

Є.В.Антонюк
Д.Є. Марецький
К.В. Слободянюк
І.С.Трифанюк

КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ КЕРУВАННЯ РОБОТОЮ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ (FAST SHOP)

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Основною метою нашого дослідження є створення мережі он-лайн супермаркетів, що буде опиратись на визначену аудиторію і продавати продукцію за низькими і вигідним для покупців цінами. Проект дозволить людям, що не можуть жити повноцінним життям спростити процес покупки продуктів: будь-хто зможе замовити будь-який товар за два кліки.

Ключові слова: маркетинг, он-лайн супермаркет, безпілотна доставка

Abstract

Primary purpose of our study is networking on-line supermarkets, that will lean on a certain audience and sell products for low and advantageous for customers prices. A project will allow to the people that cannot live by full life to simplify the process of purchase of products : anybody will be able to order any commodity in two clicks.

Keywords: marketing, on-line supermarket, pilotless delivery

Актуальність:

Сучасний маркетинг – це велика і складна структура, що з плином часу почала засвоюватись і ділитись на різні частини в залежності від епохи. Зазвичай сучасний маркетинг поділяють на три частини: маркетинг 1.0, маркетинг 2.0 і маркетинг 3.0.

Маркетинг 1.0 засвоївся в промислову еру і головною метою всіх підприємців на той час було просто продати якусь річ заради отримання прибутку. Даний етап характеризувався підвищеною байдужістю продавців до покупців і утвердженні на ринку загальнодоступних продуктів, що були потрібні кожному. Дані продукти намагались створювати в промислових масштабах заради зменшення ціни на одиницю продукції. Найкращою характеристикою даної епохи є фраза Генрі Форда-засновника компанії “Форд Моторс”: “Кожен покупець може купити в нас автомобіль будь-якого кольору за умови, що цей колір-чорний”. Ця фраза показувала байдужість продавців до покупця.

Маркетинг 2.0 – наступна епоха в історії маркетингу 20-21 століття. Він з’явився в період розвитку інформаційних технологій, що суттєво ускладнювало продаж того чи іншого продукту-з наявності інтернету і телебачення, люди вже не купляли те, що їм давали-вони зрівнювали ціни і вибирали найвигідніший для себе варіант. Це суттєво посилило конкуренцію між різними підприємствами і збільшило вибір товарів для покупців. Кожен з продавців намагався зробити свій товар найкращим і найдоступнішим, а деякі вводили на ринок зовсім нові і ніким не запроваджені продукти, що суттєво збільшувало вибір цих самих товарів для покупців. Багато сучасних фірм і підприємств опираються саме на маркетинг 2.0, що є доволі непоганим варіантом для зростання власного прибутку.

Наступним етапом і в принципі останнім на даний час є маркетинг 3.0. Суть даного етапу полягає не лише в боротьбі за прихильність покупців, а й в постановці перед собою задачі, що допоможе не лише їм самим а й всьому світу. Компанії, що опираються на принципи маркетингу 3.0 намагаються вирішити проблеми суспільства.

Основна частина:

Робота над проектом велась у трьох групах: групі розробки сайту та оформлення технічної підтримки; групі, що відповідає за групування і постановку товарів на головному складі; групі, що відповідає за розроблення нових методів доставки та затвердження старих методів.

В плані розробки сайту було створено макет сайту для користувачів персональних комп'ютерів (рис.1) та користувачів які працюватимуть з мобільним додатком (рис. 2), що поєднує

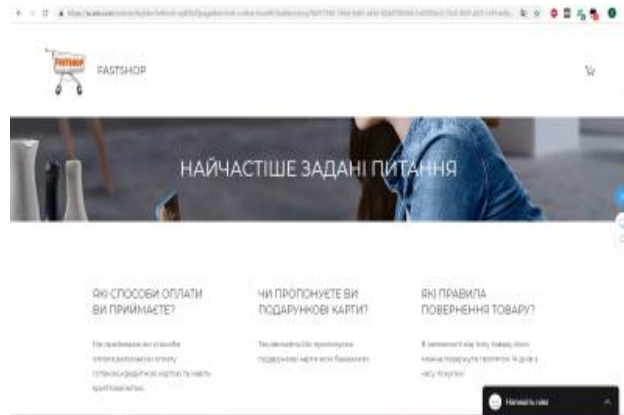


Рис. 1 – Макет сайту для персональних комп'ютерів

простоту та естетичність, зручну систему пошуку товарів та найголовнішою функцією була можливість зміни зовнішнього вигляду сайту на власний смак: кожен користувач міг змінити вигляд сайту, розставити необхідні посилання та інструменти на зручне для нього місце та створити власний унікальний стиль. Також було створено проект зручного сервісу технічної підтримки та служби оцінювання якості роботи, що зв'язувалась з покупцями і збирала дані про якість роботи "Fastshop".

