

Porównanie platform Wordpress Woocommerce z Magento Community Edition

Cezary Cichocki*

Politechnika Lubelska, Instytut Informatyki, Nadbystrzycka 36B, 20-618 Lublin, Polska

Streszczenie. W artykule porównano działanie dwóch platform „open source” wspomagających e-handel: Wordpressa z najpopularniejszą wtyczką – Woocommerce oraz Magento z serii Community Edition. Przedstawiono wady i zalety obu systemów. Na podstawie przeprowadzonych badań pomiaru szybkości ładowania stron przy użyciu narzędzi online jak np. Google PageSpeed Insights oraz analizie popularności systemów w serwisach społecznościowych i forach internetowych, wyciągnięte zostały wnioski, stwierdzające, która z platform jest lepszym wyborem.

Słowa kluczowe: e-commerce; cms; wordpress woocommerce; magento

*Autor do korespondencji.

Adres e-mail: cez.cichocki@gmail.com

Comparison of Wordpress Woocommerce with Magento Community Edition

Cezary Cichocki*

Institute of Computer Science, Lublin University of Technology, Nadbystrzycka 36B, 20-618 Lublin, Poland

Abstract. This article compares two open source platforms supports e-commerce, such as: Wordpress with Woocommerce plugin and Magento Community Edition. The paper shows pros and cons of both systems. The main functionalities of them were tested and showed. Based on research - conducted measuring the speed of web page load by using online tools such as Google PageSpeed Insights and system popularity analysis based on social media and Internet forums, conclusion were made.

Keywords: e-commerce; cms; wordpress woocommerce; magento

*Corresponding author.

E-mail address: cez.cichocki@gmail.com

1. Wstęp

Coraz więcej osób ma dostęp do Internetu. Odnosząc się do ogólnodostępnych statystyk, od początku 2017 roku podłączenie do globalnej sieci internetowej ma ponad 50% ludzi na świecie. W Polsce jest to około 70%, co i tak nie jest najlepszym wynikiem w porównaniu do przodujących w statystykach Zjednoczonych Emiratów Arabskich, w których to dostęp do Internetu ma 99% ludzi, czy też Japonii, która znajduje się na drugiej pozycji z wynikiem równym 93% [11]. Coraz powszechniejszy dostęp do sieci internetowej spowodowany jest m.in. popularyzacją urządzeń mobilnych, które powoli wypierają z użytku komputery stacjonarne. To właśnie telefony komórkowe i tablety generują coraz większe natężenie ruchu w Internecie.

Wraz z łatwiejszym, popularniejszym i lepszym połączeniem z siecią www rozwija się handel elektroniczny tzw. e-commerce. Użytkownicy coraz chętniej wybierają tę metodę dokonywania transakcji z prostej przyczyny – ten sposób jest wygodniejszy od tradycyjnych zakupów, a także w większości przypadków tańszy.

W sieci jest mnóstwo sklepów online czy aukcji internetowych. Prym na świecie wiodą takie marki jak amazon.com oraz ebay.com. W Polsce największym portalem aukcyjnym jest Allegro.pl, ale oprócz tego serwisu jest wiele dużych sklepów oraz jeszcze więcej tych mniejszych.

Portal aukcyjny, czy też sklep internetowy łączy jedna rzecz – CMS (ang. Content Management System), czyli system zarządzania treścią. Dostępnych jest wiele platform e-commerce wspierających sprzedaż internetową. Wielkie marki i firmy korzystają z dedykowanych rozwiązań, czyli pisanych systemów specjalnie na zamówienie danej firmy. Reszta korzysta z płatnych platform, ale dostępnych dla każdego lub ogólnodostępnych darmowych systemów tzw. „open source”.

Takich skryptów jest wiele, m.in. Shoper, Open Cart, PrestaShop. Autor artykułu skupia się na dwóch najpopularniejszych rozwiązaniach typu „open source” – Wordpress z zainstalowaną wtyczką Woocommerce oraz Magento z serii Community Edition. Przedstawione zostaną główne funkcjonalności opracowanych systemów na potrzeby prac badawczych. Z wyników przeprowadzonych badań wyciągnięte zostaną wnioski. Artykuł postara się odpowiedzieć, który z przedstawionych CMSów jest lepszym rozwiązaniem i dlaczego. Oprócz tego wyjaśnione zostaną pojęcia: E-Commerce i CMS oraz fenomenowi sklepów internetowych.

