

Войтко В. В., к.т.н.,

*доцент кафедри програмного забезпечення,
Вінницький національний технічний університет, Україна,*

Драченко Я. П., Кренцін М. Д., Штокал А. С., студенти групи ІПІ-15б,
*факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії,
Вінницький національний технічний університет, Україна,*

Лудан Д. В., студентка групи 2КН-13б,
*факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії,
Вінницький національний технічний університет, Україна*

ІНТЕРАКТИВНИЙ МОБІЛЬНИЙ ДОДАТОК ОРГАНІЗАЦІЇ КВЕСТІВ НА ТЕРИТОРІЇ РЕАЛЬНОГО СВІТУ ДЛЯ АКТИВІЗАЦІЇ МОЛОДІ ТА ПРОВЕДЕННЯ РЕКЛАМНИХ АКЦІЙ

Анотація

Розглянуто побудову програмного сервісу, призначеного для організації квестів.

Ключові слова: *мобільний додаток, програмний сервіс, організація квестів.*

Abstract

The article discusses building a software service designed to organize quests.

Keywords: *mobile application, software service, to organize quests.*

Вступ

Сьогодні великої популярності набувають мобільні додатки, які допомагають у повсякденному житті. Проте зі зростанням кількості гаджетів та новітніх технологій все частіше постає проблема пасивного проведення часу молоддю [1]. Поряд з цією проблемою, можна розглянути ще одну:

різноманітні заклади (зокрема кав'ярні) не є економічно стабільними і потребують інноваційних підходів для підвищення відвідуваності. Тому актуальною є розробка програмного продукту для заохочення молоді до активного й цікавого відпочинку і, в той же час, підвищення економічної стабільності та відвідуваності закладів відпочинку, що й буде слугувати загальним інноваційним рішенням обох проблем.

Мета дослідження – поєднати ефективний спосіб проведення піар-стратегій щодо підвищення відвідуваності закладів відпочинку із заохоченням молоді до активного проведення часу.

Головною задачею роботи є розробка інтерактивного мобільного додатку, орієнтованого на створення квест-простору з розвиненою системою винагород як формою заохочення людей до активного відпочинку.

Об'єктом дослідження є регуляція економічної стабільності закладів та дозвілля молоді.

Предметом дослідження є мобільний додаток, що задовольняє потреби закладів у підвищенні економічної стабільності за рахунок інноваційної піар-стратегії, а також потреби молоді до цікавого проведення дозвілля.

Практичне значення одержаних результатів:

- розроблена програма є ефективним способом проведення піар-стратегій щодо підвищення відвідуваності закладів відпочинку;
- створений програмний додаток задовольняє потреби молоді у цікавому проведенні дозвілля за рахунок виконання квестів;
- успішне проходження квесту передбачає отримання винагороди, що слугує формою заохочення учасників.

Розробка інтерактивного додатку організації квестів

Порівняння з аналогами. Ingress – безкоштовна гра із використанням карт та геолокації [2]. Користувач бачить на карті значок, що ідентифікує його місцезнаходження, та різні вигадані об'єкти, що використовуються в ігровому процесі. Шляхом переміщення до них (фіксується геолокацією), натискання на

них на карті та виконання окремих дій відбувається взаємодія користувача з ігровим світом. Гра побудована як протистояння двох сторін, які шукають на вулицях пам'ятки архітектури та скульптури (що у грі є «порталами») з метою заволодіти ними задля отримання ігрових ресурсів та рейтингу. Можливими є покупки ігрових предметів.

Pokemon Go [3], як і попередня гра, використовує карти й геолокацію для організації ігрового процесу, зокрема взаємодії з ігровими об'єктами, має доповнену реальність, тобто ігрові об'єкти можна побачити в реальному світі, використовуючи камеру. Гра є безкоштовною, можливими є внутрішні покупки.

Shopkick [4] – комерційний додаток, що використовує систему бонусів для заохочення відвідування окремих місць продажу та перегляду їх продукції. Бонуси накопичуються шляхом простого відвідування зазначених місць (що визначається геолокацією) та сканування штрих-кодів продукції, що там продається. Бонуси обмінюються на дисконтні картки. Додаток є безкоштовним.

Головним недоліком розглянутих аналогів є те, що вони не орієнтовані на обидві клієнтські аудиторії, тобто забезпечують лише дозвілля молоді або займаються тільки рекламою закладів.

Значними перевагами запропонованого програмного продукту «QuestUp» є:

- поєднання організації дозвілля молоді з рекламною діяльністю закладів;
- у молоді з'являється можливість весело й активно провести час, виконуючи квести (завдання з винагородами), заклади можуть використати такі умови задля втілення власної піар-стратегії.

Архітектура розробленого програмного додатку «QuestUp» містить декілька модулів практичного призначення, орієнтованих на якісне забезпечення процесу організації квестів (рис.1).

