

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра математической теории упругости и биомеханики

Разработка интернет-магазина автохимии

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 442 группы

направления 09.03.03 «Прикладная информатика (прикладной бакалавриат)»

механико-математического факультета

Шеяновой Анастасии Александровны

Научный руководитель
доцент, к.ю.н.

подпись, дата

Р. В. Амелин

Зав. кафедрой
д.ф.-м.н., профессор

подпись, дата

Л.Ю. Коссович

Введение

Интернет-торговля - процесс реализации физических и нефизических товаров посредством специализированных электронных площадок, предоставляющих дистанционное оформление заказа.

Это отрасль в торговле, которая весьма динамично развивается во всем мире не в последнюю очередь, именно благодаря тому, что огромное количество человек получило доступ к широкополосному интернету.

Бизнес-модель продаж специализированных узконаправленных товаров на развивающихся интернет-рынках, в том числе в России, начинает усиленно развиваться, в отличие от магазинов с широким спектром товаров и услуг. Главным отличием, реализующим доходность в сети специализированных магазинов, является удовлетворение специфических требований клиентов, при том, что количество покупателей по сравнению с другими секторами интернет торговли сравнительно не велик. Для того чтобы удовлетворить специфические требования необходима жесткая система контроля за статистикой продаж, движением товара.

Исходя из этого тема выпускной квалификационной работы актуальна.

Предметная область квалификационной работы Интернет-торговля.

Объектом бакалаврской работы рассматривается интернет-магазин.

Предметом квалификационной работы разработка интернет-магазина.

Целью данной работы является разработка и создание сайта для магазина автохимии «АХИОМ».

Поставленные задачи :

- Провести анализ современных систем разработки интернет-магазинов;
- Изучить понятие интернет-магазина, сущность, функции, классификацию;
- Проанализировать системы разработки электронных магазинов;
- Выполнить проектирование интернет-магазина;

- Изучить систему создания виртуальных магазинов и приобрести навыки ее использования;
- Разработать интернет-магазин автохимии.

Структура и объем работы.

Бакалаврская работа состоит из введения, 3 глав, заключения, списка используемых источников, включающего 22 наименования. Работа изложена на 42 листах машинописного текста без приложений, содержит 13 рисунков.

Основное содержание работы.

Во введении описывается актуальность темы, объект и предмет исследования, цель работы и задачи.

Первая глава состоит из трех разделов. В ней рассмотрены основные понятия, анализ работы и структура интернет-магазина.

Интернет магазин - сайт, торгующий товарами и услугами в сети интернет. Электронный магазин позволяет пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа в сети Интернет. Главным отличием интернет - магазина от обычного магазина является его расположение и организация взаимодействия с покупателем, использование сети Интернет для осуществления всех возможных операций. [1]

Так как при торговле через Интернет покупатель не имеет возможности непосредственно ознакомиться с самим товаром или его образцом при заключении договора, то виртуальная торговля относится именно к дистанционному способу продажи товаров.

Информация о товаре, размещенная на сайте продавца, содержащая все существенные условия договора розничной купли-продажи, признается публичной офертой. Следовательно, продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании. Причем подписывать такой договор с каждым покупателем вовсе не обязательно. [2]

По сравнению с интернет-витриной, интернет-магазин предлагает покупателю персональное обслуживание, гибкую систему скидок,

осуществление факта продажи с оплатой или без нее, сразу выписать счёт с учётом стоимости доставки, вида платежа и страховки, налоговых отчислений. Применение этой модели, в отличие от обычных торговых комплексов, помогает сократить издержки, путем уменьшения товарных запасов на складах.

Основной информацией в интернет магазине является товар. Товар группируется в категории, которые, в свою очередь могут иметь условно неограниченное количество вложений.

