

РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙНОЇ ФУНКЦІЇ СИСТЕМИ ПОШИРЕННЯ КВИТКІВ НА ПУБЛІЧНІ ЗАХОДИ

Згоденко Д.Р., Колесник О.Б.

e-mail: daryna.zghodenko@nure.ua

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

This paper discusses the integration of an information and recommendation system in an online ticket distribution platform for public events as an innovative approach to automate key business processes. By streamlining operations, reducing time and labor costs, and boosting ticket sales, this solution significantly enhances the overall efficiency of event organizers. Moreover, implementing a recommendation system increases customer loyalty and improves their purchasing experience by offering personalized event suggestions that align with individual preferences, ultimately resulting in higher customer satisfaction and stronger revenue growth.

Концепція квитків існує вже тисячі років починаючи з античності, де такими, наприклад, виступали глиняні жетони, а отже спосіб їх створення та поширення змінювалися з роками. Наразі методи поширення продовжують еволюціонувати завдяки впровадженням новітніх технологій, а діяльність, пов'язана з поширенням квитків, залишається невід'ємною частиною інфраструктури масових заходів. А отже, виникає необхідність удосконалення систем, які здійснюють поширення квитків на публічні заходи, через вебзастосунки. Зокрема, впровадження рекомендаційних алгоритмів дозволяє підвищити ефективність продажів, поліпшити користувацький досвід та збільшити рівень задоволеності клієнтів [1].

Відмінність від традиційного підходу полягає у тому, що замість довгих черг у касах або звернень до операторів, користувач може за лічені хвилини сформувати власне замовлення та оплатити квитки безготівковим способом. Окрім того, система з рекомендаційною функцією автоматично аналізує дані користувачів та пропонує їм відповідні події без необхідності самостійного пошуку.

У розробленій інформаційній системі поширення квитків на публічні заходи присутні користувачі розподілені за трьома ролями: «незарєєстрований користувач», «зарєєстрований користувач» та «адміністратор».

«Незарєєстрований користувач» має доступ до базових функцій платформи, що дозволяють переглядати повний перелік доступних заходів, виконувати пошук за різними критеріями (наприклад, за назвою, категорією, датою чи містом), а також ознайомлюватися з детальною інформацією про кожен захід, включно з актуальним розкладом та доступними місцями. Окрім цього, незарєєстрований користувач може

zareestruватися або авторизуватися в системі, аби отримати розширений функціонал.

Після успішної реєстрації відвідувач отримує роль «zareestrovаний користувач», що надає йому доступ до особистого кабінету, де можна редагувати власні дані (зокрема ім'я чи адресу електронної пошти), переглядати історію покупок, деталізувати створені замовлення та відстежувати їхній поточний статус. Суттєвою перевагою zareestrovаного користувача також є можливість оформлення нових замовлень безпосередньо в межах системи.

Третю роль «адміністратор» в інформаційній системі має користувач, який має найширші повноваження щодо керування контентом і замовленнями. До його обов'язків входить моніторинг і зміна статусів замовлень, редагування або повне оновлення інформації про заходи (зокрема оновлення розкладу, вартості квитків та доступних місць), а також здійснення звітної діяльності.

Рекомендаційна функція інформаційної системи поширення квитків реалізує підготовку пропозицій, які найбільшою мірою відповідають інтересам користувачів, а також динаміці популярності подій у цілому. Для цього система аналізує сукупність даних про поведінку відвідувачів, а саме їх історію покупок, а також враховує загальну статистику продажів і популярність заходів серед різних сегментів аудиторії [1]. На підставі отриманих висновків формується перелік подій, що можуть зацікавити конкретного користувача: наприклад, концерти схожих виконавців, фестивалі в найближчому географічному регіоні або вистави, які відповідають уподобаному жанру.

Підсумовуючи, впровадження вебзастосунку для поширення квитків на публічні заходи із використанням рекомендаційних алгоритмів суттєво спрощує весь процес придбання та підвищує якість обслуговування відвідувачів. Розподіл користувачів за ролями дає змогу зручно керувати доступом до різноманітного функціоналу, починаючи від простого перегляду подій та завершуючи розширеним управлінням контентом і замовленнями. Система автоматично аналізує дані про уподобання клієнтів і формує персоналізовані пропозиції, що допомагає користувачам швидко знаходити цікаві для них заходи, а організаторам та адміністраторам – ефективно планувати продажі та оновлювати інформацію. Завдяки цьому вебзастосунок значно полегшує організацію та відвідування подій, підвищує рівень задоволеності клієнтів і посилює конкурентоспроможність у сфері масових заходів [2].

Список використаних джерел:

1. Resnick P., Varian H. R. Recommender systems. *Communications of the ACM*. 1997. Vol. 40, no. 3. P. 56–58. DOI: 10.1145/245108.245121
2. Wirtz B. W. *B2C Digital Business Models: Commerce. Digital Business Models*. Cham, 2019. P. 103–120.