

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники

УДК 004.932

Побежимова
Мария Павловна

Интерактивный веб сервис построения цветочных композиций

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра технических наук
по специальности 1-40 80 04 Математическое моделирование, численные
методы и комплексы программ

Научный руководитель
Стержанов Максим Валерьевич
канд. техн. наук, доцент

Минск 2016

ВВЕДЕНИЕ

Массовая кастомизация означает предложение продуктов или услуг, которые отвечают требованиям каждого индивидуального клиента, но которые в тоже время все еще могут быть изготовлены и поставлены с эффективностью массового производства. Массовая кастомизация несет для компаний преимущества в виде высоких продаж, а также высокой удовлетворенности клиентов, что связано с получением индивидуально модифицированного продукта.

Несмотря на то, что массовая кастомизация обсуждалась в литературе более чем десятилетия назад, лишь в последние годы наблюдается увеличение практической реализации данной стратегии. Это отставание по времени может быть объяснено тем, что только сейчас появились необходимые технологии для обработки информационных потоков связанных с массовой кастомизацией. Массовая кастомизация выходит на все более и более потребительские рынки, и новые интернет технологии можно рассматривать, как своего рода катализатор этого процесса.

Тема массовой кастомизации является актуальной для современного электронного бизнеса. Ключ к прибыли состоит в том, чтобы смотреть на неё не как на автономную бизнес стратегию, которая заменяет сегодняшние системы производства, а как на набор организационных возможностей, которые могут дополнить или обогатить существующую систему.

Предприятия всех отраслей промышленности вынуждены реагировать на рост спроса на индивидуализацию. Поскольку охватить все рынки довольно тяжело, да и программная разработка не предполагают настолько обобщенную деятельность, в рамках данной работы была рассмотрена одна область – цветочная индустрия. На данный момент у многих цветочных компаний отсутствует набор программ стимулирующих продажи. В данном сегменте можно выделить сервисы кастомизации продукции.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Целью данной магистерской диссертации является разработка интерактивного веб сервиса цветочных композиций. Сервис демонстрирует использование стратегии массовой кастомизации для компаний цветочной индустрии.

Ключевой частью сервиса является возможность кастомизации букета по средствам выбора необходимых составляющих: ваз, цветов, листьев, аксессуаров, и применения их к букету. Цена продукта автоматически изменяется в процессе кастомизации. Среди возможностей также есть просмотр описания продукта, различные типы фильтрации и сортировки составляющих букета, просмотр галереи с уже созданными продуктами, возможность поделиться изображением продукта через социальные сети.

В соответствии с целью планируется реализовать клиентскую часть и модуль администратора. Для достижения цели сформировался ряд задач:

- проанализировать предметную область, рассмотреть аналогичные программные продукты;
- рассмотреть основные технологии, используемые в процессе реализации сервиса построения цветочных композиций;
- спроектировать и реализовать сервис построения цветочных композиций;
- обосновать эффективность разработки и использования веб сервиса построения цветочных композиций.

Объектом исследования является интернет-магазин по продаже цветов.

Предметом исследования является использование стратегии массовой кастомизации для компаний цветочной индустрии. Направление использования «Веб сервиса построения цветочных композиций»: эффективная продажа, визуализация выбора клиента.

СОДЕРЖАНИЕ

Во введении определена область исследования и указаны основные направления исследования, показана актуальность темы диссертационной работы, дана краткая характеристика исследуемых вопросов, обозначена практическая ценность работы.

Диссертация выполнена на 88 страницах (без приложения). Пояснительная записка включает 4 главы, 47 рисунков, 14 библиографических источников.

Во введении описывается степень разработанности темы и оценка современного состояния решаемой задачи, основание и исходные данные для разработки темы. Дается обоснование актуальности темы магистерской диссертации, изложение целевой установки, определяются задачи работы.

В первой главе дается общая характеристика работы. Формируется цель и задачи работы. Указывается связь работы с запросами реального сектора экономики. Описывается личный вклад автора, рассматривается опубликованность результатов диссертации, её структура и объем.

Во второй главе производится анализ предметной области, а также рассматриваются аналогичные программные продукты.

В третьей главе дается характеристика основных подходов к решению поставленных задач, излагаются используемые методы, и обосновывается целесообразность их использования. Приводится обзор аналогичных программных продуктов.

В четвертой главе изложены результаты выполненных в работе теоретических и экспериментальных исследований.

В заключении подводятся итоги проведенной работы, приводятся возможные пути ее практического использования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данного дипломного проекта является создания веб сервиса построения цветочных композиций. В соответствии с ней был разработан модуль, позволяющий упростить и оптимизировать процесс кастомизации продукта с точки зрения покупателя и администратора.

Для достижения поставленной цели было пройдено несколько этапов.

На первом этапе был произведен анализ предметной области, а также рассмотрены аналогичные программные продукты.

На втором этапе были описаны основные критерии выбора технологий, используемых в процессе реализации, и приведено обоснование их использования.

На третьем этапе были сформулированы основные требования к функционалу, разработан макет интерфейса приложения, UML диаграмма классов с основными сущностями, построены диаграммы вариантов использования с точки зрения пользователя и администратора, блок схемы основных бизнес процессов: алгоритма поиска, механики построения цветочной композиции.

На четвертом этапе была реализована функциональность модуля продукции, разработан общий механизм построения модели букета. Были разработаны основные алгоритмы модуля.

В качестве недостатка текущей версии можно выделить отсутствие локализации. Но система продолжает развиваться и совершенствоваться, не исключена возможность создания мобильного приложения.

Понятие электронного бизнеса на основе технологического потенциала предлагаемого новыми информационными и коммуникационными технологиями представляет собой идеальную основу для предоставления индивидуальных продуктов без существенного увеличения расходов даже на рынках массового производства и использование возможностей для установления выгодных долгосрочных и эффективных отношений с клиентами.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ

1 – А. Побежимова, М.П. Инструменты и тренды интернет-маркетинга / М.П. Побежимова, Е.И. Казиминова, М.В. Стержанов // «Инновации в науке»: сборник статей по материалам XLVIII международной научно-практической конференции. (Россия, г. Новосибирск, 31 августа 2015 г.) - С.37 – 41.

2 – А. Побежимова, М.П. Инструменты/подходы/способы оптимизации веб-приложений: на примере .net и android / М.П. Побежимова, Е.И. Казиминова, М.В. Стержанов // «Инновации в науке»: сборник статей по материалам XLIX международной научно-практической конференции. (Россия, г. Новосибирск, 28 сентября 2015 г.) - С.29 – 37.

Библиотека БГУМР