

занимающихся арендой и управлением стоянок транспортных средств. В отличие от других аналогичных решений, настоящий проект предлагает гибкую настройку базы данных клиентов, позволяет проводить оперативный поиск и изменение данных, а также генерировать уведомления клиентам через электронную почту.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Нифагин В.А., Дубровина О.В.* Инновационные аспекты руководства дипломным проектированием студентов специальности «Прикладная информатика» // Актуальные проблемы гуманитарного образования: материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18–19 окт. 2018 г. Минск, 2018. С. 85-88.

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В ПРИЛОЖЕНИЯХ SAAS PRODUCT

GAMIFICATION IN SAAS PRODUCT APPLICATIONS

А.Е. Кульбицкий

A. Kulbitsky

Белорусский государственный университет,

Минск, Беларусь, *kulbicki@gmail.com*

Belarusian State University,

Minsk, Belarus, *kulbicki@gmail.com*

Статья описывает основные понятия геймификации в SaaS приложениях. Рассматриваются примеры геймификации на мировом рынке, а также успешное применение в работах студентов специальности «Прикладная информатика» БГУ.

Ключевые слова: геймификация; SaaS; приложение; мотивация.

The article describes the basic concepts of gamification in SaaS applications. Examples of gamification on the world market are considered, as well as successful application in the works of BSU students.

Keywords: gamification; SaaS; application; motivation.

На сегодняшний день SaaS приложения играют важную роль в жизни большинства населения крупных городов. SaaS – software as a service – это облачная модель предоставления программного обеспечения, которая доставляет приложения конечным пользователям в интернет-браузере или по API. Иными словами, это такое программное обеспечение, которое не устанавливается целиком на носитель пользователя, а просто предоставляет доступ к услуге.

К такому программному обеспечению относятся все сервисы сети Интернет, а также большинство приложений для смартфонов – расписание транспорта, прогноз погоды, заказ еды, учеба и досуг. Такие приложения закрывают потребности современного человека, при этом естественной становится множественное предложение похожих услуг от разных разработчиков, что порождает конкурентную борьбу за

пользователей. В таких условиях приложения, помимо полезности и удобства, стремятся сделать вызывающими у пользователя своеобразное “привыкание” и “радость общения”. Именно за такие действия отвечает геймификация.

Геймификация – это внедрение игровых форм в неигровой контекст: работу, учебу и повседневную жизнь. Само понимание геймификации – взаимодействие через игру – существовало очень давно, так как геймификация использует естественные склонности людей к конкуренции, соревнованиям, сотрудничеству и достижениям [1]. Эта техника мотивирует к достижению целей и повышению производительности. Инструментами вовлечения могут стать уровни, которые необходимо преодолеть, вознаграждения и/или рейтинг. Также геймификация может упростить все процессы – от обучения до бизнес-задач – и увеличить удовольствие от их выполнения. Подход может сделать любой опыт похожим на игру, что выльется в большую вовлеченность. Он также добавит чувство радости от выполнения поставленных задач, сравнимое с такими же положительными эмоциями от прохождения сложного уровня игры. При этом возраст и опыт участников совершенно не имеет значения.

Одним из ярких представителей является сервис по самостоятельному изучению иностранного языка Duolingo (рис. 1).

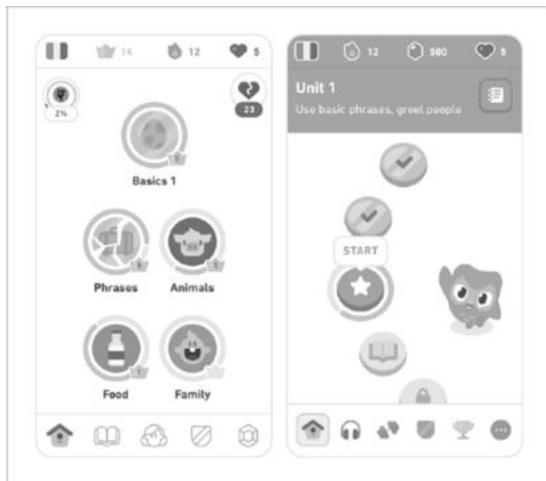


Рис. 1. Интерфейс сервиса Duolingo – Один из самых ярких представителей геймификации

Геймификацию можно встретить даже в серьезных банковских приложениях. На рис. 2 приведен интерфейс мобильного приложения Тинькофф Банка, содержащего элемент геймификации, мотивирующий на накопление денег.

