



Universitatea Tehnică a Moldovei

**ELABORAREA SITE-ULUI PENTRU
ORGANIZAREA ACHIZIȚIILOR ȘI
VÂNZĂRILOR ONLINE**

Masterand:

Brînza Ghenadie

Conducător:

Conf.univ.,dr. Sava Lilia

Chișinău-2018

Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova

Universitatea Tehnică a Moldovei

**Programul de masterat „Mentenanța și Managementul
Rețelelor de Telecomunicații”**

Admis la susținere Șef

departament: conf.univ.,dr.

_____ **N.BEJAN**

_____ **2018**

ELABORAREA SITE-ULUI PENTRU ORGANIZAREA ACHIZIȚIILOR ȘI VÂNZĂRILOR ONLINE

Teză de master

Student: _____ **(Brînza Ghenadie)**

Conducător: _____ **(conf.univ.,dr. Sava Lilia)**

Chișinău – 2018

CUPRINS

REZUMAT

SUMARY

INTRODUCERE	8
1. NOȚIUNI FUNDAMENTALE PRIVIND COMERȚUL ONLINE	9
1.1 Tipurile de comerț online, avantajele și dezavantajele	9
1.2 Magazin electronic ca mijloc de realizare a interacțiunii cu consumatorul	16
1.3 Selectarea și descrierea tehnologiilor internet pentru crearea unui Web site.....	18
2. ELABORAREA SITE-LUI PENTRU ORGANIZAREA ACHIZIȚIILOR ȘI VÂNZĂRILOR ONLINE	26
2.1 Studierea formelor de plăți și achiziții propuse consumatorului de către magazine virtuale din Republica Moldova	27
2.2 Designul și structura logică a situ-lui.....	29
2.3 Descrierea și instalarea serverului local Denwer.....	34
2.4 Elaborarea părții client	36
2.4.1 Organizarea achizițiilor și vânzărilor pe partea client	45
2.5 Elaborarea părții administrative	48
3. AVANTAJELE ENTITĂȚII ECONOMICE CA REZULTATE A ELABORĂRII SITULUI ȘI SECURITATEA TRANZACȚIILOR ONLINE	50
3.1 Securitatea tranzacțiilor cu cardul prin Internet.....	50
3.2 E-banking.....	51
3.3 Problemele organizării achizițiilor și vânzărilor și soluționarea lor	52
CONCLUZIE ȘI RECOMANDĂRI	56
BIBLIOGRAFIE	58
ANEXE	62

REZUMAT

Teza de master reprezintă analiza aspectelor teoretice privind comerțul electronic și elaborarea site-ului pentru organizarea achizițiilor și vânzărilor online.

Scopul și obiectivele tezei constă cercetarea și găsirea aspectelor teoretice și metodologice, propunerea recomandărilor practice privind utilizarea modelelor de organizare eficientă a achizițiilor și vânzărilor online, determinarea caracteristicilor și metodele de utilizare a vânzărilor și achizițiilor la întreprinderilor virtuale și caracteristica modelelor de funcționare a întreprinderilor virtuale. Identificarea specificului de implementare a metodelor de achiziție în magazinele online, identificarea problemelor majore în realizarea securității datelor personale ale utilizatorului și elaborarea propunerilor privind soluționarea acestor probleme. Soluționarea problemelor ce se referă la metodele de formare a plăților și vânzărilor online în cadrului metodologic privind organizarea întreprinderii virtuale în sfera businessului mic, orientate spre satisfacerea solicitării cerințelor societății informaționale, evidențierea particularităților de atragere a utilizatorului pentru a efectua o achiziție online. Stabilirea suportului tehnic și informațional a procesului de comercializare. Elaborarea mecanismului organizațional-economic de funcționare a magazinului online, formularea recomandărilor privind soluționarea problemelor de funcționare a magazinelor online ca metodă eficientă de realizare a vânzărilor și achizițiilor online.

Teza este alcătuită din: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie și anexe. Volumul lucrării conține: 52 pagini de text de bază, 32 de figuri, o tabelă și o anexă.

SUMMAR Y

The Master's thesis is an analysis of the theoretical aspects of e-commerce and the development of a website for organizing online purchases and sales.

