когда-либо заказывали продукты через интернет. При этом 55% из них совершили по меньшей мере один онлайн-заказ продуктов питания за последние 30 дней



Онлайн-опрос покупателей (от 18 лет) в рамках исследования "Кто, как и почему заказывает доставку продуктов", Москва, Россия, N=1000

Вопросы: Покупали ли вы когда-либо продукты онлайн? Покупали ли вы в течение последних 30 дней продукты онлайн?

3.2. Барьеры и драйверы онлайн-заказа продуктов

Онлайн-заказ стал привычным способом покупки продуктов для трети интернет пользователей. 41% тех, кто заказывает доставку продуктов, делают это регулярно. Онлайн-заказ выбирают, если нет времени идти за покупками (33%), если просто не хочется идти в магазин (33%) или чтобы не нести тяжелые и объемные сумки (28%).

Тем не менее, часть покупателей по-прежнему предпочитает делать покупки в офлайн-магазинах. Они решают, что купить, глядя на полки в магазине (47%), не доверяют посторонним и хотят самостоятельно выбирать для себя продукты (44%). А иногда оказывается, что самостоятельно сходить в магазин быстрее, чем ждать доставку – так считают 25% пользователей, которые не заказывают продукты онлайн.

Данные по результатам онлайн-опроса покупателей (от 18 лет) в рамках исследования "Кто, как и почему заказывает доставку продуктов", Москва, Россия, N=1000

3.3. Причины выбора в пользу онлайн



Онлайн-опрос покупателей (от 18 лет) в рамках исследования "Кто, как и почему заказывает доставку продуктов", Москва, Россия, N=1000

Вопрос: Почему для этого заказа вы выбрали онлайн-заказ как способ покупки продуктов питания?

3.4. Барьеры онлайн-заказа



Онлайн-опрос покупателей (от 18 лет) в рамках исследования "Кто, как и почему заказывает доставку продуктов", Москва, Россия, N=1000

Вопрос: Почему для этого заказа вы выбрали онлайн-заказ как способ покупки продуктов питания?

3.5. Причины выбора магазина

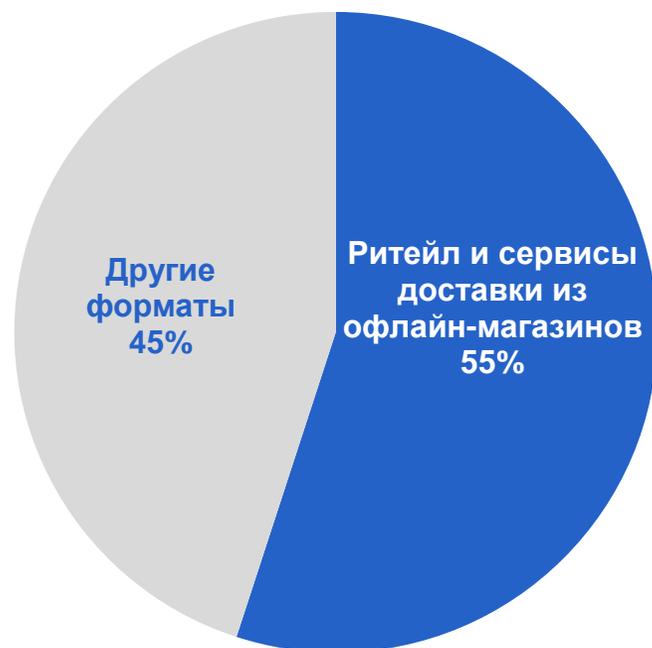


Решая, где заказать продукты, покупатели чаще ориентируются на ассортимент, чем на скорость доставки. Для них важно, чтобы в магазине присутствовали все привычные продукты, которые входят в список регулярных покупок

При оценке факторов, важных при выборе магазина для онлайн-заказа, респонденты отмечали важность достаточного ассортимента в 1,4 раза чаще, чем скорость доставки или стоимость товара и доставки

Онлайн-опрос покупателей (от 18 лет) в рамках исследования "Кто, как и почему заказывает доставку продуктов", Москва, Россия, N=1000
Вопрос: По каким причинам вы выбрали именно магазин данного типа?

