

ГОТОВНОСТЬ сервисов доставки еды анализ и перспективы

Узнать больше



Диджитал агентство



сайткреатив

создание и продвижение сайтов

2026





Содержание

1. Информация о проводимом исследовании

1.1 Введение	3
1.2 Цели и задачи	3
1.3 Источники данных	4
1.4 Выбор доставок еды для анализа	4

2. Результаты исследования

2.1 CMS	5
2.2 Выбор фреймворка	6
2.3 Загрузка сайта	7
2.4 Выбор позиции	8
2.5 Наполненность карточки	11
2.6 Оформление заказа	12
2.7 Оформление сообщества	14
2.8 Активность	15

3. Выводы



Введение

Рынок доставки еды в России демонстрирует потенциал роста, согласно исследованиям, прогнозирующим развитие отрасли до 2027 года. Аналитики ожидают существенный рост оборота и прибыли, обусловленный изменением потребительских привычек, развитием цифровых технологий и доступностью доставки.



Ключевой вопрос – готовность российских компаний к увеличению спроса, особенно в эффективной обработке заказов через онлайн-платформы, которые становятся главным каналом взаимодействия с клиентами.

Наши предыдущие исследования фокусировались на **макроуровне** рынка, но недостаточно освещали эффективность онлайн-сервисов на **микроуровне**.

Данное исследование заполняет этот пробел, оценивая готовность рынка доставки к изменениям.



Цель



Целью данного исследования является **оценка готовности** российских брендов к прогнозируемому росту рынка доставки еды, как на глобальном уровне, так и в России. В условиях увеличения потребительских ожиданий по скорости доставки и роста требований к операционным процессам, мы анализируем одну из самых популярных категорий – **доставку роллов**.

Задачи

1. Оценить, какие CMS-системы чаще всего используются для сайтов доставки и выявить тенденции на ближайшие годы
2. Оценить готовность сайтов к нагрузкам и скорость загрузки страниц
3. Проанализировать удобство использования сайта с помощью фокус-группы (навигация, поиск, время взаимодействия)
4. Оценить время выбора трёх популярных позиций (Филадельфия, Калифорния, ролл с лососем/крабом) и процесс оформления заказа
5. Проверить информативность товаров с учётом современных тенденций на рынке доставки еды в России
6. Оценить качество и оформление сообществ в VK (фирменный стиль, наличие меню, структура)
7. Проанализировать оформление и функциональность меню на сайте
8. Оценить разнообразие и количество контента
9. Оценить вовлечённость и активность подписчиков в сообществах

Источники данных

Информация для исследования была собрана через поисковую сеть Яндекса, поскольку это самая популярная поисковая система в России на 2025 год. В выборку вошли сайты из крупных городов России, находящиеся в ТОП органической выдачи (сайты с контекстной рекламой не учитывались).

Итоговая выборка включила 40 сайтов и 37 сообществ в VK. Дополнительные источники данных:

- ✓ Сервис 2IP для выявления CMS-систем
- ✓ Сервис Loading Express для оценки скорости загрузки сайтов
- ✓ Фокус-группа для оценки удобства использования сайтов и сообществ



Важная рыба

Дракон вагон

Sushi Poke Bowl

Ресторан Такэ

Суши Dimash

Японский домик

Выбор доставок еды для анализа



Сушиwok

Dostaевский

Fishka 96

Kamakura

Kosmobox

Nashi sushi

Авто суши

Sushi-Bro

Sushi7

Автор

Аппетит

Кукси

Рыбае

Мир суши

Папа панда

Суши Аист

Суши восток

Сакура

Суши даром

Суши дом

Суши маг

Суши ням

Японо суши

Сушисет

Япончик

Фуджи

Каратэ суши

Результаты

CMS-система/Стэк

Крупные игроки выбирают самописные решения, что указывает на одну из тенденций: необходимость сложных и дорогостоящих разработок для роста бизнеса.

