

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

*Кафедра информационных систем*

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЛЕКЦИЯ №6**

**по дисциплине «Организация и проектирование комплексных  
систем управления электронным бизнесом»**

**Тема №3**

**Основные элементы комплексной системы управления  
электронным бизнесом**

**Занятие №4 Понятие и функции Интернет-магазина**

для студентов направления

09.03.02

«ИСиТ»

ШИФР

наименование

*Рассмотрено УМК*

" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

протокол N \_\_\_\_\_

**Ставрополь, 2023**

***Учебные и воспитательные цели:***

1. Сформировать информационно-наглядное представление о функциях и структуре информационного ресурса Интернет-магазина.
2. Дать характеристику Интернет-магазина и принципам его работы.
3. Показать преимущества электронного бизнеса за счет применения информационных технологий.

***Время:*** \_\_\_\_\_ 90 мин.

***Учебно-материальное обеспечение:***

1. Опорная лекция.
2. ГОС ВО по направлению подготовки.
3. Рабочая программа дисциплины.
4. Основная и дополнительная литература.

***Распределение времени:***

<b>I. Вступительная часть</b>	5 мин.
<b>II. Основная часть:</b>	
1. Характеристика Интернет-магазина	40 мин.
2. Принципы работы интернет-магазина	40 мин.
<b>III. Заключительная часть</b>	5 мин.

## **Вводная часть**

Интернет-магазин является одной из разновидностей электронной коммерции. Продажа собственных товаров и услуг через интернет – основной способ коммерческого использования сайтов для большинства производственных и торговых предприятий. Компания создает сайт и размещает на нем информацию о своих товарах и услугах, ценах и гарантиях для покупателей.

Интернет-магазины становятся одним из необходимых и эффективных инструментов увеличения числа продаж предприятия, увеличения оборота и повышения имиджа, успешного развития. Существует несколько определений «что такое интернет-магазин».

## **Первый учебный вопрос – Характеристика Интернет-магазина**

Интернет-магазин (англ. online shop или eshop) – специализированный вид бизнеса, основанный на дистанционном обслуживании и дающий возможность продавцу и покупателю совершать сделки по покупке-продаже того или иного вида товаров посредством сети Интернет.

Интернет-магазин – это интерактивный веб-сайт, рекламирующий товар или услугу, принимающий заказы на покупку, предлагающий пользователю выбор варианта расчета, способа получения заказа и выписывающий счет на оплату.

Интернет-магазин – это совокупность программ, работающих на Web-сайте, которые позволяют покупателю дистанционно выбрать товар из каталога и оформить его заказ.

Интернет-магазин является посредником между покупателем и складом производителя, которому достаточно иметь ресурс в Интернете и телефон. Магазин виртуального типа не нуждается в представительном офисе, складских помещениях, не несет расходы на содержание помещений, владелец магазина может управлять продажами даже из своей квартиры. Именно потому цены в таких магазинах минимальны.

Купленные вещи подвозят потребителю непосредственно со склада производителя.

Интернет-магазины можно классифицировать по следующим видам:

- по модели бизнеса;
- по объемам продаж;
- по видам продаж;
- по способам получения дохода;
- по товарному ассортименту;
- по отношению с поставщиками;
- по представляемым товарам в каталоге.

По модели бизнеса:

1. Чисто онлайн-магазин.

2. Совмещение оффлайн-бизнеса с онлайн-магазином (когда интернет-магазин был создан на основе уже действующей реальной торговой структуры). Этот вид интернет-магазина характеризуется отличительными чертами классического бизнеса: склад, купленные партии товара, сотрудники, бухгалтер, юрист и т. д.

3. На аутсорсинге. При этом виде интернет-магазина вы сами непосредственно не занимаетесь приемом, доставкой, хранением и комплектацией заказов, а передаете на аутсорс сторонней компании, решая лишь организационные бизнес-вопросы. Такая модель освобождает массу времени и в то же время позволяет получать довольно значимую прибыль (около 70% от фактической выручки интернет-магазина).

4. Продажа по системе дропшипинг (когда товара нет, а сайт магазина «продает» продукцию поставщиков, отправляя заказчику готовые заказы или покупая у него от имени своего покупателя).