3.6. Предпочитаемые типы онлайн-магазинов



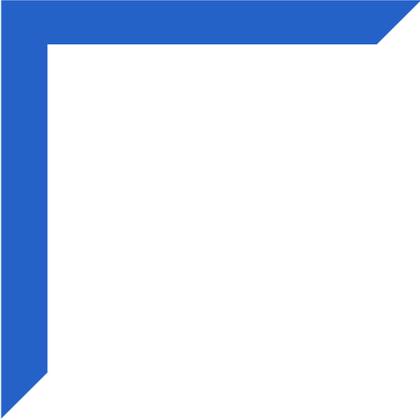
Более половины (55%) респондентов отметили, что свой последний по времени заказ продуктов онлайн совершили в магазине, который имеет традиционные офлайн точки продаж – напрямую либо через сервис доставки продуктов

45% заказов приходится на дарксторы, онлайн-магазины без традиционных точек продаж и маркетплейсы.

Такой результат свидетельствует о том, большая часть аудитории предпочитает заказывать онлайн привычные продукты в знакомом магазине и готова доверить доставку курьерской службе самого магазина или специализированному сервису

Онлайн-опрос покупателей (от 18 лет) в рамках исследования "Кто, как и почему заказывает доставку продуктов", Москва, Россия, N=1000

Вопрос: В магазине какого типа вы совершили последнюю по времени покупку продуктов питания онлайн??



4. Параметры сравнения сервисов экспресс-доставки продуктов

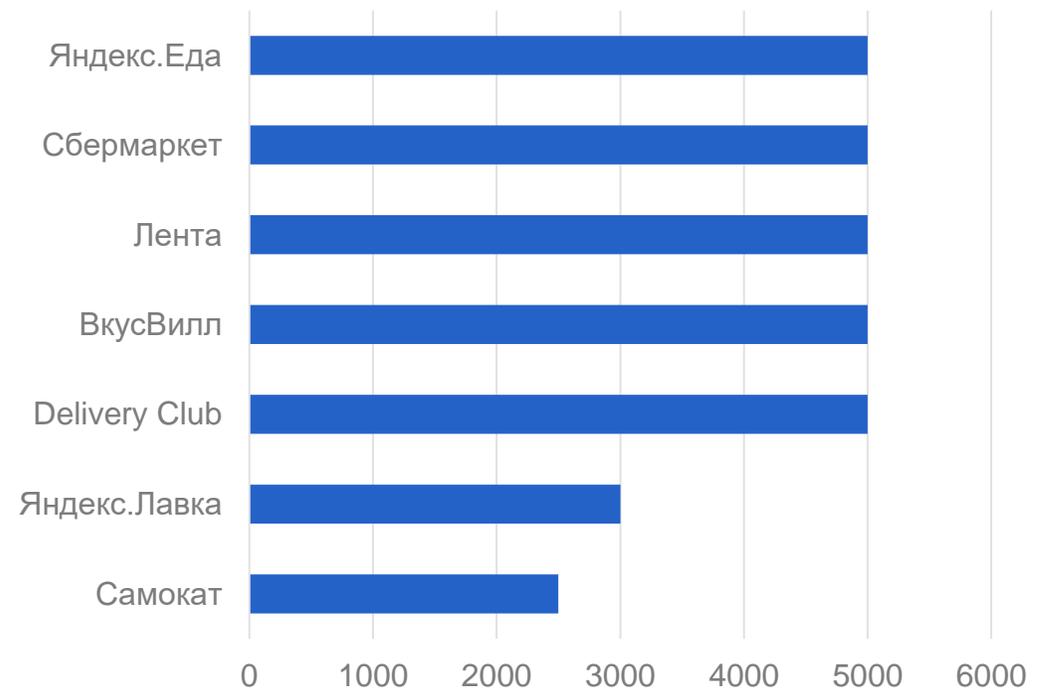
4.1. Ассортимент магазина

Для сервисов доставки при расчете заявленного ассортимента мы усреднили данные по тем магазинам*, в которых были сделаны заказы.

