

Гуныко Максим Александрович

магистрант кафедры Института опережающих технологий «Школа Икс»

Донской государственной технической университет

Россия, г. Ростов-на-Дону

oceanofurtears@gmail.com

Лубенец Илья Игоревич

магистрант кафедры Института опережающих технологий «Школа Икс»

Донской государственной технической университет

Россия, г. Ростов-на-Дону

lubenets.ilya.igorevich@gmail.com

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПОДБОРА БАРОВ: ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОИСКА И ВЫБОРА ЗАВЕДЕНИЙ

Аннотация: Статья посвящена исследованию рекомендательных платформ для подбора баров, направленному на решение проблем пользователей, связанных с поиском заведений. Анализируются недостатки существующих решений (Yelp, TripAdvisor, Яндекс.Карты), включая отсутствие персонализации, сложность интерфейсов и неактуальность данных. Представлен инновационный подход платформы «Барометр», сочетающий алгоритмы машинного обучения для создания персонализированных рекомендаций, социальные функции для группового выбора и доступный интерфейс. Результаты CustDev-исследования с количеством участников в составе 250 человек выявили потребности целевой аудитории: 90% пользователей заинтересованы в онлайн-бронировании, 63% ценят доступ к коктейльным картам, а 20% ищут заведения через соцсети. Практическая значимость работы заключается в повышении удобства поиска заведений и формировании цифровых инструментов для барной индустрии.

Ключевые слова: Рекомендательные системы, выбор заведений, пользовательский опыт, машинное обучение, персонализация, барная индустрия, мобильные приложения, социальные функции.

Abstract: The article explores recommender platforms for bar selection, addressing user challenges in venue discovery. It analyzes limitations of existing solutions (Yelp, Tripadvisor, Yandex.Maps), including lack of personalization, complex interfaces, and outdated data. The innovative Barometer platform is introduced, leveraging machine learning for personalized recommendations, social features for group choices, and an accessible interface. CustDev research with 250 people revealed user needs: 90% prioritize online booking, 63% value access to cocktail menus, and 20% discover venues via social networks. The study highlights practical implications for improving search efficiency and developing digital tools for the bar industry.

Keywords: Recommender systems, venue selection, user experience, machine learning, personalization, bar industry, mobile applications, social features.

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена стремительным ростом и развитием барной индустрии в России, однако цифровые сервисы по поиску и выбору заведений заметно отстают от зарубежных аналогов и не отвечают растущим запросам пользователей и владельцев баров. Отсутствие персонализированных рекомендаций, перегруженные интерфейсы и нехватка аналитических инструментов для бизнеса создают значительный разрыв между ожиданиями аудитории и возможностями существующих платформ[4]. Внедрение современных рекомендательных систем и цифровых решений становится не только актуальным, но и необходимым шагом для повышения эффективности взаимодействия между посетителями и заведениями, а также для дальнейшего роста отрасли в целом.

Целью работы является разработка и обоснование архитектуры рекомендательной платформы для подбора баров, способной интегрировать персонализированные алгоритмы, инструменты для владельцев заведений и образовательные функции. Исследование направлено на выявление возможностей повышения лояльности пользователей и эффективности бизнеса за счёт внедрения современных цифровых технологий в барную сферу.

Анализ текущих решений и их недостатков

В ходе исследования были проанализированы популярные платформы для поиска баров, такие как Yelp, TripAdvisor и Яндекс.Карты. Большинство из них предлагают стандартные списки заведений, основанные на геолокации и типе заведения, но не учитывают индивидуальные предпочтения пользователей, что, в свою очередь, ограничивает их эффективность в удовлетворении пользовательской потребности.