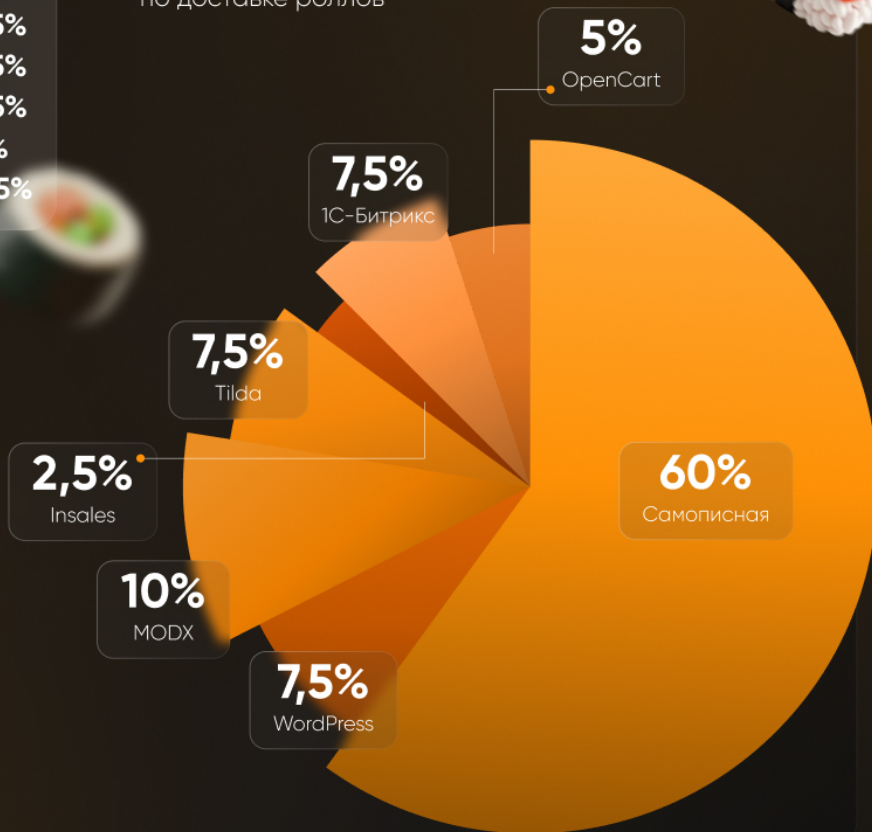


CMS

Самописная	60%
MODX	10%
1С-Битрикс	7,5%
Tilda	7,5%
WordPress	7,5%
OpenCart	5%
Insales	2,5%



Количественный анализ CMS, применяемых сервисами по доставке роллов



Результаты

Выбор фреймворка



Рекомендация: выбор платформы – стратегически важное решение, которое должно учитывать текущие и будущие потребности бизнеса. На начальном этапе создания сайта можно рассмотреть CMS-системы.

Однако, как показывает опыт крупных игроков, переход на самописные сайты позволяет повысить эффективность работы и расширять возможности бизнеса, делая шаг вперед в развитии.



Количественный анализ фреймворков,

применяемых сервисами по доставке роллов

Среди фреймворков лидирует:

Vue 24.2%

Далее следуют:

