

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ, ІННОВАЦІЙНОГО  
РОЗВИТКУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
ОБЛКОВО-ФІНАНСОВИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра інформаційних систем і технологій

**Електронна комерція**

методичні рекомендації до виконання практичних робіт здобувачами  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти вищої освіти ОПП «Комп'ютерні  
науки» спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» денної форми здобуття вищої  
освіти

МИКОЛАЇВ  
2023

**УДК 004.738.5:339**  
**Е-50**

Друкується за рішенням науково-методичної комісії обліково-фінансового факультету Миколаївського національного аграрного університету від 15.06.2023 р. протокол № 11.

**Укладачі:**

Т.С. Кучмійова – канд. екон. наук, доцент кафедри інформаційних систем і технологій, Миколаївський національний аграрний університет.

**Рецензенти:**

М. В. Дубініна – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування, Миколаївський національний аграрний університет;

Л. М. Макарова – канд. техн. наук, доцент кафедри програмного забезпечення автоматизованих систем Національного університету кораблебудування ім. адм. Макарова

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	<b>4</b>
<b>МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ</b>	<b>5</b>
Тема 1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	5
Тема 2. Системи електронної комерції та їх організаційні форми	6
Тема 3. Основні структурні елементи електронної комерції	8
<b>МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ</b>	<b>14</b>
Тема 4. Організація надання послуг в електронній комерції	14
Тема 5. Особливості маркетингової діяльності на електронному ринку та Internet-реклама	18
Тема 6. Створення головної сторінки сайту підприємства	20
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>26</b>

## ВСТУП

Відповідно до навчального плану для здобувачів першого рівня (бакалавр) спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» освітньої програми «Комп'ютерні науки» передбачається вивчення дисципліни «Електронна комерція», що є актуальним і доцільним етапом підготування фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр», адже для вітчизняних підприємств електронний бізнес виступає ефективним інструментом для ведення розрахунків з клієнтами, розширення обсягів ринків збуту продукції, товарів, послуг, пошуку нових партнерів, створення позитивного іміджу.

Мета лабораторних робіт – надання здобувачам практичних навичок зі створення Web-сайту підприємства з використанням мови розмітки тексту HTML та аналізу сайтів підприємств-конкурентів. Лабораторний практикум базується на самостійній роботі здобувачів. Готуючись до лабораторної роботи, здобувач зобов'язаний вивчити теоретичний матеріал за окремою темою.

Методичні рекомендації містять матеріали, необхідні для засвоєння навичок роботи з різними формами інтернет-торгівлі, такими як інтернет-магазин, інтернет-аукціон та інші. Методи просування інтернет-ресурсів допоможуть майбутнім фахівцям вести правильну маркетингову політику, стосовно web-ресурсів у Інтернеті.

Методичні рекомендації допоможуть здобувачам вищої освіти виконувати різноманітні роботи з використанням комп'ютера та сприятимуть розвитку самостійності та творчого мислення. Здобувачі матимуть можливість застосовувати свої знання та вміння для вирішення реальних завдань, розробляти унікальні веб-сайти та аналізувати конкурентну ситуацію в Інтернеті. Це сприятиме їхньому професійному розвитку і підготовці до майбутньої кар'єри в галузі веб-розробки та маркетингу.

# МОДУЛЬ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

### Тема 1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу

**Мета заняття:** ознайомитися з концепцією електронної комерції як невід'ємною складовою електронного бізнесу, розкрити основні аспекти та переваги використання електронної комерції

**Ключові поняття:** Е-комерція, Е-маркетинг, електронна комерція, електронний бізнес, бізнес-середовище, електронний ринок, електронна торгівля, електронне повідомлення, електронний договір, капітал

#### План

- 1.1. Електронна комерція: основні поняття, риси та принципи.
- 1.2. Методи визначення ефективності електронної комерції.
- 1.3. Переваги і недоліки електронної комерції для різних учасників.
- 1.4. Нормативно-правове забезпечення електронної комерції в Україні.

#### Завдання для практичних занять

**Завдання 1.1.** Відповідно до закону України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015р. № 675-VIII. Необхідно визначити, які послуги вважаються інформаційними електронними, а які не належать до них. Дані сформулювати у таблицю.

**Завдання 1.2.** Відповідно до закону України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015р. № 675-VIII. Необхідно навести принципи правового регулювання у сфері електронної комерції та охарактеризувати кожен із них.

**Завдання 1.3.** Визначити основні напрямки розвитку сучасного електронного бізнесу та відобразити це схематично.

#### Питання для обговорення

1. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки.
2. Охарактеризуйте механізм підтримки електронної комерції.
3. У чому полягають особливості вимог, які висуває світовий ринок електронної комерції?
4. Переваги та недоліки розвитку електронної комерції в Україні.
5. Історія розвитку електронної комерції.
6. Можливості електронної комерції в діяльності компаній
7. Визначити головні завдання Е-комерції та охарактеризувати їх.

8. Системи електронного документообігу в електронній комерції.
9. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні та у світі.

## **Тема 2. Системи електронної комерції та їх організаційні форми**

***Мета заняття:** ознайомитися з системами електронної комерції та їх організаційними формами з метою розуміння принципів їх функціонування, переваг та викликів, а також набуття навичок визначення найбільш ефективного варіанту системи електронної комерції для реалізації бізнес-ідей і підтримки успішної діяльності в онлайн-середовищі*

***Ключові поняття:** Business-to Business, Business-to-Customer, Business-to-Government, Customer-to-Customer, Government to-Customer, онлайн-середовище, бізнес-ідеї, системи електронної комерції, домен, Internet-ресурс*

### **План**

2.1. Основні положення системи електронної комерції у споживчому секторі (B2C) та її організаційні форми.