2. E-Commerce i sklepy internetowe

2.1. E-Commerce

E-Commerce, czyli handel elektroniczny, rozumiany jest jako wszystkie czynności związane z zawieraniem transakcji handlowych, które realizowane są przy pomocy komunikacji

i technologii elektronicznej[3]. Najpopularniejszą formą handlu elektronicznego jest handel internetowy. GUS czyli Główny Urząd Statystyczny, określa e-commerce jako elektroniczny handel wykonywany przez Internet, które wykorzystują do tego działania protokół IP[10].

Do zalet e-commerce należy zaliczyć [3]:

- oszczędność czasu i pieniędzy (koszty związane z działalnością internetową są dużo mniejsze niż interes stacjonarny);
- interaktywność, czyli prezentacja produktu;
- możliwość realizacji promocji marketingowych w sieci;
- duży rynek internetowy;
- elastyczność.

Wadami handlu internetowego niewątpliwie są:

- brak bezpośredniego kontaktu ze sprzedającym;
- opóźnienia w dostawie;
- koszty wysyłki;
- ochrona danych osobowych (narażenie na ataki).

2.2. Sklepy internetowe

Najpopularniejszym segmentem e-commerce są sklepy internetowe. Narzędzie to jest najczęściej stosowane przez przedsiębiorców, które otwiera bardzo szeroki dostęp do potencjalnych klientów. Na pewno też jest to prostsze i tańsze rozwiązanie niż chociażby prowadzenie sklepu bądź sieci sklepów stacjonarnych. Oprócz braku barier związanych z np. lokalizacją, koszty związane z prowadzeniem sklepu internetowego są znacznie mniejsze. Prowadząc sklep internetowy nie ma potrzeby wynajmowania lub posiadania specjalnego pomieszczenia oraz liczbę zatrudnionych pracowników można ograniczyć do zera. Wiele mniejszych sklepów online prowadzonych jest z mieszkań właścicieli.

Wydatki związane z prowadzeniem sklepu internetowego zależą w głównej mierze od umiejętności i doświadczenia właściciela oraz od modelu witryny i sposobu zarządzania. Przyszły właściciel sklepu internetowego ma do wyboru kilka opcji – np.:

- wykupując usługi abonamentowe na platformach sklepowych, czyli płaconą jest miesięczna kwota i w zamian otrzymywany jest sklep gotowy do prowadzenia;
- zlecenie wykonania witryny firmie informatycznej;
- przygotowanie sklepu na platformie 'open source'.

3. Systemy CMS

Prowadzenie i zarządzanie stroną internetową nie jest taką prostą sprawą, a prowadzenie jej bez dobrego systemu zarządzania treścią CMS jest praktycznie niemożliwe dla użytkownika bez wiedzy technicznej.

Rozwinięciu skrótu CMS, oznacza Content Management System, czyli system zarządzania treścią. Jest to oprogramowanie, które umożliwia tworzenie stron WWW bez większej znajomości programowania. Strony oparte o systemy CMS posiadają własny panel administracyjny do edytowania i dodawania treści na witrynie internetowej[1]. Platformy CMS mogą być zarówno płatne (z dodatkowymi

funkcjonalnościami) jak i darmowe, typu „open source” – przeważnie prostsze, z mniejszą liczbą funkcji. Nie jest to jednak reguła i są dostępne w sieci rozwiązania darmowe z bardzo rozbudowanymi opcjami i wieloma dodatkowymi rozszerzeniami. Wykorzystanie systemu CMS jest konieczne, jeżeli użytkownik planuje prowadzić sklep internetowy[2].