Данные о товаре регламентируются законодательными актами. На сайте интернет-магазина продавец товара должен довести до сведения покупателя информацию об основных потребительских свойствах предлагаемого товара, о месте его изготовления, о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также в обязательном порядке указать срок, в течение которого действует предложение о его продаже (Рисунок 1). [3]

Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

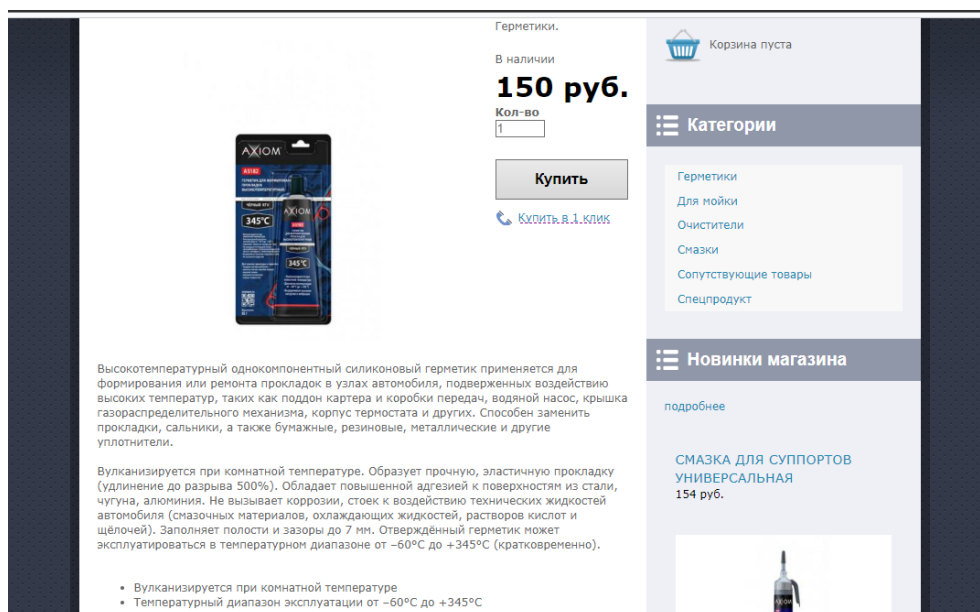


Рисунок 1 – Информация о товаре на сайте

Структура интернет-магазина состоит из следующих функциональных частей:

1. Каталог товаров представляет собой сложную и многоуровневую структуру данных, которая должна простым и понятным способом производить упорядочивание товаров. Проще всего такой каталог представить в виде дерева объектов, верхний уровень которого состоит из списка разделов. Разделы могут содержать подразделы или ссылки на конкретный товар и т.д. Такое упорядочивание просто необходимо для удобного и быстрого поиска и заказа товаров.

2. Пользовательская корзина представляет собой некоторый массив данных, который служит для хранения заказанного пользователем товара.

3. Регистрационная форма служит для ввода персональных данных пользователей. В дальнейшем эта информация используется для их идентификации между сеансами работы с интернет-магазином. Данная информация может храниться как на стороне сервера, так и на стороне клиента.

4. Форма отправки заказа служит для ввода контактной информации заказчика и отправки ее и заказа на электронную почту организации.

Вторая глава состоит из трех разделов. Она содержит описание компании-заказчика, ее положение на рынке, проведен SWOT – анализ и предоставлено техническое задание.

ООО «Гриффит» действует с 12.03.2018 г. ООО «Гриффит» - является физическим лицом и имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права.

ООО «Гриффит» не имеет сети магазинов. Основной миссией компании является удовлетворение своих потребностей и потребностей населения. Организация имеет хороший имидж, так как она реализует очень качественную и не поддельную продукцию компании AXIOM.

Направление деятельности организации является торговля оптовая эксплуатационными материалами и принадлежностями машин.

ООО «Гриффит» реализует только сертифицированную продукцию (товары, работы, услуги) в соответствии с действующим законодательством и несёт ответственность за реализацию продукции (товаров, работ, услуг), причиняющих вред потребителям.

Основными конкурентами ООО «Гриффит» в г. Саратове являются:

- ООО «Вюрт-Русь»;
- ООО «Водный мир».

Компания работает в определенном графике. Оформление заказов онлайн позволит клиенту сделать заявку в любое удобное ему время, а также получить заказ в ближайший день.

