

**Конюхов С.Л.**

ст. викладач кафедри інформатики і кібернетики,

**Кирилюк О.Ю.**

студент МДПУ ім. Б.Хмельницького

## **РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Мережа Інтернет широко використовується як середовище проведення операцій купівлі-продажу товарів та послуг. Незважаючи на велику кількість практичних розробок, залишається актуальним створення ефективних систем електронної торгівлі, що пов'язано із постійним зростанням вимог споживачів до подібних ресурсів. Основним напрямком вирішення цього завдання є розробка Інтернет-магазинів – сайтів, де відбувається прямий продаж товарів або послуг споживачам, важливими елементами яких є оновлення асортименту, можливість додавати товари до «кошику» і здійснювати оплату через глобальну мережу.

З метою створення допоміжного інструменту здійснення продажів для торговельного підприємства проводиться дослідження, в рамках якого розроблено Інтернет-магазин, який складається з web-сайту і серверних програм з базою даних. Web-сайт містить інформаційні розділи: Головна сторінка; Новини; Про нас; Виробники; Корпоративне життя; Відео; Корисно знати; Книга відгуків. Відвідувачі сайту мають можливість ознайомитися із змістом інформаційних сторінок, переглянути каталог, залишити відгук, коментарій або запитання до адміністрації підприємства. Якщо відвідувач бажає скористатися послугами Інтернет-магазину і замовити товар, він повинен зареєструватися і увійти із своїм логіном і паролем.



Функціонування власне Інтернет-магазину забезпечується двома каталогами товарів „Сантехніка” і „Кахлі”. Їхня структура відповідає поділу, прийнятому в прайс-листах компанії, тому в каталозі сантехніки поділ зроблено за видами товарів, а в каталозі кахлів – за виробниками. При виборі кожної групи каталогу на сторінці сайту публікується перелік і короткий опис товарів (рис. 1). Відображаються тільки ті товари, що в даний момент наявні на складі. Помістити його до віртуального кошику можна за допомогою спеціальної кнопки. Найменування товару є посиланням, яке відкриває сторінку з його докладним описом.



«Сторінка каталогу Інтернет-магазину» рисунок 1

Для здійснення покупки клієнт повинен перейти на сторінку «Оформити замовлення» (рис. 2), де можна відредагувати його. Після надходження інформації про замовлення до адміністрації Інтернет-магазину відповідальний менеджер зв'язується із клієнтом для детального обговорення умов оплати і доставки. Магазин пропонує оплату за рахунком-фактурою в українських гривнях. Юридичні особи перераховують гроші на розрахунковий рахунок, фізичні – через відділення банку або пошти.

Заказ № \_\_\_\_\_  
 Комментарий:

Фото	Наименование	Цена, грн.	Количество	Сумма, грн.	Опции
Товары из каталога "сантехника"					
	Губок (F-022)150/85см. (СМОК)+ванна	5683.00	<input type="text" value="1"/>	5683.00	✗
	PICASSO 3 Мебель/ GRIS мрамор/ (Испания)	22470.00	<input type="text" value="1"/>	22470.00	✗
	CRISTIANA Штора на ванну 1,69	19348.00	<input type="text" value="1"/>	19348.00	✗
<b>Итого по каталогу "сантехника":</b>				<b>47501</b>	
<b>Итого по документу:</b>				<b>47501.00</b>	

[Пересчитать корзину](#)

[Сохранить документ](#)

[<<Вернуться к списку документов](#) 

## «Сторінка оформлення замовлення Інтернет-магазину» рисунок 2

Замовлення оформлюється у вигляді окремого документа. Користувач має доступ до своїх документів і може редагувати їх до моменту здійснення оплати. Менеджери і продавці можуть переглядати всі документи в межах своїх повноважень. Менеджери мають доступ до інформації про наявність товарів на складах підприємства і можуть надати допомогу клієнту в процесі оформлення замовлення. Вони також здійснюють контроль за станом виконання замовлень, про що роблять позначки в документах – замовленнях.

Висновок: створений Інтернет-магазин надає можливості для зручного здійснення покупок користувачам, а також ефективні інструменти поширення інформації і підвищення попиту власникам підприємства.

### Література:

1. Клімушин П.С. Інформаційні системи та технології в економіці : навч. посіб. / П.С. Клімушин, О.В. Орлов, А.О. Серенок. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ „Магістр”, 2011. –448 с.
2. Макарова М.В. Тенденції розвитку цифрової економіки: Монографія. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004. – 240 с.