

*студент, Уфимский Университет Науки и Технологий,*  
**ОБ УЧАСТНИКАХ СОВРЕМЕННЫХ ЦИФРОВЫХ ПРОДУКТОВЫХ  
ПЛОЩАДОК**

*Аннотация: Данная статья исследует участников современных цифровых продуктовых площадок, анализируя их роль, взаимодействие и влияние в динамичном цифровом экосистеме. В фокусе внимания — особенности поведения и ожидания пользователей, а также стратегии участников, сформировавшихся в условиях быстрого развития цифровых технологий.*

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

*Abstract: This article explores the participants of modern digital product platforms, analyzing their role, interaction and influence in a dynamic digital ecosystem. The focus of attention is on the behavior and expectations of users, as well as the strategies of participants formed in the conditions of rapid development of digital technologies.*

*Keywords: product platforms, online trading, marketing.*

Организатор сервиса выполняет функции платежного агрегатора по договору с обслуживающим его банком-эквайером, а также функции агента ТСП по договору с НСПК, в рамках которых организатор сервиса обеспечивает прием платежей клиентов за приобретенные продукты с использованием платежных карт, электронных кошельков, QR-кодов, платежных приложений и других электронных средств платежа на свой специальный банковский счет с последующим переводом денежных средств клиентов в адрес оптовых организаций, реализовавших продукты, и компании доставки.

Клиент – физическое или юридическое лицо, осуществляющее заказ продуктов с использованием сервиса. Клиент с использованием сервиса может: выбрать свои предпочтения в отношении покупаемых продуктов (качество, торговую марку, цены), индивидуально настроить необходимый

набор продуктов (возможно настроить несколько наборов), оформить подписку на регулярную доставку соответствующего набора продуктов в определенное время, либо на словах перечислить боту Тимуру какие продукты нужны в какое время, воспользоваться сервисом выбора продуктов для определенных блюд по готовым рецептам либо в соответствии с определенной диетой. Предварительно клиент вносит в данные сервиса информацию о номере телефона, об адресах доставки, осуществляет привязку в приложении сервиса своей банковской карты, электронного кошелька или цифрового кошелька и выбирает предпочтительный способ оплаты, включая отложенный до 7 дней платеж. Опционально получает информацию об акциях и скидках на продукты [1].

Оптовые организации – партнеры сервиса, обеспечивающие оперативную сборку продуктов со склада и передачу заказа компании доставки. Присоединяются к разработанным сервисом условиям качества предоставляемых услуг и гарантируют их соблюдение. От сервиса они получают больше клиентов дистанционного обслуживания (физических и юридических лиц), приобретающих товары в розницу и оптом, а также возможность реализовать продукты в большем объеме по ценам выше оптовых, но ниже розничных. Дополнительно оптовые организации в роли партнеров сервиса могут получать аналитическую информацию о предпочтениях клиентов, объеме их покупок, на основе которой они смогут обеспечить полную потребность в продуктах и организовать систему лояльности и скидок для клиентов, а также, лучше вести маркетинговую кампанию, что будет привлекать клиентов продолжать пользоваться услугами сервиса, реализованными в партнерстве с оптовыми организациями.

Компания доставки – участник сервиса, обеспечивающий доставку заказа клиенту. Присоединяется к разработанным сервисом условиям качества предоставляемых услуг и гарантирует их соблюдение. Сервис выгоден для нее, так как увеличит клиентскую базу и доходность бизнеса.

Помимо большего количества клиентов, компании доставки будет выгодно сотрудничество, так как это поможет им собрать много данных о местоположении, поведении и предпочтениях клиентов, что улучшит работу компании.

Банк-эквайрер предоставляет услуги эквайринга по операциям клиентов с банковскими картами с целью зачисления денежных средств клиента на банковский счет организатора сервиса как платежного агрегатора с последующим перечислением денежных средств партнерам сервиса, а также обеспечивает осуществление операций с электронными кошельками, открытыми клиентам в сервисе.

НСПК предоставляет сервису как агенту ТСП QR-коды для оплаты клиентами заказов через СБП, направляет в банк-эквайрер запрос сервиса на возврат стоимости заказа при необходимости.

Шеф повар – участник сервиса, разрабатывает интересные тематические рецепты и передает информацию в сервис.

Диетолог – участник сервиса, проводит консультирование пользователей сервиса по вопросам диетологии, разрабатывает различные программы диет и передает информацию в сервис [2].

#### **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-](https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-prodazhi-tovarov)

prodovolstvennogo-naznacheniya-i-zaschita-prav-potrebiteley  
обращения: 23.11.2023).

(дата