SWOT - метод анализа в стратегическом планировании, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории: Сильные стороны, Слабые стороны, Возможности и Угрозы (таблица 1). [4]

Была составлена SWOT - матрица для определения сильных и слабых сторон организации ООО «Гриффит», также определены возможности организации и внешние угрозы. SWOT - матрица представляет из себя четыре квадрата с тактическими действиями, с помощью которых можно увеличить продажи товаров за счет сильных сторон организации и снизить угрозы от внешних факторов.

Таблица 1 - SWOT - матрица организации ООО «Гриффит»

Возможности: 1.Рост спроса на авто товары; 2. Расширение автомобильного рынка; 3.Увеличение ассортимента.	Сильные стороны: 1.Отличное качество товаров; 2.Довольно низкая стоимость товаров; 3.Развитая клиентская база; 4. Организация является главным поставщиком продукции AXIOM в г. Саратов.
--	--

Угрозы: 1. Конкуренция; 2. Нестабильное экономическое положение в России; 3. Увеличение НДС	Слабые стороны: 1. Масштабы организации; 2. Невысокая прибыль; 3. Маленький штат сотрудников.
--	--

Третья глава включает три раздела и три подраздела. В ней содержится описание технологий создания сайта, существующие решения и процесс разработки интернет-магазина, а так же произведен экономический расчет на создание.

Сайт разрабатывается в несколько этапов:

- 1: Определение назначения и функций сайта;
- 2: Выбор цветового и стилистического оформления;
- 3: Определение страниц и содержание;
- 4: Выбор языка программирования, удовлетворяющего функциям и назначениям сайта;
- 5: Создание графических элементов сайта;
- 6: Верстка сайта

Выбрать подходящее программное решение для своего магазина непросто, поскольку сегодня на рынке предлагаются сотни программных продуктов и каждый день появляются новые. Чтобы найти правильный вариант, необходимо решить три задачи. [5]

1. "Сможете ли вы организовать Интернет-магазин своими силами?". Другими словами, справятся ли с этой задачей ваши служащие или придется обращаться к партнерам либо нанимать новых сотрудников?

2. "Легко ли будет обрабатывать заказы с помощью выбранной системы продажи?".

3. Задача касается управления самой системой продажи "Достаточно ли она проста, чтобы с ней справились ваши работники?".

Существуют следующие решения электронного магазина:

1. Joomla. Эта cms для сайта тяжеловесна, но при этом имеет широкие возможности. Недостаток Joomla, пожалуй, один - крайне непривычный интерфейс панели управления администратора.

2. Drupal также входит в самые популярные cms для сайта и распространяется бесплатно. Используется многими известными компаниями и имеет очень активное сообщество разработчиков и пользователей, что облегчает знакомство с системой.

Из недостатков drupal можно выделить повышенное требование к оперативной памяти на стороне сервера, обычно не менее 128 МБ.

3. Wordpress сравнительно гибкая система управления сайтом. Под нее написано огромное количество модулей. Интернет магазин на Wordpress, не может рассматриваться для больших компаний и будет существенно проигрывать платформам, предназначенным, именно для электронной коммерции.

Оптимальным решением является Drupal.

На официальном сайте Drupal представлено множество готовых модулей, что заметно упрощает создание сайтов. Так как для многих модулей необходима поддержка дополнительных модулей, то официальный сайт предоставляет доступ к ним. На нем можно скачать не только официальные модули, но и модули, созданные другими пользователями Drupal. Благодаря простой установке данных модулей, сокращается время разработки сайта.

Для создания «каркаса» интернет-магазина был использован модуль SiteCommerce. Данный модуль позволил ускорить процесс создания, так как в нем заложены части реализации интернет магазина, например, блок категорий товара, блок с корзиной, блок карточки товара.

Проводить основные настройки сайта с страницы администратора позволяет модуль Kvantstudio (Рисунок 6). Данный модуль является связующим для работы компонентов сайта.

Большое значение имеет внешний вид сайта. Для пользователя сайт должен быть удобен и прост. [5] Стилистика и цветовая гамма моего сайта должна подходить к официальному сайту AXIOM. [6] Преимущественно выбраны темные серый и синие тона, поля с текстом, для большего контраста светлые и белые. Навигация сайта и поиск, также должны быть полезными для покупателей.

