

## «МЕЕТТЕЕН» - МЕНЕДЖЕР ЗУСТРІЧІ ДЛЯ АКТИВНОЇ МОЛОДІ

У сучасному світі віртуальне спілкування все частіше та з більшими темпами замінює живе. Але, не зважаючи на це, людям все одно приємніше обговорювати певні новини та ідеї на зустрічах. Знайти однодумців за допомогою Інтернет ресурсів не складно, якщо мова йде про окремих осіб. У випадку з формуванням великих груп постають наступні питання:

- Яка кількість однодумців має змогу зібратися в даний час в даному місті?
- Як повідомити їх усіх про місце та час зборів?
- Як розповісти кожній конкретній особі про шлях, яким вона має дістатися пункту

призначення?

З іншого боку людина, яка прагне відвідати захід, що стосується певного питання, бажає знати:

- Які заходи конкретної спрямованості, що мене цікавить відбудуться в найближчий час?
- Де вони відбуватимуться?
- Чи маю я час та змогу щоб відвідати цей захід?
- Як найшвидше та найдешевше дістатися пункту призначення?

Щоб вирішити ці питання як організатору зустрічі, так і відвідувачу, кожному із них варто використовувати декілька Інтернет ресурсів, що не завжди зручно. Особливо складним видається планування свого часу та бюджету соціально активному, але дещо невпевненому в своїх силах контингенту – підліткам, приналежним до субкультур.

Ми пропонуємо створити програму, розраховану саме на таких користувачів, а також на молодь в цілому. Вона має відповідати одразу декільком критеріям:

- Мати легкий для заповнення профіль користувача, де будуть відображені його смаки та домашня адреса, що будуть відомі лише програмі та безпосередньо користувачеві;
- Мати зручний у використанні календар в якому користувач відмічатиме важливі для нього дати зборів, зустрічей або інших заходів;
- Залежати від інформації, поданої на більших та популярніших Інтернет ресурсах серед підлітків (умовно беремо за основу два ресурси Вконтакті, Facebook);
- Легко зчитувати інформацію з цих ресурсів про майбутні збори, швидко оброблювати її, та подавати користувачеві програми у зручному форматі;
- Разом із поданою інформацією висвітлювати маршрут за яким має рухатись користувач від свого дому до місця зборів та приблизну вартість пересування ( з урахуванням того, що він повертається додому тим же шляхом);
- Нагадувати користувачеві про збори, в яких він бере участь;
- Розраховувати чи має користувач змогу відвідати декілька обраних ним заходів, що відбуваються в один день (з прорахунком затрати часу на переміщення від пункту до пункту) та повідомляти його про те, що він має здійснити вибір у разі проведення декількох зборів в один час.

Таким чином вимальовується наступна схема роботи програми:

Користувач, що завантажив програму на смартфон, у першу чергу заповнює свій профіль.

Він зазначає:

- Своє реальне ім'я або нікнейм;
- Дату народження;
- Стать;
- Домашню адресу (за допомогою існуючої бази);
- Тематику зустрічей, які бажає відвідати (будь-які теми із вичерпного списку).

Таким чином профіль користувача виглядає так (рис. 6).

На кожному обраному нами ресурсі, з якого програма братиме інформацію, є сторінки, де організатори зустрічей надають дані про майбутній захід (користувач нашої програми не обов'язково повинен бути зареєстрований на подібних сайтах). Програма зчитує висвітлену організатором інформацію і перетворює у повідомлення, що згодом висвітлюється користувачеві, який у своєму профілі зазначив відповідну даним зборам тематику зустрічей яким надає перевагу.

За умовчужанням користувач постійно перебуває у режимі он-лайн, і подібні повідомлення приходять до нього одразу. Візуально вони виглядають наступним чином (рис. 3).

Побачивши повідомлення, користувач одразу має змогу побачити маршрут за яким він повинен рухатись щоб дістатись місця призначення. Також він бачить приблизну вартість відвідування заходу з урахуванням витрат на транспорт (рис. 4).

Маршрут будується у вигляді двох замкнених ліній, пофарбованих у різні кольори. Одна лінія показує рух автомобілем, інша – громадським транспортом. Вартість пересування для автомобільного транспорту розраховується по формулі:

$$S*(B*N)=C,$$

де S – це загальна відстань маршруту в км (в обидва боки), B – вартість 1 л бензину за даними державних сайтів, N – кількість літрів бензину які в середньому витрачає автомобіль на 1 км, C – загальна кількість витрат на бензин під час подолання маршруту.

