

Р.Р. Тимченко, А.В. Звягинцева

Донецкий национальный технический университет, г. Донецк
кафедра компьютерных систем мониторинга

РАЗРАБОТКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА И ЕГО ВИЗУАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКОГО ИНТЕРФЕЙСА

Аннотация

Тимченко Р.Р., Звягинцева А.В. Разработка интернет-магазина и его визуально-графического интерфейса. Создан интернет-магазин компьютерного оборудования. Разработан его визуально-графический интерфейс, с помощью которого можно зарегистрироваться и оформить заказ.

Ключевые слова: интернет-магазин, визуально-графический интерфейс, регистрация, оформление заказа.

Актуальность. Сегодня актуальность создания интернет-магазинов не оспорима. Их разработка осуществляется для прямых продаж с ресурса. Именно поэтому создание онлайн-магазинов помогает решить ряд актуальных на сегодняшний день задач. В настоящее время крупные производства и брендовые фирмы создают свои интернет-магазины для выхода на новый уровень рынка. Разработка и внедрение интернет-магазинов представляет собой отличное маркетинговое решение не только для организаций, работающих для рядового потребителя, но для таких видов бизнеса, чьими клиентами являются другие компании. Это, в первую очередь, связано с тем, что с появлением всемирной сети люди стали не ограничены расстоянием и границами и получили возможность продавать и покупать товары по всему миру.

Преимущества и недостатки использования интернет-магазинов. К наиболее весомым положительным сторонам использования интернет-магазинов можно отнести следующие [1], [2]:

- 1) экономия времени;
- 2) магазины открыты круглосуточно;
- 3) приятные приобретения в праздники;
- 4) экономия денег;
- 5) необычные приобретения;
- 6) выбор способа оплаты;
- 7) отзывы покупателей дают возможность сравнивать качество товаров различных производителей.

Таким образом, преимущества покупок в интернете очевидны. Но из этого не следует, что нужно полностью отказаться от покупок в обычных магазинах. Так, например, согласно статистике, даже потребители тех стран,

где интернетом пользуются около двух третей населения старше 12 лет, до сих пор не очень-то доверяют полностью виртуальным супермаркетам и предпочитают покупать еду «по-старинке».

К основным недостаткам и неудобствам покупок через интернет можно отнести следующие [1], [2]:

- 1) *серьезные проблемы с возвратом товара;*
- 2) *возможны проблемы с доставкой;*
- 3) *долгое ожидание заказа;*
- 4) *возможна потеря посылки;*
- 5) *вероятные проблемы с размерами вещей;*
- 6) *риск быть обманутым;*
- 7) *некачественное обслуживание.*

Кроме того, интернет не позволяет демонстрировать товары в торговых залах, к тому же в сети в большинстве случаев пользователю не помогает специально обученный торговый персонал, к которому можно обратиться с вопросами. Такие явления встречаются повсеместно, причем и при приобретении товаров онлайн, и при приобретении товаров в обычных магазинах.

Целью работы является разработка интернет-магазина компьютерного оборудования и его визуально-графического интерфейса.

Особенности и требования к интернет-магазинам. Прежде чем начинать продажу через электронный ресурс, необходимо продумать, как потребитель будет получать доступ к товарам, услугам и информации. Интернет-ресурсы для торговли в сети скорее подходят для продажи товаров, а не предоставления услуг. Обычно информация о товарах размещается в каталогах, которые пользователи просматривают самостоятельно и делают заказы. Заказанные товары (например, мебель) затем доставляются потребителю или (если это программное обеспечение) загружаются на его компьютер непосредственно из Интернета. Главное различие между товарами и услугами состоит в том, что товары производятся в массовом порядке и могут поддаваться массовой персонализации. Предоставление услуг в каждом конкретном случае требует от поставщика специальных усилий, и к тому же у всех потребителей свои представления о той или иной услуге. Например, служба переводов занимается переводами текстов для пользователей, однако все тексты различны. Услуги такого рода нельзя в точности воспроизвести и, тем более, украсть. По-настоящему персонализированная услуга предназначена только для конкретного потребителя и предоставляется только конкретным продавцом; она не подходит другому пользователю и не может применяться при других обстоятельствах. Кроме того, она может оказаться бесполезной для данного потребителя в иной ситуации.

Прежде чем выбирать интернет-магазин, через который можно будет приобрести или продать определенный товар, необходимо точно определить

ассортимент товаров, реализуемых через Интернет и, в частности, через отдельные интернет-магазины. Важно также учесть количество предлагаемых товаров, информация о которых в определенной последовательности размещается на сайтах продажи. Несколько Web-страниц с описанием товаров вполне удовлетворит потребности как владельца магазина, так и потребителей. Каждая из таких страниц должна быть связана с HTML-формой, которая используется для обработки заказа. Это довольно экономное решение, с помощью которого любой магазин может начать онлайн-торговлю. Именно такие виды интернет-магазинов используют небольшие художественные галереи, предлагающие покупателям в Интернет свои картины. С увеличением объема заказов или ассортимента товаров такую систему несложно перевести на автоматический режим обработки заказов.

