

УДК 004

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-САЙТА

Газезова Б., студент гр. ИНФ-101, 6В06122 «Информатика», 1 курс

Научный руководитель: Еркинбек А.Е., магистр, УО «Alikhan Bokeikhan University», кафедра «Информационно-технических наук»
г. Семей

Большое количество лет миновало с тех пор, как возникла Всемирная глобальная сеть Интернет. С ходом времени поменялось многое: технический потенциал Сети увеличился, интернет-аудитория возросла, задачи и цели, для решения которых была создана всемирная глобальная сеть. Интернет-сеть прекратила существовать только для научных и военных целей. Нынешний Интернет — это большой склад, где каждый человек по своей надобности сможет отыскать необходимый текстовый документ, музыку и исполнителя, видео или научную литературу, а с кое-какого времени и элементарно приобрести все, что нужно - от продуктов питания, до софта и комплектующих для компьютеров. В настоящее время большая часть предусмотрительных глав и управляющих компаниями целиком и верно полагают нужным разработку малого Интернет-представительства организации, иными словами, все более возникает коммерческих сайтов, главной целью которых считается развитие и продажа товаров и услуг при помощи сети Интернет [1].

Хотя уже на данный момент возможно говорить, что через определенное время конкурентоспособность в розничной торговле через сеть Интернет будет настолько же напряженной, как и в обыкновенной розничной торговле.

Тем не менее, что же представляют собой Интернет-магазины, каким образом они разрабатываются, в чем именно их недостатки, а в чем же преимущества? Первоначально, Интернет-магазин — это сайт, имеющий обширный каталог с категориями товаров, описанием и изображениями к ним. Основным отличием от простого интернет-каталога заключается в том, что товары, показанные в интернет-магазине можно не только посмотреть, но и сделать заказ, не вставая с места и не прерывая интереснейшего странствия по просторам Интернета [2].

Имеются разные типы интернет-магазинов:

- магазин, продающий конкретный вид товаров и услуг;
- магазин, продающий товары узконаправленных категорий;
- электронные гипермаркеты
- большие торговые сети, состоящие из интернет-магазинов,

Для абсолютно всех интернет-магазинов характерен конкретный неизбежный набор компонентов, таких как:

- Общий каталог с категориями, в которых отображены все товары,

которые имеются в наличии. Внешние виды каталогов могут быть разными - древо, всплывающие или вложенные списки категорий.

- порядок регистрации юзера, которая создаст для абсолютно каждого нового покупателя его личную «корзину», куда возможно «добавить» подобранный товар или выбранную услугу и далее заказать. По мере перемещения покупателя по каталогу система также будет отслеживать пожелания покупателя, на основании которых впоследствии смогут выстраиваться не только коллекции магазина, но и архитектура выдачи сопутствующих товаров каталога. К примеру, если человек указал в своём заказе книгу, система способна неназойливо порекомендовать просмотреть остальные книги из той же серии или того же автора или предложить прочитать отзывы тех, кто уже её прочитал. Система может «уведомить», что человек, который заказывал схожий товар, также интересовался сопутствующими товарами либо услугами - к примеру, при покупке материнской платы предлагается подобрать кулер для нее.

- Система для оплаты товаров и услуг: клиенту предлагается воспользоваться разными способами для оплаты товаров и услуг- безналичная оплата кредитными картами, плата при помощи электронных денег, оплата наличными после доставки (курьеру или при получении товара).

- Система для доставки товаров и услуг: тут так же обширный выбор возможностей: отправка по EMAIL (ПО, лицензионный ключ продукта), доставка курьером компаний или иной курьерской службой либо обычной почтой [3].

Тем не менее, не обращая внимания на всеобщие свойства, Интернет-магазины все же различны друг от друга. Собственник любого интернет-магазина устремляется сделать свой сайт в наибольшей степени комфортным для гостя, улучшая способы перехода от одного каталога к другому и систему. Так же, как и в простом магазине, в Интернет-магазине есть возможность устраивать скидки и распродажи. Основная разница между обычным магазином и Интернет- магазином —возможность израсходовать меньшие средства, а также возможность сделать покупку, не отвлекаясь он важных дел и главное, не покидая дома или рабочего места. Благодаря этому получается так, что приобретение в Интернет-магазине делается преимущественным.

Для полноценной работы, разработки и создания Интернет-магазина не требуется арендовать или приобретать место(недвижимость) под магазин, производить ремонт и его обслуживание, а также оформлять его, искать и нанимать персонал, а именно продавцов, охрану, кассиров и так далее -тем самым уменьшаются начальные расходы, а с ними и стоимость товаров и услуг. В настоящее время пусть даже с учетом доставки стоимость товаров и услуг будет дешевле так как, клиенту не будет необходимо выплачивать ту часть стоимости товара, благодаря которой продавец старается компенсировать расходы на ежемесячное содержание магазина и весь персонал.

Интернет-магазин обладает следующими преимуществами:

- способствует быстрому ориентированию в каталогах и категориях и ускоряет процесс нахождения необходимого товара или услуги (по

направлению, стоимости, названию и т.п.);

- посмотреть на товар или услугу, сравнить его описание и характеристики, стоимость, внешний вид и атрибуты с иными товарами;

- просмотреть сведения о скидках, акциях, сезонных распродаж и аналогичного рода событиях;

- узнать точную цену заказа с учётом доставки;

- добавить товар или услугу в корзину, пройти оформление заказа on-line, заказать доставку на дом или в удобное для Вас место;

- позволяет наладить и поддерживать контакты покупатель-продавец, к примеру:

- просматривать истории сделанных ранее заказов;

- просматривать сведения по нынешнему заказу;

Интернет-аудитория Интернет-магазина не ограничивается областью, городом или районом, в котором находится владелец компаний, при отвечающем хорошим нормам и стандартам обслуживании объем интернет-аудитории не будет ограничен даже страной.

Невзирая на кажущиеся и мнимые технические трудности, разработать Интернет-магазин легче и экономичнее. Так же «on-line» интернет-магазин несомненно будет отличным дополнением и рекламой off-line» работы. А основное - клиентами будут те, у которых по тот или иной причине нет времени или возможности посетить простой магазин, да и те счастливики, кто узнал привлекательность приобретения, не вставая с места. Количество таких людей увеличивается [4].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Раскрутка и продвижение сайта в Интернет. [Электронный ресурс]. – 2010. - Режим доступа: www.nalisoft.ru
2. Практика применения PERL, PHP, APCACHE и MySQL для активных Web-сайтов / Александр Вячеславович Фролов, Григорий Вячеславович Фролов. - М. : Рус. ред., 2002
3. Гаевский, А. Ю. // 100% самоучитель по созданию Web-страниц и Web- сайтов: HTML и JavaScript - Москва: 2008г. - 457 с
4. Кокрум Д. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 384 с