2.2. Системи електронної комерції у корпоративному секторі.

2.3. Поняття, сутність та структура системи електронної комерції G2C, G2B, G2G

### **Завдання для практичних занять**

**Завдання 2.1.** Визначити, до яких систем електронної комерції належать наведені поняття та терміни. Результати роботи оформити у вигляді таблиці.

Аукціон, портал, еквайер, HTTP, емітент, e-com, банер, трансація, WWW, браузер, домен, Internet-магазин, FTP, гіпер-текст, процесінг, IRC, сервер, хост, ICQ, торговельний майданчик, дебетова картка, HTML, e-мол, таргетінг, сайт, електронний чек, інтерфейс, B2B, B2C, брендинг, електронний мол, авторизація, on-line, електронна біржа, провайдер, смарт-картка.

*Таблиця 2.1. Системи електронної комерції*

Організаційна система електронної комерції	Система комунікацій	Система платежів	Система маркетингу і реклами

**Завдання 2.2.** Провести аналіз динаміки розвитку світового та вітчизняного електронного ринку за даними таблиці 2.2, визначити темпи росту показників основних сфер електронної комерції та зробити відповідні висновки.

*Таблиця 2.2. Розвиток основних сфер електронної комерції у світі*

Сфера електронної комерції	Роки				
	2005	2010	2015	2020	2023
B2B					
B2C					
C2C					
C2B					
B2A					
C2A					

**Завдання 2.3.** Навести способи реалізації комерційних відносин та дати коротку характеристику кожному способу. Дані оформити в таблицю.

#### **Питання для обговорення**

1. Основні процеси здійснення електронної комерції в секторі B2B: система управління закупівлями (e-procurement), SCM та CRM системи.
2. Охарактеризувати моделі та функціональні системи сектору B2B.
3. Особливості формування бізнес-моделей в електронній комерції.
4. Історія та сучасні виклики в розвитку бізнес-моделей електронної комерції.
5. Переваги і недоліки використання організаційних форм електронної комерції для основних суб'єктів електронного ринку.
6. Досвід використання системи електронного голосування в країнах світу.
7. Теоретико-методологічні аспекти ефективного управління бізнес-моделями електронної комерції.

#### **Завдання для самостійної роботи**

**Завдання 2.4.** Структурувати та розшифрувати доменні імена таких суб'єктів:

1. <http://www.mnau.edu.ua>;
2. [food.example.com](http://food.example.com);
3. <http://www.cukiernya.pro.pl>;
4. <http://www.rada.gov.ua>;
5. <http://www.norfolkunivers.edu.uk>;
6. <http://www.travel.kyiv.org./map>;

7. <https://joinuplviv.com>
8. <http://www.bambook.com.ua>;
9. <ftp://ministry.xxx.us>;
10. <http://www.ukr.net>.
11. <https://www.ziet.zhitomir.ua>
12. <http://www.isoc.org>

Результати роботи подати у вигляді таблиці.

*Таблиця 2.3. Доменні імена*

№ п/п	Доменні III рівня (функціональні імена машин)	Доменні II рівня (власна назва домена)	Доменні I рівня

### **Тема 3. Основні структурні елементи електронної комерції**

**Мета заняття:** ознайомитися з основними структурними елементами електронної комерції, суттю і особливостями віртуальних аукціонів, видами і структурою електронних торговельних майданчиків, поняттям Internet-магазину та особливостями його функціонування, а також організацією доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині.

**Ключові поняття:** Internet-магазин, електронний торговельний майданчик, віртуальний аукціон, віртуальний магазин, онлайн-магазин, електронний мол, Web-вітрина

#### **План**

- 3.1. Суть і особливості віртуальних аукціонів.
- 3.2. Види і структура електронних торговельних майданчиків.
- 3.3. Поняття Internet-магазину та особливості його функціонування.
- 3.4. Електронні моли як перспективна форма Internet-торгівлі.
- 3.5. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині.

#### **Завдання для практичних занять**

**Завдання 3.1.** Визначити, які елементи забезпечують окремі технологічні операції в електронному магазині, заповнивши табл. 3.1.



*Таблиця 3.1. Технологічні операції в електронному магазині та їх структурний елемент*

№ п/п	Технологічна операція	Структурний елемент Internet-магазину
1	Ознайомлення з магазином	
2	Пошук товару	
3	Консультації відвідувачів	
4	Відбір товару	
5	Розрахунки за відібраний товар	
6	Отримання придбаного товару	

**Завдання 3.2.** Ознайомитися з особливостями структури Інтернет-магазинів, технологією їх роботи та асортиментом пропонованих товарів згідно з визначеним варіантом (варіант необхідно обрати по останній цифрі залікової книжки):

Варіант 0. Дитячі товари.

Варіант 1. Комп'ютерна техніка і програмне забезпечення.

Варіант 2. Книги і друкована продукція.

Варіант 3. Послуги (туристичні, фінансові чи інші).

Варіант 4. Продукти харчування.

Варіант 5. Автотовари.

Варіант 6. Товари спортивного призначення.

Варіант 7. Одяг та взуття.

Варіант 8. Аудіо- і відеотехніка.

Варіант 9. Косметика і парфумерія.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. Ввійти в операційну систему Windows, а потім в мережу Internet.

2. У рядок, відведений для адреси, ввести адресу української пошукової системи: [www.ukr.net](http://www.ukr.net), [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) чи будь яку іншу пошукову систему. Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.

3. На сайті пошукової системи обрати розділ " е-магазин".

