

Platformy dedykowane (autorskie rozwiązania)

Trzecim podejściem – zarezerwowanym głównie dla większych graczy – jest stworzenie **dedykowanego sklepu internetowego**, czyli oprogramowania na zamówienie, projektowanego od podstaw dla danej firmy. Rozwiązanie dedykowane oznacza, że nie korzystamy z żadnej gotowej platformy, tylko zatrudniamy programistów (wewnętrzny dział IT lub zewnętrzny software house), aby napisali sklep według naszych wymagań. Czasem bywa tak, że dedykowane oprogramowanie powstaje na bazie istniejącego frameworku czy mniej znanego silnika, ale jest na tyle zmodyfikowane, iż stanowi de facto autorskie rozwiązanie. Własne platformy budują duże sieci handlowe, supermarkety, które integrują sklep online ściśle ze swoimi systemami magazynowymi, lub wyspecjalizowane sklepy o unikalnym modelu biznesowym, którego nie obsłuży żaden standardowy software. **Przykładem** mogą być platformy supermarketów online, sieci typu marketplace budowane od zera, czy sklepy, które oferują bardzo specyficzne konfiguratorry produktów. W rozdziale 1 wspomnieliśmy, że to opcja kosztowna i poza zasięgiem początkujących – tutaj wyjaśnimy szczegóły.

Zalety rozwiązań dedykowanych:

- **Kompletna personalizacja i dostosowanie do potrzeb biznesu:**
Oprogramowanie powstaje dokładnie według założeń zamawiającego, więc może zawierać wszelkie wymarzone funkcje. Mamy **pełną kontrolę nad każdą funkcjonalnością i elementem sklepu** – od unikalnego interfejsu użytkownika po niestandardowe procesy obsługi zamówień. W przeciwieństwie do gotowych platform, tu **nie ma ograniczeń narzucanych przez platformę**, bo platforma jest tworzona pod nas. Taki sklep może stać się przewagą konkurencyjną, jeśli zaoferuje klientom wyjątkowe doświadczenia niedostępne gdzie indziej.
- **Integracja ze środowiskiem firmy:** Dedykowany sklep można ściśle zintegrować z już używanymi systemami w firmie – dedykowane podejście pozwoli to zaimplementować bez kompromisów.
- **Wysoka wydajność i skalowalność techniczna**:** Profesjonalnie zaprojektowane oprogramowanie dedykowane może być bardzo wydajne, ponieważ jest pozbawione „nadmiarowego balastu” obecnego w uniwersalnych platformach. Programiści mogą zoptymalizować kod pod konkretne scenariusze użycia. Ponadto skalowanie jest kwestią architektury ustalonej na etapie projektu – można zaplanować system tak, by obsłużył setki tysięcy użytkowników

jednocześnie, jeśli jest taka potrzeba. Nie jesteśmy tu ograniczeni żadnymi licencjami co do liczby produktów czy użytkowników – wszystko zależy od naszej infrastruktury i kodu.

- **Bezpieczeństwo i unikatowość:** Zwolennicy rozwiązań dedykowanych podkreślają, że własny kod jest mniej podatny na masowe ataki niż popularne platformy, bo **hakerzy nie znają jego struktury** tak jak znają WordPressa czy Presty. Oczywiście wymaga to, by kod był dobrze napisany i przetestowany pod kątem bezpieczeństwa. Dobrze zaprojektowany sklep dedykowany może osiągnąć wysoki poziom bezpieczeństwa i stabilności, zwłaszcza jeśli stoi za nim doświadczona firma developerska.
- **Brak abonamentów i opłat licencyjnych:** Po stworzeniu dedykowanego oprogramowania sklep jest naszą własnością (chyba że korzysta z komponentów licencjonowanych, co zwykle się unika). Nie płacimy miesięcznych opłat za korzystanie z platformy – ponosimy głównie **koszt wytworzenia i ewentualnie serwisu**. Utrzymanie sprowadza się do opłat za infrastrukturę (serwery) oraz wynagrodzenia dla programistów za rozwój i wsparcie, ale nie mamy narzutu marży dostawcy platformy e-commerce. W długim horyzoncie (wiele lat) może to być finansowo korzystne dla bardzo dużych biznesów, które i tak zatrudniają własnych programistów.

