



**ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ – ІНТЕРНЕТ РЕСУРС
АВТОСАЛОНУ.**

- Завдання на дипломну роботу:
- ознайомитись з особливостями Сайту автосалону , його позитивними та негативними якостями, та визначити їх класифікацію;
- розглянути існуючі Інтернет ресурс автосалону та вивчити їх принципи побудови та роботи;
- розглянути структуру побудови Інтернет ресурс автосалонів;
- провести маркетингове дослідження та розглянути економічні передумови створення Сайту автосалону ;
- розглянути сучасні програмні засоби по розробці Інтернет ресурс автосалонів;
- розробити Web-сайт та базу даних «Сайту автосалону ».

Введіть значення параметра

Введіть марку авто

Ford

OK Отмена

Автомобілі за маркою

Марка Авто	Код виробника	Колір авто	Дата виготовлен	Вартість авт	Назва виробника	Країна вирс
Ford		5 Червоний	11.03.2000	456000	Ford Motor	США
Ford		5 Червоний	12.01.2001	700000	Ford Motor	США
Ford		5 Білий	16.08.2001	755500	Ford Motor	США

Введіть значення параметра

Введіть дату

12.12.2012

OK Отмена

Сортировка и фильтр

Дохід за вказаний день

Сума прода

500000



- Розробка АІС автосалону та його використання є актуальним питанням на сьогоднішній день, оскільки мільйони людей щодня, не виходячи з дому, купують різні товари в електронних магазинах. В світі, а зокрема в Україні величезними темпами росте кількість користувачів Інтернет і, як наслідок, кількість «електронних» покупців.

- База даних (БД) — це організована структура, призначена для зберігання інформації: даних і методів, за допомогою яких відбувається взаємодія з іншими програмно-апаратними комплексами.
- Головне завдання баз даних — гарантоване збереження значних обсягів інформації (так звані записи даних) та надання доступу до неї користувачеві або ж прикладній програмі. Таким чином, база даних складається з двох частин: збереженої інформації та системи керування нею.

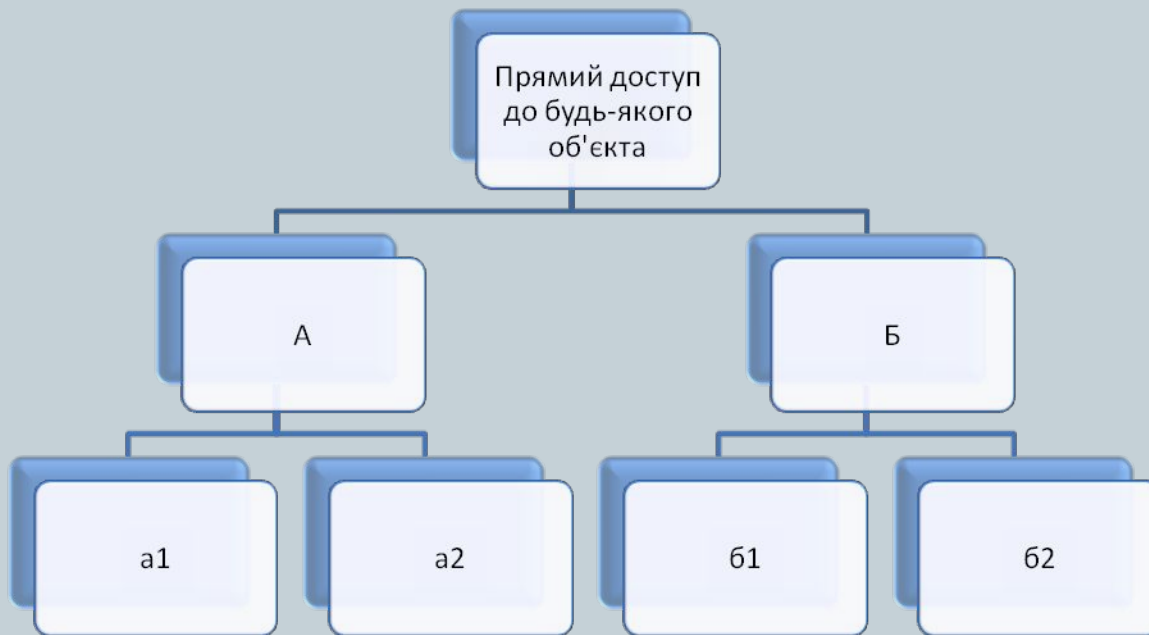
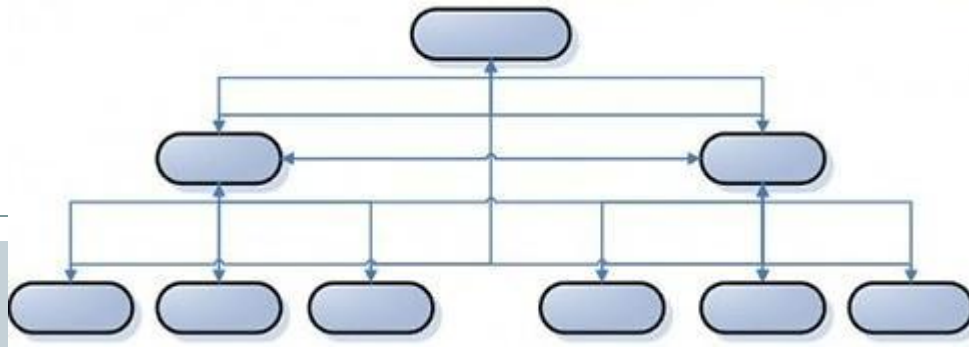


