**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ**

"**ЙОШКАР**-**ОЛИНСКИЙ** **ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ** **КОЛЛЕДЖ**"

**ОТЧЁТ**

**О ВЫПОЛНЕНИИ ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЫ**

**«*Интернет магазин*»**

Студента 3 курса, А-31 группы

Специальность 09.02.07 – «Информационные системы и программирования»

Квалификация «Администратор БД»

Руководитель: Пинешкин Ю.С.

Разработал: Егошин.К.С

г. Йошкар-Ола, 2021

**Описание предметной области интернет-магазин**

Интернет-магазин (англ. online shop или e-shop) — сайт, торгующий товарами в интернете. Позволяет пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа в сети Интернет.

*Есть две разновидности интернет-магазинов, в зависимости от вида торговли:*

1) Магазины, которые продают товар со своего склада. Такой магазин – прекрасный вариант дополнительного сбыта товара, обычно дают более низкую цену, чем даже в своем реальном магазине;

2) Магазины, которые продают товар других магазинов/людей. Это может быть торговля внyтри страны, либо [международная торговля](https://pandia.ru/text/category/mezhdunarodnaya_torgovlya/). В этом случае интернет-магазин зарабатывает на комиссии, которую платят продавцы за выставление товара. Здесь интернет-магазин выступает гарантом сделки между продавцом и покупателем. Такие магазины используют систему "репутация" продавца. Кроме того, покупатель может пожаловаться администрации сайта на продавца и получить необходимую помощь по возвращению денег, в случае обмана.

*Также магазины могут отличаться по способу продажи:*

1) Фиксированная цена товара - с доставкой, включенной в стоимость, либо с доставкой, которая считается отдельно, после оформления заказа (очень часто эффект низкой цены бывает испорчен из-за высокой стоимости доставки, продавцы нарочно могут ставить низкую стоимость на товар, а на доставку наоборот - высокую, на чем и зарабатывают).

2) Система аукциона - на товар объявляется аукцион. Кроме начальной цены, продавец может объявлять так называемую блиц-цену - это стоимость, за которую продавец готов отдать товар без торга. Есть такой нюанс, как скрытая цена - продавец ставит очень низкую цену на товар (чтобы при поиске товара, клиент заметил именно его лот), но включает опцию "минимальная ставка" - это [минимальная цена](https://pandia.ru/text/category/minimalmznaya_tcena/), которая скрыта от глаз покупателя и он должен повышать ставки, пока не достигнет ее, иначе ставка не будет принята.

Совокупность отобранных товаров, способ оплаты и доставки представляют собой законченный заказ, который оформляется на сайте путем сообщения минимально необходимой информации о покупателе. Информация о покупателе может храниться в базе данных магазина, если бизнес-модель магазина рассчитана на повторные покупки, или же отправляться разово. В Интернет-магазинах, рассчитанных на повторные покупки, также ведется отслеживание возвратов посетителя и история покупок. Отслеживание ведется с помощью методов веб-аналитики.

Основные способы оплаты покупок в Интернет-магазине:

1. Банковская карта – безналичный вид расчёта;

2. Банковский перевод – оплата за заказ производится банковским платежным поручением на расчётный счет магазина, часто применяется в B2B-системах;

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

4. Электронные деньги – денежные обязательства эмитента в электронном виде, которые находятся на электронном носителе в распоряжении пользователя;

5. Терминалы моментальной оплаты – оплата производится в «уличных» платёжных терминалах;

6. Наложенный платеж – оплата товара на почте при получении.

После отправки заказа с покупателем связывается продавец и уточняет место и время, в которое следует доставить заказ. Доставка осуществляется либо собственной курьерской службой, либо компанией, предоставляющей услуги доставки, либо по почте – посылкой или бандеролью. Также набирает обороты такой вид доставки, как самовывоз от продавца.

Основные аспекты деятельности интернет-магазина:

− предоставление подробной информации о продаваемых товарах;

− заказ товаров клиентами;

− связь клиентов с менеджерами магазина;

− поддержка и обновление сайта;

− заполнение и редактирование базы данных магазина.

Обзор использованных технологий. Для создания современных сайтов обычно используют HTML, CSS, JavaScript, Flash, PHP и реляционную систему управления базой данных MySQL.

Организация интернет-магазина. Интернет-магазин - это реализованное в сети Интернет представительство путем создания Web-сервера для продажи товаров и услуг другим пользователям сети Интернет.

Перевод традиционной торговли в сеть Интернет делает ее более гибкой, так как электронная торговля, оперируя цифровой информацией в компьютерных сетях, облегчает сотрудничество людей.

Виртуальный магазин имеет доменный адрес. Как любой Web-сервер, виртуальный магазин состоит из целого ряда гипертекстовых страниц, зачастую с мультимедийными элементами.

Преимущества интернет-магазина перед реальным очевидны. Уменьшается количество персонала за счет сокращения объема взаимодействия с клиентами, аренда виртуального сервера и создание «электронной витрины» дешевле и проще аренды торговых помещений и размещения товаров на полках, нет нужды в кассовом обслуживании и т.д.

Для покупателя главным достоинством интернет-магазина является экономия времени. Когда человек работает 6 дней в неделю, ему бывает некогда сходить в обыкновенный магазин. Интернет-магазин дает 5 возможность совершить покупку, у себя в офисе или из дома в абсолютно любое время. Служба доставки интернет-магазина осуществит доставку выбранного товара в любое удобное для покупателя время и место. Кроме этого выбор и оценка характеристик товара происходит в интернет-магазине гораздо быстрее и комфортнее чем в обычном магазине.

К недостаткам интернет-магазина можно отнести: несовершенную систему доставки; неудобную систему оплаты; сложную систему заказа; необходимость регистрации