Wady rozwiązań dedykowanych:

- **Ogromne koszty początkowe (wdrożenie) i specjalistyczne zasoby:** Zbudowanie od podstaw profesjonalnego sklepu internetowego to przedsięwzięcie złożone i kosztowne. Trzeba zaangażować analityków, programistów, testerów, projektantów UX/UI. Według szacunków rynkowych, stworzenie dedykowanego sklepu średniej wielkości w Polsce kosztuje od **30 tys. do nawet 250 tys. zł netto** (zależnie od zakresu funkcji). To duża inwestycja, na którą pozwolić sobie mogą tylko firmy z odpowiednim kapitałem. Dodatkowo dochodzą koszty utrzymania zespołu developerskiego lub umowy serwisowej – bo software wymaga ciągłych ulepszeń i napraw błędów. Dla małej firmy jest to bariera zaporowa.
- **Długi czas realizacji:** Wdrożenie platformy dedykowanej trwa o wiele dłużej niż uruchomienie sklepu na gotowym systemie. Nawet stosunkowo podstawowy sklep tworzony na zamówienie może powstawać **kilka miesięcy**, a rozbudowane projekty ciągną się rok i dłużej. Obejmuje to fazy analizy, projektowania, programowania, testów, poprawek. W tym czasie moglibyśmy już sprzedawać na gotowej platformie – stąd duży **utracony koszt alternatywny**. Dla biznesu, który

chce szybko wejść na rynek, czekanie 6-12 miesięcy na platformę może oznaczać utratę przewagi.

- **Ryzyko technologiczne:** Tworząc coś od podstaw, bierzemy na siebie ryzyko, że projekt się nie powiedzie lub będzie pełen błędów. Zewnętrzne platformy są sprawdzone przez tysiące sklepów, a dedykowane rozwiązanie dopiero w trakcie eksploatacji ujawnia swoje ewentualne słabości. Jeśli wybrana firma developerska nie spisze się, możemy otrzymać wadliwy produkt i trudniej będzie znaleźć kogoś, kto to szybko naprawi, a przy dedykowanym rozwiązaniu **to my musimy zadbać o nadążanie za zmianami** – co generuje kolejne koszty i prace.
- **Utrzymanie i rozwój w całości po naszej stronie:** Każda nowa funkcja, której zażyczą sobie biznes czy klienci, musi zostać zaprogramowana. W przypadku gotowych systemów wiele funkcji dostajemy od razu lub w aktualizacjach – tu każda nowość wymaga zlecenia prac programistycznych. To sprawia, że utrzymanie dedykowanego sklepu jest kosztowne i wymaga stałej współpracy z programistami. Jeśli zespół, który tworzył platformę, przestanie świadczyć usługi, musimy szukać kogoś innego kto przejmie projekt – co bywa trudne, bo nie każdy chce wchodzić w czyjś kod. Krótko mówiąc, **jesteśmy software housem dla samych siebie** – co jest dość odległe od core biznesu większości sprzedawców.
- **Często zbędne „wyważanie otwartych drzwi”:** Wiele funkcji sklepu internetowego to elementy standardowe (koszyk, checkout, integracja z płatnościami, mailingi transakcyjne itd.). Tworząc wszystko od podstaw, ponosimy koszt implementacji czegoś, co w gotowych platformach już istnieje i działa niezawodnie. Dlatego rozwiązanie dedykowane ma sens głównie wtedy, gdy **naprawdę nietypowe wymagania** uzasadniają tworzenie całego mechanizmu samemu. W przeciwnym razie lepiej skorzystać z istniejących, sprawdzonych komponentów.

Reasumując, **dedykowane platformy e-commerce** są wybierane przez firmy, które mają bardzo specyficzne potrzeby lub dużą skalę działania i traktują własne oprogramowanie jako inwestycję w przewagę konkurencyjną. Wymaga to dużych nakładów finansowych, czasu i kompetencji. Dla początkującego e-sprzedawcy taka opcja jest praktycznie nieosiągalna (i niepotrzebna) – lepiej wtedy skupić się na SaaS lub open-source. Warto dodać, że istnieje też możliwość pośrednia: skorzystanie z **dedykowanych rozwiązań tworzonych przez agencje jako produkt**. Niektóre agencje mają własne autorskie platformy (czasem oparte na open-source), które wdrażają u klientów, łącząc cechy dedykowanego podejścia (duża personalizacja) z mniejszym kosztem dzięki reutilizacji swojego kodu. To jednak wciąż rozwiązania dla średnich i większych firm.

