

УДК 004.046

## **РОЗРОБКА МОДУЛЯ «АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОВЕДЕННЯ ВИСТАВОК» ІС «ONLINE ГАЛЕРЕЯ»**

Старченко Д. В.

Науковий керівник – к.т.н., проф. Панфьорова І. Ю.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. ІУС  
м. Харків, Україна

тел.: +38(096) 250-55-44, e-mail: daria.starchenko@nure.ua

The article describes the methods of analysis used for the online gallery's improvement and competitiveness. There are defined the necessity of module development and the main goal is to monitor and analyze visitor behavior, sales, and exhibition performance in order to improve the exhibition campaign. The main characteristics are described and advantages of the methods for analysis in the article. The methods are Predictive Analysis, Visitor Segmentation Analysis, and Conversion Analysis. They work out the most important aspects of the exhibition results.

Прийняття обґрунтованих рішень на основі аналітичних даних є важливим фактором для розвитку та конкурентоспроможності організації.

Основні цілі та переваги модуля «Аналіз результатів проведення виставок» для даної предметної області такі:

– моніторинг та аналіз поведінки відвідувачів на виставці. За допомогою аналітики можна виявити найпопулярніших художників, роботи та жанри, які привертають більше уваги відвідувачів. Це дозволить ефективно організувати виставку та покращити досвід відвідувачів.

– аналіз продажів та результатів проведення виставки. Отримується інформація про те, які картини мають більший попит, як часто купуються роботи конкретних художників, в якому жанрі та ціновому діапазоні найчастіше робляться покупки, тощо. Це допоможе вдосконалити колекцію картин, встановити цінову політику та прийняти економічні рішення, пов'язані з продажами.

У даній роботі використовується декілька методів аналізу з метою рівнобічного освітлення найважливіших сегментів модуля.

Прогностичний аналіз використовується для передбачення майбутніх значень змінних на основі аналізу існуючих даних про продажі, успішність виставки, тощо. Таким чином можна передбачити декілька важливих характеристик:

– обсяги майбутніх продажів;  
– прогноз попиту на картини;  
– тенденція змін інтересу відвідувачів до певних експонатів, змін відвідуваності виставок, тощо.

Зазначені переваги прогностичного аналізу дозволять компанії підготуватися до зростання або спаду продажів та планувати наступні виставки відповідно.

Аналіз сегментації відвідувачів допоможе краще розуміти своїх відвідувачів та надавати їм належні послуги. Основні важливі аспекти цього виду аналізу такі:

- групування відвідувачів: аналіз сегментації відвідувачів дозволяє розділити відвідувачів на групи в залежності від різних параметрів, таких як вік, інтереси, місце проживання, статус, що дозволяє краще зрозуміти потреби своїх відвідувачів та забезпечити їм належні послуги;

- персоналізація послуг: знання, до якої групи належить відвідувач, дозволяє створити персоналізовані пропозиції та пропозиції, що відповідають їхнім потребам;

- аналіз відгуків та побажань: розуміння сегмента відвідувачів дозволяє краще зрозуміти, які її послуги відвідувачам дійсно подобаються, а які можуть потребувати певних змін або удосконалень, що допоможе підвищити задоволеність відвідувачів та збільшити їхню лояльність.

Аналіз конверсії є важливим інструментом для вимірювання ефективності маркетингових кампаній та дій, спрямованих на залучення нових відвідувачів та збільшення кількості продажів у ІС «Online галерея».

Можна виміряти конверсію як відвідувачів, що перейшли на сторінку виставки, так і відвідувачів, які здійснили покупку. Також можна використовувати даний метод на різних етапах оформлення замовлення та оплати, щоб зрозуміти, де саме можна покращити процес замовлення та зменшити кількість відмов. Після збору та аналізу даних можна зробити висновки та прийняти рішення щодо покращення ефективності маркетингових кампаній та інших дій для Online галереї. Для проведення аналізу конверсії використовується програмні засіб Google Analytics, який дозволяє вимірювати конверсію на різних етапах взаємодії відвідувачів з системою. Програмна реалізація модуля використовує вітрини даних при проектуванні та відображає підмножини даних, організованих для вирішення аналітичних завдань обраного підрозділу організації.

Клієнтська частина є веб-додатком, що розроблений з використанням мови Java, HTML та CSS. На серверній стороні як система для керування базою даних обрано MySQL, а середа для розробки – Spring Framework. Модуль забезпечує покращення процесів збору та аналізу даних про виставки, що дозволить ефективніше організувати та проводити виставки.

Список використаних джерел:

1. Велдман, Р. (2014). Посібник з бізнес-аналітики: від інтеграції даних до аналітики. Морган Кауфман.
2. Прозвічник, Ф., & Файоре, Т. (2013). Наука про дані для бізнесу: що вам потрібно знати про інтелектуальний аналіз даних та аналітичне мислення. Морган Кауфман.