

## **Задание 2.1. ВСР**

2.1. Создать скринкаст для защиты выпускной квалификационной работы

2.1. Подготовить разработанный программный продукт к демонстрации.

Скринкаст для представления разработанного продукта + текст

Ссылка на скринкаст: [https://drive.google.com/open?id=1iMfp1cEZQLx5HX2xIP0hxyC8iY1s\\_XkW](https://drive.google.com/open?id=1iMfp1cEZQLx5HX2xIP0hxyC8iY1s_XkW)

### **Текст для видео по модели Хаффа**

Здравствуйте! Хочу вам представить разработанную мной систему поддержки принятия решения о выборе местоположения нового коммерческого объекта на основе модели Хаффа и гис-технологий.

На панели инструментов Geointellect, мы можем увидеть кнопку, с помощью которой мы запускаем инструмент. Открыв инструмент, вы можете увидеть список ваших расчетов, в данном случае это мои расчеты, на которых я тестировала систему.

Сейчас я покажу процесс создания нового расчета и его результаты.

Кликаем по кнопке “Добавить расчет” и заполняем все необходимые поля.

1. Шаг первый - вводим название расчет - анализ рынка конкурентов

2. Шаг второй - заполняем поля - Выбираем слой с населением, выбираем поле с численностью населения и выбираем поле с идентификатором населенного объекта

Далее

1. Шаг третий - заполняем поля - выбираем слой с торговыми точками, выбираем поле с идентификатором торговой точки, выбираем поле с площадью торговой точки и поле с названием торговой точки

И последний шаг - это выбираем трафик. Можно выбрать как автомобильный, так и пешеходный.

Давайте в качестве примера выберем пешеходный.

Запускаем расчет.

Наш новый расчет появился в списке всех с кнопкой “Ожидание”, сейчас необходимо подождать пока произойдет расчет.

Расчет готов. Открываем.

Результат модели Хаффа представлен в виде двух слоев: полигональный слой с населением, который в свою очередь состоит из почтовых округов и слой с гипермаркетами, который на карте представлен в виде точек.

Выбирая любой гипермаркет на карте, вы можете ознакомиться с его краткой характеристикой. Каждая торговая точка имеет следующие поля: названия и площадь, которые непосредственно считываются из БД и трафик - это потенциальный объем посетителей, которые с большей вероятностью посетят данную торговую точку.

Выбирая любой почтовый округ, вы также можете ознакомиться с его краткой характеристикой. Это количество людей проживающих в данном почтовом округе и выбрана торговая точка, которая наиболее привлекательная для данного почтового округа.

То есть, при расчете модели Хаффа каждому почтовому округу присваивается наиболее привлекательная для него торговая точка. Благодаря модели Хаффа, мы можем провести анализ рынка и увидеть для каких почтовых округов какие гипермаркеты наиболее привлекательные. Каждому почтовому округу соответствует цвет выбранной торговой точки.

Теперь добавим новый объект к нашему текущему расчету, чтобы увидеть как изменится ситуация на рынке при открытии новой торговой точки.

Открываем список расчетов, нажимаем на кнопку плюс, которая отвечает за добавление нового объекта к текущему расчету

теперь мы можем отметить на карте точку, где будет открыт наш новый объект, система считывает геолокацию и после нам необходимо заполнить поля для нового объекта:

1. Название торговой точки. Пусть будет МЕГА Мурино
2. И площадь дорогой точки, напрмиер, 100 000

Далее нажимаем кнопку пересчитать и ждем результата.

У нас появился наш расчет с добавленным объектом и теперь мы можем наглядно оценить и увидеть, как поменяется обстановка на рынке. А также кликая по каждой точки слоя с гипермаркетами, мы можем увидеть как изменяется трафик посетителей для каждой торговой точки при открытии нового гипермаркета.