

УДК 004.056

Студ. Помазай Е.С
Науч. рук. проф. П.П. Урбанович
(кафедра информационных систем и технологий, БГТУ)

ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ПРОДАЖ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ BUSINESS-TO-CONSUMER

За последние годы продажи каких-либо товаров или услуг онлайн все больше и больше вытесняют реальные. Денежный оборот в сети увеличивается год за годом. Поэтому появляется огромное количество различных веб-приложений для организации продаж в сети Интернет. Каждое из этих приложений реализует определенную модель продаж, в соответствии с принципами которой оно функционирует.

Существует множество стратегий осуществления продаж, например, Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C), Business-to-Government (B2G) и другие. Наиболее актуальной и развитой стратегией является B2C [1].

B2C – форма электронной торговли, направленная на осуществление прямых розничных продаж конкретному физическому лицу, в то время как B2B – ориентирована на оптовые продажи юридическим лицам.

B2C появилась в США в 1990-х и достаточно быстро обрела известность. Именно в тот период стали распространяться интернет-продажи, и термин «маркетинг B2C» использовали в основном для обозначения магазинов в Сети, продающих товар конечным пользователям. Идею B2C предложил и активно использовал британский предприниматель Майкл Олдрич.

Сутью маркетинга B2C стало то, что прежде компании-производители продавали свой продукт розничным магазинам, то есть посредникам, а те уже предоставляли товар конечному потребителю. Новые же технологии и активное развитие электронной коммерции открыли возможность прямых продаж через приложения в сети Интернет.

Основная часть сайтов (интернет-магазинов) не выстояла на этапе становления рынка электронной коммерции, но, тем не менее, определенная часть из них пережила все кризисы и сейчас прочно занимает свое место в нише интернет-маркетинга B2C.

Основными принципами модели B2C являются:

- короткий цикл продаж,
- слабая связь между продавцом и покупателем,

- продажи для личных нужд физического лица,
- компания-производитель направлена на взаимодействие с конечным потребителем,
- эмоциональное принятие решений о совершении покупки от клиента.

Таким образом, осознавая принципы и способы реализации модели В2С, становится возможным создать современное веб-приложение для продаж, направленное на сбыт товаров конкретным пользователям. Потребность в таких приложениях ни сколько не иссякла, а наоборот – только набирает обороты. В связи с развитием информационных технологий и методов электронной коммерции, задача реализации В2С веб-приложений остается актуальной.

При разработке веб-приложения были использованы современные средства.

Клиентская часть приложения реализована с помощью библиотеки Angular 5, с применением библиотеки Bootstrap 4. Для отображения предметной области были разработаны ряд компонентов. Каждый компонент представляет самодостаточную функциональную единицу, которая содержит в себе код на языке TypeScript, требуемый для реализации клиентского функционала, а также отображение на языке HTML

Список компонентов клиентской части представлен на рисунке 1.

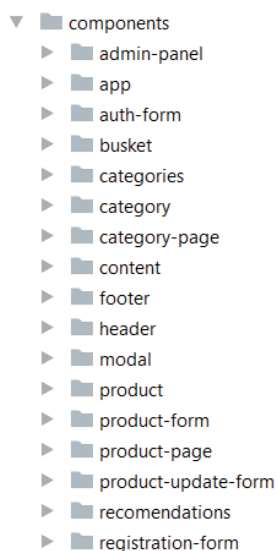


Рисунок 1 – Список компонентов

Расположив компоненты на Bootstrap-сетке, мы формируем страницу веб-приложения.

База данных (БД) веб-приложения разработана с помощью EntityFramework, с применением подхода CodeFirst, т.е. для создания базы

создавались специальные модели сущностей, на основе которых затем формировался БД. Схема БД представлена на рисунке 2. Серверная часть приложения реализована на языке C# с помощью библиотеки ASP.NETWEBAPI. Был разработан API с которым может взаимодействовать клиентская часть приложения. Реализован API с помощью классов-контроллеров обрабатывающих запросы своими действиями. Список классов контроллеров представлен на рисунке 3.