Рис. 1.2. Схема відношень між об'єктами в мережній базі даних



- Перехід від структури бази даних до потрібної структури в програмі користувача відбувається автоматично за допомогою систем управління базами даних (СУБД).
- Такі системи проробляють операції різної складності, пов'язані з керуваннями даних у спільній базі з інтерфейсом і різною кількістю її користувачів.

- Разом з тим, інтернет ресурс автосалону може успішно співіснувати і з звичайним магазином, приносячи власникові додатковий прибуток, оскільки таким чином охоплюються усі категорії покупців – і консерватори, які звикли “помацати” товар, що купується, і ті, хто хоче заощаджувати свій час, здійснюючи покупки через інтернет.
- Об’єктом дослідження у роботі було обрано автосалон Volkswagen
- Основним видом діяльності є торгівля канцелярським приладдям за вищезазначеною адресою.
- Основною задачею, яку буде вирішено під час виконання дипломної роботи є розробка АІС автосалону для даного господарюючого суб’єкта.

Структуру АІС автосалону АІС автосалону представимо наступним чином:



Рис.1.3. Структура АІС автосалону Сайту автосалону

- Для виходу з адміністративної частини в клієнтську на меню користувача необхідно натиснути кнопку «Магазин»
- Вхід в клієнтську частину здійснюється автоматично при завантаженні Сайту автосалону . Під час розробки бази даних «Автосалон» розроблено наступні запити: «Автомобілі за маркою», «Дохід за вказаний день», «Завершені продажі», «Продані автомобілі за вказаний період».
- Один з вище наведених запитів розроблено з використанням QBE-запиту та три запити розроблено з використанням SQL-інструкцій.

- Використання SQL-інструкцій допомагає розробити складні, багатофункціональні запити, в яких можлива фільтрація даних за кількома параметрами, а також виконання елементарних математичних операцій: знаходження суми, різниці параметрів, які знаходяться у різних таблицях.
- Запит «Автомобілі за маркою» вимагає від користувача ввести назву марки автомобіля у відповідне поле і натиснути клавішу виконання запити. Після перерахованих дій запит виконує вибірку в таблиці «Автомобілі» та виводить на екран всі автомобілі заданої марки.