Jak wspomniano wyżej, są różne typy systemów CMS. Można podzielić je na 3 kategorie[1]:

- CMS „Open Source” – czyli z otwartym kodem źródłowym. Kod takiej platformy jest dostępny publicznie i wszyscy użytkownicy, którzy natrafili na ten system w sieci mogą bezpłatnie z niego korzystać i modyfikować. Na takich platformach łatwiej tworzyć się samodzielnie nowe szablony, wtyczki i inne dodatki. Jeżeli w kodzie oprogramowania wystąpią błędy, szybko są one wychwytywane przez internautów korzystających z systemu. Mimo że są to darmowe systemy, nie jest to opcja dla każdego. By wykonać sklep internetowy oparty o CMS, użytkownik musi posiadać chociaż średnią wiedzę informatyczną by z sukcesem i bez problemowo zarządzać witryną. Jeżeli użytkownik nie ma takich zdolności, zawsze można zlecić wykonanie jakiej strony profesjonalistom, co oczywiście wiąże się z kosztami[4].
- CMS płatny, z dodatkowymi funkcjonalnościami. Są to często rozszerzenia darmowych wersji. Wykupienie wersji płatnej systemu może okazać się dobrym rozwiązaniem dla osób bez wiedzy technicznej, która sama nie wprowadzi zaawansowanych modyfikacji systemowych.
- System CMS hostowany – do kodu źródłowego takiej platformy użytkownik nie ma dostępu. Użytkownik płaci comiesięczny abonament za utrzymanie i konserwację sklepu internetowego na ich platformie, a on sam nie ma możliwości modyfikowania kodu i dodawania swoich dodatków.

Do ogólnych możliwości sklepów opracowanych na systemach CMS, niezależnie od jego kategorii można zaliczyć:

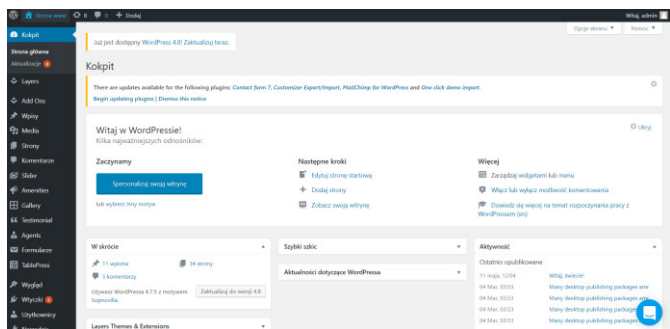
- tworzenie podstron www;
- edycja podstron;
- możliwość rejestracji użytkowników;
- zarządzanie kontami użytkowników;
- dodawanie zdjęć i różnego rodzaju grafiki;
- dodawanie ofert sprzedaży;
- wprowadzanie zmian w ofercie;
- czaty, fora, możliwość komentowania
- rozbudowane formularze kontaktowe czy zamówieniowe;
- możliwość zapisywania maili do newsletterów.

3.1. Wordpress Woocommerce

Wordpress jest obecnie najpopularniejszym systemem zarządzania treścią. Ponad 29% wszystkich dostępnych stron internetowych na świecie zasila właśnie Wordpress i około 10% sklepów internetowych korzysta z rozszerzenia Wordpressa – Woocommerce[16]. Z początku system ten był używany głównie jako narzędzie do tworzenia blogów, jednak z biegiem czasu, gdy powstawały nowe wtyczki i inne rozszerzenia, (m.in. omawiany w tym artykule

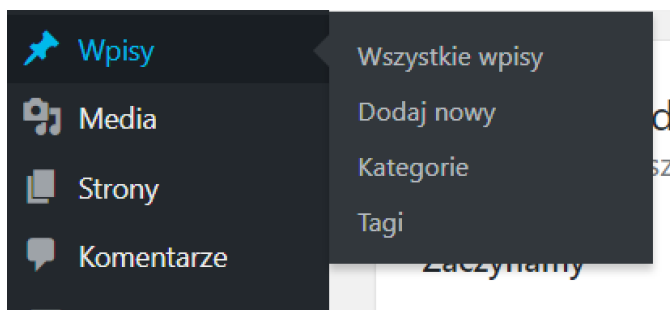
Woocommerce) platforma ta stała się pełnoprawnym narzędziem do tworzenia stron i sklepów internetowych[5].

Wordpress ma prawdopodobnie najbardziej intuicyjny interfejs panelu administratora (główny kokpit przedstawiony na rys. 1), który dodatkowo jest również responsywny, czyli dopasowuje się do rozmiarów ekranu, na którym jest wyświetlany.