Ключевые недостатки:

- отсутствие персонализированных рекомендаций: платформы не учитывают пользовательские предпочтения в напитках, еде или атмосфере заведения;
- сложность в навигации и использовании интерфейса: большинство платформ имеют перегруженные интерфейсы, что приводит к трудностям в использовании платформы пользователями с проблемами моторики и/или зрения, а также пользователями с минимальным опытом работы с цифровыми инструментами;
- неполнота и устаревание данных: в большинстве платформ содержится устаревшая или неполная информация о заведении;
- отсутствие возможности фильтрации по уникальным критериям: пользователи часто хотят фильтровать заведения по специфическим критериям, таких как наличие живой музыки,

- специальных акций или наличие вегетарианского меню, но такие функции могут быть ограничены или отсутствовать в приложениях;
- ограниченные возможности для подбора заведений для компаний: большинство пользователей лично опрашивает своих знакомых об их предпочтениях перед выбором заведений для компании и лично занимаются поиском подходящего места, так как многие платформы не предлагают возможности пользователям определять поисковый запрос на основе персональных предпочтений нескольких пользователей;
 - неэффективные алгоритмы сортировки и поиска: алгоритмы, используемые всеми платформами рассчитаны на более широкий спектр заведений, что, в свою очередь, может ухудшать качество сортировки и поиска баров[2].

Подходы, используемые в «Барометр»

Проект «Барометр» предлагает инновационное решение среди рекомендательных платформ по подбору заведений, объединяя инновации в методах анализа данных и пользовательский опыт:

- алгоритмы машинного обучения анализируют поведение пользователей и создают персонализированные рекомендации на основе их предпочтений[2];
- платформа позволяет создавать личный профиль пользователя для редактирования и сохранения его персональных предпочтений;
- продвинутая социальная система, позволяющая создавать связи между пользователями, что облегчает процесс и улучшает качество работы рекомендательной системы при поиске заведения на компанию;
- интерфейс приложения разрабатывается с учётом удобства использования для людей с нарушениями в моторике или

ухудшении зрения, что позволяет комфортно пользоваться приложением в любой ситуации[5];

Потребности целевой аудитории

Для определения потребностей целевой аудитории было проведено CustDev-исследование, в ходе которого было опрошено более 250 человек. Распределение потребителей по полу и возрасту на момент проведения CustDev-исследования представлены на рисунке 1.

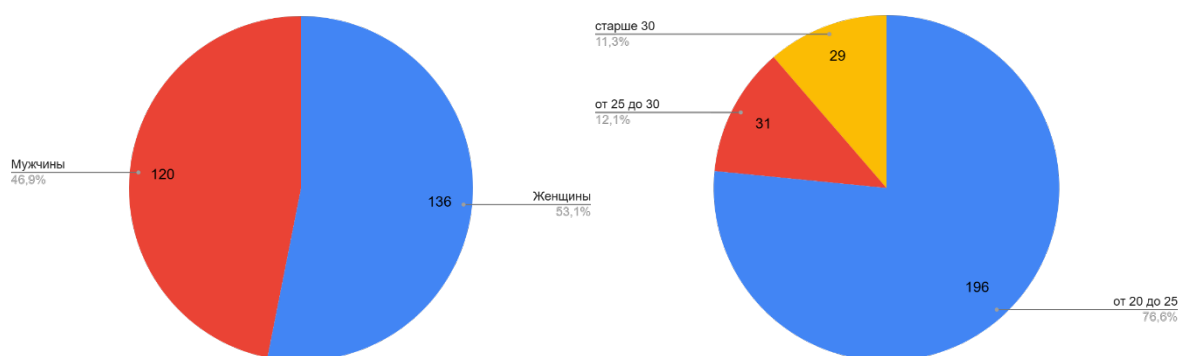


Рисунок 1 – Круговые диаграммы распределения пола и возраста респондентов

Основная аудитория — респонденты в возрасте от 25 до 35 лет, которые составляют 77% выборки. Это связано с их активным образом жизни и интересом к новым заведениям[7]. Данное распределение подтверждает, что основным сегментом целевой аудитории являются молодые люди, что важно учитывать при разработке функционала платформы.

На рисунке 2 представлена диаграмма распределения частоты посещения заведений на момент проведения CustDev. Результаты показывают, что люди достаточно часто посещают заведения с алкоголем, что подчёркивает актуальность и потенциал приложения «Барорметр».

