# Тема 4. Веб-сайт, класифікація веб-сайтів. Базові технології електронної комерції

# Веб-сайт, класифікація веб-сайтів

Основою системи електронної комерції є веб-сайт.

Веб-сайт (система електронної комерції) – це сукупність технічних засобів, програмних продуктів і методів для реалізації в автоматизованому режимі технологічних процесів у певній комерційній операції.

Веб-сайт – це сполучена під однією адресою (доменне ім’я або ІР адреса) сукупність документів фізичної особи або підприємства. Зазвичай розуміється, що сайт розташовується у мережі Інтернет. Сукупність усіх сайтів складає Всесвітню павутину.

На сьогоднішній день з урахуванням тенденцій розвитку мережі Інтернет існує досить велика кількість різних веб-сайтів, які досить сильно відрізняються один від одного. Тому з метою підвищення ефективності використання мережі Інтернет була розроблена класифікація веб-сайтів.

Класифікація веб-сайтів здійснюється на базі цілої низки параметрів, які характеризують принципи роботи та призначення веб-сайту.

Класифікація веб-сайтів:

1. За доступністю сервісів:
* відкриті – усі сервіси цілком доступні будь-яким відвідувачам;
* напіввідкриті – для доступу до сервісів необхідно зареєструватися (зазвичай безкоштовно);
* закриті – повністю закриті службові сайти організацій (у тому числі й корпоративні) або приватні сайти приватних осіб. Такі сайти доступні тільки для певного кола осіб. Доступ новим користувачам надається за допомогою інсайтів (запрошення).
1. За природою змісту:
* статичні – увесь зміст сайту готується заздалегідь. Користувачі отримують файли у тому вигляді, в якому вони зберігаються на сервері;
* динамічні – зміст генерується за допомогою спеціальних програмних модулів (скриптів) на базі даних з будь-якого джерела.
1. За фізичним розташуванням:
* зовнішні сайти мережі Інтернет;
* локальні сайти – доступні тільки у межах локальної мережі. Зазвичай це корпоративні сайти організацій.
1. За схемою надання інформації, її обсягу та категорії задач, які вирішуються, можна виділити наступні типи веб-ресурсів:
* інтернет-представництва власників бізнесу;
* сайт-візитка – містить загальні відомості про власника сайту (приватна особа або організація). Вид діяльності, історія, прайс –лист, контактна інформація, реквізити, схема проїзду. Спеціалісти можуть розміщувати своє резюме. Тобто такий сайт є розгорнутою візитною карткою;
* корпоративний сайт – це логічне продовження та розвиток сайту- візитки. Корпоративний сайт не завжди представляє крупні компанії чи корпорації, він може представляти і дрібні компанії також. На відміну від сайту- візитки, корпоративний сайт містить значно більше інформації про компанії, має більше розділів та категорій;
* каталог продукції – на даному сайті присутній детальний опис товарів/послуг, представлені їх сертифікати, технічні дані, відгуки експертів та користувачів. Тобто на такому сайті розташовується уся інформація стосовно товарів або послуг яку не можливо розмістити у прайс – листах;
* інтернет-магазин (інтернет-вітрина) – це сайт з каталогом продукції, за допомогою якого клієнти можуть замовити необхідні йому товари. Також даний сайт надає можливість здійснити розрахунки за придбаний товар у електронному вигляді, тобто за допомогою цифрових грошей або електронних платіжних систем;
* промо-сайт – це сайт, присвячений певній товарній марці або певному товару чи послузі. На такому сайті розташовується уся інформація про цей бренд (товар), проводяться рекламні акції, тобто відбувається просування бренду на ринок.

Інформаційні ресурси:

* тематичний сайт – сайт, який надає повну інформацію за якоюсь певною темою;
* тематичний портал – це дуже великий інтернет-ресурс, який надає повну інформацію за якоюсь певною тематикою. Портали дуже схожі на тематичні сайти, але вони мають додаткові засоби взаємодії з користувачами, та дозволяють користувачам спілкуватися у мажах порталу (чат, форум), тобто портали створюють середовищу існування користувачів.

Веб-сервіс – зазвичай вирішує певну користувацьку задачу напряму, пов’язану з мережею Інтернет, а саме:

* пошукові сервіси – наприклад, Яндекс, Google;
* поштовий сервіс;
* веб-форуми;
* зберігання відео – наприклад, YouTube, RuTube;
* дошки оголошень;
* каталоги сайтів – наприклад, Open Directory Project.
1. По відношенню до відвідувачів:
* сайти, які залучають відвідувачів;
* сайти, байдужі до відвідувачів.

# Базові технології електронної комерції

Безсумнівно, що базовими технологіями для організації електронної комерції є веб-технології. В першу чергу – це технологія Web 2.0, вона прийшла на зміну технології Web 1.0 та мова HTML, а також системи керування контентом CMS.

Web 2.0 – це нова методологія створення веб-сайтів, яка дозволяє проектувати інформаційні системи, які шляхом урахування мережних взаємодій стають тим краще, чим більше людей ними користуються.

Основні ознаки цієї технології:

* формат подання сайту – відмова від надлишкового дизайну сайту, та зростання значення контенту сайту та його функціонала;
* принцип формування сайту – залучення користувачів до наповнення та перевірки вмісту (контенту) сайту;
* принцип зручності – визначає зручність та корисність сайту для його відвідувачів. Тобто цей принцип дозволяє виявити, для кого призначений сайт, яка інформація потрібна аудиторії сайту, як швидко можна знайти цю інформацію на сайті, які додаткові сервіси можуть бути корисні відвідувачам.

Ці принципи дозволили створити нові веб-технології, які характеризуються наступними відмінними рисами:

* використання різних веб-служб – замість звичайного програмного забезпечення;
* використання різних нових технологій для поліпшення якості взаємодії користувача з сайтом (наприклад AJAX, RSS);
* поява сайтів нового формату – блогу, та соціальних мереж.

Веб-служби – це програми, доступ до яких здійснюється через мережу Інтернет в онлайн режимі. Переваги використання цих служб:

1. Веб-служба розташована на серверах компанії розробника, тому користувачам не потрібно використовувати свої власні обчислювальні ресурси;
2. Завжди доступна остання версія служби з повним пакетом оновлень;
3. Веб-служби є незалежними від будь-якої платформи (засоби для роботи з Web є в усіх операційних системах).

Нові технології взаємодії користувачів з сайтами – це як ми вже зазначали AJAX, RSS, Mash-Up.

AJAX (Asynchronous JavaScript and XML) – технологія (розроблена Google) створення інтерфейсі веб-служб, які надають користувачу необхідну інформацію або сервіс не перезавантажуючи веб-сторінку (відбувається фоновий (прихований) обмін даними між браузером та веб-сервером). Таким чином, це призводить до підвищення швидкості веб-сторінок.

RSS (Really Simple Syndication) – це сімейство XML форматів, розроблене спеціально для опису стрічок новин, анонсів статей, змін у блогах. За допомогою цієї технології можна дати короткий опис нової інформації, що з’явилась на сайті і посилання на її повну версію. Інформація у форматі RSS збирається з різних сайтів, обробляються і надається користувачу у зручному вигляді спеціальними програмами – агрегаторами.

Web Mash-Up (змішування) – сервіс, який використовує в якості джерел інформацій інші сервіси, надаючи таким чином нові функціональні можливості.