По объемам продаж:

– розничная продажа (продажи на одного клиента идут в небольших объемах, зачастую по одной единице товара);

– оптовая продажа (продажи идут в больших объемах, зачастую клиент является постоянным, что говорит о систематичности покупок).

По видам продаж:

– B2B («бизнес для бизнеса») — продажа или оказание услуг иным коммерческим предприятиям;

– B2C («бизнес для клиента») — продажа или оказание услуг конечному потребителю.

По способам получения дохода:

1. Продажа через сайт товаров и услуг от производителя или официального представителя.

Продажа собственных товаров и услуг через Интернет – основной способ коммерческого использования сайтов для большинства производственных и

торговых предприятий.

Компания создает сайт и размещает на нем информацию о своих товарах и услугах, ценах и гарантиях для покупателей.

2. Продажа товаров и услуг по партнерской программе (аффилиатские сети). Основная идея партнерских программ – это участие в чужих продажах. Суть подобных программ состоит в том, что продавец (владелец «партнерки») согласен разделить часть дохода от продажи товаров или услуг с владельцем того сайта (партнером, или аффилиатом), который прислал ему покупателя.

3. Продажа информации (контента). Для продажи информации уже нет необходимости в затратах на бумагу, тиражи, точки продаж. Любая веб-страница может быть доступна миллионам пользователей из всех стран мира. Основным способом реализации этого вида интернет-магазина – платные электронные рассылки и сайты с платным доступом. Оплата за информацию происходит таким же образом – в онлайн, как и при оплате материальных товаров в стандартном интернет-магазине.

Виды интернет-магазинов по товарному ассортименту: книги, аудио и видеокассеты, CD, DVD, компьютерная и бытовая техника, мобильные телефоны, мебель, одежда, обувь, часы и другие товары.

По отношению с поставщиками:

- имеют собственный склад (наличие реальных товарных запасов);
- работают по договорам с поставщиками (отсутствие значительных собственных запасов).

Виды интернет-магазинов по представляемым товарам в каталоге:

- интернет-витрины;
- интернет-магазины;
- онлайн-аукционы.

Каждый из видов интернет-магазина включает в себя несколько групп, достаточно чётко определяющих смысл существования магазина и его аудиторию.

Интернет-витрина – скорее это рекламный сервер. На витрине

выкладывают информацию о товарах, которую постоянно обновляют. Затраты на ее создание и администрирование могут быть довольно низкими, а практическая польза такой витрины очевидна. Но это еще не торговля.

Потенциальный покупатель, посетив витрину, должен позвонить на фирму, оплатить товар, договориться о доставке. Поэтому интернет-витрина оправдана в тех случаях, когда покупателя надо познакомить со сложной продукцией, на изучение которой в торговом зале у него уйдет слишком много времени.

Интернет-витрина может быть размещена где угодно - на собственном сервере, на сервере провайдера, на сервере, предоставляющем бесплатные страницы. Для работы с витриной достаточно иметь подключение через телефонную линию и минимум навыков работы с HTML.

Каталог интернет-магазина будет содержать многоуровневое логическое дерево разделов и подразделов, внутри которых будут находиться списки с карточками товаров. Он должен быть хорошо структурированным и очень логичным, чтобы в разнообразии товаров посетители нашли то, что им действительно нужно. Конечной точкой перемещения по каталогу должна стать карточка товара, содержащая его описание, признак наличия в продаже и цену. Список в каталоге сортируется по признаку наличия товара на складе. Актуальные товары находятся в начале списка, снятые с продажи – в конце.

Онлайн-аукцион, или интернет-аукцион – это аукцион, проводящийся посредством сети Интернет. Он является видом интернет-магазина, так как имеет в своем функционале прием онлайн-платежей. Момент окончания интернет-аукциона заранее назначается самим продавцом при постановке товара на торги. По окончании интернет-аукциона покупатель должен перевести деньги продавцу по безналичному расчёту (реже – наличными, например – при получении товара лично), а продавец обязан выслать товар покупателю по почте, нередко в любую точку страны проведения или всего мира. Границы возможной пересылки товара указываются самим продавцом заранее.

