

Ахметзянов И.Р.

студент

Елабужский институт Казанский федеральный университет

Россия, г. Елабуга

**АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ
ПРОДАЖИ ИЛИ ДОСТАВКИ МОРОЖЕНОГО**

Аннотация: в работе представлен анализ современных мобильных приложений, предназначенных для продажи и доставки мороженого. В условиях растущей конкуренции на рынке пищевых технологий и увеличения популярности онлайн-сервисов, мобильные приложения становятся ключевым инструментом для взаимодействия с потребителями. В работе рассматриваются особенности пользовательского интерфейса и функциональные возможности.

Ключевые слова: мобильные приложения, доставка мороженого, пользовательский интерфейс, онлайн-продажи, технологии, маркетинг

Akhmetzyanov I.R.

student

Yelabuga Institute, Kazan Federal University

Russia, Yelabuga

**ANALYSIS OF EXISTING MOBILE APPLICATIONS FOR THE
SALE OR DELIVERY OF ICE CREAM**

Abstract: the paper presents an analysis of modern mobile applications designed for the sale and delivery of ice cream. With increasing competition in the food technology market and the increasing popularity of online services, mobile apps are becoming a key tool for interacting with consumers. The paper discusses the features of the user interface and functionality.

Keywords: mobile applications, ice cream delivery, user interface, online sales, technology, marketing

Анализ существующих мобильных приложений [1] для продажи или доставки мороженого касается как специализированных приложений от производителей мороженого, так и сервисов доставки еды, где мороженое является частью ассортимента. Чтобы оценить их преимущества и недостатки, рассмотрим несколько аспектов [2, 3]: функционал, пользовательский опыт, дизайн, технология и бизнес-модель.

1. Примеры существующих приложений

- Приложения производителей мороженого (например Ben & Jerry's, Baskin Robbins, Häagen-Dazs, см. рис. 1.1):

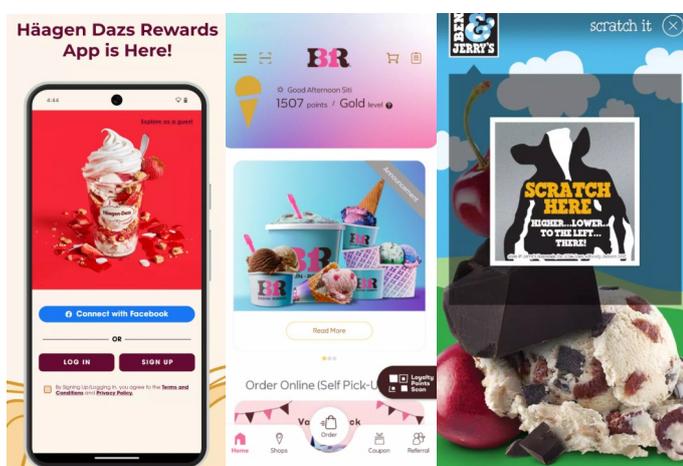


Рисунок 1.1 – Скриншот экранов производителей мороженого Ben & Jerry's, Baskin Robbins, Häagen-Dazs

- Эти приложения ориентированы на брендинг и прямое взаимодействие с клиентами. Часто включают функции доставки, поиска магазинов и акций.

- Приложения доставки еды (например, Uber Eats, Glovo, Яндекс.Еда, Deliveroo):

- Мороженое часто представлено как отдельная категория товаров.

- Местные сервисы и стартапы:

- Локальные мобильные приложения, предлагающие доставку свежего мороженого либо заказ десертов на основе мороженого.

2. Преимущества существующих приложений

Функционал:

- Удобство заказа: Пользователи могут заказать мороженое в несколько кликов, с выбором из широкого ассортимента.

- Доставка на дом: Возможность быстро получить мороженое, не выходя из дома, особенно в жаркую погоду.

- Геолокация: Приложения показывают ближайшие точки продажи мороженого.

- Акции и скидки: Часто предлагаются бонусы, купоны или программы лояльности.

- Персонализация: Некоторые приложения предлагают выбор персонализированных вкусов (например, создание собственного мороженого).

Дизайн и интерфейс:

- Современные приложения обычно просты и интуитивно понятны, с визуальным акцентом на аппетитные изображения десертов.

Интеграция с платежными системами:

- Поддержка различных способов оплаты: карты, электронные кошельки, Apple Pay, Google Pay.

Дополнительные функции:

- Рецепты с использованием мороженого.

- Информация о калориях и составе.

- Игровые механики (например, сбор баллов за покупки).

3. Недостатки существующих приложений

Функциональные ограничения:

- Ограниченная география доставки: Многие приложения работают только в крупных городах.

- Сезонность: Снижение интереса в холодное время года, что делает бизнес менее стабильным.

- Ограниченный ассортимент: Некоторые приложения предлагают слишком узкий выбор вкусов или брендов.

Проблемы с доставкой:

- Сохранение качества продукта: Мороженое может растаять или потерять товарный вид при доставке.

- Долгое время доставки: В некоторых случаях доставка занимает слишком много времени, что критично для продукта, требующего заморозки.

Технологические недостатки:

- Сбои в работе приложения: Зависания, ошибки при оформлении заказа или оплате.

- Отсутствие оффлайн-доступа: Многие приложения не позволяют заранее просматривать меню без подключения к интернету.

Пользовательский опыт:

- Сложный интерфейс: Некоторые приложения перегружены функциями, что затрудняет их использование.

- Отсутствие обратной связи: Мало возможностей оставить отзыв или быстро решить проблему с заказом.

Цена:

- Высокая стоимость доставки: Иногда доставка мороженого оказывается непропорционально дорогой.

- Отсутствие прозрачности: Некоторые приложения скрывают дополнительные комиссии до момента оплаты.

4. Возможности для улучшения

Функционал:

- Внедрение функции предзаказа с выбором времени доставки.

- Расширение ассортимента, включая веганские и диетические варианты мороженого.

- Обеспечение более стабильной системы охлаждения при доставке.

Технологии:

- Использование искусственного интеллекта для персонализации рекомендаций.

- Разработка более легких и быстрых приложений с минимальным потреблением трафика.

Лояльность клиентов:

- Развитие программ лояльности и геймификации (например, скидки за регулярные заказы).

- Введение системы подписки (доставка мороженого по подписке с фиксированной ежемесячной оплатой).

Партнерство:

- Коллаборация с местными кафе и магазинами для увеличения доступных точек доставки.

Существующие мобильные приложения для мороженого предлагают удобство и разнообразие, однако сталкиваются с проблемами, связанными с логистикой, сезонностью и качеством доставки. Улучшения в области технологий, логистики и пользовательского опыта могут помочь этим приложениям стать более конкурентоспособными и востребованными.

Использованные источники:

1. Shroff A. Online food delivery research: a systematic literature review / A. Shroff, B.J. Shah, H. Gajjar // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2022. – v. 34, № 8. – P. 2852-2883.
2. Чубенко М.Г. Анализ мобильных приложений и мобильного рынка / М.Г. Чубенко, Ю.А. Смирнова // *Вестник науки*. – 2020. – № 6. – С. 32-36.
3. DiFilippo K.N. The use of mobile apps to improve nutrition outcomes: A systematic literature review / K.N. DiFilippo, W-H Huang, J.E. Andrade, K.M. Chapman-Novakofski // *Journal of Telemedicine and Telecare*. – 2015. – v.21, № 5. – P. 243-253.