4. На екрані з'явиться перелік категорій електронних магазинів за їхньою товарною спеціалізацією (число в дужках після назви категорії вказує на кількість магазинів, зареєстрованих у цій пошуковій системі). Обрати категорію згідно з визначеним варіантом.

5. На екрані з'явиться перелік магазинів цієї категорії, який включає їх назву, коротку характеристику та електронну адресу. Обрати довільно один з магазинів, "клікнувши" на його електронній адресі.

6. Після завершення пошуку на екрані з'явиться перша Web-сторінка обраного магазину. За допомогою системи навігації цього магазину ознайомтеся з його структурними елементами та технологією роботи.

7. Результати роботи подати у вигляді таблиці.

Таблиця 3.2. Структурний елемент та технологія роботи e-магазину

№ п/п	Досліджуваний структурний елемент або функція	Характеристики структурного елемента або функції	Аналіз структурного елемента або функції
1	2	3	4
1	Web-вітрина	Наявність, особливості оформлення, інформація про навігацію в магазині	
2	Інформаційний каталог	Наявність, структура, особливості пошуку інформації	
3	Товарний каталог	Структура, основні групи (підгрупи) товарів, особливості пошуку необхідних товарів	
4	Ознайомлення з Товаром	Особливості подачі інформації про обраний товар (зображення, словесний опис, коротка технічна характеристика, ціна, інша інформація і т. д.)	
5	Відбір товару	Завдання кількості обраного товару, технологія відбору товару в кошик клієнта	
6	Кошик клієнта	Процедура перегляду, структура кошика, процедура зміни вмісту кошика	
7	Реєстрація клієнта	Структура та зміст картки реєстрації клієнта при першому відвідуванні, процедура реєстрації при повторному та наступних відвідуваннях	
8	Оформлення замовлення	Процедура остаточного підтвердження замовлення	
9	Розрахунок за обраний товар	Можливі форми та засоби оплати, додаткова інформація	
10	Доставка товарів	Можливі способи доставки товарів, регіони і терміни доставки, вартість доставки, додаткова інформація	
11	Надання знижок	Наявність, система знижок	
12	Додаткові функції та інформація	Функції та інформація, які безпосередньо не стосуються продажу основних товарів, проте дозволяють додатково збільшувати кількість відвідувачів магазину (партнерська програма, новини, рейтинги, чат, знайомства і т. д.)	

**Завдання 3.3.** Ознайомитися з структурою, типами Інтернет-аукціонів, технологією їх роботи та особливостями продажу товарів, представлених у окремих категоріях згідно з визначеним варіантом. (варіант необхідно обрати по останній цифрі залікової книжки):

Варіант 0. Годинники та прикраси.

Варіант 1. Антикваріат.

Варіант 2. Мистецтво.

Варіант 3. Книги, газети, журнали.

Варіант 4. Дитячі товари.

Варіант 5. Одяг, мода, краса.

Варіант 6. Спорт.

Варіант 7. Одяг та взуття.

Варіант 8. Авто.

Варіант 9. Техніка.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. Ввійти в операційну систему Windows, а потім в мережу Internet.

2. У рядок, відведений для адреси, ввести адресу одного з Internet-аукціонів: <https://skylots.org> чи будь який інший український Internet-аукціон. Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.

3. На екрані з'явиться перша сторінка Internet-аукціону, в лівій стороні якої представлено каталог товарних категорій (число в дужках після назви категорії вказує на кількість лотів, представлених на аукціон у цій категорії).

Обрати категорію, згідно з визначеним варіантом, "клікнувши" на її назві.

4. На екрані з'явиться список підрозділів обраної категорії (число в дужках після назви категорії вказує на кількість лотів, представлених на аукціон у цьому підрозділі). Обрати довільно один з підрозділів, "клікнувши" його назву.

5. На екрані з'явиться перелік лотів обраного підрозділу та коротка інформація про них (назва, номер лота, його фотографія, кількість ставок, поточна ціна, час початку та закінчення аукціону (у режимі число-місяць-рік-години-хвилини) тощо). Обрати довільно один з лотів та ознайомитися з його детальнішою характеристикою, "клікнувши" на кнопці "Подробиці", "Опис товару" тощо. Відкриється сторінка, зайнята описом характеристик цього лота.

6. Ознайомитися з особливостями представлення товарного лота, інформацією, яка подається для його характеристики, та особливостями торгу за цим лотом.

7. Результати роботи подати у вигляді таблиці.

Таблиця 3.3. Структурний елемент та технологія роботи e-аукціону

№ п/п	Досліджуваний структурний елемент або функція	Характеристика структурного елемента або функції	Аналіз структурного показника або функції
1	2	3	4
1	Каталог товарних категорій	Структура, основні категорії, загальна кількість лотів, виставлених на аукціон	

1	2	3	4
2	Список підрозділів категорії, визначеної варіантом	Назви підрозділів, кількість лотів, виставлених на аукціон за окремими підрозділами	
3	Первинна характеристика обраного лота	Особливості подачі інформації про обраний лот (назва, номер лота, його фотографія, кількість ставок, поточна ціна, час початку та закінчення аукціону (у режимі число-місяць-рік-години-хвилини) і. т. д.)	
4	Повна характеристика обраного лота	Назва; номер лота; його фотографія та опис споживчих властивостей і (або) технічних характеристик; продавець; місто або країна знаходження лота; кількість відвідувачів, які переглянули лот; кількість ставок; поточна ціна; час початку та закінчення аукціону (у режимі число-місяць-рік-години-хвилини); тип і вид аукціону; особливості організації торгу (крок аукціонного торгу, автоматичний аукціон, фіксована ціна, стоп-ціна тощо); опції (перегляд усіх пропозицій продавця, підписання на новини про хід торгів, посилка повідомлення про торги)	

**Завдання 3.4.** Ознайомитися з правилами реєстрації та участі у торгах на електронних торговельних майданчиках.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. На головній сторінці сайту торговельного майданчика "ProZorro" чи будь який інший торговельний майданчик, обрати розділ системного меню "Як стати учасником".