У большинство участников исследования заявленный ассортимент составляет 5000 SKU.

Лишь у дарксторов Яндекс.Лавка и Самокат ассортимент меньше – 2500 SKU у Самоката и 3000 у Яндекс.Лавки. Благодаря небольшим складам и строго ограниченному ассортименту наиболее популярных товаров эти магазины максимально сократили время сборки товаров, что позволяет им обещать покупателям самую высокую скорость доставки – 15-20 минут

Ассортимент (общее количество SKU)

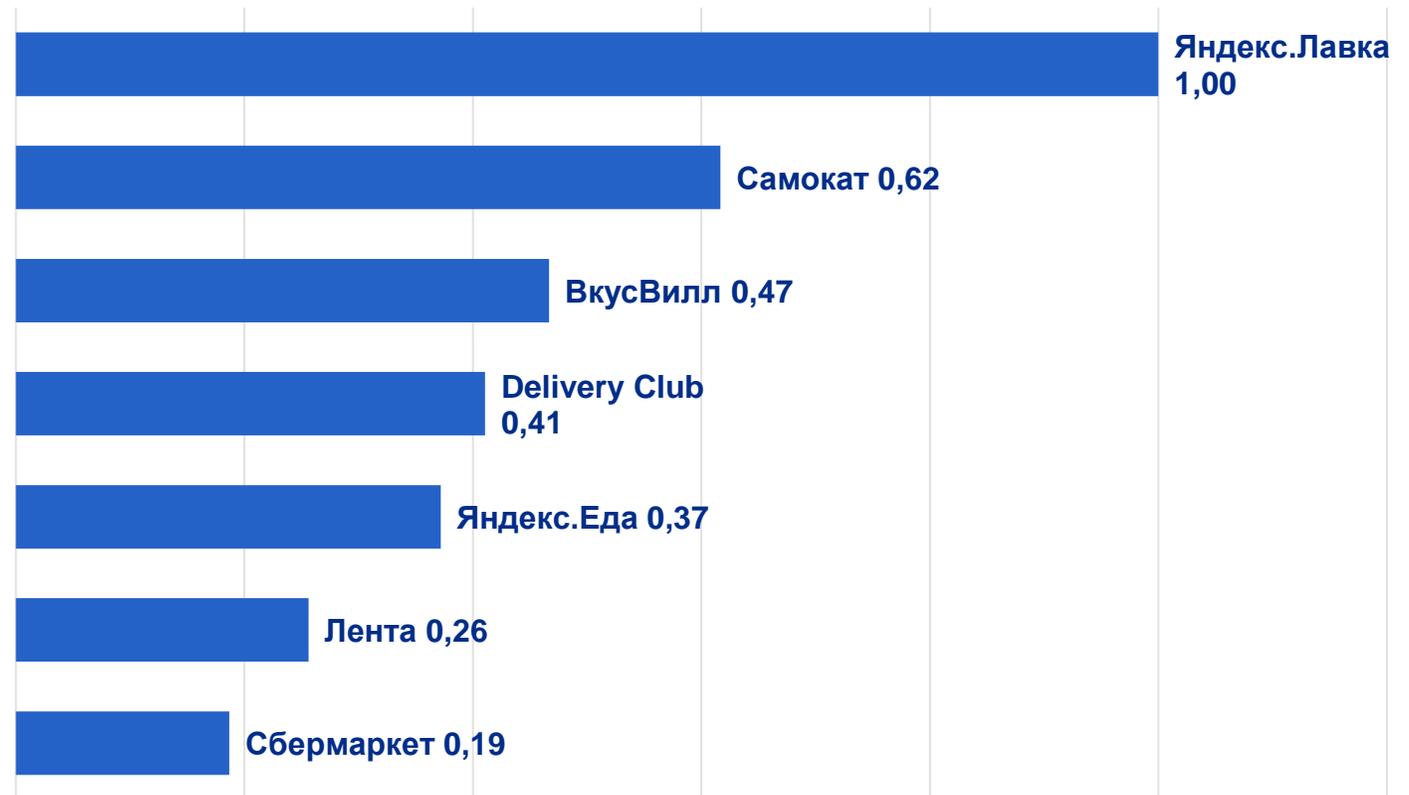


* Только магазины из которых доступна доставка за 45 минут и менее

4.2. Заявленное время ожидания заказа

При заказе в формате экспресс, магазин сообщает покупателю, сколько времени придется ожидать заказа. Заявленное время может варьироваться в зависимости от степени загрузки курьеров и общей ситуации.