## **Вопрос 2 – Принципы работы Интернет-магазина**

Главная особенность интернет-магазина – большая часть взаимодействия продавец-покупатель происходит в онлайн. Многие этапы покупки и продажи довольно успешно проходят дистанционно. Это является большим преимуществом. Но в тоже время, именно в этом и заключается одна из трудностей, которую надо преодолеть любому интернет-магазину – внушить доверие посетителю и расположить его к совершению покупки.

### ***Логика работы интернет-магазина.***

Посетитель заходит на сайт и набирает корзину товаров, после чего происходит оформление заказа. Если посетитель уже покупал товары на этом сайте, достаточно ввести логин, пароль и уточнить адрес доставки. Если не покупал - необходимо будет дополнительно ввести контактные данные. Затем выбирается способ доставки и формируется конечная стоимость заказа (товары + доставка).

Следующим этапом является выбор формы оплаты. Как правило, происходит переход на сайт платёжной системы, где пользователь авторизуется и оплачивает покупку. После оплаты посетитель возвращается на сайт и получает подтверждение - прошла оплата или нет. Если нет - обычно предлагается повторить попытку или связаться с менеджером интернет-магазина для получения помощи.

В зависимости от выбранного способа доставки в срок, указанный на сайте или сообщенный менеджером, приходит заказ – на почту или по адресу. В случае доставки курьером иногда можно указать удобные дни и время доставки.

Способы оплаты покупок в интернет-магазине:

1. Банковская карта – безналичный вид расчёта, который часто подвергается нареканиям в плане безопасности.
2. Банковский перевод – оплата за заказ производится банковским платёжным поручением на расчётный счет магазина.

3. Электронные деньги – безналичный вид расчёта.

4. Терминалы моментальной оплаты – оплата производится в уличных платёжных терминалах.

5. SMS-платежи. Интернет-магазин формирует запрос средств, передает его в одну из специализированных систем электронных платежей и отправляет туда пользователя.

Пользователь уже во взаимодействии с платежной системой отправляет SMS с указанными системой реквизитами и подтверждает платеж. Платежная система после подтверждения отправляет магазину уведомление об успешности перевода или наоборот.

6. Наложённый платеж – товар оплачивается на почте при получении.

7. Наличный расчет – товар оплачивается покупателем курьеру наличными деньгами при получении товара.

8. Электронные кассы – вид расчета, объединяющий практически все перечисленные выше способы оплаты. При выборе такого способа оплаты пользователю предлагается на выбор наиболее удобный способ перевода денег от пластиковой карточки до терминала и мобильного телефона.

Работа интернет магазина по продаже тех или иных товаров ни что иное как продажа по образцам, которая в настоящее время в Российской Федерации регулируется Правилами продажи по образцам и Гражданским Кодексом РФ.

Торговля по образцам - это продажа товаров по договору розничной купли, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенными продавцом образцами товаров или их описаниями, содержащимися в каталогах, проспектах, буклетах, переставленными фотографиями и другими информационными материалами, а также рекламными объявлениями о продаже товаров.

Правила продажи по образцам утверждены Постановлением Правительства РФ от 21 июля 1997 г. N 918 "Об утверждении Правил продажи товаров по образцам" (с изменениями и дополнениями).

Основные законодательные акты Российской Федерации, действием

которых регулируется работа электронного магазина:

1. Гражданский Кодекс РФ.
2. Закон о защите прав потребителей.
3. Правила продажи по образцам.
4. Федеральный закон «О персональных данных».

Интернет-магазин обладает рядом преимуществ по сравнению с обычными магазинами:

1. Интернет-магазин работает 24 часа в сутки, 365 дней в году, без перерыва на обед, без выходных и праздничных дней.

2. Необязательно иметь в наличии товар. Но в этом случае обязательно иметь сеть поставщиков, работающих по принципу «точно вовремя». Это гарантирует доставку товара в заранее оговоренные минимальные сроки.

3. Не нужно помещение для продаж. Витрины, стеллажи, прилавки, квадратные метры и арендная плата – на всем этом можно существенно сэкономить. На чем сэкономить нельзя – так это на качественно выполненном дизайне сайта для интернет-магазина, поскольку именно внешний вид веб-страниц будет заменять покупателям и стеллажи, и витрины.

4. Срок и стоимость создания интернет-магазина несоизмеримо ниже, чем обычного магазина.

5. Свобода передвижений продавца.

