

УДК 004.414.3

А.Ю. Безносов, Е.В.Курило

Донецкий национальный технический университет г.Донецк
кафедра компьютерных наук и технологий

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ПО ПРОДАЖИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ЗАПЧАСТЕЙ

Аннотация

Безносов А.Ю., Курило Е.В. Разработка программного обеспечения для сайта интернет-магазина по продаже запчастей для автомобилей марки Hyundai. Выполнен анализ аналогичных программных разработок. Выбран метод реализации программного обеспечения для сайта. Создана структура главной страницы сайта.

Ключевые слова: автозапчасти, интернет-магазин, клиентская часть.

Постановка проблемы. Бизнес, связанный с автомобильным рынком, всегда был рентабельным и высокодоходным, так как спрос на машины, ставшие необходимым средством передвижения, постоянно растет. Несмотря на определенную зависимость от колебаний состояния экономики, в отличие от самых автомобилей, спрос на запчасти к ним стабильно высокий в любое время. Именно поэтому создание Интернет-магазина автозапчастей – выгодное и перспективное занятие.

Хороший уровень рентабельности и возможность высокого заработка – однозначные плюсы. Но и сложностей в данном случае хватает. Подобные нюансы стоит изучить, перед тем как начать свое дело, так как в будущем решение возникающих в процессе работы проблем может принести немало хлопот.

Для создания сайта интернет-магазина автозапчастей, следует решить следующие задачи:

Доставка запчастей заказчику. Учитывая, что габариты большинства деталей нельзя назвать миниатюрными, стоит заранее подумать о машине для курьера или нанимать человека, у которого есть собственная.

Наличие склада. Заказывать товар необходимо партиями, поэтому складирование может стать довольно таки серьезной проблемой, если не подумать об этом заранее. Аренда даже небольшого помещения на первых порах, становится необходимостью. Совместимость запчастей. Информация по наивным на данный момент в наличии товарным позициям, должна быть всегда актуальной. На некоторые марки спрос постоянный, а на некоторые возникает эпизодично. Но, владелец Интернет-магазина автомобильных запчастей должен иметь чем удовлетворить спрос клиента. Нужно постоянно

мониторить детали на предмет совместимости с конкретными марками. Ассортимент играет очень важную роль.

Спецификации товара. Учитывая тот факт, что заказчики часто находятся довольно далеко и могут сделать заказ с другого конца страны, пощупать покупку собственными руками на месте они не могут, а значит, указанные в спецификации Интернет-магазина технические данные, должны быть максимально информативными, привести схему.

Цель статьи. Анализировать программные разработки в сети Интернет, выявить преимущества и недостатки, сформулировать функциональные требования к разрабатываемому программному обеспечению и разработать структуру клиентской части сайта, детально описать структуру клиентской части сайта.

Анализ аналогичных программных разработок. Сейчас в сети Интернет размещено большинство сайтов интернет-магазинов по продаже автозапчастей к автомобилям. Каждый из них имеет различную клиентскую часть для пользователей. Каждый аналогичный сайт предоставляет заказ необходимого товара онлайн, не выходя из дома. Пользователь при заказе товара заполняет формы данными о себе, которые позволяют администратору (менеджеру) связаться с клиентом, при получении товара, либо уведомить его о наличии товара на складе.

Преимущества:

1) присутствие авторизации на сайте, что защищает сайт от роботов(ботов). Авторизованным пользователям предоставляется возможность заказывать товары, оставлять комментарии к товарам и ставить соответствующую оценку;

2) Размещение списка популярных товаров на главной странице, что позволяет пользователю быстро ориентироваться по товарам пользующихся спросом, что позволяет за счет этого увеличить объем продаж;

3) наличие формы поиска товаров на сайте;

4) обратная связь с менеджером;

5) информация о наличии товара на складе.

Недостатки:

1) отсутствие расширенного поиска товаров, что ускорит процесс поиска необходимого товара за кратчайший период;

2) отсутствие цены товара, если он отсутствует на складе.

Разработка требований к сайту. После определения целей и задач были сформулированы следующие функциональные требования к сайту:

- авторизация на сайте;
- поиск товаров на сайте;
- комментарии к товарам;

- корзина для товаров;
- формы для заказа товаров;
- русский интерфейс на сайте;
- обратная связь с менеджером;
- список популярных товаров на главной странице;
- системы обработки заказа;
- системы доставки товара;
- системы работы с поставщиками.

В соответствии с выделенными требованиями была спроектирована клиентская часть сайта (рис. 1).



Рисунок 1 - Клиентская часть сайта

Клиентская часть сайта состоит из шести частей.

1. Авторизация на сайте предоставляет пользователю оформлять заказ товаров, также авторизованный пользователь может оставлять комментарии к товарам. Комментарий будет отображаться лишь в том случае, когда он пройдет проверку модератором сайта;

2. Список моделей автомобилей выводится в левой части сайта главной страницы, что позволяет быстро ориентироваться пользователю, а также выбрать необходимую модель для просмотра товаров данной модели;

3. Поиск товаров по наименованию - это небольшая форма для ввода наименования товара в шапке сайта, что позволяет осуществлять поиск товара по всей базе данных;

4. Популярные товары на сайте отображаются в главной части сайта. Список этих товаров показывает общественное мнение, что позволяет определиться с покупкой;

5. Поиск товаров по заданным параметрам позволяет пользователю, с помощью параметров подбора, быстро найти необходимый товар в базе данных;

6. Корзина для добавления товаров предоставляет пользователю выбрать интересующий товар и отправить его в корзину. Затем пользователю предоставляется возможность оформить заказ выбранных товаров с помощью форм для заполнения данных о пользователе.

Выводы. Были определены цели разработки сайта, проведен анализ существующих аналогов в сети Интернет, были выявлены преимущества и недостатки сайтов. Полученные результаты позволили сформулировать функциональные требования, а также разработать структуру клиентской части сайта, предоставляющую пользователю широкий спектр возможностей.

Интернет-магазин автозапчастей предоставляет пользователю широкий ассортимент товаров, который позволяет онлайн сформировать заказ на покупку и выбрать способ оплаты и доставки заказа любого товара.

Список литературы

1. Фролов А.В., Фролов Г.В. Базы данных в Интернете: практическое руководство по созданию web-приложений с базами данных / А.В. Фролов, Г.В. Фролов. – М.: «Русская Редакция», 2000. – 432 с.
2. Спика М.В. Создание web-сайтов. Самоучитель / М.В. Спика. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 288 с.
3. Ланг К., Чоудж. Публикация баз данных в Интернете / К. Ланг, Дж. Чоу. – СПб.: «Символ-Плюс», 1998. – 480 с.
4. Ломов А.Ю. HTML, CSS, скрипты: практика создания сайтов / А.Ю. Ломов. – СПб.: БХВ Санкт-Петербург, 2006. – 416 с.
5. Дайсон П. Web-узел на базе Microsoft internet information server / П. Дайсон. - М.: «Мир», 1997.
6. Электронный ресурс - <http://www.imagecms.net/blog/obzory/internet-magazin-avtozapchastei>.
7. Электронный ресурс - <http://bryansk.atrin.ru/help/index.php>.
8. Электронный ресурс - <http://4hyundai.sells.com.ua/>.
9. Электронный ресурс - <http://hyundai.avtolot.com.ua/>