

## **Проектирование объектно-ориентированной модели интернет-магазина для торгового предприятия**

**Ольховська О.Л., Гудкова К. Ю.**  
*ДДМА*

Функционирование национальных рынков товаров и услуг, их интеграция в мировую экономическую систему невозможны без развития электронной торговли, понимаемой в широком смысле как использование информационно-коммуникационных технологий на всех этапах проведения торговых операций, включая поиск и заказ товара, проведение платежей и доставку товаров и услуг потребителям. Электронная торговля применяется в розничной, оптовой, биржевой торговле, а также при осуществлении государственных закупок.

Применение инструментов электронной торговли стало возможным благодаря развитию интернет-технологии, электронного документооборота, логистики и электронных платежных систем. Поэтому и само понятие электронной торговли постепенно все более рассматривается как общая форма оказания информационно-коммуникационных услуг в сфере торговли.

Использование в торговле и закупках современных информационно-коммуникационных технологий, и прежде всего интернета, становится в настоящее время главным фактором, обеспечивающих существенное сокращение расходов на проведение торговых операций и рационализацию экспортно-импортной деятельности за счет упрощения торговых и транспортных процедур.

Активная экономическая деятельность с использованием возможностей интернета привела к возникновению нового понятия – электронный бизнес. Его рассматривают как деятельность фирмы, направленную на получение прибыли, которая основывается на цифровых технологиях и тех преимуществах, которые они предоставляют [1-2].

Важную роль в организации электронного бизнеса играет электронная коммерция. Современные экономисты под этим термином понимают коммерческую деятельность в любой сфере электронного бизнеса,



Динамический web-ресурс в соответствии с представленной объектно-ориентированной моделью обеспечит:

- увеличение продаж: благодаря веб-сайту компания по сути будет открыта для уже существующих и потенциальных клиентов круглосуточно, что позволит им совершать покупки в любое время дня и ночи, а также использование сервиса прогнозирования предпочтений пользователей посредством коллаборативной фильтрации по формированию списка наиболее релевантных товаров для пользователей;
- укрепление репутации: наличие веб-сайта способствует большему доверию к компании;
- предоставит больше возможностей для продвижения компании: с выходом в интернет компания сразу же расширит свой рынок и сможет обратиться к по-настоящему безграничной аудитории с меньшими расходами, чем при использовании традиционных средств;
- мгновенный обмен информацией: предоставляется возможность рассказать аудитории о последних предложениях и новостях компании практически мгновенно;
- более эффективную поддержку клиентов: наличие сервиса обратной связи позволит эффективно поддерживать связь с существующими клиентами, возможность получения консультаций у экспертов в нестандартных ситуациях;
- повышение качества обслуживания постоянных клиентов за счет доступа к регулярно обновляемым базам данных по предлагаемому товару.

#### *Литература*

1. *Интернет-технологии в торговле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-119714.html>.*
2. *Современные дистанционные и интернет-технологии в торговле / А. М. Шагвалеев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.organization-and-project-management.ingnpublishing.com/files/2012/ESJ%20OPM/esj\\_opm\\_2012\\_2\(2\)\\_Shagvaleev\\_AM.pdf](http://www.organization-and-project-management.ingnpublishing.com/files/2012/ESJ%20OPM/esj_opm_2012_2(2)_Shagvaleev_AM.pdf)*