The aim and objectives of this thesis are the research and finding of the theoretical and methodological aspects, the proposal of the practical recommendations regarding the efficient organization of online purchases and sales, the determination of the characteristics and the methods of using the sales and purchases in the virtual enterprises and the characteristic of the virtual enterprise models. Identifying the specifics of implementing procurement methods in online stores, identifying major issues in achieving the user's personal data security, and developing proposals to address these issues. Solving the problems related to payment methods and online sales methods in the methodological framework regarding the organization of the virtual enterprise in the small business field, aimed at satisfying the requirements of the information society, highlighting the peculiarities of attracting the user to make an online purchase. Establish technical and informational support for the marketing process. Elaborating the organizational-economic mechanism of online shop operation, formulating recommendations for solving problems of functioning of online shops as an efficient way to achieve sales and online purchases.

The thesis consists of: introduction, three chapters, conclusions and recommendations, bibliography and annexes. The volume of the paper contains: 52 pages of basic text, 32 figures, one table and annex.

INTRODUCERE

Scopul și obiectivele tezei. Scopul tezei constă în analiza aspectelor teoretice de organizare a achizițiilor și vânzărilor online și implementarea lor într-un web site pentru organizarea eficientă a micului business în mediul online.

Pentru realizarea scopului sunt propuse următoarele obiective:

1. studierea bazei teoretice a întreprinderilor virtuale în aspect comparativ cu cele tradiționale;
2. tipurile de comerț și sistemele de plăți online;
3. analiza și selecția tehnologiilor Internet pentru dezvoltarea unui magazin online;
4. elaborarea site-ului care realizează achiziții și vânzări online;
5. dezvoltarea dinamică a paginii web, gestionarea bazelor de date;
6. Identificarea problemelor de gestiune și funcționare a unui site comercial și soluționarea lor.

Actualitatea temei de cercetare. Datorită dezvoltării tehnologiilor informaționale și a globalizării, are loc și informatizarea economiei ce a dus la simplificarea metodelor de comerț atât între persoane fizice, fizice și cele juridice, cât și între entitățile juridice. Odată cu aceste schimbări rapide se atestă trecerea treptată de la comerțul tradițional la cel on-line, deja întreprinderile tradiționale la baza cărora stau activele materiale își formează treptat și active bazate pe cunoștințe și tehnologii informaționale, în plus aceste active pot fi distribuite. În urma acestor schimbări apar întreprinderi virtuale și fiecare companie deja stabilă trebuie să aibă propriul site web reprezentativ pe Internet, care să ofere suport informativ afacerii existente. Cu ajutorul unui site web, companiile rezolvă astfel de probleme ca: informarea publicului, lărgirea auditoriului potențial al consumatorului, spațiul fizic de percepere a informației, eliminarea hotarelor între centre administrative și țări, susținerea mărcii, creșterea recunoașterii.

Realizarea site-urilor pentru companii este o sferă de activitate actuală și solicitată, deoarece site-ul este un mod destul de ieftin și masiv de publicitate, permite clienților potențiali și existenți să obțină cu ușurință informații despre bunurile și serviciile companiei, interesele sale de afaceri care pot ajuta la găsirea de noi clienți și parteneri de afaceri, creșterea volumului de vânzări și rentabilitatea întreprinderii.

Obiectul de cercetare al acestei teze de master este procesul de comerț electronic care presupune în sine realizarea vânzărilor și achizițiilor. Modul de implementare a acestor mecanisme pe web și tehnologiile de legătură dintre companiile virtuale și clienți se reduce la câteva clicuri pe produsul dorit prin interfața ușor de utilizat. Astfel un site face legătura dintre întreprinderea virtuală și client, extinzând și perfecționând relațiile economice.

BIBLIOGRAFIE

1. BOLUN I. Aspecte ale dezvoltării afacerilor electronice în R.Moldova. În: Afaceri electronice: teorie și practică. Conferință internațională. Chișinău: ASEM, 2001, p. 17-29.
2. BOLUN I. Dezvoltarea Republicii Moldova: realizări, rezerve, perspective. Chișinău, 2012. http://www.aticmd.md/wp-content/uploads/2012/03/S_4_03_Boluni.pdf (vizitat 20. 04. 2015).
3. C. A. BOB, "Comert electronic", Editura Dacia Europa Nova, Lugoj, 2001;
4. Curs Comerț electronic, <http://www.aut.upt.ro/staff/diercan/data/PIPPS/curs-06.pdf>
5. CRISTINA BUCUR, "Comerț electronic", Editura Lito ASE, București, 2004
6. Dan Vasilache, Plăți electronice, București 2004 24p.
<http://www.danvasilache.info/ePCap6.pdf>
7. European B2B e-Commerce. <http://www.ecommerce-europe.eu/news/2015/e-commerce-trends> (vizitat 15.11.2015)
8. EBA/GL/2014/12_Rev1. Ghid privind securitatea plăților pe internet, 2014. 8-20p.
www.eba.europa.eu/documents/10180/1004450/EBA_2015_RO+Guidelines+on+Internet+Payments.pdf
9. Hotărârea Guvernului pentru aprobarea Regulamentului privind mecanismul de realizare a Planului de acțiuni "Moldova electronică". Nr.27 din 06.01.2006. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 20.01.2006, nr. 9-12/59