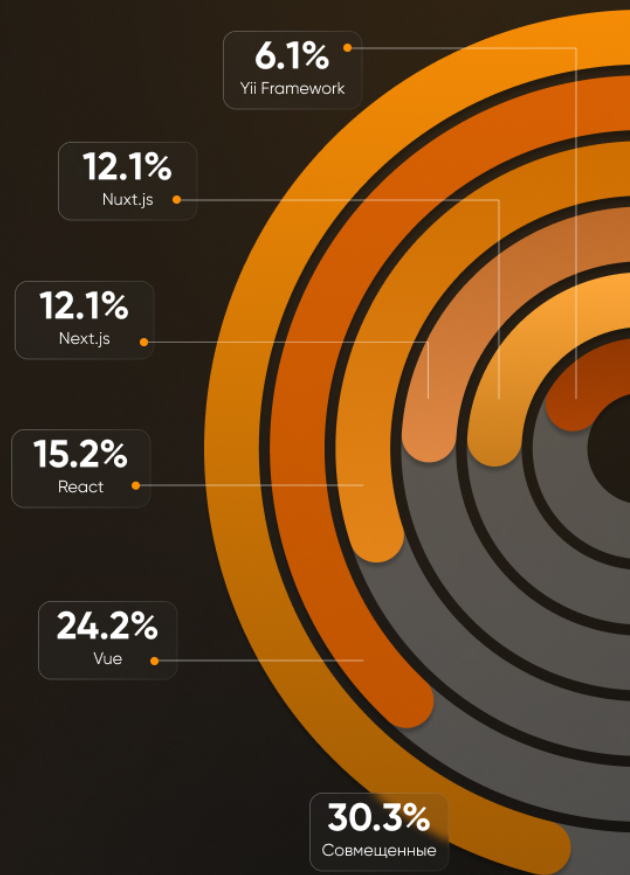
React 15.2%

Next.js 12.1% **Nuxt.js**

Yii Framework 6.1%

jQuery используется дополнительно в 21,4% случаев, а 30,3% сайтов комбинируют два и более фреймворка.

30% сайтов применяют PHP как скриптовый язык программирования, так как используют уже готовые CMS-системы





Загрузка сайта

Для анализа скорости загрузки сайтов мы использовали сервис **Loading Express**.

Прежде чем поделиться результатами, напомним оптимальное значение:

Время загрузки сайта, чтобы считаться быстрым, должно быть **< 4 сек**

По данным сервиса, были сделаны следующие выводы:

- Среднее время загрузки сайта — **7,8** секунд (неудовлетворительный результат)
- Среднее время загрузки самописных CMS-систем — **9,1** секунда
- Среднее время загрузки готовых CMS-систем **5,7** - секунд
- Самое долгое время загрузки — **32,1** секунды (самописная CMS, неудовлетворительный результат)
- ✓ Самое быстрое время загрузки — **1,7** секунды (CMS ModX, отличный результат)
- ! **27,5%** сайтов загружаются в пределах нормы, из них **54,5%** на готовых CMS
- ! **68,9%** сайтов на самописных CMS загружаются более **4** секунд

Время загрузки сайтов



Вывод: несмотря на то, что самописные CMS должны показывать пример в отрасли, они демонстрируют неудовлетворительные результаты и нуждаются в оптимизации. Основные причины медленной загрузки — большое количество данных, таких как загрузка всего меню сразу, тяжелые изображения, всплывающие окна и другие ресурсоемкие элементы

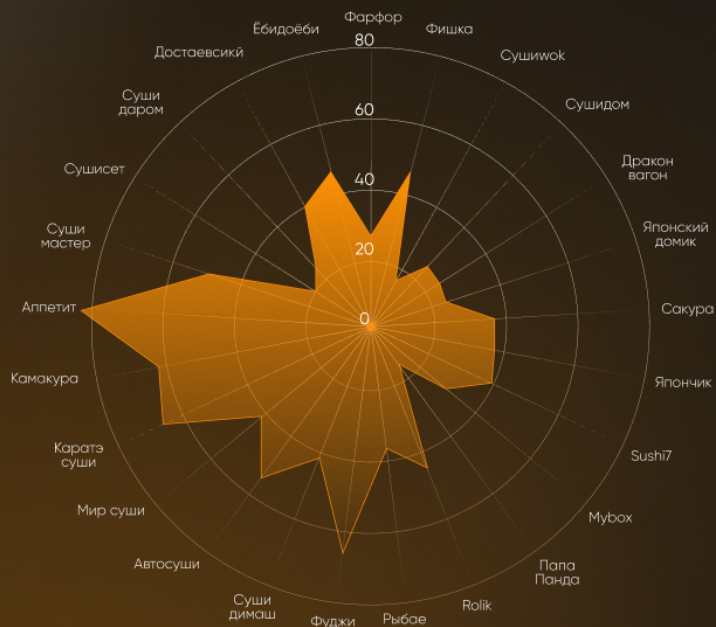
Выбор позиции на сайте

и ориентирование по сайту

Для оценки была сформирована фокус-группа, которой было предложено добавить в корзину три позиции: **Филадельфия**, **Калифорния** и **классический** ролл с лососем или крабом. Задание выполнялось как на десктопной, так и на мобильной версии сайта.

