

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Πάτρα)



Τίτλος Εργασίας
«ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ
ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ»

Πτυχιακή Εργασία των

ΚΑΝΕΛΛΑΚΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ

ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ

ΝΙΚΟΛΑΟΥ ΘΩΜΑΣ

Επιβλέπων: Δρ. Μπακάλης Άρης

ΠΑΤΡΑ, 2015

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία εκπονείται στα πλαίσια των προπτυχιακών σπουδών μας στο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδος, και συγκεκριμένα στην σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Αρχικά προσεγγίζεται η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου γενικότερα και του ηλεκτρονικού καταστήματος ειδικότερα βιβλιογραφικά και στη συνέχεια κατασκευάζεται μια ιστοσελίδα δοκιμαστικού τύπου local host όπου διατίθεται δωρεάν στον internet. Για τον λόγο αυτό θα δημιουργήσουμε μια ιστοσελίδα στα πρότυπα μιας κανονικής, αλλά με μικρότερο αριθμό προϊόντων και πιο απλή ως προς τις επιλογές. Παρόλο που θα το χρησιμοποιήσουμε το πρόγραμμα για δοκιμαστική ιστοσελίδα, υπάρχει η δυνατότητα να ανεβεί στο διαδίκτυο και να τεθεί ακόμη και σε κανονική λειτουργία. Η διαδικασία αυτήν θα μελετηθεί στα τελευταία κεφάλαια της πτυχιακής. Περισσότερο για να γίνει αυτό υπάρχουν free web server χωρίς χρεώσεις αλλά και web server επί πληρωμή. Εμείς θα χρησιμοποιήσουμε έναν free web server όπου και θα φιλοξενήσει την ιστοσελίδα μας στο διαδίκτυο.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο «ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ».....	10
1.1. Τι είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα;.....	10
1.2. Χαρακτηριστικά Ηλεκτρονικού Καταστήματος.....	12
1.3. Είδη Ηλεκτρονικών Αγορών (e-markets)	14
1.4. Ανάλυση Απαιτήσεων Ηλεκτρονικού Καταστήματος.....	15
1.5. Οφέλη Ηλεκτρονικού Καταστήματος.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο «ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ στην ΕΛΛΑΔΑ».....	18
2.1. Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου	18
2.1.1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο.....	19
2.2. Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου	20
2.2.1. Πεδία εφαρμογής του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	22
2.3. Σύντομη ιστορική αναδρομή.....	24
2.4. Η αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου B-C στην Ελλάδα	26
2.5. On-line ασφάλειες: Μια αναδυόμενη αγορά.....	28
2.6. Καταγραφή και αξιολόγηση των ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων	29
2.7. Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου	32
2.7.1. Πλεονεκτήματα ως προς τον Καταναλωτή.....	32
2.7.2. Πλεονεκτήματα ως προς την Εταιρεία	33
2.8. Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου	34

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο «ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM –CMS)»	36
3.1. Γενικά Για τα CMS	36
3.2. Πλεονεκτήματα των CMS.....	37
3.3. Τύποι CMS	38
3.4. CMS κλειστού κώδικα	39
3.5. CMS Ανοικτού Κώδικα	39
3.6. Τα πιο δημοφιλή CMS ανοιχτού κώδικα	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο «ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ - Joomla CMS».....	43
4.1. Web Browsers	43
4.2. Domain Name	44
4.3. Web Server	44
4.4. Στατικές Ιστοσελίδες.....	44
4.5. Δυναμικές Ιστοσελίδες.....	45
4.6. Apache.....	45
4.7. PHP.....	46
4.8. Γενικά για το Joomla!	47
4.9. Χαρακτηριστικά του Joomla!.....	48
4.10. Η Δομή του Joomla!	49
4.11. Δυνατότητες Διαχείρισης.....	50
4.12. Εγκατάσταση Joomla!	51
4.13. Εγχειρίδιο Διαχείρισης	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο «ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ»	53
5.1. Εγκατάσταση joomla & VirtueMart.....	53
5.2. Η διαφορά Virtuemart & joomla στην λειτουργικότητα τους.....	65

5.3.	Διαχείριση Virtuemart.....	66	
5.3.1.	Εγκατάσταση γλώσσας.....	66	
5.3.2.	Δημιουργία Καταστήματος.....	69	
5.3.3.	Δημιουργία κατασκευαστή.....	72	
5.3.4.	Διαχείριση προϊόντων.....	74	
5.3.5.	Διαχείριση χρηστών-πελατών.....	88	
5.3.6.	Μέθοδοι αποστολής-πληρωμής.....	93	
5.3.7.	Διαχείριση παραγγελιών.....	100	
5.4.	Διαχείριση Joomla.....	109	
5.4.1.	Διαχείριση Προτύπων.....	109	
5.4.2.	Διαχείριση Ενθεμάτων.....	111	
5.4.3.	Διαχείριση Άρθρων.....	114	
5.4.4.	Διαχείριση Μενού.....	118	
5.4.5.	Διαμόρφωση του ιστοτόπου με εικόνες.....	122	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο «ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΝΤΙΓΡΑΦΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ			
ΜΕΤΑΦΟΡΑΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΣΕ ΑΛΛΟΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ (LOCAL SERVER)».....			126
6.1.	Αντίγραφο ασφαλείας Akeeba Backup.....	126	
6.2.	Λήψη και εγκατάσταση της επέκτασης αντιγράφου ασφαλείας Akeeba Backup.....	127	
6.3.	Λήψη αντιγράφου ασφαλείας με Akeeba Backup.....	130	
6.4.	Μεταφορά αρχείων αντίγραφου ασφαλείας σε άλλον υπολογιστή (Local Server).....	136	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο «ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΑΠΟ ΤΟ LOCAL HOST ΣΕ			
WEB SERVER».....			142
7.1.	Δημιουργία Λογαριασμού σε Web Server.....	142	
7.2.	Εφαρμογή πρωτοκόλλου μεταφοράς αρχείων FTP.....	147	
7.3.	Λήψη & Εγκατάσταση προγράμματος FTP (Filezilla).....	148	

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

7.4. Μεταφορά αρχείων στον Web Server μέσω FTP (Filezilla).....	153
7.5. Μεταφορά της βάσης δεδομένων στον Web Server	156
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	164
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	166
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	167

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η δυναμική του Internet επιτρέπει στις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες την προώθηση των προϊόντων & υπηρεσιών τους σε ένα ευρύ αγοραστικό κοινό 365 ημέρες τον χρόνο, καθιστώντας το ηλεκτρονικό κατάστημα ένα πολύ δυνατό εργαλείο για την αύξηση των πωλήσεων.

Το «Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-Commerce)» περιλαμβάνει την αγορά και την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου. Είναι ένα υποσύνολο της στρατηγικής «Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e-Business)» μιας επιχείρησης και συχνά χρησιμοποιείται με σκοπό να προσθέσει ροές εισοδήματος.

Πολλοί άνθρωποι νομίζουν ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι απλώς να διαθέτει μια επιχείρηση ένα δικτυακό τόπο. Αλλά το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι κάτι πολύ παραπάνω από αυτό. Υπάρχουν πολλές εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, όπως η ηλεκτρονική τραπεζική, η αγορά προϊόντων και υπηρεσιών από ηλεκτρονικά καταστήματα και εμπορικά κέντρα, η αγορά μετοχών, η εύρεση επαγγέλματος, η διεξαγωγή μιας δημοπρασίας, και η ηλεκτρονική συνεργασία σε έργα έρευνας και ανάπτυξης. Οι εφαρμογές του καλύπτουν όλο τον εμπορικό κύκλο, από την ηλεκτρονική διακίνηση πληροφοριών έως την ολοκλήρωση συναλλαγών που αφορούν αγαθά και υπηρεσίες, συμπεριλαμβάνοντας και τρίτους φορείς όπως τράπεζες, ασφαλιστικές logistics κ.ά. Πολλές επιχειρήσεις έχουν γίνει εξαιρετικά κερδοφόρες μέσω των ηλεκτρονικών πωλήσεων. Οι υπολογιστές της Dell και το Amazon είναι από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Μικρές εταιρίες αλλά και μεμονωμένα άτομα μπορούν επίσης να εμπορευτούν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους σε παγκόσμια βάση μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Επιπλέον, περιλαμβάνει και επιχειρήσεις των οποίων ο πρωταρχικός στόχος δεν είναι αναγκαστικά το οικονομικό κέρδος, όπως είναι τα νοσοκομεία και οι υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (ΙΚΑ και άλλα δημόσια ταμεία, ΔΕΚΟ, τελωνεία).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο «ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ»

1.1. Τι είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα;

E-shop τα γνωστά ως ηλεκτρονικά καταστήματα, είναι ιστότοποι (website) που έχουν δημιουργηθεί από web εφαρμογές, με τις οποίες μπορείτε να ανανεώσετε το περιεχόμενο τους σε πραγματικό χρόνο (εικόνες, τιμές προϊόντων, εκπτώσεις, προσφορές κ.λπ.) και διαθέτουν τα απαραίτητα εργαλεία παρακολούθησης και αυτόματης διαχείρισης μιας on line παραγγελίας.

Η διαδικασία είναι απλή και έχετε τη δυνατότητα να αλλάζετε οποιαδήποτε περιοχή της ιστοσελίδας σας και να την εμπλουτίζετε κατά βούληση χωρίς να χρειάζεται να έχετε τεχνικές γνώσεις και χωρίς να επικοινωνείτε κάθε φορά μαζί μας.

Τα e-shop είναι ιστότοποι (websites) που ο ρόλος τους είναι η αγορά - πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών από το διαδίκτυο (internet). Με την δημιουργία ενός e-shop μια επιχείρηση μικρή ή μεγάλη θα έχει στην διάθεση της, ένα επιπλέον "κατάστημα" το οποίο θα πουλάει αυτόματα όλο το 24ωρο, χωρίς κόστος. Επίσης θα αποτελεί και ένα χώρο (site) διαφήμισης της εταιρείας σας.

Μια από τις σημαντικότερες εκφάνσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι και τα ηλεκτρονικά καταστήματα (electronic shops, cybermalls). Κάθε χρήστης του διαδικτύου μπορεί μέσα από την οθόνη του υπολογιστή του να βλέπει τα προϊόντα ενός καταστήματος και να αγοράζει αυτά που τον ενδιαφέρουν, πληρώνοντας φυσικά το ανάλογο αντίτιμο (www.elwikipedia.org).

Το προϊόν φθάνει στον καταναλωτή μέσω ταχυμεταφορών (courier), επιβαρυνόμενο ως εκ τούτου με το κόστος μεταφοράς. Ωστόσο, η απουσία του μεσάζοντα διευρύνει σημαντικά το περιθώριο κέρδους με αποτέλεσμα η επιχείρηση στις περισσότερες φορές να μπορεί εύκολα να απορροφήσει τα έξοδα μεταφοράς. Η προβολή του προϊόντος μπορεί να γίνει από τα Μέσα

Μαζικής Ενημέρωσης ή μέσω διαδικτύου, το οποίο τον τελευταίο καιρό έχει αρχίσει να αποδεικνύει τη δυναμική του σε αυτόν τον τομέα.

Η δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος είναι μια σχετικά απλή διαδικασία. Είναι βέβαια δυνατόν να ακολουθηθούν διαφορετικές διαδρομές, ανάλογα με τις πωλήσεις που αναμένει η επιχείρηση και συνεπώς την επένδυση που είναι διατεθειμένη να πραγματοποιήσει. Η πλέον αυτόνομη και πλέον δαπανηρή λύση είναι η αγορά των εφαρμογών που θα δημιουργήσουν το ηλεκτρονικό κατάστημα και του ηλεκτρονικού υπολογιστή που θα φιλοξενήσει τις εφαρμογές όπως επίσης και η μίσθωση της γραμμής που θα εξασφαλίσει τη σύνδεση με το διαδίκτυο. (<http://www.goonline.gr/ebusiness>).

Αυτή ακριβώς η μίσθωση, σε συνδυασμό με το κόστος της γραμμής σύνδεσης ενός διακομιστή (Web server) καθιστά δύσκολη αυτή τη λύση για την μικρομεσαία επιχείρηση, η οποία θέλει να δοκιμάσει την είσοδό της σε αυτήν την νέα αγορά με το μικρότερο επενδυτικό ρίσκο.

Για αυτές τις επιχειρήσεις η βέλτιστη λύση φαίνεται να είναι η ενοικίαση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, απαλλάσσοντάς έτσι τις εταιρείες από τον πάγιο εξοπλισμό και τα τηλεπικοινωνιακά έξοδα. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελείται από το περιβάλλον προβολής των προϊόντων, την αποθήκη, το λογιστήριο και το ταμείο. Ο πελάτης και ο καταστηματάρχης μπορούν να έχουν πρόσβαση σ αυτές τις περιοχές. Ειδικότερα, ο πελάτης έχει πρόσβαση μόνο στην προβολή και το ταμείο μέσω ενός οποιουδήποτε φυλλομετρητή ιστοσελίδων αρκεί αυτός να υποστηρίζει ασφαλείς συναλλαγές

Για την σύνθεση του περιεχομένου του ηλεκτρονικού καταστήματος απαιτείται να υπάρχει μια περιγραφή για κάθε είδος που πρόκειται να πωληθεί μέσω αυτού, ενώ θετικά στην πώληση θα μπορούσε να λειτουργήσει και η ύπαρξη φωτογραφίας. Όταν τα προϊόντα καταχωρηθούν στη βάση δεδομένων του καταστήματος και δημιουργηθεί το περιβάλλον προβολής, ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να αγοράσει ένα ή περισσότερα εξ'αυτών πληρώνοντας με πιστωτική κάρτα ή αντικαταβολή. Ο καταστηματάρχης μπορεί μέσα από ένα απλό στη χρήση περιβάλλον αλληλεπίδρασης (Web Interface) να ελέγχει την αποθήκη του προσθέτοντας ή αφαιρώντας προϊόντα, να καθορίζει την πολιτική πωλήσεων κάνοντας εκπτώσεις και προσφορές και τέλος, να παρακολουθεί τους πραγματοποιημένους τζίρου.

Όταν ο πελάτης φθάσει στο ταμείο έχει στη διάθεση του δύο βασικούς τρόπους για να πληρώσει. Η πιστωτική κάρτα είναι ο πιο άμεσος, καθώς η συναλλαγή ολοκληρώνεται απευθείας με τον έλεγχο της κάρτας και τη μεταφορά των χρημάτων στον τραπεζικό λογαριασμό του καταστηματάρχη. Αντίθετα με την αντικαταβολή, που είναι ο δεύτερος τρόπος πληρωμής, η συναλλαγή θεωρείται ότι έχει ολοκληρωθεί όταν ο αγοραστής πληρώσει τον ταχυδρόμο ή τον μεταφορέα, που θα μεταφέρει το προϊόν στο σπίτι του. (πιο λεπτομερής αναφορά τρόπων πληρωμής γίνεται στη συνέχεια της εργασίας)

Το συνολικό κόστος ενοικίασης ηλεκτρονικού καταστήματος συντίθεται από τρία μέρη: το κόστος δημιουργίας βάσης δεδομένων και προβολής των προϊόντων (setup fee) ,το μηνιαίο ενοίκιο και την προμήθεια επί των πωλήσεων. Καθένας εξ' αυτών των παραγόντων διαμορφώνεται ανάλογα με την εταιρεία που ενοικιάζει το ηλεκτρονικό κατάστημα και τις απαιτήσεις της ενδιαφερόμενης επιχείρησης.

Αν για παράδειγμα τα προϊόντα της αριθμούν μερικές δεκάδες, το setup fee είναι σαφώς χαμηλότερο από αυτό κάποιας άλλης επιχείρησης με εκατοντάδες ή χιλιάδες προϊόντα. Επίσης, ανάλογα με το προϊόν και τα περιθώρια κέρδους που αυτό έχει διαμορφώνεται και η προμήθεια επί των πωλήσεων.

Στην ελληνική αγορά αυτή τη στιγμή υπάρχουν 3 εταιρίες που αναλαμβάνουν την ενοικίαση ηλεκτρονικών καταστημάτων, η Compulink, η Hellas On Line και ο Istos. Εντούτοις, μόνο η πρώτη έχει δραστηριοποιηθεί και στην πράξη, έχοντας ενοικιάσει χώρους για 5 ηλεκτρονικά καταστήματα, το τελευταίο εκ των οποίων ασχολείται με πωλήσεις ξενόγλωσσων βιβλίων Πληροφορικής. Η πρώτη, ιδιοκτήτρια εταιρεία του COSMOS MALL, δεν εμπορεύεται η ίδια κανένα προϊόν σε κανένα από τα καταστήματα. Ο ρόλος της περιορίζεται στην παροχή του εικονικού χώρου καθώς και των λοιπών υπηρεσιών που σχετίζονται με την εύρυθμη λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορικού κέντρου

1.2. Χαρακτηριστικά Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Τα βασικά χαρακτηριστικά ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι τα ακόλουθα:

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

- Ø Υποστήριξη απεριόριστων προϊόντων - κατηγοριών
- Ø Δομή 'προϊόντα – κατηγορίες'
- Ø Δομή 'προϊόντα – προϊόντα'
- Ø Προσθήκη/ επεξεργασία/ διαγραφή προϊόντων, προμηθευτών, πελατών
- Ø Υποστήριξη προϊόντων με παραγγελία, αλλά και προϊόντων που παραδίδονται άμεσα(download)
- Ø Ασφαλές control panel διαχειριστή με username και password τα οποία δηλώνονται κατά την εγκατάσταση
- Ø Άμεση επικοινωνία με τους πελάτες μέσω email ή newsletter
- Ø Εύκολο backup και restore της βάσης δεδομένων
- Ø Μπορεί κάποιος να διαλέξει τον τρόπο εμφάνισης των προϊόντων
- Ø Υποστήριξη για στατικά και δυναμικά banner με πλήρη στατιστικά
- Ø Οι παραγγελίες αποθηκεύονται σε βάση δεδομένων για εύκολη πρόσβαση
- Ø Οι πελάτες μπορούν να δουν το ιστορικό των παραγγελιών τους
- Ø Βιβλίο διευθύνσεων πελατών
- Ø Προσωρινή κάρτα αγορών για τους επισκέπτες και μόνιμη κάρτα αγορών για τους πελάτες
- Ø Γρήγορη και φιλική προς τον χρήστη αναζήτηση
- Ø Περιγραφές και σχόλια για τα προϊόντα
- Ø Ο αριθμός των προϊόντων για την κάθε κατηγορία μπορεί να είναι ορατός ή να μην φαίνεται.
- Ø Λίστα με τα πρώτα σε πωλήσεις προϊόντα
- Ø Εύκολη πλοήγηση στο site

Ø Αποστολή email σχετικών με την ανάλογη κατηγορία προϊόντων

Ø Πολλαπλοί τρόποι πληρωμής online ή offline

Ø Αυτόματος υπολογισμός του φόρου ανάλογα με το προϊόν

1.3. Είδη Ηλεκτρονικών Αγορών (e-markets)

Οι B2B ηλεκτρονικές αγορές διακρίνονται σε διάφορα είδη με βάση κάποια κριτήρια. Έτσι μπορούν να διακριθούν :

i. Με βάση τον κλάδο δραστηριότητάς τους, σε κάθετες και οριζόντιες.

Οι κάθετες ηλεκτρονικές αγορές αφορούν έναν συγκεκριμένο κλάδο, τον κλάδο της βιομηχανίας και τα παρακλάδια αυτού. Για παράδειγμα, υπάρχουν αγορές για την χημική βιομηχανία στο σύνολο της αλλά και αγορές μόνο για την προμήθεια χημικών αναλυτικών οργάνων. Στις οριζόντιες αγορές συμμετέχουν επιχειρήσεις ανεξαρτήτως κλάδου και είναι συνήθως ηλεκτρονικές αγορές για την διακίνηση υπηρεσιών ή προϊόντων γενικής χρήσης.

ii. Με βάση το καθεστώς ιδιοκτησίας ή διαχείρισης σε:

§ **Ανεξάρτητες (τρίτης οντότητας)** Είναι οι ηλεκτρονικές αγορές που δημιουργούνται και ανήκουν σε ένα τρίτο ανεξάρτητο φυσικό ή νομικό πρόσωπο, που δεν είναι ούτε ο αγοραστής ούτε ο πωλητής. Συνήθως είναι κάποιος πάροχος τεχνολογικών εφαρμογών, που παρέχει ηλεκτρονικές υπηρεσίες αγοραπωλησιών και προστιθέμενης αξίας. Οι αγορές τρίτης οντότητας , που μπορεί να είναι κάθετες οι οριζόντιες, αποτελούν την πλειοψηφία των ηλεκτρονικών αγορών.

§ **Κοινοπραξίες (consortia e-marketplaces)** Λειτουργούν ως κοινότητες που ιδρύονται από μερικούς συμμετέχοντες (πωλητές και αγοραστές) που ενώνουν τις δυνάμεις τους για να εξυπηρετήσουν τις εμπορικές τους ανάγκες. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελούν μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες (Ford, Daimler, Chrysler κ.α.), οι οποίες δημιούργησαν την κοινή

ηλεκτρονική αγορά Covisint, για να συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με τους προμηθευτές τους σε όλο τον κόσμο.

§ Εταιρικές Πρόκειται για τη δημιουργία ηλεκτρονικών αγορών από μία μόνο επιχείρηση, με σκοπό να πραγματοποιήσει ηλεκτρονικά την συνεργασία της με τους εμπορικούς της συνεργάτες.

§ Δημόσιες (Ανοιχτές) & Ιδιωτικές (Κλειστές) Στις Δημόσιες αγορές , η συμμετοχή είναι ανοιχτή προς όλες τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις, ενώ στις ιδιωτικές συμμετέχουν μόνο κλειστές ομάδες επιχειρήσεων. Σχεδόν όλες οι ανεξάρτητες αγορές που αναφέραμε είναι δημόσιες, ενώ οι εταιρικές και οι ηλεκτρονικές αγορές κοινοπραξιών είναι συνήθως κλειστές .

1.4. Ανάλυση Απαιτήσεων Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Με τον όρο «ανάλυση απαιτήσεων» στον κόσμο της πληροφορικής αναφερόμαστε στην πρακτική διεξοδικού καταρτισμού, επεξεργασίας και εξέτασης στόχων, πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την υλοποίηση κάθε έργου πληροφορικής (π.χ. η δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος , η εγκατάσταση συστήματος ERP κ.ά.). Αξίζει την ιδιαίτερη προσοχής μας, καθώς συνεισφέρει σημαντικά στην επιτυχημένη ολοκλήρωση έργων.

Έτσι σύμφωνα με τα παραπάνω η ανάλυση απαιτήσεων θα πρέπει να προηγείται της δημιουργίας δικτυακού τόπου, ειδικά όταν αυτός προορίζεται για την άσκηση ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο ορθολογικός σχεδιασμός, η μακρόπνοη στρατηγική και η ορθή εκτίμηση των προοπτικών θα συμβάλουν στη δημιουργία ενός site που θα έχει όλα τα εχέγγυα για να θεωρείται επιτυχημένο.

Ας δούμε αναλυτικά πώς μπορεί να διαρθρωθεί η ανάλυση των απαιτήσεων για ένα ηλεκτρονικό κατάστημα: το καλύτερο γι' αυτόν το σκοπό είναι να συνταχθεί μία λίστα με ερωτήματα, στα οποία θα πρέπει να δοθούν απαντήσεις. Στην αρχή θα πρέπει να τεθούν προς απάντηση ορισμένα επιχειρηματικά ζητήματα. Μεταξύ άλλων, ποιο ή ποια είναι τα προϊόντα που θέλουμε να εμπορευόμαστε, αν υπάρχει ανταγωνισμός στα συγκεκριμένα προϊόντα και τι επιπέδου, ποιο

είναι το στοχευόμενο κοινό (target group) στο οποίο θα απευθυνθούμε, τι ποσό μπορούμε να επενδύσουμε για την ανάπτυξη του καταστήματος, τι μεθόδους διανομής και πληρωμών θα ακολουθήσουμε κ.ο.κ. Επιπλέον, ποιος είναι ο μέγιστος αριθμός πελατών που θα μπορούν να εξυπηρετούνται ηλεκτρονικά ταυτόχρονα; Τι μέτρα θα λάβουμε για την ασφάλεια των συναλλαγών και των προσωπικών δεδομένων;

Στη συνέχεια θα πρέπει να τεθούν τεχνικά ζητήματα, σε συνεννόηση με κάποιον τεχνικό. Για παράδειγμα: θα επιλεγεί κάποια προκατασκευασμένη πλατφόρμα ή το ηλεκτρονικό κατάστημα θα αναπτυχθεί εκ του μηδενός; Αν επιλεγεί προκατασκευασμένη πλατφόρμα θα προτιμηθεί κλειστού ή ανοιχτού κώδικα και γιατί; Πού θα φιλοξενηθεί (hosting) το ηλεκτρονικό κατάστημα; Θα ενοικιάσουμε χώρο σε δικό μας διακομιστή ή σε κάποιον πάροχο; Ποιες ακριβώς λειτουργίες θέλουμε να επιτελεί και τι δυνατότητες θέλουμε να προσφέρει στους χρήστες; Ποια επιθυμούμε να είναι η δομή του; Σε ποιους φυλλομετρητές (browsers) θέλετε να είναι καλύτερα προσβάσιμο; Θέλετε να συνεργάζεται με κάποια βάση δεδομένων και με ποια; Θα προτιμήσετε κάποιο εισαγωγικό με animation (κίνηση εικόνας); Πώς επιθυμείτε να γίνεται η διαχείριση του περιεχομένου και η συντήρηση του site; Πόσο γρήγορα θα ανοίγουν οι σελίδες που καλούνται μέσω αργών συνδέσεων;

1.5. Οφέλη Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα (E-Shop) είναι ουσιαστικά ένα αυτοματοποιημένο σύστημα ηλεκτρονικών πωλήσεων. Κάνει την ίδια δουλειά με το παραδοσιακό σας κατάστημα, δηλαδή παρουσιάζει και πουλάει τα προϊόντα σας. Η μόνη διαφοροποίηση είναι ότι οι πωλήσεις πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικών μηχανισμών.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα προσφέρει στρατηγικά πλεονεκτήματα σε μια επιχείρηση. Στο διαδίκτυο, το μέγεθος της επιχείρησης δεν παίζει σημαντικό ρόλο. Μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις έχουν την ίδια πρόσβαση στους πελάτες και μπορούν να δημιουργήσουν παρόμοια παρουσία στο διαδίκτυο. Ακόμη, η έδρα της επιχείρησης δεν παίζει κανένα ρόλο. Όπου και να βρίσκεται η επιχείρηση, οι πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση στον δικτυακό τόπο της. Ένα

ηλεκτρονικό κατάστημα επιτρέπει όχι μόνο τη διεύρυνση της πελατείας, αλλά και την υπέρβαση των περιορισμών στα ωράρια λειτουργίας, γιατί μπορούν να πουληθούν αγαθά όλο το 24ώρο. Πιο συγκεκριμένα, τα πλεονεκτήματα μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο είναι:

- Ευρεία γεωγραφική κάλυψη: Η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να απευθυνθεί σε πελάτες που βρίσκονται παντού, χωρίς τη σύσταση τοπικού υποκαταστήματος.
- Ελαχιστοποίηση της προμηθευτικής αλυσίδας: Ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί απευθείας στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη «ενδιάμεσων».
- Μείωση λειτουργικού κόστους: Η μείωση του λειτουργικού κόστους οφείλεται στο γεγονός ότι η επιχείρηση μπορεί να εξυπηρετήσει τους πελάτες με ελάχιστο κόστος. Επίσης, όσο αυξάνεται ο αριθμός των πελατών του ηλεκτρονικού καταστήματος τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησης αυτών.
- Συνεχής λειτουργία: Το διαδίκτυο είναι ίσως το μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών οποιαδήποτε στιγμή το 24ώρο.
- Εργαλείο μάρκετινγκ: Η επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες του διαδικτύου για προσφορές, διαχείριση και ενημέρωση πελατών, στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα σας φέρνει πιο κοντά στους πελάτες σας, αφού μπορούν να έχουν κατευθείαν πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχετε. Ακόμη, σας προσφέρει τη δυνατότητα ανάλυσης της αγοράς, αξιοποιώντας την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών. Τα βασικά οφέλη της επιχείρησης με τη λειτουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι:

- Αύξηση των πωλήσεων.
- Άμεση ικανοποίηση των πελατών.
- Άμεση ενημέρωση των πελατών για καινούργια προϊόντα.
- Βελτίωση της επικοινωνίας με τους πελάτες.
- Βέλτιστη διαχείριση των προϊόντων και παραγγελιών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο «ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

2.1. Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Με τον όρο «Ηλεκτρονικό Εμπόριο» εννοούμε κάθε εμπορική συναλλαγή, η οποία εκτελείται αποκλειστικά σε ηλεκτρονικό επίπεδο, δηλαδή με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών που συνδέονται μέσω τηλεφωνικών γραμμών. Για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας συναλλαγής χρησιμοποιείται κατάλληλο λογισμικό και πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί οι οποίοι επιτρέπουν την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων ανάμεσα στις δύο πλευρές (μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών) που εμπλέκονται στην κάθε συναλλαγή.

Με άλλα λόγια, η συγκεκριμένη μορφή συναλλαγής πραγματοποιείται παρακάμπτοντας τον ανθρώπινο παράγοντα και ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα την πιθανότητα λάθους ή την κακόβουλη χρήση στοιχείων.

Μία απλή προσέγγιση του όρου « Ηλεκτρονικό Εμπόριο (electronic commerce)» είναι οι εμπορικές συναλλαγές που πραγματοποιούν εταιρίες και φυσικά πρόσωπα μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων και προγραμμάτων . Σύμφωνα με την ECA (Electronic Commerce Association) ο ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι ο ακόλουθος [ECA]:

«Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει οποιαδήποτε μορφή επιχειρηματικής ή διοικητικής συναλλαγής ή ανταλλαγής πληροφοριών, η οποία εκτελείται με τη χρησιμοποίηση οποιασδήποτε τεχνολογίας Πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών»

Ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρούνται λοιπόν, και οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου και φαξ. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο. Ο πρώτος όρος χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο

με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο. Οι δύο αυτοί τύποι του ηλεκτρονικού εμπορίου θα αναλυθούν εκτενέστερα στη συνέχεια της εργασίας (Ανδρονόπουλος ,2000).

Η συγκεκριμένη λοιπόν, μορφή συναλλαγών, καλείται να επιλύσει παραδοσιακά επιχειρηματικά προβλήματα, όπως τη δυσχέρεια των έγγραφων συναλλαγών, την βελτιστοποίηση της διαχείρισης των αποθεμάτων και να προσφέρει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, όπως η εύρεση νέων εταίρων, προμηθευτών και πελατών σε παγκόσμια κλίμακα με μειωμένο κόστος. Αποτελεί λοιπόν, έναν οικονομικότερο τρόπο για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών και συγχρόνως επιτρέπει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, δίνοντας την ευκαιρία σε μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες με πολύ ευνοϊκότερες προϋποθέσεις (E-Commerce: Impacts and Policy Challenges ,2000).

Για την πραγματοποίηση τέτοιων συναλλαγών χρησιμοποιούνται πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί και το κατάλληλο λογισμικό το οποίο επιτρέπει την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange- EDI) ανάμεσα στις δύο πλευρές που εμπλέκονται στη συγκεκριμένη συναλλαγή.

Καταλαβαίνουμε λοιπόν τη μεγάλη σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων [Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1999]. «Σε λίγα χρόνια (μετά από μια περίοδο προσαρμογής) το να υπάρχει μια επιχείρηση χωρίς e- θα είναι τόσο σπάνιο φαινόμενο όσο το να βρει σήμερα κάποιος μια επιχείρηση χωρίς τηλέφωνο!» [Barth, Machill, 1999].

2.1.1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο

Έμμεσο αναφέρουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο που χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο.

Άμεσο λέμε το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται είτε με πιστωτικές κάρτες είτε με ηλεκτρονικό χρήμα με την αρωγή πάντα και τη σύμπραξη των τραπεζών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο το συναντάμε αρκετά χρόνια σε δίκτυα ενδο-επιχειρησιακά, αξιοποιώντας τα συστήματα EDI (Electronic Data Interchange), που επιτρέπουν απλές συναλλαγές μεγάλου όγκου δεδομένων. Βέβαια τα τελευταία χρόνια η δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο ενός πολύ μεγάλου όγκου επιχειρήσεων καθώς και η επίτευξη συμβατότητας των εφαρμογών EDI με τις υπόλοιπες εφαρμογές που χρησιμοποιούν ως μέσο το Internet, έχουν οδηγήσει στην επόμενη γενιά του ηλεκτρονικού εμπορίου, που είναι η δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών ή επιχειρηματικών συναλλαγών μέσω του Παγκόσμιου Δικτυακού Ιστού (World Wide Web).

Κάποια από τα χαρακτηριστικά που μας οδηγούν στο συμπέρασμα να αναφέρουμε ότι ο Παγκόσμιος Ιστός θεωρείται πλέον ως το καταλληλότερο κανάλι για ηλεκτρονικές αγορές (online purchases) είναι:

- η εξατομίκευση της επικοινωνίας, που έχει ως αποτέλεσμα την ικανοποίηση προσωπικών αναγκών των καταναλωτών
- με χαμηλό κόστος η ταχύτερη μεταφορά μεγάλου όγκου δεδομένων που έχει ως αποτέλεσμα την καλύτερη προώθηση των αγαθών καθώς και την εκτέλεση πολλών συναλλαγών
- στη δια-δραστικότητα του λόγω της αμφίδρομης επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων και καταναλωτών

2.2. Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις εμφανείς κατηγορίες οι οποίες διαμορφώνονται ανάλογα με το ποια είναι τα συναλλασσόμενα μέρη. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

- Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή (Business to Customer - B2C)
- Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση (Business to Business - B2B)
- Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Δημόσια διοίκηση (Business to Government - B2G)

– Ηλεκτρονικό εμπόριο Καταναλωτή προς Δημόσια διοίκηση (Customer to Government - C2G)

Η κατηγορία επιχείρηση προς καταναλωτή σε ένα μεγάλο βαθμό αντιστοιχεί στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο. Είναι η κατηγορία στην οποία ανήκουν όλες οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου, οι οποίες αναπτύσσονται με στόχο την πώληση προϊόντων απευθείας στους τελικούς καταναλωτές. Η κατηγορία αυτή εξαπλώθηκε γρήγορα με την ανάπτυξη του παγκόσμιου ιστού και των τεχνολογιών πληρωμής μέσω Internet. Τώρα υπάρχουν εμπορικά κέντρα σε όλο το Internet, τα οποία προσφέρουν κάθε είδους καταναλωτικά αγαθά, από γλυκά και κρασί μέχρι Η/Υ και βιβλία.

Ειδικά, οι εταιρείες πληροφορικής που ήταν οι πρώτες που εισέβαλαν σ' αυτό το χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ίδρυσαν μια καινούργια αγορά μέσω του Internet και πρόσφεραν ηλεκτρονικά κάθε είδος προϊόντος λογισμικού, όπως επίσης και υπηρεσίες αναβάθμισης και τεχνικής υποστήριξης στους πελάτες τους.

Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση (B2B)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αυτής της μορφής αφορά την διενέργεια ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και αφορά κυρίως την αγορά προμηθειών. Ένα παράδειγμα της κατηγορίας επιχείρηση προς επιχείρηση, μπορεί να είναι μια εταιρία που χρησιμοποιεί ένα δίκτυο παραγγελίας για τους προμηθευτές της, λαμβάνοντας τιμολόγια και κάνοντας πληρωμές.

Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Δημόσια Διοίκηση και Καταναλωτή προς Δημόσια Διοίκηση (B2G) - (C2G)

Οι κατηγορίες αυτές καλύπτουν όλες τις συναλλαγές ανάμεσα σε εταιρείες ή ιδιώτες και φορείς της δημόσιας διοίκησης. Ένα παράδειγμα που αφορά συναλλαγή επιχείρησης προς Δημόσια Διοίκηση είναι πως σε διάφορες χώρες δημοσιεύονται οι λεπτομέρειες των προσεχών κυβερνητικών προμηθειών στο Internet και οι εταιρείες μπορούν να ανταποκριθούν ηλεκτρονικά. Στην περίπτωση δε συναλλαγής μεταξύ καταναλωτή και Δημόσιας Διοίκησης χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το πρόγραμμα TAXIS το οποίο λειτουργεί τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και μέσω του οποίου μπορεί να γίνει η υποβολή φορολογικών δηλώσεων, δηλώσεων Φ.Π.Α. κλπ.

2.2.1. Πεδία εφαρμογής του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να εφαρμοστεί σε μια ευρεία γκάμα επιχειρηματικών λειτουργιών που περιλαμβάνουν:

Ανταλλαγή πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες, πριν την πώληση. Η ανταλλαγή πληροφοριών, η διαφήμιση και ενημέρωση για προϊόντα και υπηρεσίες είναι ίσως η πλέον διαδεδομένη χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Για παράδειγμα, πάρα πολλές επιχειρήσεις διαθέτουν ηλεκτρονικές σελίδες μέσω των οποίων διαφημίζουν στο internet τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν. Οι περισσότερες προσφέρουν παράλληλα και επιπλέον υπηρεσίες στους πελάτες τους και σε κάθε ενδιαφερόμενο, που εμπίπτουν συνήθως σε μία από τις επόμενες κατηγορίες.

Υποστήριξη πελατών πριν και μετά την πώληση. Πολλές επιχειρήσεις δημιουργούν ομάδες συζητήσεων και επαφών με τους πελάτες τους, οι οποίοι με τον τρόπο αυτό μπορούν να επικοινωνούν όχι μόνο με τον προμηθευτή, αλλά και μεταξύ τους ανταλλάσσοντας ιδέες, ερωτήσεις, συμβουλές κ.α. Ένα παράδειγμα τέτοιας εφαρμογής είναι το δίκτυο GEN (Global Engineering Network) που συντονίζεται από τη Siemens Nixdorf και αποτελεί ένα forum επαφών για μηχανικούς, προμηθευτές και πελάτες μηχανολογικού εξοπλισμού από όλη την Ευρώπη (www.gen.net).

Δημιουργία ηλεκτρονικών επιχειρήσεων. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο παρέχει την δυνατότητα δημιουργίας ηλεκτρονικών επιχειρήσεων στο δίκτυο (ηλεκτρονικά καταστήματα-παροχή υπηρεσιών). Επιπλέον πολλές επιχειρήσεις, κυρίως μικρομεσαίες, δημιουργούν Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα δηλαδή ομάδες επιχειρήσεων που συνεργάζονται ηλεκτρονικά δημιουργώντας ένα Εμπορικό Κέντρο στο Internet. Μια ηλεκτρονική επιχείρηση αποτελείται από δυο ή περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα και παρέχει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ισχυρούς και ανταγωνιστικούς ομίλους εταιριών. Το γεγονός αυτό φαίνεται να αλλάζει το συσχετισμό δυνάμεων μεταξύ των επιχειρήσεων. Παράδειγμα μιας ηλεκτρονικής

επιχείρησης αποτελεί η εταιρία Virtual Vineyards, μια κοινοπραξία μικρών παραγωγών κρασιού στην Καλιφόρνια των Η.Π.Α. Η εταιρία υπάρχει μόνο στο δίκτυο δηλαδή δεν έχει φυσική υπόσταση και τη βρίσκουμε στη διεύθυνση www.virtualvin.com. όπου οι επισκέπτες – πελάτες της μπορούν να δουν πληροφορίες για τα προϊόντα της εταιρίας και να παραγγείλουν κρασιά πληρώνοντας μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμών. Οι παραγγελίες των πελατών μεταφέρονται μέσω δικτύου στον κατάλληλο προμηθευτή και τα προϊόντα αποστέλλονται μέσω ταχυδρομείου. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί το σημείο στο οποίο βρίσκεται η παραγγελία του ανά πάσα στιγμή.

Ηλεκτρονικές Τράπεζες. Αρκετές τράπεζες έχουν δημιουργήσει ηλεκτρονικές υπηρεσίες παρέχοντας ένα σύνολο δυνατοτήτων στους πελάτες τους. Οι ηλεκτρονικές τράπεζες παρέχουν στους πελάτες την δυνατότητα να χρεοπιστώνουν τους λογαριασμούς τους μέσα από το internet, να μεταφέρουν κεφάλαια από ένα λογαριασμό σε άλλο ή ακόμη να κάνουν αίτηση για προέγκριση δανείου ή απόκτηση πιστωτικής ή άλλης κάρτας. Άλλες υπηρεσίες που προσφέρονται από τις τράπεζες είναι η εξυπηρέτηση των οικονομικών συναλλαγών των ιδεατών καταστημάτων (με χρήση μηχανισμών ηλεκτρονικών πληρωμών).

Ηλεκτρονική διανομή. Στα πλαίσια της ηλεκτρονικής διανομής μπορούν να ενταχθούν υπηρεσίες on-line διάχυσης πληροφοριών με μηδαμινό, συνήθως, κόστος χρήσης. Για παράδειγμα η εταιρία Oracle διαθέτει μία ηλεκτρονική σελίδα στο internet με διεύθυνση www.oracle.com, μέσω της οποίας οι πελάτες ενημερώνονται για τα προϊόντα της εταιρίας, μπορούν να μεταφέρουν στον υπολογιστή τους δωρεάν δοκιμαστικές εκδόσεις (demos) των προγραμμάτων της εταιρίας, ενώ με πληρωμή μέσω πιστωτικής κάρτας μπορούν να μεταφέρουν ολόκληρα προγράμματα. Ένα άλλο παράδειγμα προέρχεται από το χώρο των εφημερίδων και περιοδικών όπου πολλές εταιρίες παρέχουν τέτοιες υπηρεσίες στους πελάτες τους. Για παράδειγμα η γνωστή βρετανική εφημερίδα Times και Sunday Times μπορεί να προσπελαστεί εξολοκλήρου ηλεκτρονικά και δωρεάν από οποιονδήποτε διαθέτει σύνδεση στο internet στη διεύθυνση www.thetimes.co.uk. Παρόμοιες υπηρεσίες παρέχονται και από πολλές ελληνικές εφημερίδες και περιοδικά (π.χ. η Ελευθεροτυπία στη διεύθυνση www.enet.gr, τα ΝΕΑ και το Βήμα στη διεύθυνση www.dolnet.gr κ.α.).

Ανάπτυξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών μεταξύ επιχειρήσεων. Τέτοιες διαδικασίες φέρνουν σε στενή επαφή τους συμμετέχοντες στο εμπορικό κύκλωμα, συσφίγγοντας τους

επιχειρηματικούς δεσμούς και αποτρέποντας με αυτόν τον τρόπο την αλλαγή συνεργατών (lock-in). Για παράδειγμα, η αλυσίδα σουπερ μάρκετ Tesco της Μ. Βρετανίας έχει αναπτύξει ένα πολύπλοκο σύστημα ανατροφοδότησης των 540 καταστημάτων που διαθέτει στη χώρα.

Κάθε πώληση προϊόντων που καταγράφεται στα ταμεία κάποιου καταστήματος μεταφέρεται ηλεκτρονικά στα κεντρικά γραφεία της εταιρίας. Εκεί γίνεται αυτόματος έλεγχος των αποθεμάτων για το συγκεκριμένο κατάστημα και υπολογίζονται οι ανάγκες κάθε καταστήματος με βάση τα προϊόντα που εμφανίζονται με υπόλοιπο κάτω από το όριο ασφαλείας. Η πληροφορία τελικά στέλνεται ηλεκτρονικά στο αντίστοιχο depot- αποθηκευτικό χώρο της εταιρίας.

Εκεί, αν τα προϊόντα δεν υπάρχουν σε απόθεμα, παραγγέλνονται ηλεκτρονικά από τον κατάλληλο προμηθευτή. Μετά την παραλαβή από το depot τα προϊόντα στέλνονται στο κατάστημα που τα χρειάζεται. Το όλο σύστημα ανατροφοδότησης λειτουργεί με τη στενή συνεργασία των προμηθευτών, οι οποίοι ουσιαστικά συμμετέχουν σε μια κοινή επιχειρηματική διαδικασία ανατροφοδότησης των ραφιών στα καταστήματα του σουπερ μάρκετ (Α.Πομπόρτσας, Α.Τσούλφας, 2002).

2.3. Σύντομη ιστορική αναδρομή

Η ιστορία του ηλεκτρονικού εμπορίου ξεκινάει στην Ελλάδα στις αρχές της δεκαετίας του 1990 με την ίδρυση του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (www.eltrun.gr) στο Οικο- νομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και την έκδοση το 1993 του πανεπιστημιακού βιβλίου EDI: Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων. Οι πρώτες προσπάθειες επικεντρώθηκαν στη χρήση του EDI για B-B (Business to Business), με τους κλάδους του έτοιμου ενδύματος (ιδιαίτερα εξαγωγικός κλάδος εκείνη την εποχή) και του λιανεμπορίου τροφίμων (λόγω των πολυεθνικών προμηθευτών) να έχουν τον κύριο λόγο. Στα μέσα της δεκαετίας του 1990 έχουμε την πρώτη οργανωμένη παρέμβαση της πολιτείας με τα «Κλαδικά Έργα EDI» που χρηματοδοτήθηκαν από το Υπουργείο Ανάπτυξης, και τη δημιουργία υποδομών/υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου από Επιμελητήρια – Εμπορικούς Συλλόγους στα πρότυπα των ηλεκτρονικών κέντρων εμπορίου του ΟΗΕ.

Παράλληλα γίνονται δύο σημαντικές επενδύσεις σε υποδομές X400 από τον ΟΤΕ και τη Forthnet για την ασφαλή ψηφιακή ανταλλαγή εμπορικών παραστατικών.

Η δεκαετία του 2000, με τη σταδιακή εμφάνιση του Διαδικτύου, χαρακτηρίζεται αρχικά από την επιτυχημένη έναρξη σοβαρών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο χώρο B-C (Business to Consumer) (π.χ. airtickets.gr, plaisio.gr, e-shop.gr), στις ηλεκτρονικές αγορές (π.χ. Cosmone, Χρυσή Ευκαιρία, BE, Yassas.gr) και στις εξειδικευμένες υπηρεσίες (IS Impact και ISPs). Στα μέσα της δεκαετίας η σχετική ΠΟΛ του Υπουργείου Οικονομικών για το ηλεκτρονικό τιμολόγιο επιτρέπει πλέον σε πάνω από 2.000 επιχειρήσεις να εμπλέκονται καθημερινά με το ηλεκτρονικό εμπόριο B-B αξιοποιώντας υψηλού επιπέδου ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρονται πλέον από ελληνικές επιχειρήσεις. Το Διαδίκτυο γίνεται πια η βασική υποδομή των ηλεκτρονικών συναλλαγών και της εναλλακτικής τραπεζικής.

Η παρούσα δεκαετία χαρακτηρίζεται από την άνοδο της χρήσης του Internet, που είχε ως επακόλουθο το 2013 περίπου 2,5 εκατ. Έλληνες ετησίως να αγοράζουν on-line υπηρεσίες/προϊόντα αξίας περίπου 3,5 δισ. € Πάνω από 3.000 εταιρείες έχουν ως κύρια δραστηριότητα το ηλεκτρονικό εμπόριο, ενώ υπάρχουν βέλτιστες πρακτικές στο χώρο του τουρισμού, των ασφαλειών, των υπηρεσιών mCommerce, των ολοκληρωμένων λύσεων SCM κ.λπ. Η αρχή της φάσης ωριμότητας προσδιορίζεται το 2012 με την ίδρυση του GRECA (Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου) και των βραβείων e-volution (www.evolutionawards.gr), όπου αναδεικνύονται σε ετήσια βάση βέλτιστες πρακτικές και επιχειρηματική αριστεία στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Σταδιακά αναμένεται η αγορά B-C να διαμορφωθεί στα 5 δισ. € με πάνω από 4-5 εκατ. online αγοραστές. Η συστηματική υιοθέτηση των ηλεκτρονικών προμηθειών στο Δημόσιο, η καθολική χρήση του ηλεκτρονικού τιμολογίου και των ηλεκτρονικών συναλλαγών με το Δημόσιο αναμένεται να αναπτύξουν το B-B Ηλεκτρονικό Εμπόριο στους σημερινούς ευρωπαϊκούς μέσους όρους. Αυτή τη στιγμή πάνω από 15.000 ελληνικές επιχειρήσεις εμπλέκονται σε B-B ηλεκτρονικές συναλλαγές με τους επιχειρηματικούς τους εταίρους.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι 6 εκατ. Έλληνες πλέον χρησιμοποιούν το Internet, και τα 2/3 διαθέτουν λογαριασμούς σε υπηρεσίες ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. facebook). Ο μέσος εβδομαδιαίος χρόνος που αφιερώνει κάποιος on-line στην Ελλάδα φθάνει τις 10 ώρες, ενώ

καθημερινά πραγματοποιούνται πάνω από 500.000 αναζητήσεις στο Internet. Η δε χρήση του Διαδικτύου μέσω κινητών συσκευών αυξάνεται με ταχείς ρυθμούς, 8 φορές ταχύτερα σε σχέση με τον αντίστοιχο ρυθμό διείσδυσης του Διαδικτύου στα PC.

2.4. Η αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου B-C στην Ελλάδα

Αγορές μέσω Διαδικτύου πραγματοποίησε το 2012 το 36% των χρηστών του Internet στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιοποίησε πρόσφατα η Eurostat. Συνολικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση το αντίστοιχο ποσοστό είναι 59%, στοιχείο που δείχνει την ταχεία εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Αν και το ποσοστό στην Ελλάδα παραμένει χαμηλό σε σχέση με τις άλλες χώρες της ΕΕ, παρατηρείται μεγάλη αύξηση σε σύγκριση με το 2008. Ειδικότερα, στην Ελλάδα το 2012 αγόρασαν ρούχα και αθλητικά είδη μέσω Διαδικτύου το 15% των χρηστών Internet, έναντι μόλις 4% το 2008. Κρατήσεις για ταξίδια και διαμονή έκανε μέσω του Internet το 15% των χρηστών στην Ελλάδα έναντι 6% το 2008, βιβλία και περιοδικά αγόρασε το 7% έναντι 5% το 2008, ενώ σε χαμηλά επίπεδα παραμένουν ακόμη οι αγορές τροφίμων και ειδών παντοπωλείου, μόλις 2%.

Τα υψηλότερα ποσοστά αγορών από το Διαδίκτυο καταγράφονται στο Ηνωμένο Βασίλειο (82% των χρηστών), στη Δανία και τη Σουηδία (και στις δύο χώρες το ποσοστό είναι 79%) στη Γερμανία (77%), στο Λουξεμβούργο (73%) και στη Φινλανδία (72%). Αντιθέτως, τις τελευταίες θέσεις καταλαμβάνουν η Ιταλία και η Εσθονία (29% των χρηστών πραγματοποίησαν αγορές μέσω Διαδικτύου το 2012), η Βουλγαρία (17%) και η Ρουμανία (11%).

Τα είδη που κυρίως προμηθεύονται οι Ευρωπαίοι καταναλωτές μέσω Internet είναι ρούχα-αθλητικά είδη, καθώς και υπηρεσίες τουρισμού (κρατήσεις εισιτηρίων και διαμονή), καθώς στις κατηγορίες αυτές παρατηρούνται τα υψηλότερα ποσοστά, 32% το 2012 έναντι 21% το 2008.

Με βάση τη σχετική ετήσια έρευνα του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου B-C (επιχείρηση προς καταναλωτή) ήταν ιδιαίτερα υψηλή το 2012 (Διάγραμμα 1), καθώς 1,9 εκατ. Έλληνες συνολικά αγόρασαν on-line προϊόντα ή υπηρεσίες

αξίας 2,9 δισ. € και έκαναν κατά μέσο όρο ετησίως 20 αγορές μέσω του Διαδικτύου συνολικής αξίας 1.600 €. Άρα στους βασικούς δείκτες μέτρησης της on-line αγοράς είχαμε αύξηση το 2012 κατά 25-35%, ενώ στις συνολικές αγορές η αύξηση ήταν πάνω από 50% σε σχέση με το 2011. Η μεγάλη σημασία του Διαδικτύου για τις αγορές καταγράφεται επίσης από την τάση κατά την οποία οι on-line καταναλωτές για το 50% των αγορών τους που έκαναν το 2012 σε φυσικά καταστήματα είχαν ψάξει, είχαν συγκρίνει προϊόντα και είχαν κάνει έρευνα αγοράς στο Internet πριν κάνουν την αγορά B-C.