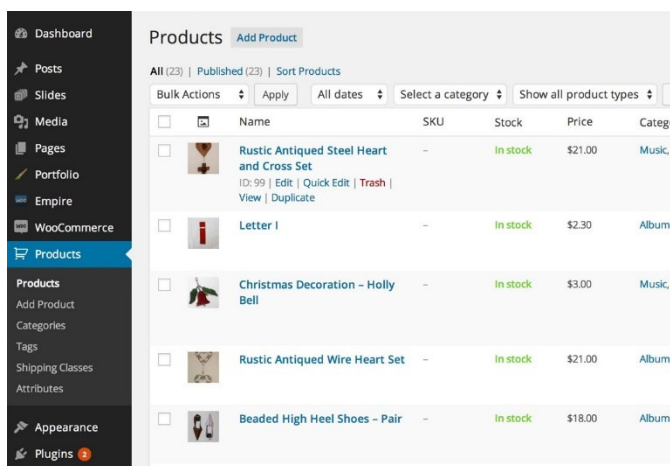
Rys. 1. Panel administracyjny Wordpress

Wszystkie opcje w menu głównym pogrupowane są według ich przeznaczenia. Przykładowo najezdźając na grupę w menu „Wpisy” – rozwinięte zostaną wszystkie możliwości odnośnie danej grupy.



Rys. 2. Menu w panelu administracyjnym Wordpress

Po doinstalowaniu omawianej wtyczki do sprzedaży internetowej – Woocommerce, opcje związane z tą wtyczką znajdują się w menu głównym po lewej stronie (Rys. 3).



Rys. 3. Woocommerce – Panel Admina

Wtyczka Woocommerce doinstalowana do Wordpressa jest bardzo łatwa w konfiguracji. Po instalacji sama utworzy odpowiednie podstrony (np. koszyk, moje konto, moje zakupy itp.). Woocommerce sam w sobie posiada

podstawowe funkcjonalności sprzedaży, konfigurację metod płatności, podatków, kosztów i sposobów wysyłki [7]. Dostępnych jest także wiele wtyczek (płatnych i darmowych) rozwijających funkcje platformy.

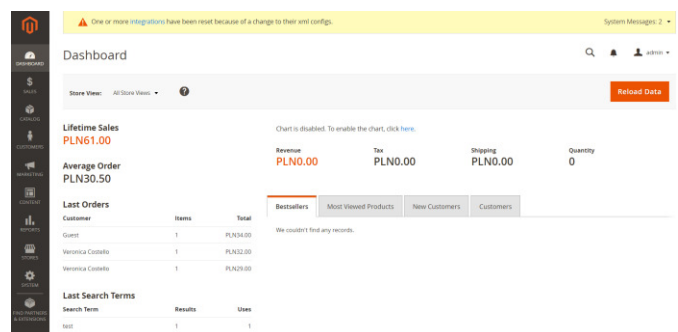
Dodatkowo, cała wielka społeczność Wordpressa wspiera także działania Woocommerce, dzięki temu jeżeli użytkownik ma jakieś pytanie lub problem do rozwiązania to szybko znajdzie odpowiedź. Wprowadzanie większych zmian do systemu wymaga znajomości programistycznych, ale te drobniejsze modyfikacje administrator może wykonywać sam, bez pomocy programisty.

Wykorzystanie Wordpressa z wtyczką Woocommerce polecane jest przy zakładaniu małego i średniego sklepu internetowego. Do utrzymania takiego sklepu ze średnią ilością klientów wystarczy podstawowy serwer udostępniany przez firmy hostingowe.

3.2. Magento Community Editon

Drugim z systemów opisywanych w artykule jest Magento (w wersji Community). Jest to niewątpliwie bardzo popularna i jedna z najbardziej rozbudowanych platform do tworzenia i prowadzenia sklepu internetowego. Platforma ta wykonana została przez firmę Varien (obecnie grupa eBay), która wywodzi się z Kalifornii. System ten oparty jest na języku skryptowym PHP z frameworkiem Zend[6].

Ten system idealnie nadaje się dla osób, które chcą utworzyć duży sklep internetowy z wieloma produktami. Magento posiada mnóstwo funkcjonalności, które ułatwiają zarządzanie zamówieniami, ofertowanym asortymentem, działaniami marketingowymi, bazą klientów itp., m.in. rozbudowany system do analiz, zarządzania produktami, raportowania, wersje mobilne czy też systemy płatności[9]. Jedną z ciekawszych funkcjonalności tego systemu jest możliwość zarządzania wieloma sklepami poprzez jeden panel administracyjny (widok panelu przedstawiono na rysunku 4).