Прежде чем озвучить итоги, отметим оптимальное время:

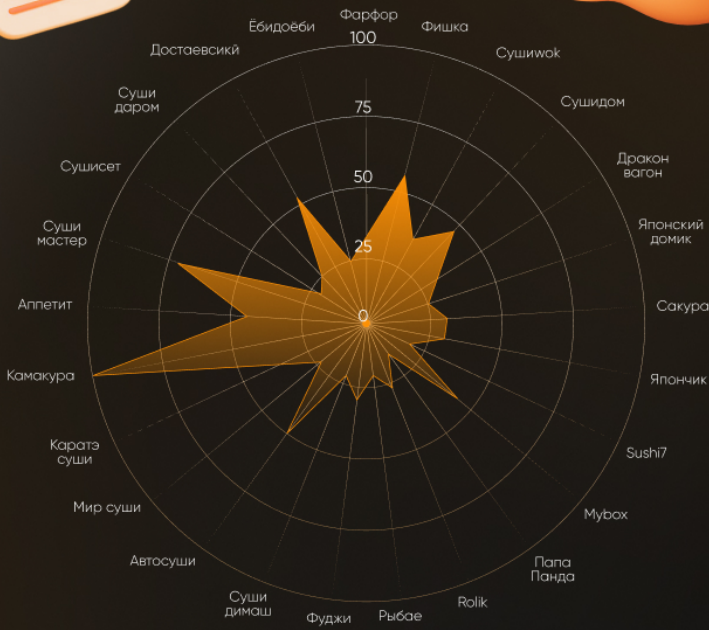
⚠ Среднее время выбора позиций на сайте составляет **2-3** минуты



Мобильная версия

Итоги фокус-группы:

- ✓ Среднее время выбора позиций на десктопной версии – **37** секунд (удовлетворительно)
- ✓ На мобильной версии – **38,4** секунды (удовлетворительно)



Десктопная версия

Итоги фокус-группы:

Фокус-группа предположила, что незначительное преимущество десктопной версии связано с тем, что на одном экране помещается больше товаров, однако разница всего 1,4 секунды.

Важно отметить, что более 60% пользователей совершают заказы через мобильные устройства.

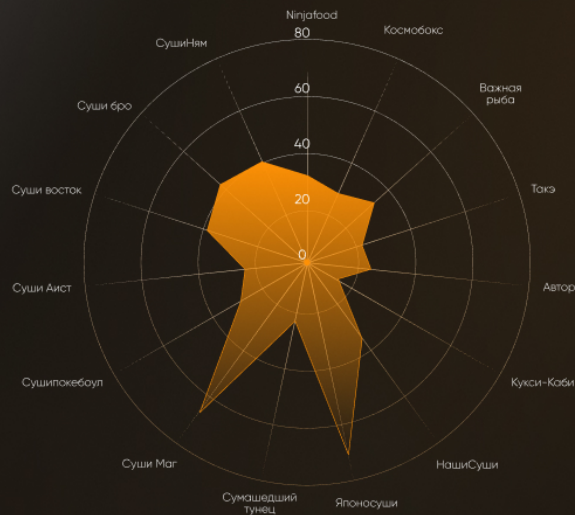
Каждый интернет-магазин должен иметь поиск, даже при наличии менее 50 товаров. Среди 40 проанализированных сайтов:

- ! **47,5%** имеют функцию поиска
- ! **20%** используют автоматизированный поиск с подсказками и корректировкой ошибок
- ! Поиск присутствует у **68%** самописных систем и **32%** готовых CMS