Όλες οι ενδείξεις καταγράφουν μια ετήσια αύξηση το 2013 της τάξης του 25-30%. Με βάση και τα στοιχεία της Eurostat, για το 2013 αναμένουμε περίπου 2,5 εκατ. Έλληνες χρήστες του Διαδικτύου (περίπου το 40%) να αγοράσουν υπηρεσίες/προϊόντα που θα πλησιάσουν τα 3,5 δισ. € Βέβαια, η αγορά αυτή παραμένει ιδιαίτερα χαμηλή, αφού οι συνολικές on-line αγορές B-C στην Ευρώπη θα ξεπεράσουν το 2013 τα 350 δισ. €

Όσον αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αγοράστηκαν on-line το 2012 (Διάγραμμα 2), παρατηρούμε ένα μεγάλο εύρος κατηγοριών, που είναι στοιχείο ωριμότητας πλέον της ελληνικής αγοράς. Τη μεγαλύτερη αύξηση είχαμε στις ταξιδιωτικές υπηρεσίες (από την 3η στην 1η θέση), που συνδυάζεται με την επιτυχή λειτουργία επαγγελματικών on-line ταξιδιωτικών πρακτορείων που προσφέρουν πλέον εντός και εκτός Ελλάδας ολοκληρωμένες υπηρεσίες. Επίσης μεγάλη αύξηση είχαμε στα είδη ένδυσης και υπόδησης (από τη 10η στην 5η θέση) λόγω των προτιμήσεων των Ελλήνων καταναλωτών για αγορά επώνυμων (αλλά ταυτόχρονα) φθηνών προϊόντων, τα οποία ήδη προσφέρουν αρκετά ηλεκτρονικά καταστήματα πλέον στην κατηγορία αυτή. Αξιοσημείωτη είναι ακόμα η εμφάνιση για πρώτη φορά μιας νέας μεγάλης κατηγορίας υπηρεσιών γύρω από τις τηλεπικοινωνίες, τις ασφάλειες, την ενοικίαση/πώληση, τα χρηματοοικονομικά/νομικά.

Όσον αφορά τις τρεις ιδιαίτερα μεγάλες κατηγορίες αγορών, τα φυσικά προϊόντα έχουν την πρωτιά, με τις υπηρεσίες να έρχονται δυναμικά δεύτερες (λόγω τουρισμού και της εμφάνισης των νέων υπηρεσιών) και τα ψηφιακά προϊόντα με αρκετή διαφορά στην 3η θέση. Για την αξία των αγορών, υπάρχει μια εμφανής κατάτμηση της αγοράς, αφού τα 2/3 των χρημάτων ξοδεύονται σε προϊόντα/υπηρεσίες τεχνολογίας και τουρισμού και μόνο το 1/3 σε όλες τις άλλες 20 κατηγορίες. Αναμένουμε, βέβαια, τα επόμενα χρόνια αυτό το ποσοστό να αυξηθεί στο επίπεδο των δυτικοευρωπαϊκών χωρών.

Η δυσπιστία των Ελλήνων για το Διαδίκτυο και τις αγορές από απόσταση (Διάγραμμα 4) είναι ο κύριος παράγοντας επιρροής στην επιλογή on-line εταιρείας, αφού 7 στους 10 on-line καταναλωτές αναφέρουν ως πρώτο παράγοντα επιλογής ηλεκτρονικού καταστήματος την «προσφορά ασφαλούς τρόπου πληρωμής μέσω γνωστού φορέα». Στη δεύτερη θέση, όπως και πέρυσι, παραμένουν οι ξεκάθαροι όροι χρήσης (π.χ. επιστροφή προϊόντων), ενώ πολύ κοντά είναι η ευκολία στην πλοήγηση/επιλογή, η εξυπηρέτηση και η ευχρηστία/σχεδίαση του site. Το ενδιαφέρον είναι ότι πλέον ο Έλληνας online καταναλωτής αναφέρει όλες τις μεταβλητές επιλογών που ανήκουν στις τέσσερις μεγάλες κατηγορίες θεμάτων που λαμβάνουμε υπόψη στην ανάπτυξη ενός επιτυχημένου ηλεκτρονικού καταστήματος: ασφάλεια/ πιστοποίηση, site (γρήγορο/εύχρηστο), εξυπηρέτηση, branding. Παρ' όλα αυτά τα 2/3 αναφέρουν ότι πολύ πιθανόν να αγόραζαν από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ακόμα και αν δεν κάλυπτε τα παραπάνω κριτήρια εφόσον είχε χαμηλές τιμές και πολλές προσφορές. Αυτό είναι χαρακτηριστικό των εθνικών οικονομιών σε ύφεση.

Όσον αφορά τους τρόπους πληρωμής (Διάγραμμα 5), η αντικαταβολή παραμένει ακόμη στην πρώτη θέση, χαρακτηρίζοντας την ιδιαιτερότητα του Έλληνα on-line αγοραστή. Παρ' όλα αυτά, τα υψηλά ποσοστά της πιστωτικής κάρτας (με 48%), του PayPal (με 43%) και της χρεωστικής κάρτας (με 38%) καταγράφουν τη σταδιακή αλλαγή συμπεριφοράς των Ελλήνων καταναλωτών όσον αφορά την εμπιστοσύνη και την ασφάλεια των συναλλαγών, αλλά και τη σοβαρή προσπάθεια των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων στην Ελλάδα να προσφέρουν σχετικά ασφαλείς υπηρεσίες καθώς και συνεχή ενημέρωση και εκπαίδευση των Ελλήνων on-line καταναλωτών.

2.5. On-line ασφάλειες: Μια αναδυόμενη αγορά

Τον τελευταίο χρόνο και στην Ελλάδα υπάρχει μια έντονη κινητικότητα στο χώρο της on-line ασφάλειας. Ο μέσος Έλληνας έχει ενημερωθεί μέσω έντονης διαφημιστικής προβολής στην τηλεόραση ότι με απλό και φιλικό τρόπο μπορεί να βρει φθηνή on-line ασφάλεια (κυρίως στο χώρο του αυτοκινήτου) και να κάνει με ασφαλή τρόπο την ολοκλήρωση της συναλλαγής. Μάλιστα στη δυτική Ευρώπη υπάρχουν χώρες (π.χ. Μεγάλη Βρετανία) όπου πλέον πάνω από το

50% της εφοδιαστικής αλυσίδας των ασφαλειών γίνεται ηλεκτρονικά. Άρα δεν είναι τυχαίο το ότι:

- η on-line ασφάλεια είναι πλέον μεταξύ των στρατηγικών μεγάλων ασφαλιστικών εταιρειών στην Ελλάδα.
- ξεκίνησαν να λειτουργούν σποραδικά νέες ασφαλιστικές εταιρείες ως καινοτόμα startups που χρησιμοποιούν αποκλειστικά (ή κύρια) το ψηφιακό κανάλι προώθησης και διανομής.
- έχουν εμφανιστεί νέα επιχειρηματικά μοντέλα (όπως ηλεκτρονικές αγορές) ως νέοι ενδιάμεσοι μεταξύ των ασφαλιστικών εταιρειών και των πελατών.

Όπως αναμενόταν, η έρευνα του Εργαστηρίου ELTRUN το 2012 κατέδειξε ότι η κύρια ασφάλεια που αγόρασαν ψηφιακά οι Έλληνες on-line καταναλωτές ήταν η ασφάλεια αυτοκινήτου (Διάγραμμα 7). Οι κύριες on-line ασφάλειες αυτοκινήτου που κλείστηκαν ήταν απλή ή κλοπή-πυρός. Η πρώτη πηγή ενημέρωσης για την on-line ασφαλιστική εταιρεία είναι το Internet και τα social media, ενώ το 45% θεωρεί ακόμη «ύποπτο» το να υπάρχει η δυνατότητα να πραγματοποιήσει on-line αγορά ασφάλειας χωρίς να χρειαστεί να στείλει πιστοποιητικά/έγγραφα. Σε μια 5ετία το 50% της ασφαλιστικής αγοράς και στην Ελλάδα θα επηρεάζεται ή θα ολοκληρώνεται μέσω των ψηφιακών μέσων. Ο κλάδος θα πρέπει να κινηθεί δυναμικά και να προ-ετοιμαστεί γιατί σε άλλες χώρες υπήρχαν σημαντικές ανακατατάξεις λόγω αιφνιδιασμού. Τα στελέχη θα παραμείνουν στο επίκεντρο της διαχείρισης των σχέσεων με τον πελάτη-πολίτη, αλλά σε μια πιο αναβαθμισμένη θέση, αξιοποιώντας σύγχρονα τεχνολογικά εργαλεία υποστήριξης, πληροφόρησης και έξυπνης διαχείρισης.

2.6. Καταγραφή και αξιολόγηση των ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων

Σε γενικό επίπεδο, από τα 4.000 περίπου ελληνικά e-shops που λειτουργούν τώρα, τα 2/3 προσφέρουν όλες τις αναγκαίες υπηρεσίες και δυνατότητες στους καταναλωτές για μια άνετη και αξιόπιστη συναλλαγή που είναι συγκρίσιμη και εφάμιλλη γνωστών e-shops του εξωτερικού. Υπάρχει όμως ακόμη ένα μικρό ποσοστό (10%) το οποίο θα πρέπει να αποφεύγουν οι

καταναλωτές λόγω έλλειψης ουσιαστικής εταιρικής πληροφόρησης. Τα στοιχεία αυτά βασίζονται στη συνεχή έρευνα του Εργαστηρίου ELTRUN για την καταγραφή και αξιολόγηση των ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Τα συγκρατημένα (αλλά αυξητικά) ποσοστά των Ελλήνων χρηστών του Internet που αγοράζουν on-line προϊόντα/υπηρεσίες (στο 30-35%) δικαιολογούνται κυρίως λόγω της έλλειψης εμπιστοσύνης που έχουν οι Έλληνες στις αγορές από απόσταση. Άρα κύριο μέλημα των ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η αύξηση της εμπιστοσύνης αυτής. Δυστυχώς όμως 1 στα 10 e-shops δεν αναφέρουν ακόμη τις βασικές πληροφορίες της επιχείρησής τους (δηλαδή διεύθυνση, στοιχεία επικοινωνίας κ.λπ.) και άρα θα πρέπει να αποφεύγονται από τους on-line καταναλωτές. Επίσης, μόνο 6 στα 10 e-shops έχουν ξεκάθαρη σελίδα όπου αναφέρονται οι όροι σε σχέση με την πολιτική τους για το απόρρητο και τα προσωπικά δεδομένα.

Το σημαντικό όμως είναι ότι υψηλό ποσοστό (61%) των e-shops έχουν πλέον ξεκάθαρους «όρους χρήσης», που παρουσιάζουν πολύ αναλυτικά στον online καταναλωτή πώς αντιμετωπίζονται τα σημαντικά θέματα σε μια συναλλαγή, όπως: δυνατότητα ακύρωσης της παραγγελίας, δυνατότητα επικοινωνίας σε περίπτωση διαφωνίας/ επιφύλαξης, δυνατότητα αντικατάστασης προϊόντων κ.λπ. Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τους on-line καταναλωτές είναι η αισθητική και η ευκολία πλοήγησης στο site του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Όσον αφορά την αισθητική, υπάρχουν κάποια προβλήματα αφού μόνο το 63% των e-shops έχει συγκεκριμένη δομή, περιλαμβάνει σελίδες με συνεπή δομή και χρωματισμούς, υπάρχει συνέπεια στον τρόπο εμφάνισης του site σε όλες τις σελίδες και οι εικόνες είναι υψηλής ανάλυσης. Όσον αφορά τα εργαλεία αναζήτησης και πλοήγησης, η κατάσταση είναι πολύ καλύτερη αφού το 86% των e-shops δίνουν τη δυνατότητα αναζήτησης με πολλαπλούς τρόπους (ανά προϊόν, ανά προμηθευτή, προηγμένη αναζήτηση με ελεύθερο κείμενο ή προηγούμενα αποτελέσματα), υπάρχει άμεση δυνατότητα επιστροφής στην κεντρική σελίδα, υπάρχει εύκολος κατάλογος προϊόντων και το site υποστηρίζεται από διαφορετικούς webbrowsers.

Επίσης, το 83% των e-shops πριν από την αποδοχή της παραγγελίας αναφέρουν με σαφήνεια τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος (περιγραφή, τιμή κ.λπ.), που βοηθάει σημαντικά τον

«δύσπιστο» Έλληνα on-line καταναλωτή στην τελική του απόφαση. Η on-line πληρωμή είναι επίσης ένα σοβαρό στοιχείο που επηρεάζει τους Έλληνες online καταναλωτές.

Υψηλά ποσοστά (87%) e-shops προσφέρουν πολλαπλές δυνατότητες για πληρωμή, ενώ 1 στα 3 e-shops προσφέρουν μάλιστα ακόμη και τρεις συμπληρωματικούς τρόπους πληρωμής. Οι πιο δημοφιλείς προσφερόμενοι τρόποι πληρωμής είναι η αντικαταβολή (71%) και η κατάθεση σε λογαριασμό (62%), που αντικατοπτρίζει τη συνήθεια των Ελλήνων on-line καταναλωτών και τον προβληματισμό τους για την ασφάλεια των πληρωμών. Το γεγονός ότι μόλις το 52% των e-shops δίνει τη δυνατότητα για πληρωμή με πιστωτική κάρτα καταγράφεται ως μια επιχειρηματική ευκαιρία για τις τράπεζες μέσω των ασφαλών υπηρεσιών τους. Σοβαρό ποσοστό (29%), επίσης, προσφέρει τη δυνατότητα πληρωμών μέσω PayPal.

Όπως και στο εξωτερικό, το 98% των e-shops που δίνουν τη δυνατότητα πληρωμών μέσω πιστωτικής κάρτας προσφέρουν υψηλή ασφάλεια συναλλαγών και διαχειρίζονται με επιτυχία την κρυπτογράφηση των πληροφοριών που αποστέλλονται από τον πελάτη. Συνεπώς αυτό θα πρέπει να προωθηθεί συστηματικά από τους τραπεζικούς οργανισμούς που εμπλέκονται και τα ηλεκτρονικά καταστήματα για να ξεπεραστούν οι ενδοιασμοί των Ελλήνων on-line καταναλωτών.

Λαμβάνοντας πλέον το επίπεδο ωριμότητας του ηλεκτρονικού εμπορίου B-C στην Ελλάδα, τα e-shops θα πρέπει σταδιακά να αρχίσουν να προσφέρουν και προχωρημένες υπηρεσίες υποστήριξης των on-line καταναλωτών. Το τελευταίο διάστημα έχουν γίνει σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση αυτή, αφού το 65% των e-shops προσφέρουν πολλαπλές δυνατότητες αποστολής (π.χ. courier, ταχυδρομείο, παραλαβή από φυσικό κατάστημα), ενώ το 64% των e-shops ξεκάθαρα διατυπώνουν την πολιτική επιστροφής, όπως τη χρονική περίοδο επιστροφής των προϊόντων, επιστροφής χρημάτων στους καταναλωτές και τις περιπτώσεις όπου ο καταναλωτής μπορεί να επιστρέψει ένα προϊόν. Επίσης, πάνω από τα μισά e-shops (55%) δίνουν πλέον τη δυνατότητα στους καταναλωτές να συνδεθούν με αντίστοιχες σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. facebook) για να δουν κριτικές/ αξιολόγηση, να εκφράσουν την άποψη/αξιολόγησή τους και να ανταλλάξουν απόψεις με άλλους καταναλωτές.

Τέσσερις πρωτοβουλίες που ανελήφθησαν πρόσφατα αναμένεται να βοηθήσουν περαιτέρω τον κλάδο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου B-C στην Ελλάδα και να θέσουν τις βάσεις για την υγιή ανάπτυξη της νέας αυτής ψηφιακής επιχειρηματικότητας:

- Η ίδρυση του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου
- ΕΣΗΕ / GRECA (www.greekecommerce.gr) με μέλη τα γνωστά ηλεκτρονικά καταστήματα και με αρχικό στόχο τη δημιουργία Κώδικα Δεοντολογίας για τον κλάδο.
- Η πιστοποίηση/αξιολόγηση που προσφέρει πλέον το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (το μοναδικό δημόσιο σχετικό εργαστήριο στην Ελλάδα) στα ηλεκτρονικά καταστήματα με στόχο την αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών.
- Ο ετήσιος διαγωνισμός (www.e-volutionawards.gr) που έχει ως στόχο να καταγράψει και να αναδείξει τις βέλτιστες πρακτικές ηλεκτρονικού εμπορίου και την ηλεκτρονική επιχειρηματική αριστεία στην Ελλάδα.
- Οι εξαγγελίες της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου (Υπουργείο Ανάπτυξης) για δημιουργία επίσημου μητρώου των εταιριών του κλάδου στο πλαίσιο του ΓΕΜΗ.

2.7. Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

2.7.1. Πλεονεκτήματα ως προς τον Καταναλωτή

Υπάρχουν πάρα πολλά πλεονεκτήματα για έναν καταναλωτή που επιθυμεί να αποκτήσει αγαθά και υπηρεσίες μέσω του Παγκόσμιου Ιστού. Ενδεικτικά όμως αναφέρουμε τις σημαντικότερες οι οποίες είναι:

- Αγορές 24 ώρες το 24ωρο: Ενώ τα μαγαζιά και οι υπηρεσίες λειτουργούν συγκεκριμένο ωράριο καθημερινά, οι αγορές μέσω Internet είναι ανοιχτές 24 ώρες το 24ωρο, δίνοντας τη δυνατότητα στον καθένα να κάνει συναλλαγές οποιαδήποτε ώρα επιθυμεί.

- Χαμηλό κόστος: Το κόστος των προϊόντων που πωλούνται μέσω Internet είναι κατά κανόνα χαμηλότερο από τις τιμές του εμπορίου, αφού ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι απαλλαγμένο από κόστη λειτουργίας όπως ενοικίαση χώρου, ηλεκτρικό ρεύμα, νερό και το βασικότερο έξοδα υπαλληλικού προσωπικό.
- Εύρεση εκπτώσεων και αγοραστικών ευκαιριών: Η δυνατότητα της επιλογής προϊόντων από όλον τον κόσμο δίνει στους καταναλωτές την ευκαιρία να εντοπίσουν προσφορές, εκπτώσεις και κάθε είδους αγοραστικές ευκαιρίες για να αποκτήσουν τα προϊόντα που επιθυμούν σε χαμηλότερες τιμές, ακόμα και σε προϊόντα της τοπικής αγοράς τους.
- Παγκόσμια Αγορά: Η αγορά είναι πραγματικά σε παγκόσμιο επίπεδο. Με άλλα λόγια, μπορείτε μέσω του υπολογιστή σας να αγοράσετε ακόμα και κάτι το οποίο δεν κυκλοφορεί στην Ελλάδα, χωρίς να πρέπει πια να περιμένετε πότε εσείς ή κάποιος φίλος σας θα ταξιδέψει στο εξωτερικό για να σας το φέρει.
- Συναλλαγή γρήγορη και άμεση: Με λίγα λόγια, από τη στιγμή που θα ολοκληρώσετε την παραγγελία σας, το αργότερο σε 3-4 ημέρες θα την έχετε παραλάβει, ακόμα και αν εκείνη τη στιγμή το προϊόν βρισκόταν στην άλλη άκρη του πλανήτη.

2.7.2. Πλεονεκτήματα ως προς την Εταιρεία

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα για μια εταιρεία να δραστηριοποιηθεί και στον Παγκόσμιο Ιστό είναι:

- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας: Οι εταιρείες για να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό τους στην τοπική αγορά επεκτείνουν την δραστηριότητά τους και στον Παγκόσμιο Ιστό έτσι ώστε να είναι κοντά στους πελάτες τους και να επιβιώνουν του ανταγωνισμού μακροχρόνια.
- Καλύτερη Πολιτική: Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές επιτρέπουν την αμφίδρομη σχέση μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή. Αυτό σημαίνει πως κάθε εταιρεία μέσω των ηλεκτρονικών συναλλαγών μπορεί να συλλέξει πολλά στοιχεία για τις συνήθειες, τις

ανάγκες και τα γούστα των καταναλωτών και σύμφωνα με αυτά να αναπροσαρμόσει την πολιτική της προς το θετικότερο.

- Ελάττωση της αλυσίδας προμηθειών: Πολλές εταιρείες για παράδειγμα εμπορεύονται αγαθά με σκοπό να τα προωθήσουν στον τελικό αποδέκτη, τον καταναλωτή.

Ενδιάμεσα όμως το εμπόρευμα έχει περάσει από διάφορους μεσάζοντες. Αυτό για μια εταιρεία δεν είναι και τόσο εξυπηρετικό επειδή δεν έχει άμεση επαφή με τον καταναλωτή. Μέσω της ηλεκτρονικής αγοράς μπορεί να ελέγχει τις ποσότητες των προϊόντων που πρέπει να εμπορεύεται με σκοπό να ικανοποιεί τους πελάτες της και να μην μένει τεράστιο απόθεμα στις αποθήκες της.

2.8. Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιάσουμε τα πιο σημαντικά μειονεκτήματα που παρουσιάζονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο και αυτές αφορούν θέματα όπως ασφάλειας στοιχείων, εγκυρότητας πληροφοριών κ.τ.λ.

Σύμφωνα με τα παραπάνω θα πρέπει να προσέχουμε:

- Θύματα Διαδικτύου: Από πιθανότητα απάτης ή κλοπής. Το χαμηλό κόστος εισόδου στο Internet και η ευκολία ανωνυμίας, έχουν επιτρέψει σε κάποιους να πολλαπλασιάζονται.
- Ανασφάλεια σε κωδικούς (passwords): Για κάθε ασφάλειά θα πρέπει ο αγοραστής να έχει ένα μοναδικό κωδικό που να μην τον έχει χρησιμοποιήσει ξανά.
- Επιβάρυνση στα έξοδα αποστολής: Σε κάθε παραγγελία κάποιου προϊόντος συνήθως πληρώνουμε ένα αντίτιμο για την αποστολή του τα λεγόμενα έξοδα αποστολής.
- Αμεσότητα με το αντικείμενο: Ένα από τα κύρια προβλήματα με τις αγορές μέσω Internet είναι ότι δεν υπάρχει αμεσότητα με το αντικείμενο, που θέλει να αγοράσει κάποιος. Η αγορά είναι εικονική. Ο αγοραστής δεν μπορεί να πάει στο ηλεκτρονικό κατάστημα και να αγγίξει τα εμπορεύματα.

Ο σύγχρονος άνθρωπος παρόλο τα παραπάνω μειονεκτήματα οφείλει να προσκομίζει τα θετικά της εξέλιξης αυτής και να προσπαθεί να βρει λύσεις για να αποφεύγει την αρνητική πλευρά του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αν ο κάθε ένας από εμάς εξοικειωθεί με την ιδέα του ηλεκτρονικού εμπορίου θα μπορέσει να βελτιώσει τη ζωή του γλιτώνοντας κόπο, χρόνο και χρήμα. Σημαντικό είναι στο γεγονός ότι όποιος αποφασίσει να εμπιστευτεί τις ηλεκτρονικές αγορές βάζει τον εαυτό του στη διαδικασία να κάνει έρευνα και να λάβει γνώση για πράγματα που ίσως τον ενδιαφέρουν. Ένας έξυπνος αγοραστής πρέπει να είναι προσεκτικός στις συναλλαγές του στο διαδίκτυο.

Δεν υπάρχει κάποιος μοναδικός τρόπος επιχειρηματικής δραστηριότητας στο ιστό. Οι εταιρείες βομβαρδίζουν με διαφημίσεις και ανακαλύπτουν ευκολότερους, χρησιμότερους τρόπους συναλλαγών προς όφελός τους αλλά και προς όφελος των ηλεκτρονικών αγοραστών, πωλητών, ανθρώπων που το ηλεκτρονικό εμπόριο έγινε κομμάτι της ζωής τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο «ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM –CMS)»

3.1. Γενικά Για τα CMS

Τα αρχικά CSS προέρχονται από το Cascading Style Sheets. Τα CSS σας επιτρέπουν να διαχωρίσετε το περιεχόμενο της ιστοσελίδας σας από το σχεδιαστικό κομμάτι. Αυτό είναι πολύ σημαντικό αφού τα στοιχεία σχεδίασης της ιστοσελίδας μας θα είναι σε ένα ξεχωριστό αρχείο το οποίο θα τροφοδοτεί τις υπόλοιπες σελίδες.

Ο όρος CMS (Content Management Systems - Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου) αναφέρεται στις εφαρμογές που επιτρέπουν στον πελάτη να διαχειρίζεται το δικτυακό του περιεχόμενο, όπως κείμενα, εικόνες, πίνακες κ.λπ., με εύκολο τρόπο, συνήθως παρόμοιο με αυτόν της χρήσης ενός κειμενογράφου. Οι εφαρμογές διαχείρισης περιεχομένου επιτρέπουν την αλλαγή του περιεχομένου χωρίς να είναι απαραίτητες ειδικές γνώσεις σχετικές με τη δημιουργία ιστοσελίδων ή γραφικών, καθώς συνήθως τα κείμενα γράφονται μέσω κάποιων online WYSIWYG ("What You See Is What You Get") html editors, ειδικών δηλαδή κειμενογράφων, παρόμοιων με το MS Word, που επιτρέπουν τη μορφοποίηση των κειμένων όποτε υπάρχει ανάγκη.

Σχεδόν όλα τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι λογισμικό ανοικτού κώδικα που διατίθεται δωρεάν και μπορεί κανείς να το εγκαταστήσει σε έναν εξυπηρετητή που υποστηρίζει βάση δεδομένων MySQL και τη γλώσσα προγραμματισμού PHP και να το χρησιμοποιήσει για τη δημιουργία μιας ιστοσελίδας. Υπάρχουν όμως και κλειστού κώδικα όπως θα δούμε παρακάτω.

Σχεδόν όλα τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου μπορούν να διαχειριστούν περιεχόμενο στις παρακάτω μορφές: εικόνα, βίντεο, κείμενα, java animation, πρότυπα σχεδίασης, βάσεις

δεδομένων κ.α.. Το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι λογισμικό το οποίο επιτρέπει σε οποιονδήποτε, ακόμα και σε εκείνον που δεν έχει πολλές γνώσεις προγραμματισμού και γλώσσας HTML, να δημιουργήσει και να διαχειριστεί με πολύ απλό τρόπο την εκάστοτε ιστοσελίδα του. Σου δίνει την δυνατότητα διαχείρισης της ιστοσελίδας σου από την αρχή της (δημιουργία), μέχρι και την συνεχή συντήρηση της.

Επίσης μπορούν να σου προσφέρουν μεγάλη ποικιλία λειτουργικότητας αφού διαθέτουν Modules και Plugins που μπορούν να σε βοηθήσουν σε οτιδήποτε σκοπεύεις να δημιουργήσεις. Έχοντας σαν αρχή την φιλοσοφία του αντικειμενοστραφούς προγραμματισμού προσφέρουν συνεχώς λύσεις σε τυχόν προβλήματα που προκύπτουν στην πορεία.

3.2. Πλεονεκτήματα των CMS

Μερικά από τα οφέλη που προκύπτουν από την χρήση ενός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) βρίσκονται παρακάτω:

- Ταχύτητα στη δημιουργία νέων σελίδων και αλλαγών σε υπάρχουσες σελίδες
- Διαχωρισμός του περιεχομένου από την σχεδίαση.
- Γρήγορη ενημέρωση και διαχείριση του περιεχομένου του δικτυακού τόπου
- Μείωση εξόδων για την διατήρηση μιας ιστοσελίδας
- Μεγάλη ευελιξία και εύκολη πλοήγηση σε μια ιστοσελίδα
- Δεν απαιτούνται ειδικές τεχνικές γνώσεις από τους διαχειριστές
- Ταυτόχρονη ενημέρωση από πολλούς χρήστες και διαφορετικούς υπολογιστές
- Αυξημένη ασφάλεια , γιατί το περιεχόμενο καταχωρείται σε βάσεις δεδομένων , οι οποίες εύκολα και γρήγορα προστατεύονται τηρώντας αντίγραφα ασφαλείας.

Το μεγαλύτερο όμως πλεονέκτημα των CMS είναι η μεγάλη ομοιομορφία, η συνοχή που παρέχουν καθώς και η αυξημένη ευελιξία και η επιτάχυνση της διαδικασίας σε περιπτώσεις αλλαγών και δημιουργίας κάποιας νέας ιστοσελίδας.

3.3. Τύποι CMS

Παρακάτω σας παραθέτω τις έξι κύριες κατηγορίες Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) , με τα αντίστοιχα πεδία χρήσης τους:

- Enterprise CMS (ECMS): Ένα επιχειρησιακό σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (ECMS - Enterprise Content Management System), ασχολείται με το περιεχόμενο, τα έγγραφα, τα στοιχεία και τα παραστατικά που σχετίζονται με τις οργανωτικές διαδικασίες μιας επιχείρησης..
- Web CMS (WCMS): Η διαχείριση περιεχομένου ιστοσελίδων (WCM) είναι ένα σύστημα CMS σχεδιασμένο για να απλοποιήσει τη δημοσίευση του δικτυακού περιεχομένου των web sites και των κινητών συσκευών. Χρησιμοποιούν μια βάση δεδομένων για την αποθήκευση και ένα επίπεδο παρουσίασης για την εμφάνιση του περιεχομένου μέσα από τα διάφορα πρότυπα (templates). Τα web CMS διαφέρουν από τα άλλα εργαλεία που υπάρχουν για τη συγγραφή σελίδων όπως το adobe Dreamweaver. Υπάρχουν πολλά web συστήματα διαχείρισης περιεχομένου τόσο στον εμπορικό τομέα όσο και στον τομέα Ανοικτού Κώδικα ο οποίος όμως υπερσχύει. Ορισμένα συστήματα συγκροτούνται από εκτελέσιμο κώδικα (πχ PHP , JSP , ASP) και όχι από στατική HTML,έτσι ώστε το ίδιο το CMS να μην χρειάζεται να αναπτύσσεται σε κάθε web server.
- Document management system (DMS): Σύστημα Διαχείρισης Εγγράφων δίνει τη δυνατότητα σάρωσης, διαχείρισης και αποτελεσματικής διανομής των εταιρικών εγγράφων (ψηφιακών και έντυπων). Δημιουργήθηκε ειδικά για ασφαλιστικές επιχειρήσεις.
- Mobile content management system: Είναι ένας τύπος συστήματος διαχείρισης περιεχομένου που μπορεί να αποθηκεύει και να παρέχει περιεχόμενο και υπηρεσίες σε κινητές συσκευές , όπως κινητά τηλέφωνα και smart phones.

- Component content management system: Το Component CMS διαχειρίζεται περιεχόμενα σε ένα σπυρωτό επίπεδο περιεχομένων. Κάθε περιεχόμενο παρουσιάζει ένα θέμα. Τα συστατικά συγκεντρώνονται σε πολλαπλά περιεχόμενα και μπορούν να παρουσιαστούν σαν ψηφιακά ή παραδοσιακά έγγραφα. Κάθε συστατικό έχει το δικό του κύκλο ζωής και το συγκεκριμένο CMS χρησιμοποιείται σε πολλαπλά κανάλια όσον αφορά την πελατειακή επεξεργασία περιεχομένων.
- Media content management system
- Learning content management system (LMS)

3.4. CMS κλειστού κώδικα

Ενδεικτικά κάποια Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου κλειστού κώδικα είναι τα εξής :

- Powerfront Content Management System
- Vignette Content Management
- IBM Workplace Web Content Management
- Jalios Content Management

Πλεονεκτήματα αυτών των συστημάτων είναι ότι παρέχουν περισσότερη ασφάλεια , καλύτερη τεκμηρίωση και εμπορική υποστήριξη. Όμως βασικό μειονέκτημα τους είναι το υψηλό κόστος.

3.5. CMS Ανοικτού Κώδικα

Συστήματα ανοικτού κώδικα ονομάζουμε εκείνα που επιτρέπουν αλλαγές στον πηγαίο κώδικα του συστήματος, είναι δωρεάν και υποστηρίζονται από κοινότητες χρηστών και προγραμματιστών, οι οποίες δημιουργούν και προσφέρουν τα διάφορα plug-ins και τα templates.

Τα λογισμικά ανοιχτού κώδικα αποτελούν τα βασικότερα κομμάτια της αγοράς πλέον. Γι' αυτό και υπάρχει υποστήριξη από μεγάλες εταιρείες οι οποίες θεωρούν τα λογισμικά ανοικτού κώδικα την πλέον βιώσιμη επιλογή στην αγορά. Τα συγκεκριμένα λογισμικά έχουν βελτιωθεί τόσο που μπορούν να συγκριθούν με τα αντίστοιχα εμπορικά πακέτα τους.

Πλεονεκτήματα:

- Χαμηλό Κόστος: Ο κώδικας διατίθεται δωρεάν, πράγμα που σημαίνει ότι τα κάνει πολύ ελκυστικά σε σχέση με τα εμπορικά που οι τιμές τους είναι ιδιαίτερα υψηλές.
- Ευελιξία και εύκολη προσαρμογή: Ο αγοραστής έχει πλήρη πρόσβαση στο σύστημα και μπορεί να κάνει οποιαδήποτε αλλαγή θέλει ανάλογα με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις που έχει.
- Δωρεάν εργαλεία: Τα συστήματα αυτά έχουν κατασκευαστεί με εργαλεία και γλώσσες προγραμματισμού οι οποίες είναι και αυτές ανοικτού κώδικα όπως η PHP , Java, Unix, Perl , Python.
- Ευκολία ενσωμάτωσης: Επειδή τα CMS ανοιχτού κώδικα μπορούν να τροποποιηθούν εύκολα, μπορούν έτσι να ενσωματωθούν γρήγορα στο ήδη υπάρχον σύστημα μια επιχείρησης, ενώ ένα εμπορικό σύστημα δεν μπορεί να τροποποιηθεί και να ενσωματωθεί εύκολα σε ένα άλλο σύστημα.
- Κοινότητες υποστήριξης: Ο κύριος λόγος επιτυχίας των συστημάτων αυτών είναι οι πολύ καλές ομάδες και κοινότητες υποστήριξης που αποτελούνται από προγραμματιστές και πολλούς άλλους χρήστες.
- Εύκολη επίλυση προβλημάτων: Εάν έχουμε πρόβλημα στο σύστημα μπορούμε να το λύσουμε μόνοι μας αφού έχουμε πλήρη πρόσβαση στον κώδικα του συστήματος ή να ζητήσουμε βοήθεια από τις κοινότητες υποστήριξης.

Σε ένα εμπορικό σύστημα πρέπει να ενημερώσουμε τον κατασκευαστή και να περιμένουμε να το φτιάξει ή ακόμα να περιμένουμε την επόμενη έκδοση του συστήματος η οποία θα είναι ανανεωμένη και χωρίς προβλήματα.

Μειονεκτήματα:

- Έλλειψη εμπορικής υποστήριξης
- Μικρότερη ωριμότητα και χρηστικότητα
- Ελλιπής τεκμηρίωση

3.6. Τα πιο δημοφιλή CMS ανοιχτού κώδικα

Τα Δημοφιλέστερα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι το Joomla, Drupal, Xoops, Mambo και το Wordpress.

Drupal: Είναι γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού PHP , και είναι γνωστό εδώ και αρκετά χρόνια κυρίως λόγω της άψογης αρχιτεκτονικής του. Θεωρείτε από πολλούς ένα από τα κορυφαία συστήματα διαχείρισης περιεχομένου. Επιτρέπει στον διαχειριστή του συστήματος να οργανώνει το περιεχόμενο , να αυτοματοποιεί τις διαχειριστικές εργασίες και να διαχειρίζεται τους χρήστες της ιστοσελίδας της οποίας είναι διαχειριστής. Οι δυνατότητες του επεκτείνονται και πέρα από την διαχείριση του περιεχομένου επιτρέποντας έτσι ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών και συναλλαγών. Το Drupal μπορεί να χρησιμοποιηθεί για: Μεγάλα portals, Φόρουμ συζητήσεων, Ιστοσελίδες για εταιρείες με αυξημένες ανάγκες και πολλά άλλα.

Xoops: Είναι μια web εφαρμογή γραμμένη σε PHP και υποστηρίζει ως βάση δεδομένων την MySQL. Ενώ ξεκίνησε ως ένα σύστημα δικτυακής πύλης σήμερα αποτελεί ιδανικό εργαλείο για την ανάπτυξη μικρών και μεγάλων δικτυακών τόπων και αρκετών άλλων εφαρμογών.

Mambo: Είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοικτού κώδικα. Χρησιμοποιώντας το Mambo, μπορεί κανείς να δημιουργήσει και να συντηρήσει το δικό του ιστότοπο (website). Κατέχει ηγετική θέση στην αγορά αυτών συστημάτων καθώς συνδυάζει χαρακτηριστικά και δυνατότητες που δύσκολα συναντά κάποιος συγκεντρωμένες σε ένα τέτοιο προϊόν. Αποτελεί μια καλή λύση ηλεκτρονικού εμπορίου.

□ Wordpress: Είναι μια εφαρμογή για ιστολόγια κυρίως ανοικτού κώδικα που χρησιμοποιεί PHP και MySQL. Είναι αρκετά φιλικό προς τους χρήστες καθώς διαθέτει μια πλούσια αρχιτεκτονική επεκτάσεων και προτύπων.

□ Joomla: Έχει χαρακτηριστεί από δεκάδες χρήστες ως το καλύτερο CMS στον κόσμο γιατί έχει τεράστιες δυνατότητες, φιλικό περιβάλλον εργασίας και διαχείρισης και είναι εξαιρετικά ευέλικτο. Έχει συνταχθεί στην γλώσσα προγραμματισμού PHP και χρησιμοποιείται μια MySQL βάση δεδομένων για την αποθήκευση του περιεχομένου. Είναι προσαρμόσιμο σε περιβάλλοντα επιχειρηματικής κλίμακας όπως τα intranets μεγάλων επιχειρήσεων ή οργανισμών. Οι δυνατότητες επέκτασης του είναι πραγματικά μεγάλες!

Έν κατακλείδι μπορούμε να πούμε ότι τα Συστήματα Ανοικτού Κώδικα (CMS) έχουν το πλεονέκτημα ότι διατίθενται δωρεάν και ο χρήστης έχει πλήρη πρόσβαση στον κώδικα του συστήματος.

Γι' αυτό το λόγο παρέχει πολύ μεγάλη ευελιξία καθώς μπορεί κανείς να πραγματοποιήσει ότι αλλαγές χρειάζεται εύκολα και γρήγορα. Χάρη σ' αυτά μπορεί να επιλύσει ο καθένας μόνος του ότι πρόβλημα προκύψει και μπορεί να βοηθηθεί μέσα από τις διάφορες κοινότητες υποστήριξης που υπάρχουν χωρίς να περιμένει τον κατασκευαστή του συστήματος να διορθώσει οποιοδήποτε πρόβλημα. Πέρα από τα πολλά οφέλη και πλεονεκτήματα που διαθέτει ένα τέτοιου τύπου cms, υπάρχουν και αρκετά μειονεκτήματα. Μπορεί για παράδειγμα να υπάρξει έλλειψη εμπορικής υποστήριξης όπως και να είναι λιγότερο ενημερωμένα σε σχέση με τα εμπορικά, αφού η πλειοψηφία των συστημάτων ανοικτού κώδικα στηρίζεται σε κοινότητες στις οποίες μπορεί να υπάρχει ελλιπής τεκμηρίωση και βοήθεια πάνω σε οποιοδήποτε θέμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο «ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ - Joomla CMS»

4.1. Web Browsers

Οι Web Browsers είναι τα προγράμματα τα οποία μας επιτρέπουν να βλέπουμε σελίδες στο internet. Κάθε ένας web browser έχει τις δικές του δυνατότητες, επεκτάσεις, εχθρούς και φίλους. Αυτή τη στιγμή υπάρχει μία πλειάδα από web browsers που ικανοποιούν τα γούστα και του πιο απαιτητικού χρήστη. Οι πιο δημοφιλείς web browsers είναι :

- Internet Explorer 10
- Mozilla Firefox
- Opera
- Safari
- Google Chrome

Το κύριο χαρακτηριστικό όλων είναι ότι διανέμονται δωρεάν οπότε ο κάθε χρήστης έπειτα από δοκιμή μπορεί να βρει ποιος απ' όλους έχει όλα τα στοιχεία ώστε η πλοήγηση του στο internet να γίνεται πιο ευχάριστη. Κάποιος που ασχολείται με την κατασκευή ιστοσελίδων προτείνεται να τους έχει όλους ώστε να ελέγχει την εμφάνιση των ιστοσελίδων του από διαφορετικά προγράμματα.

4.2. Domain Name

Τα domain names είναι στην ουσία η ταυτότητα των ιστότοπων. Όταν θέλουμε να καλέσουμε μία ιστοσελίδα μέσα από ένα web browser θα πρέπει να γράψουμε στη γραμμή διευθύνσεων το όνομα της πχ. www.joomla.org. Γράφοντας αυτό το όνομα στην ουσία ο web browser ψάχνει να βρει σε ποιο Web server είναι αποθηκευμένη η συγκεκριμένη σελίδα . Εάν το Domain Name που πληκτρολογήσαμε είναι υπαρκτό το αποτέλεσμα θα είναι η ιστοσελίδα να εμφανιστεί στον Web browser.

4.3. Web Server

Ένας ιστότοπος για να μπορέσει να λειτουργήσει θα πρέπει να είναι αποθηκευμένος σε κάποιο Web Server. Ο Web Server στην ουσία είναι ο υπολογιστής εκείνος ο οποίος αναλαμβάνει να δημοσιεύσει την ιστοσελίδα μας στο διαδίκτυο. Υπάρχουν δύο κύριοι Web Server: Ο Apache που συνήθως χρησιμοποιεί λειτουργικό σύστημα Linux και ο IIS που χρησιμοποιεί λειτουργικό σύστημα Windows. Το Joomla μπορεί να «τρέξει» σε οποιονδήποτε Web Server αρκεί να υποστηρίζει τη γλώσσα PHP.

4.4. Στατικές Ιστοσελίδες

Στατικές ιστοσελίδες είναι οι ιστοσελίδες που δημιουργούνται τοπικά στον υπολογιστή μας συγγράφοντας κώδικα HTML ή χρησιμοποιώντας κάποιο πρόγραμμα WYSIWYG (What you see is what you get) όπως είναι το Adobe Dreamweaver. Οι στατικές ιστοσελίδες είναι πολύ εύκολες στην κατασκευή τους αλλά πολύ δύσκολες στην ανανέωσή τους. Αυτό συμβαίνει γιατί όταν θέλουμε να προσθέσουμε ή να αλλάξουμε το περιεχόμενό τους πρέπει να ανοίξουμε το κατάλληλο πρόγραμμα να κάνουμε τις αλλαγές που θέλουμε, να αποθηκεύσουμε και στη

συνέχεια να «ανεβάσουμε» στο web server τις νέες σελίδες. Όλα αυτά προϋποθέτουν γνώσεις περισσότερες από το μέσο χρήστη και φυσικά περισσότερο χρόνο. Άλλο παράδειγμα είναι ότι εάν θέλουμε να αλλάξουμε το όνομα ενός στοιχείου μενού σε όλες τις σελίδες μας (υποθετικά 50) θα πρέπει να ανοίξουμε και τις 50 σελίδες να αλλάξουμε το όνομα να τις αποθηκεύσουμε και να τις «ανεβάσουμε» στον web server.

4.5. Δυναμικές Ιστοσελίδες

Σε αντίθεση με τις στατικές οι δυναμικές ιστοσελίδες δεν δημιουργούνται στον υπολογιστή μας αλλά απ' ευθείας στον web server. Δίνοντας τις κατάλληλες εντολές οι ιστοσελίδες μας μπορούν να αλλάξουν, διαγραφούν ή να προστεθούν νέες. Και όλα αυτά χρησιμοποιώντας μια φιλική στο χρήστη περιοχή διαχείρισης τόσο απλή όσο μια εφαρμογή επεξεργασίας κειμένου όπως το Microsoft Word. Το Joomla λοιπόν είναι μια εφαρμογή που κάνει αυτό ακριβώς. Χειρίζεται δυναμικά το περιεχόμενο των ιστοσελίδων.

4.6. Apache

Ο Apache server διανέμεται δωρεάν και είναι ο πιο δημοφιλής διακομιστής διαδικτύου. Έχει αποδειχτεί ο πιο γρήγορος, σταθερός και ασφαλής διακομιστής δικτύου και είναι εγκατεστημένος σε πάνω από 6 εκατομμύρια διακομιστές. Εκατομμύρια sites είναι εγκατεστημένα πάνω του χωρίς κανένα απολύτως πρόβλημα. Ο server αυτός αναπτύχθηκε και συντηρείται σήμερα από μία ομάδα εθελοντών.

Σήμερα θεωρείται από τους πιο σταθερούς διακομιστές δικτύου και πολλοί εμπορικοί διακομιστές διαδικτύου όπως η HTTP server της IBM χρησιμοποιούν τον πυρήνα του Apache.

Μερικά χαρακτηριστικά του είναι ότι υποστηρίζει συστήματα Unix και μπορεί να τρέχει πολλές διεργασίες ταυτόχρονα. Πολλά χαρακτηριστικά του προσαρτώνται στον πυρήνα με τη μορφή

modules επεκτείνοντας τις δυνατότητες του. Υποστηρίζει server –side γλωσσών προγραμματισμού ως και αλγορίθμους αυθεντικοποίησης. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό του είναι το virtual Hosting που επιτρέπει σε πολλές διαφορετικές ιστοσελίδες να εξυπηρετούνται από μια μόνο εγκατάσταση του server. Ο Apache χρησιμοποιείται κυρίως για την εξυπηρέτηση στατικών και δυναμικών σελίδων στο διαδίκτυο. Οι περισσότερες δικτυακές εφαρμογές σχεδιάζονται με βάση το περιβάλλον και τα χαρακτηριστικά που προσφέρει ο Apache. Τέλος αποτελεί ένα βασικό κομμάτι πολλών πακέτων εφαρμογών όπως oracle database , IBM WebSphere application server και σε πολλές διανομές του λειτουργικού συστήματος linux.

4.7. PHP

Η PHP είναι μια γλώσσα προγραμματισμού που σχεδιάστηκε για τη δημιουργία δυναμικών ιστοσελίδων στο διαδίκτυο και είναι επισήμως γνωστή ως Hypertext preprocessor. Είναι μια server – side scripting (εκτελείται στο διακομιστή) γλώσσα που γράφεται συνήθως πλαισιωμένη από HTML ,για μορφοποίηση των αποτελεσμάτων. Σε σχέση με μια συνηθισμένη HTML σελίδα, η σελίδα PHP πρώτα αναλύεται και μετά στέλνεται το παραγόμενο αποτέλεσμα. Οι δυνατότητες που μας δίνει είναι απεριόριστες καθώς μπορεί να δημιουργήσει εικόνες ,να διαβάσει ,να γράψει αρχεία ,να συνδέσει απομακρυσμένους υπολογιστές και πολλά άλλα. Η PHP είναι προϊόν ανοιχτού κώδικα. Υπάρχει δηλαδή πρόσβαση στον κώδικα προέλευσης , και μπορεί κανείς να τον αλλάξει , να τον χρησιμοποιήσει χωρίς κόστος.

Δημιουργήθηκε το 1995 από τον Rasmus Lerdorf ως μια συλλογή από Perl scripts που τα χρησιμοποιούσε στην προσωπική του ιστοσελίδα. Η αρχική της ονομασία ήταν PHP/FI από το Forms Interpreter . Η τρέχουσα έκδοση της είναι η 5.4.9.

Η PHP είναι ευρέως χρησιμοποιούμενη καθώς είναι η πλέον ειδική για web εφαρμογές και μπορεί να ενσωματωθεί στην HTML.Η PHP χρησιμοποιεί μια μίξη από interpretation (διερμηνευση) και compilation (μεταγλώττιση) και με αυτόν τον τρόπο παρέχει στους προγραμματιστές τον καλύτερο συνδυασμό απόδοσης και ευελιξίας. Δηλαδή η PHP αρχικά μεταγλωττίζει το script σε μια σειρά από εντολές, οι οποίες εκτελούνται μια μία μέχρι να

τελειώσει το script. Αυτό συμβαίνει μόνο στην PHP και όχι στις υπόλοιπες παραδοσιακές γλώσσες προγραμματισμού.

4.8. Γενικά για το Joomla!

Το Joomla! είναι ένα ελεύθερο και ανοικτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου. Χρησιμοποιείται για τη δημοσίευση περιεχομένου στον παγκόσμιο ιστό (World Wide Web) και σε τοπικά δίκτυα - intranets. Είναι γραμμένο σε PHP και αποθηκεύει τα δεδομένα του στη βάση MySQL.

Το βασικό χαρακτηριστικό του είναι ότι οι σελίδες που εμφανίζει είναι δυναμικές, δηλαδή δημιουργούνται την στιγμή που ζητούνται. Ένα σύστημα διακομιστή (server) όπως είναι ο Apache λαμβάνει τις αιτήσεις των χρηστών και τις εξυπηρετεί. Στην συνέχεια με ερωτήματα προς τη βάση λαμβάνει δεδομένα τα οποία μορφοποιεί και αποστέλλει στον εκάστοτε φυλλομετρητή (web browser) του χρήστη. Το Joomla! έχει και άλλες δυνατότητες εμφάνισης όπως η προσωρινή αποθήκευση σελίδας, RSS feeds, εκτυπώσιμες εκδόσεις των σελίδων, ειδήσεις, blogs, δημοσκοπήσεις, έρευνες, καθώς και πολύγλωσση υποστήριξη των εκδόσεών του.

Το Joomla! έχει πολλές δυνατότητες και ταυτόχρονα είναι εξαιρετικά ευέλικτο και φιλικό προς τον χρήστη. Είναι μία εφαρμογή με την οποία μπορεί κάποιος να δημοσιεύσει στο διαδίκτυο μια προσωπική ιστοσελίδα, αλλά και έναν ολόκληρο εταιρικό δικτυακό τόπο. Είναι προσαρμόσιμο σε περιβάλλοντα επιχειρηματικής κλίμακας όπως τα intranets μεγάλων επιχειρήσεων ή οργανισμών. Οι δυνατότητες επέκτασής του είναι πρακτικά απεριόριστες.

Οι δυνατότητες χρήσης του Joomla! περιορίζονται μόνον από τη δημιουργικότητα του χρήστη. Κάποιοι χρησιμοποιούν το Joomla για διασκέδαση, για τη κατασκευή μιας προσωπικής ή οικογενειακής ιστοσελίδας. Ενσωματώνοντας διάφορα, διαθέσιμα δωρεάν, πρόσθετα εργαλεία / επεκτάσεις, διευρύνονται οι δυνατότητες και λειτουργίες του Joomla!, κάνοντάς το μια εφαρμογή αξιόπιστη για την ανάπτυξη σοβαρών εταιρικών δικτυακών τόπων.

Το όνομα Joomla! προέρχεται από τη λέξη Jumla που στα Σουαχίλι σημαίνει «όλοι μαζί». Αυτό δείχνει την ενότητα που υπάρχει στην κοινότητα ανάπτυξης του Joomla!. Η πρώτη έκδοση του Joomla! (1.0.0) κυκλοφόρησε 15 Σεπτεμβρίου 2005 και λίγες μέρες αργότερα 19 του ίδιου μήνα ξεκίνησε η λειτουργία της demo ιστοσελίδας του Joomla.

Το www.joomla.org είναι επίσημη σελίδα του Joomla! και για την Ελλάδα η www.joomla.gr . Κυκλοφορεί και διανέμετε από την GNU (General Public License) , η οποία αποτελεί την πιο δημοφιλή άδεια χρήσης ελεύθερου λογισμικού και προστατεύει το μεγαλύτερο ποσοστό του ελεύθερου λογισμικού που υπάρχει μέχρι σήμερα.

