

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ЛЭТИ» ИМ. В.И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)
Кафедра МОЭВМ

РЕФЕРАТ

Тема: Обзор предметной области

Студентка гр. 4303

Попова Д. Е.

Преподаватель

Санкт-Петербург

2019

ВВЕДЕНИЕ

Цель данной работы состоит в реализации географически-распределённого сервиса покупки квартиры в новостройке.

Объектом исследования является процесс разработки сервиса и интеграция его с 1С-Битрикс.

Предметом исследования является автоматизация покупки квартиры и оформления документов со стороны клиента для снятия части задач с менеджеров.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) Произвести обзор существующих решений для сервисов покупки квартир
- 2) Сформировать перечень требований к разрабатываемому инструменту
- 3) Описать алгоритм оформления сделки купли-продажи
- 4) Реализовать БД для безопасного хранения пользовательских данных

1. ОБЗОР ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ

1.1. Основные понятия

По данным исследований АКИТ за 2017-2018 года, растёт рынок интернет-торговли. Большему количеству людей удобнее покупать вещи и оформлять услуги через интернет. Аналогичная ситуация происходит на рынке недвижимости: для выбора жилья покупатели реже обращаются в офис застройщика, а вместо этого просматривают его предложения с компьютера и мобильного устройства. В связи с этим растут требования к онлайн магазинам. Для успешного взаимодействия клиента и сайта необходимо корректно обрабатывать пользовательские данные, не допускать утечки информации и согласованно оформлять сделки.

1.1. Описание требований к разрабатываемому инструменту

Как любой интернет магазин, данный сервис должен обладать необходимым функционалом:

1.1.1. Поиск товара

Для организации поиска товара на сайте существуют 3 инструмента:

1) Строка поиска

Стандартный вариант реализации подразумевает морфологический поиск по словам и словосочетаниям, где результатом является список товаров, у которых найдены совпадения.

2) Фильтры — возможность пользователю выбрать только тот товар, который соответствует определенным характеристикам: цвет, размер, бренд, ценовой диапазон и любые иные характеристики, которые необходимы.

3) Сортировка — позволяет произвести упорядочивание товара по определенным параметрам. Чаще всего используется сортировка по цене, по наименованию и по популярности.

1.1.2. Корзина и оформление заказа

необходимы для того, чтобы клиент мог добавить один или несколько интересующих его товаров в корзину, а затем оформить заказ. Этим инструментам важно уделить достаточно внимания, ведь именно на этапе оформления заказов часть клиентов по разным причинам отказывается от покупки. Чтобы минимизировать эти потери, данный функционал должен быть тщательно спроектирован и продуман, чтобы аккуратно довести пользователя до покупки.

1.1.3. Оповещения о заказе

Функционал оповещений может быть реализован в качестве смс-уведомлений или отправке сообщений на e-mail. Он также очень важен для пользователя, и забывать про него не стоит.

1.1.4. Модуль “SEO”

Успех интернет-магазина, как и многих других сайтов, зависит от того, насколько удачно он проиндексирован поисковыми системами. Данный модуль позволяет управлять структурой и содержимым сайта с точки зрения SEO: настраивать человеко-понятные url-адреса, генерировать карту сайта, управлять meta-тегами и совершать иные действия для продвижения сайта.

1.1.5. Управление заказами

Обычно при использовании популярных систем управления сайтом (например, «1С-Битрикс: Управление сайтом») все заказы, как минимум, хранятся в административной части сайта. Дополнительно можно настроить оповещение о поступлении нового заказа на электронную почту, а также сделать интеграцию с другой учётной системой, чтобы обмениваться с ней заказами и их статусами.

1.1.6. Оплата

Не всем клиентам удобно оплачивать заказ курьеру или при самовывозе, поэтому подключение системы оплаты на сайте — отличный шаг для развития интернет-магазина.

1.1.7. Личный кабинет клиента — закрытая часть сайта, где хранится история заказов пользователя, а также информация о его адресах доставки и других персональных данных. Интернет-магазин может обходиться и без личного кабинета, но наличие данного функционала позволяет упростить клиенту осуществление повторных заказов в магазине, а также дает возможность вовлекать его в различные программы лояльности.

1.2. Обзор существующих решений для сервисов автоматизации покупки квартиры

На данный момент концепция интернет-магазина квартир находится на стадии развития. KVS — один из первых застройщиков, которые внедряют полную автоматизацию купли-продажи квартиры. Этот процесс аналогичен работе с любым другим интернет магазином, где есть возможность оплаты товара непосредственно на сайте. В процессе изучения референсов для реализации сервиса были найдены только сайты с возможностью отправки заявки на покупку квартиры с последующим обратным звонком менеджера. Сервисы вроде ЦИАН, Яндекс.Недвижимость и пр. тоже не подходят под концепцию онлайн магазина квартир, они являются лишь информационными досками объявлений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения НИР был осуществлён анализ предметной области, в соответствии с которым сформулированы требования к разрабатываемому инструменту, изучено наличие существующих интернет-магазинов квартир и начаты работы по его реализации, поскольку данная ниша не занята и аналогов пока не имеется.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Основные сведения // Документация для разработчиков URL:
https://dev.1c-bitrix.ru/api_help/ (дата обращения: 21.10.2019).
2. RabbitMQ для начинающих // Ajaxblog URL:
<http://ajaxblog.ru/php/rabbitmq-tutorial/> (дата обращения: 03.11.2019).
3. Разработка под Slack: отправляем сообщение в чат // CodeX URL:
<http://ajaxblog.ru/php/rabbitmq-tutorial/> (дата обращения: 07.11.2019).
4. SOAP // Wikipedia URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/SOAP> (дата обращения: 07.11.2019).
5. REST // Wikipedia URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/REST> (дата обращения: 07.11.2019).
6. КВАДО.РУ - простое решение для сложных задач // КВАДО.РУ URL:
<http://kvado.ru/> (дата обращения: 29.10.2019).