Код автомоб.	Марка авто	Код виробника	Країна авто	Дата виготовлення	Вартість авто	Код покупця	Код продавця	Дата продажу
AB 3156 AB	Mazda	7	Червоний	12.12.1988	500000	2	2	12.12.2002
AB 3167 AT	Ford	3	Білий	16.08.2001	755000	2	2	13.11.2003
AB 4300 AB	Opel	5	Червоний	12.01.2001	700000	5	2	14.09.2003
AB 4300 AB	Opel	6	Metzade	26.06.1999	600000	3	3	19.10.2003
AB 4306 AT	sa	2	Синий	09.11.1995	100000	1	1	15.11.2003
AB 9615 AT	Ford	3	Червоний	13.03.2000	456000	6	3	19.01.2003
AO 4366 AB	Mercedes	4	Червоний	22.02.2003	850000	4	2	23.10.2003
AO 4367 BT	Opel	6	Червоний	07.11.1990	400000	4	2	08.11.2003
AO 4677 AB	Mazda	7	Сріблястий	21.02.2000	404001	3	3	12.09.2003
AO 4787 AB	Maybach	4	Червоний	23.03.2008	5005000	6	4	02.11.2003
AT 1375 AO	Volkswagen	3	Золотий	16.05.2002	305000	5	5	08.08.2003
BT 4300 BA	Mercedes	4	Білий	08.08.1990	405000	1	3	04.11.2003

- Впорядкований набір логічно взаємопов'язаних даних, що використовуються спільно та призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів називаю базами даних.

Код виробника	Назва виробника	Країна авто	Штатське для добування
1	Daimler AG	Німеччина	
2	DDD	Україна	
3	Volkswagen AG	Німеччина	
4	Mercedes-Benz	Німеччина	
5	Ford Motor	США	
6	General Motors	Німеччина	
7	Mazda Motor	Японія	
8	Toyota	Японія	

- У розділі «Поняття баз даних» було розглянуто основні поняття про бази даних та управління ними. Визначено також головне завдання баз даних – гарантоване збереження значних обсягів інформації та надання доступу до неї користувачеві або ж прикладній програмі.

Код покупця	ПІБ покупця	Паспорт	Адреса пок.	Штатське для добування
1	Сидоров Іван	AB 345678	м. Воювцх, ву.	
2	Михайлов Кири	AB 178587	м. Київ, вул. П	
3	Іванова Ольга	AE 344598	м. Воювцх, ву.	
4	Хомченко Катер	AB 342385	м. Воювцх, ву.	
5	Холостов Анд	AB 248757	м. Воювцх, ву.	
6	Лізарук Олександр	AB 349854	м. Бар, вул. К	
7	Макаренко Ів	AB 458797	м. Бар, вул. К	
9	Іванов Іван О	AB 346556	м. Київ, вул. X	
10	Сидоров Іван	AB 456456	м. Воювцх, ву.	
11	Ткаченко Лео	AB 345665	м. Воювцх, ву.	

- З метою забезпечення ефективності доступу записи даних організовують як множину фактів – елементів даних.

Форма для додавання даних

Додати автомобіль

Додати виробника

Додати пропозицію

Додати покупця

Закрити форму



Код Автомобіля:

Марка Автомобіля:

Код виробника:

Колір автомобіля:

Дата виготовлення:

Вартість автомобіля:

Код покупця:

Код продавця:

Дата продажу:

Головна форма

Автомобілі за маркою

Додаток за датою

Завершені пропозиції

Продані автомобілі

Закрити форму



- При маркетинговому дослідженні АІС автосалону основне завдання, визначити мотивацію покупців при здійсненні покупок он-лайн.
- Виявляється головною перевагою є істотна економія часу. Дві третини Інтернет - покупців (61%) дали саме таку відповідь. Кожен другий користувач Інтернету (51%) також сказав, що його спокушає доставка товару додому. Ще 47% відзначили, що в мережевих супермаркетах іноді можна знайти товар, якого не зустрінеш в традиційних магазинах. Трохи більше третина респондентів (37%) намагається економити, купуючи товари в мережі, оскільки ціни в Інтернет - магазинах нижчі.

- Показники економічної ефективності АІС автосалону характеризують доцільність вироблених на його створення і функціонування витрат. Ці показники повинні зіставляти витрати і результати: витрати на розробку, створення і впровадження інформаційної системи, а також поточні витрати на її експлуатацію, з одного боку, і, з іншого боку, результат - прибуток, що отримується в результаті використання системи.



● Дякуємо за увагу!