4.9. Χαρακτηριστικά του Joomla!

Μερικά σημαντικά χαρακτηριστικά του Joomla! είναι τα παρακάτω:

- Πλήρης μηχανισμός διαχείρισης της βάσης δεδομένων του site.
- Νέα, προϊόντα ή υπηρεσίες τμήματα και ενότητες πλήρως επεξεργάσιμα και εύχρηστα.
- Οι θεματικές ενότητες μπορούν να προστεθούν από τους συντάκτες.
- Πλήρως παραμετροποιήσιμο περιεχόμενο και περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων του αριστερού, κεντρικού και δεξιού μενού.
- Χρησιμοποιείστε τον browser για να ανεβάσετε εικόνες στη δική σας βιβλιοθήκη για χρήση σε οποιοδήποτε σημείο του site.
- Δυναμικό Forum / Poll / Voting για άμεσα επί τόπου αποτελέσματα.
- Τρέχει σε Linux, FreeBSD, MacOSX server, Solaris και AIX.

4.10. Η Δομή του Joomla!

Το Joomla! αποτελείται από τα:

- Περιοχή διαχείρισης (back end): Στην περιοχή αυτή ο διαχειριστής μπορεί να προσθέσει περιεχόμενο , να εμφανίζει , να διαγράφει , να τροποποιεί το περιεχόμενο , να ορίζει τα επίπεδα πρόσβασης των διάφορων χρηστών και γενικά από εδώ δημιουργείται όλη η δομή μιας ιστοσελίδας
- Δημόσιο Τμήμα (front end): Το τμήμα αυτό είναι στην ουσία αυτό που βλέπει ο τελικός χρήστης. Εδώ βρίσκονται τα άρθρα, τα μενού και γενικά όλο το περιεχόμενο που θέλουμε να εμφανίζεται σε μια ιστοσελίδα.
- Μενού (Menu): Τα μενού είναι αντικείμενα με τα οποία ο χρήστης πλοηγείται σε μια ιστοσελίδα. Αυτά μπορεί να είναι οριζόντια ή κατακόρυφα και συνδέονται δυναμικά με τα υπόλοιπα αντικείμενα δηλαδή τις κατηγορίες και τα άρθρα.
- Εφαρμογές (components): Οι εφαρμογές βοηθούν στην επέκταση του joomla , άλλες είναι εμπορικές και άλλες ελεύθερης διανομής , όπως εφαρμογές για e-shop , e-learning και πολλές άλλες.
- Ενθέματα (Modules): Είναι κουτιά μέσα στα οποία εμφανίζονται τα περιεχόμενα , οι εφαρμογές και γενικά όλα τα αντικείμενα που εμφανίζονται σε μια ιστοσελίδα.
- Πρόσθετα (plug-ins): Είναι πρόσθετα κομμάτια κώδικα , τα οποία αποτελούν κάποιες ειδικές λειτουργίες. Η μηχανή αναζήτησης αποτελεί ένα τέτοιο πρόσθετο.
- Πρότυπα (Templates): Τα πρότυπα είναι αυτά που καθορίζουν τα χρώματα, την θέση των ενθεμάτων και γενικά την όλη σχεδίαση της ιστοσελίδας.

4.11. Δυνατότητες Διαχείρισης

- Νέα, προϊόντα ή υπηρεσίες τμήματα και ενότητες πλήρως επεξεργάσιμα και εύχρηστα.
- Οι θεματικές ενότητες μπορούν να προστεθούν από τους συντάκτες.
- Πλήρως παραμετροποιήσιμο περιεχόμενο και περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων του αριστερού, κεντρικού και δεξιού μενού.
- Χρησιμοποιείτε τον browser για να ανεβάσετε εικόνες στη δική σας βιβλιοθήκη για χρήση σε οποιοδήποτε σημείο του site.
- Δυνατότητα προσθήκης forum, photo galleries, βιβλιοθήκες αρχείων, βιβλία επισκεπτών και φόρμες επικοινωνίας.
- Δημοσκοπήσεις και Έρευνες. Δυνατότητα τοποθέτησης σε κάθε σελίδα.
- Δυναμικό Forum / Poll / Voting για άμεσα επί τόπου αποτελέσματα.
- Δημοσίευση απεριόριστων σελίδων, χωρίς περιορισμό.
- Λειτουργία ταξινόμησης της προβολής των νέων FAQs, articles.
- Εύκολη διαχείριση online των PNGs, PDFs, DOCs, XLSs, GIFs και JPEGs με τη βοήθεια του Image library.
- Δυνατότητα ενσωμάτωσης και προβολής video και φωτογραφιών πολύ εύκολα και αυτοματοποιημένα.
- News feed manager. Επιλέξτε πάνω από 360 news feeds από όλο τον κόσμο.
- Email-a-friend και Print-format για κάθε άρθρο.
- Ενσωματωμένος επεξεργαστής κειμένου αντίστοιχος του WordPad.
- Εμφάνιση και αισθητική την οποία διαμορφώνει ο χρήστης.

- Δυνατότητα προσθήκης διαφόρων πρόσθετων (plugins, modules) π.χ. forum, guestbook, image gallery, newsletters, forms, portfolio, blog για επέκταση των δυνατοτήτων του ιστοτόπου.
- Δυνατότητα προεπισκόπησης. Μπορείτε να δείτε αυτά που δημιουργήσετε πριν τα παρουσιάσετε online.

4.12. Εγκατάσταση Joomla!

Το Joomla! μπορεί να το κατεβάσει κανείς από τη επίσημη σελίδα του Joomla! <http://www.joomla.org/>. Στη συγκεκριμένη περίπτωση χρησιμοποιήσαμε την έκδοση 2.5.14 . Το Joomla! για να μπορεί να λειτουργήσει πρέπει πρώτα να γίνει εγκατάσταση της MySQL, μιας βάσης δεδομένων , του Apache και της PHP . Όλα αυτά εμείς τα πετύχαμε με την εγκατάσταση του Xampp, ενός λογισμικού που περιέχει ενσωματωμένα PHP και MySQL.

Μετά την εγκατάσταση του Xampp δημιουργήσαμε την τοπική βάση δεδομένων μέσα από την εφαρμογή phpMyAdmin . Μέσα από την εφαρμογή αυτή δημιουργήσαμε μια βάση δεδομένων με το όνομα joomla2 με κωδικοποίηση «utf8_unicode_ci»

Στη συνέχεια δημιουργήσαμε τον χρήστη και τα δικαιώματα του χρήστη στη βάση δεδομένων.

Στη συνέχεια εξάγουμε τα αρχεία εγκατάστασης από το αρχείο που προμηθευτήκαμε από το site του Joomla στον φάκελο που θα φιλοξενήσει τον ιστότοπο μας και στην συνέχεια επισκεπτόμαστε την διεύθυνση του στον browser μας για να μας εμφανιστεί η σελίδα εγκατάστασης του Joomla.

Μέσω ενός browser πληκτρολογούμε localhost/joomla και ξεκινάει έτσι η εγκατάσταση του joomla.

Βήμα 1: Επιλέγουμε την γλώσσα στην οποία θέλουμε να γίνει η εγκατάσταση

Βήμα 2: Προληπτικός έλεγχος αν κάποιο στοιχείο δεν υποστηρίζεται θα σημειώνεται με το κόκκινο.

Βήμα 3: Αποδοχή άδειας χρήσης GNU/GPL

Βήμα 4: Εισάγουμε τις ρυθμίσεις της βάσης δεδομένων που έχουμε δημιουργήσει, το όνομα της βάσης, τον κωδικό και τον διακομιστή

Βήμα 5: Εισάγουμε τις ρυθμίσεις FTP για την μεταφορά αρχείων μέσω του συστήματος Joomla!.

Βήμα 6: Σε αυτό το σημείο εισάγουμε το όνομα του ιστοτόπου μας, την διεύθυνση του ηλεκτρονικού μας ταχυδρομείου, τον κωδικό του.

Βήμα 7: Τέλος η εγκατάσταση έγινε με επιτυχία και πρέπει να διαγράψουμε το φάκελο installation για λόγους ασφαλείας.

4.13. Εγχειρίδιο Διαχείρισης

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα ασχοληθούμε με την περιοχή διαχείρισης του joomla!. Το back end είναι η περιοχή κατασκευής και διαχείρισης της ιστοσελίδας. Εκεί έχει πρόσβαση ο ιδιοκτήτης ή ο διαχειριστής της ιστοσελίδας, όπου μπορεί να αλλάξει τις ρυθμίσεις και το περιεχόμενο της όποια στιγμή θελήσει. Στην παρακάτω εικόνα φαίνεται η φόρμα εισόδου του διαχειριστή.

Εφόσον ο διαχειριστής βάζοντας τους κατάλληλους κωδικούς συνδεθεί στο σύστημα θα εμφανιστεί η κεντρική σελίδα διαχείρισης, Περιλαμβάνει το βασικό μενού, τα πλήκτρα γρήγορης σύνδεσης, την καρτέλα των συνδεδεμένων χρηστών, την καρτέλα των άρθρων, των μενού και πολλά άλλα που θα δούμε αργότερα αναλυτικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο «ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ»

5.1. Εγκατάσταση Joomla & VirtueMart

Βήμα 1

Αρχικά πρέπει να φτιάξουμε την βάση δεδομένων. Μπαίνοντας λοιπόν στην ιστοσελίδα apache friend.org: <https://www.apachefriends.org/index.html> βρίσκουμε την έκδοση του XAMPP v5.6.8 για τα windows. Συμπεριβαλομένου του πακέτου είναι και MySQL +PHP. Και την κατεβάζουμε. Ύστερα κάνουμε την απλή εγκατάσταση.

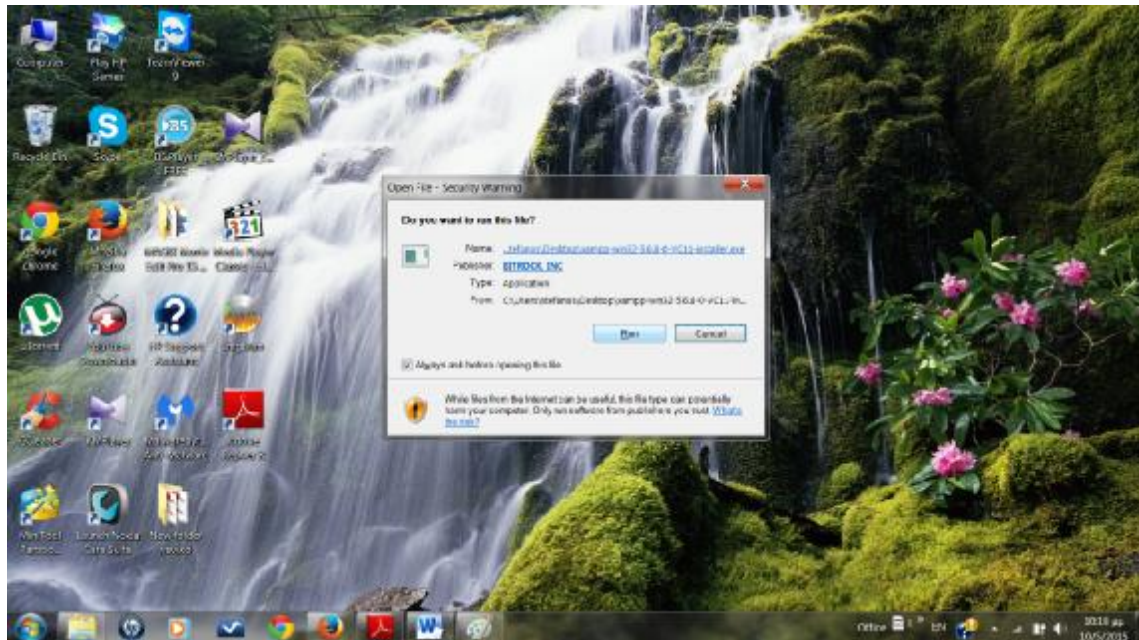
Πατάμε «Download»



Εικόνα 1

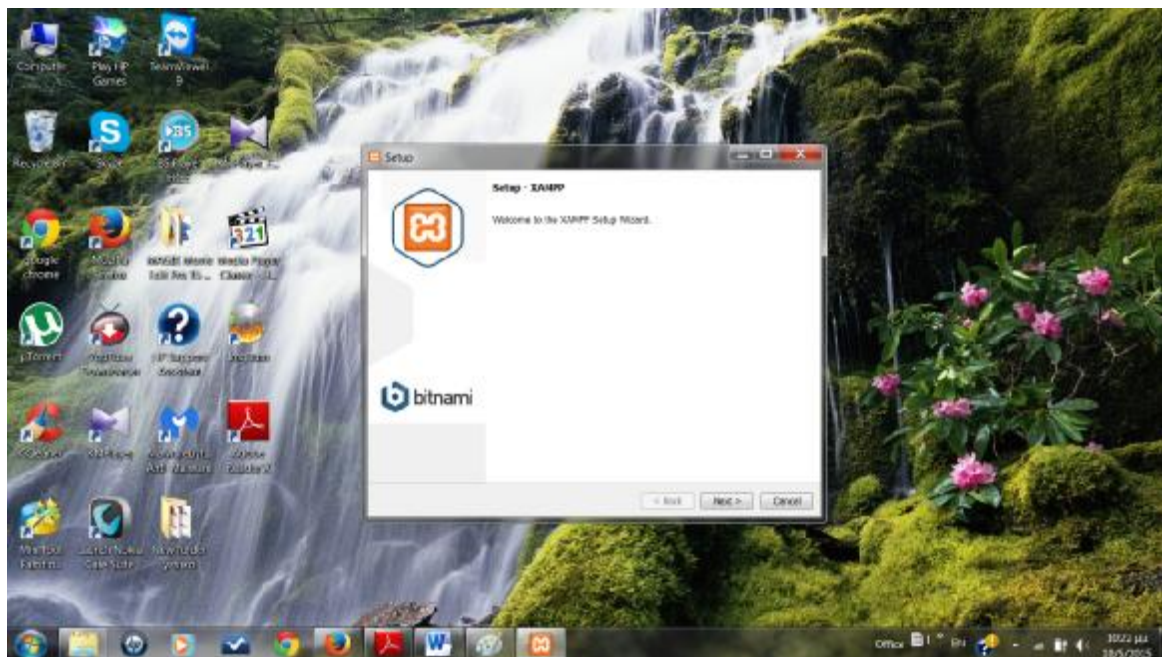
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Πατάμε «Run»



Εικόνα 2

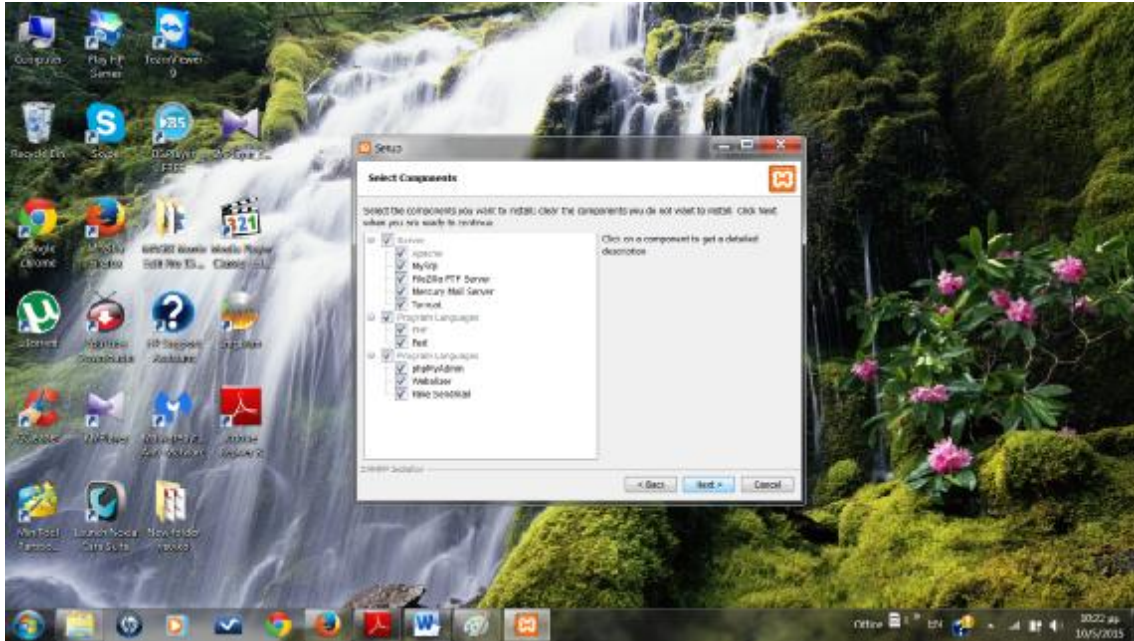
Πατάμε «Next»



Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Εικόνα 3

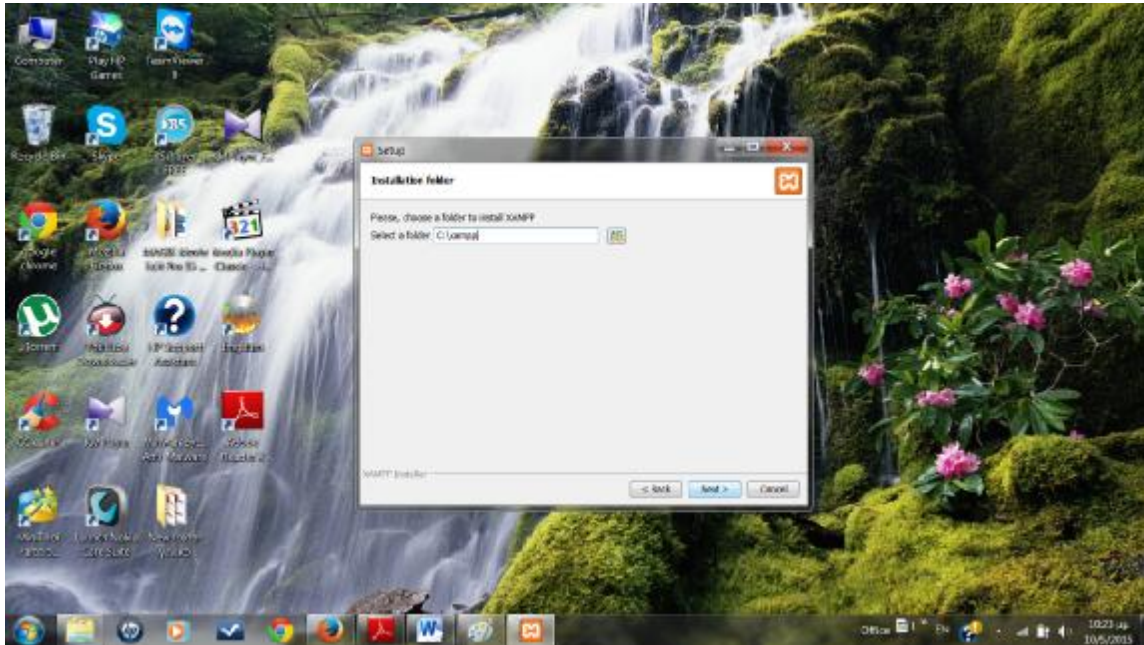
Πατάμε «Next»



Εικόνα 4

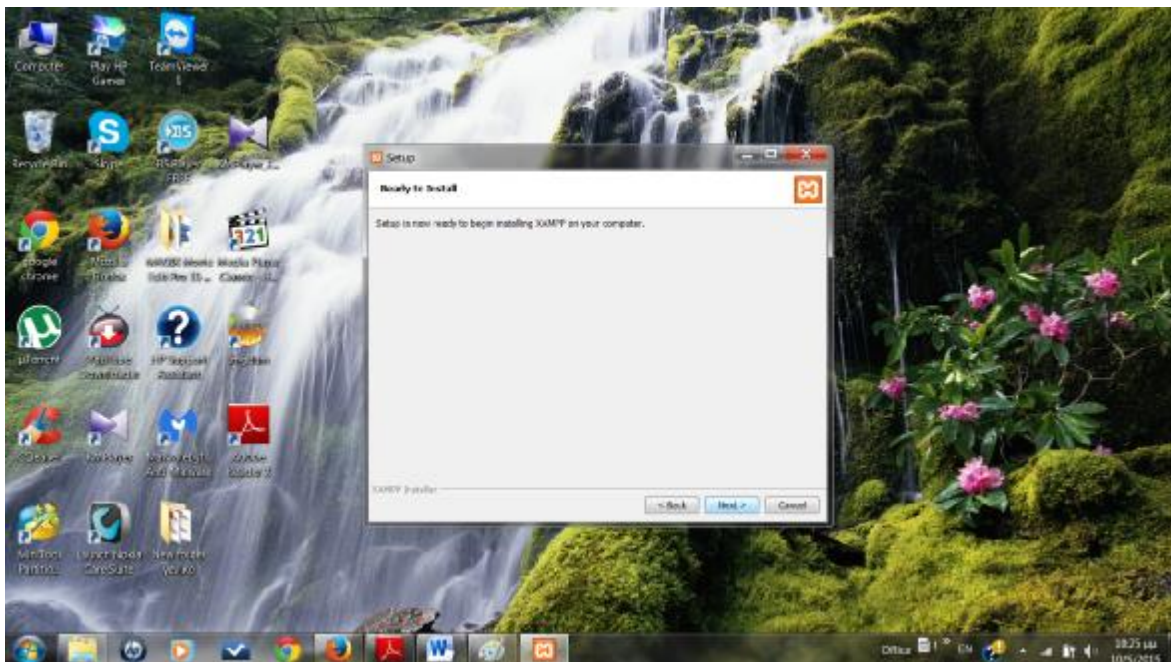
Πατάμε «Next»

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 5

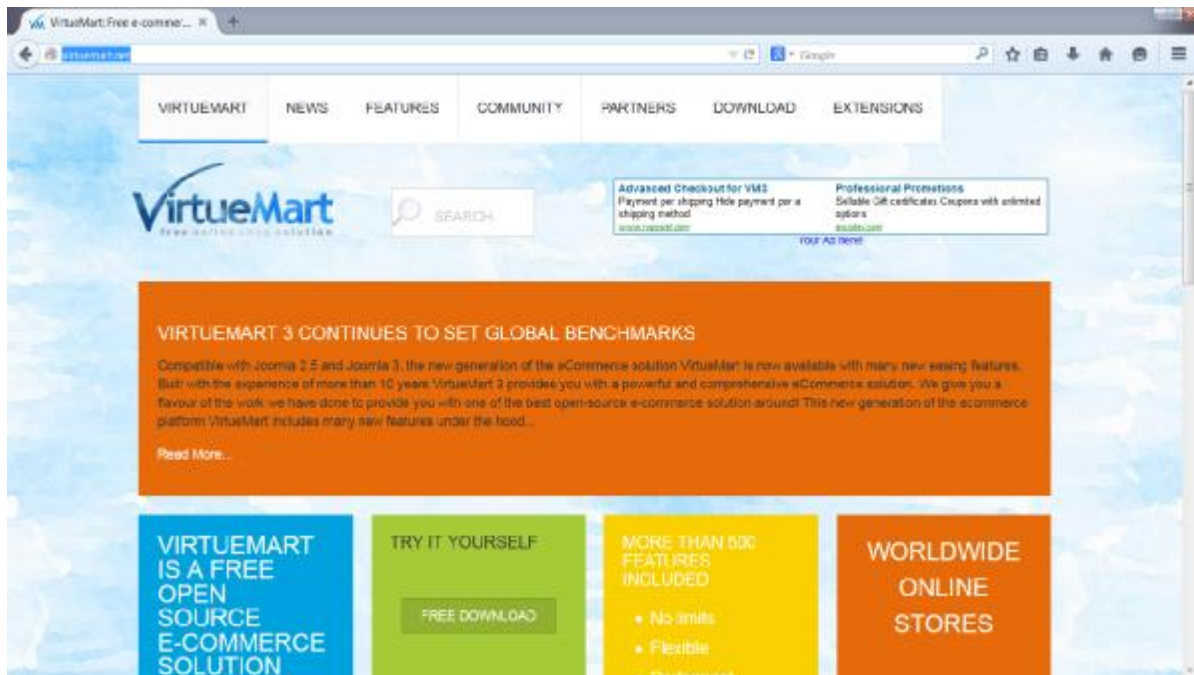
Πατάμε «Next»



Εικόνα 6

Βήμα 2

Για να κατεβάσουμε το Joomla πηγαίνουμε στον ιστότοπο <http://virtuemart.net/> και κατεβάζουμε την τελευταία έκδοση **Joomla 2.5** μαζί με το **VirtueMart 3** γιατί μας βολεύει περισσότερο και όχι χωριστά.



Εικόνα 7

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 8

Βήμα 3

Κάνοντας την εγκατάσταση του προγράμματος.

Αρχικά ανοίγουμε το XAMPP και επιλέγουμε το Apache και το MySQL πατώντας «start» και περιμένουμε να πρασινίσουν. Όταν το κάνουν είναι έτοιμο για να συνεχίσουμε παρακάτω.



Εικόνα 9

Μετά βρίσκουμε το αρχείο rar που κατεβάσαμε, το VirtueMart3.0.9_Joomla_2.5.28. Το επιλέγουμε με δεξί κλικ και το κάνουμε αποσυμπίεση στο φάκελο XAMPP που βρίσκεται στο μονοπάτι: local disk (C:)/xampp/htdocs. Εκεί αν θέλουμε φτιάχνουμε έναν υποφάκελο και αποσυμπιέζουμε εκεί τα αρχεία. Τον ονόμασα joomla, μπαίνουμε μέσα στον φάκελο και κάνουμε την αποσυμπίεση.



Εικόνα 10

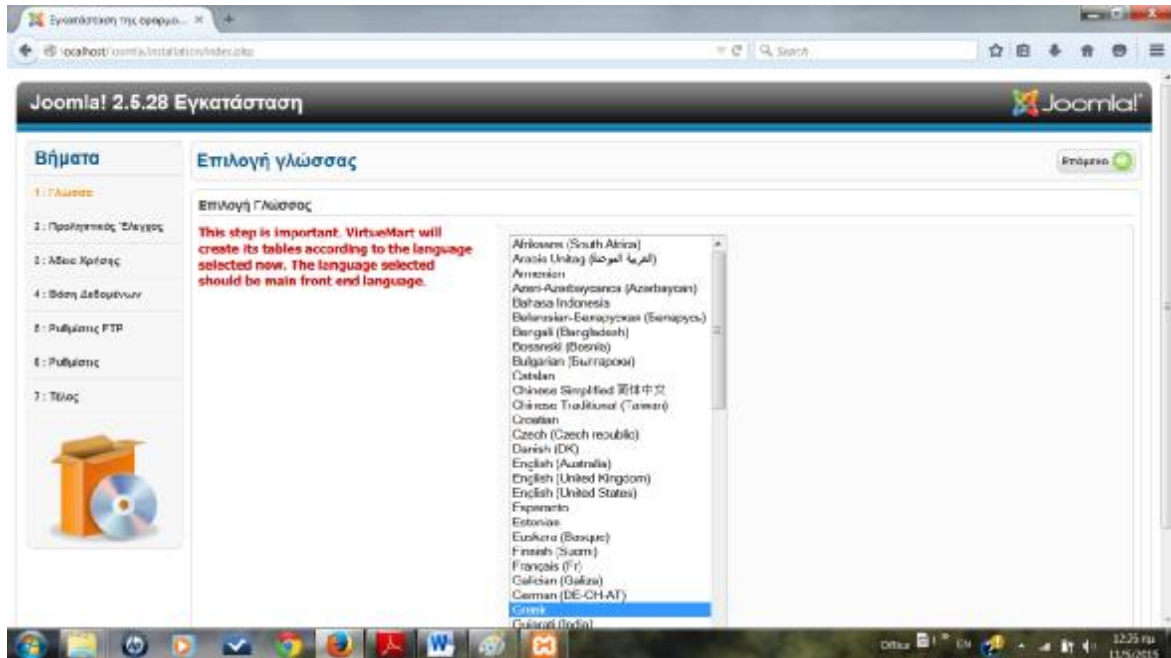
Βήμα 4

Ξεκινάμε την τελευταία φάση της εγκατάστασης όπου γίνεται μέσω του browser. Αφού ανοίξουμε τον browser γράφουμε στο κελί του, την διεύθυνση <http://localhost/joomla> επιλέγουμε επόμενο και ξεκινάει η τελική εγκατάσταση.

Στην πρώτη καρτέλα που μας εμφανίζει

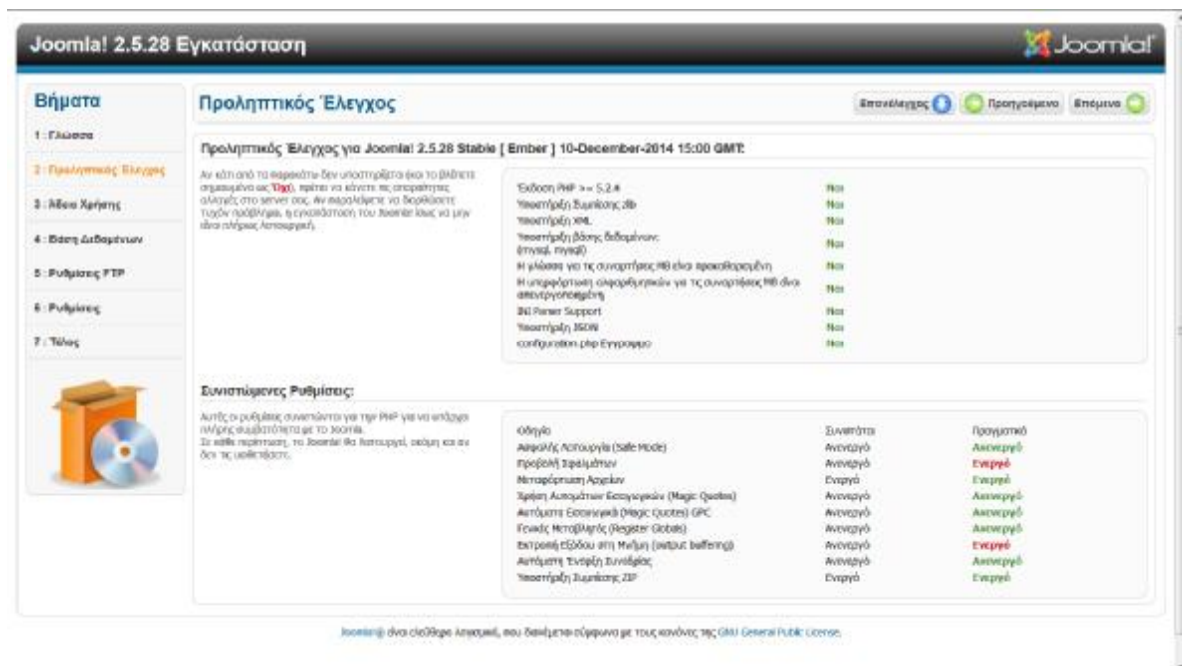
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Βήμα 1: επιλέγουμε την γλώσσα να είναι ελληνικά. Πατάμε επόμενο



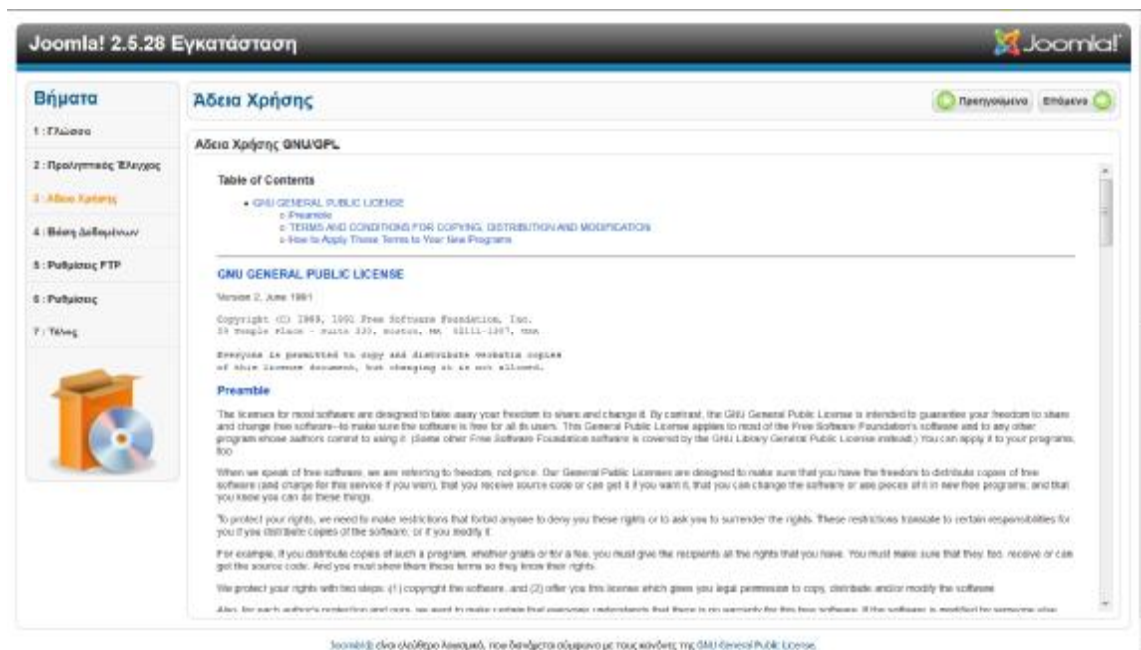
Εικόνα 11

Βήμα 2: προληπτικός έλεγχος, πατάμε επόμενο



Εικόνα 12

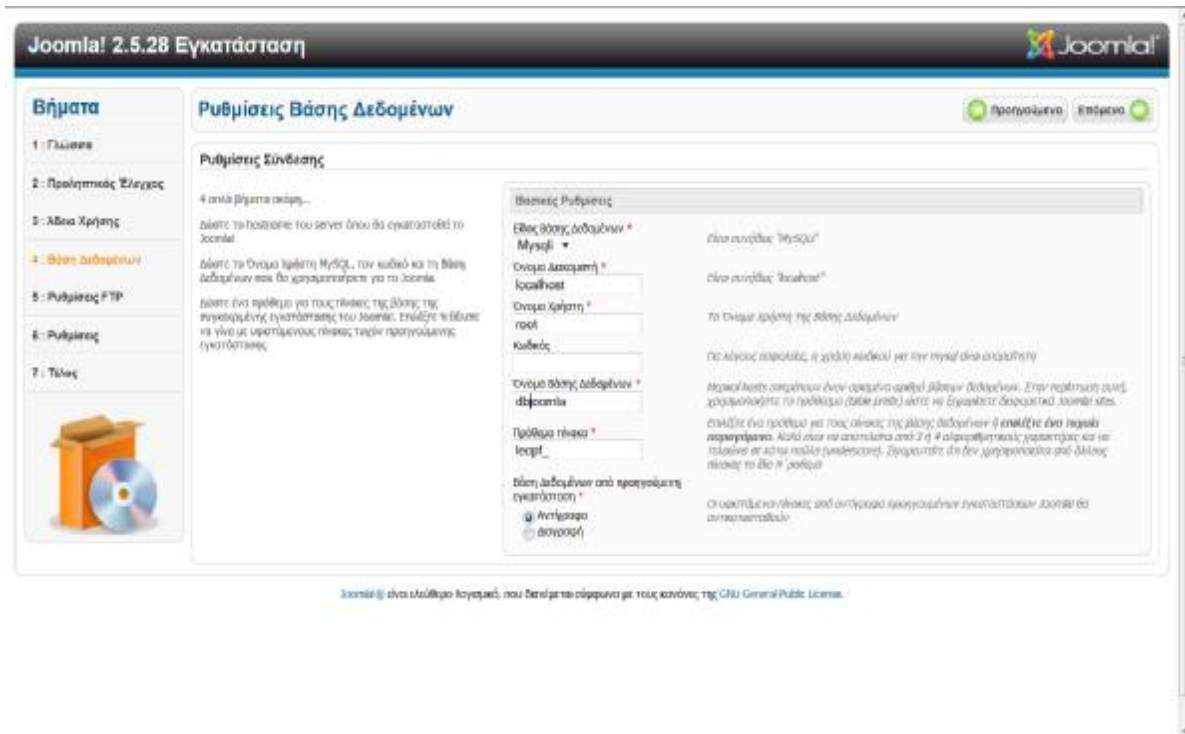
Βήμα 3: Άδεια χρήσης, πατάμε επόμενο



Εικόνα 13

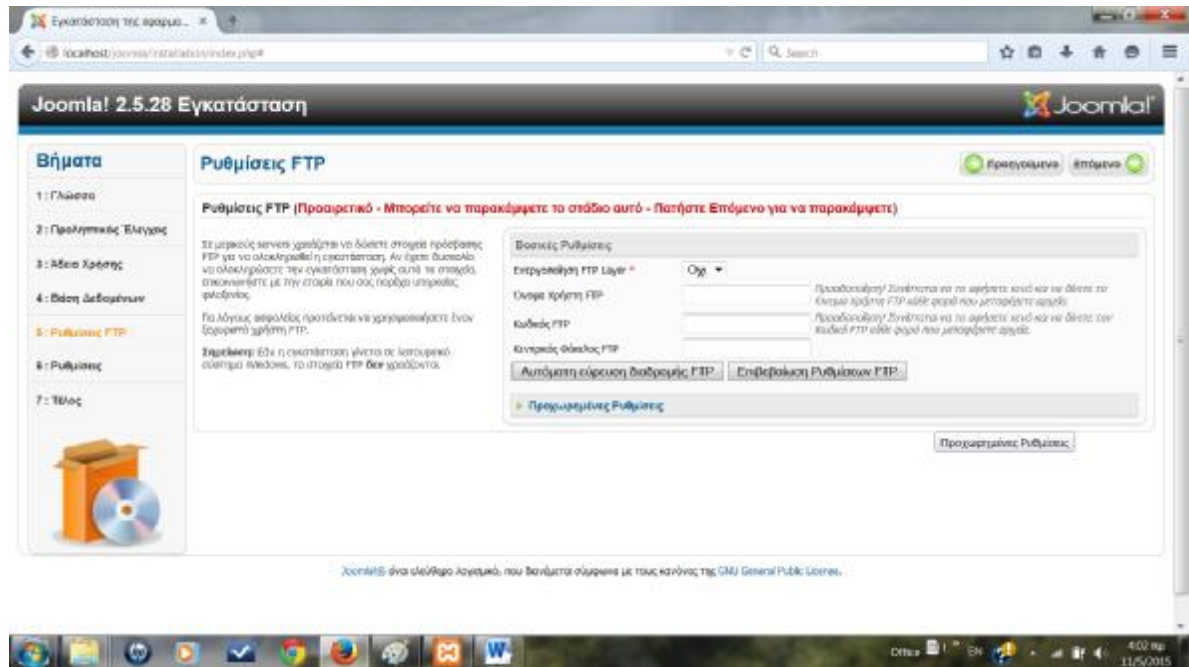
Βήμα 4: Σε αυτήν την καρτέλα συμπληρώνουμε το πεδίο όνομα χρήστη με το root πάντα, γιατί είναι ο default χρήστης που φτιάχνει την MySQL. Στο όνομα βάσης δεδομένων βάζουμε ότι θέλουμε, βάζω το joomla. Πατάμε επόμενο.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



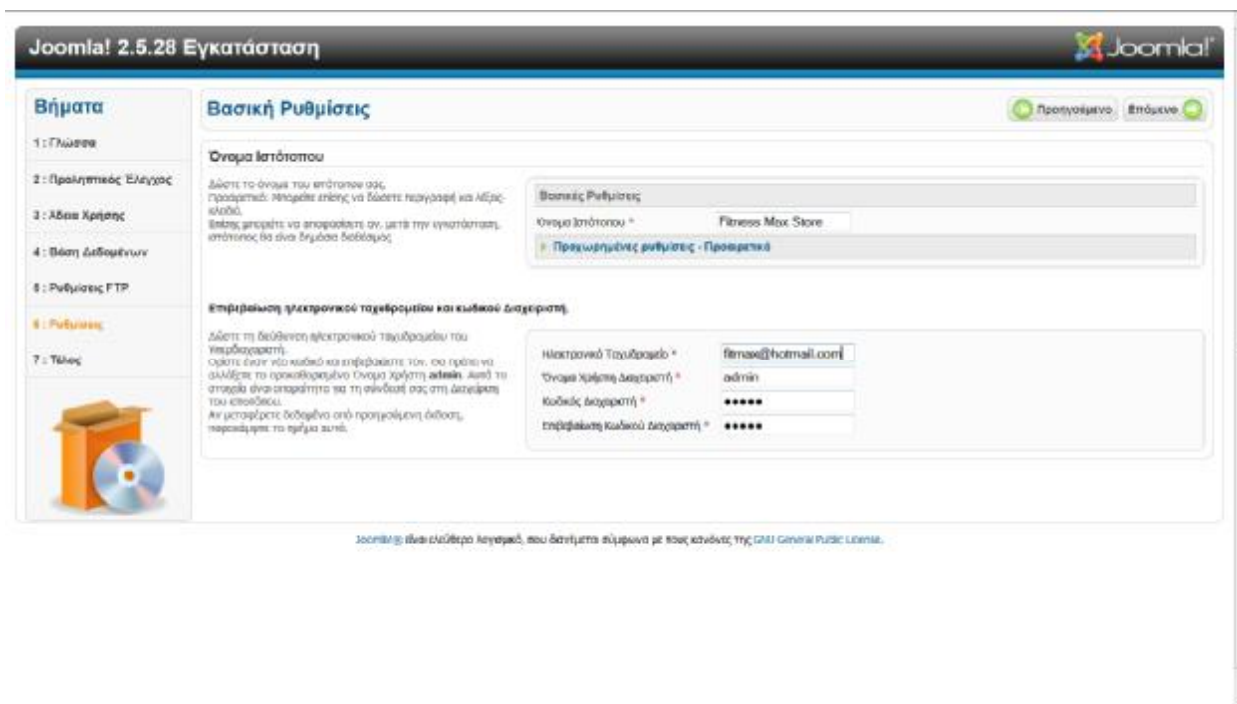
Εικόνα 14

Βήμα 5: Ρυθμίσεις FTP. πατάμε επόμενο



Εικόνα 15

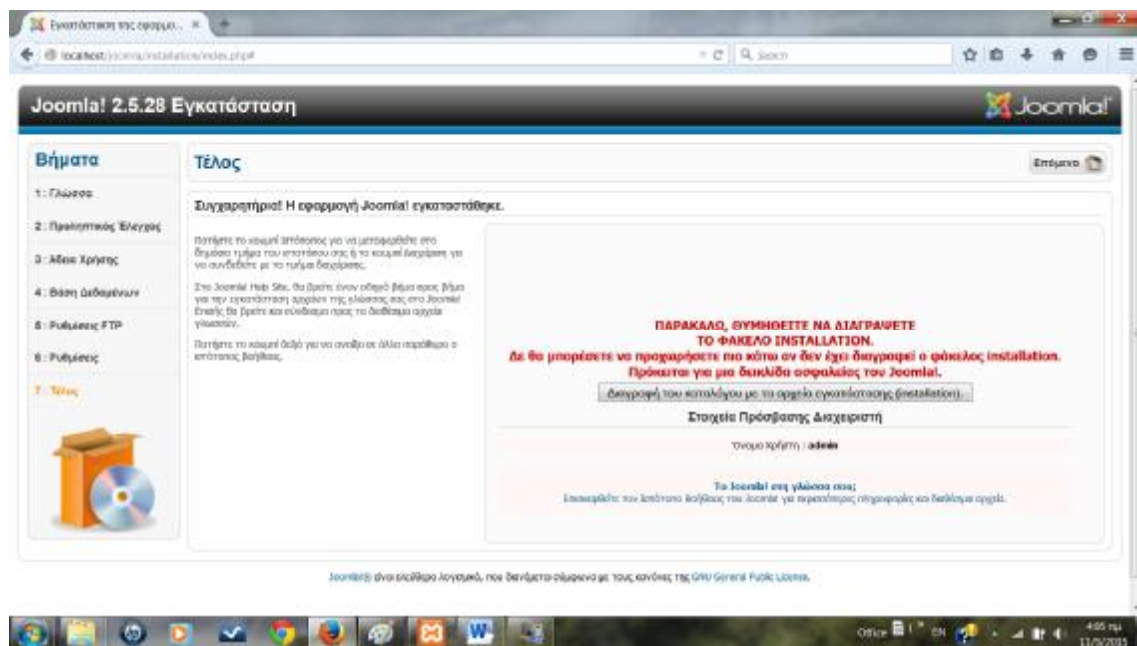
Βήμα 6: Ρυθμίσεις. Δίνουμε ένα όνομα του ιστοτόπου το οποίο ονομάζω: Fitness Max Store, ένα e-mail: basilis.k91@hotmail.com, επιλέγουμε ένα όνομα χρήστη διαχειριστή και τον κωδικό τους. Αφήνω το προεπιλεγμένο: admin και κωδικό το ίδιο, εφόσον η έκδοση είναι δοκιμαστική θέλουμε κάτι απλό. Με αυτά τα στοιχεία θα συνδεόμαστε στο site.



Εικόνα 16

Βήμα 7: Πατάμε επόμενο και μας βγάζει προειδοποιητικό μήνυμα για να διαγράψουμε τον φάκελο installation. Το διαγράφουμε, πατάμε επόμενο

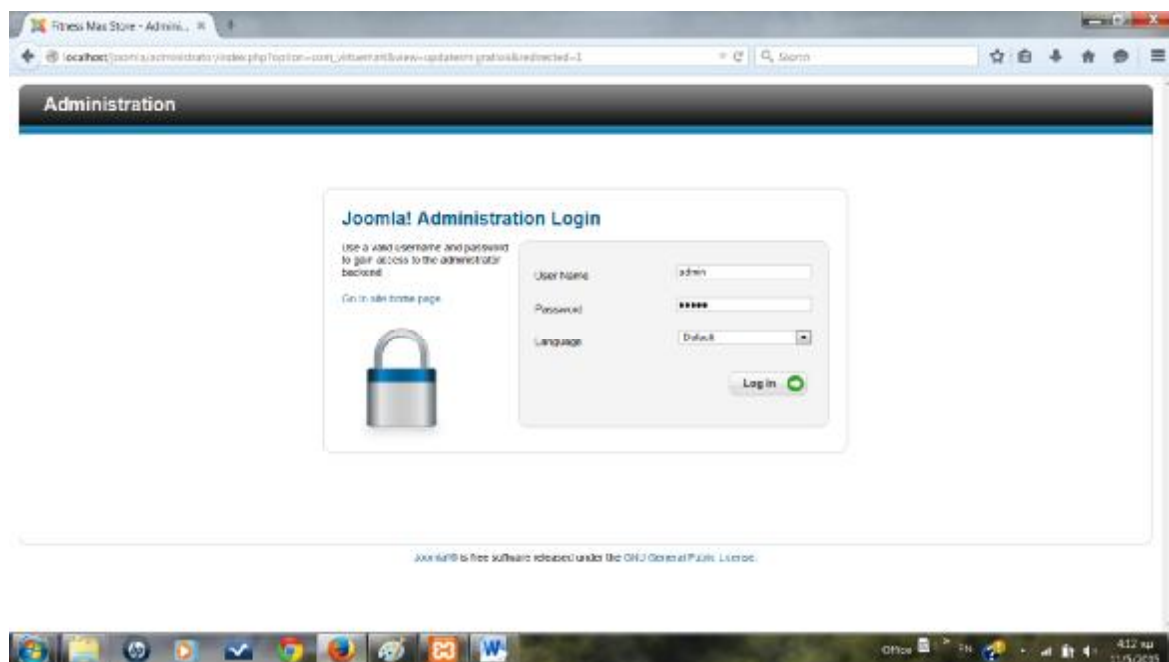
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 17

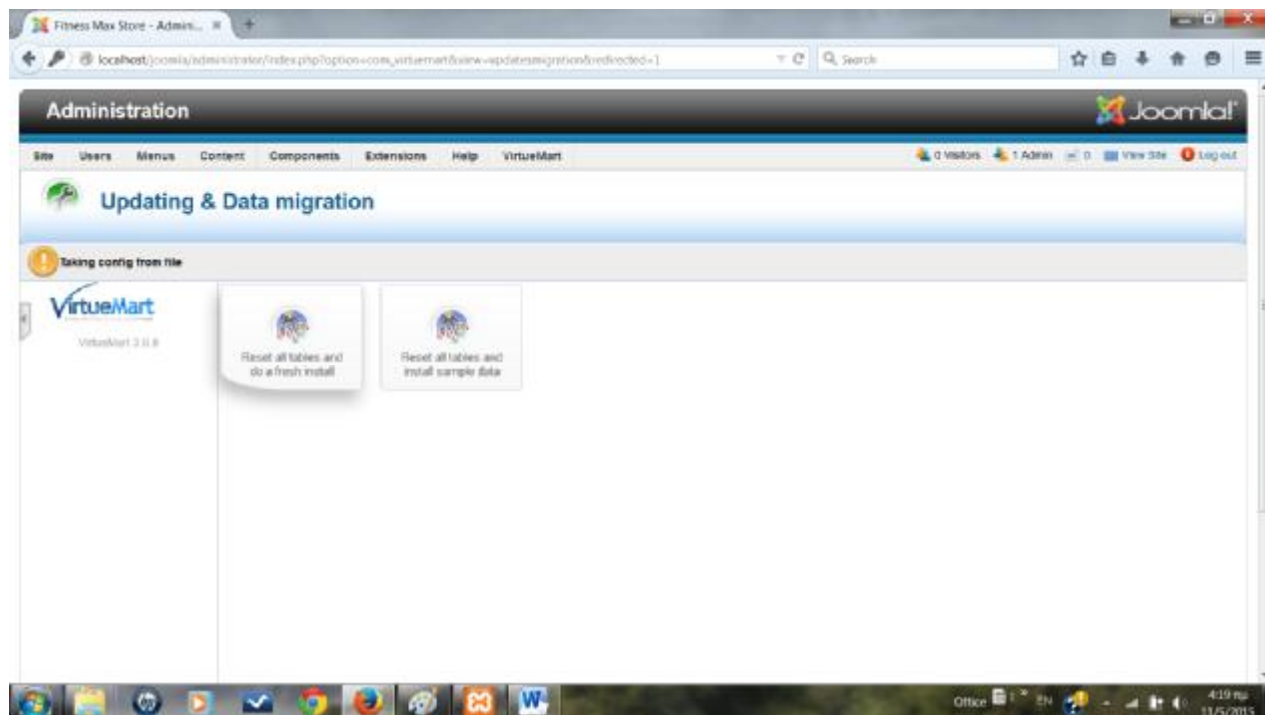
και προχωράμε στον ιστότοπο.

Συνδέομαι με τα στοιχεία που δήλωσα παραπάνω, όνομα χρήστη διαχειριστή: admin , κωδικό: admin



Εικόνα 18

Μπαίνουμε μέσα επιλέγουμε το fresh install και το πρόγραμμα είναι έτοιμο για χρήση.



Εικόνα 19

5.2. Η διαφορά Virtuemart & Joomla στην λειτουργικότητα τους

Εισάγοντας στην διαχείριση του προγράμματος Joomla παρατηρούμε ότι χωρίζεται και σε ένα άλλο σκέλος το Virtuemart το οποίο είναι υπεύθυνο με την διαχείριση e-shop και είναι επέκταση της Joomla. Η διαφορά λοιπόν είναι ότι στο VirtueMart κάνουμε όλες τις βασικές καταχωρίσεις και λειτουργίες της ιστοσελίδας, όπως και τα αντίστοιχα πεδία που έχει. Παραγγελίες, προϊόντα, κατηγορίες προϊόντων, κατασκευαστές, αγοραστές, αρχεία πολυμέσων, μέθοδοι αποστολής, μέθοδοι πληρωμών, αναφορά εσόδων και κατάσταση.

