

УДК 004.891

Лис В. – ст. гр. СНм–51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **РОЗРОБКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕРНЕТ–МАГАЗИНОМ**

Науковий керівник: Шимчук Г.В.

Lys V.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

## **DEVELOPMENT OF A MANAGEMENT SYSTEM ONLINE STORE**

Supervisor: Shymchuk G.

Ключові слова: контент, система управління, інтернет–магазин.

Keywords: content, management system, online store.

Інтернет–магазин – це місце в [інтернеті](#), де відбувається прямий продаж товарів [споживачеві](#), враховуючи доставку. При цьому розміщення споживацької інформації, замовлення [товару](#) і угода відбуваються там же, всередині мережі (на [сайті](#) інтернет–магазину).

Важливим елементом інтернет–магазину є оновлення наявного [асортименту](#) (продуктів і товарів, та їх кількість), можливість додавати товари до «кошику», вхід для зареєстрованих користувачів. У деяких випадках можна використовувати систему оплати через інтернет ([електронні гроші](#)), у простішому випадку оплата відбувається звичайними грошми через [банк](#) на рахунок, роздрукований з сайту. Оплата через інтернет передбачає необхідність створення кількох облікових записів (принаймні двох), але у деяких випадках системи оплати можуть бути пов'язаними з магазином.

Концепція управління інтернет–магазином – це комплекс взаємопов'язаних дій для досягнення поставлених цілей. Цими цілями є: отримання або збільшення прибутку, задоволення потреб споживача, підвищення ефективності роботи інтернет–магазину. Досягти ці цілі можна шляхом пропозиції конкурентоспроможного товару за низькими цінами, вдосконалення бізнес–процесів в інтернет–магазині, впровадження нового програмного забезпечення. Основними завданнями управління інтернет–магазину є вивчення споживчого попиту і тенденції його зміни в майбутньому, аналіз інтернет–ринку, виявлення незадоволеного попиту покупців, вивчення конкурентів. Таким чином в основі концепції управління інтернет–магазином лежать вимоги інтернет–ринку, існуючі та потенційні потреби споживачів.

Основними функціями управління інтернет–магазину є: планування (стратегічне та поточне), організація бізнес–процесів, мотивація і контроль, облік і аналіз. Планування – це найважливіша функція управління інтернет–магазином, принципами якої є безперервність, точність, гнучкість, економічність. Організація бізнес–процесів являє собою сукупність операцій, які забезпечують найбільш доцільне використання функцій з метою виконання встановлених планових завдань. Система мотивацій являє собою сукупність заохочень і винагород за виконання певної роботи з найбільшою ефективністю. Для визначення оцінки мотивації вдаються до контролю, який полягає у спостереженні за ходом виконання даної роботи. За допомогою обліку результатів роботи інтернет–магазину досягається аналіз його роботи. Проаналізувавши результати, можна приступати до нового етапу планування.

Необхідність покращення системи управління продиктована багатьма факторами, серед яких оптимізація структури інтернет-магазину, її функцій, впровадження новітніх технологій, програмного забезпечення. Але щоб поліпшити роботу інтернет-магазину необхідно провести дослідження систем управління. До 2012 року стали широко використовуватися комплексні методи, які являють собою сукупність маркетингових досліджень, метою яких є збір інформації про конкурентів для удосконалення процесу управління інтернет-магазином. І ґрунтуючись на показання досліджень проведених в 2012 році, основною причиною розширення асортименту товарів, поліпшення якості обслуговування в інтернет-магазині є рушійна сила конкурентності та адаптація під споживчий попит. Для проведення дослідження систем управління можна виділити наступні основні аспекти: соціально-демографічні характеристики, засоби пошуку інтернет-магазинів, фактори, що впливають на вибір інтернет-магазину, асортимент товарів, що купуються і частота здійснення покупок в інтернет-магазині, способи оплати, думки респондентів, побажання та пропозиції респондентів. Таким чином, дослідження системи допомагають визначити слабкі та сильні місця в управлінні інтернет-магазином, виділити цільові сегменти для прогнозування та удосконалення управління, оцінки чинного управління інтернет-магазином.

Ефективність управління інтернет-магазином визначається в управлінні окремих функціональних підсистем, що в свою чергу полягає в збалансованому управлінні всіх підсистем на рівні генерального менеджменту. Великий вплив на ефективність управління має величина організації та кількість її співробітників. Так само необхідно враховувати способи досягнення цілей і запланованих результатів. На ефективність управління інтернет-магазином впливає ряд внутрішніх факторів: потенціал працівників, здатність для виконання певного кола обов'язків, соціальні аспекти персоналу і колективу, культура організації. Тому ефективність управління інтернет-магазином залежить не тільки від зовнішніх показників (орієнтованість на ринок, споживача), але і від спланованої і чітко організованої роботи колективу. Оцінка ефективності управління інтернет-магазином проводиться шляхом зіставлення отриманого результату у вигляді прибутку та оцінки витрат на управління. Для підвищення ефективності роботи інтернет-магазину потрібно визначити організованість системи управління, яка залежить від чіткої структури організації та діяльності всіх її підрозділів в єдиному напрямку для досягнення поставлених цілей.

Для того, щоб інтернет-магазин видавав інформацію залежно від запитів, надавав можливості пошуку тощо – на сервер встановлюється підтримка скриптів (наприклад [PHP](#), [Perl](#)). У більш комплексному варіанті, програма інтернет магазину — це [система управління вмістом сайту](#), яка вже має підтримку [скриптів](#), надає можливість в он-лайнному режимі (головним чином через [інтернет](#)) і в межах наявного асортименту виконувати купівлю потрібних [товарів](#).

Управляти інтернет-магазином і його вмістом простіше використовуючи систему управління контентом ([програмне забезпечення](#) для організації [веб-сайтів](#) чи інших інформаційних ресурсів в [Інтернеті](#) чи окремих [комп'ютерних мережах](#)). Завдяки їхній функціональності їх можна використовувати в різних компаніях. Незважаючи на широкий вибір інструментальних та технічних засобів, наявних в CMS, існують загальні для більшості типів систем характеристики. Системи управління [веб-сайтом](#) часто розраховані на роботу у певному програмному середовищі. Тому для її роботи потрібно, щоб на [сервері](#), де вона розміщена, були встановлені [веб-сервер](#) ([Apache](#), [IIS](#) чи інший), підтримка PHP та системи керування базами даних MySQL або PostgreSQL, а також, в разі необхідності, додаткові програми для обробки зображень чи математичних формул. Таким чином досягається підвищення ефективності і зручності управління інтернет-магазином.