

И. Д. Кобзев

*Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь
Научный руководитель – Е. А. Гопка, старший преподаватель*

ТЕНДЕНЦИИ, РИСКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ МОНЕТИЗАЦИИ УСЛУГИ ДОСТАВКИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ВКУСВИЛЛ»

В статье проведен анализ текущих тенденций, рисков и перспектив монетизации услуги доставки на примере компании «ВкусВилл». В условиях растущего спроса на онлайн-покупки компания предлагает уникальные условия бесплатной доставки без минимальной суммы заказа, что привлекает клиентов, но также создает вызовы с точки зрения рентабельности и логистики. Особое внимание уделено перспективам использования технологий, таких как искусственный интеллект, для оптимизации процессов доставки. Одной из ключевых идей статьи является предложение о внедрении услуги «обратного хода курьера», которая позволит выполнять дополнительные задачи для клиентов, такие как вынос мусора или отправка писем, что увеличит лояльность и удобство для потребителей. В статье также рассматриваются возможные риски, включая рост заработных плат курьеров и мошенничество со стороны клиентов. В результате предложены рекомендации для дальнейшего улучшения бизнес-модели доставки компании «ВкусВилл», что позволит ей укрепить свои позиции на рынке и сохранить лидерство в условиях меняющихся потребностей и предпочтений потребителей.

Ключевые слова: *ВкусВилл, доставка продуктов, e-grocery, бесплатная доставка, обратный ход курьера, оптимизация логистики*

Современные ритейлеры сталкиваются с постоянно меняющимися предпочтениями потребителей и требованиями рынка, что стимулирует развитие новых бизнес-моделей и сервисов. Одной из ключевых стратегий привлечения клиентов стала доставка, которая пользуется большим спросом, особенно в сегменте продуктовой розницы. Ярким представителем этого рынка является компания «ВкусВилл», чья бизнес-модель включает в себя активное развитие онлайн-продаж и услуги доставки. Однако успешная реализация данной модели требует не только инновационного подхода, но и глубокого анализа тенденций и рисков. Рассмотрим эти аспекты на примере компании «ВкусВилл», проведем анализ особенностей рынка и представим перспективы развития сервиса доставки.

Услуга доставки продуктов во «ВкусВилл» особенно актуальна в условиях растущего спроса на онлайн-покупки и доставки, которые стали неотъемлемой частью современной жизни. Компания активно развивает сервис доставки, предлагая бесплатные условия для клиентов, что повышает ее привлекательность. Однако такая модель требует глубокого анализа, так как рост затрат на логистику и необходимость адаптации к новым технологиям ставят перед компанией серьезные вызовы. Изучение этих факторов важно для понимания устойчивости и долгосрочного успеха «ВкусВилл», а также поиска путей эффективной монетизации услуги доставки.

Цель исследования – предложить идеи для дальнейшего улучшения бизнес-модели доставки «ВкусВилл».

За последние пять лет рынок доставки в розничной торговле России значительно вырос, особенно в сегменте электронной коммерции и доставки продуктов. Влияние пандемии стало ключевым драйвером, когда онлайн-торговля и доставка продуктов стали необходимостью. Рынок e-grocery (доставка продуктов) показал заметные темпы роста. В 2020 г. объем рынка вырос на 137 %, а в 2022 г. продолжил рост на 37 %, хотя и с замедлением по сравне-

нию с предыдущими годами [1]. Курьерская доставка в целом выросла на 24,5 % в 2022 г., достигнув объема в 1,7 трлн р. Причем 47 % этого объема пришлось на доставку товаров из интернет-магазинов и маркетплейсов [2].