Το Joomla είναι υπεύθυνο με ότι αφορά τις επεκτάσεις, την διαμόρφωση και την εμφάνιση του ιστοτόπου. Δηλαδή την απεικόνιση του με εικόνες, ενθέματα (modules) όπως καλάθι αγορών, προϊόντα προσφοράς, μηχανή αναζήτησης, άρθρα, διαφημίσεις, στατιστικά, **πρότυπα (Templates)**, το **Μενού (Menu)** και πολλά άλλα που θα δούμε κατά την δημιουργία του ιστοτόπου.

5.3. Διαχείριση Virtuemart

Αφού έχουμε ολοκληρώσει την εγκατάσταση στον browser Mozilla (θα μπορούσαμε να είχαμε χρησιμοποιήσει οποιονδήποτε άλλον browser, φυλλομετρητή) πληκτρολογούμε την διεύθυνση <http://localhost/joomla/administrator>

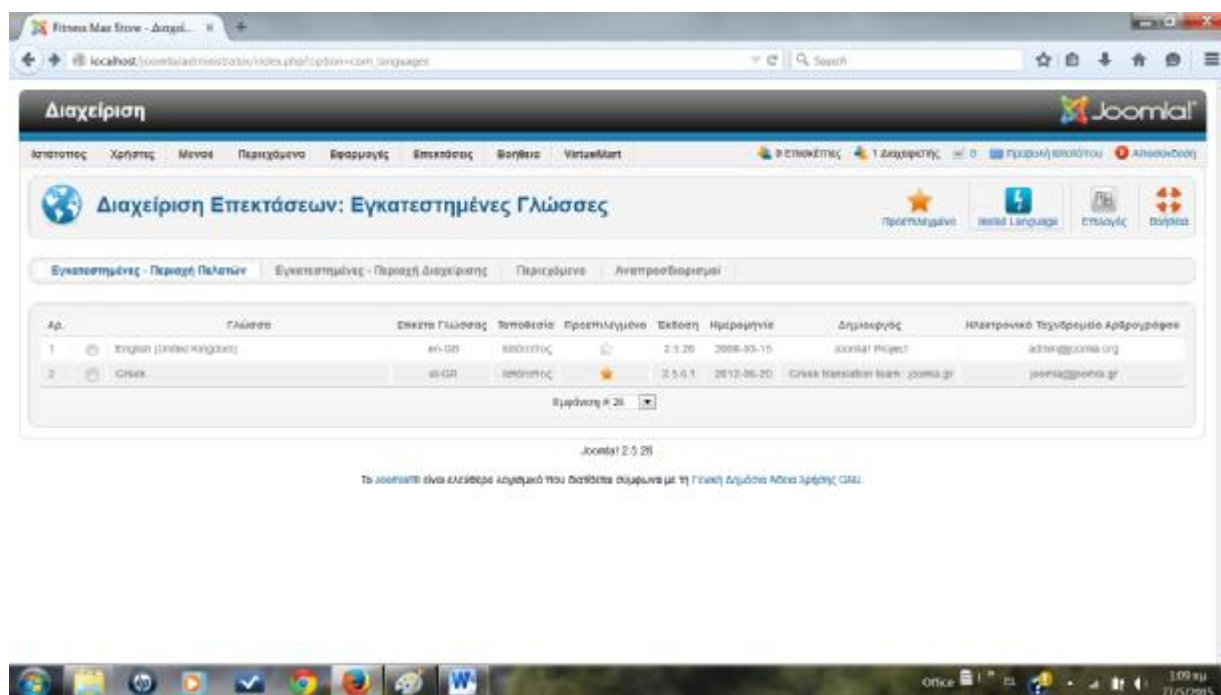
Στην φόρμα σύνδεσης εισάγουμε το username και το password και κάνουμε την σύνδεση με το κουμπί <<login>>.

Έτσι μεταφερόμαστε στην διαχείριση του προγράμματος και είμαστε έτοιμοι να ξεκινήσουμε την κατασκευή της ιστοσελίδας μας

5.3.1. Εγκατάσταση γλώσσας

Για να εγκαταστήσουμε γλώσσα στο Joomla πηγαίνουμε site > control panel > language manager > install language και επιλέγουμε Greek και το κουμπί install.

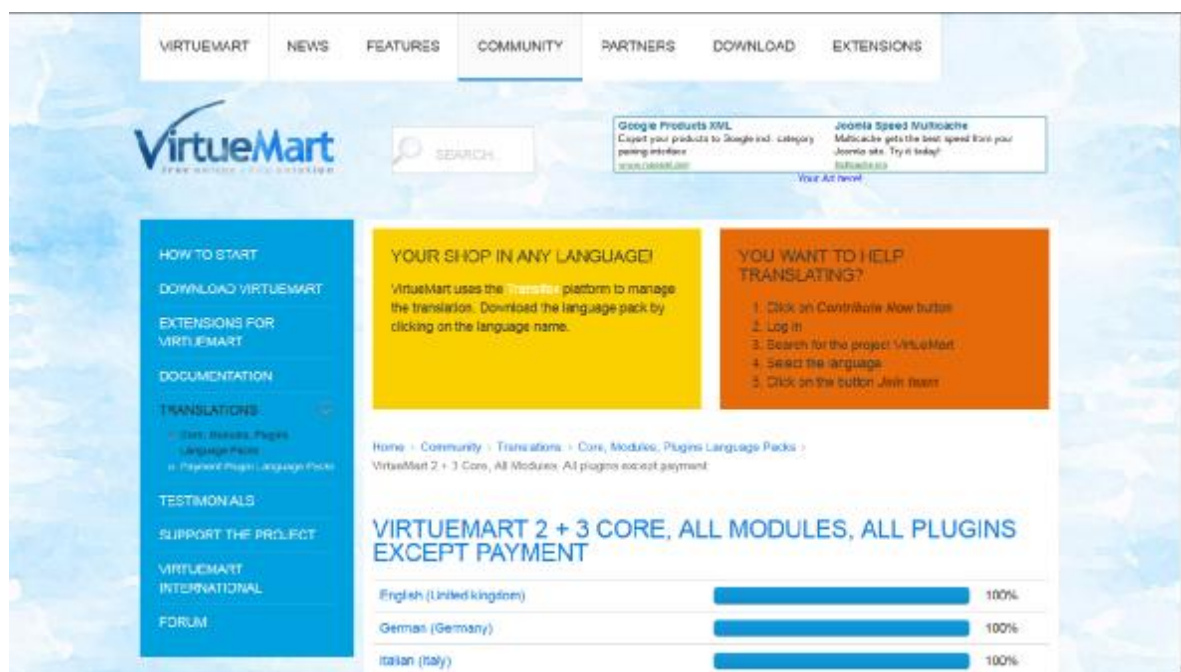
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



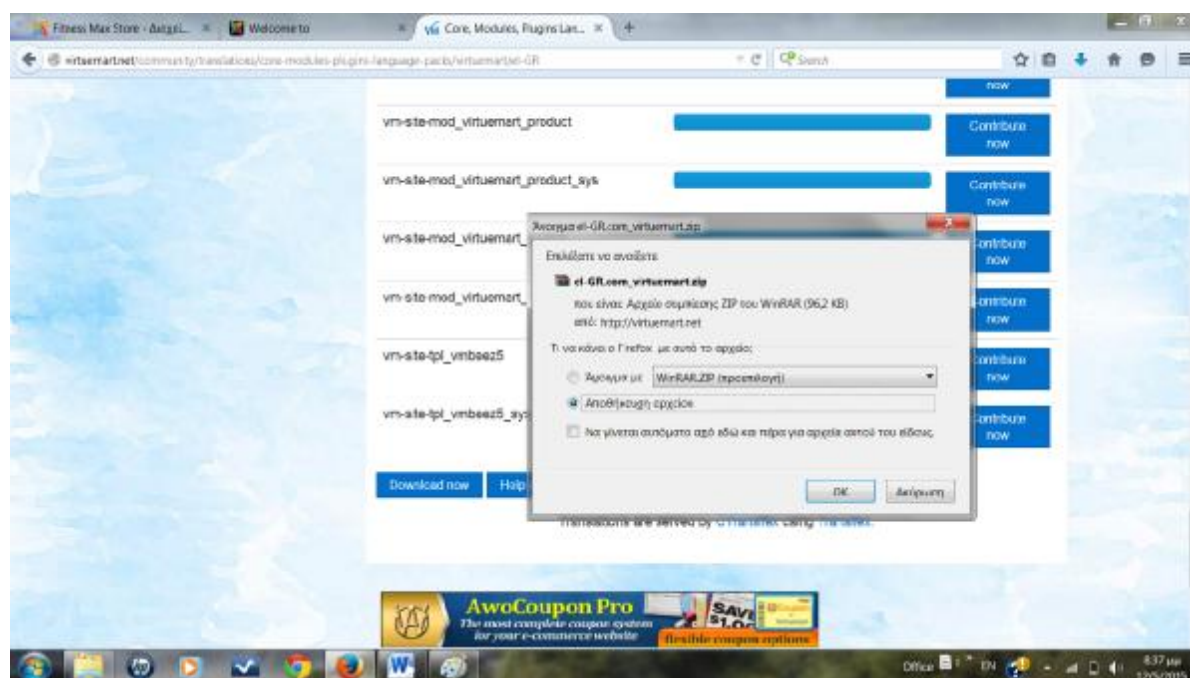
Εικόνα 20

Στην Διαχείριση επειδή το κομμάτι του VirtueMart δεν εγκαταστάτη στα Ελληνικά από την επιλογή που κάναμε προηγουμένως επεκτάσεις > Διαχείριση γλωσσών ή (site > control panel > language manager) θα πάμε στο site του <http://virtuemart.net/> , Home > Community >Translations > Core, Modules, Plugins Language Packs. Θα βρούμε το ελληνικό πακέτο [Greek \(Greece\)](#) και θα το κατεβάσουμε.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



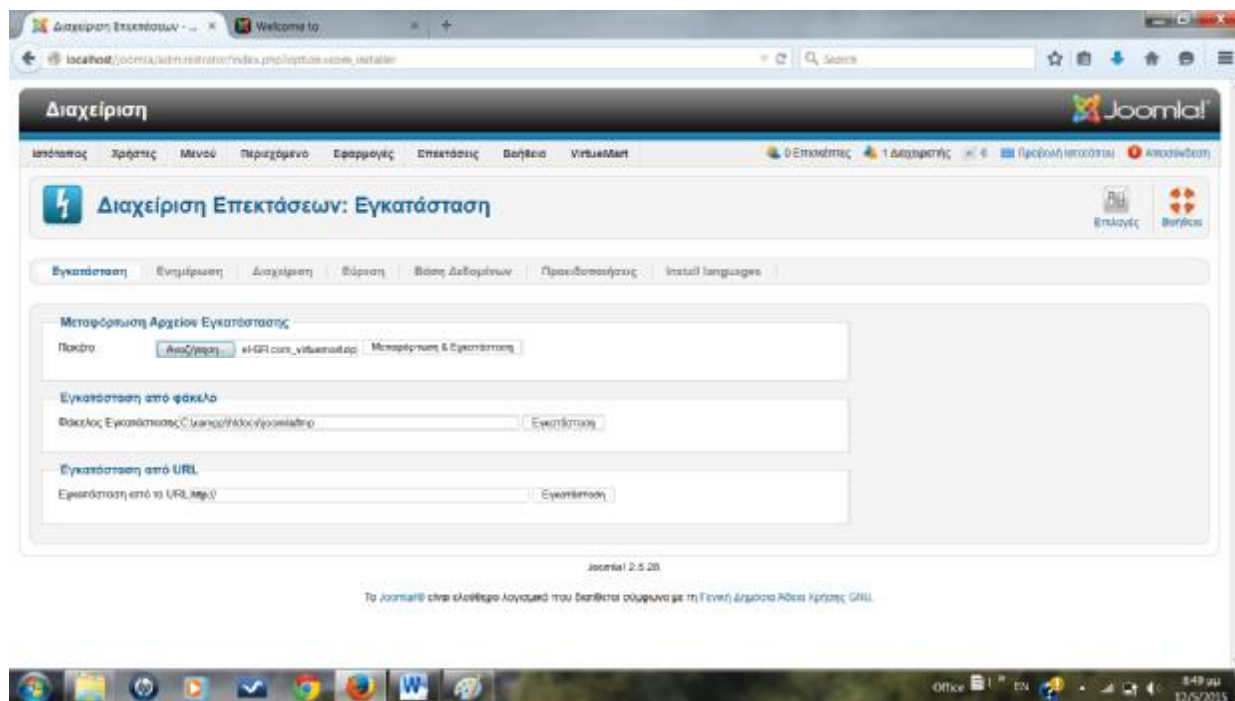
Εικόνα 21



Εικόνα 22

Στην συνέχεια στο Joomla! πηγαίνουμε στην διαχείριση επεκτάσεων > Μεταφόρτωση αρχείου εγκατάστασης: > αναζήτηση el-GR, το αρχείο γλώσσας που μόλις κατεβάσαμε στο PC μας, >

Μεταφόρτωση & εγκατάσταση. Και είναι έτοιμο στα Ελληνικά.



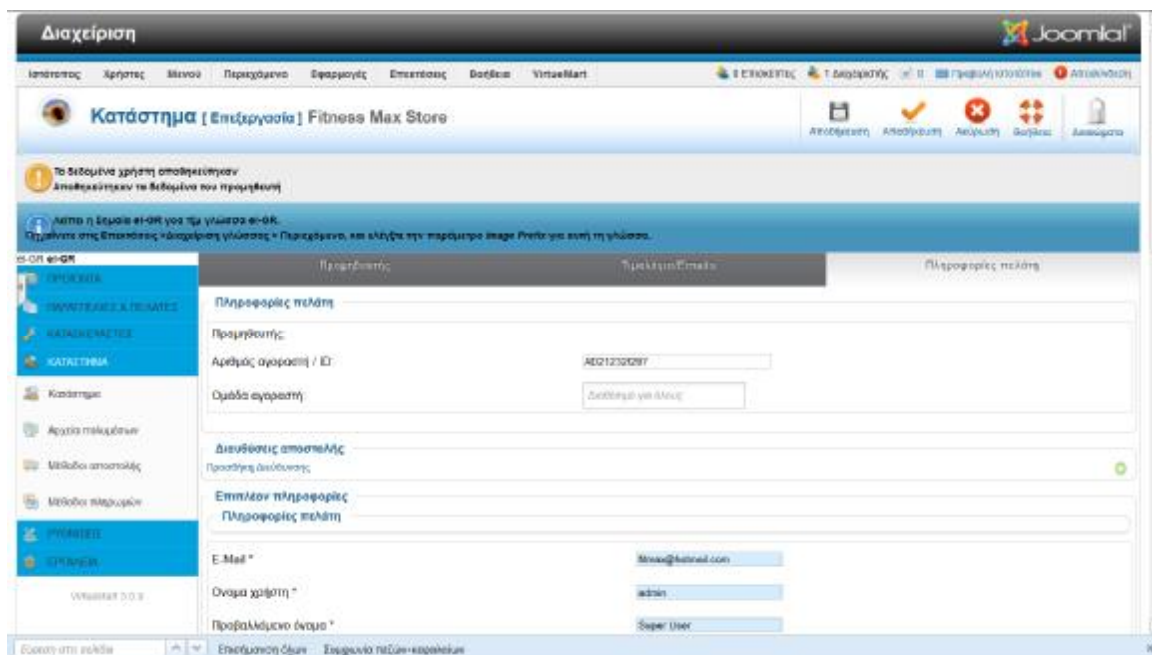
Εικόνα 23

5.3.2. Δημιουργία Καταστήματος

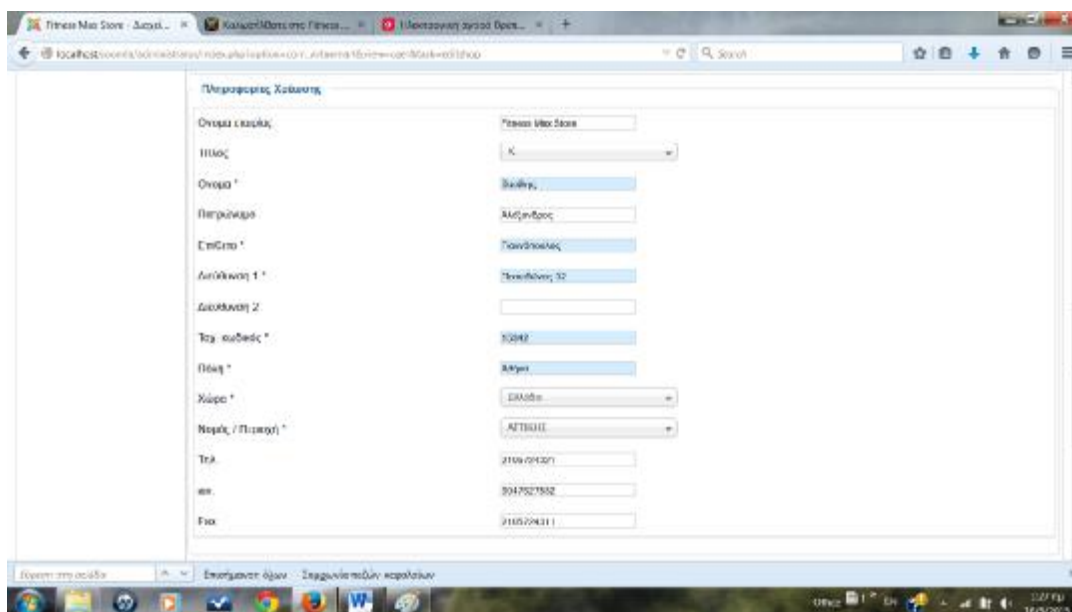
Αρχικά πρέπει να καταχωρήσουμε τα γενικά στοιχεία του καταστήματος. Την επωνυμία, την διεύθυνση, τα στοιχεία επικοινωνίας κλπ.

Πηγαίνουμε στην διαχείριση > VirtueMart και επιλέγουμε από τις κατηγορίες το κατάστημα και μετά μας εμφανίζει 3 καρτέλες. Στην καρτέλα πληροφορίες πελάτη συμπληρώνουμε τα όλα τα παιδεία. Έχει τις πληροφορίες για το άτομο που μπορεί να επικοινωνήσει ο πελάτης, και τις πληροφορίες χρέωσης όπου είναι τα στοιχεία του καταστήματος μας, διεύθυνση, τηλέφωνα κλπ.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 24

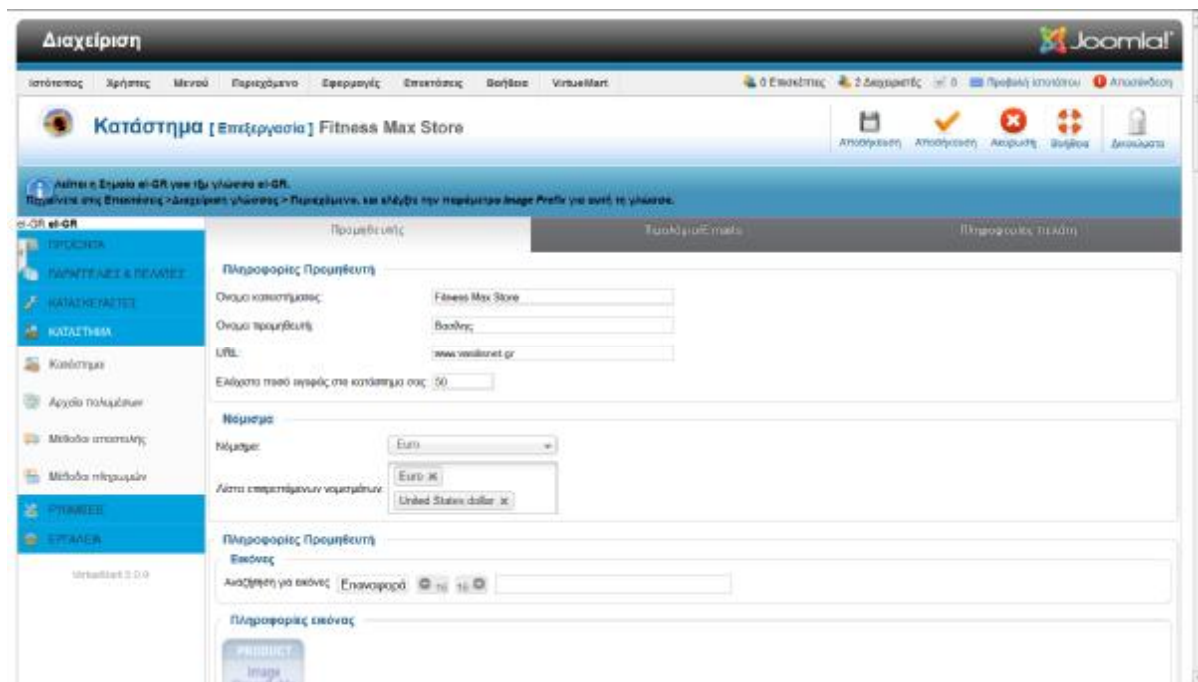


Εικόνα 25

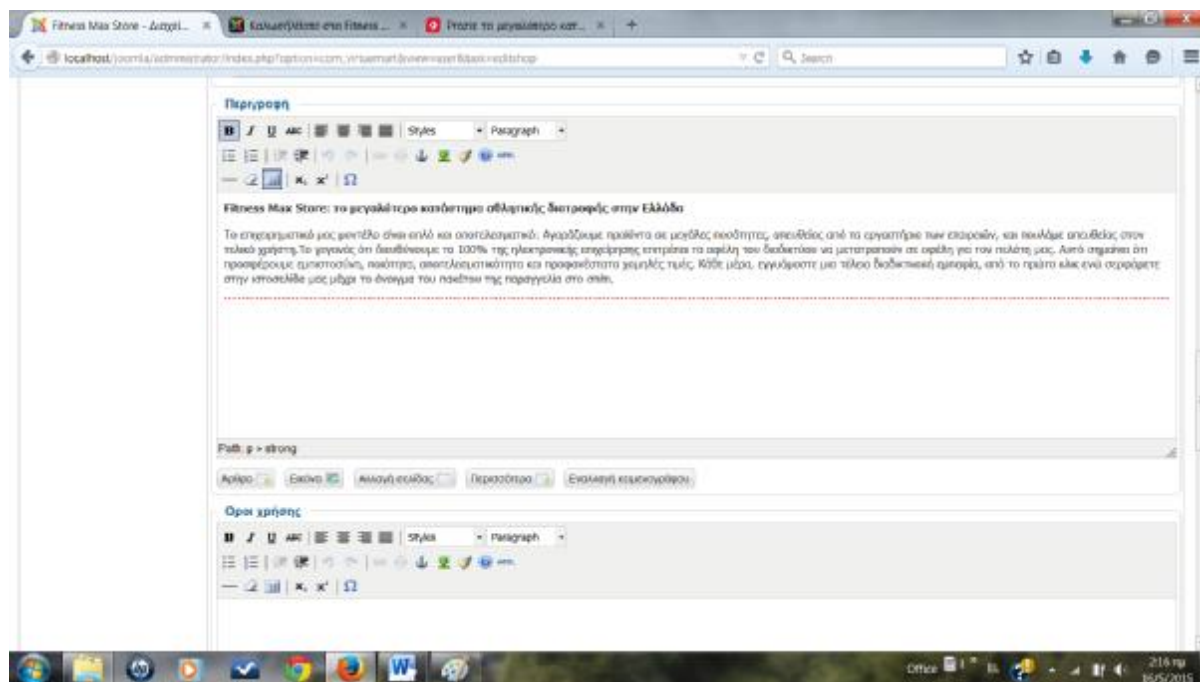
Στην καρτέλα προμηθευτής συμπληρώνουμε τις πληροφορίες του προμηθευτή του

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

καταστήματος μας, το νόμισμα το οποίο χρησιμοποιεί το κατάστημα στις συναλλαγές και δίνουμε μια γενική περιγραφή του καταστήματος όπου θα εμφανίζεται σε διάφορα σημεία της ιστοσελίδας.



Εικόνα 26



Εικόνα 27

5.3.3. Δημιουργία κατασκευαστή

Για το κατάστημα μας πρόκειται για μεγάλες κατασκευαστικές εταιρίες που θα συνεργάζονται με την επιχείρησή μας και θα προμηθεύουν τα προϊόντα τους. Οι κατασκευαστές θα έχουν σύνδεση με τα προϊόντα προς πώληση του καταστήματός μας.

Επειδή θα κατασκευάσουμε αρκετούς κατασκευαστές, Θα δείξουμε πως γίνεται ένας, αφού με τον ίδιο τρόπο κάνουμε και τους υπόλοιπους.

Στην διαχείριση του vitruemart πατάμε: vitruemart > κατασκευαστές > Νέο.

Θα δημιουργήσουμε έναν κατασκευαστή με τίτλο <<Gaspari>>

Στην καρτέλα περιγραφή συμπληρώνουμε τα πεδία του κατασκευαστή.

Λεπτομέρειες Κατασκευαστή

Όνομα κατασκευαστή: Gaspari

Δημοσιευμένο: Ναι, για να φαίνεται στον ιστότοπο

URL κατασκευαστή: www.gaspari.com (τυχαίο URL, γενικότερα θα είναι της μορφής www. '....' .com, org, gr κλπ.)

Email κατασκευαστή: gaspari@hotmail.com (τυχαίο email, γενικότερα βάζουμε οτιδήποτε email

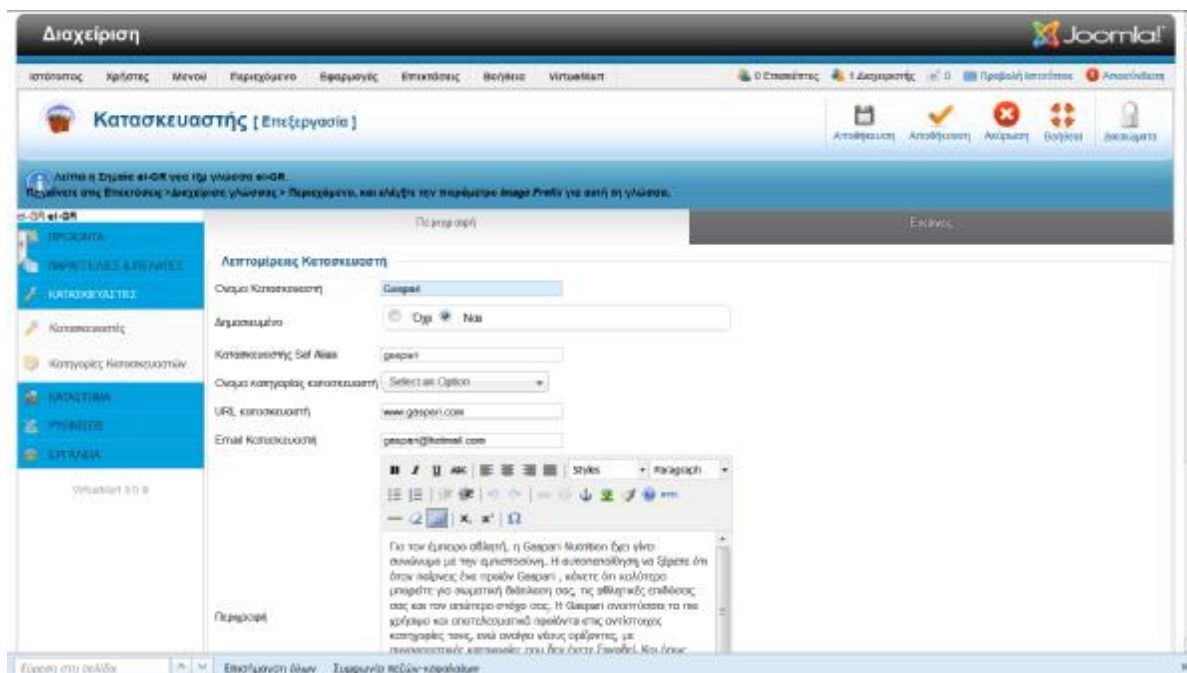
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

)

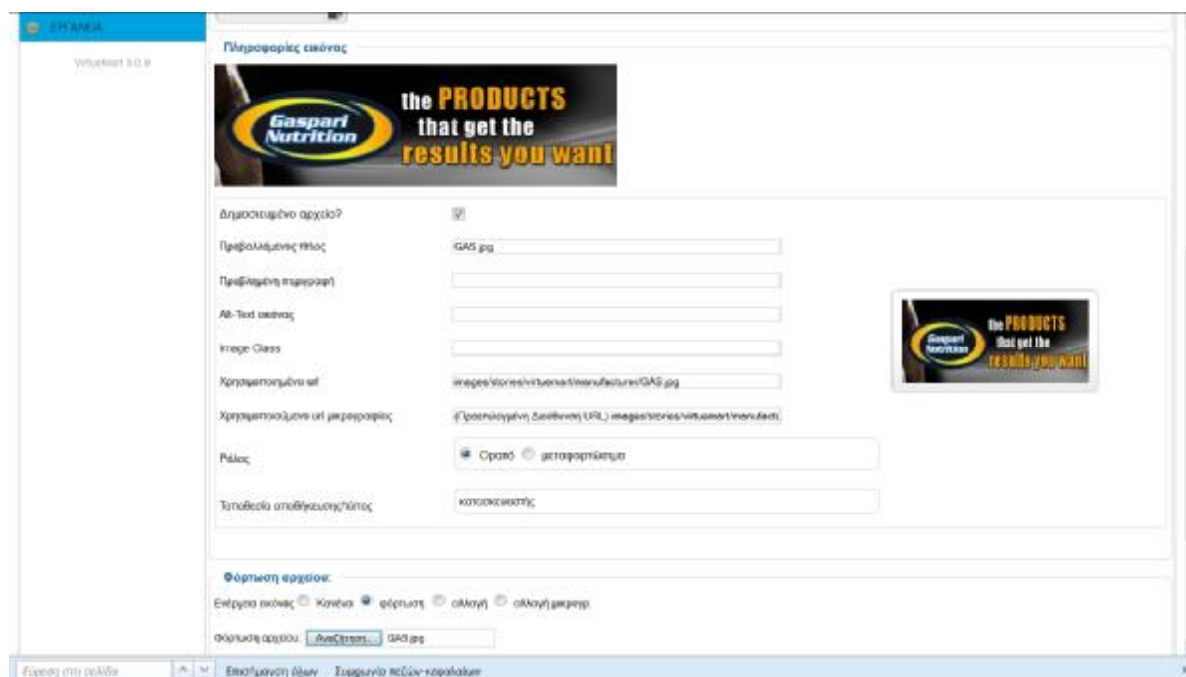
Περιγραφή: Δίνουμε μια περιγραφή για τον κατασκευαστή

Στην καρτέλα Εικόνες, > φόρτωση αρχείου

> αναζήτηση και ανεβάζουμε την εικόνα που θέλουμε από τον υπολογιστή μας. Πατάμε αποθήκευση και μόλις δημιουργήσαμε έναν κατασκευαστή.



Εικόνα 28



Εικόνα 29

5.3.4. Διαχείριση προϊόντων

Το κατάστημα δίνει την δυνατότητα να κατηγοριοποιήσουμε τα προϊόντα σύμφωνα με τον κατασκευαστή και με τις κατηγορίες, υποκατηγορίες προϊόντων. Προτού προσθέσουμε τα προϊόντα στον κατάστημα είναι πιο πρακτικό να δημιουργήσουμε τις κατηγορίες προϊόντων διότι κατά την δημιουργία του προϊόντος θα γίνεται ταξινόμηση του σε κατηγορία. Όπως και για τον ίδιο λόγο να δημιουργήσαμε πρώτα τους κατασκευαστές επειδή τα προϊόντα συσχετίζονται άμεσα με τον κατασκευαστή.

Κατηγορίες προϊόντων

Επειδή θα κατασκευάσουμε 4 κατηγορίες κορυφαίου επιπέδου, Θα δείξουμε πως γίνεται μία, αφού με τον ίδιο τρόπο κάνουμε και τις υπόλοιπες.

Vitruemert > κατηγορίες προϊόντων > Νέο

Θα δημιουργήσουμε μια με κατηγορία με τίτλο <<Αθλητική διατροφή>>

Στην καρτέλα «κατηγορία»

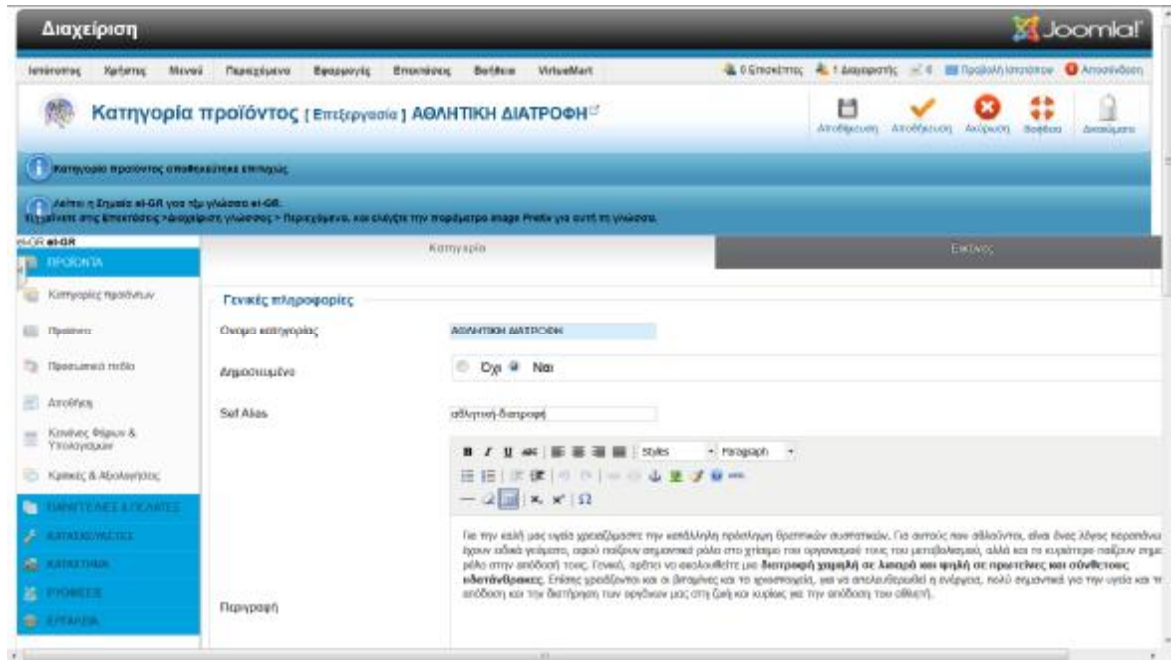
όνομα κατηγορίας: Αθλητική διατροφή

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

δημοσιευμένο: Ναι

Περιγραφή: Εισάγουμε μια περιγραφή και βάζουμε μια εικόνα προαιρετικά.

Γονική κατηγορία: επιλέγουμε κατηγορία κορυφαίου επιπέδου.



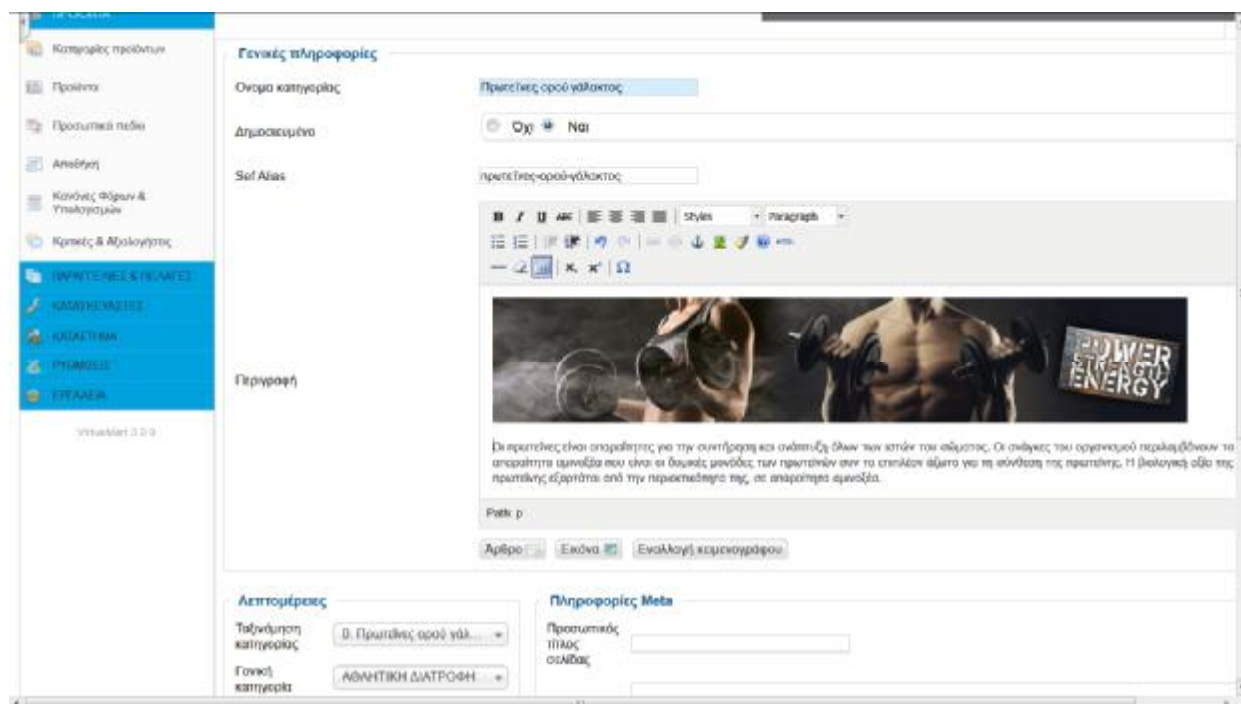
Εικόνα 30

Όταν κατασκευάσουμε μια κατηγορία προϊόντων και θελήσουμε να την κάνουμε υποκατηγορία κάποιας κορυφαίου επιπέδου, θα επιλέξουμε στο πλαίσιο της γονικής κατηγορίας να είναι υποκατηγορία μιας κορυφαίου επιπέδου. Στο κατάστημα μας, θα έχουμε 4 κατηγορίες κορυφαίου επιπέδου που θα έχουν υποκατηγορίες. Οι κορυφαίες είναι:

ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ, ΑΠΩΛΕΙΑ ΒΑΡΟΥΣ, ΕΝΕΡΓΕΙΑ, ΕΥΕΞΙΑ. Για παράδειγμα δύο υποκατηγορίες της ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ είναι: πρωτεΐνες ορού γάλακτος και προϊόντα αύξησης μάζας. Οπότε όταν συμπληρώσουμε τα παιδεία της κατηγορίας πρωτεΐνες ορού γάλακτος, στην γονική κατηγορία θα επιλέξουμε την ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ για να γίνει υποκατηγορία της.

Την Ταξινόμηση κατηγορίας: την θέση που θα έχει η κατηγορία σε σχέση με τις υπόλοιπες. Στην προκειμένη περίπτωση την αφήνουμε όπως έχει μιας και είναι η αρχική.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 31

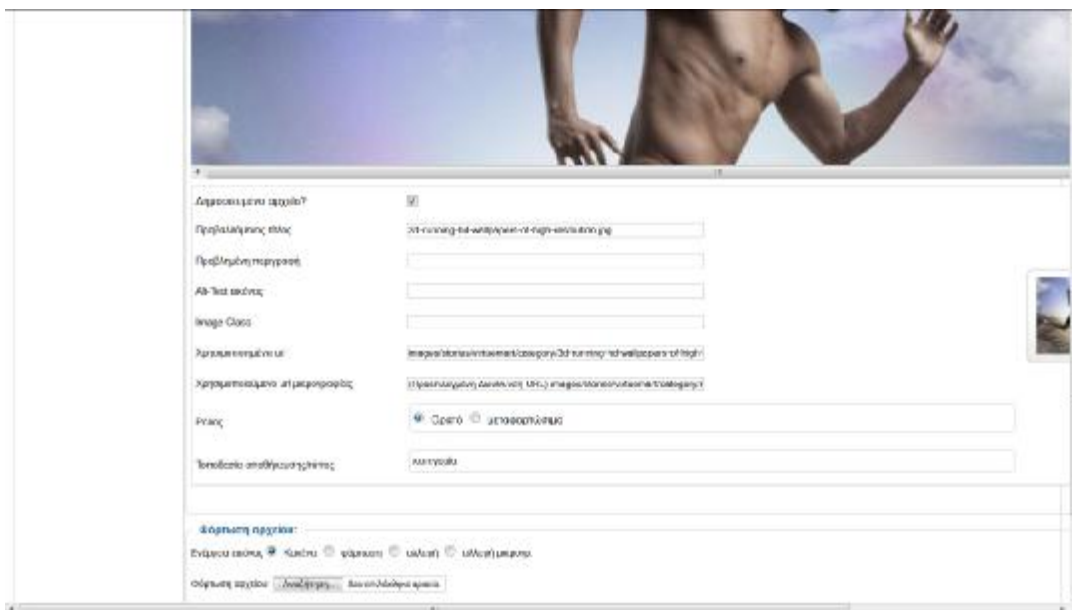
Στην καρτέλα: εικόνες, θα υπάρχει ένα μικρό εικονίδιο κάτω από το όνομα της κατηγορίας όταν μας εμφανίζεται στην ιστοσελίδα.

Φόρτωση αρχείου: > αναζήτηση και επιλέγουμε μια εικόνα που έχουμε αποθηκευμένη στον Υπολογιστή μας.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 32



Εικόνα 33

Πατάμε αποθήκευση και δημιουργήσαμε την κατηγορία.

Επαναλαμβάνουμε την διαδικασία για να φτιάξουμε τις υπόλοιπες κατηγορίες-υποκατηγορίες.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Σειρά εμφάνισης κατηγοριών

Μπορούμε να ελέγξουμε την σειρά που εμφανίζονται οι κατηγορίες με δύο τρόπους.

Να χρησιμοποιήσουμε τα μπλε βελάκια στην στήλη "Σε παραγγελία" ρυθμίζουμε την κατάταξη για αυτήν την στήλη.

Αλλιώς αυτόν που χρησιμοποίησα και εγώ, βάζοντας στα κουτάκια δίπλα από τα βελάκια μια αριθμητική τιμή 1 για την κατηγορία που θέλουμε να φαίνεται πρώτη έως και την τελευταία που έχουμε. Πατώντας στο τέλος το μικρό εικονίδιο της δισκέτας που βρίσκετε στην κεφαλίδα της στήλης για να αποθηκευτεί η αλλαγή.

Όνομα κατηγορίας	Περιγραφή	Προϊόντα	Σε παραγγελία	δημοσιευμένο	id
EYEZIA	Η ανάγκη μας για ενέργεια δεν σταματά ποτέ. Όσο και η ανάγκη μας να κλείσουμε γρήγοτα φάσματα κάθε στιγμή της ημέρας. Ο σύγχρονος ζωής τρόπος ζωής σπρώχνει στο οργανισμό μας υπεράνω συνηθισμένα.	0 [Προβλεπ.]	4	✓	6
Προϊόντα ενδυνάμωσης κρυπτικής διαίτησης	Αυτά τα συμπληρώματα αποσκοπούν από φυσικά εκχυλίσματα βιταμινών, ανόργανα άλατα και αμινοξέα που βελτιώνουν τα επίπεδα ενέργειας και διατηρούν την παραγωγή των φυσικών ορμονών στο σώμα. Πολύτιμα!	0 [Προβλεπ.]	3	✓	10
Φιτάνια & Μεταλλικά στοιχεία	Οι 28 βιταμίνες είναι απαραίτητες, οι οποίες είναι απαραίτητες για την κανονική αύξηση και διατήρηση ενός ζωτικού οργανισμού. Τα μέλητα και τα ζυωτάκια δίνουν σπρόγγυλα και ενέργεια στον οργανισμό.	0 [Προβλεπ.]	1	✓	11
Βιολογικά Αιγιάλια	Τα συμπληρώματα αιγιάλια είναι γρήγοτα να λαμβάνονται μέσω της διατροφής, καθώς κάποια δεν απαιτεί να το συνθέσει μόνος του και έχουν ιδιότητα καθαρισμού γιατί βοηθούν με τον καθαρισμό της καρδιάς μας, μειώνοντας τον κίνδυνο.	0 [Προβλεπ.]	2	✓	16
ENERGENA	Στο VirtueMart μπορείτε να βρείτε συμπληρώματα διατροφής για ενέργεια και δύναμη του οργανισμού, τα οποία βελτιώνουν τις απόδοσές σας στέλνοντας τις δραστηριότητες που έχετε κι βελτιότερα.	0 [Προβλεπ.]	3	✓	5
Γλυκοζίνη	Η Γ-Γλυκοζίνη είναι το πιο θύρο αμινοξύ που παράγει στους κόλπους του σώματός μας και το σώμα μας και το σώμα μας. Η ένταση άσκησης αυξάνει με μια πηγή στα επίπεδα γλυκοζίνης και μειώνει την απορρόφηση.	0 [Προβλεπ.]	2	✓	10
Αποθεραπευτικά	Φαίνεται ότι το σώμα σας είναι πρόθυμο να περάσει με την προέλευσή από την κατάσταση ημιαποθεραπευτικής στην κατάσταση της δραστηριότητας, το ίδιο ακριβώς ακριβώς με το τέλος της καλής προετοιμασίας.	0 [Προβλεπ.]	3	✓	10
Αμινοξέα	Το αμινοξύ αποτελείται από ένα αμινοξύ και ένα ζεύγος των αμινοξέων που καθορίζουν και τις χαρακτηριστικές ιδιότητες τους. Τα αμινοξέα συμπληρώνουν στο σώμα με τη πηγή των αμινοξέων από την κρέατη ή λαχανικά.	0 [Προβλεπ.]	1	✓	14
ΑΠΙΣΤΕΙΑ ΒΑΡΟΥΣ	Διατροφικό συμπλήρωμα που ενισχύει την απώλεια βάρους ή γρήγοτα αδυναμία/Σύμφωνη επίσημα διαθέσιμα πλάσμα διατροφής συμπληρώματα που σπρώχνει να παρασκευαστεί υποστηρίξουν ότι βοηθούν την απώλεια.	0 [Προβλεπ.]	2	✓	2
Προϊόντα αυξημένου ανοσοποιητικού οξέος (CLA)	Το αυξημένο ανοσοποιητικό οξύ (CLA) είναι από τους πιο σημαντικούς "υπερμαρκα" άλατα. Είναι μια φυσική ουσία που μπορεί να καθαρίσει γρήγοτα στην αποκατάσταση του καρκίνου. Αλλά και στην Ον Αποδοτική είναι συμπληρώματα που βοηθούν στη μείωση του οριστικού άλατος. Πρωτότυπο.	0 [Προβλεπ.]	3	✓	10

Εικόνα 34

Δημιουργία προϊόντος

Για να προσθέσουμε ένα προϊόν πηγαίνουμε στο virtuemart > Προϊόντα > Νέο και κάνουμε την προσθήκη Προϊόντος.

Εμφανίζονται 6 καρτέλες που περιέχουν διάφορα πεδία από τα οποία τα περισσότερα θα συμπληρώσουμε. Αφού γίνει η συμπλήρωση τους θα πατήσουμε το εικονίδιο αποθήκευσης εκείνο με την δισκέτα για να αποθηκευτεί.

Ας δούμε πιο αναλυτικά την δημιουργία του πρώτου προϊόντος.

Πληροφορίες προϊόντος (1η καρτέλα)

Όνομα προϊόντος: Είναι όπως θα φαίνεται στον κατάλογο και μπορεί να περιέχει τον κωδικό του κατασκευαστή.

Δημοσιευμένο: το επιλέγουμε.

Ειδικό: Το επιλέγουμε όταν θέλουμε να κάνουμε το προϊόν σε προσφορά.

Ακόμη αυτήν επιλογή γίνεται ευκολότερα από την λίστα του μενού του προϊόντος, επιλέγοντας την στήλη που λέει ειδικό, και πατώντας ένα σηματάκι που είναι δίπλα από κάθε προϊόν για την ενεργοποίηση ή την απενεργοποίηση του ειδικού.

Κατασκευαστής: Επιλέγουμε από την λίστα τον κατασκευαστή του προϊόντος

Κατηγορίες προϊόντων: επιλέγουμε μια οι περισσότερες κατηγορίες που θέλουμε να ανήκει το προϊόν.

Για παράδειγμα στο προϊόν «n 100% Whey Gold Standard 5 lbs (2273g)» θα ανήκει στην κατηγορία «ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ» και στην υποκατηγορία «πρωτεΐνες ορού γάλακτος» ή σε μία από τις 2 ή και σε περισσότερες.

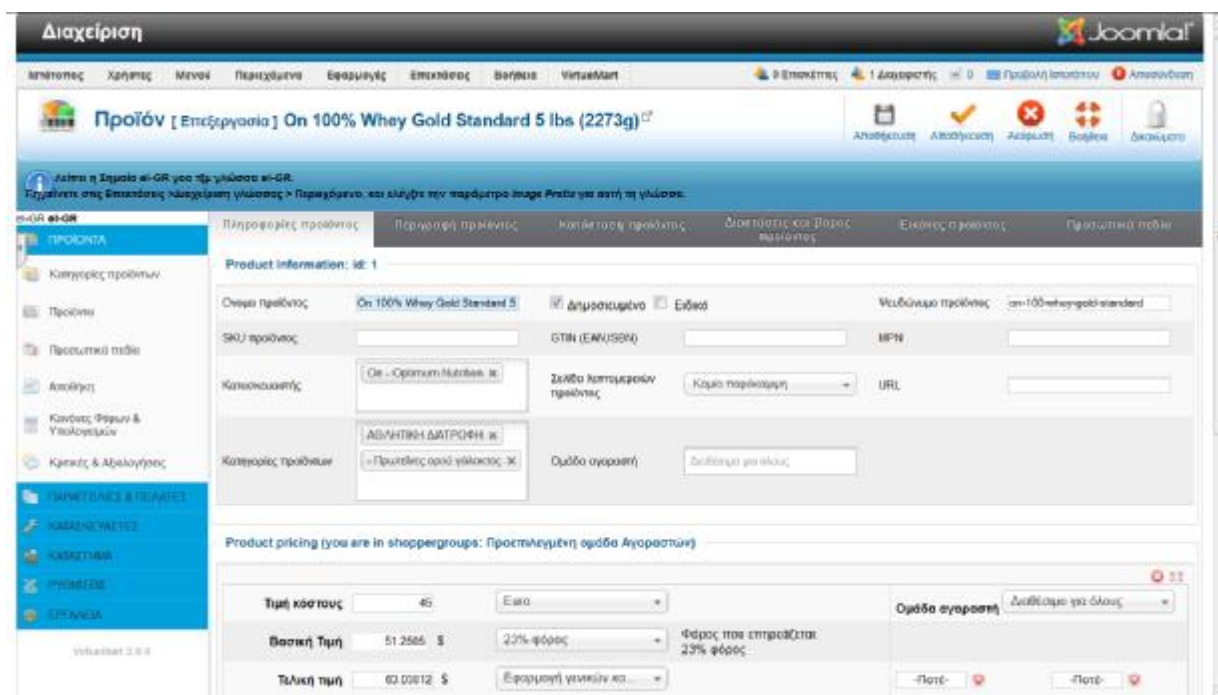
Κοστολόγηση προϊόντος:

τιμή κόστους: Βάζουμε καθαρή τιμή λιανικής χωρίς φόρους και δεξιά στο διπλανό κελί επιλέγουμε νόμισμα. Euro, στο κατάστημά μας.

Βασική τιμή: Είναι η τιμή λιανικής με τους φόρους. Στο διπλανό κελί επιλέγουμε τα είδη φόρων. Στο κατάστημά μας επιλέγουμε φόρο 23%. Αυτόν όμως πρέπει να το φτιάξουμε πρώτα για να εμφανιστεί στην λίστα επιλογής των κανόνων και φόρων. Έτσι μετά θα είναι εμφανισμένο μόνιμα για κάθε καινούργιο προϊόν που προσθέτουμε στο κατάστημα.

Τελική τιμή προϊόντος: Η μεικτή τιμή του προϊόντος με όλους τους φόρους.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 35

Κανόνες φόρων & υπολογισμών

Οπότε πατάμε virtuemart > Προϊόντα > Κανόνες φόρων & υπολογισμών > Νέο

Και συμπληρώνουμε τα πεδία.