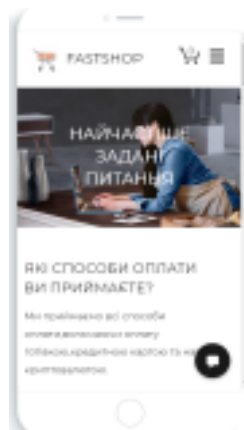


Рис. 2 – Макет сайту для мобільних пристроїв

Групою, що займалась створенням макету складу було створено макет складу та принцип переміщення товарів від складу в центр доставки. Головним методом перенесення продукції по складу стала конвеєрна стрічка. Також був створений принцип оформлення замовлення методом персональної кошика в якому кожному клієнту, що оформляв замовлення виділялась окрема корзина, що переходила по складу і доставляла необхідну продукцію в центр доставки (рис.3).

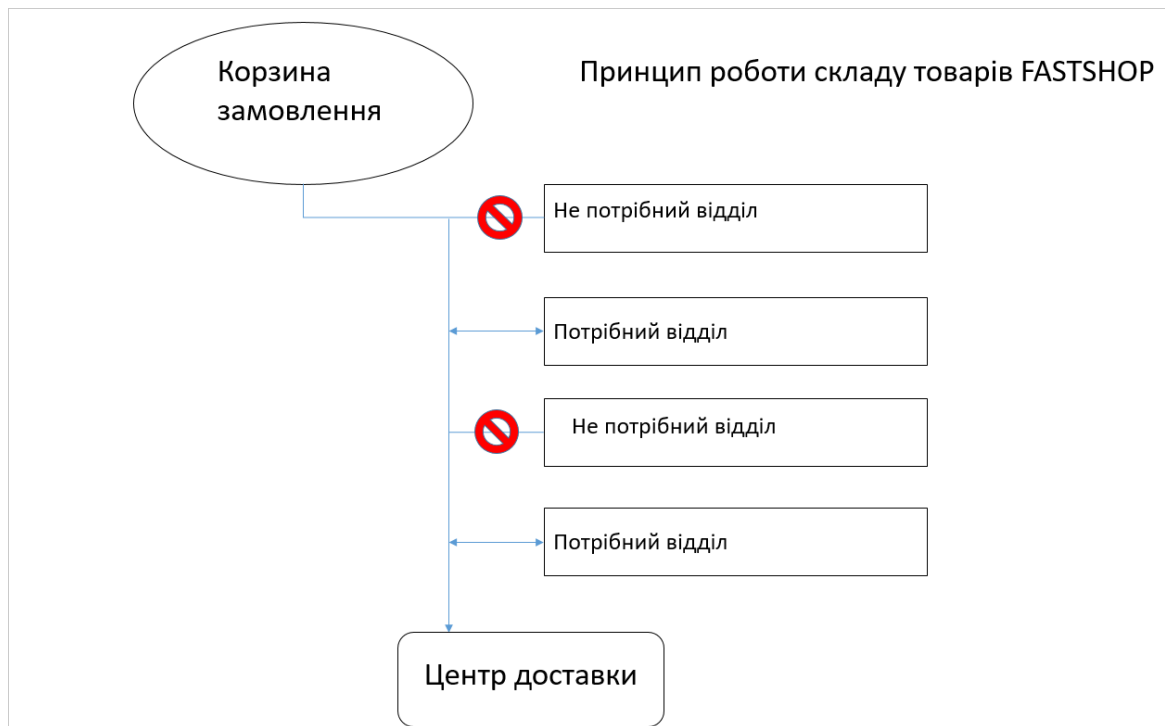


Рис. 3 – Принцип роботи складу товарів FastShop

Групою, що займалась механізмом доставки продукції замовнику, було запропоновано ряд варіантів доставки. Серед яких вирізнявся механізм кур'єрської доставки – всім знайомий і зрозумілий метод доставки. Також особливо цікавою постала концепція доставки продуктів безпілотними квадрокоптерами. Було розроблено концепцію, механізм і умови роботи безпілотної доставки.

