

РОЗВИТОК СЕРВІСІВ ДОСТАВКИ ЇЖИ В УКРАЇНІ

У ресторанному господарстві послуга доставки готових страв на замовлення споживачів за межі закладу почала активно розвиватися з появою перших кейтерингових компаній в середині 1990-х років, які спеціалізувалися на вузькому сегменті подієвого виду кейтерингу.

За минулі 10–15 років почала розвиватися власна служба доставки в ресторанах та кафе з монопродуктовою концепцією (піца, суши, фаст-фуд), а також як формат Take Away в інших. Близько 15% закладів HoReCa за статистичними даними в Україні запровадили власну доставку готової їжі. До цієї групи можна віднести заклади ресторанного господарства з кейтерингом, як додатковим видом бізнесу. Доставка готової їжі в Україні до 2018 р. була представлена як кейтеринговими компаніями (зі спеціалізацією на подієвому та промисловому видах кейтерингу), закладами ресторанного господарства з кейтерингом, як додатковим видом бізнесу в діяльності, так і онлайн-ресторанами (без надання споживачам послуги обслуговування в закладі) з пропозицією страв східноазійської та середземноморської кухні та агрегаторами (сайт-платформа, яка дає можливість замовнику обрати готові страви за певними параметрами: типу ресторану, кухні, вартості, відгукам тощо з ресторанів з радіусом 1–3 км для зменшення часу доставки замовлення). Наприклад: Eda.ua, Domino's Pizza, Mister.Am, Zakaz.ua, VoxCatering, Royal Service, тощо, які здійснювали власну діяльність як у великих містах-мільйонниках, так і обласних центрах і невеликих містах. На ринок доставки їжі в тому числі й з ресторанів у 2018–2019 рр. до Києва й інших міст-мільйонників зайшли такі агрегатори: Glovo (жовтень 2018 р.), UberEats (лютий 2019 р.), Menu.ua (жовтень 2019 р.) тощо, до кожного з яких приєднувалося в різний час від 100–200 до 600 ресторанів (наприклад, тільки у м. Києві).

Із кінця 2019 р. почався перерозподіл ринку доставки їжі в Україні. Наприклад, агрегатор Menu.ua поглинув Eda.ua. У 2020 р. ресторанне господарство охопила глибока криза, як результат введення суворого карантину в м. Києві й поширення карантинних заходів на усій території України. Заклади сегменту HoReCa втратили можливість приймати в себе гостей і припинили власну діяльність на невизначений термін. Відсутність чіткої стратегії розвитку бізнесу в складних умовах невизначеності примусила заклади кардинально переорієнтувати власну діяльність. В цей період на ринку лідерами стали заклади, що і раніше спеціалізувались на доставці готової їжі.

Деякі кейтерингові компанії також переорієнтували власну діяльність з подієвого на промисловий вид кейтерингу, водночас з'явилась ціла плеяда сервісів доставки, які розпочали власну діяльність з доставки готової їжі з ресторанів, котрі самі не мали змогу влаштувати її.

Такими агрегаторами стали в 2020 р. в м. Києві й поступово в інших містах-мільйонниках України Glovo, Rocket (Raketa), Bolt Food, Uber Food. Але не всі сервіси доставки готової їжі змогли вижити у гонці за цей ринок. Через помилки у побудові моделі бізнесу з ринку пішли Uber Food, Menu.ua і деякі інші.

На початку 2021 р. Rozetka запустила маркетплейс для найвідоміших мереж ресторанів (Tarantino Family, Docker Pub, Pesto Safe тощо). Тепер ресторан може стати ближче до його шанувальників. На цій платформі можна розмістити меню ресторану, тим самим відкрити для себе додатковий канал продажів. Збільшилася і кількість онлайн-ресторанів.

Відомий київський ресторатор Діма Борисов (мережа якого налічує більше 50 закладів) обрав для власного бізнесу іншу модель подолання кризи. Він запровадив сервіс «1 euro delivery» – доставку власної продукції з усіх своїх закладів за фіксованою ціною, що дало можливість уже під час третього локдауну отримати від 1000 замовлень щодня. За час карантину різного ступеня суворості у 2020 р. кількість функціонуючих закладів його мережі зменшилася в 10 разів, тому ресторатор зробив акцент на «консервацію» існуючих і перетворення решти закладів у виробничі цехи для виробництва готової продукції, але без залів для обслуговування споживачів. Одним з головних критеріїв був гранично мінімальний час приготування страви в даних закладах – не більше 5 хвилин.

Локдаун у країнах США, Західної Європи змусив ресторанный бізнес переорієнтуватися з обслуговування споживачів у залах закладів на доставку готової ресторанної їжі додому або Take Away. Зміни у сервісно-виробничій діяльності потягли за собою створення нових або реконструкцію існуючих закладів без залів для обслуговування. Такі заклади з новою концепцією мають назву Dark, Cloud чи Ghost Kitchen (з англ. чорна, хмарна чи кухня-привид). Ці кухні також починають будувати й існуючі в Україні агрегатори. Glovo задекларував власний проект Cook Room, на виробничих площах якого можуть працювати три ресторани з різною кухнею. За минулий рік попит на доставку їжі у українців зріс у кілька разів. Звичка замовляти їжу вже стала частиною повсякденного життя здебільшого для міленіалів. Світ адаптується до нових реалій і це стає невід'ємною частиною життя людей.