Rys. 4. Panel administracyjny Magento 2.0.

Tak jak i w Wordpressie Woocommerce, w Magento oprócz podstawowych funkcjonalności (których i tak jest bardzo dużo) można doinstalować dodatkowe, zewnętrzne moduły. Duża część z tych modułów jest pisana przez profesjonalistów, co za tym idzie większa część z nich jest często płatna.

Niestety wielkość tego systemu i możliwości jakie ze sobą niesie w związku z modułowością i rozszerzalnością skryptu niesie za sobą większe wymagania sprzętowe i konieczność obeznania w językach programowania (PHP)

[18]. Do obsługi dużego sklepu internetowego na systemie Magento potrzebna jest naprawdę wydajna maszyna serwerowa, gdyż nie każda firma hostingowa radzi sobie z wymaganiami tej platformy[8].

Na nauczenie się obsługi samego panelu administracyjnego trzeba poświęcić dużo więcej czasu, gdyż nie jest on tak prosty w obsłudze, jak chociażby omawiany wcześniej Woocommerce. Niewątpliwym plusem jest tutaj duża społeczność zgromadzona wokół tej platformy, co na pewno ułatwi naukę obsługi Magento.

Jedną z największych zalet platformy Magento jest jej bezpieczeństwo. Kod został napisany w bardzo przemyślany sposób, nawet sam link do panelu administracyjnego, który jest definiowany podczas instalacji systemu, może utrudnić nieautoryzowany dostęp sklepu od strony administracyjnej.

4. Przeprowadzenie badań

Oba systemy zostały przetestowane pod kątem szybkości ładowania podstron i optymalizacji dzięki dostępnym narzędziom online takim np. Google Page Insights[14]. Przy wyborze odpowiedniego systemu CMS popularność jest jednym z ważniejszych czynników. Im platformą zajmuje się więcej ludzi, tym prościej jest znaleźć rozwiązanie błędu, który może wystąpić podczas zarządzania czy konfiguracji sklepu. Dlatego też porównano funkcjonujące grupy i strony użytkowników zgromadzonych na portalach społecznościowych (Facebook i Twitter) oraz forach tematycznych wokół omawianych platform pod kątem wielkości i aktywności w sieci. Bezpośrednie zestawienie rezultatów pozwoli wyłonić zwycięzcę porównania.

4.1. Szybkość ładowania systemów WordPress i Magento

Przy wyborze odpowiedniej platformy e-commerce ważną kwestią jest jej wydajność i szybkość działania. Opóźnienia i wolne ładowanie strony internetowej wpływa negatywnie na optymalizację pod kątem SEO (ang. Search Engine Optimization) – szybkość ładowania strony internetowej wpływa na jej pozycję w rankingu wyszukiwania Google[12]. Według badań przeprowadzonych w 2016 roku przez Google, strony internetowe, które ładują się dłużej niż 5 sekund mogą tracić do 40% konwersji [13].

Na czas ładowania aplikacji internetowych ma wpływ wiele czynników, m.in. serwer hostujący i jego lokalizacja, łącze i przeglądarka internetowa osoby wchodzącej na stronę www, a także optymalizacja wielkości treści i elementów strony i napisanego kodu systemu. W przeprowadzonych testach WordPressa i Magento wykorzystano domyślne szablony graficzne, bez dodatkowych rozszerzeń i wtyczek. W celach testowych użyto serwer hostujący firmy webd.pl, który spełnił wymagania obu systemów:

- System operacyjny Linux;
- 50gb miejsca dyskowego;
- 400 gb miesięcznego transferu danych;
- PHP5/PHP7;
- MySQL w wersji 5;

Testy szybkości ładowania zostały przeprowadzone w oparciu o najpopularniejsze narzędzia online tego typu:

- GTMetrix[21];

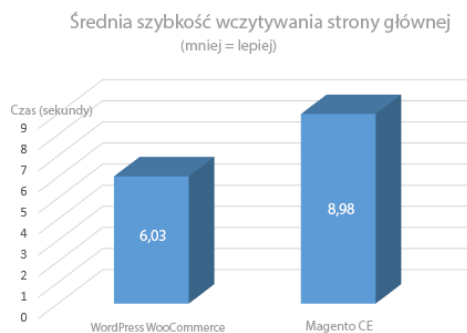
- PageScoring[22];
- Tools.PingDom[23];
- WebPageTest[24];
- DotCom Tools[25].