Вартість пересування громадським транспортом (маршрутним таксі, трамваєм, тролейбусом) розраховується за формулою:

$$P*2 = C,$$

де P – фіксована вартість проїзду, C - загальна кількість витрат на проїзд під час подолання маршруту.

Вартість пересування залізничним транспортом розраховується за вартістю електронного квитка на офіційному сайті Укрзалізниці. Якщо користувач впевнений, що відвідає захід, то він має змогу одразу придбати або забронювати квиток.

Таким чином, якщо зустріч буде в іншому місті, у вартість витрат на транспорт включається трансфер до цього міста, а також безпосередньо пересування по місту конкретно до пункту зборів.

Якщо тематика заходу, місце його проведення та витрати на нього влаштовують користувача, то він відмічає його як «можливо буду». Дані про захід заносяться до календаря програми (рис. 8). За певний час до зборів (який користувач визначає сам) програма нагадує йому про захід. Користувач або підтверджує свою участь в ньому або скасовує. У разі, якщо він один в цей день, то програма автоматично помічає його як «необхідно відвідати».

У разі, якщо заходів в один день декілька, то програма прораховує чи не накладається час відвідування декількох заходів один за одним з урахуванням реального часу на переміщення між пунктами зборів. Якщо ні, то усі підтверджені користувачем заходи позначаються, як «необхідно відвідати». Якщо так, то користувач самостійно відсіює варіанти, що його не влаштовують і тоді заходи помічаються як «неможливо відвідати» (рис. 5).

Дані маніпуляції відображаються у статистиці, що раз на день оновлюється і відправляється у вигляді повідомлення на адміністративний контакт або пошту організаторів заходів. Таким чином організатори мають змогу побачити скільки користувачів даної програми бажає відвідати їх захід або відмовилося від відвідування.

Якщо користувач остаточно впевнений, що буде відвідувати захід, то програма створює для нього детальні мапи пересування до пункту зборів. Вони зберігаються в програмі у телефоні, на випадок, якщо користувач не матиме змогу підключитися до Інтернету. За наявності Інтернету та увімкненого GPS на телефоні, на карті позначатиметься поточне місцеположення особи. Картографічні зображення доповнені 3D-сценами або фотографічними панорамами, що генеруються за даними сервісу «Перегляд вулиць» компанії Google. Це полегшуватиме орієнтування на місцевості особам, які раніше не працювали із картами та подібним графічним матеріалом.

Під час зборів користувач має змогу робити в програмі фото, що будуть зберігатися в календарі та за бажанням користувача відправлятися на інші Інтернет ресурси. При цьому фото будуть оформлені в спеціальній рамці, за якою можна визначити за допомогою якої програми користувач даний захід відвідав. До кожного фото прикріплюються координати GPS. Також можна робити скріпи календарів та також відправляти на інші Інтернет ресурси. Після заходу він помічається як «відвіданий» за умов наявності фото. Для того, щоб користувач не забув зробити фото, програма йому про це нагадає.

Після заходу програма остаточно підраховує скільки людей відвідало захід і скільки планувало і не відвідало. Дана статистика відправляється на сайти, з яких зчитувалася інформація про захід.

### ***Економічна рентабельність проекту***

Даний застосунок є безкоштовним як для клієнта так і для адміністраторів груп. Доходи власники застосунку отримують від рекламодавців, інформація про продукти яких демонструється користувачам нашої програми. Передбачено наступні варіанти оплати рекламних послуг – оплата за 1000 показів+оплата за клік, брендінг дизайну застосунку під замовника. Реклама тематична, тобто орієнтована на рекламодавців, які продають товари (послуги), що цікаві молоді: косметика, спортивні товари, курси вивчення мов, молодіжні журнали та книжки, товари для вжитково-прикладного мистецтва, ігри, за стосунки на інших сайтах, заклади харчування та купони на їх відвідування та ін.

За даними соціальної мережі ВК, тільки у м. Дніпропетровськ нараховується приблизно 80 тис. активних профілів осіб, що є потенційними користувачами нашої програми. За умови, що кожен п'ятий користувач додатку заходитиме у нього хоча б раз у день, щоденна кількість показів становитиме 20 тисяч, що при викупі усіх банерів дає 400 гривень у день (20 грн за 1000 показів усіх банерів у за стосунку \* 20 тисяч показів на день). Із збільшенням кількості користувачів за стосунку та їх активності у ньому доходи закономірно зростатимуть.