Самую быструю доставку своим покупателям в рамках исследования обещала **Яндекс.Лавка**. В среднем это время составило **19 минут**.
Время доставки, заявляемое **Самокатом**, оказалось больше в **1,6** раз, а время, заявляемое **ВкусВиллом** – **2,1** раз



4.3. Фактическое время ожидания заказа

Лидером по скорости доставки стала **Яндекс.Лавка**. Среднее время ожидания заказа составило **16 минут**.

На втором месте – **Самокат** с показателем **21 минута**, на третьем – **Delivery Club** (**31 минута**)



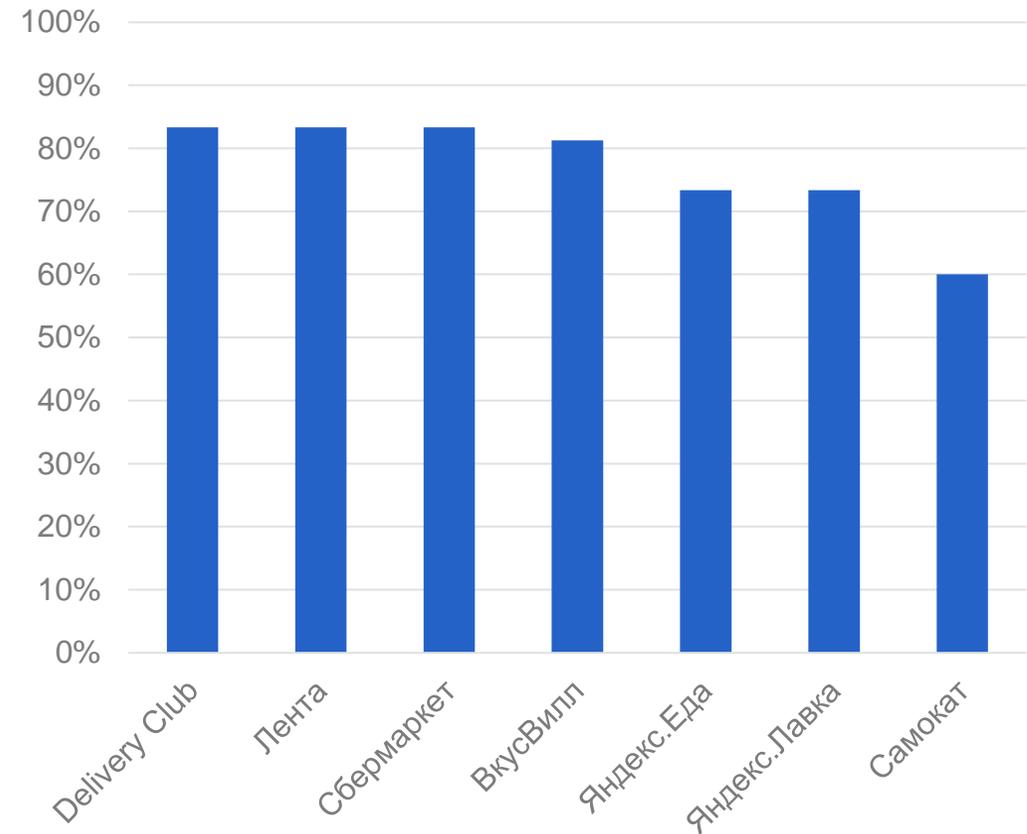
* При заказе из ВкусВилла всегда выбирался формат экспресс-доставки

4.4. Соответствие прогнозу

В процессе проведения тестовых заказов обнаружилось, что у каждого магазина некоторая доля заказов добирается до покупателя позже, чем было заявлено в момент покупки.