Porównanie typów platform – SaaS vs open-source vs dedykowane

Dla lepszego zobrazowania różnic, poniżej zestawiamy kluczowe kryteria wyboru platformy w zależności od typu rozwiązania:

KRYTERIUM	PLATFORMA SAAS	PLATFORMA OPEN-SOURCE	ROZWIĄZANIE DEDYKOWANE
Koszty początkowe	Niskie – opłata abonamentowa, często kilkaset zł lub mniej.	Średnie – brak licencji, ale koszty wdrożenia (instalacja, konfiguracja, szablon).	Bardzo wysokie – projekt od zera może kosztować dziesiątki lub setki tys. zł.
Koszty utrzymania (TCO)	Stały abonament (zależny od planu i obrotów), czasem prowizje od sprzedaży.	Koszt hostingu, domeny, certyfikatów + prace programistyczne (aktualizacje, wsparcie).	Koszty własnej infrastruktury + stałe koszty zespołu programistów i serwisu.
Wymagana wiedza techniczna	Bardzo mała – dostawca zarządza infrastrukturą i aktualizacjami.	Wysoka – potrzebne umiejętności administrowania serwerem i kodem (lub zatrudnienie specjalistów).	Bardzo wysoka – konieczny zespół IT planujący, budujący i utrzymujący system.
Czas uruchomienia	Najkrótszy – sklep można uruchomić w kilka dni (konfiguracja).	Średni – od kilku tygodni (przy prostym wdrożeniu) do kilku miesięcy (przy większych modyfikacjach).	Najdłuższy – od kilku miesięcy do ponad roku, w zależności od skali projektu.
Elastyczność i personalizacja	Ograniczona – zmiany w ramach dostępnych opcji i integracji oferowanych przez dostawcę; brak dostępu do pełnego kodu.	Bardzo duża – pełny dostęp do kodu, możliwość instalacji tysięcy wtyczek lub własnej modyfikacji każdego elementu.	Pełna – funkcjonalność i wygląd tworzone na zamówienie; ograniczeniem jest jedynie wyobraźnia i budżet.

KRYTERIUM	PLATFORMA SAAS	PLATFORMA OPEN-SOURCE	ROZWIĄZANIE DEDYKOWANE
Skalowalność	Dostawca dba o skalowanie .	Zależy od infrastruktury – można zwiększać moc serwerów; oprogramowanie może obsłużyć bardzo duże sklepy przy odpowiedniej optymalizacji.	Projektowana indywidualnie – można zbudować system pod dowolną skalę (kwestia architektury i kosztów infrastruktury).
Integracje i omnichannel	Gotowe integracje z popularnymi usługami .	Szeroki wachlarz wtyczek integracyjnych ; możliwość stworzenia dowolnej integracji przez API. Omnichannel możliwy poprzez dodatkowe oprogramowanie .	Pełna dowolność – można zaprogramować integrację z każdym systemem (ERP, POS, marketplace) i uwzględnić omnichannel już w projekcie. Wymaga to jednak dodatkowej pracy deweloperskiej przy każdej integracji.
**Łatwość obsługi .	Umiarkowana – zależy od platformy. WooCommerce (WordPress) jest dość intuicyjny, PrestaShop ma średnio przyjazny panel, Magento jest bardzo złożone i wymaga szkolenia.	Zależy od projektu – panel może być dostosowany do potrzeb firmy, ale zwykle nie będzie tak dopracowany UX-owo jak w przypadku produktów rozwijanych latami dla setek tysięcy użytkowników.	

KRYTERIUM	PLATFORMA SAAS	PLATFORMA OPEN-SOURCE	ROZWIĄZANIE DEDYKOWANE
Wsparcie i społeczność	Wsparcie zapewnia dostawca (helpdesk, dokumentacja). Społeczność użytkowników często mniejsza (zamknięte platformy).	Brak oficjalnego supportu producenta, ale duża społeczność na forach, grupach (zwłaszcza dla WooCommerce, Presty). Możliwość wynajęcia dowolnej firmy/eksperta do pomocy – nie jesteśmy ograniczeni jednym dostawcą.	Wsparcie zapewnia nasz własny zespół lub wykonawca. Społeczność jako taka nie istnieje (chyba że opiera się częściowo na open-source). Wszystko zależy od kompetencji zatrudnionych specjalistów.
Przykładowe platformy	Shoper, IdoSell, Shopify, Shoplo przez dedykowane zespoły.		

Powyższa tabela stanowi ogólne porównanie – oczywiście w szczegółach konkretne platformy mogą odbiegać od tego zarysu. Warto jednak zauważyć kilka kluczowych różnic: platformy **SaaS górują pod względem łatwości obsługi i szybkości wdrożenia**, **open-source wygrywają w kategoriach elastyczności i kontroli**, zaś **dedykowane rozwiązania** dają pełną swobodę kosztem ogromnej złożoności i ceny. Zrozumienie tych trade-offów jest ważne przed podjęciem decyzji, na które rozwiązanie postawić.