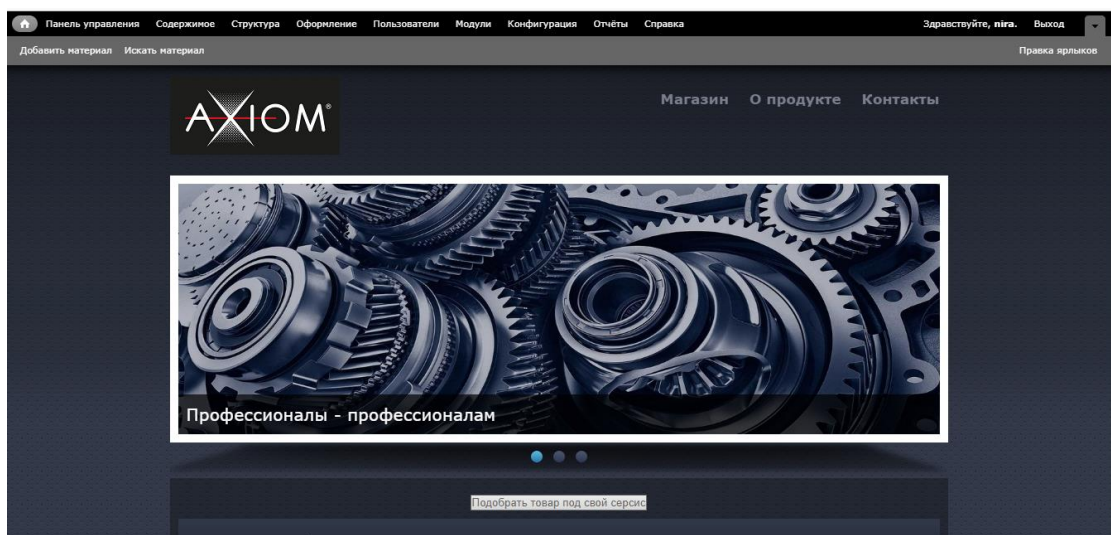


Рисунок 10 - Оформление сайта. Главная страница

Благодаря качественной разработке интерфейса web-сайта, в процессе диалога с пользователем не возникает отвлеченных от тематики сайта вопросов.

По произведенным расчетом стоимость программного продукта равна 163174,32 руб.

Заключение

В ходе выполнения выпускной бакалаврской работы были выполнены следующие задачи:

1. Исследована предметная область;
2. Проведен анализ аналогичных WEB - сайтов;
3. Выбрана стратегия разработки;
4. Спроектирована модель сайта;
5. Разработан сайт на системе Drupal 7.

Список использованных источников

- 1 Википедия [Электронный ресурс]: свободная энциклопедия / текст доступен по лицензии Creative Commons Attribution-ShareAlike ; Wikimedia Foundation, Inc, некоммерческой организации. - Электрон. дан. (1529521 статей, 5820361 страниц, 214365 загруженных файлов). - Wikipedia®, 2001-. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-магазин> (дата обращения: 16.03.2019). - Загл. с экрана. - Последнее изменение страницы: 04:26 5 марта 2019. - Яз. Рус.
- 2 Налог и торговля через интернет-магазин в России [Электронный ресурс] / Ecommerce law. Авторские публикации по электронной комерции - Режим доступа: <http://ecommercelaw.ru/advice/nalog-na-internet-magazin-v-rossii.html> - Дата доступа: 12.02.2019.
- 3 Правила продажи товаров по образцам [Электронный ресурс] / Общество защиты прав потребителей - Режим доступа: <http://ozpp.ru/laws2/postan/post6.html> - Дата доступа: 21.03.2019.
- 4 Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.
- 5 Выбор CMS движка для сайта [Электронный ресурс] / MainSpry - Режим доступа: https://tools.otzyvmarketing.ru/vybor_cms_dvizhka_dlya_sajta - Дата доступа: 07.03.2019.
- 6 Аарон Уолтер. Эмоциональный веб-дизайн. 2012. - 144 с.
- 7 АВТОХИМИЯ И АВТОКОСМЕТИКА AXIOM [Электронный ресурс] / AXIOM / - Режим доступа: <https://axiompro.ru> - Дата доступа: 18.04.2019.