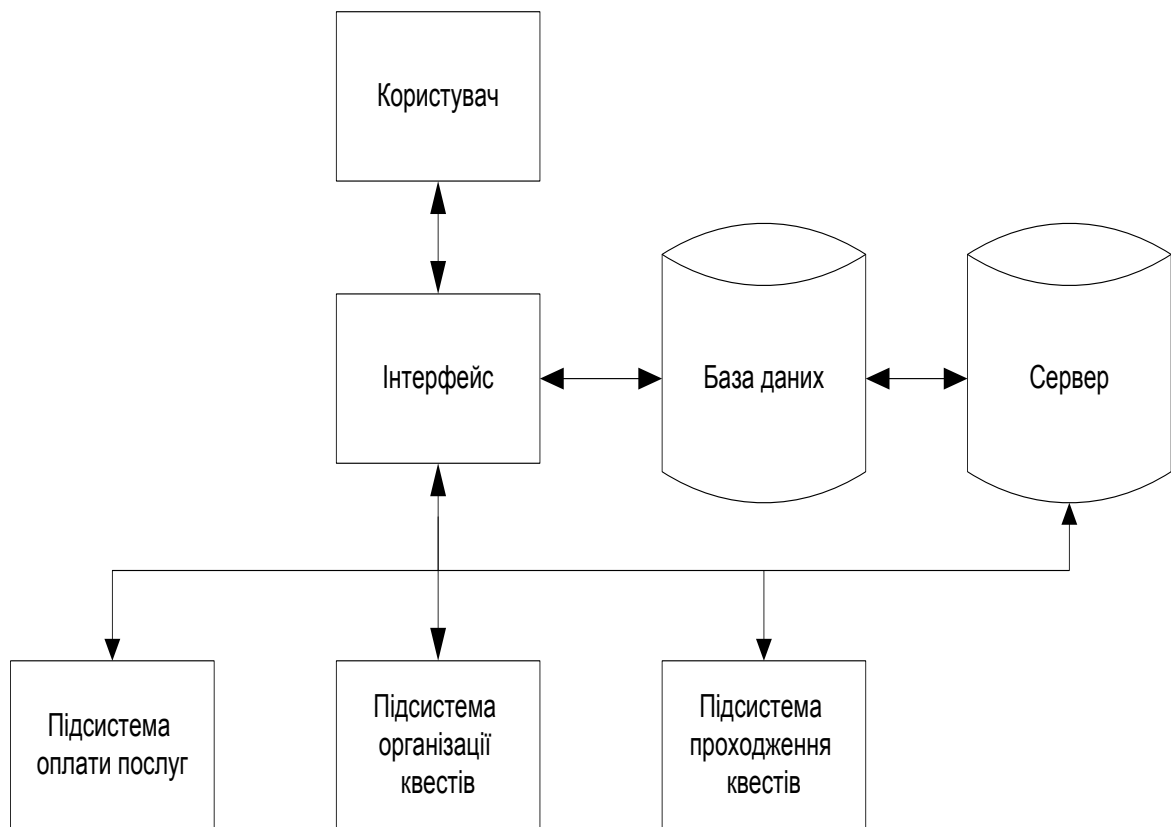


Рисунок 1 – Архітектура програмного додатку «QuestUp»

Архітектура додатку має ключові особливості:

- підсистему організації квестів, яка призначена для закладів та звичайних користувачів, що можуть створювати квести;
- підсистему проходження квестів, що призначена для виконавців, містить інтерактивну карту, на яку автоматично додаються позначки місць доданих квестів (за цими позначками можна знайти інформацію про кількість доступних квестів, їх рейтинг та обіцяну винагороду);
- підсистему оплати послуг, призначену для закладів, за допомогою якої спрощується процес оплати послуг;
- базу даних (БД), призначену для зберігання усієї інформації про користувачів додатку та квести.

Розглянемо окремо функціонал програмного додатку «QuestUp», орієнтований на заклади та на виконавців.

Заклади мають можливість:

- створювати та редагувати власні квести на території реального світу;
- отримувати сповіщення, коли хтось візьметься за виконання квесту;
- переглядати статистику по квестах;
- накопичувати рейтинг.

Виконавці мають можливість:

- проходити квести;
- отримувати винагороду після успішного виконання квесту;
- накопичувати рейтинг;
- пропонувати завдання квестів та їх вибір шляхом голосування в соціальних мережах;
- переглядати карту та шукати на ній доступні квести.

Реєстрація в додатку здійснюється через соціальні мережі [5]. Коли учасник береться за виконання квесту, організатору приходять сповіщення про те, який квест було взято до виконання. Коли організатор підтверджує виконання квеста, обраний квест стає заблокованим на деякий час для інших користувачів.

Рейтинг закладів та виконавців також відображається в соціальних мережах. Рейтинг виконавців зростає з кожним виконаним квестом. Рейтинг закладу зростає з кількістю створених та виконаних квестів. Рейтинг квесту зростає зі збільшенням кількості його виконання.

Стратегія виходу на ринок:

- розробка бізнес-плану для фінансового обґрунтування створення додатку;
- співпраця з закладами;
- популяризація додатку в соціальних мережах;
- вихід на міжнародний ринок [6].

Висновок

Розроблений програмний додаток «QuestUp» втілює функціонал для створення та виконання квестів, тобто деяких креативних завдань з винагородою задля проведення молоддю цікавого й активного дозвілля, та є основою до проведення рекламних акцій закладами-організаторами квестів.

Список використаної літератури

1. ua-referat.com [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ua-referat.com/>
2. wikipedia.org [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ingress>
3. Pokemon Go [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.pokemongo.com/ru-ru/>
4. Shopkick літератури [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.shopkick.com/>
5. Django-регистрация с соц. сетями [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://habrahabr.ru/sandbox/48565/>
6. Інформаційний портал, присвячений питанням Інтернет маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://emarketingblog.com.ua/>