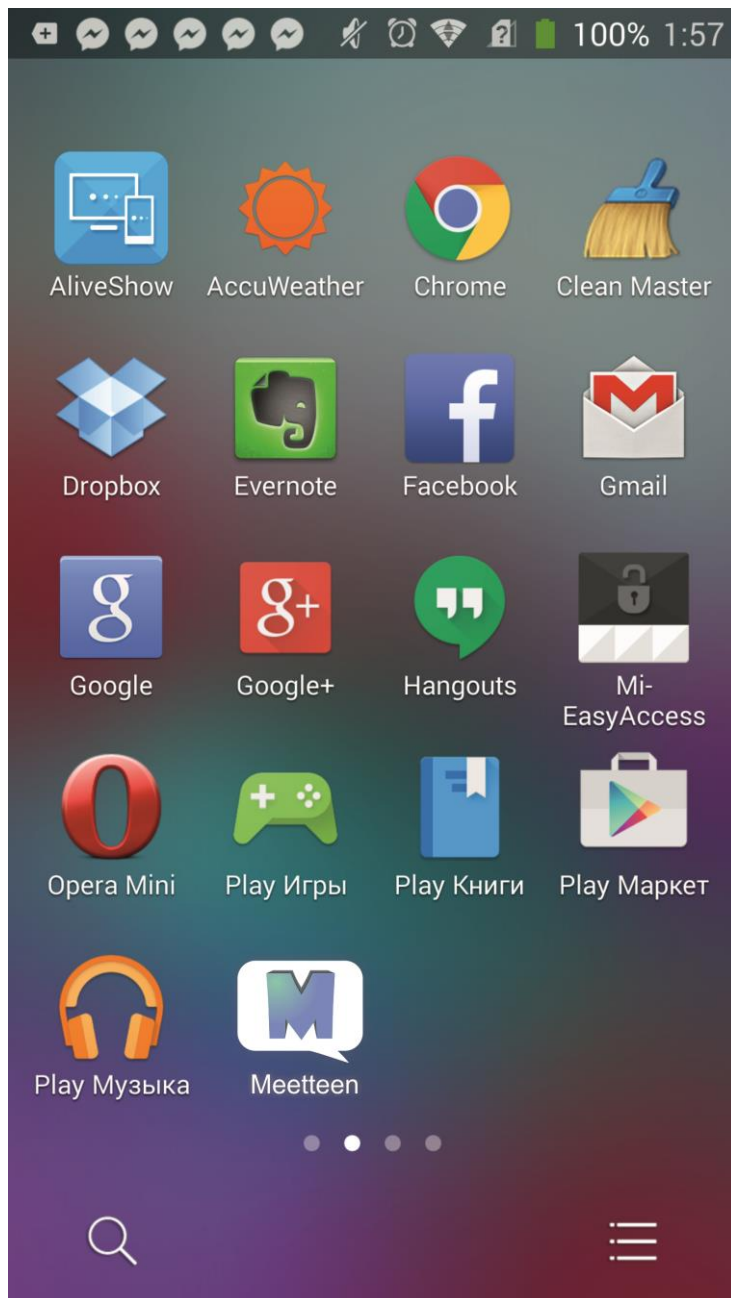


Рис. 1 Вигляд значка програми на екрані смартфона

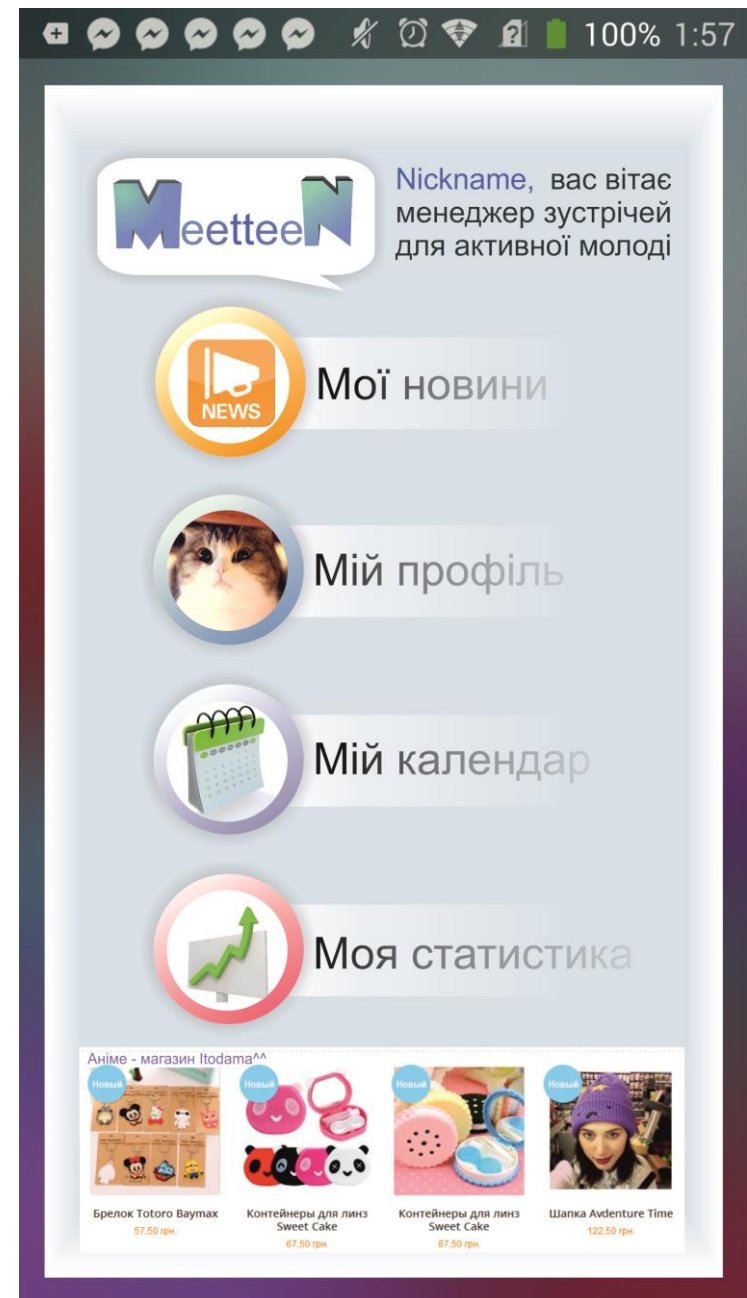