όνομα κανόνα υπολογισμού: γράφουμε ,23% φόρος

δημοσιευμένο: ναι

Περιγραφή: 23% ΦΠΑ

Είδος αριθμητικής λειτουργίας: επιλέγουμε, φόρος ΦΠΑ ανά προϊόν

Μαθηματική λειτουργία: επιλέγουμε, +% αφού θέλουμε να υπολογίζει την τιμή με φόρο πρόσθεσης 23%

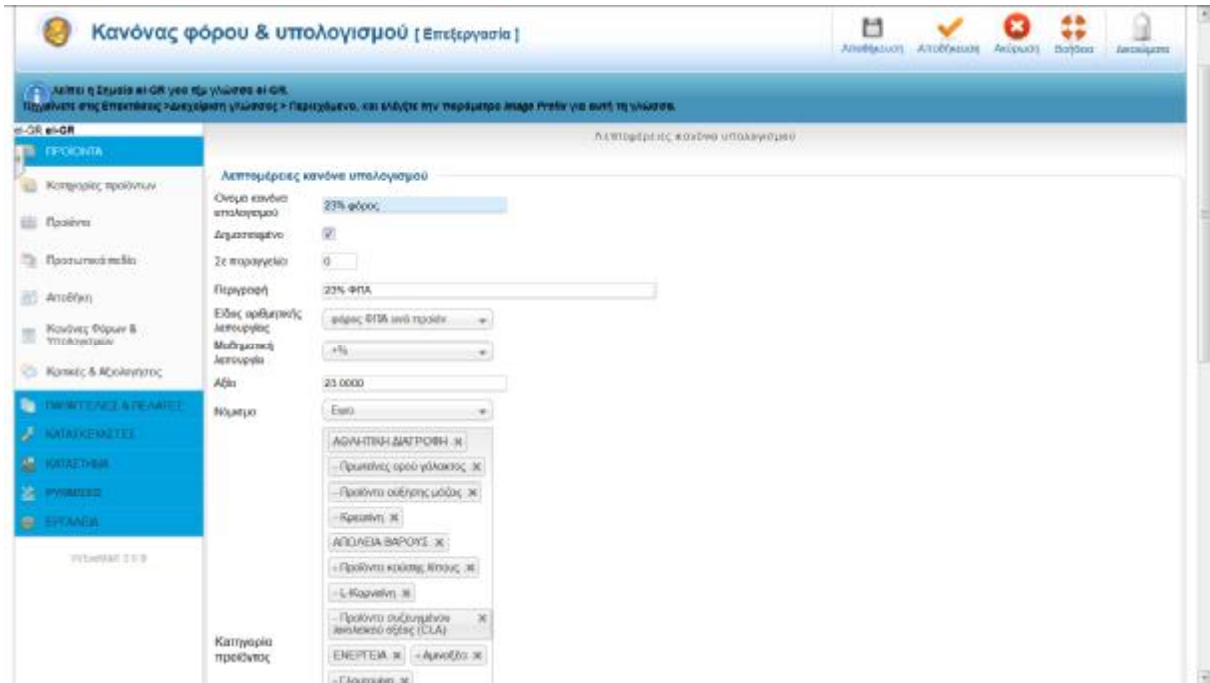
Αξία: βάζουμε 23

Νόμισμα: Euro

Κατηγορία προϊόντος: Εδώ μας λέει σε ποιες κατηγορίες θέλουμε να μπει ο φόρος και επιλέγουμε «όλες». Πχ. αν πουλούσαμε και τρόφιμα θα βάζαμε στην κατηγορία τροφίμων μικρότερο φόρο, αρά θα φτιάχναμε έναν καινούργιο φόρο και θα επιλέγαμε μόνο την κατηγορία

τροφίμων.

Πατάμε αποθήκευση και κλείσιμο.



Εικόνα 36

Πριν επανέλθουμε στην δημιουργία του προϊόντος, εφόσον βρισκόμαστε στους Κανόνες φόρων & υπολογισμών θα δημιουργήσουμε έναν κανόνα υπολογισμού που θα κάνει έκπτωση σε επιλεγμένες κατηγορίες προϊόντων που θέλουμε. Οπότε όπως και πριν πατάμε virtuemart > Προϊόντα > Κανόνες φόρων & υπολογισμών > Νέο και συμπληρώνουμε τα πεδία.

όνομα κανόνα υπολογισμού: γράφουμε, Έκπτωση 10%

Δημοσιευμένο: ναι

Περιγραφή: Έκπτωση 10%

Είδος αριθμητικής λειτουργίας: επιλέγουμε, τροποποίηση τιμής για περιθώριο κέρδους (Price modifier for Profit Markup)

Μαθηματική λειτουργία: -%

Αξία: 10

Νόμισμα: Euro

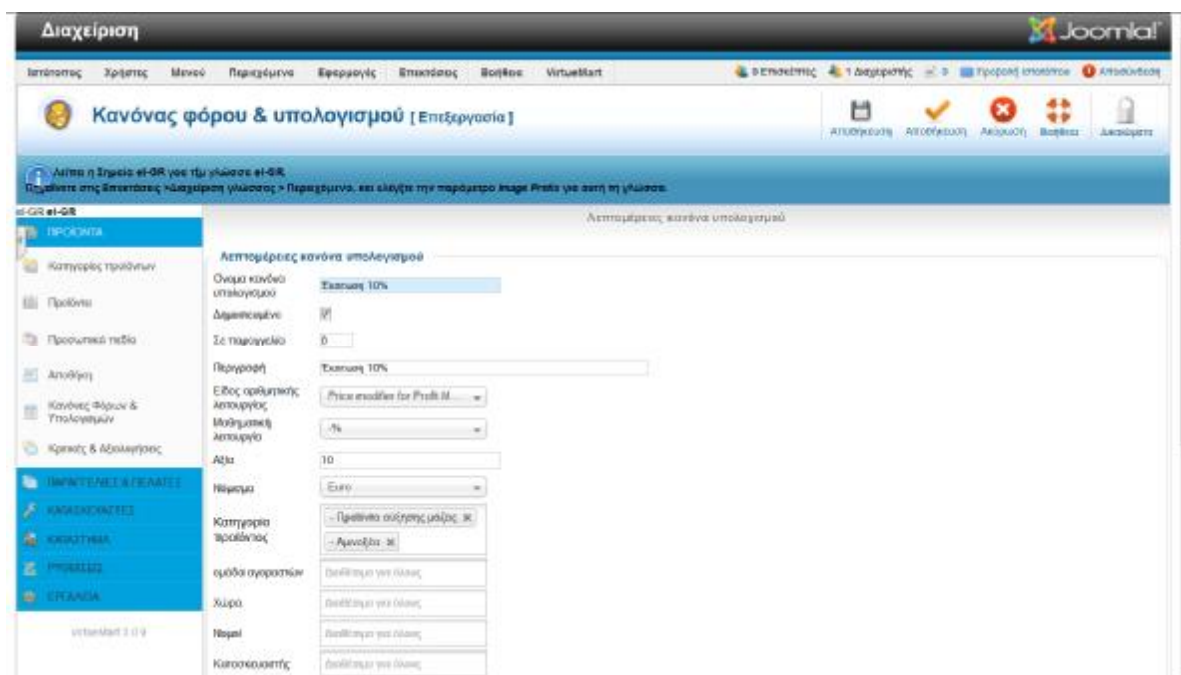
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Κατηγορία προϊόντος: Επιλέγω ποιες κατηγορίες θέλω να έχουν την έκπτωση.

Ας πούμε ότι θα βάλουμε έκπτωση 10% σε 2 κατηγορίες προϊόντων. Τα «Προϊόντα αύξησης μάζας» και «αμινοξέα» οι οποίες είναι υποκατηγορίες της «ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ» και «ENERΓΕΙΑΣ»

οπότε επιλέγω αυτές.

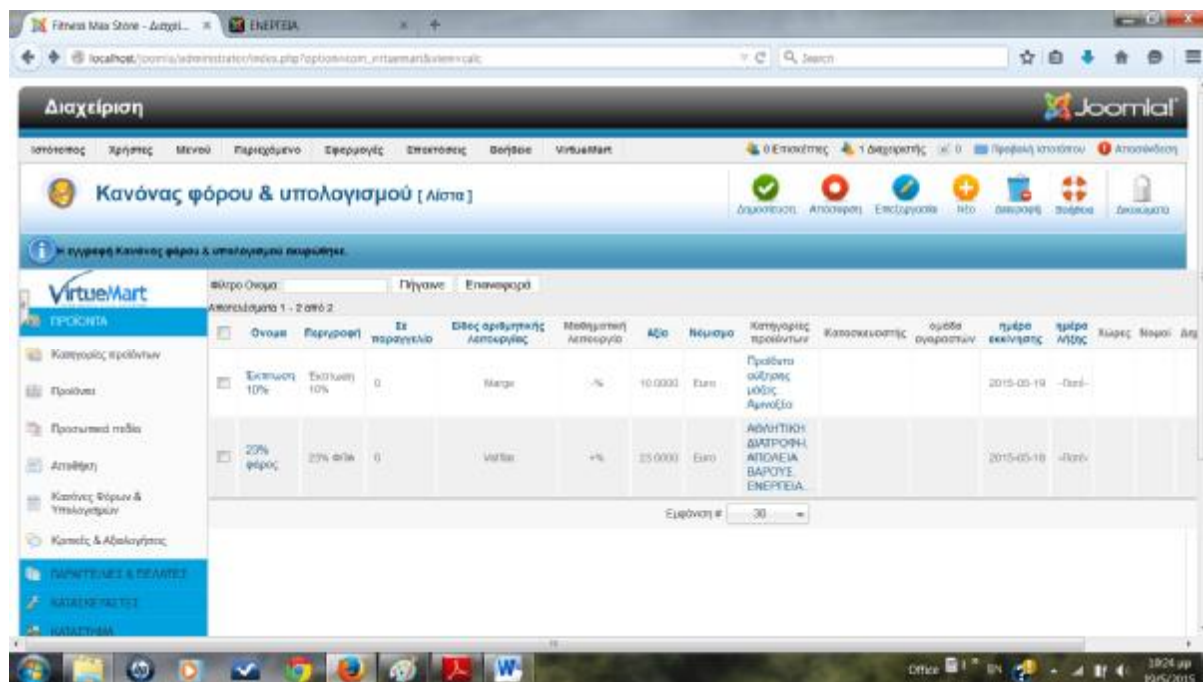
Πατάμε αποθήκευση και κλείσιμο.



Εικόνα 37

Εδώ βλέπουμε την λίστα των κανόνων υπολογισμού που δημιουργήσαμε.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



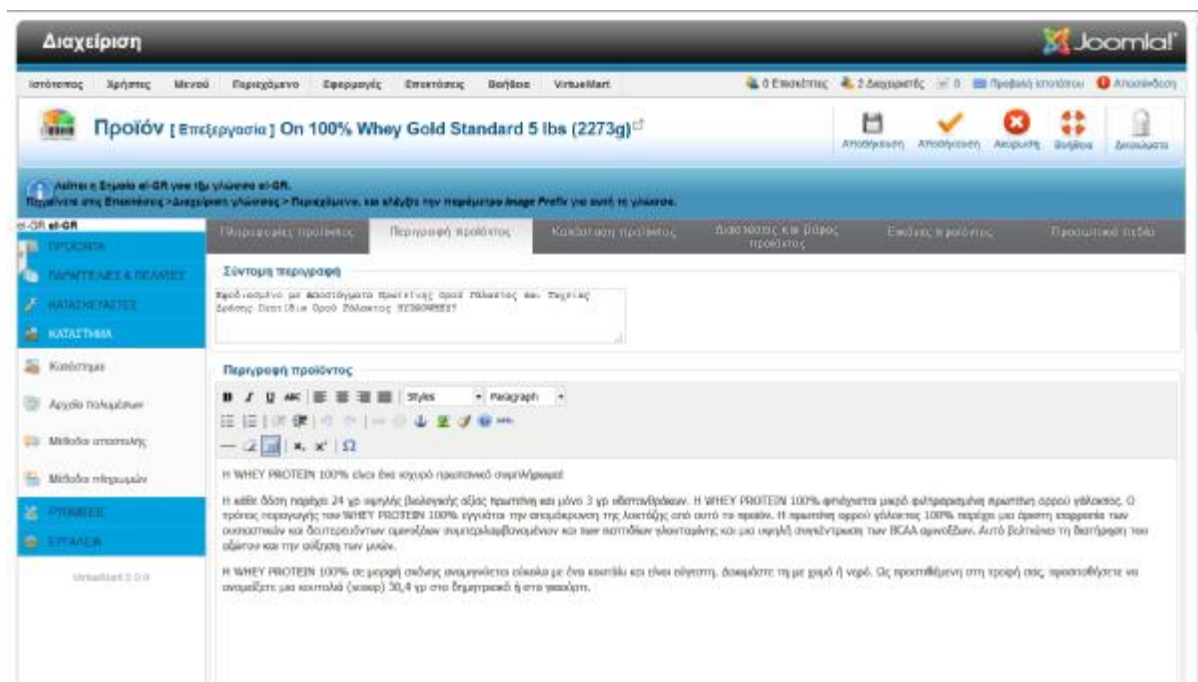
Εικόνα 38

Και γυρνάμε πάλι στην δημιουργία του προϊόντος.

Περιγραφή προϊόντος (2^η καρτέλα)

Σύντομη περιγραφή: Αυτήν η περιγραφή θα είναι σύντομη γιατί θα φαίνεται κάτω από το τίτλο του προϊόντος. Θα είναι περιληπτική με τα βασικά του χαρακτηριστικά/ιδιότητες.

Περιγραφή προϊόντος: Αυτήν μπορεί να είναι πολύ μεγαλύτερη. Συνήθως βάζουμε μερικές παραγράφους και θα γίνεται αναλυτική πληροφόρηση του προϊόντος με πολλές λεπτομέρειες για να διευκρινίζεται πλήρως περί τι προϊόντος πρόκειται.



Εικόνα 39

Κατάσταση προϊόντος (3^η καρτέλα)

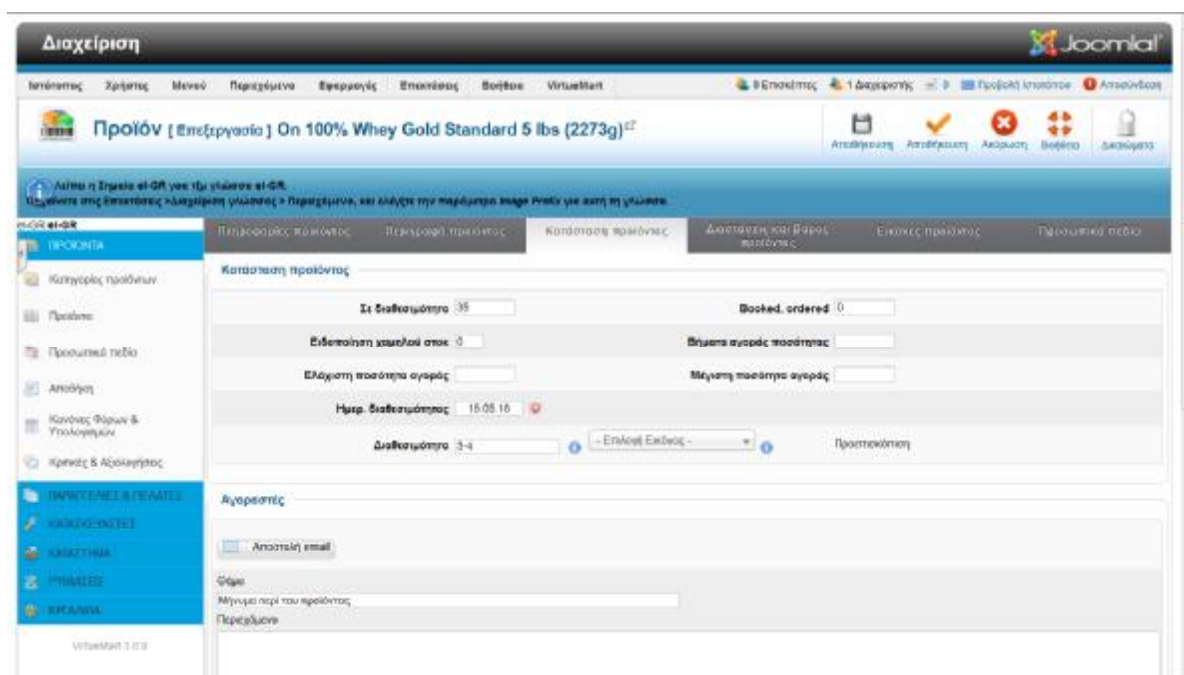
Σε διαθεσιμότητα: είναι ο αριθμός αποθέματος του προϊόντος, δηλαδή βάζουμε πόσα τέτοια προϊόντα υπάρχουνε στην αποθήκη. Αν λέει μηδέν δεν γίνεται η παραγγελία γιατί σημαίνει έλλειψη του προϊόντος.

Ελάχιστη-Μέγιστη ποσότητα αγοράς: Αν δεν συμπληρώσουμε αυτά τα πεδία τότε ο πελάτης μπορεί να παραγγείλει από 1 προϊόν μέχρι όσα υπάρχουν στο απόθεμα.

Ημερομηνία διαθεσιμότητας: Βάζουμε την τρέχουσα ημερομηνία ή την ημερομηνία στην οποία περιμένουμε να έρθει από τον προμηθευτή το προϊόν.

Διαθεσιμότητα: Γράφουμε το πόσες μέρες χρειάζονται κατ εκτίμηση για να φτάσει το προϊόν στα χέρια του πελάτη.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 40

Διαστάσεις και βάρος προϊόντος: (4^η καρτέλα)

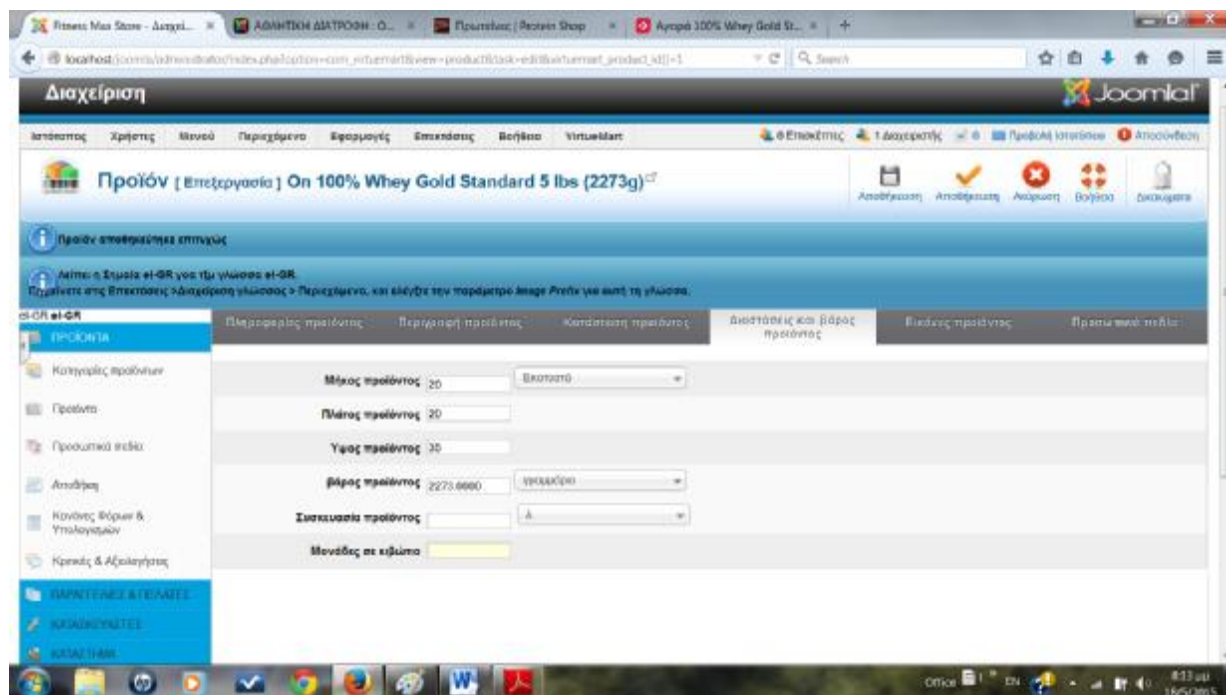
Τα παρακάτω μεγέθη συμπληρώνονται ώστε να μπορεί να γίνει εκτίμηση του πόσο θα κοστίσει η μεταφορά του προϊόντος. Για αυτό προτείνεται να συμπληρώνονται όχι τα στοιχεία του ίδιου του προϊόντος αλλά της συσκευασίας του και δεν θα είναι ορατό στον αγοραστή.

Συμπληρώνουμε τα χαρακτηριστικά: μήκος, πλάτος, ύψος και βάρος του προϊόντος. Στο βάρος επιλέγουμε την σωστή του μονάδα μέτρησης.

Συσκευασία προϊόντος: πόσα τεμάχια θα έχει μια συσκευασία προϊόντος.

Μονάδες σε κιβώτιο: πόσες συσκευασίες προϊόντος θα έχει ένα κιβώτιο.

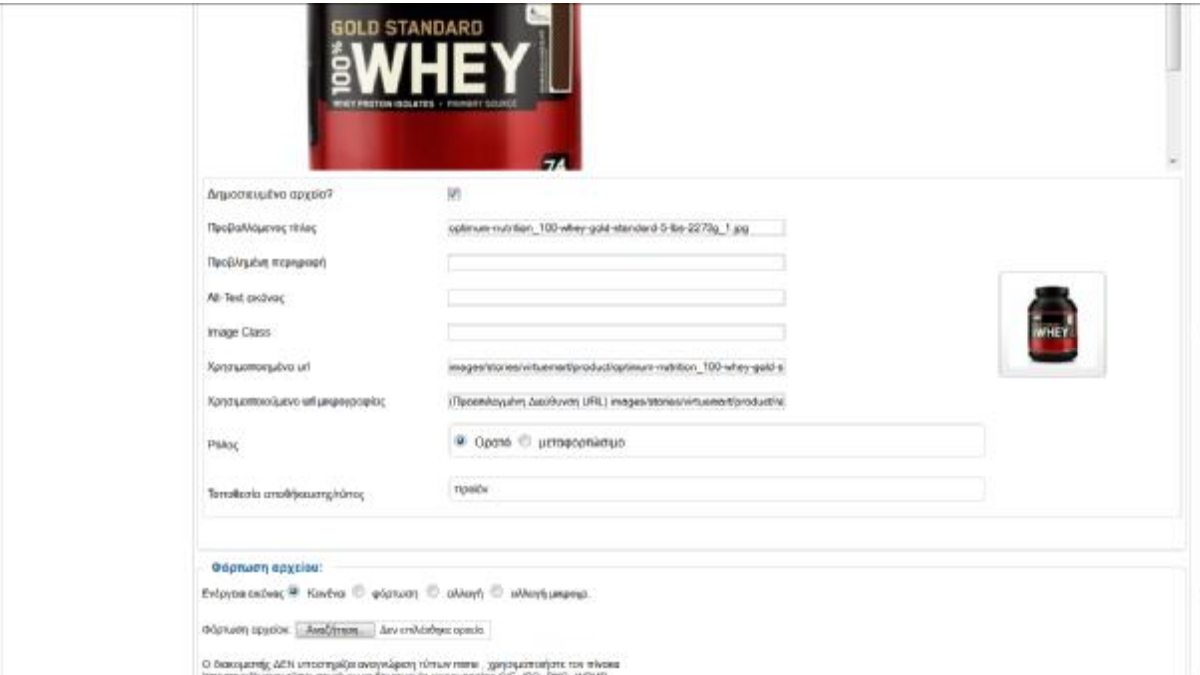
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 41

Εικόνες προϊόντος (5^η καρτέλα)

Φόρτωση αρχείου: > αναζήτηση και επιλέγουμε μια εικόνα μικρού μεγέθους που έχουμε αποθηκευμένη στον Υπολογιστή μας.



The screenshot shows a Joomla! product creation form for a protein powder. At the top, there is a large image of a red tub labeled 'GOLD STANDARD 100% WHEY'. Below this, the form has several fields:

- Δημοσιευμένο αρχείο?**
- Προβλόμενος τίτλος**:
- Προβλόμενα περιγραφή**:
- All-Test εκδόσεις**:
- Image Class**:
- Χρησιμοποιούμενο url**:
- Χρησιμοποιούμενο url μεταγραφής**:
- Πάρος**: Όρατό μεταφορέσιμo
- Τεταθέσει αποθήκευσήματα**:

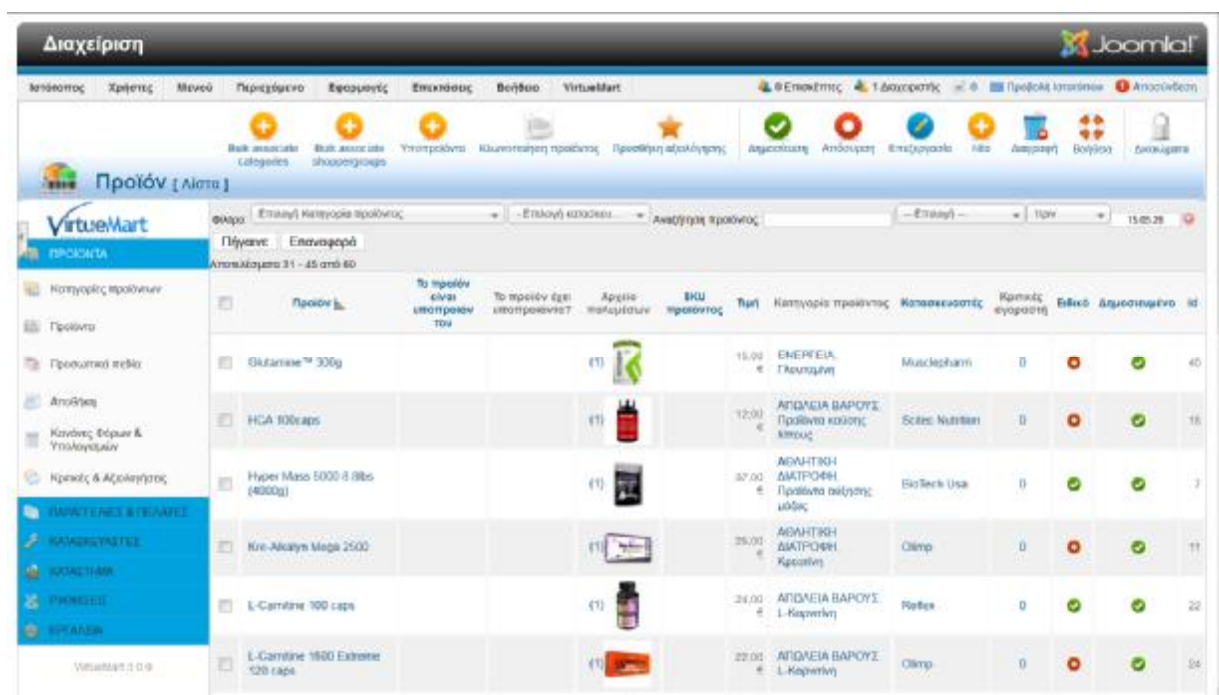
Below the form, there is a section for **Θάρτυση αρχείου:** with radio buttons for Κανένα, φυσικός, αλληγή, and αλληγή μεταφω. There are also buttons for **Φόρτωση αρχείου:** and . At the bottom, there is a small disclaimer: **Ο διακομιστής ΔΕΝ υποστηρίζει αναγνώριση τύπων πακέτων. χρησιμοποιήστε τον πίνακα υποστηρούμενων τύπων αρχείων για δημιουργία μεταγραφής GIF, JPG, PNG, WBMP**

Εικόνα 42

Με τον ίδιο τρόπο δημιουργούμε τα υπόλοιπα προϊόντα στο κατάστημα μας ώστε να γεμίσουμε την κάθε κατηγορία. Μερικά προϊόντα θα τα βάλουμε σε προσφορά ή έλλειψη για να εξετάσουμε παρακάτω στο Joomla! κάποια πράγματα στην απεικόνιση της ιστοσελίδας.

Διαγραφή Προϊόντων

Πηγαίνουμε στην λίστα των προϊόντων χρησιμοποιώντας το Vitruemart > Προϊόντα. Επιλέγουμε όσα προϊόντα θέλουμε να διαγράψουμε από την λίστα και πατάμε το εικονίδιο της διαγραφής.



Εικόνα 43

5.3.5. Διαχείριση χρηστών-πελατών

Οι χρήστες θα είναι είτε αγοραστές-πελάτες είτε διαχειριστές του ιστοτόπου τους οποίους μπορούμε να διαχειριζόμαστε τα δικαιώματα τους.

Στο Virtuemart > Αγοραστές, θα βλέπουμε αναλυτικά τις κινήσεις τους για τις παραγγελίες και θα γνωρίζουμε όλες τις πληροφορίες τους.

Στους Χρήστες > Διαχείριση χρηστών, θα έχουμε εικόνα για όλους τους πελάτες/χρήστες του ιστοτόπου μας, μιας και θα είναι εγγεγραμμένοι σ' αυτό και θα μπορούμε να τροποποιήσουμε όποιον θέλουμε. Η τροποποίηση συμπεριλαμβάνει από έναν απλό περιορισμό έως και την διαγραφή ενός χρήστη.

Αν πάμε Χρήστες > Διαχείριση χρηστών και επιλέξουμε κάποιον χρήστη για επεξεργασία, στην καρτέλα «συνδεδεμένες ομάδες χρηστών» αν επιλέξουμε «administrator» μπορούμε να τον κάνουμε και διαχειριστή (admin).

Δημιουργία χρηστών-πελατών

Θα δημιουργήσουμε μερικούς χρήστες-πελάτες για να δούμε την διαχείριση που μπορούμε να τους ασκήσουμε καθώς και πως γίνεται μια παραγγελία.

Στην Διαχείριση πατάμε «Προβολή Ιστοτόπου »

Πηγαίνουμε στο site και επιλέγουμε Δημιουργία λογαριασμού

Συμπληρώνουμε τα πεδία:

Όνομα, Όνομα Χρήστη, Κωδικό, Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (email) και πατάμε > Εγγραφή.

Θα δημιουργήσω 3 πελάτες-χρήστες με όνομα χρήστη: maria, anna, nikos και κωδικό σε όλους τον ίδιο «1234»



Εικόνα 44

Μας βγάζει το μήνυμα:

«Ο λογαριασμός σας έχει δημιουργηθεί και έχει αποσταλεί σύνδεσμος επιβεβαίωσης στη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που εισάγατε. Σημειώστε πως, πριν μπορέσετε να συνδεθείτε, πρέπει να επιβεβαιώσετε το λογαριασμό ακολουθώντας το σύνδεσμο επιβεβαίωσης όταν λάβετε το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Κατόπιν, ένας διαχειριστής θα

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

ενεργοποιήσει το λογαριασμό σας»



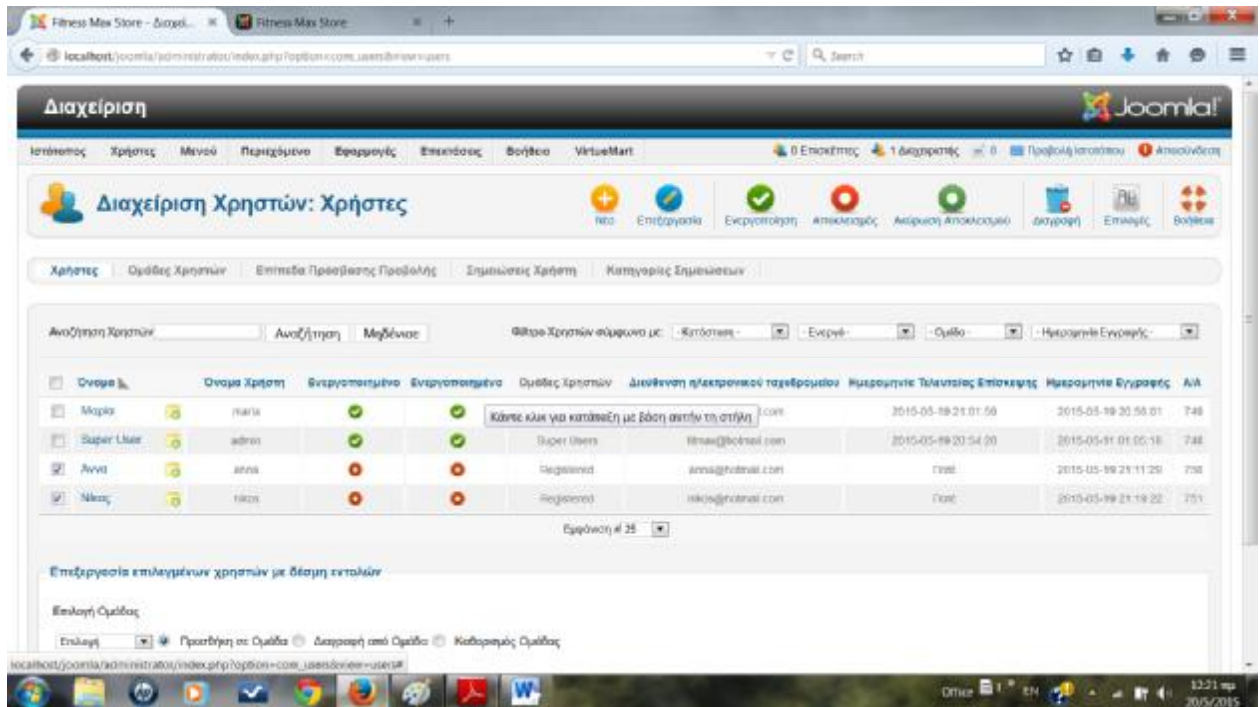
Εικόνα 45

Οπότε επειδή είμαστε Super User (Κύριος διαχειριστής) του ιστοτόπου, θα πρέπει να τους ενεργοποιήσουμε ώστε να μπορούν να συνδεθούν. Αυτό γίνεται από:

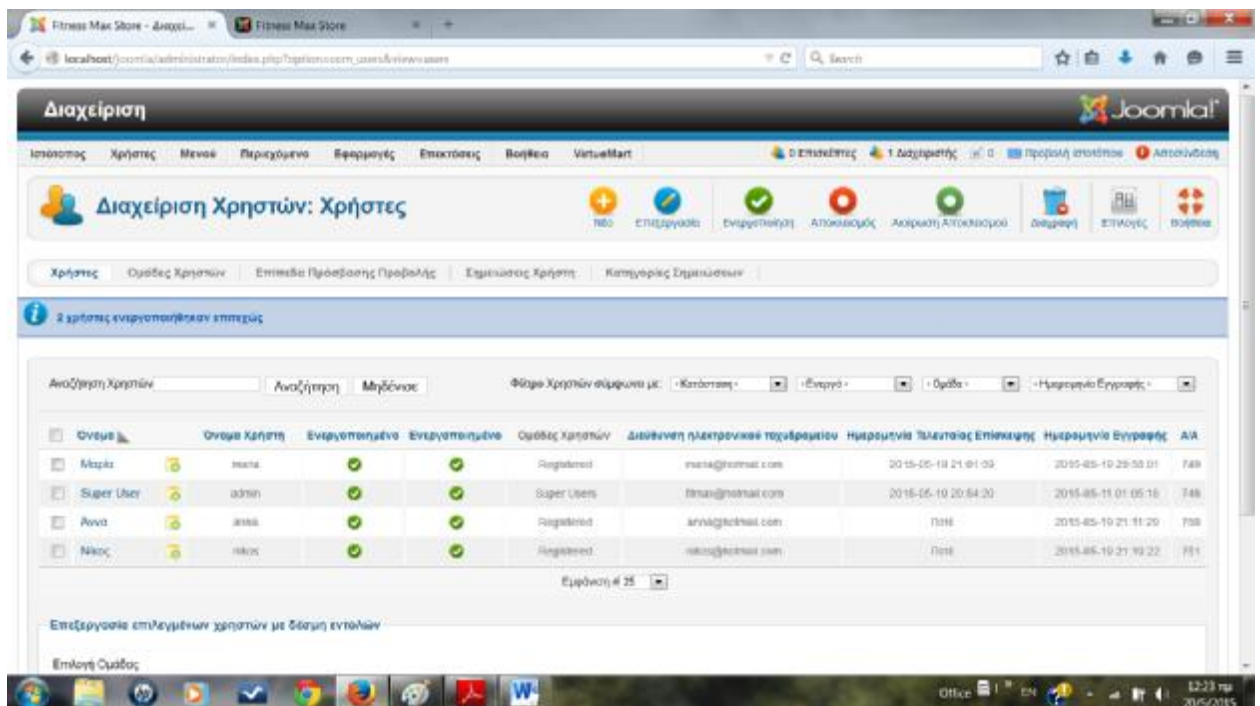
Διαχείριση > Χρήστες > Διαχείριση Χρηστών

Επιλέγουμε τους 3 χρήστες και πατάμε το κουμπί Ενεργοποίηση.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 46



Εικόνα 47

Ομάδες αγοραστών

Οι 2 πελάτες θα ανήκουν σε διαφορετική ομάδα αγοραστών (shopper group)

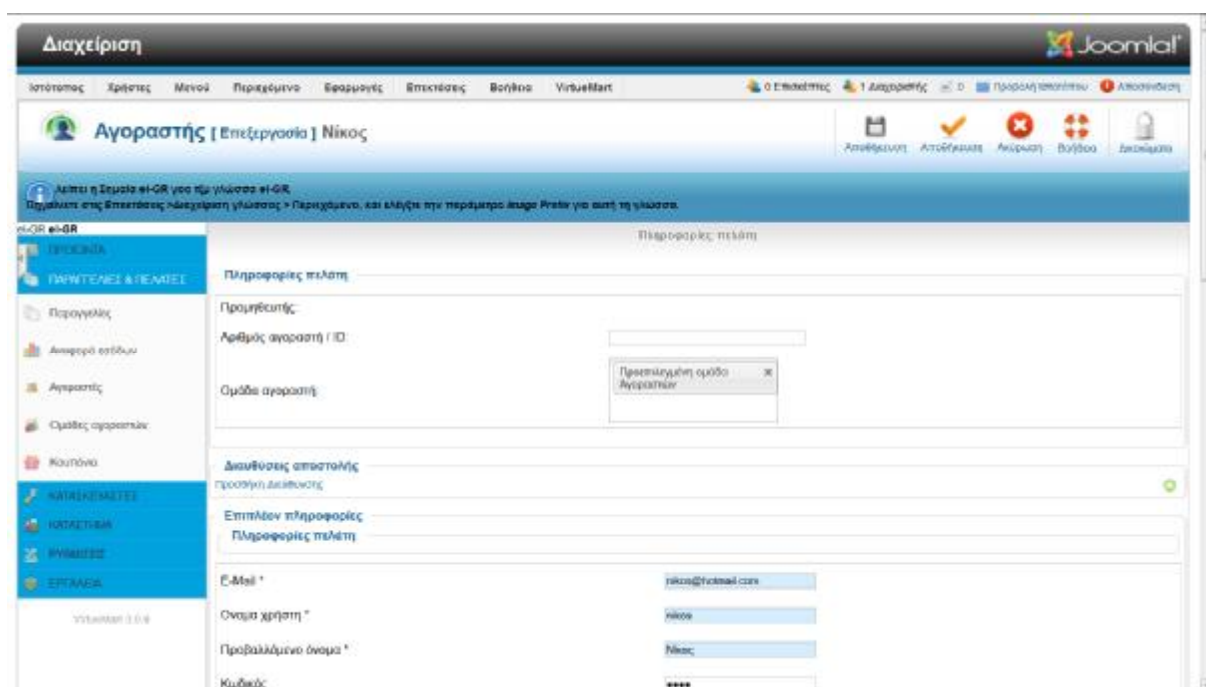
Πηγαίνουμε VirtueMart > Αγοραστές

Μπαίνουμε στον ένα χρήστη και μας εμφανίζει το πεδίο πληροφοριών του

Στις πληροφορίες πελάτη,

Ομάδα αγοραστή: επιλέγουμε «προεπιλεγμένη ομάδα αγοραστών»

Στον άλλον χρήστη επιλέγουμε την άλλη ομάδα αγοραστών «Guest Shopper Group»



Εικόνα 48

Επίσης συμπληρώνουμε τα υπόλοιπα στοιχεία στις Πληροφορίες Χρέωσης: όνομα, πατρώνυμο, επίθετο, διεύθυνση, ταχ. κωδικός, πόλη, χώρα, νομός/περιοχή τηλέφωνο, κινητό. Εφόσον δεν τα συμπληρώσαμε αρχικά στην δημιουργία λογαριασμού.

Πατάμε αποθήκευση.

Πληροφορίες Χρήστης

Όνομα εταιρείας:

Τίτλος:

Όνομα:

Πατρώνυμο:

Επίθετο:

Διεύθυνση 1:

Διεύθυνση 2:

Ταξ. κωδικός:

Πόλη:

Χώρα:

Νομός / Περιφέρεια:

Τηλ:

κκ:

Φαξ:

Λειτουργικές χρήσεις

Αποστολές αρίθμης: Όχι Ναι

αποδοχή Email συστήματος: Όχι Ναι

Ημερομηνία εγγραφής: 2015-05-18 21:19:22

Ημωρο κλεισίματος επίσκεψης: 2015-05-25 20:36:35

Εικόνα 49

5.3.6. Μέθοδοι αποστολής-πληρωμής

Δημιουργία μεθόδων αποστολής

Προτού λοιπόν δούμε πως γίνεται η καταχώρηση παραγγελίας θα δημιουργήσουμε τις μεθόδους αποστολής. Μπορούμε να βάλουμε όσες θέλουμε.

Στο κατάστημά θα έχουμε: αποστολή με μεταφορική και παραλαβή από το κατάστημα.

Για να δημιουργήσουμε αποστολή με την μέθοδο μεταφορικής

VirtueMart > Μέθοδοι αποστολής > Νέο

Πληροφορίες μεθόδου αποστολής, συμπληρώνω τα πεδία

Όνομα μεταφορικής: Μεταφορική

Δημοσιευμένο: Ναι

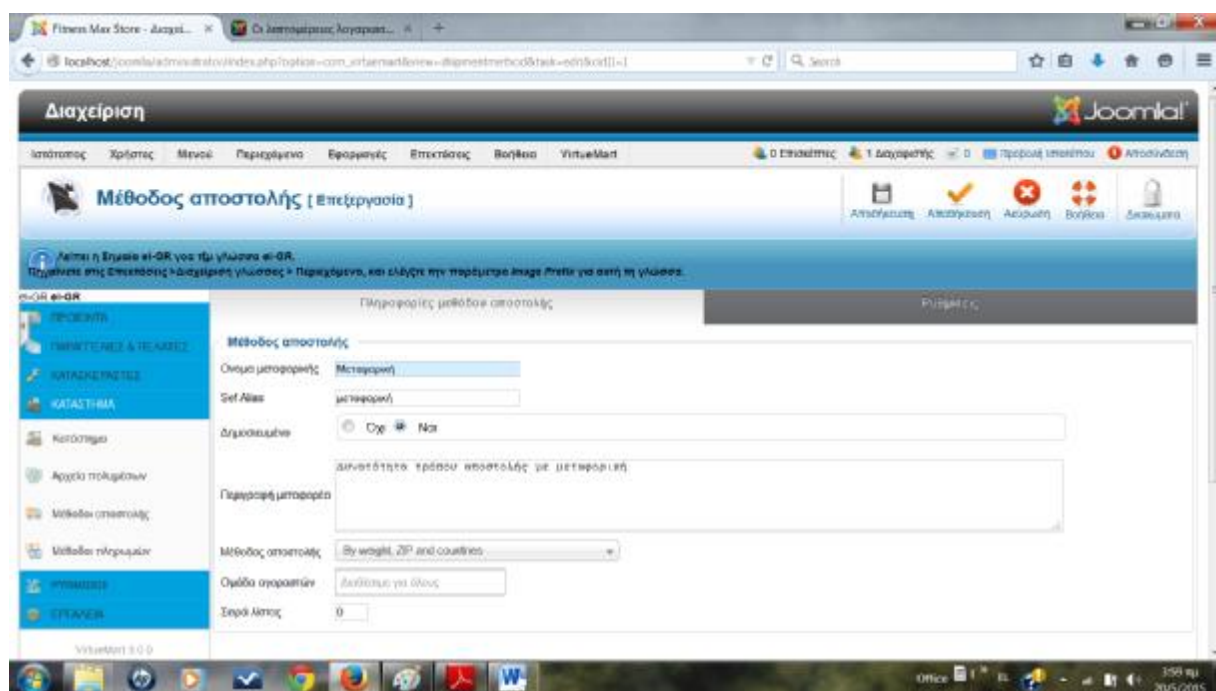
Περιγραφή μεταφορέα: Δυνατότητα τρόπου αποστολής με μεταφορική

Μέθοδος αποστολής: By weight, ZIP and countries

Ομάδα αγοραστών: αν θέλουμε επιλέγουμε κάποια, εμείς αφήνουμε και τις δύο

Πατάμε Αποθήκευση

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 50

Για να δημιουργήσουμε αποστολή με την μέθοδο παραλαβής

VirtueMart > Μέθοδοι αποστολής > Νέο

Πληροφορίες μεθόδου αποστολής, συμπληρώνω τα πεδία

Όνομα μεταφορικής: Παραλαβή

Δημοσιευμένο: Ναι

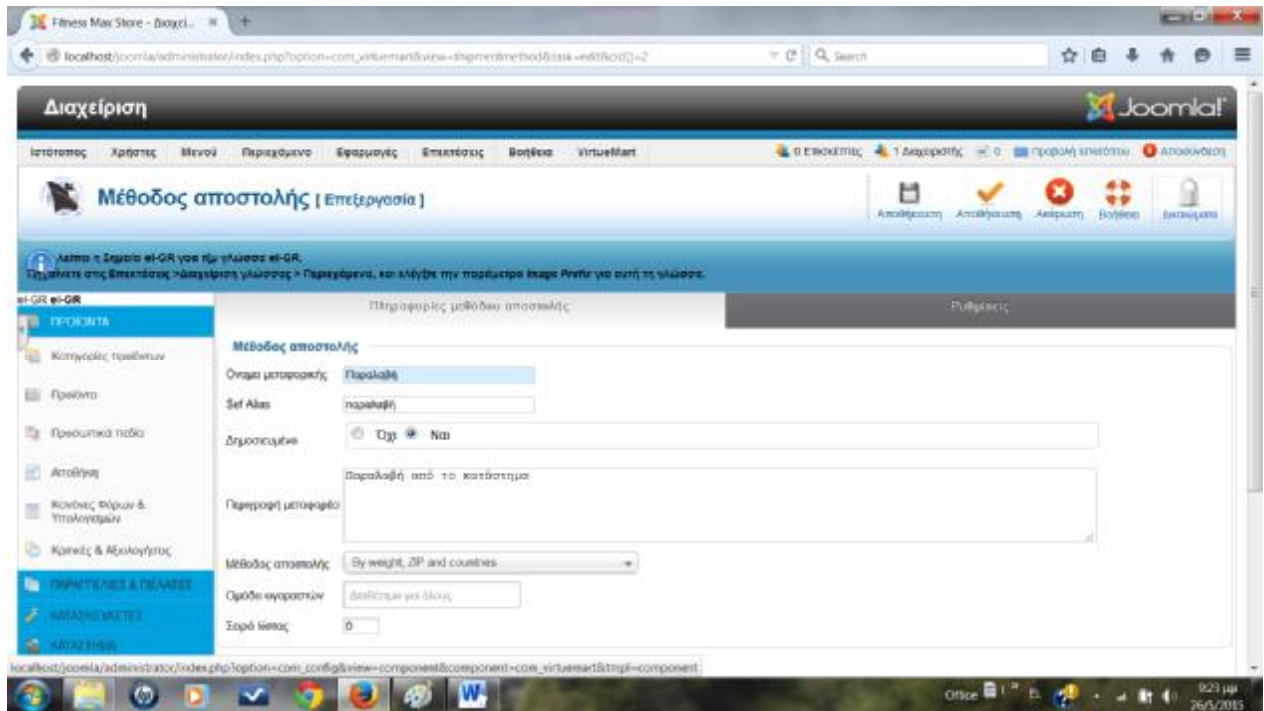
Περιγραφή μεταφορέα: Παραλαβή από το κατάστημα

Μέθοδος αποστολής: By weight, ZIP and countries

Ομάδα αγοραστών: αν θέλουμε επιλέγουμε κάποια, εμείς αφήνουμε και τις δύο

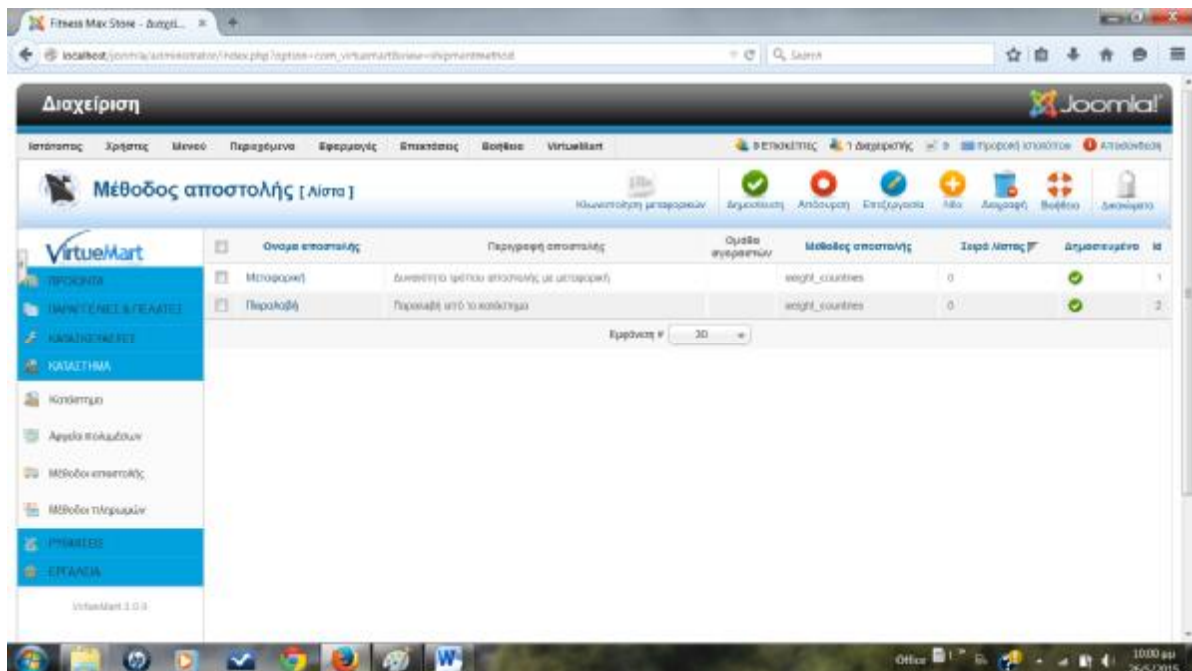
Πατάμε Αποθήκευση

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 51

Εδώ βλέπουμε την λίστα της μεθόδου αποστολής που δημιουργήσαμε.



Εικόνα 52

Δημιουργία μεθόδων πληρωμής

Αφού δημιουργήσαμε τις μεθόδους αποστολής, θα δημιουργήσουμε και τις μεθόδους πληρωμής, προτού δούμε πως γίνεται η καταχώρηση παραγγελίας. Μπορούμε να βάλουμε όσες θέλουμε. Στο κατάστημά θα έχουμε: Πληρωμή με Αντικαταβολή, πληρωμή μέσω PayPal και πληρωμή με χρέωση πιστωτικής κάρτας.

