

## АНАЛІЗ ОСНОВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ СИСТЕМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ СТВОРЕНОГО ЗАСОБАМИ PRESTASHOP

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток технологій автоматизації продажів, впровадження на підприємствах автоматизованих систем управління ресурсами, зростання кількості активних інтернет-користувачів привели до виникнення такого явища як електронна комерція. Серед найбільш відомих та розповсюджених систем електронної комерції вагоме місце займає рішення для інтернет-магазинів. В останні роки в Україні встановилася тенденція до зростання оборотів інтернет-торгівлі. В 2011 році динаміка росту кількості інтернет-магазинів склала 30-50 відсотків.

На сьогоднішній день існує велика кількість готових реалізацій інтернет-магазинів, які володіють певними характеристиками та функціональними можливостями, мають ряд переваг та недоліків.

**Метою статті** є проведення аналізу основних можливостей сучасних систем електронної торгівлі та формування вимог до повнофункціонального інтернет-магазину.

Електронна комерція (від англ. e-commerce) — це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій. [1]

Суб'єктами електронної комерції виступають: домашні господарства; фірми; держава; постачальники мережевих послуг (провайдери, електронні платіжні системи (у технічному аспекті), тощо).

Основними перевагами електронної комерції є:

- оперативність отримання інформації, особливо при міжнародних операціях;
- зниження невиробничих витрат (торгових витрат, витрат на рекламу, витрат пов'язаних з сервісним обслуговуванням та інформаційною підтримкою споживачів);
- скорочення циклу виробництва та продажі, оскільки відпадає потреба повторного підтвердження інформації і знижується вірогідність помилок при введенні інформації;
- значно знижуються затрати пов'язані з обміном інформацією, за рахунок використання більш дешевих засобів телекомунікації;
- більша відкритість компаній до споживачів.

Інтернет-магазин є однією з найпоширеніших комерційних моделей електронної торгівлі у сфері B2C (бізнес - споживач).

Інтернет-магазин (електронний, віртуальний, e-shop) являє собою спеціалізований Web-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику, торговій фірмі тощо та призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців [2].

Інше визначення Інтернет-магазину характеризує його як реалізоване в мережі Інтернет представництво шляхом створення Web-сервера для продажу товарів та пов'язаних з ними послуг користувачам Інтернет. Кількість представлених на сервері видів товарів може коливатися від кількох одиниць до кількох тисяч

Характерними рисами Інтернет-магазинів є те, що вони можуть пропонувати значно більшу кількість товарів та послуг, ніж реальні магазини і забезпечувати споживачів значно більшим обсягом інформації, необхідної для прийняття рішення про покупку. Також завдяки використанню Інтернет-технологій є можливою персоналізація підходу до споживачів з врахуванням попередніх відвідувань магазину та зроблених в ньому покупок та використання Інтернет-магазину як ефективного способу маркетингових досліджень (анкетування, конференції покупців і т.п.).

Інтернет-магазини потребують значно менших витрат на утримання та організацію роботи, оскільки у ньому значно обмеженіша матеріально-технічна база (будівлі, споруди, приміщення) та кількість обслуговуючого персоналу.

Проте Інтернет-магазини мають і недоліки. Основними є невизначеність реального існування товару та відповідність його основним параметрам якості, шахрайства при

проведенні грошових трансакцій, проблеми з доставкою.

Залежно від функціональних можливостей електронного магазину, працюючий в режимі он-лайн («он-лайн-магазин»), може бути віднесений до однієї з трьох категорій:

- інтернет-вітрина;
- торговий автомат;
- автоматичний магазин [3].

В разі інтернет-вітрини електронного магазину є логічним розширенням звичайного веб-сайта, коли на нього просто викладається уся необхідна інформація про товари, яка у міру потреби оновлюється. По суті, інтернет-вітрина реалізує тільки рекламну функцію. Для здійснення покупки після відвідування такого електронного магазину користувач проходить звичайний цикл: дзвінок або візит в компанію, оплата і доставка.

Від готовності покупця придбати товар до фактичної купівлі проходить немало часу. Витрати на створення і адміністрування інтернет-вітрини невеликі. Електронний магазин такої категорії може бути виправданий, передусім, при представленні продукції, вивчення якої в торговому залі звичайного магазину вимагає надто багато часу.

Торговий автомат, на відміну від інтернет-вітрини, здійснює реальну торгівлю. Система ведення торгових операцій деяким чином інтегрована з бізнес-процесами організації. Інформація про зроблені замовлення може оброблятися по-різному: як автоматично, так і менеджером вручну. Електронний магазин цього типу є найбільш прийнятним для пілотних і тестових проєктів з невеликим числом покупців.