Рис. 2 Загальний вигляд меню програми

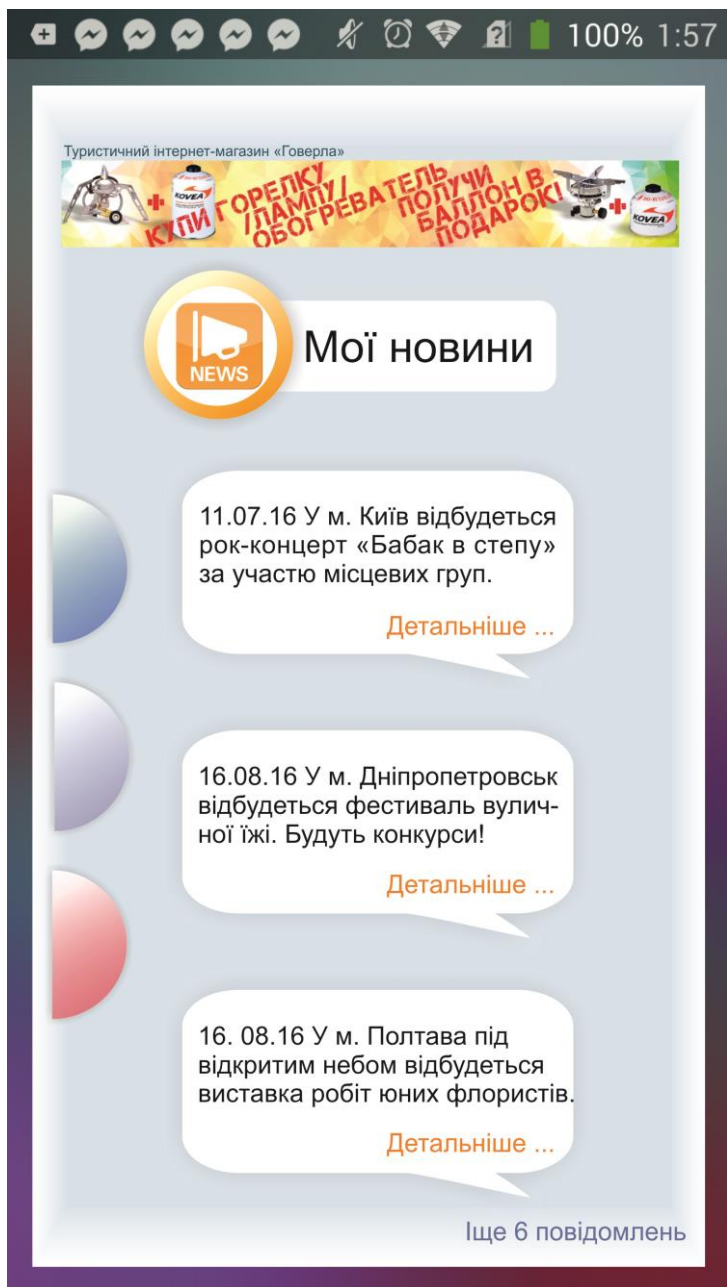


Рис. 3 Меню «Новини»