Однако наиболее эффективно ее применение в тех приложениях, которые мы используем не по необходимости.

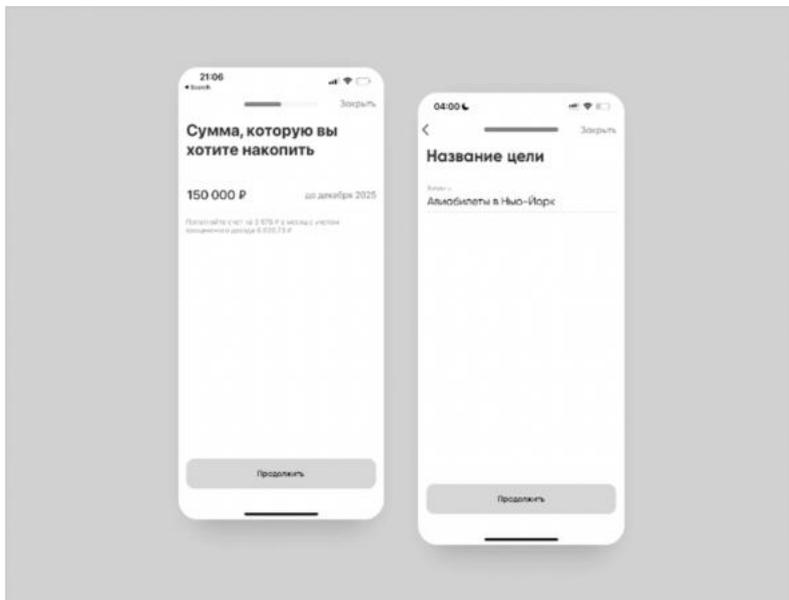


Рис. 2. Экраны мобильного приложения Тинькофф Банка

Для успешной геймифицированности программного продукта необходимо наличие в нем хотя бы одного из следующих компонентов:

Мотивация необходима для того, чтобы “игрок” не забросил прохождение на одном из этапов. Перед ним должна стоять конкретная цель, которая двигает его вперед. Вариантами, стимулирующими повышение мотивации, являются всевозможные бонусы, нарастающие скидки, попадание в лиги.

Статус. Наш “игрок” развивает своего персонажа, т.е. себя. Он может приобрести статус от бронзового до платинового, купить персонажу дополнительные преимущества. На рис. 3 приведен пример использования “Статуса” в Яндекс Картах, который мотивирует пользователя оставлять в нем отзывы заведений и организаций.



Рис. 3. Использование “Статуса” в Яндекс Картах



Рис. 4. Использование вознаграждения для водителей приложения Яндекс Такси, мотивирует работать лучше, чтобы получать больше заказов

Вознаграждение. Во многих играх после прохождения уровня персонажу начисляют золотые монеты, дают награды, звания или виртуальные бриллианты. Чем сложнее уровень, тем больше поощрений. Вознаграждение – один из ключевых принципов геймификации. На рис. 4

приведен один из экранов приложения «Использование вознаграждения» для водителей приложения Яндекс Такси, который призван мотивировать их работать лучше, чтобы получать больше заказов.

Использование одного или нескольких компонентов геймификации существенно улучшает “глубину” и “время”, которые пользователь проводит в приложении.