Компания «ВкусВилл» была основана в 2009 г. российским предпринимателем Андреем Кривенко. В 2018 г. «ВкусВилл» запустил услугу доставки, которая быстро приобрела популярность среди клиентов [3]. Одной из ключевых ее особенностей является бесплатная доставка для всех клиентов без необходимости достижения минимальной суммы заказа. Это уникальное предложение на рынке, где большинство компаний устанавливают минимальные суммы для бесплатной доставки. Такая стратегия помогает компании привлекать широкий круг покупателей, особенно тех, кто делает небольшие покупки. Однако для «ВкусВилл» это также связано с определенными вызовами в плане рентабельности и управления затратами на логистику.

Перспективы развития компании «ВкусВилл» на фоне современных тенденций в сфере доставки и использования технологий выглядят весьма многообещающе. Организация уже сейчас может активно интегрировать в свою работу искусственный интеллект (ИИ), который способен повысить эффективность процессов. Например, если клиент регулярно заказывает определенные продукты, такие как молоко каждые два дня, система ИИ может заранее спрогнозировать эти заказы и готовить доставку еще до момента оформления нового заказа. Это позволит не только оптимизировать внутренние процессы, но и существенно сократит время ожидания для клиентов, увеличив их доверие к компании. Внедрение таких технологий даст возможность оптимизировать маршруты курьеров, что в конечном итоге снизит затраты и улучшит логистику.

Также одним из ключевых направлений, которое может стать конкурентным преимуществом для «ВкусВилл» в перспективе, является гиперлокальная доставка. В условиях крупных городов, таких как Москва и Санкт-Петербург, потребители ценят скорость и удобство, и доставка в течение 10–15 минут может стать сильным аргументом в пользу выбора именно «ВкусВилл». Для реализации этого компания может развивать сеть дарксторов (специальный формат склада, в котором собирают товары для формирования онлайн-заказов и дальнейшей передачи в доставку), расположенных в жилых районах. Это обеспечит моментальную доставку самых востребованных товаров, что будет особенно актуально в ритме жизни крупных мегаполисов. Гиперлокальная доставка создаст новый стандарт обслуживания, который обеспечит лояльность клиентов и выделит компанию на фоне конкурентов.

Помимо этого, расширение географии – как на российском рынке, так и за его пределами – открывает перед компанией новые горизонты. Например, выход на рынки таких стран, как Республика Беларусь, где конкуренция среди служб доставки все еще небольшая. В Беларуси сервисы доставки, такие как «Е-доставка», еще не достигли высокого уровня комфорта и скорости обслуживания, а платная доставка с долгим временем ожидания оставляет потребителям пространство для выбора более качественного сервиса. «ВкусВилл» с его опытом и эффективной моделью может значительно улучшить клиентский опыт в таких странах, тем самым завоевывая новых покупателей.

Кроме того, «ВкусВилл» может развивать дополнительные услуги, которые расширят его функционал и увеличат лояльность клиентов. Рассмотрим предложенную нами дополнительную услугу подробнее. Идея внедрения услуги «обратного хода курьера», при которой курьер после доставки заказа может выполнить дополнительные задачи для клиента, имеет большой потенциал и может значительно повысить удобство сервиса доставки компании «ВкусВилл». Этот подход предлагает решение сразу нескольких проблем, связанных с со-

временным образом жизни, когда люди ценят не только скорость доставки, но и удобство в выполнении рутинных дел.

Во-первых, данная услуга может быть востребована среди клиентов, которые стремятся экономить время. Возможность того, что курьер на обратном пути может выбросить мусор, отнести письмо на почту или отдать вещи в химчистку, значительно уменьшит необходимость клиентам делать эти задачи самостоятельно. Это особенно актуально для жителей крупных городов, где время – самый ценный ресурс, и каждая возможность делегировать мелкие дела помогает более рационально распоряжаться своим днем. В условиях плотного рабочего графика или семейных обязательств такая услуга может стать неоценимой для клиентов, особенно для тех, кто регулярно делает онлайн-заказы.

