

## **ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ СЕРВИСА ДОСТАВКИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON Online Food Delivery Services**

*Медведева А.Ю., студент гр.772301*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Алехина А.Э. – кандидат экономических наук, доцент*

*Medvedeva A.Y.*

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics 1,  
Minsk, Republic of Belarus*

*Alekhina A.E. – PhD in Economics, Associate Professor*

**Аннотация.** Пандемия COVID-19 оказывала глубокое влияние на мировую экономику. Ограничения перемещения, карантинные мероприятия привели к существенному снижению предпринимательской активности во многих отраслях экономики, но некоторые из них показали существенный рост, в том числе такие как доставка продуктов питания и e-commerce. В данной статье приведены данные исследования «Влияние пандемии на сервис доставки еды на жителей Беларуси» и анализ тенденции на мировом рынке.

**Ключевые слова.** Онлайн доставка еды, COVID-19, экономическое влияние, рестораны, поведение потребителей, заказ, увеличение оборота.

**Annotation.** The COVID-19 pandemic has a profound impact on the world economy. Restrictions on movement, quarantine have led to a significant decrease in entrepreneurial activity in many sectors of the economy, but some of them have shown significant growth, including such as food delivery and e-commerce. This article presents data from a research "Impact of the pandemic on food delivery service on the citizens of Belarus" and the analysis of trends in the world market.

**Keywords.** Online food delivery, COVID-19, economic impact, restaurants, consumer behavior, ordering, increased turnover.

В условиях пандемии COVID-19 введение режима социального дистанцирования, карантина и других ограничительных мер привели к сдвигу в структуре глобального спроса на онлайн-покупки товаров, а также к увеличению использования цифровых инструментов коммуникации и дистанционного потребления, таких как социальные сети, телеконференции, потоковое видео и другие.

Проведенные маркетинговые исследования крупных консалтинговых компаний показывают значительный рост электронной торговли как в сегменте B2C ("business-to-consumers", потребительский рынок), так и в сегменте B2B ("business-to-business", корпоративный рынок). Рост выручки интернет-магазинов в США за 2020 год (по сравнению с аналогичным периодом 2019 года) вырос на 68%, глобальные продажи Amazon выросли на 26% в первом квартале 2020 г [1,2].

В сегменте B2C особенно сильно данная тенденция прослеживалась на рынках предметов медицинского назначения, домашнего обихода, продуктов питания, электроники и других. Например, согласно исследованию Deloitte, в Дании 65% компаний, занимающихся продажей

продуктов питания, отметили увеличение выручки более чем на 10% по сравнению с тем, что ожидалось ранее, в то время как продажи предметов роскоши и интерьера, наоборот, переживали снижение [3]. Основной причиной данной тенденции Euromonitor определяет рост потребителями онлайн-покупки продуктов и питания в связи с ограничениями на передвижение и закрытием точек общественного питания [4].

Однако однозначного влияния пандемии на рост онлайн-покупок по странам не прослеживается, так по данным исследования Citi Research, COVID-19 оказал положительное влияние на частоту и уровень расходов потребителей онлайн-доставки еды в Бразилии и Южной Корее, в Италии, но произошло уменьшение Великобритании (рисунок 1) [5].

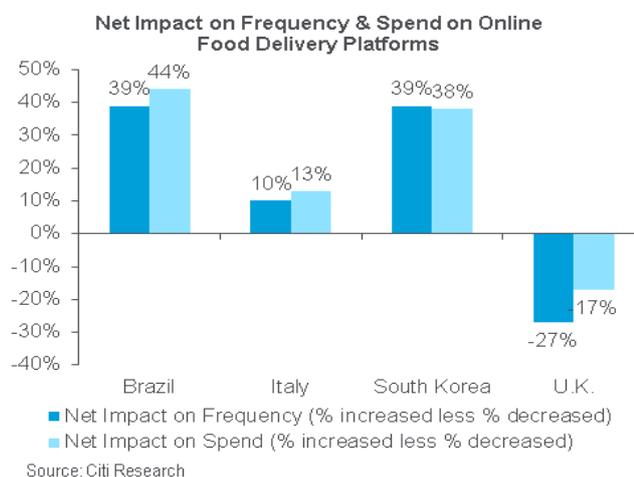


Рисунок 1 – Влияние пандемии на частоту и уровень расходов потребителей онлайн-доставки еды в Бразилии, Южной Корее, Италии и в Великобритании [5]

Согласно отчету «Online Food Delivery Services Global Market Report 2020-30: COVID-19 Growth and Change» мировой рынок онлайн-услуг по доставке еды вырос с 107,44 млрд долларов в 2019 году до 111,32 млрд долларов в 2020 году при сохранении темпов роста 3,61%, к 2023 году достигнет 154,34 миллиарда долларов.