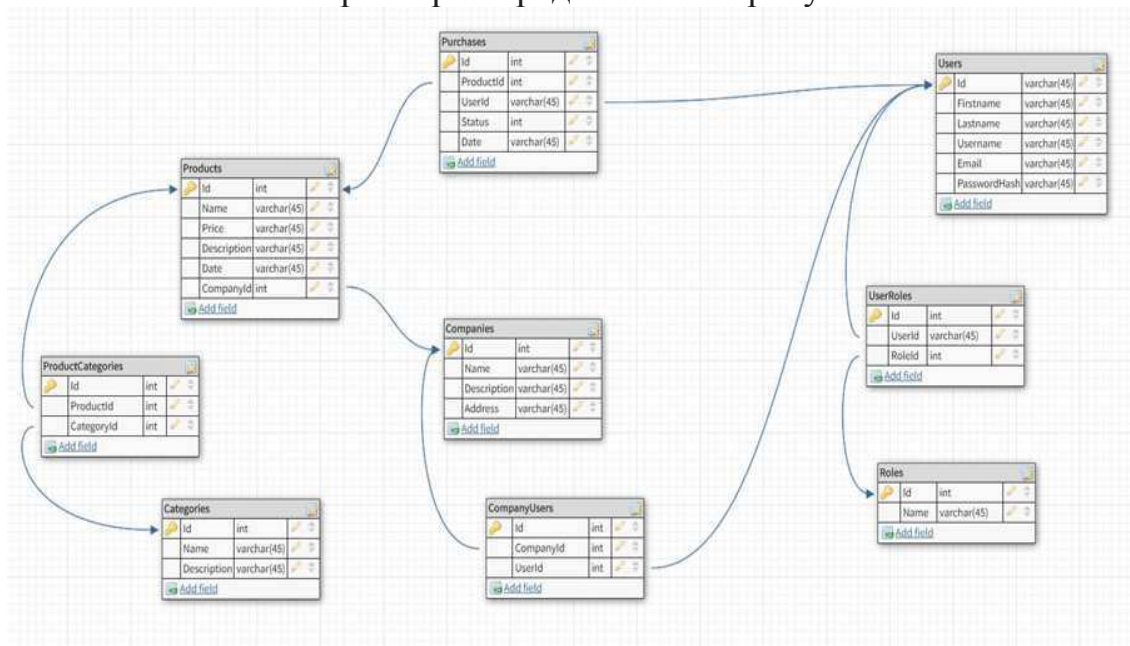


Рисунок 2 – Схема БД

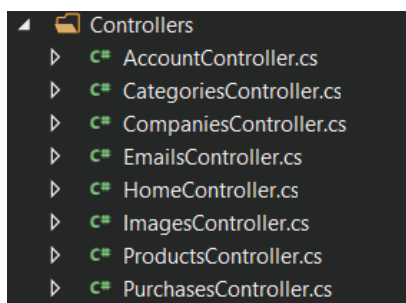


Рисунок 3 – Классы-контроллеры серверной части

В данном проекте использовалась VisualStudio в качестве среды для проектирования БД. Модели БД описаны с помощью языка C# и ORMEntityFramework с применением подхода CodeFirst. Кроме того, решается задача обеспечения безопасности приложения [2,3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Сайт с авторскими материалами по различным бизнес процессам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://worldsellers.ru/b2c-что-это/> – Дата доступа: 25.03.1018.

2. Урбанович, П.П. Защита информации методами криптографии, стеганографии и обфускации/ П.П. Урбанович. – Минск : БГТУ, 2016, – 220 с.

3. Урбанович, П.П. Безопасность данных мобильных приложений/ П.П. Урбанович, А.В. Годун // Информационные технологии: тезисы 82-й науч.-техн. конференции профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов (с международным участием), Минск, 1-14 февраля 2018 г. [Электронный ресурс] / отв. за издание И.В. Войтов; УО БГТУ. – Минск: БГТУ, 2018. – С.12.

УДК 004.421.6

студ. А.В. Кравцевич
Науч. рук. ассист. Д.И. Черняк
(кафедра информационных систем и технологий, БГТУ)

СЕРВИС ДЛЯ ОБРАБОТКИ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ НА ОСНОВЕ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

В настоящее время статистические данные являются единственным источником информации, позволяющим судить о популярности интернет-ресурса, либо его определенных фрагментов. Путем сбора и обработки статистики владельцы интернет-ресурсов могут узнать, что больше всего привлекает их аудиторию и выявить наиболее перспективные пути развития ресурса.

Однако крупнейшие существующие системы сбора и обработки статистических данных (такие как Google Аналитика, Яндекс.Метрики и Piwik) полностью сконцентрированы на анализе посещений ресурса, игнорируя его содержание и обратную реакцию пользователей на это содержание. Таким образом, современные системы аналитики не позволяют с точностью судить о мнениях, интересах и пожеланиях посетителей веб-ресурсов.

С целью решения этой проблемы разрабатывается веб-сервис Taskmaster, который предоставляет публичный API, легко интегрируемый сайтами, веб-приложениями и иными сетевыми ресурсами, и позволяет производить автоматизированный анализ текстовых статистических данных, таких как публикации, комментарии и т.д. С его помощью владельцы ресурсов смогут автоматизировано обрабатывать обратную реакцию пользователей, определять наиболее популярные темы, а также оценить вкусы конкретных пользователей. Таким образом, подобный сервис сможет заменить одновременно как систему сбора и анализа статистических данных, так и систему рекомендаций, что значительно облегчит работу разработчиков веб-ресурса.