С увеличением количества наименований товаров усложняются работа владельцев магазинов и появляются проблемы у потребителей. Трудности владельцев магазинов связаны с регулярным обновлением Web-страниц, а потребителям становится трудно находить нужные товары. Поэтому, чтобы справиться с растущим потоком информации, которая составляет основу коммерческой деятельности в Интернет, программа для осуществления онлайн-покупок должна иметь сравнительно мощный ресурс. В перспективе эта программа должна позволить автоматизировать процесс продажи товаров через Интернет. Интернет-магазин должен предоставлять контактную информацию, например, номер телефона, адрес электронной почты, также должны быть указаны сроки доставки заказа и виды оплаты. Если доставка осуществляется на территории одной страны, то обычно это занимает 2 – 4 дня, если доставка происходит с другой страны, то это может занять от 7 до 14 дней. Оплата обычно производится при получении товара, либо по средствам электронного перевода. Первый вид оплаты является более безопасным, так как можно осмотреть товар и, если он не удовлетворяет требованиям или был поврежден при доставке, имеется возможность отказаться от него вовсе или заменить на другой. В случае с электронной оплатой могут отказать в возврате товара, либо он может быть не выслан.

Анализ существующих интернет-магазинов. Рассмотрим несколько примеров существующих магазинов, начнем с магазина Алло. На сайте присутствует много ненужной рекламы, которая просто может быть не интересна клиенту, также на сайте имеется отталкивающий красный цвет, хоть и в небольшом количестве. Положительными сторонами данного ресурса является то, что магазин имеет много торговых точек, через которые и осуществляется доставка товара.

Магазин Розетка является одним из самых популярных интернет-магазинов. Изначально это был магазин электроники, сейчас в нем можно заказать авиабилеты, обувь, товары для дома и дачи, что, на наш взгляд, абсолютно бессмысленно, так как если человек заходит в магазин электроники навряд ли он захочет покупать там обувь.

Интернет-магазин fotos.ua также присуще основные недостатки указанных выше магазинов. Например, реклама на главной странице занимает примерно 70% обозреваемого экрана, также не выделены разделы каталога, а из-за рекламы их можно не сразу заметить. Данный онлайн-магазин параллельно с электронной техникой предлагает товары, не связанные с ней.

Описание разработки интернет-магазина. Анализ и проектирование.

Первым и важным этапом создания интернет-магазина является анализ сильных и слабых сторон конкурентов, информационное проектирование сайта, разработка его концепции, понимание аудитории, на которую сайт рассчитан; дизайн, программирование и написание кода. Описание и анализ каждого этапа проектирования магазина позволит оценить его как с позиции пользователей, так и с позиции разработчиков и владельца, что позволит разрабатываемый проект сделать интересным и удобным для целевой аудитории, а разработчикам лучше понять его предназначение и структуру [3], [4].

Создание контента. Наполнение сайта является одним из самых трудоемких и важных моментов при создании любого ресурса. Именно написанию содержимого следует уделить большое внимание. Большинство разработчиков сайтов делают типичную ошибку, вначале создавая дизайн, а затем вставляя на готовые страницы текстовую и графическую информацию. Также следует обратить внимание на то, что дизайн помогает лучше ориентироваться по сайту, направляя и повышая эстетическое восприятие от содержимого, но ни в коей мере не заменяя его.

Креатив включает в себя разработку дизайна, графических элементов, обработку графики и все, что с ней связано [5]. Для определения лучшего варианта расположения типовых элементов на сайте предварительно осуществлялись наброски на бумаге. Цветовая гамма подбиралась таким образом, чтобы избежать несовместимых цветов. Также было обращено внимание на логотип, цвета которого сочетались с цветом основного фона сайта. Чтобы при открытии любой страницы сайта логотип был на видном месте, его расположили в верхнем левом углу.

Разработка программной части. Процесс является малотворческим, поскольку обычно идет простое заполнение материалов по шаблонам, разработанным дизайнером. При этом важным моментом является выбор языка программирования.

Структура сайта, его особенность. Структура сайта – это состав и система взаимного расположения его частей. Разработанный интернет-магазин имеет поле регистрации, в котором пользователь может зарегистрироваться для дальнейших действий на сайте, таких, например, как оформление заказа. Также на сайте имеется поле каталога, где можно просмотреть имеющиеся товары по группам. На главной странице расположены фото товаров, цены и краткое описание. В дополнительной информации можно просмотреть более детальное описание и добавить выбранный товар в корзину. Есть возможность просмотреть, удалить отмеченные товары в корзине, изменить количество

экземпляров, после чего оформить заказ и указать место получения товара. Особенность сайта – простой интерфейс и отсутствие посторонней рекламы.

Тестирование сайта. На данном этапе были проверены основные функции разрабатываемого сайта: регистрация, каталог, возможность заказа и удобность навигации.

Публикация. Разработанный интернет-магазин компьютерной техники опубликован на хостинге hostinger.ru по ссылке <http://motodrom744.besaba.com>



Рисунок 1- Изображение разработанного интернет-магазина

Выводы. Проведен анализ положительных и отрицательных сторон использования интернет-магазинов. Выявлены особенности и требования к онлайн-магазину. Описаны основные этапы проектирования интернет-магазина компьютерной техники. Разработанный онлайн-магазин отличается простым и удобным интерфейсом, отсутствием лишней информации и ненужной рекламы. Магазин полностью функциональный и готов к работе.

Список литературы

1. <http://www.aif.ru/money/mymoney/1038571> (15.03.2014).
 2. <http://www.km.ru/stil/2013/09/03/internet-proekty/719774-onlain-shopping-plyusy-i-minusy> (05.03.2014).
 3. <http://webarty.net/ru/usefull/1294334817> (25.03.2014).
 4. http://www.libray.narod.ru/html/pr_115.html (25.03.2014).
- http://csm.donntu.edu.ua/sites/default/files/pages/_no12-23_2012.pdf - Сборник научных трудов САИТ №1(2)-2(3), 2012 (20.03.201)