

СЕРВИС ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПОИСКУ КУЛЬТУРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Петровец В.М.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь*

Научный руководитель: Давыдович К. И. – магистр техн. наук, ассистент кафедры ИПиЭ

Аннотация. В статье рассматривается разработка персонализированного сервиса, агрегатора культурных мероприятий – “Ўикэнд.бел”, нацеленного на организацию культурного досуга [1] и повышение культурного уровня пользователей. Также, сервис нацелен на помощь малому и среднему бизнесу, охватывая весь рынок Республики Беларусь.

Ключевые слова: технологии, веб-приложение, мобильное приложение, бизнес, агрегатор

Введение. В наше время многие пытаются найти, чем разнообразить свой досуг или способ продвинуть своё мероприятие среди остальных. Проводя исследования в этой области, а также проанализировав рынок на территории Республики Беларусь, были отобраны прямые конкуренты в этом направлении, а именно afisha.relax.by, kvitki.by и card.by. У конкурентов были недостатки, такие как отсутствие персонализации для пользователей и возможности покупки билетов онлайн, что не позволяет пользователям закрыть одну из своих потребностей – поиск быстрого решения за короткое время.

Таким образом целью разработки данного продукта является создание сервиса с различными системами, дающими пользователю возможность быстро и удобно сделать выбор мероприятия.

Основная часть. Для достижения поставленной цели потребовалось изучить предметную область, проанализировать существующие на рынке аналоги и определить их преимущества и недостатки, спроектировать базу данных, разработать функциональное наполнение приложения и пользовательский интерфейс программного продукта [3], выполнить необходимые тестирования системы.

Разработанный сервис обладает системами поощрения (за каждое мероприятие, которое посетил пользователь и предъявил доказательство – он получает “очки”, которые может потратить во внутреннем магазине), подписки (даёт пользователю раз в месяц выбрать бесплатный проход на интересующее мероприятие или скидки в интересующих его заведениях, увеличенное количество получаемых баллов за посещаемое мероприятие и др.), геймификации (за полученные достижения пользователь получит “очки”, также это позволяет отслеживать прогресс) и продвижения (можно за дополнительную плату продвинуть мероприятие на первые строчки списка).

Уникальность сервиса [2] заключается в добавлении возможности продвигать мероприятия посредством размещения их вверху списка, размещая тэг, указывающего на то, что это мероприятие посвящено белорусской культуре (пользователь получит дополнительные очки за посещение таких мероприятия), но учитывая необходимость в продвижении таких мероприятий, они по умолчанию будут находиться вверху списка. Необходимость в персонализации для каждого пользователя никуда не делась, поэтому при регистрации он выбирает тэги (интересующие его типы мероприятий), а для упрощения отслеживания был создан календарь, где будут показаны лишь интересующие пользователя мероприятия.

В результате анализа целевой аудитории было принято решение сосредоточиться на создании мобильного приложения. Ниже представлены прототипы экранов приложения (рисунок 1).

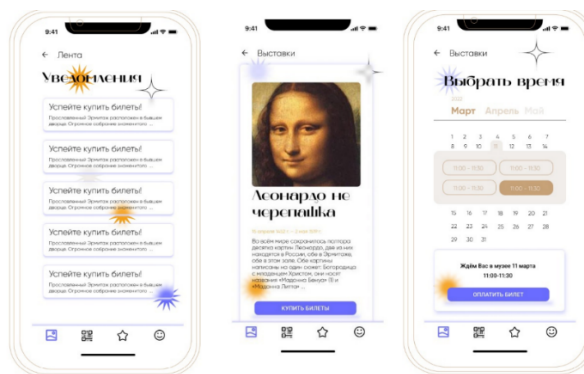


Рисунок 1 – Прототипы экранов приложения

Основными функциями данного продукта являются ранее представленные системы, вдобавок к ним, данный продукт будет способствовать не только продвижению белорусских культурных мероприятий, но и осуществлять помощь малому и среднему бизнесу на территории Республики Беларусь (владельцы бизнесов организовывая мероприятия, посвящённые белорусской культуре, получают пиар путём размещения их мероприятия в первых строчках списка, а также пользователи сами будут заинтересованы в том, чтобы посещать подобные мероприятия, так как они получают больше “очков” для покупок во внутреннем магазине сервиса).

Заклучение. Использование подобных продуктов (веб-сайтов, мобильных приложений и т.д.) являются действенным коммуникационным инструментом в сфере продвижения туристических брендов, продуктов и услуг, т.к. они оказывают большее влияние на принятие решений потенциальным потребителем, чем стандартные буклеты, каталоги и листовки.

Список литературы

1. Информационное обеспечение туризма : учебник / Н.С. Морозова, М.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, – 2014. – 288 с
2. Material UI // Start building with MUI today! [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа : <https://mui.com>. – Дата доступа : 23.02.2023
3. Эргономика сайта(юзабилити) . пояснения , подсказки, пагинация , прокрутка, структура сайта, элементы навигации Программный и веб интерфейсы[Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://intellect.icu/ergonomika-sajta-yuzabiliti-royasneniya-podskazki-paginatsiya-prokrutka-struktura-sajta-elementy-navigatsii-programmnyj-i-veb-interfejsy-177>. – Дата доступа : 11.03.2023.

UDC 004.42

SERVICE FOR ORGANIZING AND SEARCHING CULTURAL EVENTS

Petrovets V.M.

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus

Davydovich K.I. – master of technical sciences, assistant of the Department of EPE

Annotation. The article discusses the development of a personalized service, an aggregator of cultural events – "Уікэнд.бел", aimed at organizing cultural leisure and raising the cultural level of users. Also, the service is aimed at helping small and medium-sized businesses, covering the entire market of the Republic of Belarus.

Keywords: technologies, web application, mobile application, business, aggregator