Wszystkie z wymienionych wyżej narzędzi analizują testowaną stronę www przez serwery na całym świecie, a symulacja załadowania strony jest ustawiona na tzw. „pierwsze wejście”, czyli w sposób taki gdy użytkownik wchodzi na daną witrynę internetową po raz pierwszy bez zapisanych ciasteczek (ang. Cookies) i pamięci podręcznej w przeglądarce. W ten sposób wykonane testy są bardziej miarodajne.

Testy wykonano na stronach głównych i podstronach produktu obu sklepów postawionych na omawianych platformach. Wyniki cząstkowe przeprowadzonych badań umieszczono w tabelach 1 i 2, a średnią wszystkich rezultatów pokazano na rysunkach 5 i 6.

Tabela 1. Wyniki testów wczytywania strony głównej

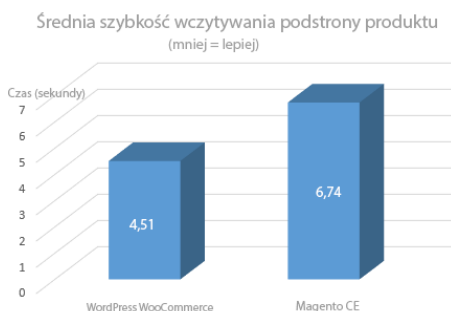
	WordPress WooCommerce [s]	Magento CE [s]
GTMetrix.com	2,90	9,00
PageScoring.com	8,86	4,61
Tools.pingdom.com	2,22	4,92
WebPageTest.org	3,78	7,56
Dotcom-tools.com	4,80	7,60



Rys. 5. Średnia szybkość wczytywania strony głównej

Tabela 2. Wyniki testów wczytywania podstrony produktowej.

	WordPress WooCommerce [s]	Magento CE [s]
GTMetrix.com	3.50	9.50
PageScoring.com	11.66	9.95
Tools.pingdom.com	4.39	7.22
WebPageTest.org	3.79	9.03
Dotcom-tools.com	6.80	9.20



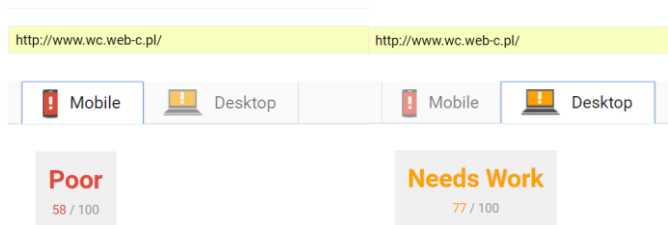
Rys. 6. Średnia szybkość wczytywania podstrony produktu

Korzystając z narzędzia Google Page Insights[14] sprawdzono także wydajność oraz poziom optymalizacji obu aplikacji pod względem objętości plików graficznych i kodu stron. Wyniki PageSpeed Insights mieszczą się w zakresie od 0 do 100 pkt. Wyższy wynik punktowy oznacza lepszą optymalizację i wydajność aplikacji www. Sklep stworzony na potrzeby artykułu obsługiwany przez WordPressa z wtyczką WooCommerce osiąga następujące wyniki:

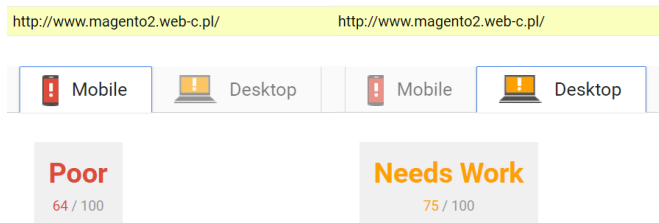
- 58/100 – na urządzeniach mobilnych;
- 77/100 – na urządzeniach desktopowych.

Natomiast strona działająca na Magento 2.0:

- 64/100 – na urządzeniach mobilnych;
- 75/100 – na urządzeniach desktopowych.

