

*Войтко В. В., Черноволик Г. О. – к.т.н.,
доценти кафедри програмного забезпечення,
Вінницький національний технічний університет, Україна,*

*Ткачук А. П., Колос І. А., Гошій Я. І. – студенти групи ІПІ-156,
факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії,
Вінницький національний технічний університет, Україна,*

*Андрєєв А. О., Туйчев В. В. – студенти групи 2ПІ-146,
факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії,
Вінницький національний технічний університет, Україна*

РОЗРОБКА МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ SMARTBUY

Анотація

Розглянуто побудову мобільного додатку, який оптимізує вибір покупки.

Ключові слова: *мобільний додаток, оптимізація процесу покупки.*

Abstract

The article discusses building a mobile application that optimizes the choice of buying.

Keywords: *mobile application, optimizing the buying process.*

Вступ. У швидкому ритмі сучасного життя кожна людина шукає спосіб чи метод полегшення рутинних процесів. У повсякденному житті багато часу витрачається на здійснення покупок. Свідомо людина не помічає, коли довго зосереджується на буденній справі, неоптимально витрачаючи свій час. Основною задачею новітніх технологій є вирішення цієї проблеми.

Одною із задач сьогодення постає економія коштів та часу. Тому є актуальною розробка мобільного додатку, який буде оптимізувати вибір покупки.

Мета дослідження – оптимізація процесу покупки за рахунок створення і використання спеціального мобільного додатку. Об'єктом дослідження є технології створення мобільних додатків. Предметом дослідження вбачаємо методи та засоби створення програм для мобільних пристроїв. Головною задачею є розробка додатку, який працює над заощадженням коштів та оптимізацією маршруту до обраних магазинів.

Розробка мобільного додатку, який оптимізує вибір покупки. Запропонований мобільний додаток призначений для автоматичного вибору супермаркетів та магазинів, де шуканий користувачем товар коштує дешевше. Також мобільний додаток дозволяє побудувати оптимальний маршрут для відвідування обраних програмою супермаркетів і магазинів.

Потенційними користувачами розроблюваної програми розглядаються усі клієнти популярних супермаркетів і мереж магазинів товарів поширеного вжитку. Супермаркети та магазини постають партнерами, оскільки даний мобільний додаток можна використовувати з метою їх реклами та реклами товарів, що вони пропонують.

Інтерфейс програми проілюстровано на рис.1.



Рисунок 1 – Інтерфейс програми пошуку найдешевших магазинів

Порівняння з аналогами. «Едадил» – мобільний додаток, який допоможе вибрати найближчий супермаркет або дитячий магазин з кращими цінами на продукти, промтовари, косметику і товари для дітей [1]. Користувач може переглядати картки товарів з цінами і фотографіями каталогів, які розбиті

за категоріями. Товари можна порівнювати за ціною. Передбачена можливість створювати список покупок. Проте цей додаток шукає знижки та акції лише у регіонах Росії.

«Яндекс.Маркет» – додаток, який шукає магазини з низькими цінами та знижками і забезпечує можливість замовляти товар через інтернет [2]. Додаток дозволяє порівнювати товари зі схожими характеристиками й виводити список обраних товарів.

«GoToShop» – програма, яка виводить список найближчих супермаркетів, показує список знижок та акцій у кожному з них [3]. Надається можливість залишати коментарі та ставити «лайки» чи «дизлайки». Таким чином, продукти можна впорядковувати за рейтингом. Розташування супермаркетів можна дивитися на карті.

Головним недоліком розглянутих аналогів є те, що вони не націлені на побудову найкоротшого маршруту для відвідування обраних магазинів.

Значними перевагами розроблюваного мобільного додатку Smartbuy є:

- можливість введення радіусу пошуку найближчих супермаркетів;
- виведення за магазинами списку шуканих товарів;
- розрахунок найкоротшого маршруту.

Ключові етапи діяльності і ресурси.

Ключові етапи діяльності:

- постановка задачі, визначення потреби;
- дослідження і опис основних концепцій;
- проектування і розробка;
- випробовування;
- створення і виробництво;
- поширення програми;
- експлуатація;
- супровід і моніторинг програмного продукту;

Ключовими ресурсами є людські ресурси, програмне забезпечення, ліцензії (Software as a service (SaaS)), комп'ютери для розробки, мобільні пристрої для тестування.

Цільовий ринок є міжнародним, для цього розробляється англomовний інтерфейс програми. Додаток також розрахований на користувачів, які активно подорожують і зацікавлені в швидкому знаходженні місця для здійснення покупки товарів за обраними критеріями вибору. Також цільовою аудиторією додатку є студенти та представники малого бізнесу.

Стратегія виходу на ринок полягає в аналізі ринку, апробації програмного продукту на конференціях і конкурсах, рекламі робочого проекту, удосконаленні програми та розширенні її функціоналу за вимогами потенційних користувачів.

Висновок

Розроблений мобільний додаток пошуку найдешевших супермаркетів за введеним списком шуканих товарів і радіусом пошуку є стартапом ІТ-галузі. Він презентує використання новітніх ІТ-технологій для комфортного і спрощеного ведення рутинних процесів домогосподарства, а саме придбання товарів з найменшими затратами часу і коштів.

Список використаної літератури

1. Едадил [електронний ресурс] // Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.edadeal.android&hl=ru>
2. Яндекс.Маркет [електронний ресурс] // Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ru.yandex.market&hl=ru>
3. GoToShop [електронний ресурс] // Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.laitauril.gotoshop>