2. Використовуючи систему навігації сторінок, ознайомитися з порядком реєстрації у торговій системі.

Результати подати у вигляді форми для реєстрації (зробити скріншоти).

#### **Питання для обговорення**

1. Визначити основні напрямки розвитку сучасного електронного бізнесу.  
2. Провести порівняльну характеристику основних сфер електронної комерції та визначити їх переваги для основних суб'єктів ринку товарів та послуг.

3. Особливості формування бізнес-моделей в електронній комерції.

4. Суть і особливості віртуальних аукціонів.

5. Суть і особливості електронних молів.

6. Вказати різницю між електронним магазином та електронною вітриною.

## Завдання для самостійної роботи

**Завдання 3.5.** За допомогою даних мережі Internet визначити три кращих за рейтингом електронні магазини відповідної товарної спеціалізації згідно з визначеним варіантом. Вкажіть їхні електронні адреси. Згідно з визначеним варіантом (варіант необхідно обрати по останній цифрі залікової книжки):

Варіант 0. Мобільні телефони.

Варіант 1. Будівництво і ремонт.

Варіант 2. Книги і друкована продукція.

Варіант 3. Фототехніка.

Варіант 4. Подарунки, квіти.

Варіант 5. Побутова техніка.

Варіант 6. Спортивні товари.

Варіант 7. Одяг та взуття.

Варіант 8. Продукти харчування.

Варіант 9. Косметика і парфумерія.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. Ввійти в операційну систему Windows і в мережу Internet.
2. У рядок, відведений для адреси, ввести адресу української пошукової системи: BigMir.net. чи будь яку іншу пошукову систему. Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.
3. На сайті пошукової системи обрати розділ "Магазини".
4. На екрані з'явиться перелік категорій електронних магазинів за їхньою товарною спеціалізацією. Обрати категорію згідно з визначеним варіантом.
5. У списку магазинів визначеної категорії обрати потрібні.
6. Результати роботи подати у вигляді таблиці.

*Таблиця 3.4. Перелік е-магазинів за товарною спеціалізацією*

№ п/п	Товарна спеціалізація	Електронна адреса магазину	Назва магазину	Товарні підгрупи, кількість товарів
1				
2				
3				

**Завдання 3.6.** Ознайомитися з основними правилами проведення попередньо обраного аукціону, процедурою реєстрації, особливостями виставлення лота на продаж, технологією участі в торгах та покупки лота.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. Повернутися на початкову (головну) сторінку аукціону, обравши на панелі інструментів у верхній частині вікна команду "Назад" або на функціональній панелі сторінки команду "Головна сторінка".
2. У інформаційному блоці головної сторінки аукціону знайти розділи,

присвячені основним правилам його проведення. Залежно від особливостей структури сайту та його дизайну, вони можуть мати назви "Правила роботи аукціону", "Купити", "Продати", "Як прийняти участь в аукціоні", "Зробити ставку", "Як зареєструватися" тощо.

3. Почергово переглянути окремі розділи для ознайомлення з технологією роботи системи аукціону.

4. Результати роботи подати у вигляді таблиці.

*Таблиця 3.5. Особливості проведення операцій e-аукціону*

№ п/п	Технологічна операція або функція торгової системи аукціону	Назва розділу, що містить характеристику операції або функції	Особливості проведення операції або функціональні особливості	Аналіз особливостей проведення операції або функціональних особливостей
1	Виставлення товару на продаж	Вимоги до учасників аукціону в якості продавця; вимоги до товару, що виставляється на аукціон; права та обов'язки продавця; послуги та програми підтримки продавців		
2	Купівля товару	Вимоги до учасників аукціону в якості покупця; права та обов'язки покупця, правила пропозиції ставок		
3	Реєстрація учасників	Нік, електронна адреса, пароль, контактна інформація (прізвище, ім'я, країна, місто знаходження, телефон, адреса і. т. д.)		
4	Правила роботи торгової системи аукціону	Права і обов'язки адміністрації торгової системи, типи існуючих продаж		

## МОДУЛЬ 2 ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

### Тема 4. Організація надання послуг в електронній комерції.

*Мета заняття: ознайомитися з сутністю та особливостями електронних брокерських послуг (Internet-трейдингом), Internet-банкінгом, особливостями реалізації електронних страхових послуг та системою дистанційного навчання*

*Ключові поняття: Internet-трейдинг, Internet-банкінг, Internet-страхування, дистанційне навчання, банк-есквайр, електронні гроші, смарт-картка, кібер-безпека*

## *План*

- 4.1. Сутність та особливості електронних брокерських послуг (Internet-трейдинг).
- 4.2. Internet-банкінг: суть та моделі, головні переваги.
- 4.3. Особливості реалізації електронних страхових послуг.
- 4.4. Система дистанційного навчання як сегмент ринку електронних послуг.

### *Завдання для практичних занять*

**Завдання 4.1.** Визначити правильну послідовність етапів здійснення електронних платежів за допомогою кредитних карток, проставивши відповідні номери у порядку зростання:

- Введення покупцем параметрів кредитної картки на сайті електронного магазину або на сайті платіжної системи;
- Одержання магазином результату авторизації.
- Передача платіжною Інтернет-системою запиту на авторизацію традиційній платіжній системі.
- Перерахунок грошей з рахунка покупця у банку-емітенті через розрахунковий банк на рахунок магазину в банку-есквайрі.
- Передача процесінговим центром банкові-емітенту запиту на авторизацію картки і одержання його результату.
- Передача результату авторизації платіжній Інтернет-системі.
- Відвантаження товару або надання послуги.
- Одержання покупцем результату авторизації через магазин або від платіжної Інтернет-системи.