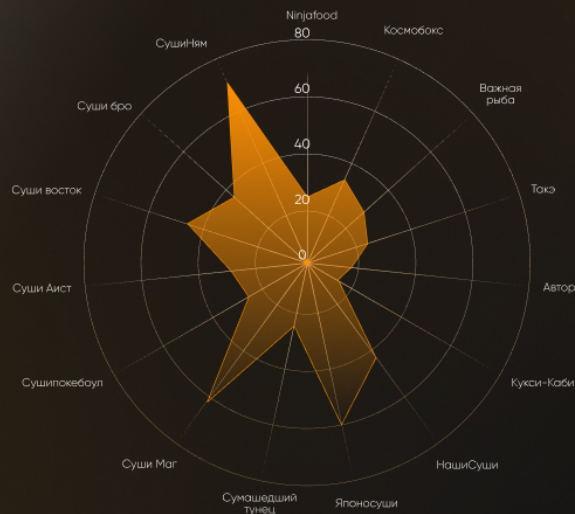
Фокус-группа также протестировала добавление товаров в корзину тех же позиций с учетом поиска:

- ! Среднее время поиска на десктопе – **40,3** секунды
- ! На мобильной версии – **46,2** секунды

Вывод: Использование поиска заняло больше времени, чем выбор без него, что неудовлетворительно. Поиск должен ускорять процесс и сокращать количество шагов до конверсии, но в данном случае он оказался менее эффективным, вероятно, из-за слабой адаптации под поведение пользователя.



Десктопная версия



Мобильная версия



Итоги фокус-группы:

Тем не менее, были замечены и положительные стороны. Фильтрация на основе популярных товаров и пользовательского опыта или дополнительная фильтрация значительно ускоряет выбор. Это позволяет пользователям быстрее находить востребованные блюда, улучшая удобство навигации и повышая удовлетворенность клиентов.

Из выводов выше проводилась и оценка удобства навигации по пятибалльной шкале, где **5** – максимальное удобство, а **1** – минимальное.

! Средняя оценка составила **4,4** балла

Снижение оценок связано с отсутствием полноценного функционала поиска, несмотря на наличие фильтров.

Тем не менее, сайты стараются сделать процесс максимально простым: выводят популярные товары на главную страницу и применяют различные фильтры для облегчения поиска.



Удобство навигации на сайте



57.5%

Оценка 4

★ 4.4

Средняя оценка

42.5%

Оценка 5

Наполненность карточки

Этот пункт играет важную роль в формировании лояльности клиентов и продвижении компании. К 2026 году стандартной информации о весе и количестве роллов недостаточно. Важно предоставлять данные о калорийности и пищевой ценности (КБЖУ), поскольку многие молодые потребители следят за здоровым питанием.

Название

Граммовка

Состав

КБЖУ

Фотография
товара

Количество штук
в позиции

По итогам анализа:

- ! Средняя оценка наполненности карточек – **4,7** балла
- ! **62,5%** имеют высокую оценку наполненности карточки
- ! **12,5%** было оценено в **4** балла по причине отсутствия КБЖУ и/или количества штук в позиции

Фокус-группа также отметила возможность оставлять отзывы на отдельные блюда, что может улучшить взаимодействие с пользователями.

Наличие **КБЖУ** укрепляет доверие к бренду и в долгосрочной перспективе повышает репутацию и конкурентоспособность, привлекая аудиторию, ценящую полные данные о продуктах.

Анализ наполненности карточек на сайтах сервисов

на основании оценки фокус-группы



Оформление заказа

Оформление заказа играет важную роль, так как до **20%** пользователей могут покинуть сайт из-за лишних шагов или ненужных полей.

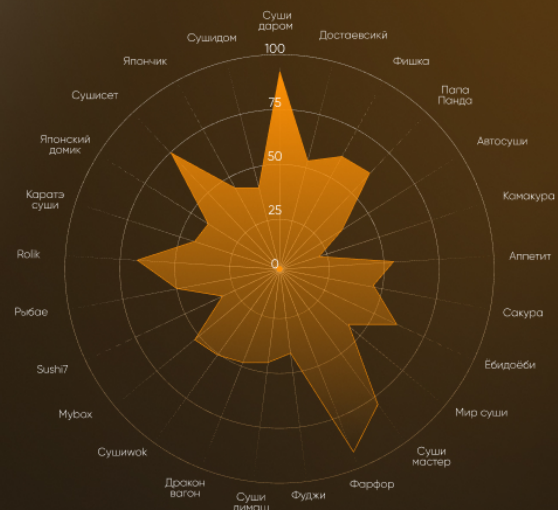
Оптимальное время оформления — **5-7** минут.