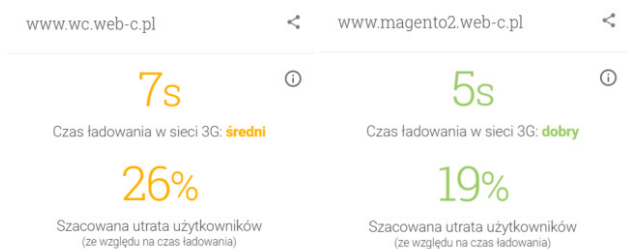


Rys. 7. Wyniki WordPress WooCommerce – PageSpeed Insights



Rys. 8. Wyniki Magento 2.0 – PageSpeed Insights

Aby sprawdzić dokładniej optymalizację obu sklepów działających na urządzeniach mobilnych przeprowadzony został jeszcze jeden test, przy użyciu kolejnego narzędzia firmy Google – „TestMySite with Google”[15]. Określa on czas potrzebny na pojawienie się zawartości strony w przeglądarce internetowej Google Chrome na urządzeniu mobilnym Moto G4 w sieci 3G. Oprócz tego „TestMySite with Google” określa także szacowaną utratę użytkowników ze względu na czas ładowania strony. Podsumowanie z przeprowadzonych testów przedstawiono na rysunku 9.



Rys. 9. Szybkość ładowania sklepów na urządzeniach mobilnych przy wykorzystaniu sieci 3G

4.2. Społeczności platform WordPress i Magento

Kolejnymi zaletami omawianych systemów są społeczności, które gromadzą się wokół tych platform. Dzięki temu są one dynamicznie rozwijane, powstają nowe funkcjonalności, wtyczki oraz szablony. Im większa

społeczność zajmująca się tymi CMSami tym łatwiej zwykłemu użytkownikowi znaleźć odpowiedzi na nurtujące pytania i rozwiązania problemów dotyczących WordPressa i Magento.

Niniejszy artykuł przedstawia i porównuje aktualne statystyki profili społecznościowych (Twitter, Facebook), grup dyskusyjnych oraz for tematycznych, które zrzeszają sympatyków porównywanych platform webowych.

Profile i grupy na portalach społecznościowych zostały sprawdzone pod kątem polubieni/subskrypcji, a fora tematyczne, na których użytkownicy dzielą się wiedzą techniczną – pod względem ilości zarejestrowanych użytkowników oraz napisanych wiadomości.

Tabela 3 ukazuje przybliżoną ilość polubień oficjalnych profili WordPressa[19][20] i Magento[17][18] (listopad 2017r.).

Tabela 3. Statystyki oficjalnych profili WordPressa i Magento na Facebooku i Twitterze.

	WordPress	Magento
Facebook	1 139 323 polubień	32 006 polubień
Twitter	612 000 obserwujących	74 600 obserwujących

Powyższe wyniki, potwierdzają, że system WordPress jest popularniejszym CMSem. Jego profile społecznościowe są kilkanaście, a nawet kilkadziesiąt razy większe niż profile Magento. Nie oznacza to jednak, że Magento nie ma swoich zwolenników, porównując statystyki grup i for internetowych, wyższość WordPressa nie jest już tak widoczna.

WordPress / WordPress WooCommerce:

- grupa tematyczna WordPress PL na Facebook.com – 14 546 członków;
- profil WordPress.com na Facebook.com – 349 349 polubień;
- grupa WooCommerce Help & Share na Facebook.com – 18 737 członków;
- forums.wordpress.com – 2 441 583 napisanych postów, brak statystyk dotyczących liczby użytkowników;
- wordpress.org.pl – 3144 użytkowników, 8783 wiadomości;
- zenwordpress.pl – 11 163 użytkowników, 38 144 postów.

Magento:

- Magento Experts na Facebook.com – 6460 członków;
- MeetMagento Polska na Facebook.com – 1505 polubień;
- forum community.magento.com – 276326 użytkowników, 71 363 napisanych postów;
- magentoexpertforum.com – 11 162 użytkowników, 28 213 napisanych postów;
- magentoforum.pl – 28 289 użytkowników, 10 744 napisanych wiadomości;

Ludzie związani z WordPressem lub Magento, nie gromadzą się już tylko w Internecie. Organizują także różnego rodzaju regionalne spotkania sympatyków danych platform, a także uczestniczą w dużych konferencjach w Polsce oraz na całym świecie. WordPress ma w Polsce

coroczną imprezę pt. „WordCamp”, a developerzy i wielbiele Magento spotykają się na konferencjach „MeetMagento”. Imprezy te gromadzą nawet po kilkaset osób.