Студентами БГУ специальности “Прикладная информатика” факультета социокультурных коммуникаций также часто используется геймификация в своих курсовых и дипломных работах [2]. На рисунке 6 показаны скриншоты экранов мобильного игрового приложения, разработанного студенткой Софьей Рогалевич и предназначенного для детей дошкольного и младшего школьного возраста. Программа предлагает детям выполнение различных домашних заданий – как учебных, так и в виде разнообразной работы по дому и помощи близким, по результату которых они получают различные награды. На рисунке 5 представлены скриншоты сайта и мобильного приложения, разработанные студенткой Надеждой Ивановой. Целевой аудиторией этого приложения являются огородники-любители. Программный продукт предоставляет возможность планирования своего огорода и размещения на нем основных культур.

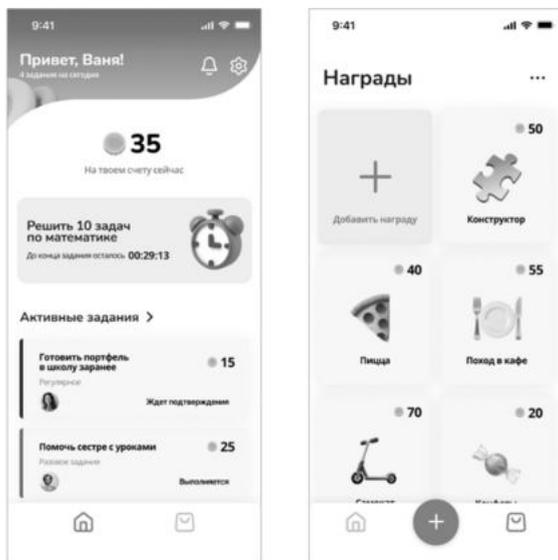


Рис. 5. Приложение с элементами геймификации для мотивации детей и выполнения домашних заданий

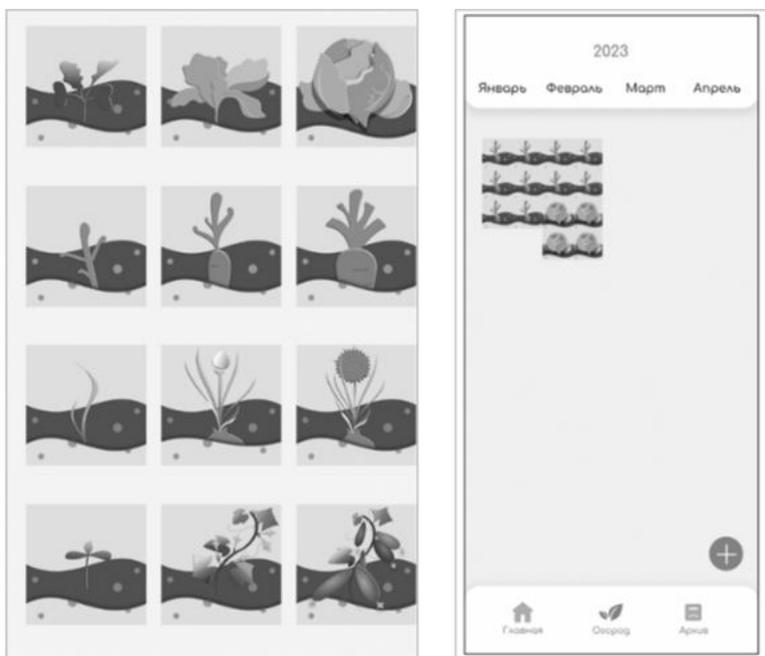


Рис. 6. Приложение с элементами геймификации по контролю за выращиванием овощей на огороде

Таким образом, элементы геймификации способны разнообразить и сделать более клиентоориентированным и дружелюбным пользовательский интерфейс различного назначения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Царик С.В., Дубровина О.В. Геймификация учебного процесса // Актуальные проблемы гуманитарного образования: Материалы II международной научно-практической конференции, Минск 22-23 октября 2015 г. Часть 2. Минск, 2015. с. 40-44.
2. Нифагин В.А., Дубровина О.В. Инновационные аспекты руководства дипломным проектированием студентов специальности «Прикладная информатика» // Актуальные проблемы гуманитарного образования: материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18–19 окт. 2018 г. Минск, 2018. С. 85-88.