В 2019 году количество пользователи электронной коммерции F&B достигло 1,5 миллиарда, и как ожидается, будет увеличиваться на 25 % в год, что означает увеличение к 2024 году на 800 миллионов человек. Так, например, индийская платформа доставки еды Zomato в течение следующих лет прогнозирует рост её пользователей на 20 млн. человек при 80 млн активных пользователей сегодня [6].

По оценке «Infoline-Аналитики» наибольший оборот заказов продуктов через Интернет в России продемонстрировал Ozon — 6,1 млрд руб., что составило рост 170% к аналогичному периоду прошлого года. Наибольший рост показал «Сбермаркет» (ранее — Instamart), чей оборот вырос на 500%, с 260 млн руб. до 1,49 млрд руб. Рейтинг игроков рынка онлайн-торговли продуктами в России представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Рейтинг игроков рынка онлайн-торговли продуктами в России [7]

В России X5 Retail Group, ведущая продуктовая розничная компания страны, объявила о том, что онлайн продажи через платформы Perekrestok.ru и «Доставка Пятёрочка» составили 1,7 миллиарда рублей (с учетом НДС) в апреле 2020 г., показав рост в 4,7 раза по сравнению с

аналогичным периодом предыдущего года, что обеспечило X5 лидерство в сегменте онлайн доставки продуктов питания в России [7].

По данным Performance Group, за время самоизоляции значительно выросли количество платежей и средний чек сервисов доставки еды. Так, средний чек у партнеров ЮKassa (российская платформа ресторанов и кафе) за период с марта по октябрь 2020 года средний чек увеличился с 600 руб. до 1666 руб, что составило 267%. По данным Delivery Club, к их сервису подключилось около 4000 новых ресторанов и в мае 2020 года компания достигла максимальных объемов заказов за весь период работы – 5,5 млн заказов в месяц. За несколько месяцев 2020 г. рынок прошёл путь, на который в обычных условиях понадобилось бы не меньше года. Приведенный ниже рисунок 3 показывает тенденцию роста сегмента доставки готовых рационов на других платформах онлайн-доставки в Российской Федерации.



Рисунок 3 –Динамика сегмента доставки готовой продукции в России [8]

Роскачество и Аналитический центр НАФИ подготовили отчет по доступности и качеству услуг, оказываемых сервисами доставки продуктов. По результатам на апрель 2020 года большинство российских интернет-пользователей (67%) за время самоизоляции совершали покупки онлайн, а каждый четвертый (26%) заказывал доставку продуктов питания на дом. 13% россиян отметили, что начали пользоваться услугами доставки продуктов питания недавно, во время самоизоляции. Столько же (13%) указали, что пользовались услугой доставки продуктов ранее и продолжают пользоваться сейчас. По данным исследования Роскачества и НАФИ — 71% россиян продолжит использовать сервисы доставки после снятия ограничений [8].

В Республике Беларусь рынок доставки является высоко конкурентным и динамично развивающимся, в последнее время появляются новые службы доставки, новые сервисы для e-commerce, доля онлайн заказов колеблется от 3,7% до 4,5%.

Для изучения влияния пандемии COVID-19 на сервис доставки еды в Беларуси был проведен опрос. Цель данного исследования – выяснить отношение жителей Республики Беларусь к сервису доставки еды и проследить влияние пандемии на изменение потребительского поведения. В опросе приняло участие 195 человек, среди них 57,2% - женского, 42,8% - мужского пола. Целевая аудитория – работоспособное население в возрасте от 18 и больше 45 лет. Большая часть респондентов, принявших участие в опросе, находится в возрасте от 18 до 27 лет – 78,4%, и в возрасте от 28 до 45 лет – 12,4%. Среди опрошенных респондентов 75,8% не имеют семьи (холост/не замужем) и не имеют детей.