Автоматичний магазин в загальному випадку дозволяє в автоматичному режимі приймати замовлення, виписувати рахунок, приймати платіж, а також формувати заявку на доставку товару покупцеві. Міра інтеграції торгових операцій з бізнес-процесами висока. Менеджер здійснює лише загальний контроль за роботою системи. Електронні магазини цього типу досить складні, вимагають чималих витрат на розробку, але в той же час, можуть істотно збільшити об'єми продажів [4].

На рис. 1 показана сторінка створеного Інтернет-магазину, який спеціалізується на продажі товарів в цифровому вигляді (так званіми товарами, що завантажуються), якими в даному випадку виступають електронні версії посібників та інших методичних розробок (презентації, відеоуроки, план-конспекти уроків, тощо).



Рис. 1. Сторінка сайту Інтернет-магазину

Даний Інтернет-магазин був створений за допомогою скрипта Prestashop. PrestaShop – веб-додаток для електронної комерції з відкритим кодом. Він доступний відповідно до Open Software License і офіційно запусканий в серпні 2007 для малого і середнього бізнесу. v1.0

випущена 31 липня 2008 року. Створений в Парижі Ігорем Шлюмбергером і Бруно Левеком. Через пару років, тільки, спеціалізованим хостингом PrestaBox, за станом на кінець травня 2010 року, вже обслуговувалося близько 36 000 магазинів. Хоча офіційна підтримка не надається, на багато питань можна отримати відповіді на офіційному форумі проекту. Програмне забезпечення дозволяє широко використовувати AJAX в панелі адміністратора, тоді як модульні блоки можуть бути додані в магазин, щоб забезпечити додаткову функціональність. Вони, як правило, надаються безкоштовно незалежними розробниками PrestaShop [5].

Система PrestaShop володіє рядом переваг:

- відкритий програмний код;
- проста і швидка установка;
- легкість в управлінні;
- елементарна установка додаткових модулів;
- велика функціональність.

Основними недоліками є відсутність достатньої підтримки російською та українською мовою, а також плата за додаткові модулі і шаблони [6].

Спираючись на функціональну спроможність додатку, визначений ряд характеристик та основних можливостей, якими повинен володіти інтернет-магазин:

- продаж товарів у цифровому вигляді;
- реєстрація покупців інтернет-магазину;
- автоматична розсилка товарів;
- підтримка декількох платіжних систем (PayPal, Webmoney та ін.);
- пошук по товарах і категоріях;
- відображення нових надходжень та топ продаж;
- фільтрування товарів;
- фото та опис товарів;
- можливість додавання відгуків користувачів про товари.

Відповідно до поставлених вимог розроблена структура сайту автоматичного інтернет-магазину. З урахуванням його спеціалізації створені категорії товарів, а також реалізована можливість фільтрувати товари за дисципліною та автором. Тобто товар класифікується за трьома ознаками – тип методичного забезпечення, дисципліна та автор.

На сайті також передбачена зручна та зрозуміла, безпечна та конфіденційна система авторизації та реєстрації нових користувачів, пошуку та фільтрування товарів, можливість здійснення розрахунку за товар однією з запропонованих платіжних систем (PayPal, webMoney), можливість залишення відгуку про товар, показ останніх нових надходжень та популярних товарів, детальний опис до кожного товару, можливість миттєвого одержання товару у вигляді файлового архіву на вказаний електронний поштовий ящик, тощо.

**Висновки.** Розроблений засобами Prestashop Інтернет-магазин втілює собою типовий сучасний засіб електронної торгівлі і володіє всіма основними функціональними можливостями ім властивими. Магазин відповідає строго визначеній тематиці і спеціалізується на продажі електронних версій різного роду методичного забезпечення. Даний Інтернет-магазин є автоматичного типу. При його розробці були враховані сучасні вимоги до систем електронної торгівлі та тенденції розвитку галузі електронної комерції.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Царев В.В. Электронная коммерция / [В.В. Царев, А.А. Кантарович] – СПб: Питер, 2002. – 320с.
2. Шалева О.І. Електронна комерція. Навч. посібник / О.І. Шалева. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
3. Орлов Л.В. Как создать электронный магазин в интернет, 2-е изд. / Л.В. Орлов. – М.: Бук-пресс, 2006. – 384 с.
4. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции / А.В. Юрасов. – М.: Горячая линия-Телеком, 2007. – 324с.
5. «Стандарти електронної комерції. Розробка концепції мережі розподілених взаємо з'єднаних систем електронної комерції на основі web-сервісів», О. В. Бубліченко, Національний університет «Києво-Могилянська академія», 2007 рік
6. Голоскубова Н. Интернет-магазин: организация, налогообложение, учет / [Н.Голоскубова, Я.Клиженко, М.Пустовит, Л.Солошенко, И.Хмелевский, О.Чефранов ] – Х.: Фактор, 2009, – 128 с.