Лучше всего попадать в обещанный интервал удается **Delivery Club, Ленте** и **СберМаркету**. У них доля заказов, приехавших вовремя или раньше обещанного составила **83%** у каждого.

У **ВкусВилла** этот показатель оказался чуть ниже – **81%**.



4.5. Скорость и соответствие срокам

Блок «Скорость и соответствие» характеризует, насколько быстро и точно доставлен заказ

Он включает в себя интегральную оценку по сумме параметров: заявленное время доставки, фактическое время ожидания заказа, соответствие прогнозу

Лидером в блоке стала **Яндекс.Лавка** с показателем **0,91**, на втором месте – **Самокат (0,67)**, за ним следует **ВкусВилл (0,62)**



4.6. Категории для заказа

Для тестовых заказов мы составили список категорий, которые различаются по требованиям к сборке и доставке:

Выпечка – мягкая, воздушная, можно помять при доставке

Помидоры – нежные, их легко повредить при перевозке

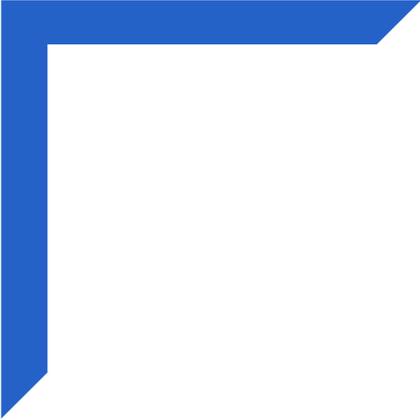
Укроп – нежный и ломкий, легко повредить при доставке

Яйца – хрупкие, легко разбить

Мороженое – требует соблюдения температурного режима, может растаять

Сметана – можно повредить упаковку при доставке

Для покупателя важно, чтобы все товары, которые он заказал, были доставлены. Однако часть заказов, которые мы сделали в процессе исследования, были укомплектованы не полностью