Результат роботи:

Проект Fastshop – це мережа онлайн супермаркетів, що буде опиратись на аудиторію з обмеженими руховими можливостями і браком вільного часу. Головна ціль проекту-спрощення життя людей, що не можуть повністю насолоджуватись життям і дозволити їм робити покупки не виходячи з дому. В основі проекту полягає саме суть проекту маркетинг 3.0-ми намагаємось покращити життя людей шляхом пришвидшення та спрощення процесу покупки та отримання товару. Під час створення проекту було запропоновано багато інноваційних ідей, які могли б сильно вирізнити наш проект від інших онлайн супермаркетів, зокрема створення програми для окулярів віртуальної реальності з імітацією магазину і додаванням спецефектів в віртуальному супермаркеті. Це була доволі цікава і інноваційна ідея, що могла б відкрити великі можливості завдяки сучасним технологіям віртуальної реальності, але під час обдумування перспективи проекту було вирішено відмовитись від даної задумки, оскільки реалізація даного проекту є доволі важкою і затратною. Також довелось відмовитись від доставки дронами у зв'язку з різними нововведеннями в Законодавстві України, що були пов'язані з обмеженням руху квадрокоптерів на території України. В результаті було отримано хоча й схожий але все ж трішки інноваційний проект онлайн супермаркету з пріоритетністю на людей з обмеженими можливостями, простим дизайном та інноваційними задумками.

Висновок

Описано концепцію створення мережі онлайн супермаркетів, що буде опиратись на визначену аудиторію і продавати продукцію за низькими і вигідним для покупців цінами. Проект дозволить людям, дозволить досягти спрощення життя людей з обмеженими можливостями, а також надання й іншим членам суспільства можливості швидко та зручно користуватись послугами онлайн-магазинів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мокін В. Б. Технологія оцінювання комплексного екологічного ризику за допомогою веб-сервісу / В. Б. Мокін, Б. Ю. Собко, С. О. Жуков // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2017. – № 2. – С. 24-31.
2. Горячев Г. В. Ідентифікація джерел понаднормативних викидів на основі нечітких баз знань за допомогою веб-сервісів / Г. В. Горячев, Д. Ю. Дзюняк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2014. – №2/2014. – С. 98-102.
3. http://kiogmuis.ucoz.ru/Student/marketing_3.0.pdf
4. <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD>
5. <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3>

Антонюк Єгор Вікторович – студент групи 2ICT-18б, факультет комп'ютерних систем і автоматики, Вінницький національний технічний університет, e-mail: aegor9200@gmail.com

Марецький Денис Євгенійович – студент групи 2ICT-18б, факультет комп'ютерних систем і автоматики, Вінницький національний технічний університет, e-mail: deniszhvan@gmail.com

Слободянюк Костянтин Валентинович – студент групи 2ICT-18б, факультет комп'ютерних систем і автоматики, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tamada.2702@gmail.com

Трифанюк Ілля Сергійович – студент групи 2ICT-18б, факультет комп'ютерних систем і автоматики, Вінницький національний технічний університет, e-mail: triha2025@gmail.com

Науковий керівник: Варчук Ілона Вячеславівна – канд. техн. наук, доцент кафедри САКМІГ, Вінницький національний технічний університет

Яцолт Андрій Русланович – канд. техн. наук, доцент кафедри САКМІГ, Вінницький національний технічний університет

Antoniuk Yehor – student of group 2IST-18b, faculty of computer systems and automatics, Vinnytsia National Technical University.

Maretskyi Denys – student of group 2IST-18b, faculty of computer systems and automatics, Vinnytsia National Technical University.

Slobodianiuk Kostiantyn – student of group 2IST-18b, faculty of computer systems and automatics, Vinnytsia National Technical University.

Tryfaniuk Illia – student of group 2IST-18b, faculty of computer systems and automatics, Vinnytsia National Technical University.

Scientific supervisor: Varchuk Ilona – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Sakmig, Vinnytsia National Technical University

Yascholt Andrey – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Sakmig, Vinnytsia National Technical University