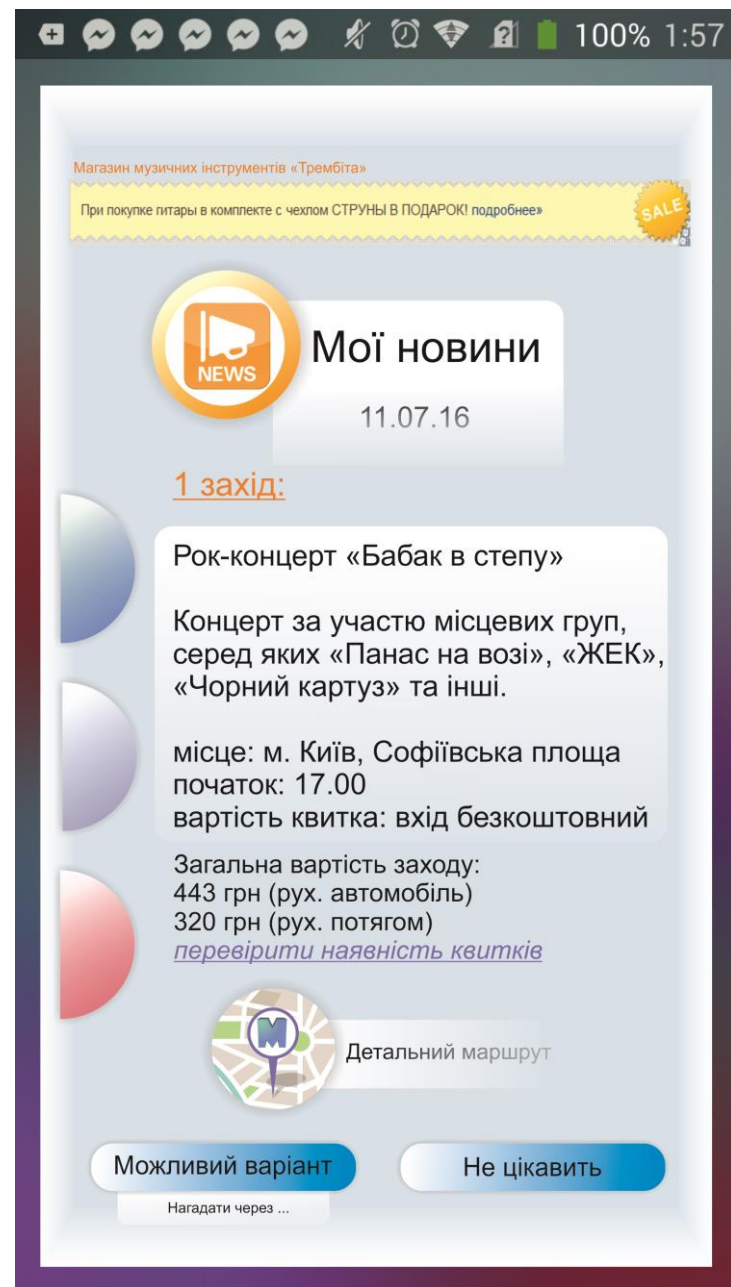


Рис. 4 «Новини» детальніше

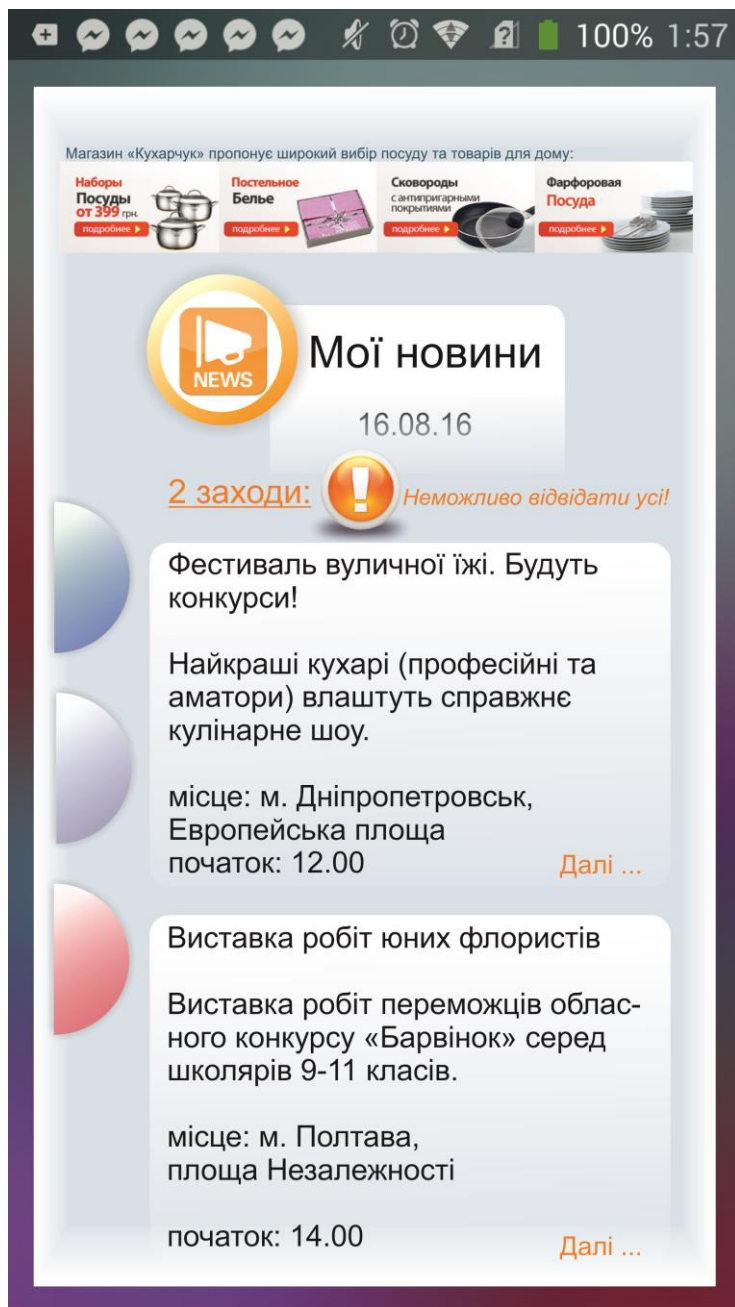