Во-вторых, это нововведение также выгодно с точки зрения устойчивого потребления и экологической ответственности. Например, возможность для курьера выкинуть перерабатываемый мусор на обратном пути снижает количество автомобилей на дорогах и, следовательно, углеродный след. Клиенты, заинтересованные в экологических решениях, оценят это как способ уменьшить нагрузку на окружающую среду. Кроме того, такие услуги позволят повысить лояльность клиентов, создавая ощущение заботы о повседневных потребностях, что выделит «ВкусВилл» среди конкурентов, предлагая уникальный уровень персонализации и заботы о потребителе.

Таким образом, услуга обратного хода курьера не только расширит функциональность сервиса, но и позволит укрепить свою позицию на рынке, предлагая клиентам максимальный комфорт и эффективность.

Несмотря на значительные перспективы развития, «ВкусВилл» также сталкивается с рядом рисков, которые могут повлиять на дальнейшую судьбу сервиса доставки. Для того чтобы оставаться конкурентоспособной и успешно внедрять инновации, компании необходимо учитывать и минимизировать возможные угрозы, связанные с операционными и внешними факторами. Рассмотрим ключевые риски, с которыми «ВкусВилл» может столкнуться в ближайшем будущем.

Один из таких рисков – мошенничество со стороны клиентов, которое может существенно увеличить операционные издержки. Клиенты могут использовать недобросовестные методы, такие как ложные претензии о недоставке, возвраты средств за уже полученные товары или иные манипуляции с заказами. Это ставит перед компанией задачу улучшения механизмов контроля и защиты от подобных действий.

Другим серьезным риском является резкий рост заработных плат курьеров, вызванный дефицитом рабочей силы, который может быть усугублен экономическими последствиями сложной международной обстановки. Повышение зарплат из-за нехватки кадров в сфере доставки может оказать значительное давление на прибыль компании, особенно с учетом ее политики бесплатной доставки. Для «ВкусВилл» это создает необходимость пересмотра логистических процессов и возможного введения гибких моделей оплаты труда, либо поиска способов автоматизации доставки (роботы-доставщики) [4].

Еще один важный риск связан с расфокусировкой на разных бизнес-процессах. «ВкусВилл» активно развивается в нескольких направлениях одновременно – от розничной торговли до онлайн-продаж и логистики. Если компания не сможет эффективно управлять данными процессами, это может привести к снижению качества услуг и усложнению внутренней структуры. Необходимость поддерживать высокие стандарты в каждом сегменте требует постоянного контроля и адаптации к изменениям рынка.

В заключение отметим, что в работе был проведен анализ тенденций, рисков и перспектив монетизации услуги доставки в компании «ВкусВилл». Рассмотрены основные особенности бизнес-модели и предложены идеи, которые помогут повысить ее эффективность. Одной из ключевых предложенных инноваций является услуга обратного хода курьера, которая не только улучшит удобство для клиентов, но и позволит компании рациональнее использовать ресурсы. Эта идея особенно актуальна в условиях, когда экологическая ответственность и экономия времени становятся важными факторами для потребителей. Внедрение таких сервисов поможет «ВкусВилл» укрепить свою позицию на рынке и оставаться лидером в сфере доставки продуктов.

Список использованных источников

1. Технологии, ассортимент, регионы: как развивается рынок e-grocery // РБК Отрасли. – 2024. – URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/660a7c599a794770a23ea160> (дата обращения: 01.10.2024).
2. 5 фактов о российском рынке доставки готовой еды и продуктов // РБК Магазин Исследований. – 2024. – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14609/>. (дата обращения: 01.10.2024).
3. ВкусВилл // Википедия. – 2024. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BA%D1%83%D1%81%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%BB> (дата обращения: 01.10.2024).
4. «Чёрная дыра, втягивающая кадры»: Forbes – о том, как маркетплейсы и сервисы доставки создали дефицит на рынке труда // vc.ru. – 2024. – URL: <https://vc.ru/hr/1218059-chernaya-dyra-vtyagivayushaya-kadry-forbes-o-tom-kak-marketpleisy-i-servisy-dostavki-sozdali-deficit-na-rynke-truda> (дата обращения: 01.10.2024).