**Завдання 4.2.** Визначити правильну послідовність етапів здійснення електронних платежів за допомогою електронних грошей, проставивши відповідні номерну порядку зростання:

- Надання електронних грошей емітенту та їх перевірка.
- Обмін реальних грошей на електронні.
- Перерахування покупцем на сервер продавця електронних грошей.
- Відвантаження товару або надання послуги.
- Накопичення та зберігання електронних грошей на жорсткому диску або смарт-картці.

**Завдання 4.3.** Ознайомитися з особливостями функціонування та провести порівняльний аналіз основних видів електронних платіжних систем WebMoney Transfer, CyberPlat, PayCash, IMoney, Інтерплат.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. Ввійти в операційну систему Windows, а потім в мережу Internet.
2. У рядок, відведений для адреси, ввести адреси сайтів відповідних

платіжних систем: WebMoney Transfer, CyberPlat, PayCash, IMoney, Інтерплат. Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.

3. За допомогою системи навігації певного сайту ознайомтесь із функціональними особливостями платіжної системи, даючи відповіді на такі запитання:

- 1) Які установи в on-line є організаторами створення платіжної системи?
- 2) До якого типу платіжних систем належить ця система?
- 3) Які схеми електронних платежів пропонуються користувачам на цьому сайті?
- 4) Яким чином можна стати користувачем цієї платіжної системи?
- 5) Чи надає ця платіжна система можливість створення і підтримки електронного магазину?
- 6) Як вирішуються на цих сайтах питання захисту комерційної та особистої інформації при передаванні її мережею?
- 7) Результати роботи подати у вигляді табл. 4.1.

*Таблиця 4.1. Функціональні особливості платіжних систем*

№ п/п	Функціональні особливості платіжної системи	Web Money Transfer	Cyber Plat	CyberPlat	IMoney	Інтерплат
1	Організатори створення					
2	Тип платіжної системи					
3	Схеми електронних платежів платіжної системи					
4	Процедура реєстрації користувача					
5	Створення і підтримка електронного магазину					
6	Схема захисту інформації					

### **Питання для обговорення**

1. Поняття електронних платіжних систем та вимоги до них.
2. Кредитні Internet-системи та їх особливості.
3. Дебетові Internet-системи та їх особливості.
4. Забезпечення захисту в платіжних системах Internet.
5. Особливості реалізації електронних страхових послуг.
6. Система дистанційного навчання: види та характеристики.
7. Засоби захисту в платіжних системах Internet.
8. Електронні платіжні системи в Internet.
9. Особливості надання послуг в мережі інтернет.
10. Туристичні послуги в мережі інтернет.

### **Завдання для самостійної роботи**

**Завдання 4.4.** Ознайомитися з особливостями пошуку інформації та



надання туристичних послуг у мережі Internet.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. Ввійти у операційну систему Windows, а потім в мережу Internet.  
2. У рядок, відведений для адреси, ввести електронну адресу каталогу туристичних агентств, компаній та фірм Києва та України (<https://www.roehalisnami.ua>) чи будь яку іншу. Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.

3. На екрані з'явиться перша сторінка сайту. У розділі системного меню "Знайти тур" за допомогою системи пошуку "Пошук турів" переглянути пропозиції регіональних турагентств відповідно до визначеного варіанта:

Варіант 1. Київ.

Варіант 2. Львів.

Варіант 3. Одеса.

Варіант 4. Миколаїв.

Варіант 5. Буковель.

Варіант 6. Закарпаття.

4. Із запропонованого переліку обрати 3 пропозиції та провести їх аналіз.

Результати оформити у вигляді табл. 4.2.

*Таблиця 4.2. Аналіз туристичного агентства*

Назва турагентства	Місто	Електронна адреса	Електронна пошта	Адреса і телефон	№ ліцензії

5. У пропозиціях турагентств у розділі "Пошук турів" ознайомитися з критеріями вибору туру; за запропонованими викладачем параметрами пошуку провести аналіз 2-3 запропонованих турів.

6. Результати оформити в табл. 4.3.

*Таблиця 4.3. Критерії вибору туру*

Країна	Курорт	Готель	Умови проживання*	Харчування**	Вартість	Виїзд	Тривалість

\* Можливі варіанти умов проживання (класи номерів) за міжнародним стандартом:

- DS (Diplomatic Suite) – Апартаменти;
- OBS (One Bedroom Suite) – Однокімнатний люкс;
- Std – стандарт;
- OV (Ocean View) – вид на море.

\*\* Можливі варіанти умов харчування за міжнародним стандартом:

- HB – напівпансіон;
- BB – пансіон;
- OB – без харчування;
- HB-lunch – Сніданок + Обід;
- HB-dinner – Сніданок + Вечеря;
- AI – все включено.

## Тема 5. Особливості маркетингової діяльності на електронному ринку та Internet-реклама

**Мета заняття:** ознайомитися з основними поняттями, структурою та принципами Internet-маркетингу, та розглянути особливості маркетингу в мережі Інтернет. Розглянемо переваги та основні види web-маркетингу та принципи, на яких він базується

**Ключові поняття:** Internet-маркетинг, банер, реклама, контент, Web-маркетинг, Internet-реклама

### План

- 6.1. Поняття, структура та особливості Internet-маркетингу.
- 6.2. Переваги та основні види, принципи web-маркетингу.
- 6.3. Маркетингові інформаційні системи і маркетингові сервіси пошукових систем.
- 6.4. Основні принципи і засоби реклами в мережі Internet.
- 6.5. Види і класифікація Internet-реклами.

