

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования  
Белорусский государственный университет  
информатики и радиоэлектроники  
Кафедра инженерной психологии и эргономики

УДК

Курлянчик  
Станислав Григорьевич

Сервис для взаимодействия с клиентами

**АВТОРЕФЕРАТ**

на соискание степени магистра техники и технологии

1 - 23 80 08 Психология труда, инженерная психология, эргономика

Магистрант С.Г. Курлянчик

Научный руководитель  
Т.В. Казак, доктор  
психологических наук, доцент

Заведующий кафедрой ИПиЭ  
К.Д. Яшин, кандидат  
технических наук, доцент

Нормоконтролер  
Е.С. Иванова, ассистент  
кафедры ИПиЭ

Минск 2017

## ВВЕДЕНИЕ

У каждого из нас есть любимые бренды в одежды, любимые заведения, которые мы посещаем чаще всего, любимые организации, услугами которых пользуемся чаще остальных. Часто все эти организации проводят для своих клиентов программы по снижению стоимости их товаров или услуг. Сегодня система скидок и акций довольно успешно используется всеми организациями. В условиях существования жесткой конкуренции преимущество есть только у того магазина, в котором такая система была введена первой в сравнении с другими.

Но по своей сути скидка — это сумма, на которую снижается продажная цена услуги или товара, реализуемого покупателю. Исторически скидки появились и стали использоваться в условиях уличной торговли товарами, когда продавец в результате торга предоставлял скидку тому покупателю, который приобретает больше товаров. В настоящее время практика предоставления скидок используется крупными и средними компаниями, организациями малого бизнеса и индивидуальными предпринимателями.

В данной магистерской работе произведена работа по созданию приложения для мобильной операционной системы android, в котором реализован функционал взаимодействия с клиентами.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Целью диссертационной работы является разработка мобильного приложения на операционной системе Android, обладающим удобным пользовательским интерфейсом и содержащего механизм отслеживания скидок и акционных предложений города. Подписку пользователем на интересующий его товар, бренд или услугу и получение уведомления о предстоящей скидке на это. А также возможность хранения в приложении различных дисконтных, накопительных и бонусных карт от различных магазинов. Также в личном профиле пользователя может храниться информация о количестве совершенных пользователем покупок в данном магазине, что позволит выставлять пользователю дополнительный процент скидки при совершении очередной покупки и т.д.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи.

1. Изучить основные особенности сферы товаров и услуг, а также политику ценообразования в данной сфере.
2. Провести анализ рынка мобильных устройств.
3. Изучить особенности разработки мобильных приложений для операционной системы Android.
4. Разрабатывать архитектуру разрабатываемого мобильного приложения с учетом поставщика операционной системы Android и используя подходящие шаблоны проектирования для создания гибкого и расширяемого приложения.
5. Разработать мобильное приложение для мобильной операционной системы Android, позволяющее осуществлять поиск интересующих предложений, а также подписку на интересующий товар, бренд или услугу.
6. Провести тестирование разработанного приложения.

Объектом исследования является сфера товаров и услуг.

Предметом данной магистерской диссертации является разработка, создание и внедрение сервиса для отслеживания скидок и акций согласно интересам пользователя с использованием новейших мобильных и интернет технологий.

## КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Всеми мы в настоящее время являемся активными потребителями товаров и услуг. В силу различной потребительской способности, люди стараются совершать покупки по наиболее выгодным ценам. Различные магазины стараются постоянно предлагать товары по наиболее выгодным ценам, предоставляют скидки на продукцию.

На данный момент существует большое количество приложений подобного типа, но с функционалом, ограничивающимся на отображении скидки для выбранного заведения или торгового заведения. Однако они не дают возможности непосредственно контактировать и общаться заведению с пользователями. На данный момент необходимо найти слабые места в преподнесении информации о скидках и акциях потребителю товаров и услуг, и после этого попытаться их устранить с помощью привязки пользователей к магазинам через мобильное приложение. В основу диссертации легли результаты известных исследований российских и зарубежных экономистов и маркетологов в области влияния временного снижения стоимости товара на интерес со стороны покупателей.

Для получения теоретических результатов исследования применялись модели эндогенного роста, относящиеся к классу динамических моделей общего равновесия, использовались методы динамической оптимизации. Оценка влияния факторов НТП на экономический рост регионов России осуществлялась на основе регрессионного анализа пространственной выборки и панельных данных с использованием моделей с индивидуальными фиксированными эффектами.

Программная разработка велась в специализированной программной среде для разработки мобильных приложений Android Studio. Для отслеживания версий кода и сохранения состояний различных стадий разработки использовать система контроля версий Git.

Информационная база исследования влияния скидок и акций на покупательские способности людей, а также необходимость иметь контакт между поставщиком товаров и услуг и их потребителем.

Научная новизна диссертационной работы заключается в разработке программного продукта для мобильной платформы android, позволяющая взаимодействовать (получать уведомления), от заведений, на которые

был подписан пользователь. В работе рассмотрено современное состояние проблемы в отсутствии привязки и коммуникации между поставщиком товаров и услуг их потребителями, определены основные направления исследований, а также дается обоснование актуальности темы диссертационной работы.

Библиотека БГУИР

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе осуществлен сравнительный анализ проектов, имеющих схожий функционал и используемые технологии. Сделан обзор литературных источников, проведен анализ работ, связанных с исследованиями в сфере торговли, ценообразования и влияния краткосрочных выгодных предложений на покупателей. Рассмотрены основные алгоритмы работы программы.

Проведена систематизация современных теоретических подходов в области мобильной разработке, на основе которых в последующем было создано мобильное приложение, выполняющая все поставленные задачи.

В целом можно сказать, что работа является актуальной и имеет большой задел на будущее.

## СПИСОК ПУБЛИКАЦИЯ СОИСКАТЕЛЯ

[1] Савенок, А.А. Сервис взаимодействия с клиентами / А.А. Савенок // Тезисы доклада к конференции 52 научно-техническая конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР – Минск 2016.

Библиотека БГУИР