Итоги анализа:

- ! Среднее время оформления на десктопе — **56,9** секунд, на мобильной версии — **50,5** секунд
- ! **37,5%** сайтов требуют обязательную регистрацию (в основном самописные системы)
- ! Средняя оценка удобства оформления заказа — **4,5** балла
- ! **55%** сайтов получили оценку **5** за процесс оформления заказа
- ! Из-за необходимости регистрации и большого количества полей для заполнения **42,5%** получили оценку **4** балла



Десктопная версия



Мобильная версия

Оформление заказа

необходимость регистрации

Проблемы:

- Обязательный ввод адреса до начала выбора товаров может вызывать дискомфорт у пользователей
- Обязательная регистрация удлиняет процесс и создает негативный опыт. Регистрацию лучше предлагать после завершения заказа

Положительные моменты:

- ✓ Возможность предзаказа и доставки ко времени
- ✓ Подтверждение заказа через мессенджеры без звонков
- ✓ Бонусные системы и дополнительные товары



55%
5 баллов

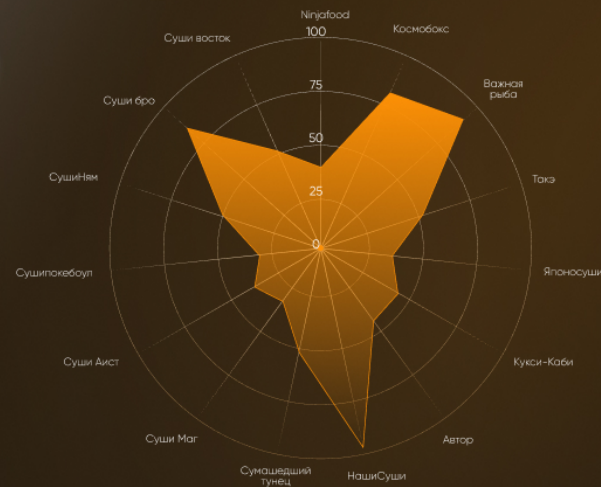
2.5%
3 балла

42.5%
4 балла

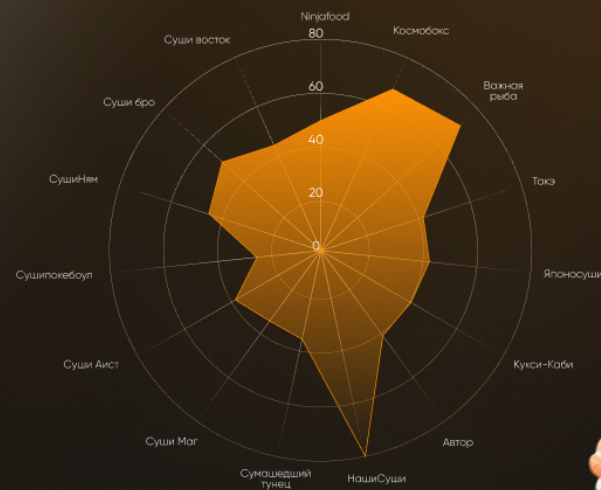
Легкость
оформления
заказа

62.5%
не обязательная

Необходимость регистрации



Десктопная версия



Мобильная версия



Оформление сообщества в VK

и меню

Перед началом анализа важно отметить, что из **40** исследованных сайтов только **37** имеют сообщества. Одну из групп заблокировали за подозрительные акции, а другая не была найдена нашей фокус-группой на сайте.