По результатам исследования 78% опрошенных респондентов сказали, что пользуются доставкой готовой продукции на дом/работу и что он определенно необходим, из них 11% стали использовать сервисы доставки только с начала пандемии. По результатам опроса 20% участников подтвердили, что эпидемиологическая обстановка в стране повлияла на увеличение заказов из ресторанов. До начала пандемии 75% пользовались данной услугой, из них больше половины опрошенных (66%) признались, что COVID-19 никак не повлиял на частоту доставки готовой продукции. Около 12% заказывают еду на дом/работу чаще одного раза в неделю и 47% - меньше одного раза в месяц.

Сервис доставки еды можно разделить на две группы: «Доставка от ресторана к потребителю» или «Доставка от платформы к потребителю». Представители услуг доставки от ресторана к потребителю производят еду и доставляют ее, как это принято у KFC, McDonald's и Domino's. Среди опрошенных 80% признались, что пользуются доставкой напрямую через онлайн-платформу ресторана, а 41% предпочитают заказывать через стороннюю платформу. На сегодняшний день в Беларуси работают 6 сервисов доставки для ресторанов. 47% участников опроса предпочитают menu.by (ООО «Менюбай»), 11,8% - delivio.by (ООО «Деливери Плюс»).

Стоит отметить, что самой часто заказываемой продукцией среди опрошенных являются пицца (86,3%) из Domino's, DoDo, Пицца Лисица и Pizza Italiano, фастфуд (McDonalds, KFC) и суши.

## *57-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, 2021 г*

На вопрос «Как Вы считаете, необходим ли сервис доставки еды» 77% ответили «определённо необходим», 16,8% были склонны к «возможно необходим». Это подтверждает интерес населения Беларуси к сервису доставки готовой продукции.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о росте рынка доставки в мировой экономики и в Беларуси в том числе. Это общая тенденция, которая сохранится в ближайшие несколько лет. Главными трендами рынка доставки являются рост количества заказов, увеличение среднего чека и рост количества ресторанов и кафе, желающих работать на этом рынке самостоятельно или с агрегаторами.

В Республике Беларусь рынок доставки относится к активно развивающимся рынкам, появляются новые службы доставки и новые сервисы для e-commerce. В Беларуси работают несколько крупных агрегаторов служб доставки еды, использующих две основные модели доставки курьерами или «маркетплейс». Наиболее крупной является menu.by, что согласуется с полученными выводами проведенного опроса. В целом население Беларуси положительно относится к данному сервису и относит его к перспективному бизнесу.

### **Список использованных источников:**

1. Пульс мирового рынка электронной коммерции в условиях пандемии COVID-19 [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://ccinsight.org/observations/us-retailers...> – Дата доступа 29.03.2021
2. Amazon.com to Webcast First Quarter 2021 Financial Results Conference Call [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://press.aboutamazon.com/news-releases/news-release-details> – Дата доступа: 24.03.2021
3. COVID-19 will permanently change e-commerce in Denmark [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/dk/Documents/strategy/e-commerce-covid-19-onepage.pdf>] – Дата доступа: 24.03.2021.
4. COVID-19 Effect on Packaged Food. [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpCovidPackagedFood-0.4.pdf...> – Дата доступа: 29.03.2021
5. Online Food Delivery Services Global Market Report 2020-30. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.citivelocity.com/citigps/how-covid-19-is-impacting-online-food-delivery-platforms/> – Дата доступа: 30.03.2021
6. COVID-19 Growth and Change. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5024095/online-food-delivery-services-global...> – Дата доступа: 25.03.2021.
7. Продуктовые переезжают в онлайн. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4342737> – Дата доступа: 25.03.2021
8. Россияне не готовы отказываться от доставки продуктов на дом после окончания самоизоляции. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [<https://nafi.ru/analytiks/rossiyane-ne-gotovy-otkazyvatsya-ot-dostavki-produktov-na-dom-posle-okonchaniya-samoizolyatsii>] – Дата доступа: 01.04.2021.