Рис. 5 «Новини» детальніше, декілька заходів в один день

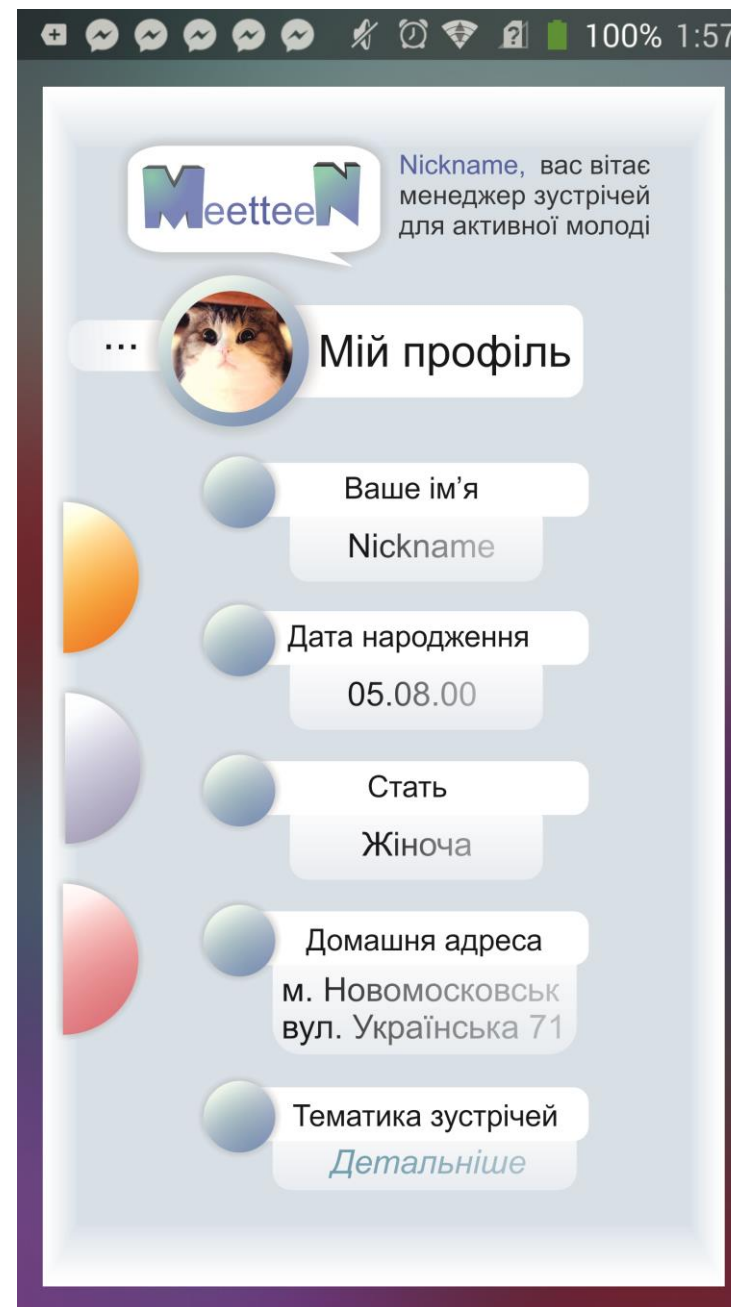


Рис. 6 Профіль користувача

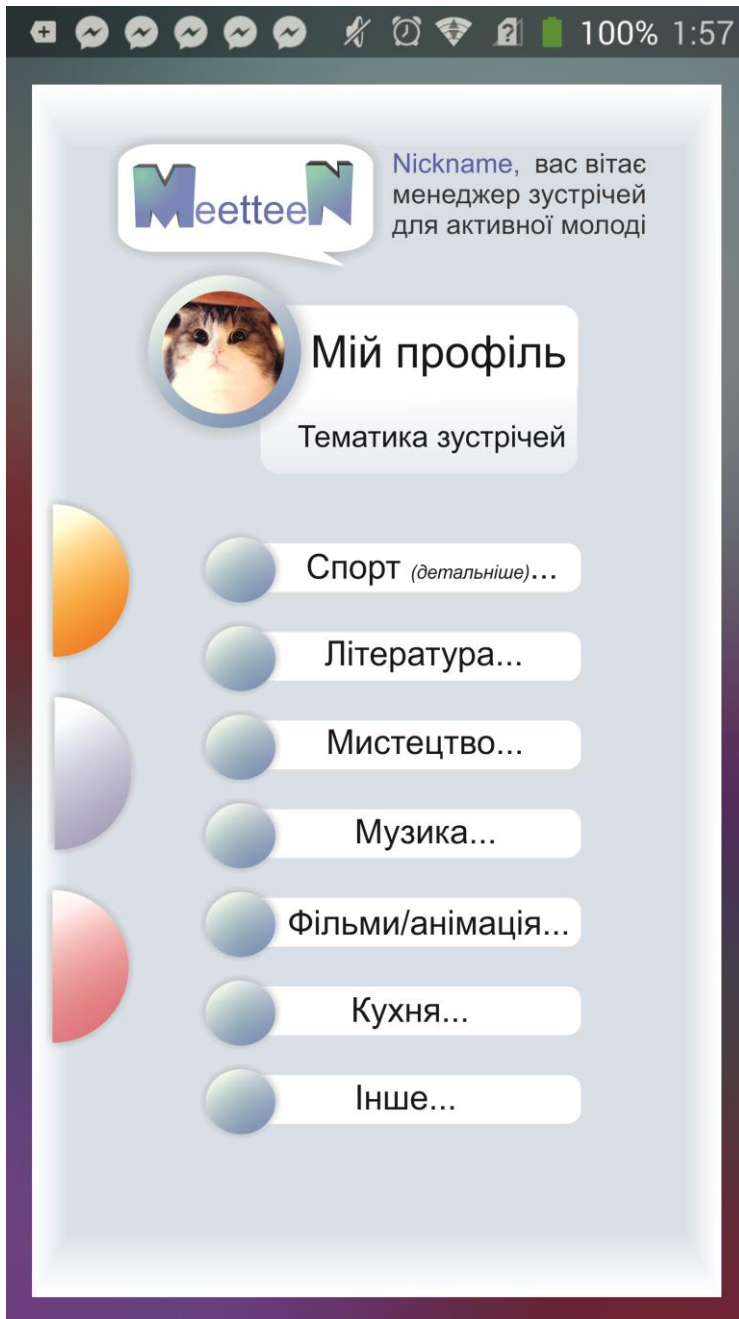