Первой задачей было оценить оформление сообщества (обложка, меню, логотип, виджеты, описание, контакты и т.д.) и наличие меню. Визуальную составляющую мы не оценивали балльно, так как это субъективно, но можем выделить ключевые моменты:

- ! **13,5%** сообществ не имеют никакого оформления
- ! **27%** имеют слабое оформление без единого фирменного стиля
- ! Отличное оформление характерно в основном для крупных игроков на рынке доставки
- ! **32,4%** не имеют в сообществе какого-либо меню (как услуги или как мини приложение)
- ! **5%** используют меню в качестве анонса каких-либо позиций (региональные сообщества, которые имеют единственное сообщество на всю Россию)
- ! **8%** давно не обновляли меню, цены не актуальные

Также хотим обратить внимание на процесс оформления заказа. Фокус-группа отметила следующие варианты оформления:

- ! **46,2%** предлагают написать сообщение с заказом в сообщество
- ! **23,1%** переводят на страницу товара на сайте
- ! **15,4%** направляют на главную страницу сайта
- ! **15,4%** используют приложения для оформления заказа

! Рекомендуется регулярно обновлять УТП на обложке и элементы дизайна группы, уделяя внимание визуалу для привлечения новых подписчиков и сохранения лояльности. Для меню лучше всего использовать перевод на конкретную позицию на сайте или возможность заказа прямо через сообщество.

23.1%
перевод на
страницу товара

15.4%
перевод на
главную сайта

46.2%
сообщение
в сообщество

15.4%
приложение
в VK

13.5%
нет
оформления

59.5%
качественное
оформление

27%
слабое
оформление

Охваты, подписчики и контент

Количество подписчиков в сообществах варьируется, но лидируют крупные региональные представители с единым сообществом для всей России.

Анализ проводился в конце 2025 года, и результаты остаются актуальными:

- ! 16,2% сообществ имеют до 1000 подписчиков
- ! 56,7% — до 50 000 подписчиков
- ! 13,5% — до 100 000 подписчиков
- ! 10,8% — более 100 000 подписчиков.



Живой контент от клиентов привлекает наибольшую вовлеченность, а для стабильного продвижения достаточно 20-30 постов в месяц.

- ! 91,8% публикуют статичные посты с акциями, товарами и конкурсами
- ! 62,1% используют видеоконтент, включая короткие ролики и мемы
- ! 43,2% публикуют живой контент с фото заказов от клиентов, который получает наибольшие охваты и активность
- ! Средний охват постов — 5600
- ! 35% сообществ охватывают до 1000
- ! 59,4% — до 10 000
- ! 2% достигают более 100 000 (крупные региональные игроки)



Охват постов



Активность сообществ по количеству постов в месяц:

MAX

150 постов в месяц



Вывод

В современном цифровом рынке успех бизнеса зависит от качества онлайн-присутствия. Оптимизированный сайт — не просто визитка, а инструмент взаимодействия с аудиторией. Техническая оптимизация, метатеги, структура и контент, ориентированный на пользователей, создают удобный опыт, повышая доверие и стимулируя взаимодействие.

Малому бизнесу лучше всего начинать с социальных сетей, среднему — переходить на CMS-системы. И только став конкурентом лидеров рынка, стоит задуматься о самописных системах, которые обеспечат максимальную эффективность и скорость работы, необходимые для поддержания имиджа лидера в своей нише.


Однако одной оптимизации сайта мало. **Активное ведение социальных сетей** и **разнообразный контент** удерживают и привлекают аудиторию, создавая активное сообщество.


Забота о клиентах — ключ к долгосрочной лояльности. Улучшение опыта, внимание к отзывам и совершенствование сервиса привлекают и удерживают клиентов. В итоге сочетание оптимизации сайта, соцсетей и заботы о клиентах обеспечивает стабильное развитие бизнеса.



 **сайткреатив**
создание и продвижение сайтов

 г. Саратов, ул. Комсомольская, дом 52, офис 300

 8 (917) 024-44-40

 manager@site-creative.ru



2026

Контакты

Все вопросы по исследованию можете задавать Дарье Теленковой

d.telenkova@site-creative.ru