### Завдання для практичних занять

**Завдання 5.1.** Ознайомитися з особливостями аналізу якості Internet-представництва комерційної структури.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. Ввійти у операційну систему Windows, а потім в мережу Internet.
2. У рядок, відведений для адреси, ввести адресу маркетингової компанії Дінанта-маркетинг (<https://dinanta.com>) чи будь яка інша маркетингова компанія. Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.
3. На екрані з'явиться перша сторінка сайту. У розділі системного меню "Послуги" за допомогою списку, що розкривається, ознайомитися з видами послуг, які надає компанія.
4. Результати оформити у вигляді табл. 5.1.

*Таблиця 5.1. Сфера послуг та їх характеристики*

№ п/п	Сфера послуг	Група послуг	Види послуг
1			
2			
3			
4			
5			

**Завдання 5.2.** Ознайомитися з порядком замовлення маркетингових послуг в мережі Internet.

*Вказівки до виконання завдання:*

1. У розділі системного меню "Замовлення послуг" ознайомитися із порядком оформлення заявки на замовлення послуг.

## 2. Заповнити заявку, відповідно до визначеного варіанта.

Варіант	Вид послуги	Назва фірми	Сфера діяльності фірми
1	Web-дизайн сайта	SunTravel	Туристичні послуги
2	Просування сайта	Еліт-тепло	Продаж опалювального обладнання
3	Хостинг	Клеопатра	Продаж косметики і парфумерії
4	Експрес-аудит	Екопласт	Виробництво і продаж виробів із пластмас
5	Реклама	Rentmotors	Оренда автомобілів

3. Результати подати у вигляді форми 5-ти створених банерів різних форматів. Банери можна створити на безкоштовних сайтах, онлайн (<https://www.ellty.com>, <https://www.canva.com> та інші).

### 3.1) Банер повинен містити таку інформацію:

- Назва фірми \_
- Контактна особа \_
- Адреса електронної пошти \_
- ICQ \_
- Telegram \_
- Viber \_
- Instagram \_
- Моб. телефон \_
- URL рекламованого сайта <http://> \_

### 3.2) Формат, тип і кількість банерів.

### 3.3) Опис та технічні завдання:

- Мета рекламної кампанії \_
- Предмет реклами, суть пропозиції \_
- Унікальність пропозиції \_
- Які елементи повинні бути використані у банері \_
- Використовувані слова, слогани, логотип \_
- Пропозиції щодо подання інформації або кольорової схеми \_
- Потенційна цільова аудиторія \_
- Технічні вимоги до банерів \_
- Обмеження щодо обсягу банера \_
- Вимоги до виконання посилань у Flash-банерах \_
- Адреси майданчиків, на яких повинні бути розміщені банери

4. Ознайомитися з інформацією про вартість банерної реклами та провести розрахунок загальної вартості рекламної кампанії фірми.

## Питання для обговорення

1. Особливості сучасного Internet-маркетингу.
2. Основні принципи та засоби реклами в мережі Internet.
3. Особливості застосування засобів Internet-реклами.
4. Формування цін на товари і послуги в мережі Internet.
5. Аналіз якості Internet-представництв комерційних структур із використанням маркетингового підходу.

## Тема 6. Створення головної сторінки сайту підприємства

**Мета заняття:** засвоєння здобувачами навичок роботи з мовою розмітки тексту HTML; створення власної html-сторінки, використовуючи теги форматування шрифту, навчитися створювати головну сторінку Web-сайту підприємства

**Ключові поняття:** Web-сайт, html-сторінка, html-документ

### План

- 6.1. Основні категорії мережі Internet.
- 6.2. Особливості українського сегмента Internet.
- 6.3. Процедура створення Web-сайту.

### Завдання для практичних занять

**Завдання 6.1.** Необхідно створити головної сторінки Web-сайту підприємства:

1 Створити папку з назвою HTML (прізвище здобувача). файл з назвою index.html, у якому буде розташовано головну сторінку Web-сайту підприємства, з розширенням html за допомогою програми Блокнот, VS Code, Brackets або іншої. Цей файл має відображувати таку інформацію про виконавця роботи: прізвище та ініціали (заголовок, відділений від іншого тексту червоною лінією), група та курс (курсив), факультет (текст синього кольору), навчальний заклад (напівжирний шрифт). Фон документа сірий. Текст вирівнюється по центру.

2 Оформити головну сторінку Web-сайту підприємства, на якій має бути така інформація:

- назва підприємства та основна мета його діяльності;
- контактна інформація (телефон, юридична та електронна адреси);
- перелік товарів (послуг), які здобувач передбачає реалізовувати через мережу Інтернет на створюваному сайті підприємства (маркований список);
- як фон сторінки використовується зображення, що відображує особливості діяльності підприємства.

*Вказівки до виконання завдання:*

Web-сторінки створюються за допомогою мови розмітки гіпертексту HTML (HyperText Markup Language). Програми мовою HTML містять інструкції (коди), що називаються тегами, які записуються в кутові дужки < >. Теги бувають відкриваючими < > і закриваючими </ >, а також обов'язковими та необов'язковими □1-3□. Загальний формат тегу мови HTML такий:

<тег параметр тегу = "значення параметра"> текст  
</тег>.

