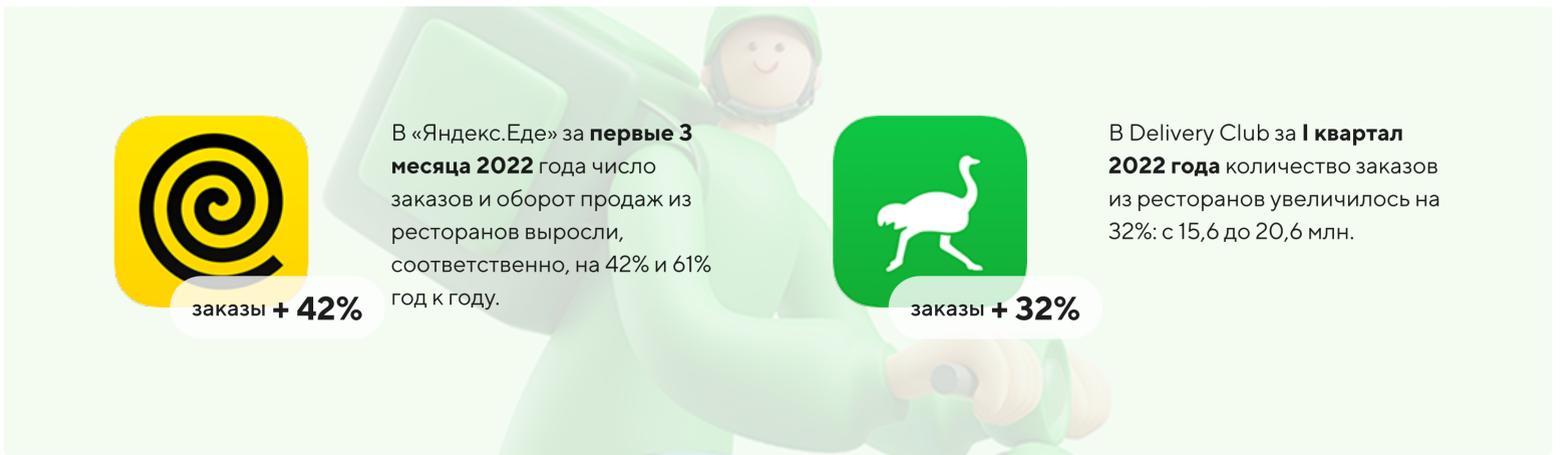


Аналитический обзор сервисов доставки еды: Динамика заказов в 2022 году

В начале 2022 года рынок доставки развивался более динамично, чем в 2021 году. Операторы были настроены оптимистично и отмечали рост количества заказов и оборота от доставки. При этом их темпы развития не уступали показателям предыдущего года.



После начала специальной военной операции в отношении России были введены многочисленные санкции, связи финансовой системы страны с другими государствами затруднились, а логистические проблемы, сопровождавшие мировую экономику со времен начала пандемии, только усилились. **Результатом этого стали временное ослабление рубля, почти 17% годовая инфляция, а также падение доходов россиян.**

Степень влияния происходящих событий на ресторанный рынок отражает динамика оборота общепита.

Если в январе и феврале 2022 года рынок рос (в реальном выражении) на 10-11% год к году, то в марте оборот общепита увеличился только на 1,7% относительно 2021 года. **В апреле и мае** ресторанный рынок вошел в новый виток кризиса: **оборот общепита сократился на 4,7% и 5,2%**, соответственно, по сравнению с аналогичным периодом 2021 года.

Реальный прирост оборота общепита в России, январь 2021 года – июль 2022 года, % по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

Источник: Росстат, расчеты РБК исследования рынков

© РБК Исследования рынков



Процесс адаптации занял не более 3-х месяцев. Ресторанный рынок почти вышел на показатели 2021 года уже к июлю, в то время как в сегменте доставки процесс восстановления количества заказов и оборота прошел быстрее. Многие операторы, несмотря на масштаб событий, не фиксировали сокращения заказов даже в марте.

Например, в компании «Сушишоп» так же **не отметили значимых отличий в поведении потребителей в первом квартале 2022 года** относительно аналогичного прошлого периода.



«Сравнивали период от года к году и не увидели существенных изменений, у нас пока все стабильно. Количество чеков несущественно снизилось, но в связи с повышением среднего чека, выручка осталась на прежнем уровне»

Прокомментировали представители компании в своем интервью для «РБК Исследований рынков»

В новых реалиях компаниям приходится активно работать с поставщиками и ассортиментом, стремясь если не нивелировать, то снизить влияние инфляции на меню, т.к. повышение цен негативно сказывается на оборотах, увеличивая отток гостей и число отказов от заказа доставки готовой еды.

ОПТИКОМ поможет вам оптимизировать расходы на упаковку для доставки! Ведь мы знаем, как важно не только вовремя доставить еду, но и подобрать для нее нужную упаковку. **Несколько контейнеров можно оптимизировать в многосекционный контейнер. А доставлять двойную порцию фастфуда выгоднее в одном большом контейнере.** Мы поможем вам проанализировать меню и подобрать оптимальную упаковку для каждого блюда.