Για να δημιουργήσουμε πληρωμή με την μέθοδο της αντικαταβολής

VirtueMart > Μέθοδοι πληρωμών > Νέο

Πληροφορίες μεθόδου πληρωμής, συμπληρώνω τα πεδία

Όνομα πληρωμής: Αντικαταβολή

Δημοσιευμένο: Ναι

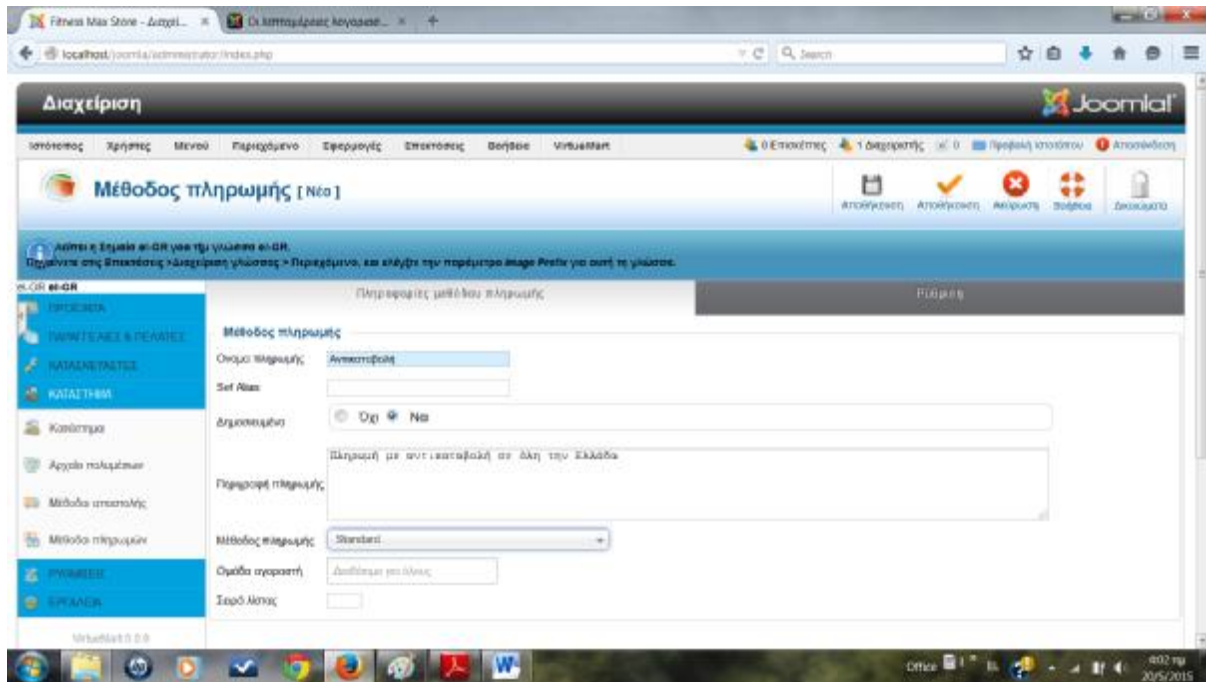
Περιγραφή πληρωμής: Πληρωμή με αντικαταβολή σε όλη την Ελλάδα

Μέθοδος πληρωμής: Standard

Ομάδα αγοραστών: αν θέλουμε επιλέγουμε κάποια, εμείς αφήνουμε και τις δύο

Πατάμε Αποθήκευση

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 53

Για να δημιουργήσουμε πληρωμή με την μέθοδο της πληρωμής μέσω PayPal

VirtueMart > Μέθοδοι πληρωμών > Νέο

Πληροφορίες μεθόδου πληρωμής, συμπληρώνω τα πεδία

Όνομα πληρωμής: PayPal

Δημοσιευμένο: Ναι

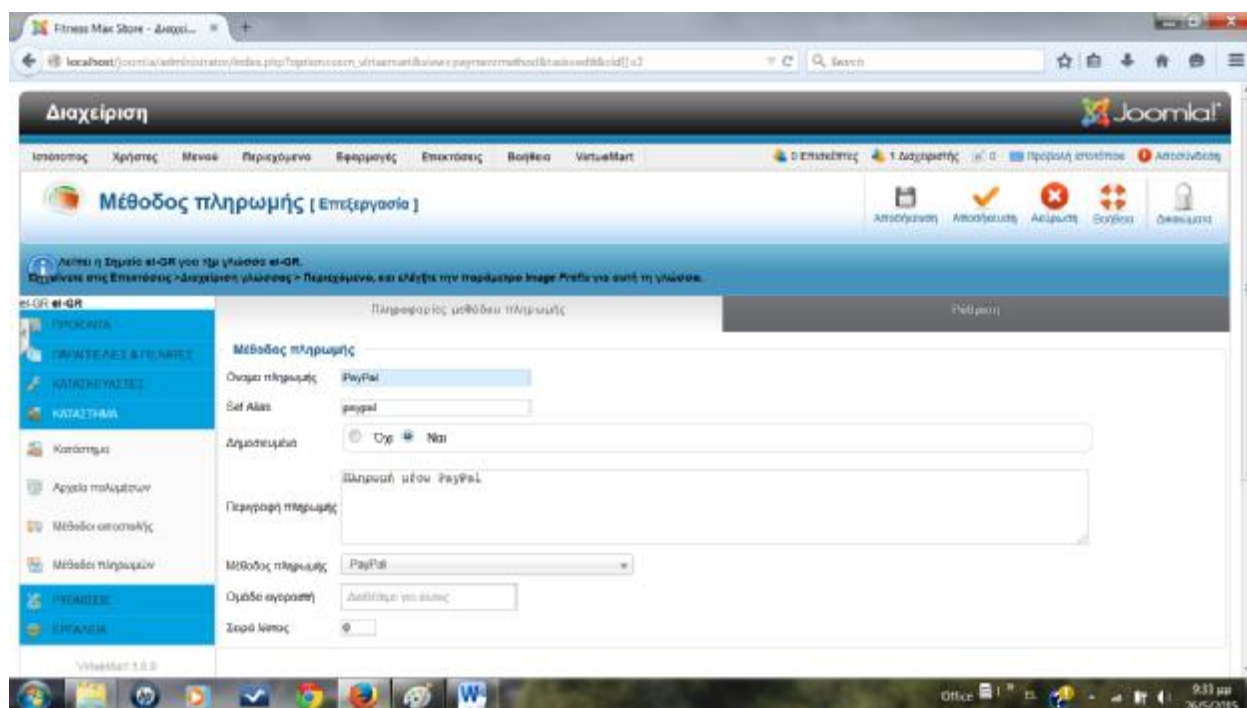
Περιγραφή πληρωμής: Πληρωμή μέσω PayPal

Μέθοδος πληρωμής: PayPal

Ομάδα αγοραστών: αν θέλουμε επιλέγουμε κάποια, εμείς αφήνουμε και τις δύο

Πατάμε Αποθήκευση

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 54

Για να δημιουργήσουμε πληρωμή με την μέθοδο της χρέωση πιστωτικής

VirtueMart > Μέθοδοι πληρωμών > Νέο

Πληροφορίες μεθόδου πληρωμής, συμπληρώνω τα πεδία

Όνομα πληρωμής: Χρέωση πιστωτικής κάρτας

Δημοσιευμένο: Ναι

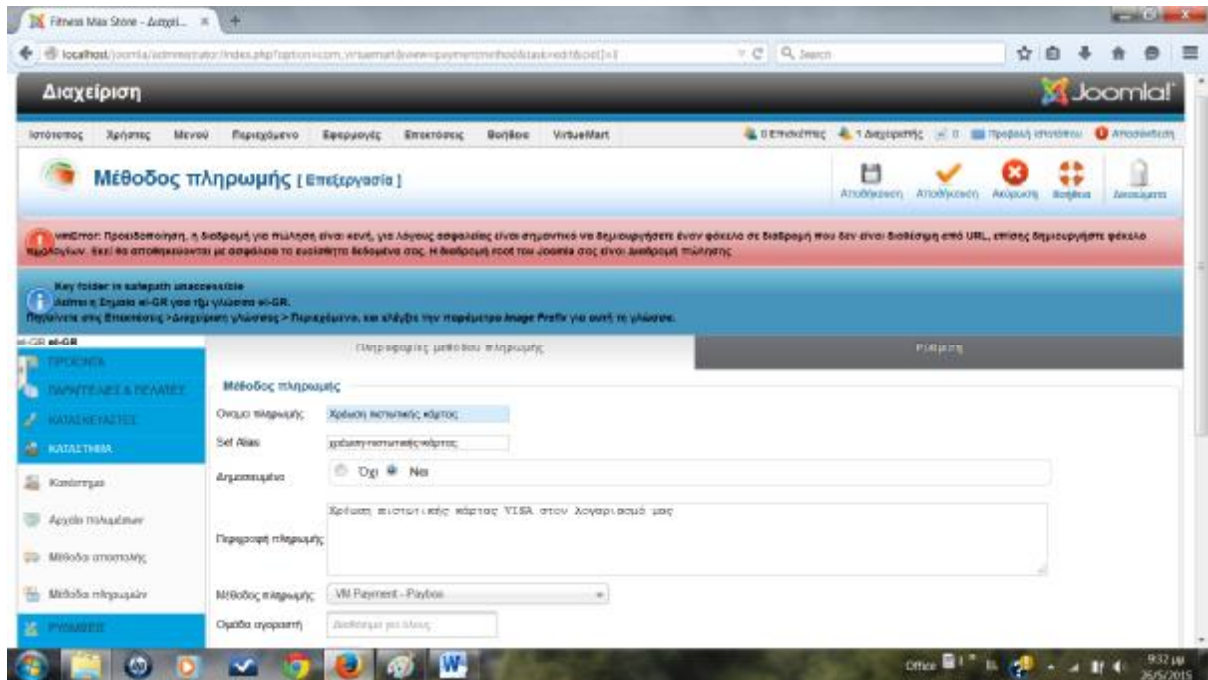
Περιγραφή πληρωμής: Χρέωση πιστωτικής κάρτας VISA στον λογαριασμό μας

Μέθοδος πληρωμής: VM Payment - Paybox

Ομάδα αγοραστών: αν θέλουμε επιλέγουμε κάποια, εμείς αφήνουμε και τις δύο

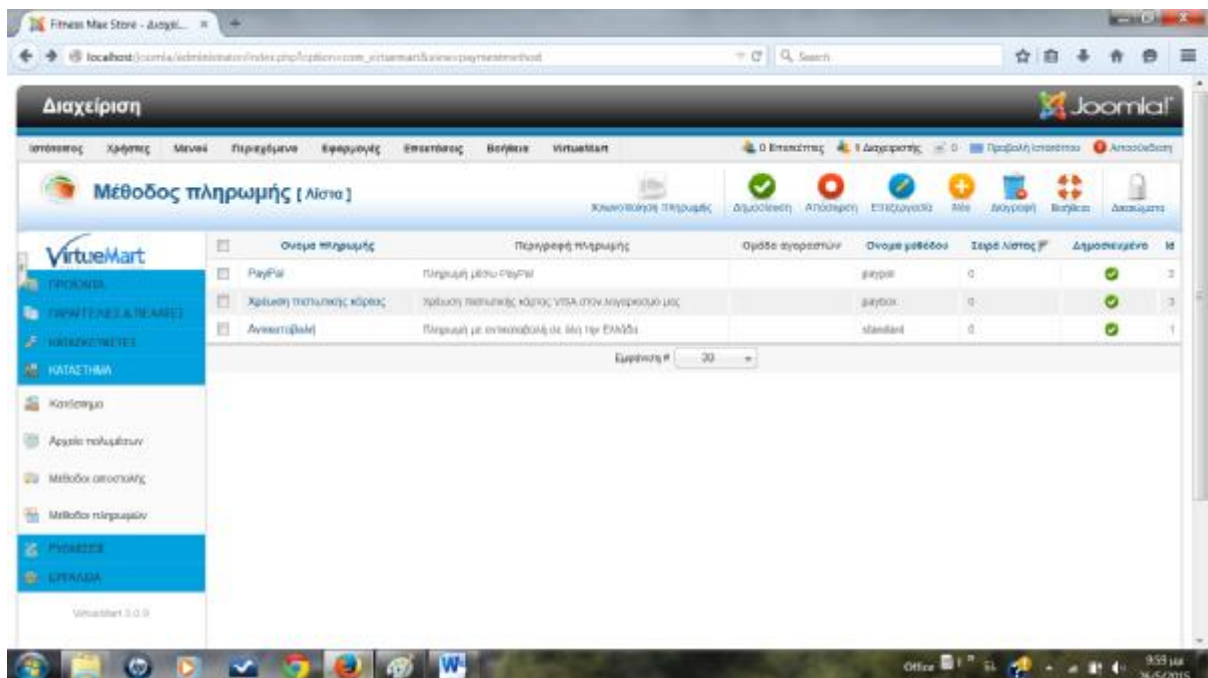
Πατάμε Αποθήκευση

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 55

Εδώ βλέπουμε την λίστα των μεθόδων πληρωμής που δημιουργήσαμε.



Εικόνα 56

5.3.7. Διαχείριση παραγγελιών

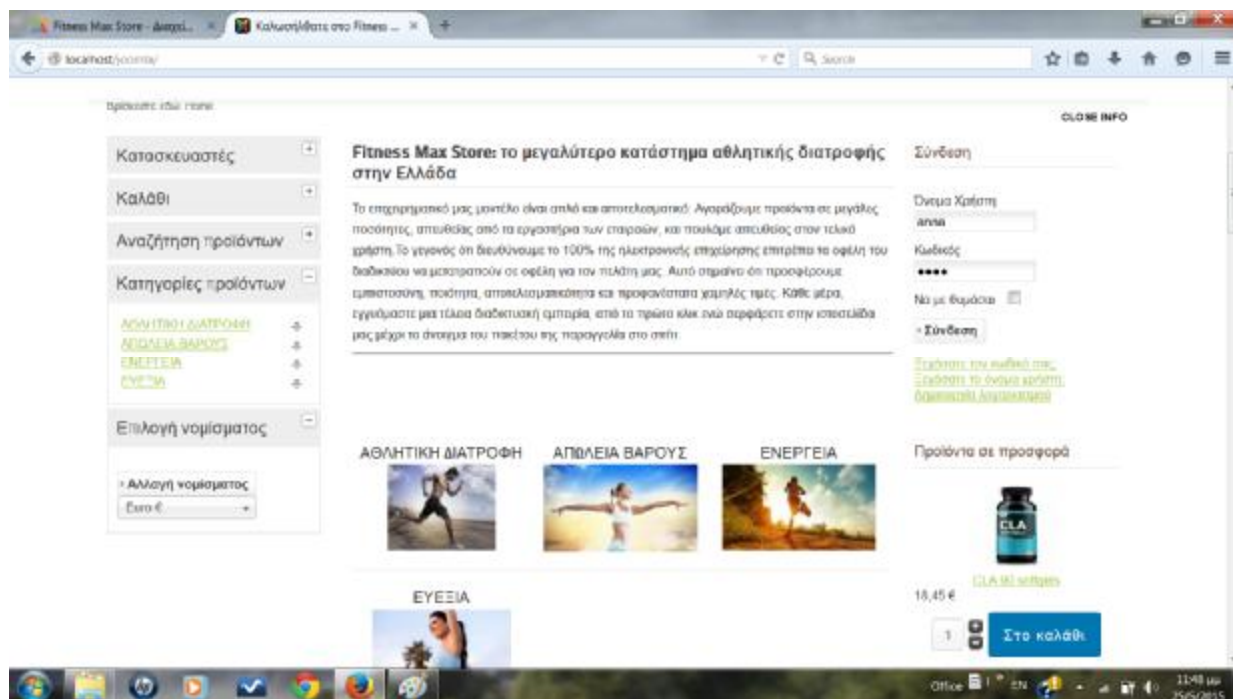
Παραγγελίες

Με αυτούς τους χρήστες-πελάτες που δημιουργήσαμε θα καταχωρήσουμε κάποιες παραγγελίες. Η διαδικασία θα είναι η ίδια ακριβώς με αυτήν που το κατάστημα τεθεί σε λειτουργία. Οι πελάτες μπορούν να κάνουν αγορά οτιδήποτε προϊόν επιθυμούν και είναι διαθέσιμο στο κατάστημα, καθώς και σε ποσότητα αρκεί να μην ξεπερνάει το διαθέσιμο απόθεμα. Στην παραγγελία αφού επιλέξει ο πελάτης τι προϊόντα θέλει και σε τι ποσότητες μετά θα επιλέξει μια μέθοδο αποστολής και μια μέθοδο πληρωμής.

Καταχώρηση παραγγελίας

Θα καταχωρήσουμε 2 παραγγελίες με διαφορετικούς χρήστες.
Κάνουμε σύνδεση στον αντίστοιχο χρήστη στο site.

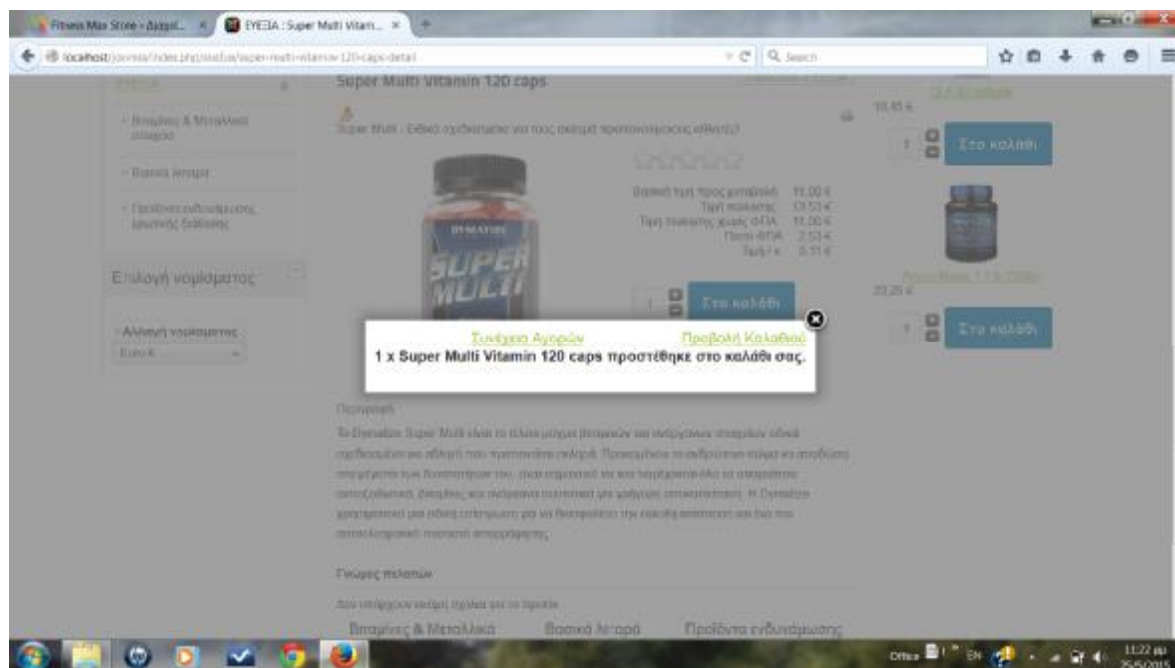
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 57

Διαλέγει κατηγορία, διαλέγει προϊόν, και πατάει προσθήκη «στο καλάθι». Εφόσον θέλει να αγοράσει και άλλο προϊόν πατάει «συνέχεια αγορών» διαφορετικά αν θέλει να ολοκληρώσει την αγορά του πατάει «προβολή καλάθιού» για να αποστείλει την αγορά του.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 58

Αφού μπήκαμε στο καλάθι βλέπουμε αναλυτικά τα προϊόντα που διαλέξαμε και αναλυτικά την τιμή τους με ΦΠΑ και χωρίς και το σύνολο της.

Επιλέγουμε τρόπο αποστολής και πατάμε αποθήκευση.

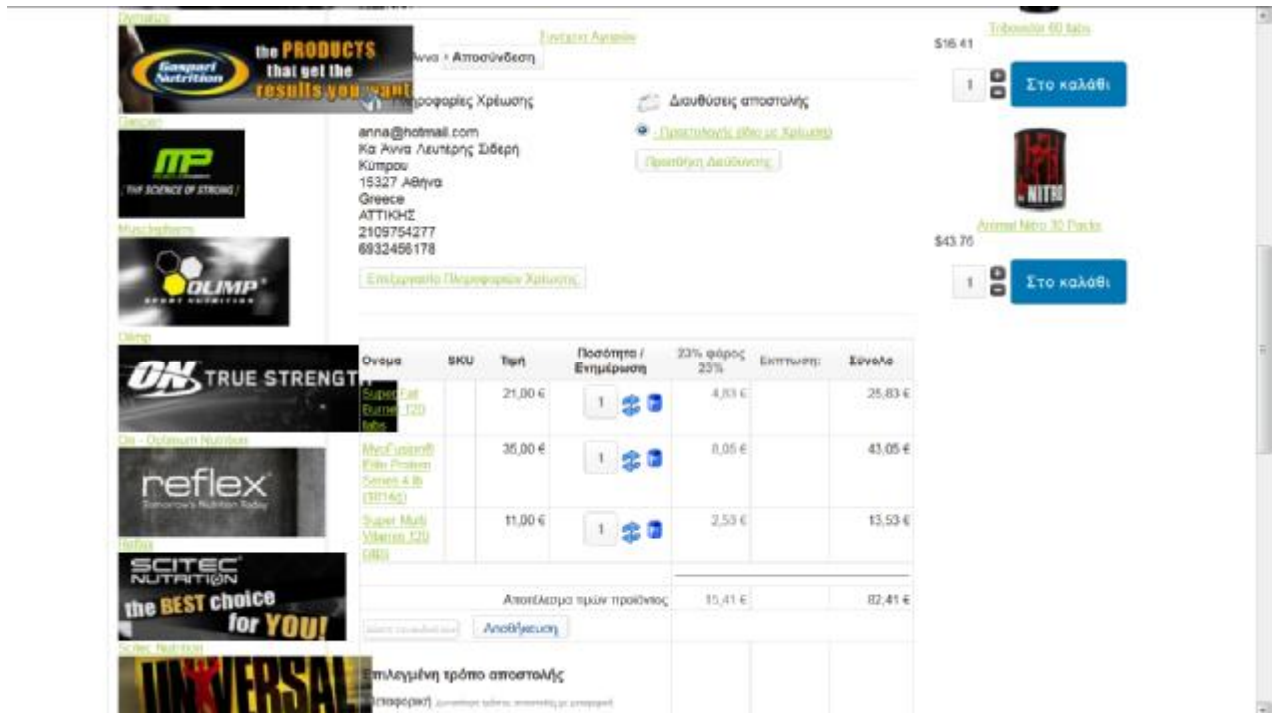
Επιλέγουμε τρόπο πληρωμής και πατάμε αποθήκευση.

Αν θέλουμε ακριβώς από κάτω έχει ένα πλαίσιο για να αφήσουμε κάποια σημείωση μαζί με την παραγγελία.

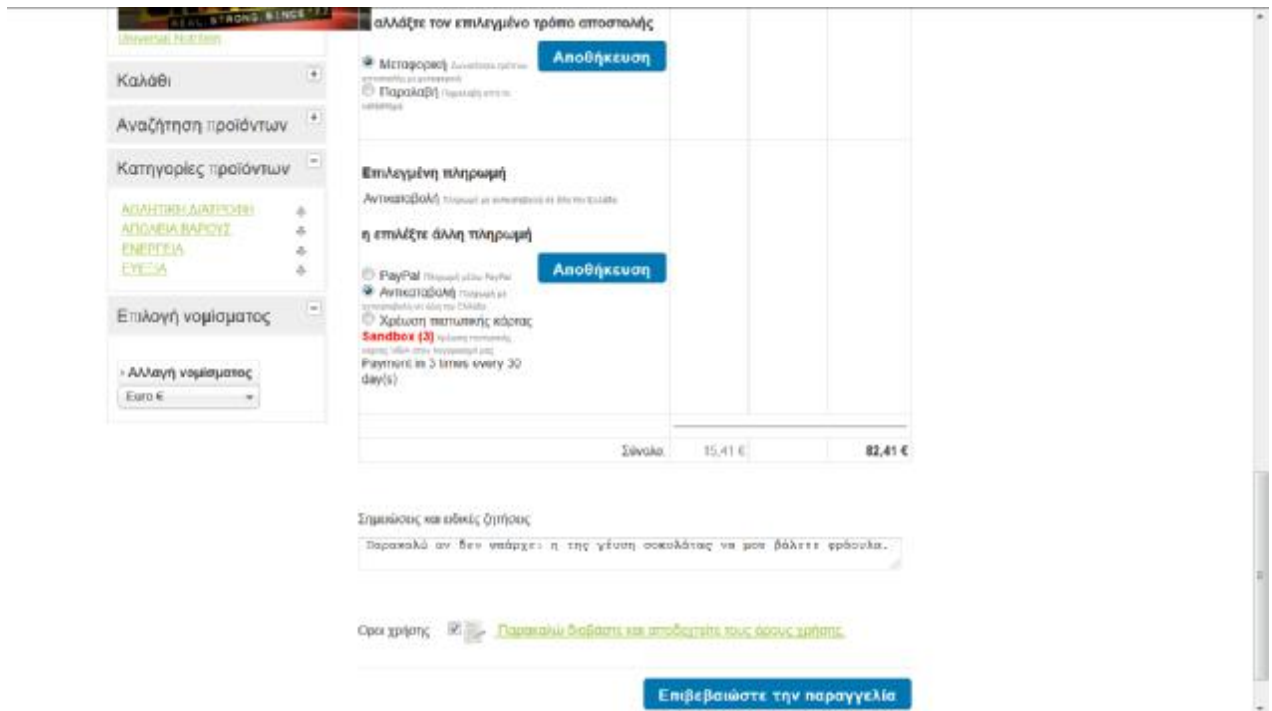
Διαβάζουμε, αποδεχόμαστε τους όρους χρήσης και επιλέγουμε το κουτάκι.

Τέλος πατάμε το «επιβεβαιώστε την παραγγελία» που είναι κάτω χαμηλά.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 59.1

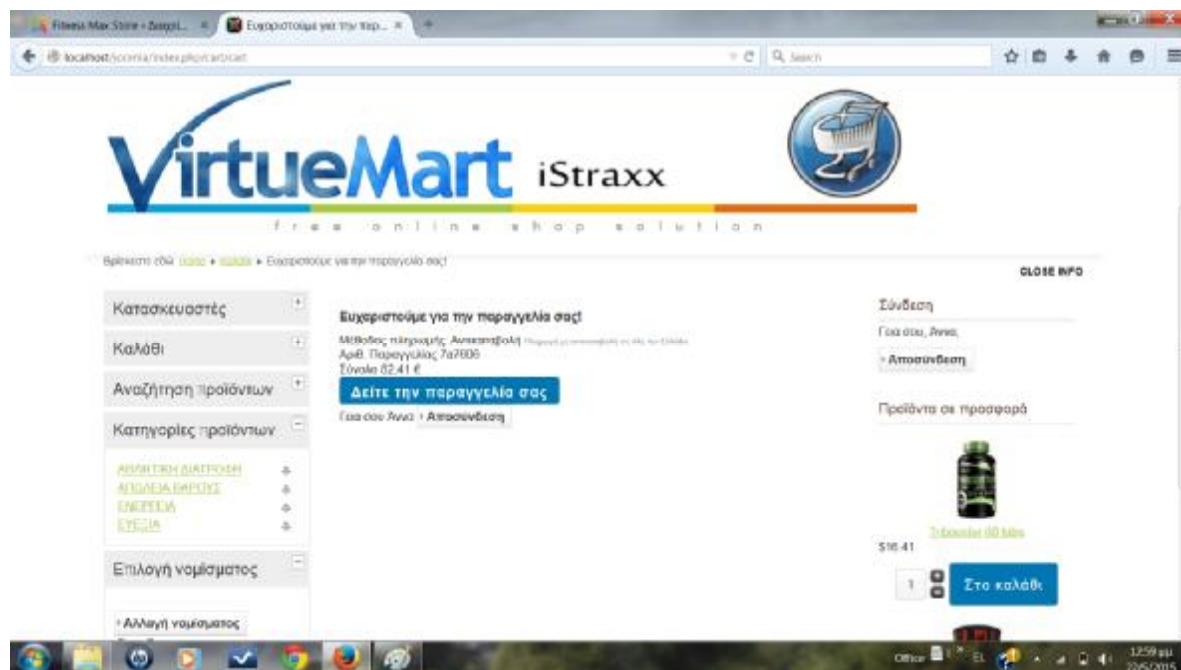


Εικόνα 59.2

Στην συνέχεια αφού ολοκληρώθηκε η παραγγελία μπορούμε να την δούμε τις πληροφορίες της

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

σαν χρήστης/αγοραστής πατώντας «δείτε την παραγγελία σας» ή αλλιώς από εκεί που λέει παραγγελίες.



Εικόνα 60

Έχει όλες τις πληροφορίες με τα στοιχεία χρέωσης, αποστολής, τι αγοράστηκε και πόσο κόστισε. Αν πατήσουμε «λίστα παραγγελιών» εκεί φαίνονται όλες οι παραγγελίες που είχαν γίνει στο παρελθόν από τον χρήστη, αν έχει ξανακάνει.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Κατασκευαστές

Καλάθι

Αναζήτηση προϊόντων

Κατηγορίες προϊόντων

- ΔΙΑΙΤΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ
- ΑΠΟΔΟΣΙΑ ΠΑΡΟΥΣ
- ΕΝΕΡΓΕΙΑ
- ΕΥΣΕΙΑ

Επιλογή νομίσματος

> Αλλαγή νομίσματος

Euro €

Πληροφορίες Παραγγελίας

[Αποστολή παραγγελίας](#)

Αριθμός παραγγελίας	7a7666
Ημερομηνία παραγγελίας	2015-05-22
Κατάσταση παραγγελίας	Σε αναμονή
Τελευταία ενημέρωση	2015-05-22
Αποστολή	Μεταφορέας
Μεθόδος πληρωμής	Απασταθολή
Σημείωση πωλήτη	Παρακαλώ αν δεν υπάρχει η σας γνώση στείλετε μας μια βόλετο φροντίδα
Σύνολο	82,41 €

Χρέωση σε	αποστολή σε
E-Mail	Όνομα
Τίτλος	Κα
Όνομα	Λυνα
Πατρώνυμο	Λυνα
Επίθετο	Λυνα
Διεύθυνση 1	Κυπρου
Ταχ. κωδικός	15327
Πόλη	Αθήνα
Χώρα	Ελλάδα
Νομός / Περιφέρ.	ΑΤΤΙΚΗΣ
Τηλ.	2106754277
κιν.	6932456178

Είδη παραγγελίας: Ιστορικό παραγγελίας


SKU	Όνομα προϊόντος	Κατάσταση προϊόντος	Τιμή/Ποσ.	ΦΠΑ	Εκπτώση	Σύνολο	
1	Supercat 2 at Duxner 120 tabs	Σε αναμονή	21,00 €	1	4,63 €	0,00 €	25,63 €
2	Μαυλοκαυτίλ® Elite Nutrition Series 4 90 (13014α)	Σε αναμονή	35,00 €	1	8,05 €	0,00 €	43,05 €
3	Supercat Multivitamin 120 caps	Σε αναμονή	11,00 €	1	2,53 €	0,00 €	13,53 €
	Αποτέλεσμα μείων προϊόντος		15,41 €			0,00 €	82,41 €
	Σκευαστικό ή άλλο κόστος		0,00 €			0,00 €	
	Λιστινή πληρωμής		0,00 €			0,00 €	
	Σύνολο		15,41 €			0,00 €	82,41 €

Σύνδεση

Για σας, Λυνα

> Αποσύνδεση


Προϊόντα σε προσφορά



Eubiosin 60 tabs

\$16.41

[Στο καλάθι](#)



Nitro 30 Tabs

\$43.76

[Στο καλάθι](#)

Εικόνα 61

Εδώ βλέπουμε και τα στοιχεία μιας άλλης παραγγελίας από άλλον χρήστη με την μέθοδο πληρωμής PayPal.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Πληροφορίες Παραγγελίας

Αριθμός παραγγελίας: 806487
 Ημερομηνία παραγγελίας: 2015-05-22
 Κατάσταση παραγγελίας: Σε αναμονή
 Τελευταία ενημέρωση: 2015-05-22
 Αποστολή: Μεταφορέας (Δεν υπάρχει τρέκιν αποστολή με παρακαλώ)
 Μέθοδος πληρωμής: PayPal (Παρακάτω είναι PayPal)
 Σημείωση πελάτη:
Σύνολο: 180,89 €

Χρέωση σε: nikos@hotmail.com
Αποστολή σε: Νίκος

Όνομα:	Νίκος	Όνομα:	Νίκος
Πατρώνυμο:	Δημήτρης	Επίθετο:	Πετροπουλος
Επίθετο:	Πετροπουλος	Διεύθυνση 1:	Σόλων
Διεύθυνση 1:	Σόλων	Ταχ. κωδικός:	12472
Ταχ. κωδικός:	12472	Πόλη:	Θεσσαλονίκη
Πόλη:	Θεσσαλονίκη	Χώρα:	Greece
Χώρα:	Greece	Νομός / Περιφέρη:	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
Νομός / Περιφέρη:	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	Τηλ.:	2109577234
Τηλ.:	2109577234	κω.:	6978241922
κω.:	6978241922		

SKU/Όνομα προϊόντος	Κατάσταση προϊόντος	Τιμή/Ποσ	ΦΠΑ/Εκπτώση	Σύνολο
Σησαμολέπιδο 12 Pkts 0,54 Kg (E1)	Σε αναμονή	54,00 € 1 12,42 €	0,00 €	66,42 €
Απορρ. Μυοκ. 1.1 Bt (2,5gr)	Σε αναμονή	18,90 € 1 4,35 €	0,00 €	23,25 €
Απορρ. Καρβ. 42 Pkts (E1)	Σε αναμονή	37,00 € 2 17,02 €	0,00 €	01,02 €
Αποτέλεσμα τιμών προϊόντος			33,79 €	0,00 €
				180,89 €
Εισοσκευασία ή άλλο κόστος			0,00 €	0,00 €
Αμοιβή πληρωμής			0,00 €	0,00 €
Σύνολο			33,79 €	0,00 €
				180,89 €

Εικόνα 62

Έλεγχος και ενέργειες παραγγελιών

Όταν είμαστε έτοιμοι να δεχθούμε τις παραγγελίες των πελατών θα μπορούμε να δούμε αναλυτικά όλες τις παραγγελίες που έχουμε δεχθεί αν πάμε

VirtueMart > Παραγγελίες

Υπάρχει:

- Αριθμός παραγγελίας, είναι μοναδικός για κάθε παραγγελία
- Όνομα του χρήστη, το όνομα του πελάτη
- Email, το Email του πελάτη
- Μέθοδος πληρωμής, αυτήν που επέλεξε ο πελάτης από τις προεπιλεγμένες του καταστήματος
- Προβολή εκτύπωσης, για να του εκτυπώσουμε και το χαρτί της παραγγελίας του
- Ημερομηνία παραγγελίας, την ημερομηνία που καταχωρήθηκε η παραγγελία
- Κατάσταση, εδώ έχει τις επιλογές:










Σε αναμονή, επιβεβαιωμένη, ακυρωμένη, επιστροφή, απεστάλλει.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Επιλέγουμε την κατάσταση της παραγγελίας για να είναι ενημερωμένος ο χρήστης και εμείς.

-Ειδοποίηση αγοραστή: Επιλέγουμε εάν επιθυμούμε να ενημερωθεί ο πελάτης για αλλαγές της παραγγελίας.

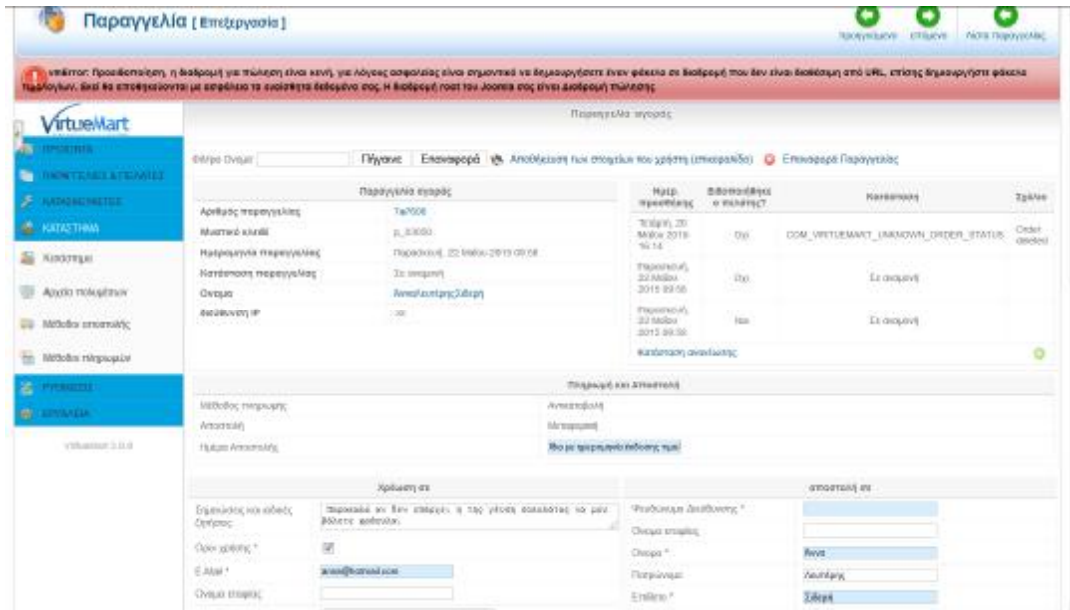
-Σύνολο, το συνολικό ποσό που πρέπει να πληρώσει ο πελάτης.

Αριθμ. παραγγελίας	Όνομα	Email	Μέγεθος ποσότητας	Προβολή κατάσταση	Ημερ. Παραγγελίας	Θέλιμα προεπισκόπηση	Κατάσταση	Επιλογή αγοραστή
901308	Νίκος Δημήτρης Πετρόπουλος	nikos@noemail.com	ερέσκη ποικιλία 400g	  	Δευτέρα, 26 Μαΐου 2015 09:04	Δευτέρα, 26 Μαΐου 2015 09:04	Σε αναμονή	<input type="checkbox"/> Ειδοποίηση αγοραστή? <input checked="" type="checkbox"/> Περιλαμβάνει στέμνη? <input checked="" type="checkbox"/> Ακυρώσει κατάσταση σε 21 ημέρες?
901407	Νίκος Δημήτρης Πετρόπουλος	nikos@noemail.com	Ρυγιδά	  	Παρασκευή, 22 Μαΐου 2015 10:11	Παρασκευή, 22 Μαΐου 2015 10:11	Σε αναμονή	<input type="checkbox"/> Ειδοποίηση αγοραστή? <input checked="" type="checkbox"/> Περιλαμβάνει στέμνη? <input checked="" type="checkbox"/> Ακυρώσει κατάσταση σε 21 ημέρες?
901508	Σπύρος Λεωνίδης Σιδάμη	spiro@noemail.com	Ανταρτάζα*	  	Παρασκευή, 22 Μαΐου 2015 09:58	Παρασκευή, 22 Μαΐου 2015 09:58	Σε αναμονή	<input type="checkbox"/> Ειδοποίηση αγοραστή? <input checked="" type="checkbox"/> Περιλαμβάνει στέμνη? <input checked="" type="checkbox"/> Ακυρώσει κατάσταση σε 21 ημέρες?

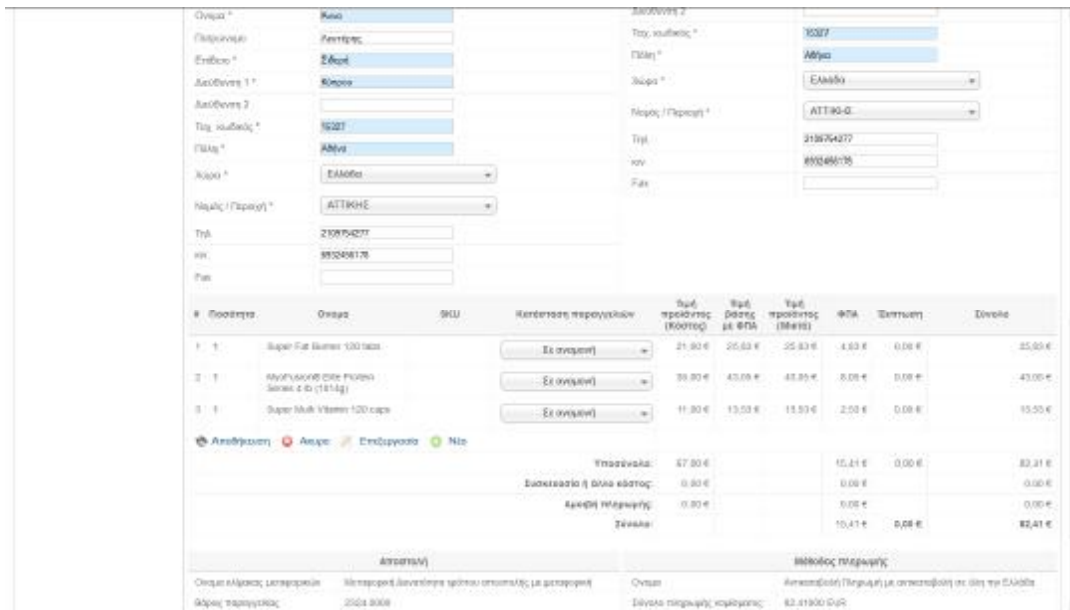
Εικόνα 63

Μπορούμε να δούμε και τα στοιχεία της παραγγελίας πιο αναλυτικά αν πατήσουμε τον αριθμό της παραγγελίας για να εισέλθουμε μέσα. Επίσης μπορούμε να τροποποιήσουμε σε ότι αφορά την ημερομηνία αποστολής, στοιχεία χρέωσης, στοιχεία αποστολής, κατάσταση παραγγελίας και σε απομονωμένα προϊόντα.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 64.1



Εικόνα 64.2

5.4. Διαχείριση Joomla

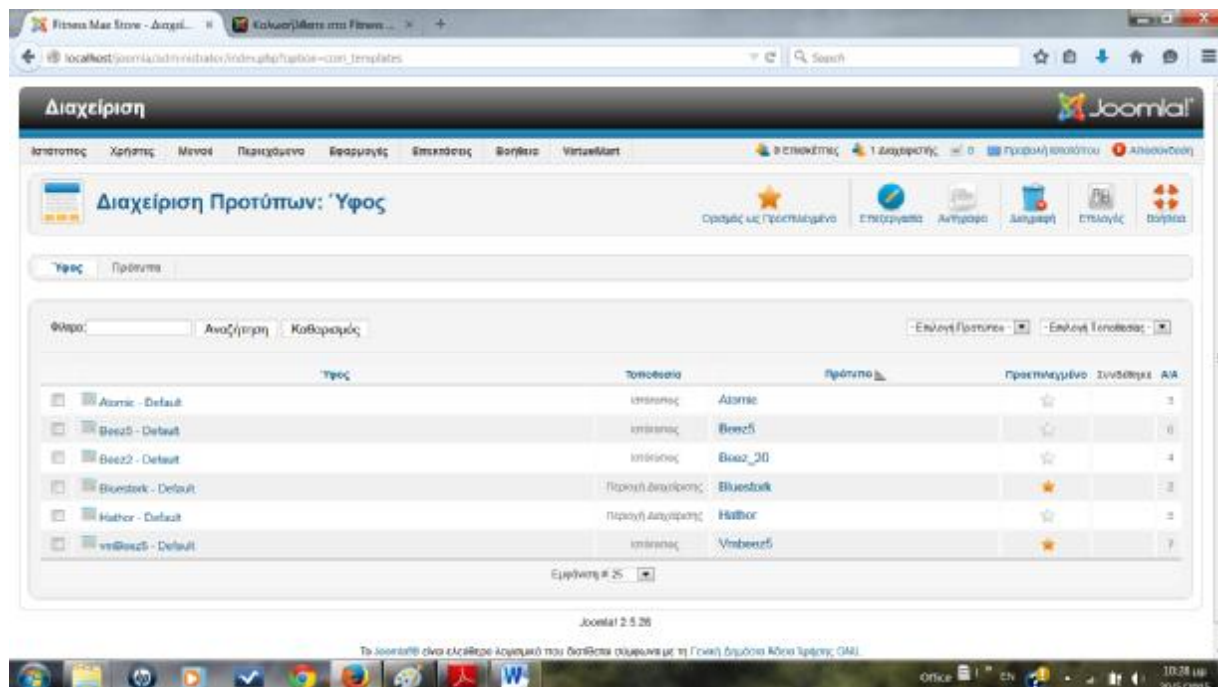
Παρουσίαση καταστήματος

Το κεφάλαιο αυτό το έχει να κάνει με τον τρόπο παρουσίασης του καταστήματος. Δηλαδή την εμφάνιση της ιστοσελίδας καθώς και την τοποθέτηση της. Ακόμη τις ρυθμίσεις που αφορούν την διαχείριση των ενθεμάτων, προτύπων και άρθρων.

5.4.1. Διαχείριση προτύπων

Για την παρουσίαση του καταστήματος μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα έτοιμα templates που συνοδεύουν την εφαρμογή και να τροποποιήσουμε σε όποιο βαθμό θέλουμε.

Στην διαχείριση πατάμε: Επεκτάσεις > Διαχείριση προτύπων και εμφανίζονται τα πρότυπα.



Εικόνα 65

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

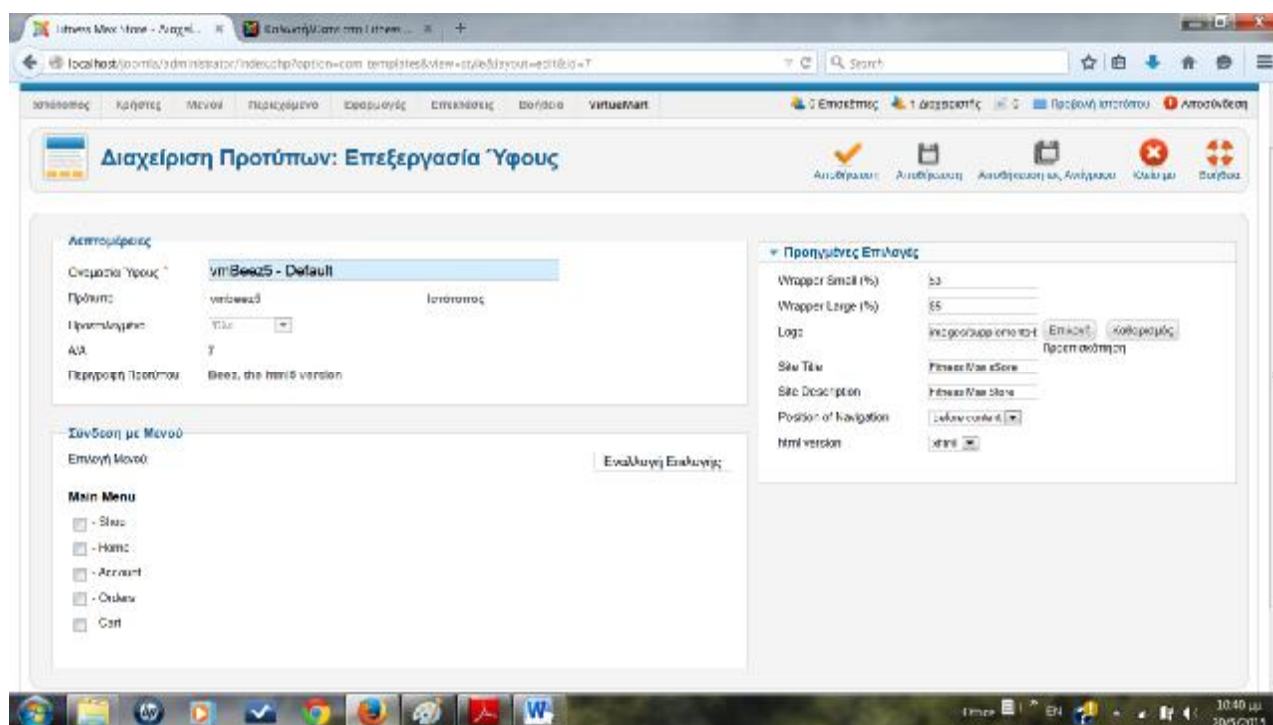
Διαλέγω όποιο ύφος μου αρέσει που να έχει τοποθεσία ιστοτόπου και όχι περιοχή διαχείρισης. Η τοποθεσία αναγράφεται δίπλα από κάθε πρότυπο σε μία στήλη. Πατάμε προβολή ιστοτόπου σε κάθε περίπτωση για να επιλέξουμε ένα πρότυπο που μας αρέσει. Εμείς αφήνουμε το ήδη υπάρχον γιατί μας άρεσε περισσότερο.

Μετά πατάμε κλικ πάνω στο ύφος του πρότυπου για να το τροποποιήσουμε λίγο.

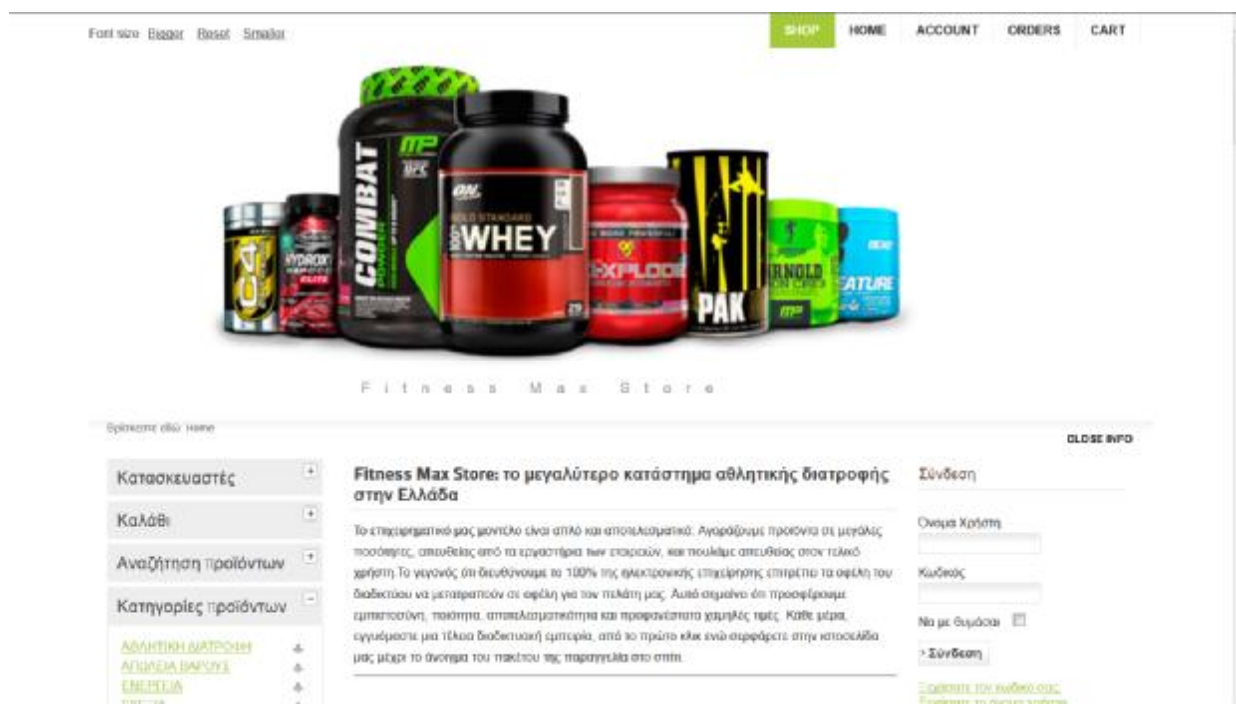
Ήμαστε λοιπόν στην επεξεργασία του. Εκεί που λέει προεπιλεγμένες επιλογές στο «Logo» πατάμε «επιλογή» και μετά «εισαγωγή» μια εικόνα της επιλογής μας για να αλλάξουμε την προεπιλεγμένη εικόνα.

Ακόμη αλλάζουμε το Site Title και το Site Description.

Αποθήκευση και κλείσιμο, κάνουμε ανανέωση τον ιστότοπο και βλέπουμε τις αλλαγές.