**Структура html-документа.** Теги, що наведено нижче, є обов'язковими, всі інші – необов'язкові. У заголовку подається службова інформація, у тілі документа – зміст html-документа:

```
<!doctype html>
<html>
<head>
<meta charset="UTF-8">
<title> Заголовок документа </title>
</head>
<body>
Тіло документа
</body>
</html>
```

Для створення найпростішої Web-сторінки в текстовому редакторі "Блокнот" необхідно виконати такі етапи:

- 1 Створити папку з назвою HTML (прізвище здобувача).
- 2 Запустити текстовий редактор Блокнот, послідовно виконуючи команди Пуск > Програми > Стандартні > Блокнот.
- 3 Ввести такий текст:

```
<!doctype html>
<html>
<head>
<meta charset="UTF-8">
<title> Перша Web-сторінка здобувача (прізвище) </title>
</head>
<body>
```

Перша Web-сторінка створена (дата) і буде збережена в папці (ім'я) під ім'ям lesson1.htm

```
</body>
</html>
```

- 4 Зберегти документ у папці HTML (прізвище здобувача) під ім'ям lesson1.txt і другий раз під ім'ям lesson1.htm.

- 5 Відкрити файл lesson1.htm. Подивитися, як відображується цей файл у вікні браузера.

Для відображення у вікні браузера окремих елементів html- документа встановлено певні теги:

<H1>,<H2>,<H3>,<H4>,<H5>,<H6> – створення заголовків всередині

документа (H1 – найбільший розмір, H6 – найменший). Форма запису: <H1>Заголовок розміру 1</H1>.

<P> – для створення абзацу. Форма запису: <P>текст абзацу</P> (</P> не обов'язковий).

<BR> – для переведення, розриву рядка (кінцевого тегу нема).

<SUB> – текст зміщується в нижній індекс. Приклад: X<SUB>3</SUB>.

<SUP> – текст зміщується у верхній індекс. Приклад: Y<SUP>2</SUP> [1-3].

Тег <HR> проводить горизонтальну лінію. Параметри тегу наведено в таблиці 1.

Таблиця 6.1. Параметри тегу <HR >

Параметр тегу <HR>	Призначення
ALIGN	Вирівнює по краю чи центру (можливі значення: LEFT, CENTER, RIGHT)
WIDTH	Встановлює довжину лінії в пікселях чи відсотках довжини вікна
SIZE	Встановлює товщину лінії в пікселях
NOSHADA	Відмінняє рельєфність лінії
COLOR	Вказує колір лінії

Приклад: <HR ALIGN = CENTER WIDTH=50% SIZE=10>.

Для того щоб визначити кольори, шрифти, відступи та інші аспекти вигляду сторінки, також використовуються каскадні таблиці стилів CSS (Cascading Style Sheets).

Основна ідея CSS в тому, щоб відокремити дизайн документа від його вмісту. Тобто CSS відповідає за оформлення і зовнішній вигляд, а HTML – за зміст і логічну структуру документа.

CSS дає можливість створювати правила, які легко змінювати, редагувати та застосовувати до всіх елементів Web-сторінки. Кожне правило складається з двох частин. Перша частина містить селектор (selector), а інша – блок визначення (declaration block). Блок визначення складається з набору властивостей (property) і їхніх значень (value).

```
селектор {  
    властивість:  
    значення;  
    властивість:  
    значення;  
    властивість:  
    значення;  
    .....;  
}
```

```

H1 {
    font-family: Times New Roman, serif;
    font-size: 150px;
    color: yellow;
}

```

Розглянемо основні властивості елементів HTML, які можна задати за допомогою CSS.

Властивості шрифту:

- `font-family` – вказує вид шрифту, яким буде відображатися елемент:

```
P {font-family: Times New Roman, serif;};
```

- `font-weight` – визначає ступінь жирності шрифту за допомогою трьох параметрів: `lighter`, `bold`, `bolder`:

```
B {font-weight: bolder;};
```

- `font-size` – встановлює розмір шрифту у відносній (відсотки) або абсолютній величині (пункти, пікселі, сантиметри):

```
H2 {font-size: 150px;}
```

```
H3 {font-size: 400pt;}
```

Колір елемента і колір фону:

- `color` – визначає колір елемента:

```
p {color: yellow;};
```

- `background-color` – встановлює колір фону для певного елемента:

```
<H1 style="background-color: gold; color: brown;">Sheets</H1>.
```

Властивості тексту:

- `text-decoration` – встановлює ефекти оформлення шрифту, такі як підкреслення або закреслюваний текст:

```
H4 {text-decoration: underline;} A
```

```
{text-decoration: none;}
```

```
wrong {text-decoration: line-through;};
```

- `text-align` – визначає вирівнювання елемента:

```
P {text-align: justify}
```

```
H1 {text-align: center};
```

- `line-height` – управляє інтервалами між рядками тексту:

```
P {line-height: 50 %};
```

- `text-indent` – встановлює відступ першого рядка тексту (частіше за все використовується для створення параграфів з табульованим першим рядком).

Властивості меж `margin-left`, `margin-right`, `margin-bottom`, `margin-top` – встановлення значення відступів навкруги елемента:

```
IMG {margin-right: 20pt}
```

```
P {margin-left: 2cm}.
```

Для застосування стилів до html-документа можна обрати один з чотирьох способів або ж комбінувати їх:

- застосувати зовнішні стилі за допомогою елемента `link`;
- додати CSS-блок за допомогою елемента `style`;
- вказати стиль конкретному html-елементу за допомогою HTML-атрибуту `style` (inline-стилі);
- використати `@import`.

Для застосування зовнішніх стилів необхідно за допомогою редактора коду створити файл з розширенням `.css` (наприклад `styles.css`), у якому прописуються всі необхідні стилі для елементів html-документа, після чого цей файл підключається до html-документа за допомогою тегу `link` всередині елемента `head`.

```
<head>  
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="styles.css">  
</head>
```

Такий підхід зручний тим, що спільні для декількох документів стилі можна винести в окремий файл і додавати їх тегом `link`, не дублюючи один і той самий CSS-код у кожному з цих документів.