10. Hotărîrea Guvernului privind Strategia națională de edificare a societății informaționale - "Moldova electronică". Nr.255 din 09.03.2005. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 25.03.2005, nr.46-50/336.
11. Lege privind comerțul electronic. Nr. 284 din 22.07.2004. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 13.08.2004, nr. 138-146 (741).
12. Legea Republicii Moldova privind instituțiile financiare, Nr. 550 – XIII din 21.07.95. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 01.01.96, nr. 1.
13. Murthy, C.S.V., E-Commerce: Concepts, Models and Strategies, Himalaya Publishing House, New Delhi, 2002
14. Popescu N. E-comerț Curs automatică și calculatoare, București, 2007.
15. PESTUȘCO N. Elaborarea algoritmului privind crearea întreprinderii virtuale. În: Studii Economice, nr. 1-2, iunie, 2012, p.250-257.
16. PESTUȘCO N. Trăsăturile caracteristice ale organizațiilor virtuale. În: Probleme și perspective de dezvoltare a potențialului economic și managerial al Republicii Moldova. Materialele conf. științifice internaționale. Chișinău: Universitatea Liberă Internațională

din Moldova, 2011, p. 58-59.

17. PESTUȘCO N. Întreprinderea de rețea și întreprinderea virtuală – forme noi de organizare a afacerilor în condițiile economiei informaționale. În: Studii Economice, 2010, nr. 3-4, p.264-268.
18. ROJA A.I. Emergența organizațiilor virtuale, rezultat al progresului tehnic și tehnologic. În: Buletinul AGIR, 2012, nr. 3, p. 83-87.
19. Sinteza Raportului Global privind Tehnologiile Informaționale. Chisinau 2015 http://www.mtic.gov.md/sites/default/files/sinteza_raport_nri-2014.pdf(vizitat 12.12. 015).
20. www.cert-ro.eu/ecsm.php, Ghid privind securitatea serviciilor internet Banking și online șoping
http://cert.gov.md/fileadmin/user_upload/ghid_de_securitate/GHID_privind_securitatea_serviciilor_Internet_Banking_si_Online_Shopping.pdf
21. GHILIC-MICU B., STOICA M. Organizația virtuală. București: Economică, 2004. 304 p.
22. Астахова И. Ф. SQL в примерах и задачах/ И.Ф. Астахова - изд. Новое знание, Москва, 2002 год, 176 с.
23. АЛТУХОВ Л. Создание инфраструктуры электронного бизнеса: гибкость, масштабируемость, надежность. В: Антикризисное управление, 2001, №11-12. - http://www.anticrisis.ru/01_1112_09.htm (vizitat 17.11. 2015).
24. БОЛЬШАКОВ С. Начата стандартизация систем Business-to-Business. В: Финансист, 2000, №11-12, с. 105.
25. БОЛЬШАКОВ С. Партнерство платежных систем СТБ-кард и Киберплат открывает новые возможности развития электронной коммерции в России. В: Финансист, 2000, № 10, с. 85.
26. БОЛЬШАКОВ С. Начата стандартизация систем Business-to-Business. В: Финансист, 2000, №11-12, с. 105.

27. БУГОРСКИЙ В. Н., СОКОЛОВ Р. В. Сетевая экономика и проектирование информационных систем. Москва, 2009.
<http://bookstor.gq/19116-setevaya-ekonomika-i-proektirovanie-informatsionnyih-sistem-v-bugorskiy-r-sokolov/> (vizitat 24.02. 2014).
28. Вёрстка веб-страниц, Мержевич В.2003;
29. Дюбуа Поль, MySQL, перевод с английского./Дюбуа П. - изд. дом Вильямс, Москва, 2001 год, 816 с.
30. ИВАНОВ Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. Санкт-Петербург: Петербургское востоковедение, 2002. 224 с.
31. Кузнецов, М. В. РНР 5 на примерах [Текст] / М.В. Кузнецов, И.В. Симдянов, С