Εικόνα 66



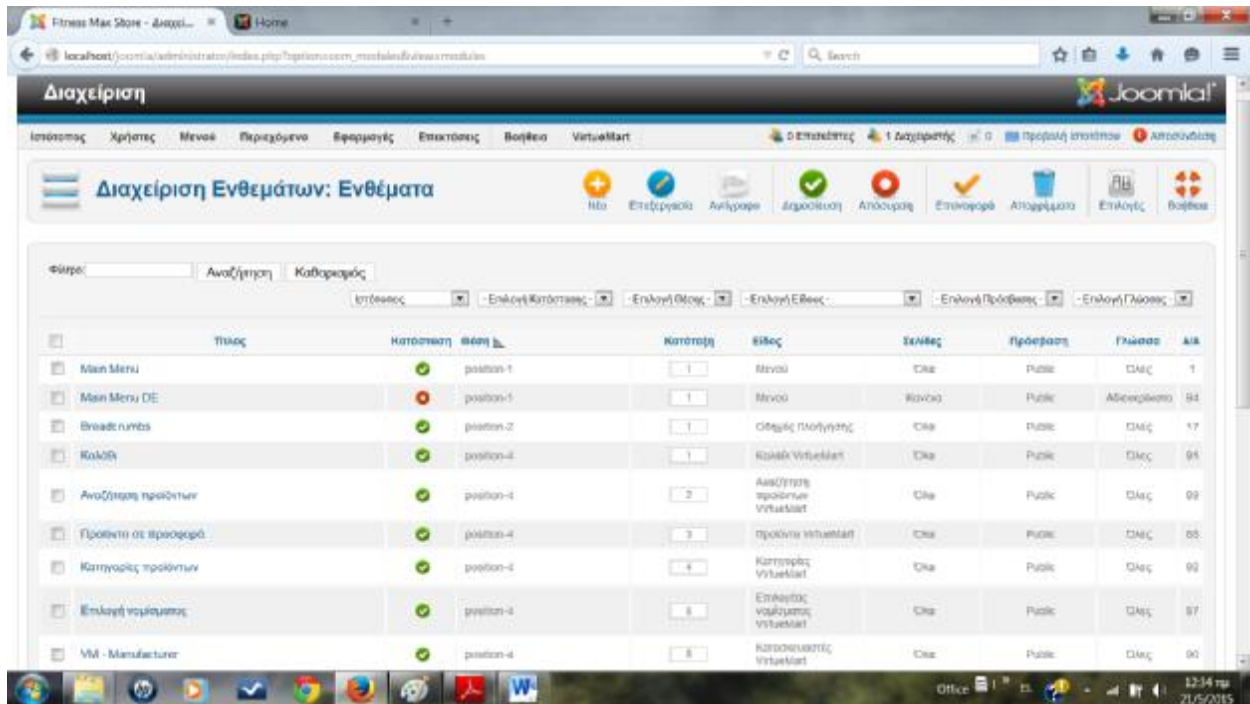
Εικόνα 67

5.4.2. Διαχείριση Ενθεμάτων

Θα κάνουμε κάποιες τροποποιήσεις όσον αφορά τις ονομασίες τους και την θέση τους στην ιστοσελίδα. Επειδή το Joomla τα έχει με δικά του ονόματα όπως το VM-Category για τις κατηγορίες προϊόντων θα πάμε στην διαχείριση,

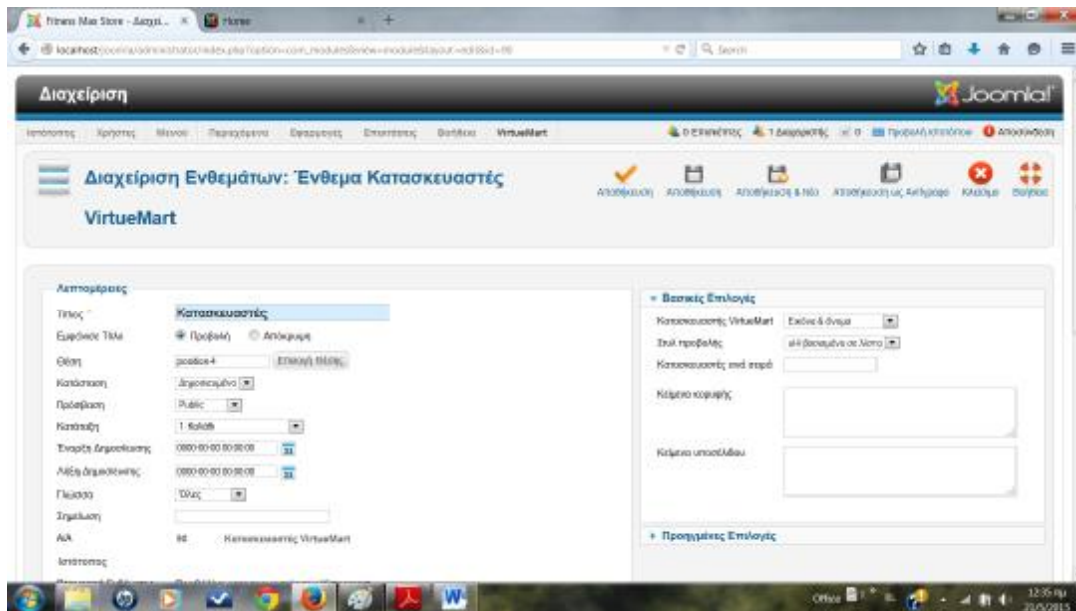
Επεκτάσεις > Διαχείριση ενθεμάτων και θα μπαίνουμε στο κάθε ένθεμα και θα του αλλάζουμε τον τίτλο και μετά θα πατάμε αποθήκευση για να τα εμφανίζει με τα δικά μας ονόματα στην ιστοσελίδα.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 68

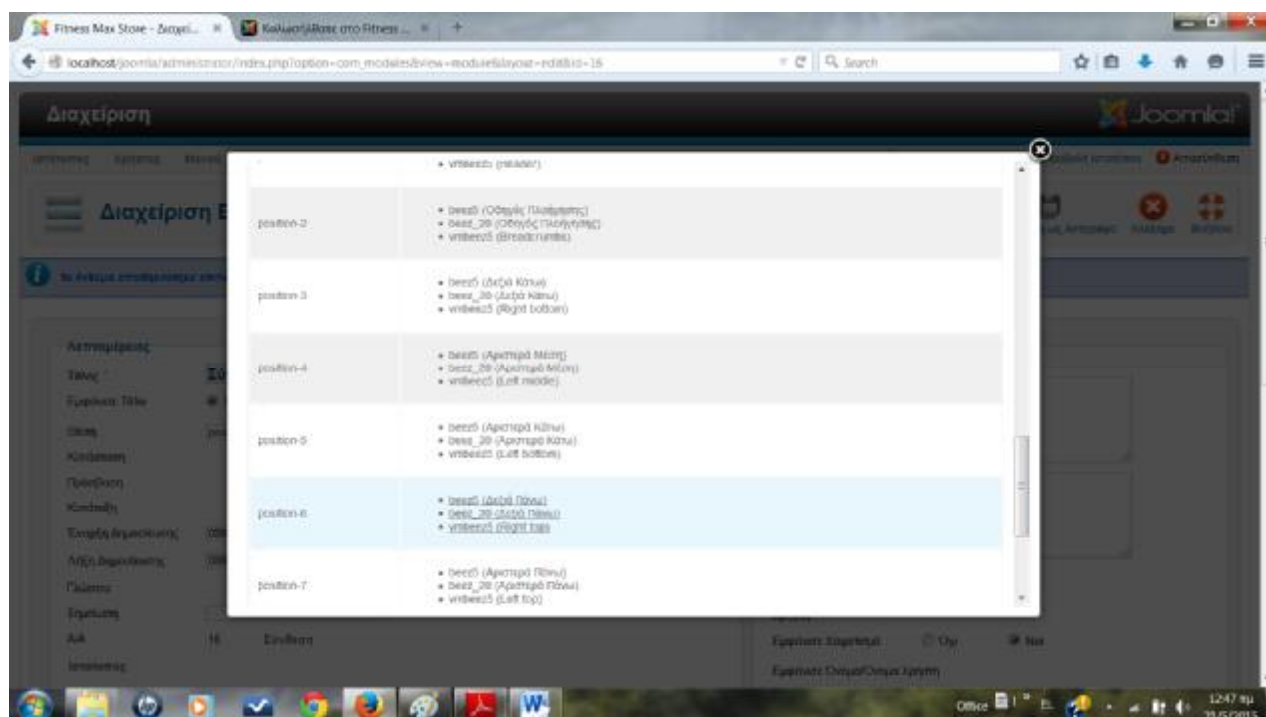
Εδώ βλέπουμε το ένθεμα «VM-Manufacturer» ονομάζοντάς το σε «Κατασκευαστές»



Εικόνα 69

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Στο ένθεμα της «Σύνδεσης» θα του αλλάξουμε την θέση για να γεμίσουμε το άδειο μέρος τις ιστοσελίδας. Μπαίνουμε μέσα σε αυτό, και στο πεδίο λεπτομέρειες, εκεί που του αλλάξαμε και τον τίτλο δηλαδή, έχει από κάτω την θέση. Πατάμε «επιλογή θέσης» και επιλέγουμε το position-6 όπου θα μας μεταφέρει το ένθεμα πάνω και δεξιά. Πατάμε αποθήκευση και ανανεώνουμε την σελίδα για να δούμε την καινούργια εμφάνισή της.



Εικόνα 70

Στο ένθεμα της «Προϊόντα σε προσφορά» θα του αλλάξουμε την θέση γιατί είναι πολύ χαμηλά στην σελίδα και δεν φαίνεται τόσο εύκολα. Μπαίνουμε μέσα σε αυτό, και στο πεδίο λεπτομέρειες, έχει από κάτω την θέση. Πατάμε «επιλογή θέσης» και επιλέγουμε το position-8 όπου θα μας μεταφέρει το ένθεμα μέση και δεξιά.

Πατάμε αποθήκευση και ανανεώνουμε την σελίδα και πλέον τα τοποθετήθηκαν στο δεξί μέρος.



Εικόνα 71

Γενικότερα αν θέλουμε να φτιάξουμε ένα ένθεμα (module) θα το συνδέουμε με το πρότυπο(template) μέσω της θέσης (position)

5.4.3. Διαχείριση άρθρων

Δημιουργία άρθρου

Τα άρθρα είναι πολλών ειδών όπου εμφανίζονται στον ιστότοπο μας.

Θέλουμε να βάλουμε ένα μήνυμα καλωσορίσματος όπου θα το δείχνει στην αρχική σελίδα του ιστοτόπου μας.

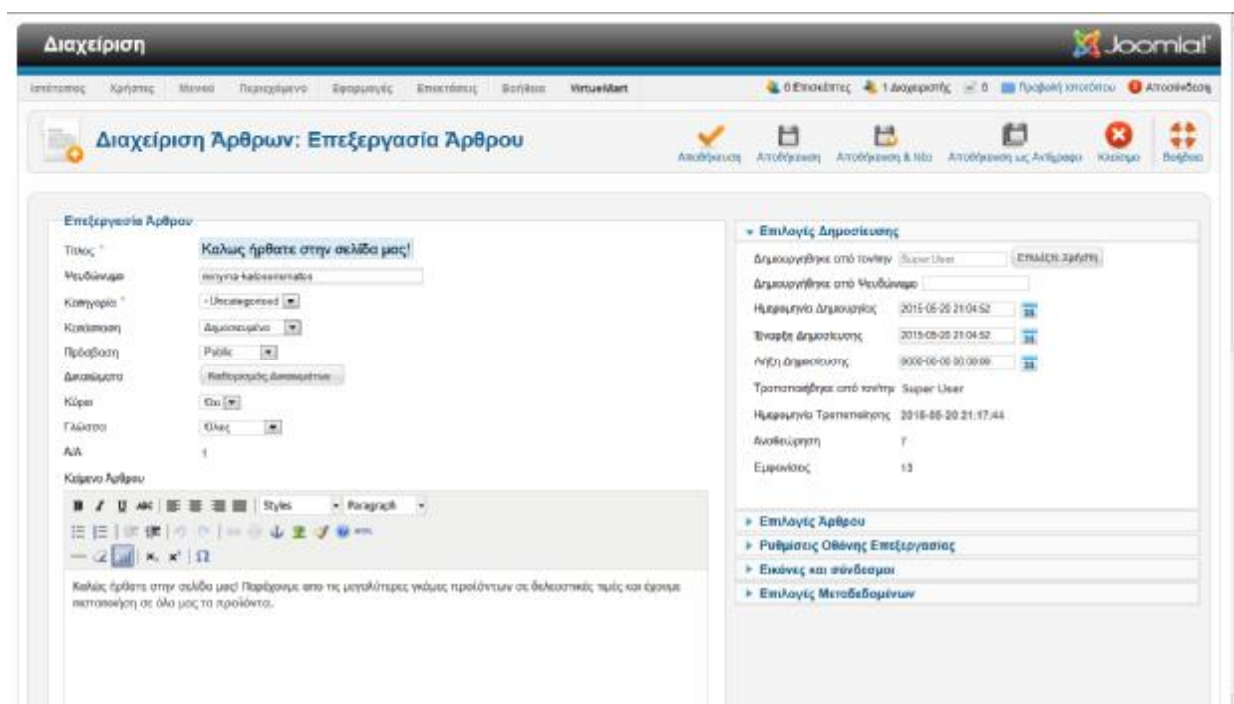
Θα φτιάξουμε ένα άρθρο που έχει κάποιο κείμενο και τίτλο «Καλώς ήρθατε στην ιστοσελίδα μας»

Στην Διαχείριση, Περιεχόμενο > Διαχείριση Άρθρων > Προσθήκη νέου Άρθρου ή Νέο

Στην επεξεργασία του Άρθρου, συμπληρώνουμε τον «τίτλο», στην «κατάσταση» επιλέγουμε

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Δημοσιευμένο, στο «κείμενο άρθρου» προσθέτουμε μια περιγραφή και αν θέλουμε εικόνα. Αποθήκευση, και δημιουργήσαμε το άρθρο.



Εικόνα 72

Σύνδεση άρθρου με το μενού

Αυτό το άρθρο για να εμφανιστεί στον ιστότοπο θα πρέπει να το συνδέσουμε με το ένθεμα «main menu» αφού θέλουμε να φαίνεται μόνο στην αρχική.

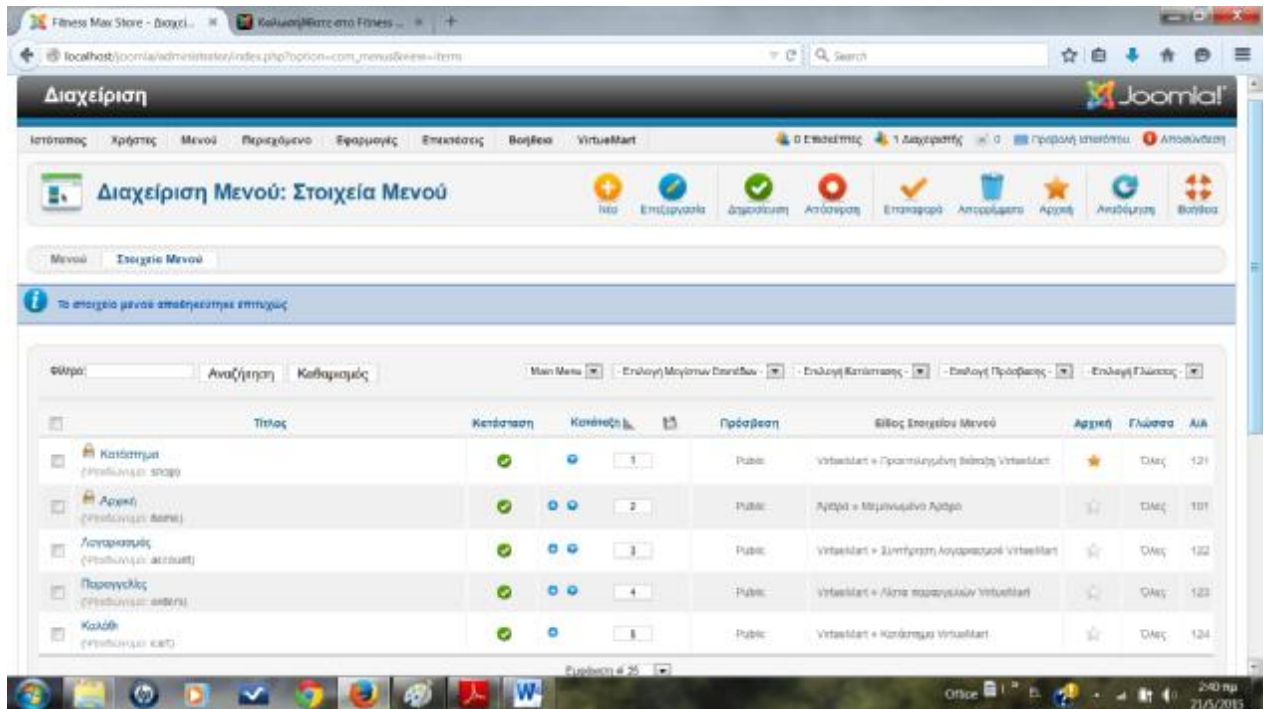
θα πάμε στην Διαχείριση,

Μενού > Διαχείριση Μενού > Main Menu

Το Main Menu χωρίζεται σε 5 επιλογές, όπου αυτές φαίνονται στην ιστοσελίδα σαν 5 καρτέλες η μια δίπλα στην άλλη. Οι επιλογές είναι: Shop, Home, Account, Orders, Cart

Μπορούμε καλύτερα να τις ονομάσουμε στα Ελληνικά μπαίνοντας στις λεπτομέρειες τις κάθε κατηγορίας τον «Τίτλο Μενού» του αλλάζουμε ονομασία. Επομένως έχουμε Κατάστημα, Αρχική, Λογαριασμός, Παραγγελίες, Καλάθι.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

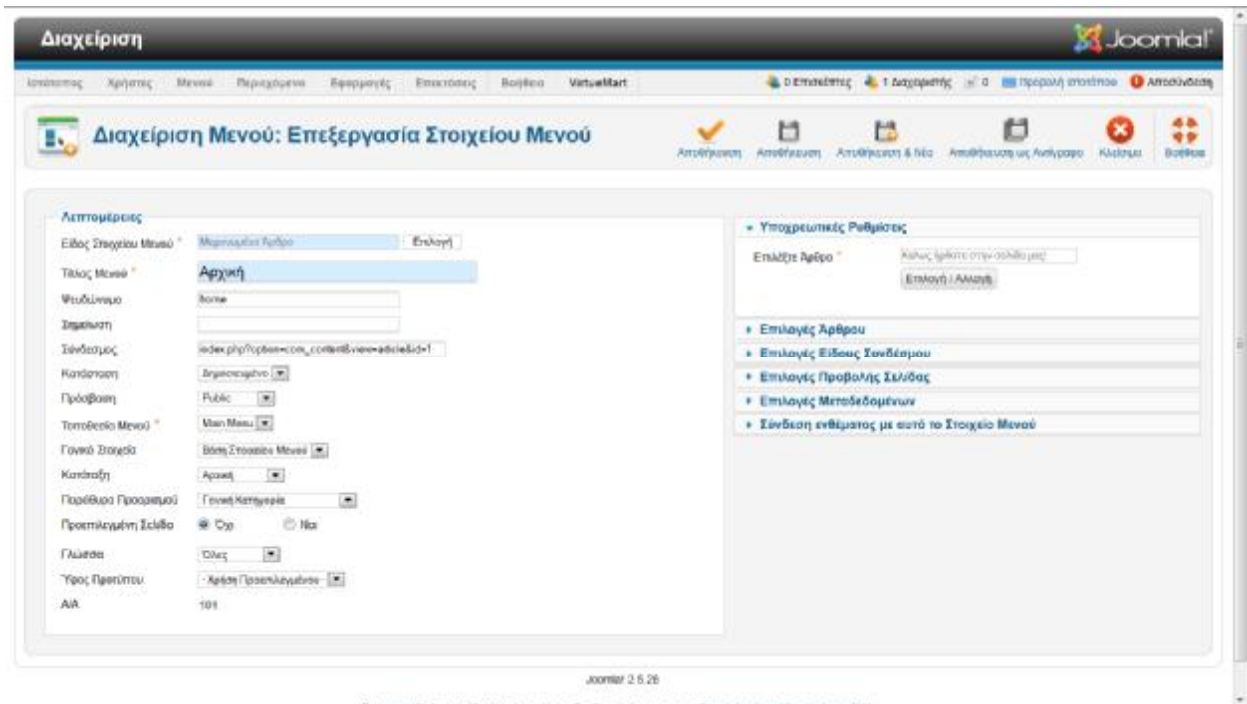


Εικόνα 73

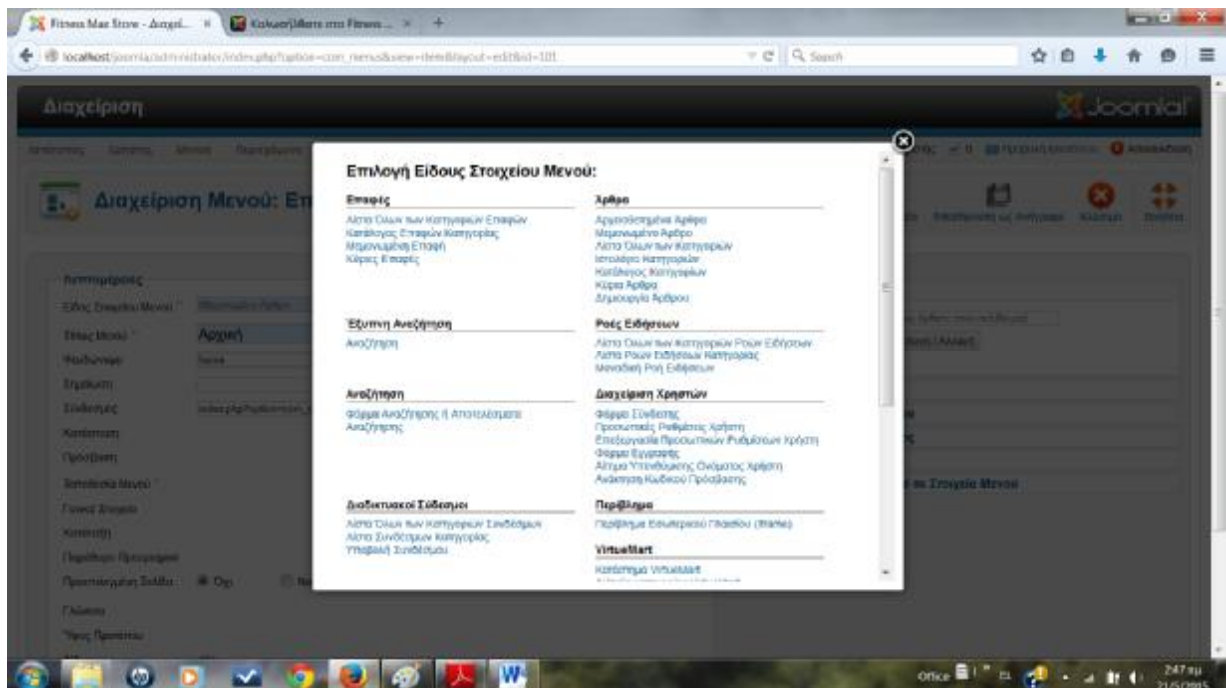
Οπότε εφόσον βρισκόμαστε στο Main Menu μπαίνουμε στις λεπτομέρειες της «Αρχική» για να συνδέσουμε το άρθρο με την αρχική, και στο πεδίο «Είδος Στοιχείου Μενού» πατάμε επιλογή > Άρθρα > Μεμονωμένο Άρθρο

Μετά μας εμφανίζει δίπλα από την καρτέλα λεπτομέρειες ένα καινούργιο πεδίο «Υποχρεωτικές ρυθμίσεις» που λέει να επιλέξουμε άρθρο. Πατάμε το κουμπί «επιλογή / αλλαγή», και μας εμφανίζεται το άρθρο που είχαμε φτιάξει προηγούμενος «Καλώς ήρθατε στην ιστοσελίδα μας» και το επιλέγουμε. Πατάμε αποθήκευση, και πλέον το άρθρο συνδέθηκε στην αρχική σελίδα του ιστοτόπου.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 74



Εικόνα 75

5.4.4. Διαχείριση Μενού

Το μενού στο Joomla είναι και το μενού που θα φαίνεται στον ιστότοπο πάνω σε μία «μπάρα» επιλογών, όπου κατευθύνει τον χρήστη μέσω των επιλογών του.

Στην διαχείριση του μας δίνεται η δυνατότητα να προσθέτουμε ή να αφαιρούμε επιλογές, όπως και να αλλάζουμε την σειρά της παρουσίασής τους. Η επιλογές μενού λειτουργούν σε συνδυασμό με τα άρθρα.

Πρόσθεση στο μενού νέα επιλογή

Στο μενού επιλογών θα προσθέσουμε μια 6^η επιλογή που θα την ονομάσουμε «Επικοινωνία» με τα στοιχεία του καταστήματος, για να έχουν ευκολότερη επικοινωνία οι χρήστες μαζί μας.

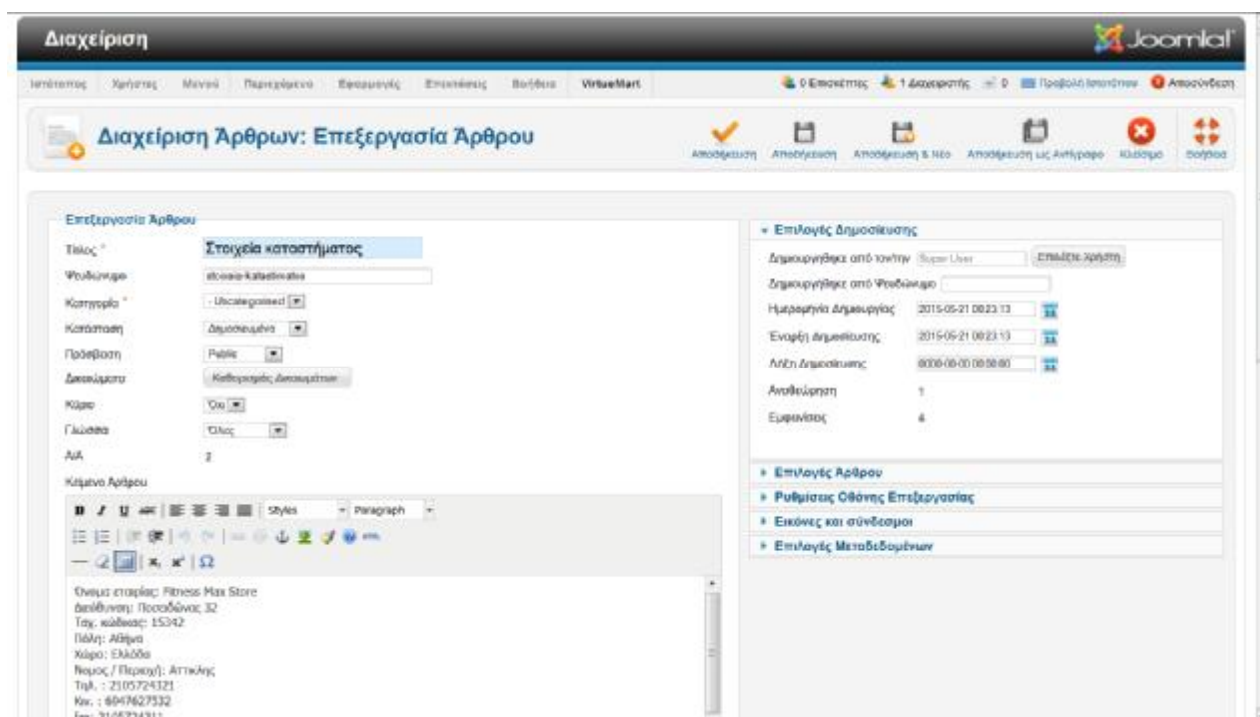
Πρώτου δημιουργήσουμε την νέα επιλογή, θα πρέπει να δημιουργήσουμε ένα άρθρο με τα στοιχεία του καταστήματος ώστε να συνδεθεί με την «Επικοινωνία».

Επομένως πηγαίνουμε στην Διαχείριση, Περιεχόμενο > Διαχείριση Άρθρων > Προσθήκη νέου Άρθρου ή Νέο

Στην επεξεργασία του Άρθρου, συμπληρώνουμε τον «τίτλο», ' Στοιχεία καταστήματος ' στην «κατάσταση» επιλέγουμε Δημοσιευμένο, στο «κείμενο άρθρου» προσθέτουμε μια περιγραφή με τα στοιχεία του καταστήματος και αν θέλουμε εικόνα με τον χάρτη του καταστήματος, αν και δεν χρειάζεται γιατί είμαστε ηλεκτρονικό κατάστημα.

Αποθήκευση, και δημιουργήσαμε το άρθρο.

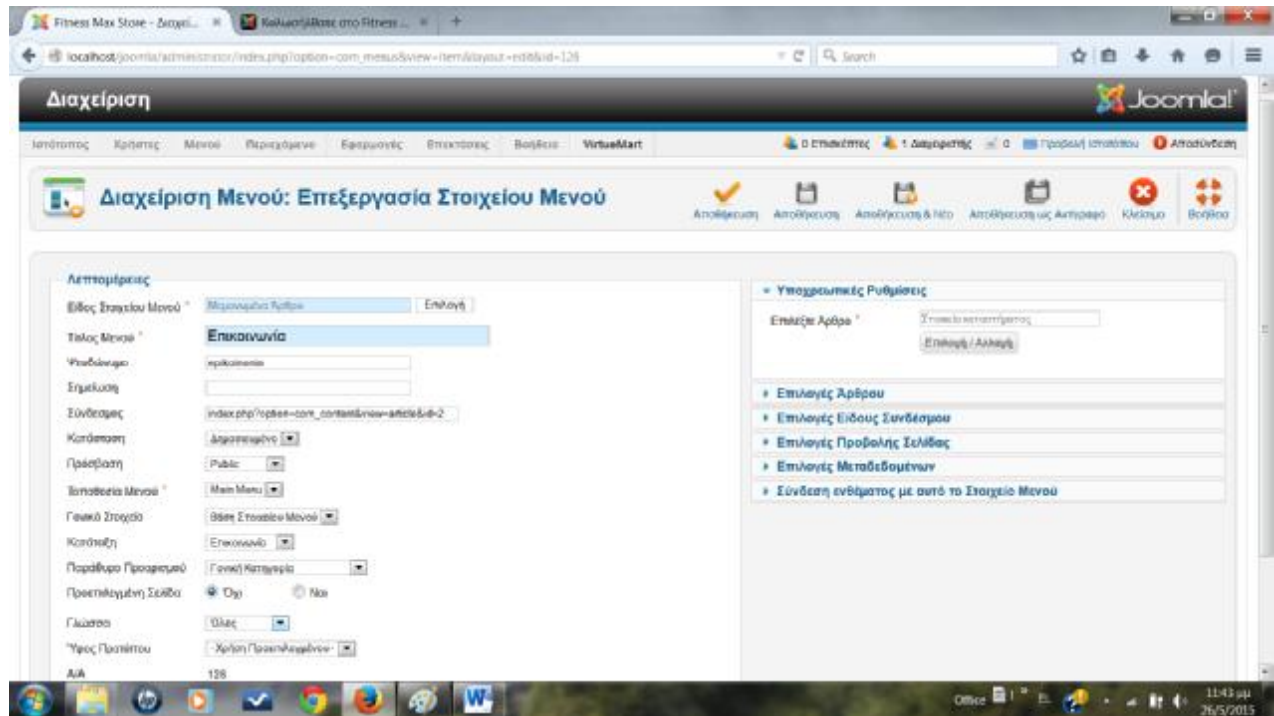
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 76

Οπότε δημιουργούμε την επιλογή μενού «Επικοινωνία» Πηγαίνουμε στην Διαχείριση, Μενού > Διαχείριση Μενού > Main Menu > Νέο
Στο πεδίο «Είδος Στοιχείου Μενού» πατάμε επιλογή > Άρθρα > Μεμονωμένο Άρθρο
Μετά μας εμφανίζει δίπλα από την καρτέλα λεπτομέρειες ένα καινούργιο πεδίο «Υποχρεωτικές ρυθμίσεις» που λέει να επιλέξουμε άρθρο. Πατάμε το κουμπί «επιλογή / αλλαγή», και επιλέγουμε το άρθρο «Στοιχεία καταστήματος»
Τίτλος Μενού: Επικοινωνία

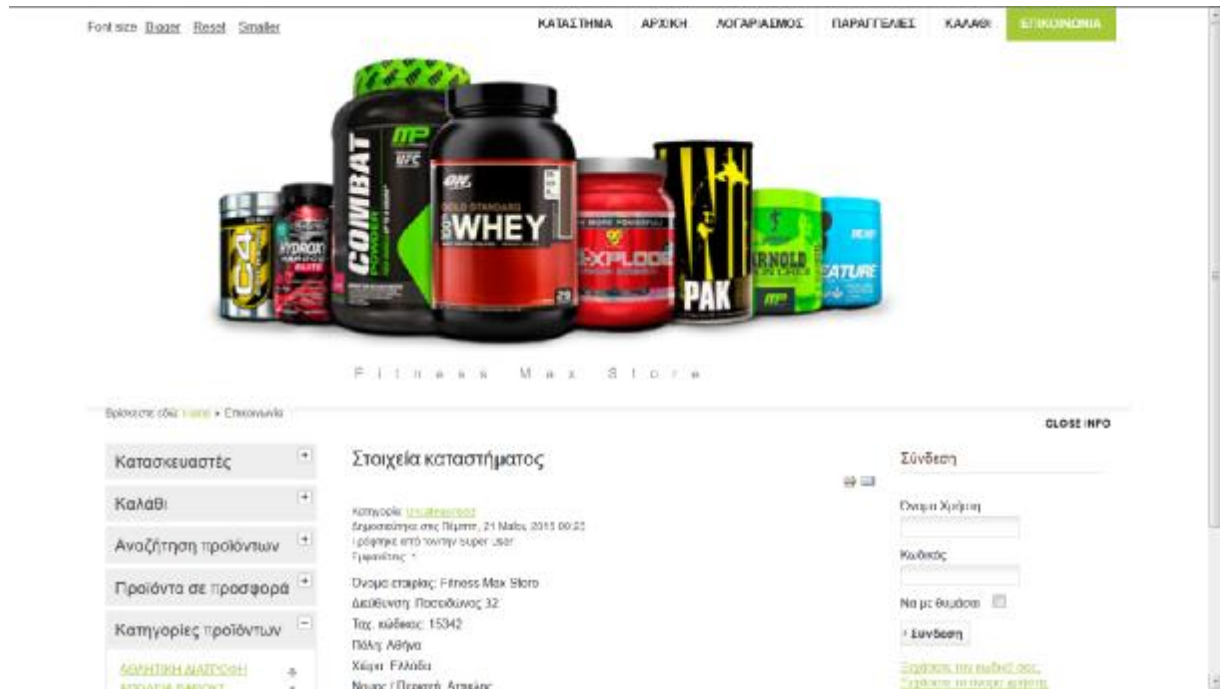
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 77

Πατάμε αποθήκευση, κλείνουμε και ανανεώνουμε τον ιστότοπο. Παρατηρούμε ότι προστέθηκε η επιλογή «ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ»

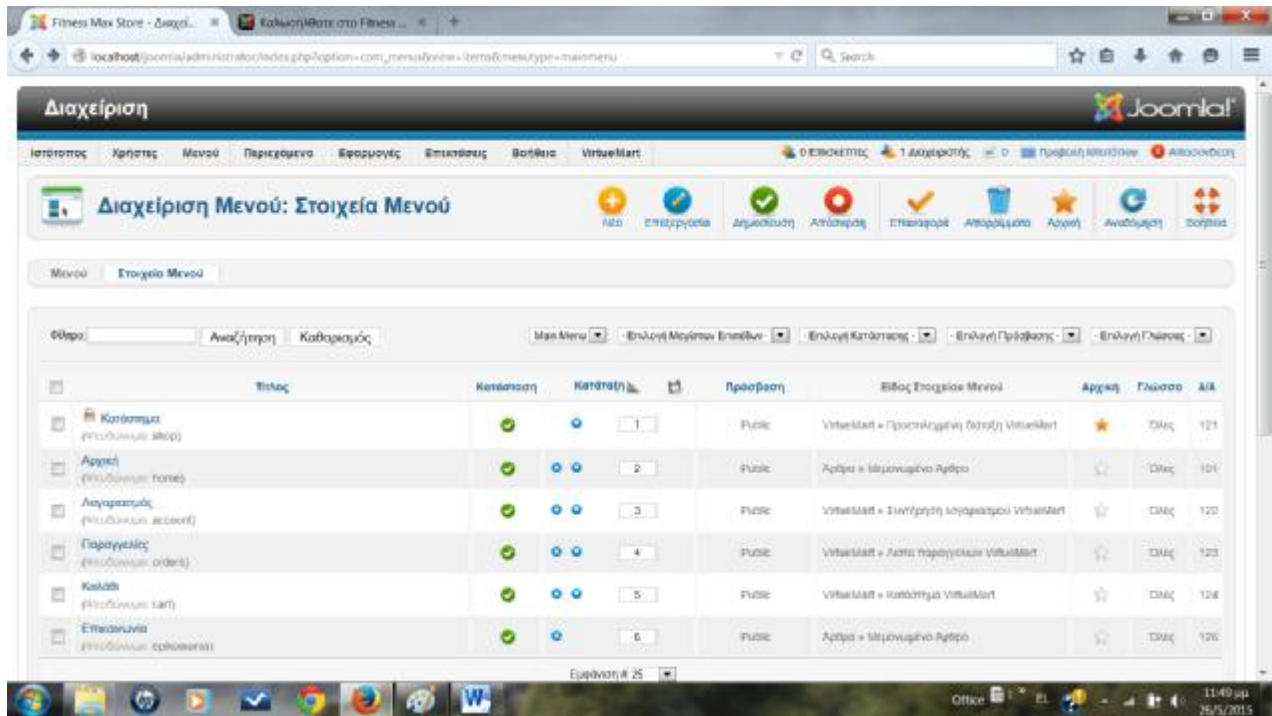
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 78

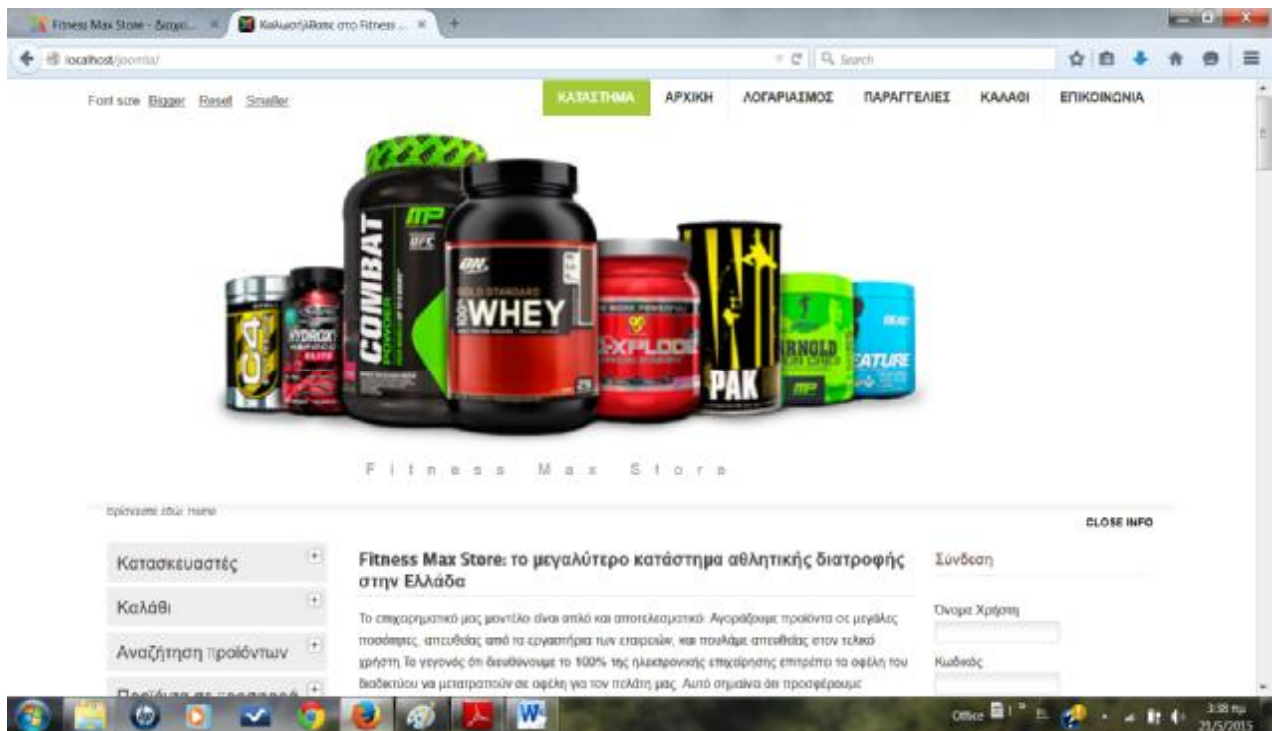
Να αναφέρουμε ότι με τον ίδιο τρόπο μπορούμε να διαγράψουμε ή να αποσύρουμε μία επιλογή του μενού πολύ πιο απλά, τσεκάροντας κάποια επιλογή και πατώντας το κουμπί Διαγραφή ή Απόσυρση.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

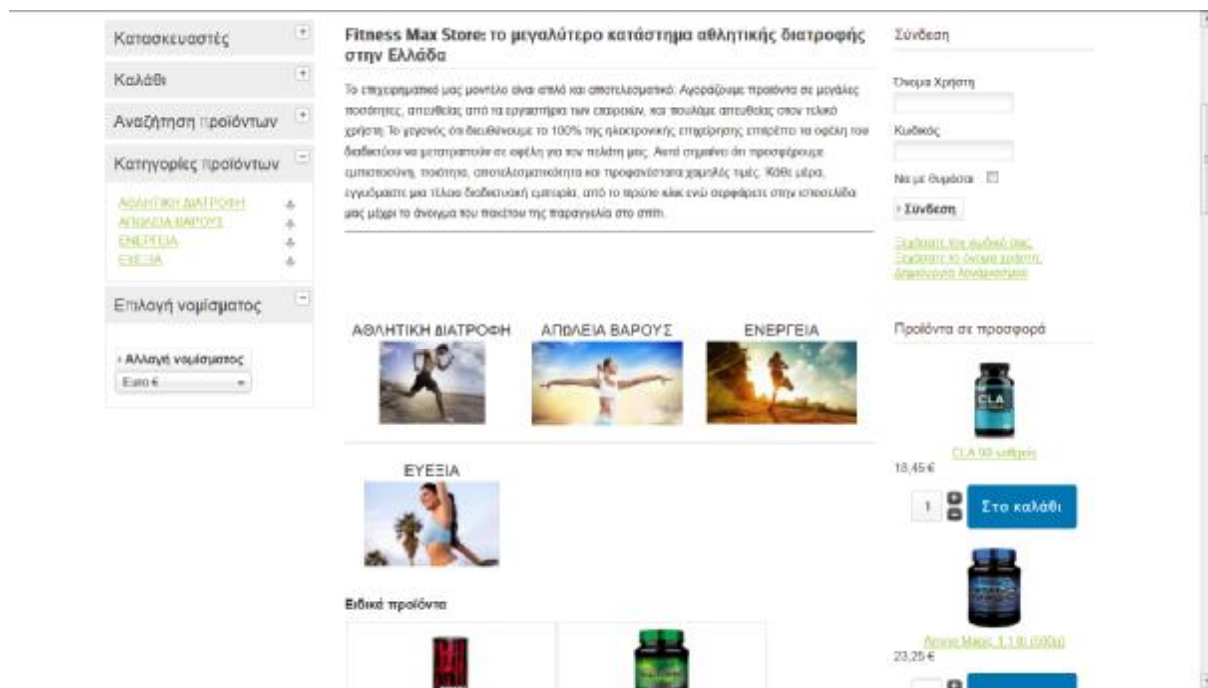


Εικόνα 79

5.4.5. Διαμόρφωση του ιστοτόπου με εικόνες

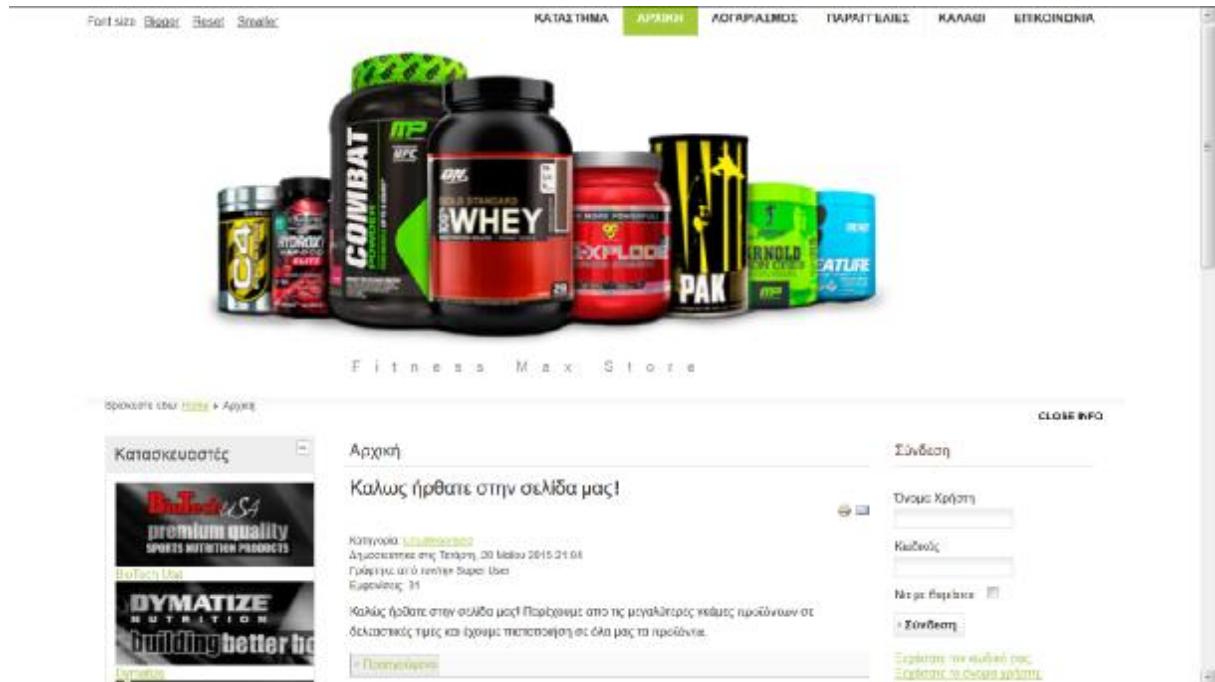


Εικόνα 80



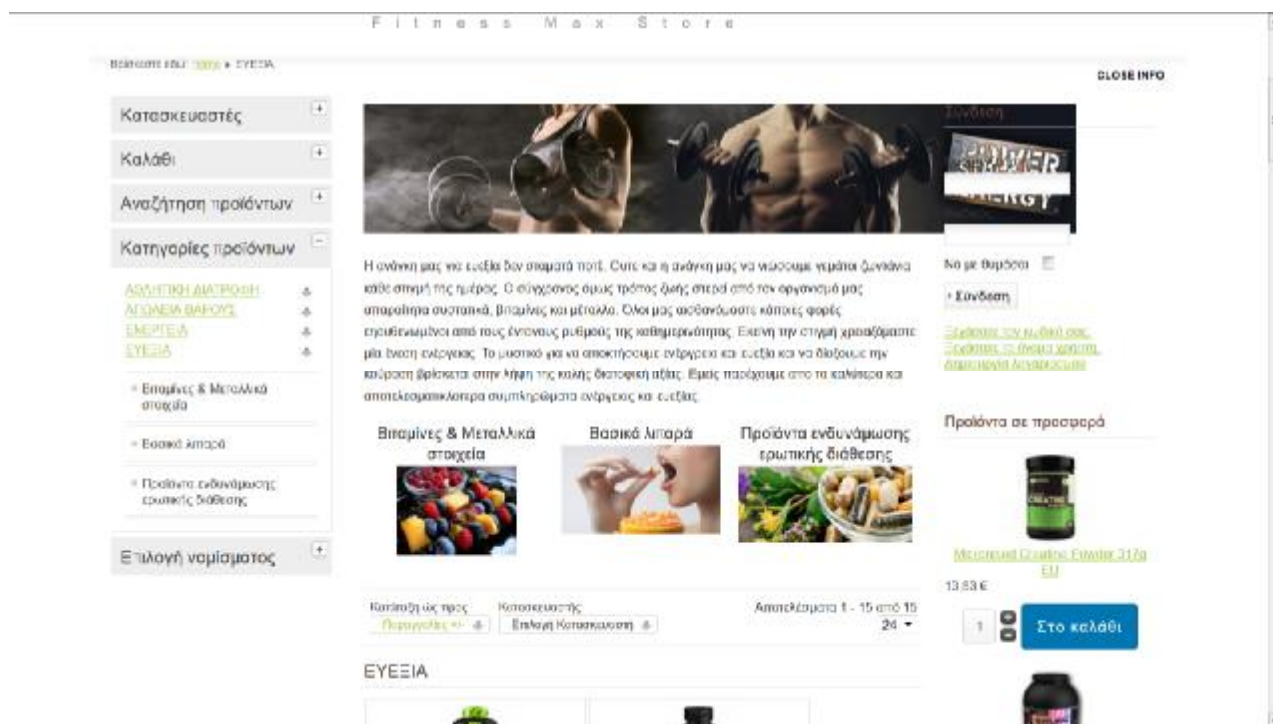
Εικόνα 81

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 82

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 83

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο «ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΝΤΙΓΡΑΦΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΣΕ ΑΛΛΟΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ (LOCAL SERVER)»

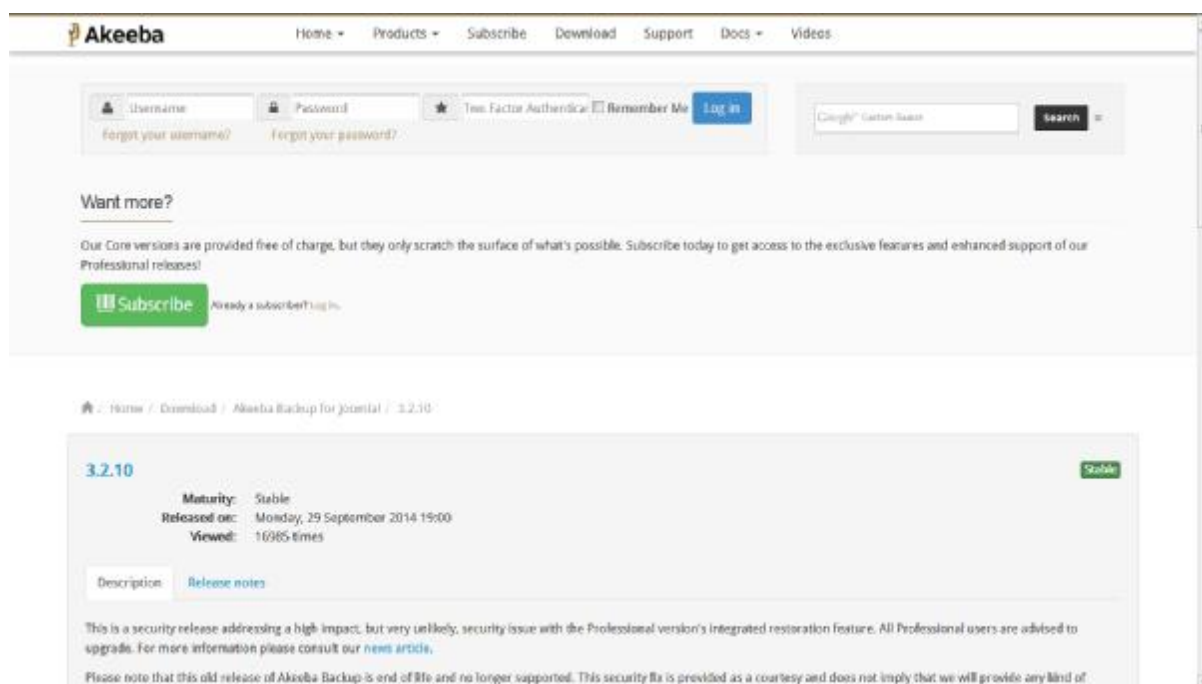
6.1. Αντίγραφο ασφαλείας Akeeba Backup

Η δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας της ιστοσελίδας είναι απαραίτητη, ώστε να μην χαθούν μέρες και μήνες σκληρής δουλειάς, κατόπιν θα πάρουμε ένα αντίγραφο ασφαλείας της ιστοσελίδα μας όπου θα μπορούμε να το έχουμε σε ασφαλές σημείο. Έτσι κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία αντιγράφου ασφαλείας. Εμείς θα χρησιμοποιήσουμε το Akeeba Backup που είναι ένα από τα πιο δημοφιλή και αξιόπιστα αντίγραφα ασφαλείας. Δημιουργώντας το αντίγραφο ασφαλείας, μπορούμε να επαναφέρουμε και μεταφέρουμε την ιστοσελίδα εύκολα σε άλλον υπολογιστή ή browser καθώς και από local host σε server, όπως από τοπικό server σε κανονικό server στο διαδίκτυο. Το αρχείο backup περιλαμβάνει τα αρχεία της ιστοσελίδας, τη βάση δεδομένων και το script επαναφοράς. Μπορούμε να μετακινήσουμε το site μας σε διαφορετικό διακοσμητή (web server), να το μετεγκαταστήσουμε σε διαφορετική τοποθεσία όπως άλλον υπολογιστή ή browser ή να δημιουργήσουμε ένα ακριβές αντίγραφο στον ίδιο υπολογιστή.

