

ОБЗОР АРХИТЕКТУРЫ СОВРЕМЕННЫХ ЦИФРОВЫХ

ПРОДУКТОВЫХ ПЛОЩАДОК

Аннотация: Данный обзор представляет анализ архитектуры современных цифровых продуктовых площадок, выявляя основные структурные компоненты, взаимосвязи и инновационные технологии, используемые в их разработке. Рассматриваются ключевые аспекты дизайна, масштабируемости, безопасности и эффективности, обеспечивающие высокую функциональность и удовлетворение потребностей разнообразных пользователей в современном цифровом ландшафте.

Ключевые слова: продуктовые площадки, онлайн-торговля, маркетинг.

Abstract: This review presents an analysis of the architecture of modern digital product platforms, identifying the main structural components, relationships and innovative technologies used in their development. The key aspects of design, scalability, security and efficiency that provide high functionality and meet the needs of diverse users in the modern digital landscape are considered.

Keywords: product platforms, online trading, marketing.

Потоки 1- 6, 9, 10 напрямую нацелены на подключение к сервису или отключение от него. Работа с сервисом начинается с регистрации пользователя, оптовых организаций, компании доставки в приложении сервиса, далее следует подтверждение регистрации. Также сервис подключается к системам НСПК для оплаты клиентами заказов с использованием QR-кодов через СБП [1].

Все информационные потоки 1-14 нацелены на оказание услуг в рамках сервиса. После начальной регистрации с помощью информационных потоков 4, 6 (предоставление оптовыми организациями и компанией доставки информации о местоположении пунктов сбора заказа

и курьеров) сервис, анализируя информацию о пользователе, подбирает наиболее удобно расположенную оптовую организацию и курьерскую базу, чтобы обеспечить лучшую работу [2].

В работе сервиса могут возникнуть некоторые проблемы концептуального уровня. Начать стоит с онлайн соединения, сервис работает посредством приложения, в данное время, любой такой сервис подвержен проблемам интернет-соединения и различным сбоям. Ошибки могут возникать как со стороны сервиса, так и со стороны участников сервиса, в результате проблем в работе интернет-провайдеров. Для исключения сбоев со стороны сервиса можно предусмотреть в рамках договорных отношений с интернет-провайдером канал резервного подключения.

Некачественное предоставление услуг партнерами сервиса (оптовыми организациями и компанией доставки), результатом которого может быть неправильно собранный заказ в оптовой организации или посредственное качество некоторых продуктов в заказе, несоблюдение времени доставки. Решение этих вопросов возможно через установление определенных критериев качества предоставления услуг в рамках партнерских договоров и условий гарантии качества, а также через введение штрафных санкций за несоблюдение установленных критериев качества (рисунок 1).

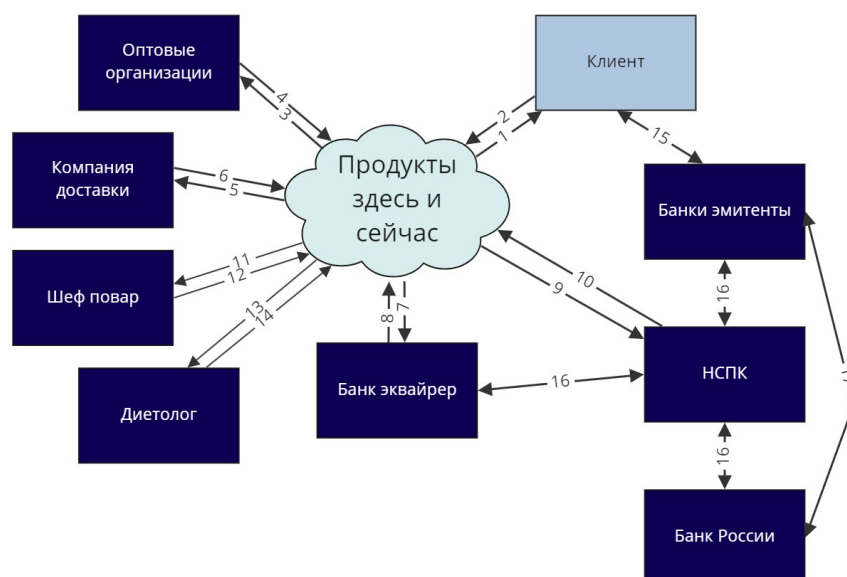


Рисунок 1. Архитектура системы

Использованные источники:

1. Малахова Т.Н., Власова В.Н., Богданова Н.В. Прогрессивные методы продажи продовольственных товаров, и их экономическая эффективность // Парадигма. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/progressivnyye-metody-prodazhi-prodovolstvennyh-tovarov-i-ih-ekonomicheskaya-effektivnost> (дата обращения: 23.11.2023).
2. Мельникова Т.Ф., Тарануха С.А., Мельникова А.В., Мельникова В.Л. Специфика продажи товаров продовольственного назначения и защита прав потребителей // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. №12 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-prodazhi-tovarov-prodovolstvennogo-naznacheniya-i-zaschita-prav-potrebiteley> (дата обращения: 23.11.2023).