

УДК 007.3, 334.027, 330.47

ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РАЗРАБОТКИ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ МОБИЛЬНЫХ СИСТЕМ ОБРАБОТКИ ЗАКАЗОВ В СЕГМЕНТЕ NORECA С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ AR

Чистоходов Д. А. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург.)

Научный руководитель – д.э.н., профессор Цуканова О. А.

(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург.)

Аннотация.

Поиск способов повышения продаж и сокращения затрат бизнеса сегмента HoReCa путем внедрения технологических инноваций. К внедряемым решениям подкреплено экономическое обоснование на базе научно-исследовательских работ университетов и аналитических агентств. Приведены способы реализации представленной бизнес-модели с описанием технических решений и возможных бизнес-процессов. Инновационные решения, приведенные в работе: AR, Big Data и iBeacon.

Введение.

Поиск способа увеличить популярность и доход заведений сегмента HoReCa с минимальными репутационными и материальными затратами – непростая задача, требующая персонального подхода к каждому бизнесу и каждому клиенту. Существует достаточно большое количество способов, влекущих за собой репутационные и экономические потери для бизнеса. В исследовании я постарался найти безопасные и эффективные способы достичь лучших показателей с помощью инновационных технологий для сегмента HoReCa.

При анализе опыта внедрения схожих решений в сегменте HoReCa были выделены коррелирующие с нашей технологией преимущества и недостатки конкурентов на международных и отечественных рынках. Были выделены конкуренты: SberFood, Foodle, Marketplace, Loyaltyplant.

Основные проблемы, которые мы выделили в существующих решениях, приводящие к потере потенциальной прибыли заведений: отсутствие автоматизации рутинных процессов взаимодействия пользователя с заведением и персоналом; потеря дополнительных воронок продаж; невозможность быстро и удобно оставить чаевые и отзывы о посещении заведения.

Основная часть.

Автоматизации рутинных процессов была решена привнесением во взаимодействие с приложением заведений следующих процессов: бронь, выбор позиций для заказа (с отображением в дополненной реальности в электронном меню), заказ блюд (заказ в ресторане и предзаказ), завершение заказа (оплата, разделение счёта, чаевые и отзыв). Обоснование выбранных решений подкреплено исследованиями и пользовательским опытом в ряде заведений из целевого сегмента, а также в сервисах конкурентов.

Для автоматизации этих процессов предполагается использование технологий iBeacon и AR.

Потеря воронок продаж решается добавлением во взаимодействие пользователя с приложением акций, уведомлений, промо-кодов и персонализированных рекомендаций для клиента. Для создания релевантных пользователю персонализированных воронок продаж производится аналитика предпочтений пользователя и его поведения в приложении по истории заказов и аналитике взаимодействия с интерфейсами платформы.

Для грамотного управления потоком данных и его анализа используются технологии Big Data.

На основе исследований по внедрению инновационных решений в выбранном сегменте мы можем заявить об увеличении количества клиентов ресторана, количества обслуженных клиентов, прибыли заведения и среднего чека. Помимо этого, решения позволят уменьшить численность персонала, и клиентов, ушедших необслуженными. Эти показатели напрямую влияют на экономику предприятия сегмента HoReCa.

В результате исследований была создана бизнес-модель, из которой был составлен список тарифов и тарифные планы. Мы предлагаем несколько тарифов через два возможных канала сбыта услуг к компании из целевого сегмента: напрямую от разработчиков решения или через системный интегратор.

Стоимость обслуживания формируется в зависимости от выбранных компанией опций. Конфигурируемые опции, влияющие на стоимость: способ хостинга приложения (standalone или через приложение-агрегатор), выбор тарифного плана с учетом количества клиентов и/или подключенных к системе столиков. Также стоимость обслуживания формируется из затрат на подключение к системе, в зависимости от выбранных тарифных опций и количества единиц выбранного параметра тарифного плана.

Оптимальное решение для каждой компании можно оценить в зависимости от её финансовых возможностей, величины клиентской базы и количества заведений.

Выводы.

В результате исследований были найдены компании, которые готовы провести переговоры о внедрении системы для прохождения этапа customer development, изучен рынок и проработано финансовое обоснование разработки платформы. Понятен список системных интеграторов, с которыми стоит провести переговоры о возможных условиях дистрибуции системы. Помимо этого, результаты анализа приведенных исследований подтвердили перспективу развития рынка, на котором платформа будет монетизироваться.

Чистыходов Д. А. (автор)

Кудинов И. А., Цуканова О. А. (научные руководители)