

ТЕХНІЧНІ АСПЕКТИ ОБМІННИХ ОПЕРАЦІЙ ОБ'ЄКТІВ КОМЕРЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ ПРИ ЇХ ВЗАЄМОДІЇ З СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

Сучасне життя важко собі уявити без спілкування та обміну інформацією і особливо зручними вважають програмні засоби, які надають цілий спектр послуг передачі або синхронізації персональних даних.

Найефективнішими є онлайн ресурси, які інтегрують максимальну кількість сервісів, здійснюючи обмін інформацією, здійснюючи трансфер даних між мережами, профілями, надаючи можливість крос-мережної авторизації. Такі обмінні операції підтримуються відповідними інтерфейсами обміну даними та відповідними протоколами та стандартами передачі та збереження даних.

Сьогодні авторизація з соціальних мереж є одним з найпопулярніших методів доступу до ресурсів сайтів організації мандрівок, різноманітних блогів і в тому числі електронних торговельних майданчиків. Поряд з класичним трансфером даних про електронну адресу сучасні API дозволяють передати персоналізовані дані користувача з можливістю налаштувати фільтрування тих чи інших полів.

Комерційні операції, які перебігають на веб-платформах обов'язково формуються на основі класичних механізмів, які функціонують в державному правовому полі. Таким чином будь-яке замовлення персоналізоване і матиме фінансовий слід. Проте, модулі, з яких складається електронна платформа інтернет-магазину представляє велику множину підсистем, серед яких:

- **Social Media** – канал розповсюдження інформації про товар/послугу. Сьогодні соціальні мережі є одним з найефективніших методів обміну інформацією між користувачами;
- **Payment System Provider** – процесор обробки транзакцій, пов'язаних з оплатними операціями щодо створених замовлень;
- **Enterprise Resource Planning** – популярний метод обліку та відстеження руху ресурсів підприємства. Переважна більшість веб-платформ функціонує саме на базі системи планування обігу товарів або послуг.
- **Marketing/CRM** є основною рушійною силою будь-якої веб-платформи, оскільки даний модуль веде користувача через усі маршрути платформи та супутніх підсистем, формуючи споживчий кошик.

Проведемо систематизацію ключових параметрів моделі користувача, важливих для перерахованих підсистем (табл. 1):

Таблиця 1. Елементи моделі даних в підсистемах електронної комерції

Поле	Social Media	Payment System Provider	Enterprise Resource Planning	Marketing/ CRM
Демографічні				
Ім'я	*	*	*	*
Прізвище	*	*	*	*
Стать	*		+	*
Дата народження	*	+		*
Дата реєстрації				*
Географічні				
Адреса	*	+	*	*
Адреса 2	+	+		
Місто	*	+	*	*
Регіон	*	+	*	*
Країна	*	+		*
Психографічні				
Уподобання	*		+	*
Мотивація	+			*
Упередження	+			*

* - обов'язкове поле; + - рекомендоване для деяких видів підсистем.

Таким чином при виборі будь-якої моделі авторизації з використанням трансферу моделей даних з соціальних мереж основною вимогою є надання необхідних даних для задоволення вимог збереження фінансової інформації про здійснені транзакції за оформлені замовлення та інформації для оформлення транзакції за допомогою вибраного провайдера послуг оплати.