5. Wnioski

Porównane w artykule platformy CMS niewątpliwie różnią się do siebie. Handel internetowy rozwija się z każdym dniem coraz prężniej, a wskazanie jednoznacznego zwycięzcy jest bardzo trudne.

Zapoznając się z rezultatami zebranych danych można odnieść wrażenie, że słusznym i jedynym zwycięzcą jest Wordpress z wtyczką Woocommerce., jednak Magento góruje w tak ważnych aspektach jak np. bezpieczeństwo systemu i optymalizacja.

Obie platformy są na licencji „open source” – czyli można korzystać z nich bez opłat i modyfikować ich kod, ale to WordPress WooCommerce z pewnością jest systemem tańszym do wdrożenia, m.in. dlatego, że na Wordpressa istnieje dużo więcej darmowych rozszerzeń i szablonów oraz jest prostszy w konfiguracji, za czym idzie więcej firm czy osób prywatnych może przyjąć takie zlecenie. Do wdrożenia Magento potrzeba niestety dużo więcej wiedzy technicznej i nie każdy może sobie poradzić z instalacją i konfiguracją tego systemu. Jednak niskie koszty początkowe Wordpressa nie oznaczają, że w szerszej perspektywie utrzymanie sklepu na tym systemie będzie tańsze gdyż Magento jest znacznie stabilniejsze – mniej błędów na stronie oznacza mniej pracy dla deweloperów.

Podsumowując, jeśli użytkownik chce utworzyć mały sklep, ze stałą liczbą produktów i niewielką lub średnią ilością klientów, może to spokojnie zrobić wykorzystując Wordpressa z zainstalowaną wtyczką Woocommerce. Jeżeli jednak w planach jest otwarcie sklepu, który będzie musiał obsłużyć w przyszłości dużą liczbę klientów, a w bazie danych będzie znajdowała się pokaźna liczba produktów, warto jest na początku zainwestować i wdrożyć sklep na platformie Magento.

Literatura

- [1] Barker D., Web Content Management – Systems, Features, and Best Practices, wydawnictwo O’Reilly 2016.
- [2] Barsan G., Oancea R., Considerations on e-commerce platforms, 2014.
- [3] Cichoń M., Cisek M. i inni, Biblia e-biznesu, 2013.
- [4] Mehta N. Choosing an Open Source CMS: Beginner's Guide, 2009.
- [5] Rauland P., Wordpress Cookbook, 2015.
- [6] MacGregor A., Magento PHP Developer’s Guide, Packt Publishing, 2013.
- [7] Ravensbergen R. , Building E-Commerce Solutions with WooCommerce - Second Edition, Packt Publishing, 2015.
- [8] Williams B., Williams C., Learning Magento 2 Administration – Maximize the power of Magento 2 to improve your e-commerce business, Pack Publishing, 2016.
- [9] Williams B., Mastering Magento, Packt Publishing, 2012.
- [10] <http://stat.gov.pl/metainformacje/sloownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/1778,pojecie.html> [20.10.2017]
- [11] www.wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview [20.10.2017]
- [12] <http://www.adequate.pl/web-analytics/czas-ladowania-strony-wazniejszy-niz-myslisz> [20.10.2017]
- [13] <https://webmasters.googleblog.com/2010/04/using-site-speed-in-web-search-ranking.html> [23.10.2017]
- [14] <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/> [14.11.2017]
- [15] <https://testmysite.withgoogle.com/intl/pl-pl> [14.11.2017]
- [16] <https://trends.builtwith.com/shop> [14.11.2017]
- [17] <https://www.facebook.com/magento> [14.11.2017]
- [18] <https://twitter.com/magento> [14.11.2017]
- [19] <https://www.facebook.com/WordPress/> [16.11.2017]
- [20] <https://twitter.com/wordpress> [16.11.2017]
- [21] <https://gtmetrix.com> [18.11.2017]
- [22] <http://pagescoring.com> [18.11.2017]
- [23] <http://tools.pingdom.com> [18.11.2017]
- [24] <https://webpagetest.org> [18.11.2017]
- [25] <https://dotcom-tools.com/website-speed-test.aspx> [18.11.2017]