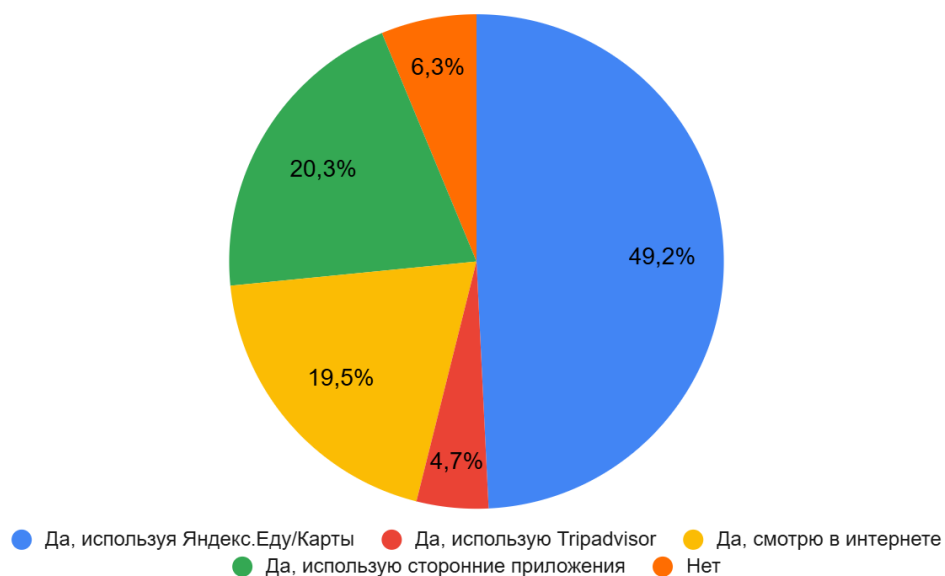
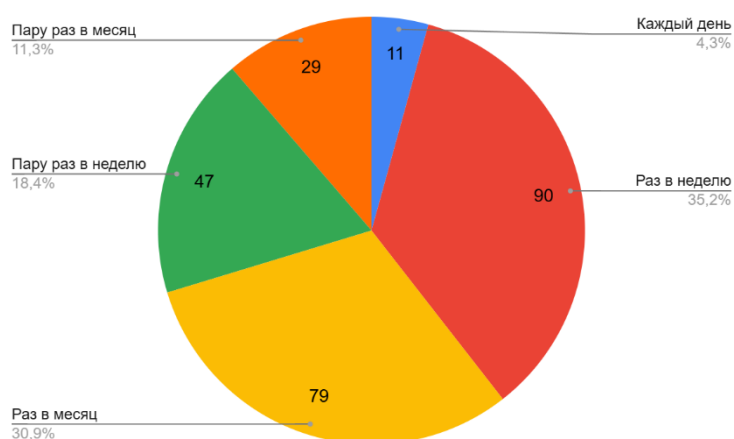


Рисунок 2 – Круговая диаграмма частоты посещения алкогольных заведений



На рисунке 3 представлена диаграмма распределения используемых респондентами приложений для подбора подходящих алкогольных заведений. Большинство респондентов пользуется навигационными

сервисами компании «Яндекс», в то время как почти 20% ищет заведения в интернете с помощью поисковых систем.

Рисунок 3 – Круговая диаграмма используемых сервисов для подбора заведения

Дополнительные выводы

63% респондентов отметили важность отображения коктейльной карты и рекомендаций бармена. 90% респондентов пользуются или хотели бы пользоваться возможностью бронирования столов через приложение. 20% респондентов ищут заведения через социальные сети.

Преимущества предлагаемого продукта

Барометр выгодно выделяется среди конкурентов за счет использования современных подходов и уникальных функций:

- Интерактивный интерфейс с возможностью быстро находить информацию о барах, мероприятиях, коктейльных картах и рекомендациях от барменов.
- Персонализированные рекомендации, основанные на предпочтениях пользователей и их истории посещений.
- Интеграция системы уведомлений о мероприятиях, скидках и эксклюзивных предложениях в реальном времени.
- Доступ к информации о барах, включая фотографии, отзывы, меню, а также рейтинги и мнения других пользователей.
- Удобство бронирования столиков и записи на мероприятия прямо из приложения.
- Совмещение образовательного контента с практическим: пользователи могут узнавать больше о барной культуре, коктейлях и известных барменах[3].