Поскольку интернет-магазин – это точка продаж в виртуальном пространстве, вы можете управлять им из любого уголка земного шара, где есть доступ в Интернет.

6. С интернет-магазином вы получаете возможность расширить географию своего бизнеса вплоть до мировых рынков. С оговоркой, что содержание сайта будет понятно даже иностранцам.

7. Можно не нанимать продавцов, администраторов, менеджеров, товароведов, кассиров, охранников и еще кого бы то ни было.

Профессионально грамотно созданный интернет-магазин может работать полностью автономно - практически без обслуживания.

8. Интернет-магазин дает вам возможность самим распределять свое рабочее время. Вы можете тратить на его обслуживание столько часов в сутки, сколько захотите – один, два, а то и все двадцать четыре. И когда хотите – ночью, днем, утром, вечером.

9. Для создания интернет-магазина не требуется получения многочисленных разрешений и лицензий. Его не проверяет пожарный инспектор, санэпидемстанция и другие службы.

Однако помимо преимуществ ведения торговли через интернет-магазин есть и существенные риски:

1. Атака хакеров. В «лучшем» – внесут путаницу в данные о заказах, отправках, расчетах, и Вам будет необходимо объясняться со всеми своими клиентами на предмет «Извините, это наша ошибка». В худшем случае у Вас могут украсть базу данных с номерами кредитных карт клиентов, а Вы погрязнете в судебных разбирательствах. Однако в Интернете есть средства, обеспечивающие безопасность электронной торговли, поэтому имеется возможность интегрировать в интернет-магазин новейшие защитные разработки.

2. «Баги». Это ошибки в программном обеспечении, сделанные самими разработчиками. Ошибки есть всегда. В любом программном обеспечении для Интернет-торговли. Это может привести к тому, что в определенный момент, при определенных условиях Ваш магазин начинает «глючить» или вообще «откажется» работать. Проблему с багами помогает решить четко функционирующая служба технической поддержки при компании-разработчике.

Техническая поддержка – это гарантия того, что в случае обнаружения ошибки к Вам на помощь придут высококвалифицированные специалисты. Если таковой не имеется – подумайте семь раз прежде, чем приобретать интернет-магазин у этого производителя.

3. Покупка «кота в мешке». Покупая интернет-магазин, вы никогда сразу не поймете владельцем какого «добра» отныне Вы являетесь. Поэтому

насторожитесь, если компания-разработчик отказывается предложить вам совершенно бесплатно в течение некоторого времени попользоваться своим продуктом. Или, в крайнем случае, не гарантирует возврата Ваших денег – опять же в течение определенного времени. Бесплатное тестовое использование и гарантия возврата денег – это не рекламный ход, это возможность «примерить» программное обеспечение на свой бизнес.

4. Клиенты легко приходят и уходят. К счастью, в интернет-магазин не надо «идти» – важно знать адрес. Но, к сожалению, чтобы его покинуть, также достаточно одного щелчка «мышью». Все, чем Вы можете привлечь клиентов на свой сайт – это оригинальный дизайн, выгодные предложения, хорошие тексты-описания товаров. Никаких эмоций, никакого общения, никаких старых знакомых клиентов. И никакой быстрой реакции на ситуацию. Однако и эта проблема в последнее время становится разрешимой. Появляется такое программное обеспечение, которое позволяет буквально отслеживать посетителей вашего сайта – по полу, возрасту, профессии, месту жительства и т. п., а также добавляется интерактивность: вы можете с ними общаться! Профессиональные разработчики интернет-магазинов предусматривают возможность встраивать в свои продукты подобные программы либо производят их сами.

## Заключение

### Вопросы для самоконтроля

1. Каковы варианты построения интернет-магазина в зависимости от используемой модели бизнеса?
2. Какова функциональная роль каталога товаров интернет-магазина?
3. Расскажите про преимущества интернет-магазина по сравнению с интернет-витриной.
4. Дайте сравнительную характеристику технологиям оплаты товаров в интернет-магазине.
5. Опишите структуру и функции интернет-магазина.
6. Какова функциональная роль виртуальной корзины интернет-магазина?

**Лекцию разработал:**

Доцент кафедры ИС

к.т.н., доцент

В. Рачков

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.