За допомогою тегу `style` таблиці стилів для html-документа можуть розташовуватися безпосередньо в цьому документі і застосовуються лише до нього:

```
<style type="text/css">  
p {  
  color: #333333;  
  text-align: justify;  
}  
</style>
```

Зазвичай тег `style` розміщують всередині елемента `head`, хоча він може знаходитися в будь-якій частині документа.

Inline-стилі застосовуються, якщо необхідно задати стиль певному елементу на сторінці, не застосовуючи зовнішніх стилів і тегу `style`. У цьому випадку можна скористатись атрибутом `style` для цього елемента:

```
<p style="color: red">Абзац з літерами червоного кольору</p>.
```

Всередині атрибуту `style` можна вказати декілька CSS-правил, які слід розділити крапкою з комою.

```
<p style="color: blue; font-weight: bold">...</p>.
```



Атрибут `style` є майже у всіх `html`-елементів, окрім тих, що розташовуються поза елементом `body`.

Правило `@import` дозволяє імпортувати (завантажити) вміст `CSS`-файлу в поточну стильову таблицю. `@import` не дозволено вставляти після будь-яких оголошень, крім `@charset` або іншого `@import`.

```
<style type="text/css">
@import url(styles/reset.css);
@import url(styles/form.css); p {
color: #333333;
text-align: justify;
}
</style>.
```

Для додавання зображень використовується тег `<IMG>`, усередині якого обов'язково записується атрибут `SRC`, що містить адресу зображення. Формат запису тегу вставки картинок наведено в таблиці 2.

Таблиця 6.2. Теги вставки картинок

Формат запису	Функція
<code>&lt;img src="my.jpg"&gt;</code>	Картинка в тій самій директорії, де і <code>html</code> -документ
<code>&lt;img src="html/my.jpg"&gt;</code>	Картинка в піддиректорії
<code>&lt;img src="../../../html/my.jpg"&gt;</code>	Картинка на рівень вище, а <code>html</code> -документ у піддиректорії
<code>&lt;img src="https://kart.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/video-section-bg.png"&gt;</code>	Картинка на іншому <code>Web</code> -сайті

Розміри зображення задаються параметрами `WIDTH` (ширина) і `HEIGHT` (висота) тегу `<IMG>` в пікселях або відсотках. Формат запису: `<IMG SRC=адреса зображення WIDTH=число HEIGHT=число>` або `<IMG SRC=адреса зображення WIDTH=число% HEIGHT=число%>`.

### Питання для обговорення

1. Особливості українського сегмента `Internet`.
2. Ідентифікація `Internet`-ресурсів.
3. Процедура створення `Web`-сайту.
4. Бізнес-моделі сайтів.
5. Теги задавання текстового гіперпосилання.
6. Теги створення таблиць.
7. Можливості використання таблиць на інформаційних сайтах.
8. Гіперпосилання на об'єкти за різними адресами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] : кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI ; станом на 20.09.2015. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/ed20150920>.
2. Роль електронної комерції в стимулюванні інноваційного розвитку бізнесу в умовах Євроінтеграції / Л. Вербівська та ін. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. Вип 3(50). С. 330–340. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.3.50.2023.3930>
3. Довідник по HTML тегам. URL : <https://css.in.ua/html/tags>.
4. Електронна комерція : методичні вказівки до лабораторних робіт, самостійної та контрольної робіт для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 "Менеджмент" освітньої програми "Менеджмент організацій і адміністрування" / уклад. : О. Л. Васильєв. Харків : УкрДАЗТ, 2022. 25 с.
5. Є-data – платформа відкритих даних у сфері публічних фінансів. URL : <https://edata.gov.ua>.
6. Інструктивні матеріали та роз'яснення / Державна казначейська служба України. URL : <https://www.treasury.gov.ua/elektronne-podannya-zvitnosti-ye-zvitnist/instruktivni-materiali-ta-rozuyasnennya>
7. Кучмієва Т. С. Діджиталізація бізнес-процесів в умовах трансформаційних перетворень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. Вип. 10. С. 77–80. URL : <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1513/1523>
8. Про електронну комерцію : закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>.
9. Про електронні довірчі послуги : закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII ; станом на 01.01.2023. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>.
10. Про електронні документи та електронний документообіг : закон України від 22.05.2003 № 851-IV ; станом на 01.08.2022. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#n29>.
11. Про затвердження Порядку функціонування Електронного кабінету : наказ Міністерства фінансів України від 14.07.2017 № 637. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0942-17#Text>.
12. Про затвердження Порядку розміщення інформації про публічні закупівлі : наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 11.06.2020 № 1082. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0610-20#Text>.

13. Про публічні закупівлі : закон України від 25.12.2015 № 922-VIII IV ; станом на 01.01.2023. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>.

14. Програмний комплекс «Інтегрована інформаційна система «Соціальна громада» : клієнт-серверний WEB-додаток / Міністерства соціальної політики України. URL : <https://socgromada.ioc.gov.ua/>

15. Прозорий бюджет / Міністерство фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/open-budget>.

16. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 216 с.

17. Як брати участь в тендерах: постачальник, замовник, процедури закупівлі. URL : <http://infobox.prozorro.org>.

# **Електронна комерція**

*Методичні рекомендації*

Укладач: **Кучмійова** Тетяна Сергіївна

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. \_\_\_\_  
Тираж \_\_\_\_ прим. Зам. № \_\_\_\_

Надруковано у видавничому відділі  
Миколаївського національного аграрного університету  
54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.