- Минимальные технические требования для доступа к полному функционалу приложения.
- Поддержка функций аналитики, позволяющих пользователям отслеживать свои посещения, расходы и даже составлять свои «барные маршруты».

Практическое применение

Барометр предлагает пользователям простой и эффективный способ открыть для себя новые бары, мероприятия и напитки, учитывая их предпочтения и интересы. Платформа также может служить инструментом для заведений, помогая им привлекать гостей, продвигать события и улучшать взаимодействие с аудиторией. Благодаря персонализированным рекомендациям, образовательным материалам и удобным функциям для планирования, пользователи могут глубже погружаться в барную культуру, а владельцы баров — повышать свою узнаваемость и удерживать клиентов.

Потенциальные направления развития

Барометр может развиваться в сторону охвата новых форматов заведений, включая клубы, кафе, рестораны и другие заведения, превращаясь в универсальную платформу для досуга. В будущем возможно внедрение искусственного интеллекта, что позволит персонализировать рекомендации баров, клубов и коктейлей на основе предпочтений пользователей, а также предсказывать тренды и адаптировать контент под каждого клиента[8]. Платформа может дополниться образовательными и развлекательными элементами, такими как рецепты коктейлей, истории напитков и геймификация[9]. Для владельцев заведений предложат аналитические инструменты и возможности продвижения[10]. Социальные функции помогут пользователям делиться опытом, отзывами и создавать сообщества.

Заключение

В рамках исследования были проанализированы ограничения существующих решений в сфере поиска баров и заведений. Проведенный кастдев показал, что больше половины пользователей заинтересованы в рекомендательной системе баров и коктейлей, а функция бронирования столов через приложение оказалась востребованной практически у всех респондентов. Разрабатываемый проект Барометр предлагает инновационный подход, объединяющий персонализацию на основе ИИ, удобный доступ к информации о заведениях и интеграцию ключевых функций для планирования досуга. Практическая значимость работы заключается в упрощении поиска подходящих мест, расширении знаний пользователей о барной культуре и повышении вовлеченности в индустрию. В будущем проект будет совершенствоваться за счет развития алгоритмов ИИ для более точных рекомендаций и интеграции новых возможностей, таких как социальные функции и аналитические инструменты для владельцев заведений.

Библиографический список

1. Алексеев А. И., Петрова Е. С. Особенности использования цифровых технологий в сфере услуг // *Цифровая экономика и инновации*. – 2021. – № 3. – С. 45-53.
2. Зайцев И. В., Кравченко А. М. Рекомендательные системы на основе искусственного интеллекта: перспективы и вызовы // *Научный журнал технологий*. – 2020. – № 2. – С. 34-38.
3. Смирнова Л. В., Ткаченко Ю. И. Интеграция образовательных платформ и развлекательных сервисов: инновационный подход // *Вестник цифровых технологий*. – 2018. – № 5. – С. 12-17.
4. Иванова О. Е., Лебедев Н. П. Современные подходы к развитию клиентских сервисов в индустрии гостеприимства // *Экономика и бизнес*. – 2020. – № 7. – С. 88-92.
5. Сердюков А. А., Нечаева Ю. М. Разработка пользовательских приложений в условиях цифровизации // *Инновации и технологии*. – 2022. – № 1. – С. 56-61.
6. Дмитриев Н. Д., Романов С. А. Анализ ключевых инвестиционных стратегий // *Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, достижения и тенденции развития: материалы конференции*. – 2019. – С. 92-95.
7. Николаева Е. В. Поведение пользователей цифровых платформ в сфере досуга // *Современные исследования в экономике*. – 2021. – № 6. – С. 39-44.
8. Зайцева А. М. Проблемные аспекты программного обеспечения конвергенции искусственного интеллекта в обучающий процесс // *Искусственный интеллект в образовании*. – 2020. – № 3. – С. 25-30.
9. Федоров И. В., Матвеева А. С. Геймификация и ее роль в развитии клиентских приложений // *Цифровое общество*. – 2019. – № 4. – С. 49-53.

10. Сердюкова Л. О., Глушкова Ю. О., Нурулин Р. Н. Бизнес-модели инновационного развития в условиях цифровизации // *Инновационная деятельность*. – 2019. – № 4. – С. 69-77.