5. Сводный рейтинг сервисов экспресс-доставки продуктов

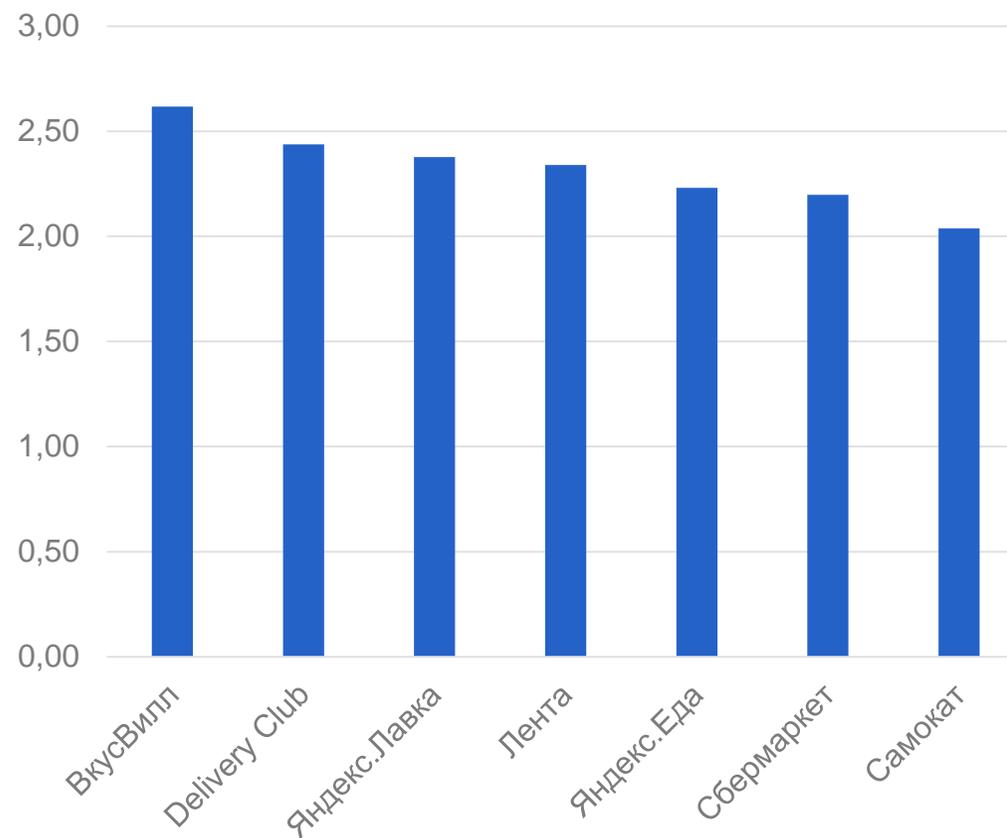
5.1. Сводный рейтинг

Сводный рейтинг – сумма 3х нормированных показателей (Ассортимент, скорость и соответствие, Качество). Вес каждого показателя равен единице, максимально возможный балл – 3

Лидером сводного рейтинга среди сервисов экспресс-доставки продуктов стала ВкусВилл, набрав 2,62 балла из 3

Второе место у Delivery Club с показателем 2,44

На третьем месте Яндекс.Лавка, получившая 2,38 балла



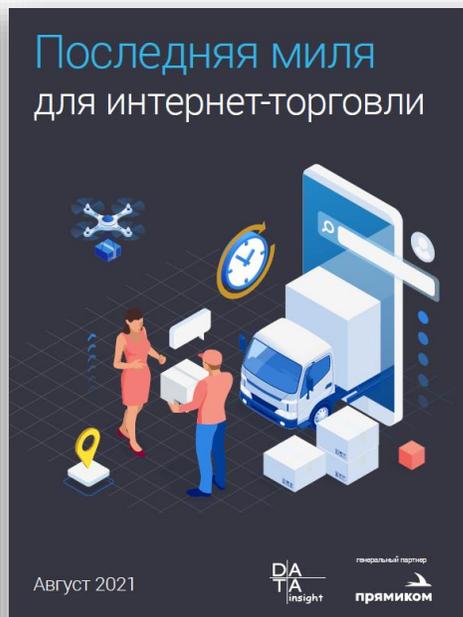
Партнеры Data Insight



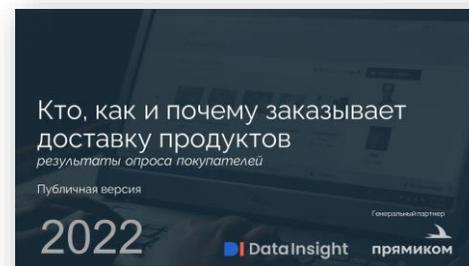
Публичные исследования Data Insight



Фулфилмент для электронной торговли 2021



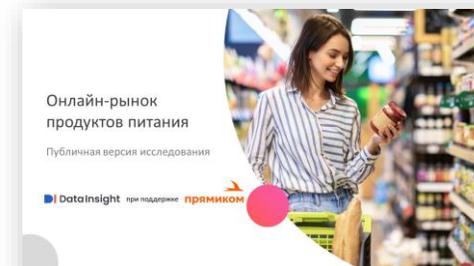
Последняя миля для интернет-торговли 2021



Кто, как и почему заказывает доставку продуктов



Логистика для электронной торговли



Онлайн-рынок продуктов питания 2021



Интернет-торговля в России 2021

Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Новости Data Insight

Рассылка исследований Data Insight на почту в день публикации

[Подписаться](#)

Мониторинг e-commerce

Новостной еженедельный мониторинг рынка eCommerce от Data Insight

[Подписаться](#)

Контакты

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

datainsight.ru

[Другие контакты](#)