Рис. 7 Профіль користувача, деталі

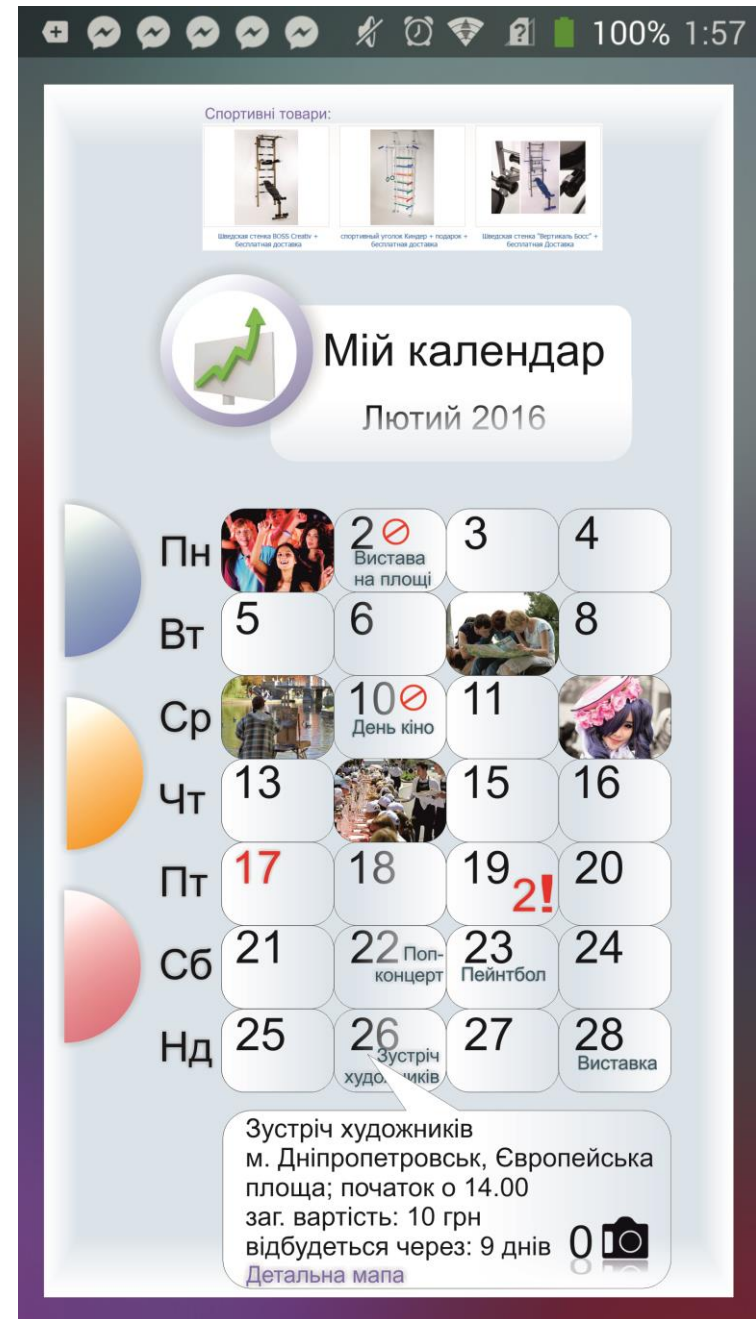


Рис. 8 Календар