6.2. Λήψη και εγκατάσταση της επέκτασης αντιγράφου ασφαλείας Akeeba Backup

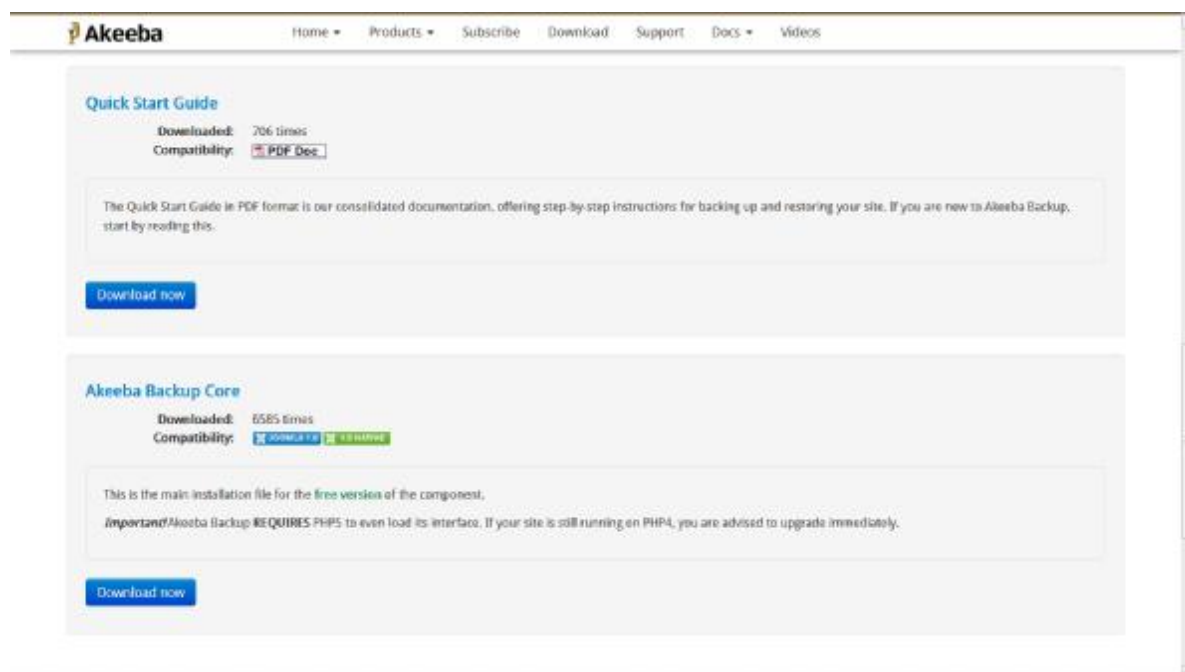
Η επίσημη ιστοσελίδα που φιλοξενεί το Akeeba backup την βρίσκουμε στην διεύθυνση <http://www.akeebabackup.com>

Αφού εισέλθουμε πηγαίνουμε στο Download και επιλέγουμε το Akeeba Backup for Joomla!
Βρίσκουμε ποια έκδοση ταιριάζει με τις εκδόσεις Php, Joomla που έχουμε εγκατεστημένες και την επιλέγουμε.



Εικόνα 84

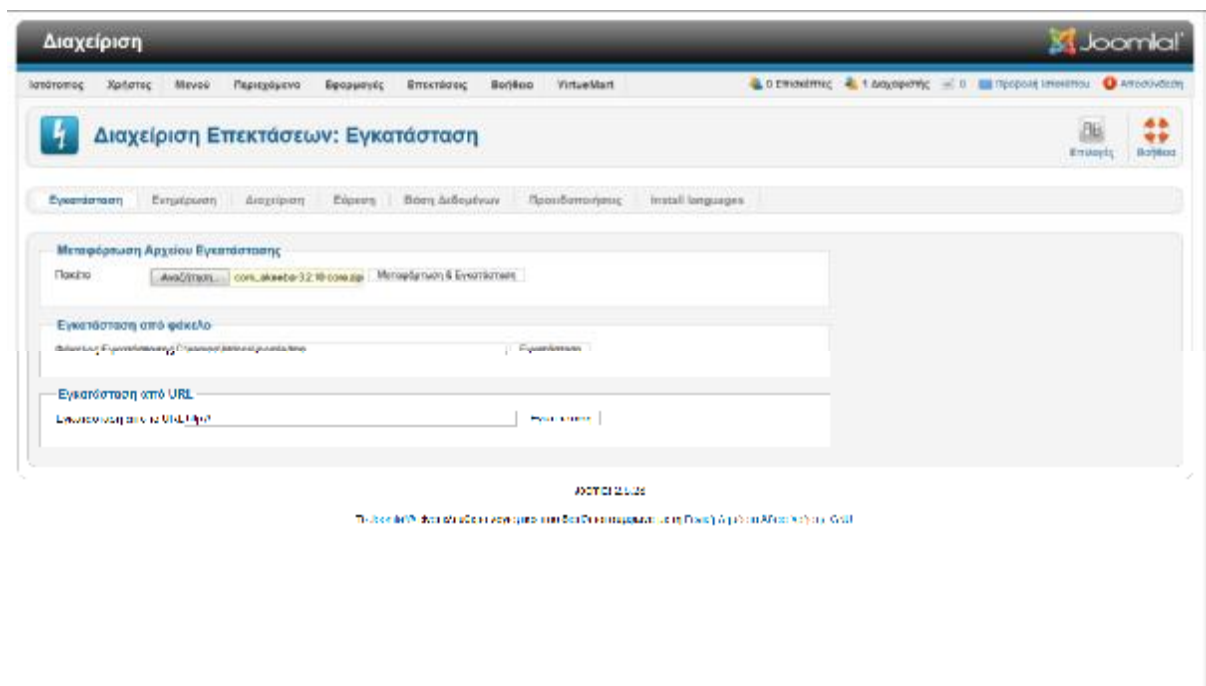
Έχουμε εισέλθει στην έκδοση που μας ενδιαφέρει και στο πλαίσιο [Akeeba Backup](#) Core πατάμε [Download now](#) για να την κατεβάσουμε.



Εικόνα 85

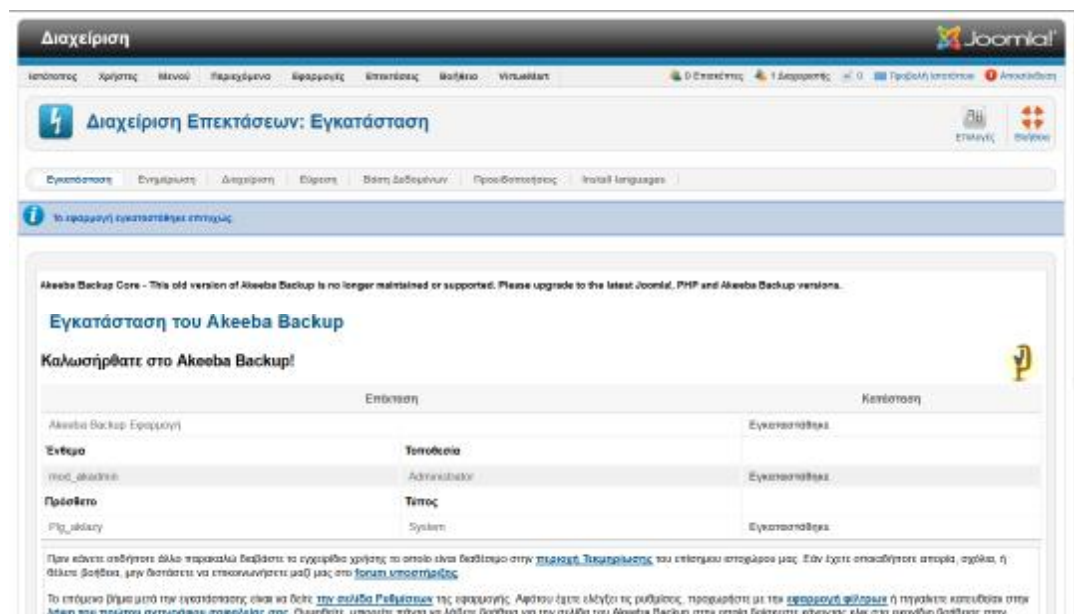
Ύστερα πατάμε να αποθηκευτεί το αρχείο στον υπολογιστή μας. Το τοποθετούμε σε γνωστό σημείο ώστε να το επιλέξουμε. Συνδεόμαστε στην διαχείριση του Joomla και πηγαίνουμε στις Επεκτάσεις > Διαχείριση επεκτάσεων. Στο πλαίσιο Μεταφόρτωση αρχείου εγκατάστασης πατάμε «αναζήτηση» επιλέγουμε το ζιπαρισμένο αρχείο **com_akeeba-3.2.10-core** που κατεβάσαμε πριν, και πατάμε Μεταφόρτωση & Εγκατάσταση.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 86

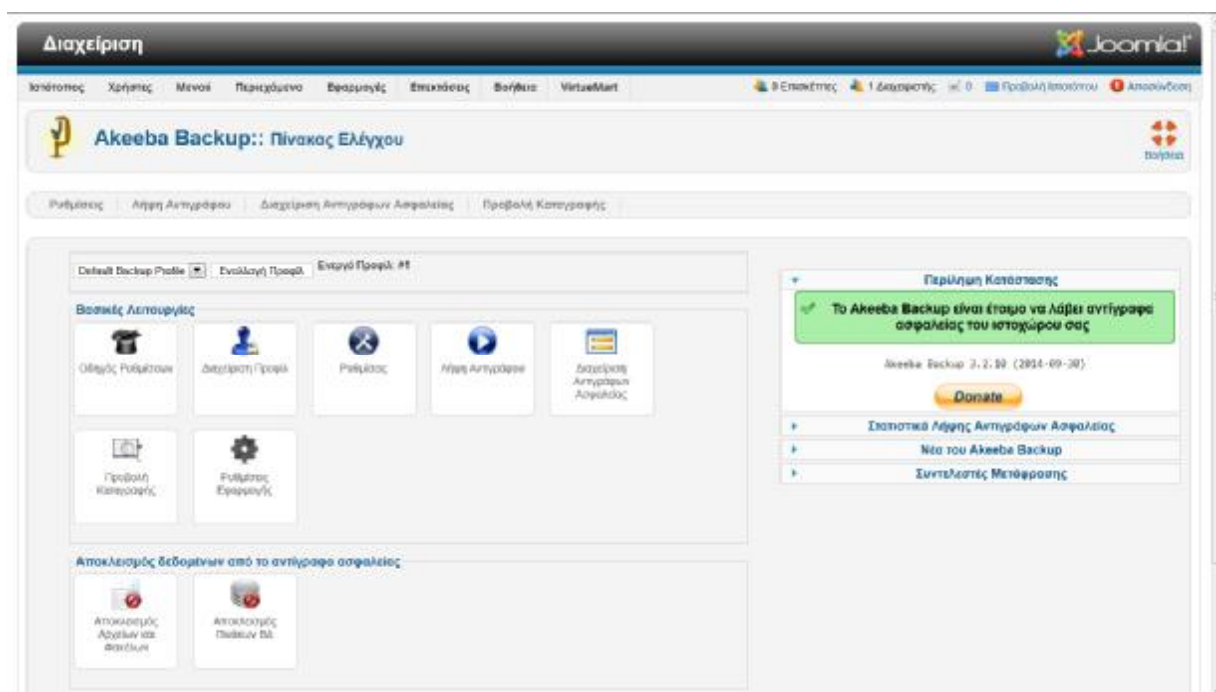
Εγκαταστάτη αυτόματα η επέκταση Akeeba Backup και μας βγάζει το μήνυμα καλωσορίσματος. Οπότε και ήμαστε έτοιμοι να εισέλθουμε στον χώρο διαχείρισης της εφαρμογής για την λήψη αντιγράφου ασφαλείας.



Εικόνα 87

6.3. Λήψη αντιγράφου ασφαλείας με Akeeba Backup

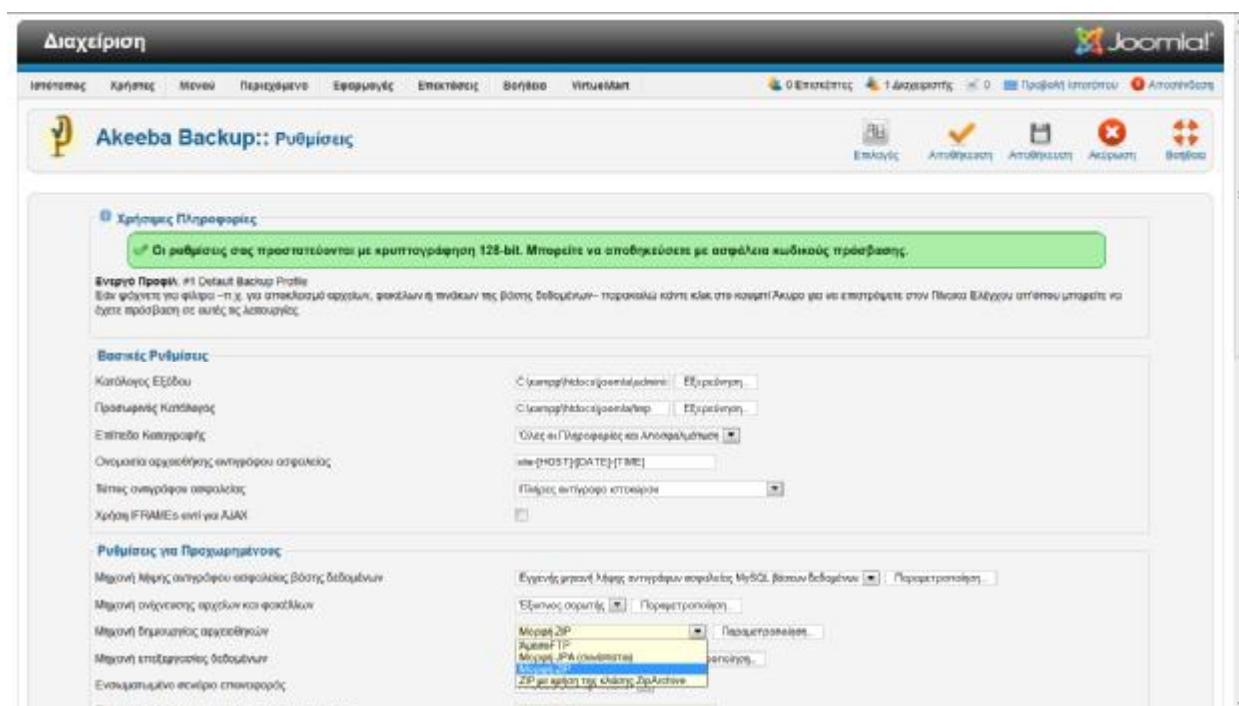
Αφού κάναμε την εγκατάσταση του προγράμματος στις επεκτάσεις του Joomla! προηγουμένως, το Akeeba backup έχει εμφανιστεί στις εφαρμογές της Διαχείρισης του Joomla!. Οπότε πηγαίνουμε Εφαρμογές > Akeeba Backup.



Εικόνα 87

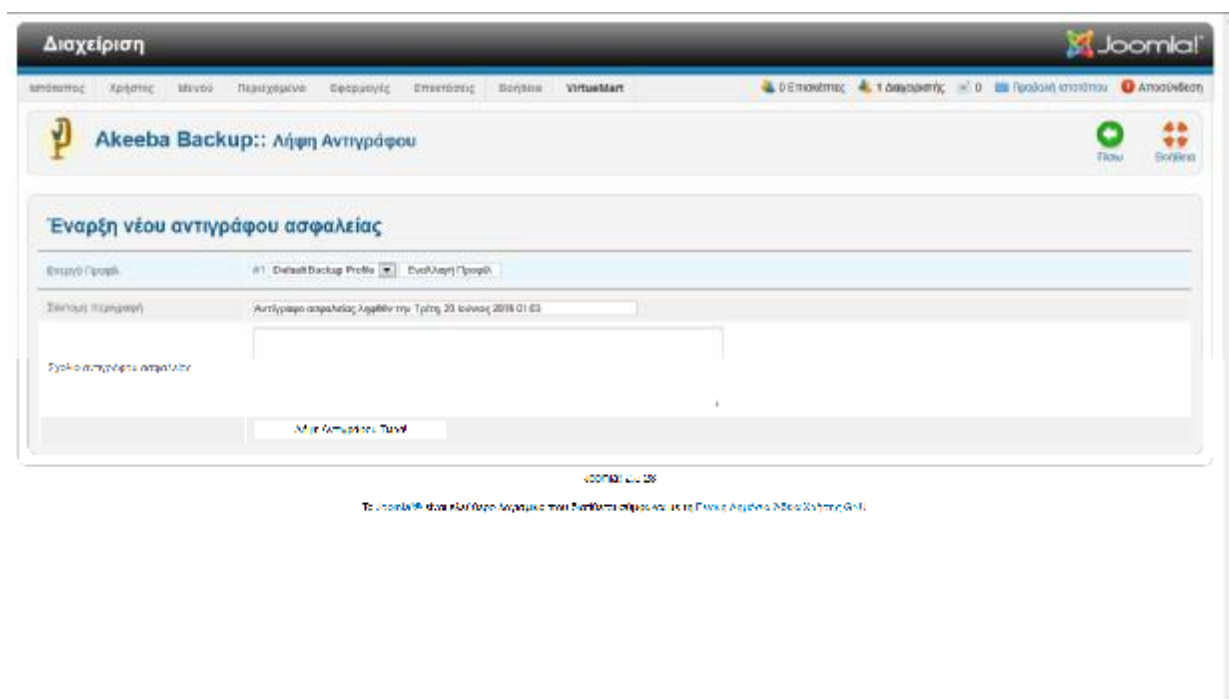
Πριν επιλέξουμε την λήψη αντιγράφου ασφαλείας θα πάμε στις ρυθμίσεις. Το Akeeba Backup μας δίνει την δυνατότητα να παίρνουμε αντίγραφα ασφαλείας για όλο το πακέτο μαζί όπως και ξεχωριστά. Δηλαδή δίνεται η επιλογή να αντιγραφεί μόνο τα αρχεία της βάσης δεδομένων ή της ιστοχώρου ξεχωριστά αλλά και όλα τα αρχεία μαζί. Εμείς επιλέγουμε το πλήρες αντίγραφο του ιστοχώρου εκεί που λέει τύπος αντιγράφου ασφαλείας. Από κάτω στις ρυθμίσεις για προχωρημένους στην μηχανή δημιουργίας αρχειοθηκών επιλέγουμε να είναι η μορφή «Zip». Αποθήκευση και κλείσιμο.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 88

Τώρα είναι έτοιμο το Akeeba να λάβει αντίγραφα ασφαλείας του ιστοτόπου μας. Πατάμε «Λήψη αντιγράφου» και μας εμφανίζει το παρακάτω πλαίσιο.

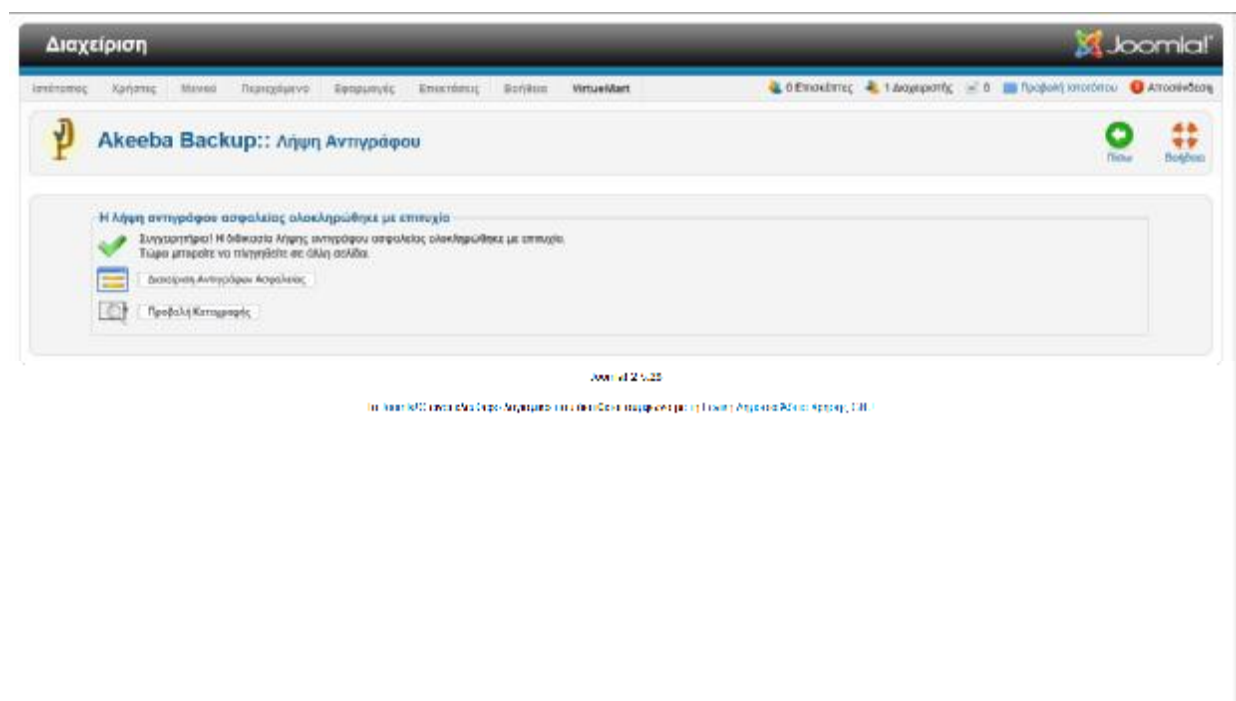


Εικόνα 89

Προαιρετικά προσθέτουμε κάποιο σχόλιο και πατάμε: λήψη αντιγράφου τώρα!

Κατά την διάρκεια της λήψης θα πρέπει να περιμένουμε και να μην ασχοληθούμε με κάτι άλλο στον υπολογιστή μας. Ο Χρόνος που της λήψη εξαρτάτε με το μέγεθος του ιστόχου που συνήθως δεν ξεπερνάει μερικά λεπτά.

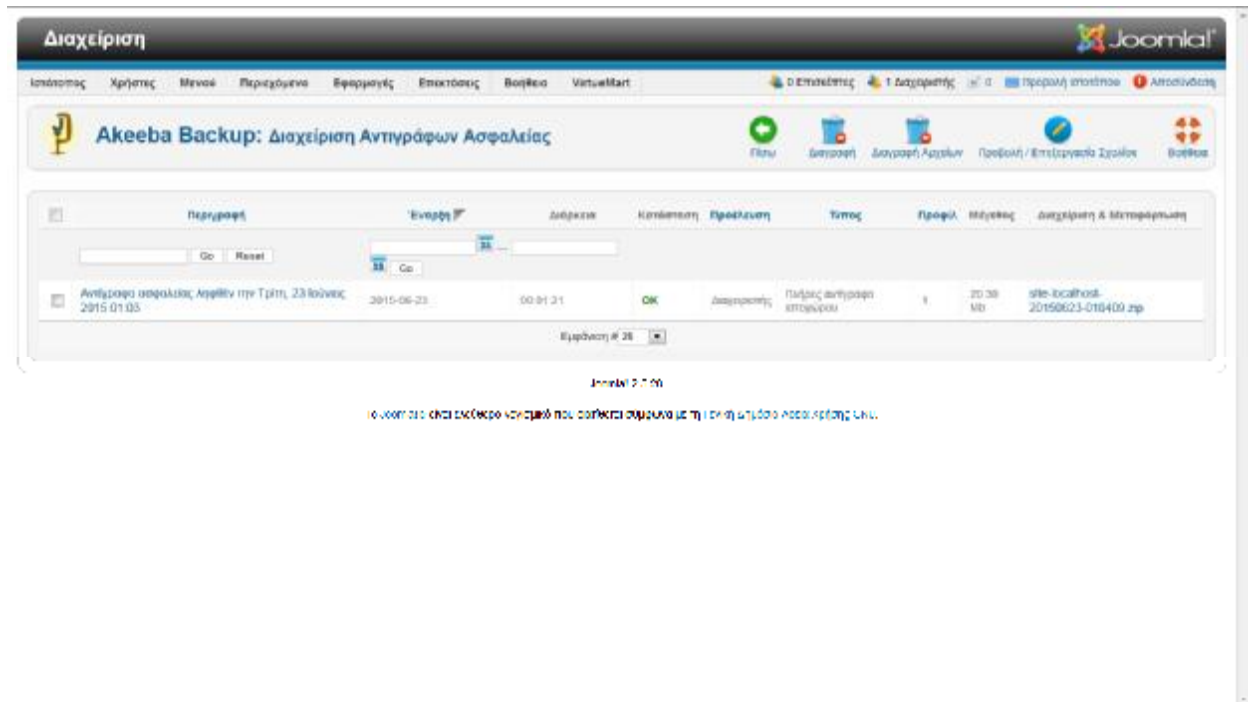
Μόλις ολοκληρωθεί η λήψη του αντιγράφου ασφαλείας εμφανίζεται η παρακάτω ειδοποίηση της επιτυχημένης λήψης. Πατάμε Διαχείριση Αντιγράφων Ασφαλείας.



Εικόνα 90

Μας παραπέμπει απευθείας στην Διαχείριση Αντιγράφων Ασφαλείας, όπου μπορούμε να βλέπουμε όσα αντίγραφα υπάρχουν γνωρίζοντας την ημερομηνία, τη διάρκεια, τη προέλευση, τον τύπο και το μέγεθος του κάθε αντιγράφου. Εδώ υπάρχει η δυνατότητα διαγραφής και αποθήκευσης του αντιγράφου ασφαλείας. Η αποθήκευση πραγματοποιείται αν επιλέξουμε το αντίγραφο σε εκείνη την στήλη που λέει Διαχείριση & Μεταφόρτωση.

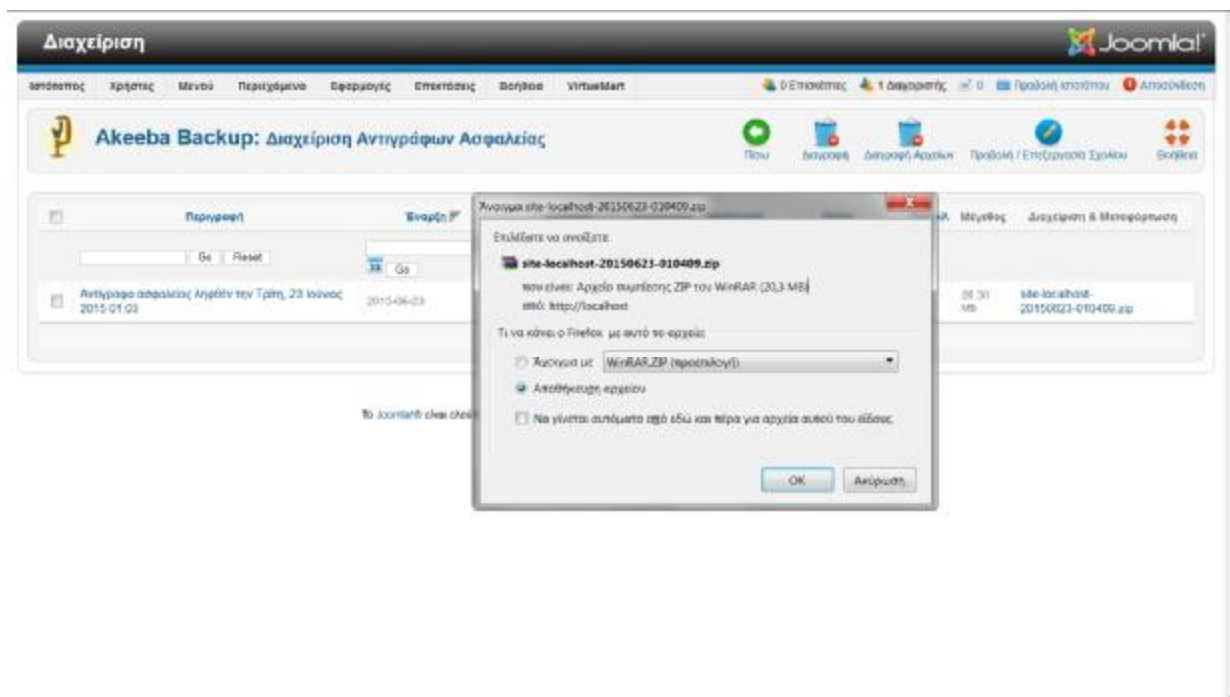
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 91

Κάνουμε αποθήκευση και ολοκληρώνουμε την διαδικασία λήψη αντίγραφου ασφαλείας καθώς εμφανίζεται το αρχείο σε μορφή Zip στον υπολογιστή μας.

Με όνομα **site-localhost-20150623-010409**.



Εικόνα 92

6.4. Μεταφορά αρχείων αντίγραφου ασφαλείας σε άλλον υπολογιστή (Local Server)

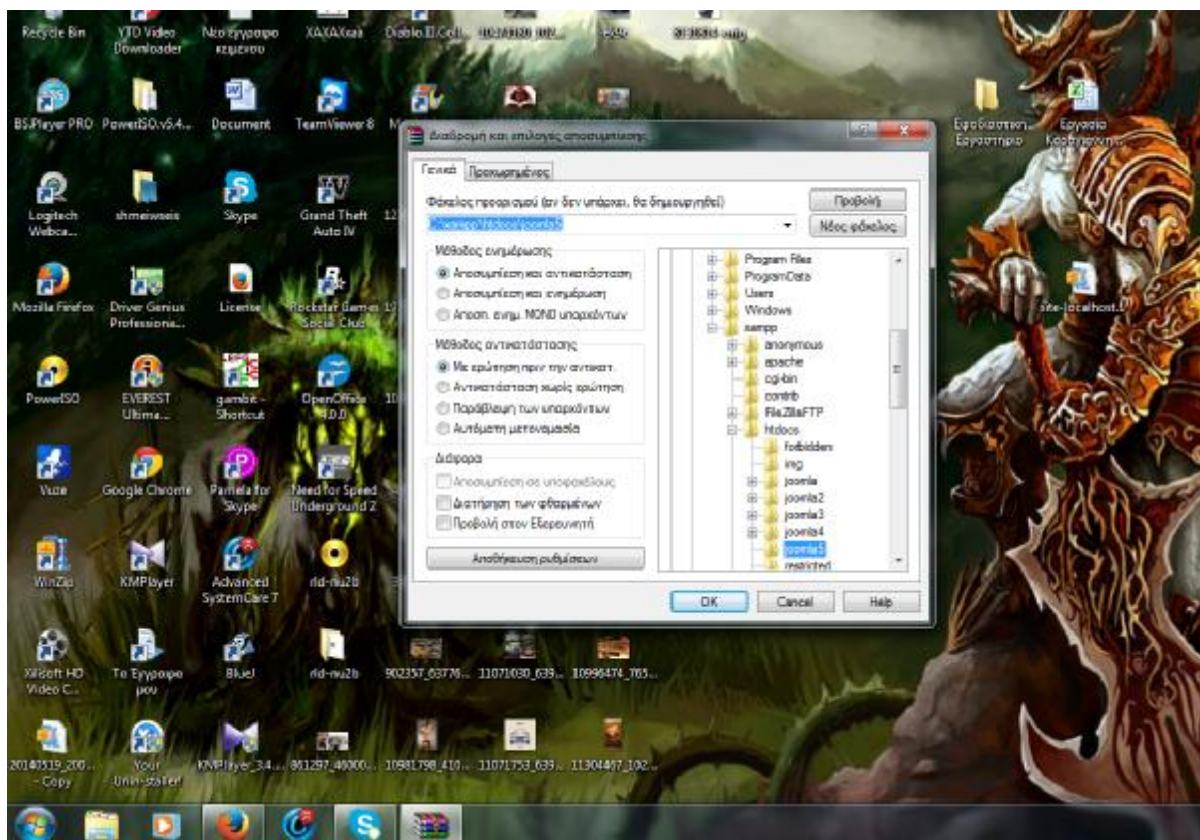
Κάνοντας αυτήν την διαδικλασία μεταφοράς αντιφράφου ασφαλείας ο καινούργιος υπολογιστής θα μπορεί να διεξάγει την ιστοσελίδα τοπικά. Θα υπάρχουν ακριβώς οι ίδιες δυνατότητες με αυτές του αρχικού υπολογιστή, όπως την επεξεργασία διαχείρισης (back end) της ιστοσελίδας, την δυνατότητα του να ανέβει στο διαδύκτιο σε web server όπως και να τεθεί σε λειτουργία. Για να πραγματοποιηθεί η μεταφορά και η λειτουργία της ιστοσελίδας απαραίτητο κρίνεται ο υπολογιστής που θα φιλοξενήσει την νέα ιστοσελίδα να έχει εγκατεστημένα όλα τα προγράμματα που απαιτούνται λειτουργία. Δηλαδή το Xampp, το joomla, το virtuemart, και το akeeba backup.

Μετά η διαδικασία είναι απλή. Αρχικά περνάμε το αρχείο αντίγραφου ασφαλείας που θέλουμε να εγκαταστήσουμε στον νέο υπολογιστή. Στην περίπτωση μας είναι το **site-localhost-**

20150623-010409 όπου συμπεριλαμβάνει το πλήρες πακέτο της ιστοσελίδας που φτιάξαμε στην πτυχιακή.

Στην συνέχεια επειδή αυτό το αρχείο είναι μορφής zip θα το κάνουμε αποσυμπίεση στον νέο φάκελο της joomla που έχουμε δημιουργήσει. Μόλις περάσουμε τα αρχεία του αντίγραφου ασφαλείας στον φάκελο αυτόν μπορεί να λειτουργήσει η ιστοσελίδα στον νέο υπολογιστή μετά την διαδικασία της εγκατάστασης. Ο φάκελος αυτός είναι παρόμοιος με αυτόν που είχαμε φτιάξει στον αρχικό μας υπολογιστή. Δηλαδή έχει το μονοπάτι: **Local Disc (C:) / xampp / htdocs / joomla5.**

Joomla5 ονομάσαμε το νέο μας φάκελο που βρίσκεται στην ίδια θέση με τον αρχικό φάκελο joomla. Όσους τέτοιους φακέλους φτιάχνουμε τόσες διαφορετικές ιστοσελίδες μπορούμε να έχουμε.



Εικόνα 93

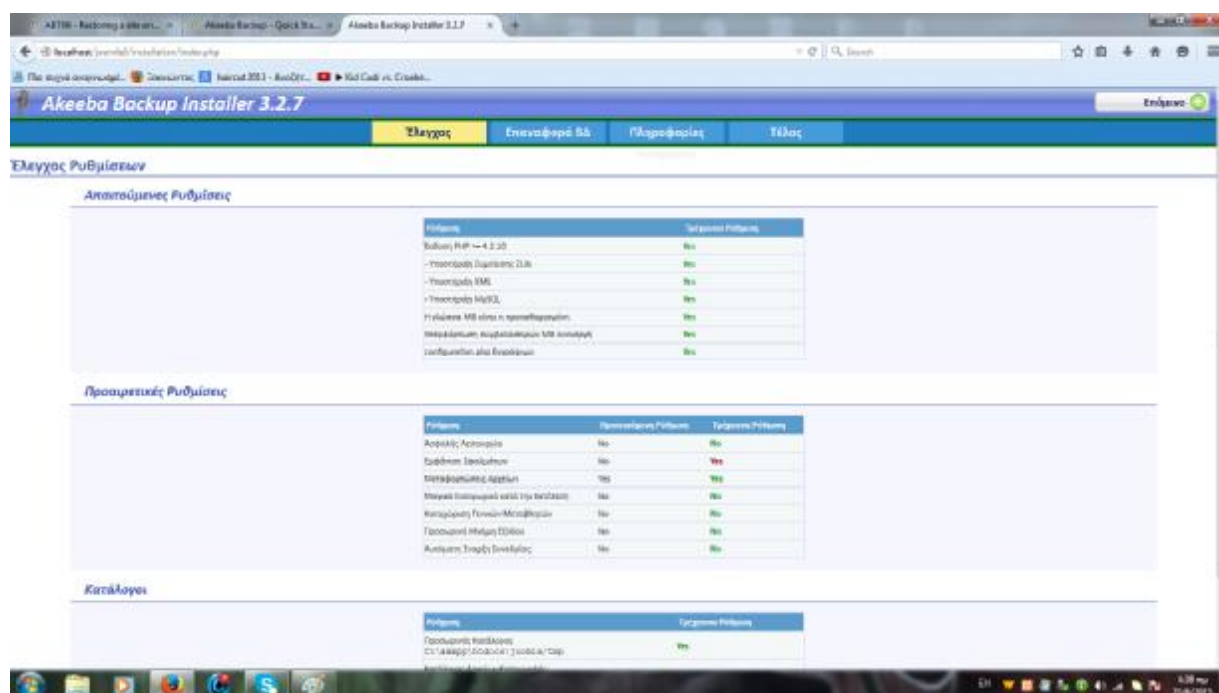
Εγκατάσταση ιστοσελίδας από αντίγραφο ασφαλείας

Επόμενο και τελευταίο βήμα είναι να ανοίξουμε έναν browser (Mozilla, chrome κλπ.) και να πληκτρολογήσουμε στην διεύθυνση του το προηγούμενο μονοπάτι που ακολουθήσαμε για την αποσυμπίεση των αρχείων.

Οπότε πληκτρολογούμε: **http:// Local Disc (C:) / xampp / htdocs / joomla5.**

Και ξεκινάει η διαδικασία της εγκατάστασης.

Στην πρώτη καρτέλα είναι ο έλεγχος των ρυθμίσεων όπου δεν χρειάζεται να γίνει κάποια αλλαγή πατάμε επόμενο.

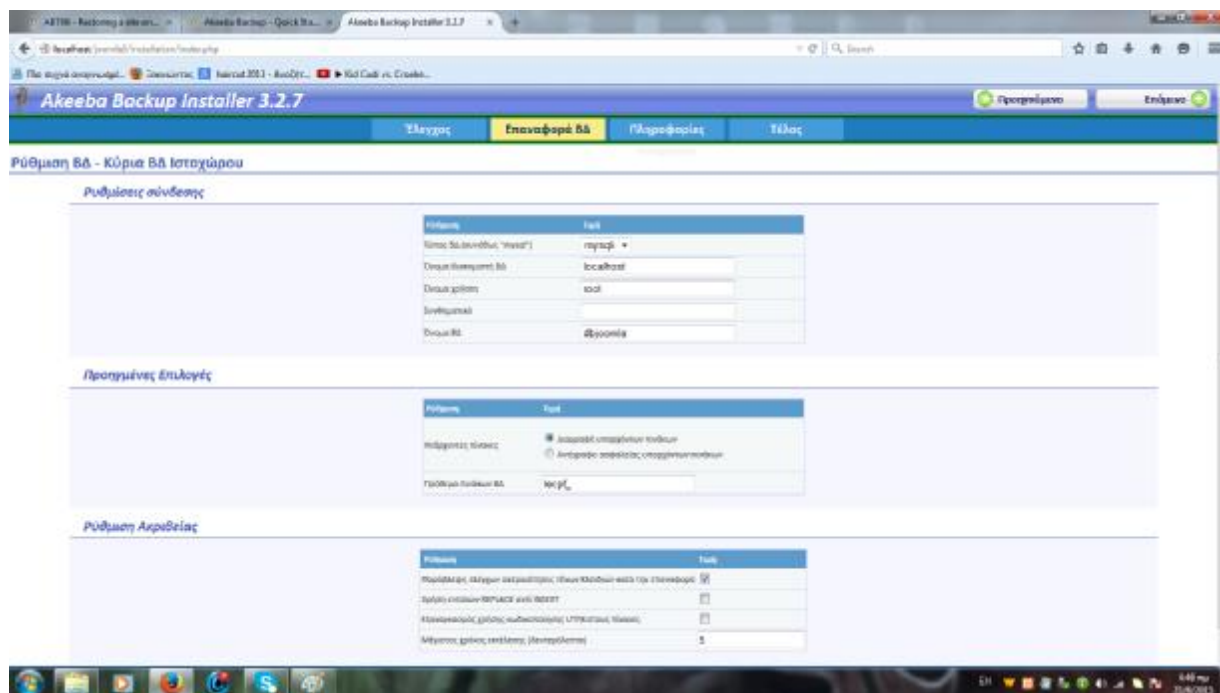


Εικόνα 94

Στην καρτέλα: Επαναφορά ΒΔ, μας εμφανίζει τα στοιχεία της βάσης δεδομένων από το Backup. Για να τα εμφανίσει σωστά είναι απαραίτητο να υπάρχουν εγκαταστημένα τα σωστά προγράμματα, το Xampp, το joomla, το virtuemart, και το akeeba backup. Αν δεν τα εμφανίσει αυτόματα συμπληρώνουμε τα ίδια στοιχεία με αυτά που είχαμε στον προηγούμενο υπολογιστή.

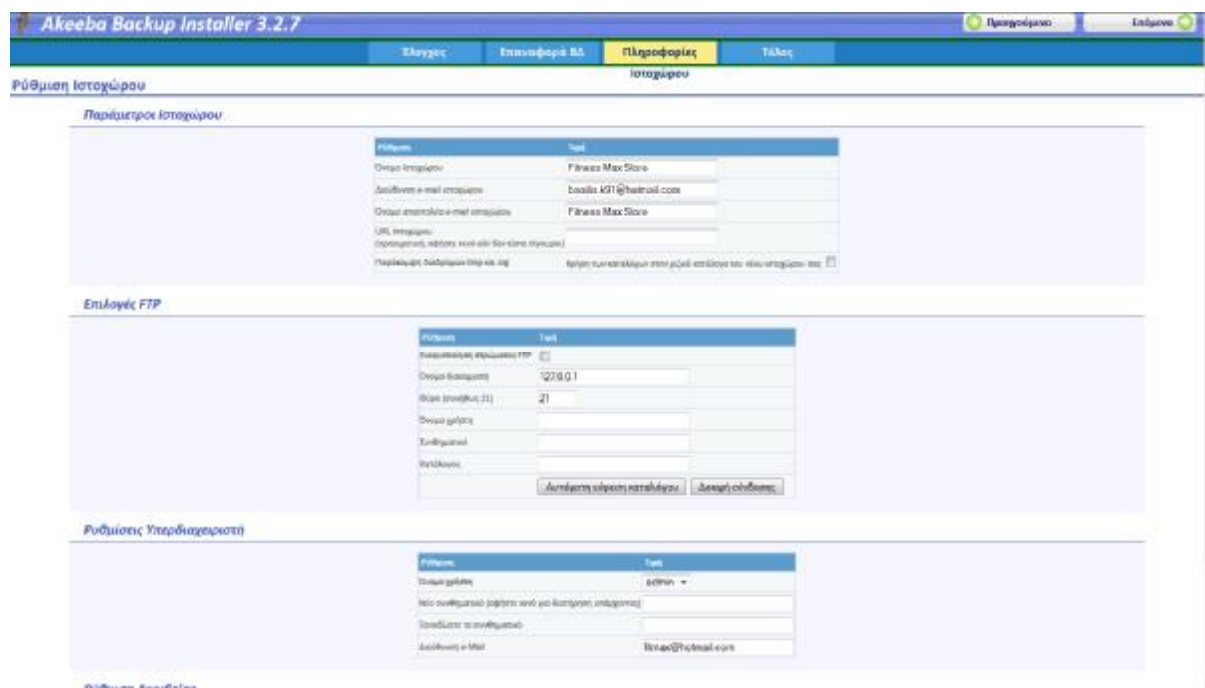
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Πατάμε επόμενο και ξεκινάει η διαδικασία επαναφοράς αντιγράφου ασφαλείας. Όταν ολοκληρωθεί πατάμε ΟΚ.



Εικόνα 95

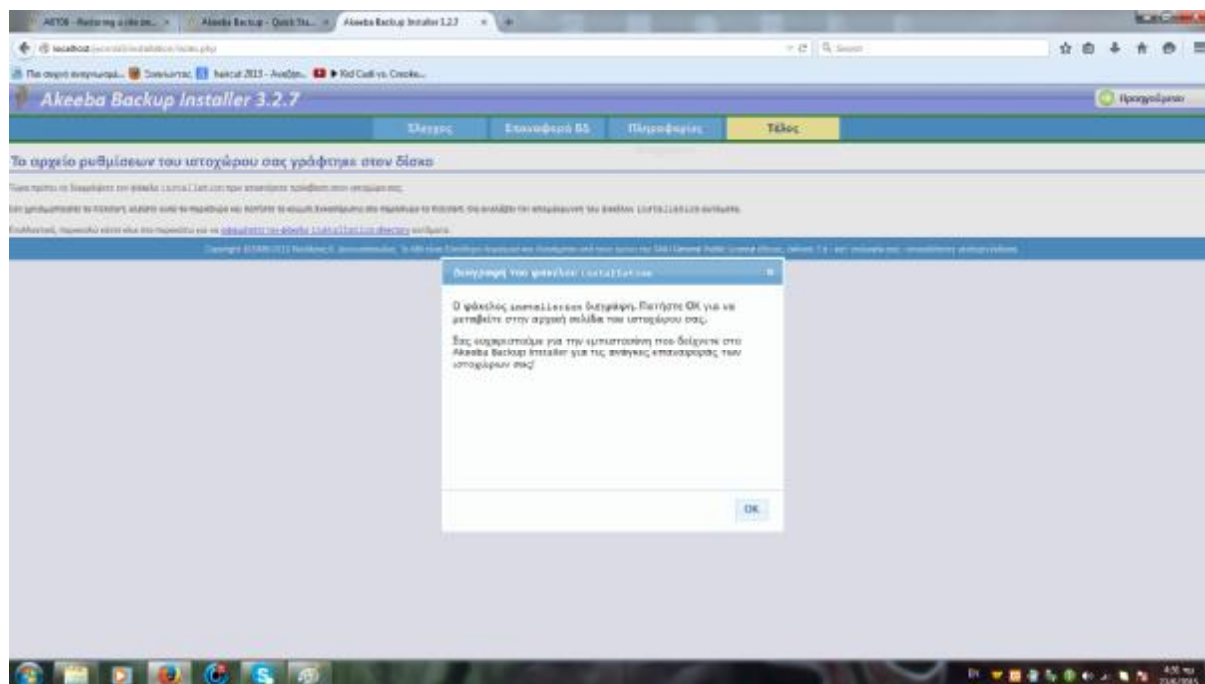
Στην καρτέλα: Πληροφορίες, εμφανίζονται κάποια στοιχεία που είχαμε ορίσει για τον ιστόχωρο τα οποία αν θέλουμε να το τροποποιήσουμε υπάρχει η δυνατότητα και αργότερα αφού εισέλθουμε στην διαχείριση της ιστοσελίδας. Πατάμε επόμενο.



Εικόνα 96

Στην τελευταία καρτέλα μας για να ολοκληρωθεί η διαδικασία της εγγραφής των αρχείων στον δίσκο, εμφανίζεται ένα μήνυμα που λέει ότι πρέπει να διαγραφεί ο φάκελος installation. Είναι ο ίδιος φάκελος που είχαμε διαγράψει και στην εγκατάσταση του Joomla όπου είναι υποχρεωτική η διαγραφή του. Βρίσκεται πλέον στο μονοπάτι: Local Disc (C:) / xampp / htdocs / Joomla5 / installation. Πατάμε OK για την διαγραφή του και ολοκληρώνεται η διαδικασία της εγγραφής των αρχείων του αντιγράφου ασφαλείας στον δίσκο του νέου υπολογιστή. Και περνάμε αυτόματα στην διαχείριση της ιστοσελίδας.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 97

Αφού μας βγάλει αυτόματα την σύνδεση του διαχειριστή, εισάγουμε το password και το username και μεταβιβάζομαστε στην διαχείριση του Joomla της Ιστοσελίδας που είχαμε φτιάξει στον προηγούμενο υπολογιστή χωρίς να υπάρχει καμία απολύτως αλλαγή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο «ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΑΠΟ ΤΟ LOCAL HOST ΣΕ WEB SERVER»

7.1. Δημιουργία Λογαριασμού σε Web Server

Στο κεφάλαιο αυτό θα μελετήσουμε την διαδικασία για την μεταφορά της ιστοσελίδας μας σε έναν web server. Υπάρχει δυνατότητα η ανέβασμα της ιστοσελίδας σε δοκιμαστικό (free) web server όπως και ενοικίαση web server επί πληρωμή. Η διαδικασία είναι η ίδια και στις δύο περιπτώσεις. Την δικιά μας ιστοσελίδα θα την φιλοξενήσει ένας (free) web server. Ο ιστότοπος που φιλοξενεί τον server αυτόν είναι: www.000webhost.com που προσφέρει δωρεάν υπηρεσίες. Μόλις εισέλθουμε στον ιστότοπο www.000webhost.com θα πάμε εκεί που λέει **sing up** για να δημιουργήσουμε έναν λογαριασμό.

Εμφανίζεται η παρακάτω πλατφόρμα για την εισαγωγή στοιχείων.

Επειδή ενδιαφερόμαστε για τις δωρεάν υπηρεσίες συμπληρώνουμε το 2^ο κουτάκι με κάποιο όνομα που επιθυμούμε να φαίνεται ο σύνδεσμος της ιστοσελίδας μας. βάζουμε: ptuxiakh
Οπότε η διεύθυνση της ιστοσελίδας μας θα είναι: www.ptuxiakh.hostei.com

Μετά συμπληρώνουμε τα υπόλοιπα πεδία.

Your name: βάζουμε ένα όνομα

Your email: τοποθετούμε αληθινό email , επειδή θα μας στείλει παρακάτω έναν σύνδεσμο που θα πρέπει να τον επιβεβαιώσουμε ώστε να γίνει η έγκριση μας στον λογαριασμό.

Password: βάζουμε κωδικό

Πληκτρολογούμε τους χαρακτήρες που περιέχει το κουτάκι με την εικόνα στο παρακάτω πλαίσιο.

Επιλέγουμε με τικ «I agree to terms of service»

Και μετά πατάμε «Create My Account»

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Order Free Web Hosting

I want to host my own domain (domain must be registered already)
www

or, I will choose your free subdomains (recommended)
www .hostlat.com


Your name

Your email (account details will be sent there)

Password (at least 6 symbols, both letters and numbers)

Type password again
***** - Password is too simple. It must be at least 6 characters in length and must contain both numbers and letters.

Like our Facebook Page (Thank!)

Type 2 words that you see in the image:
 

I agree to [Terms Of Service](#)

Find us on Facebook
Free Hosting

436,340 people like Free Hosting.

- Home
- View All Features
- Free Domain Hosting
- Free PHP Hosting
- Free Hosting with MySQL
- Free cPanel Hosting
- Website Builder
- Fantastico Autoinstaller
- Frequent Questions
- Web Hosting Reviews
- Website Templates
- Affiliate Program
- Billing Software
- Visit our Forum
- Contact / Report Abuse
- Members Area

Εικόνα 98

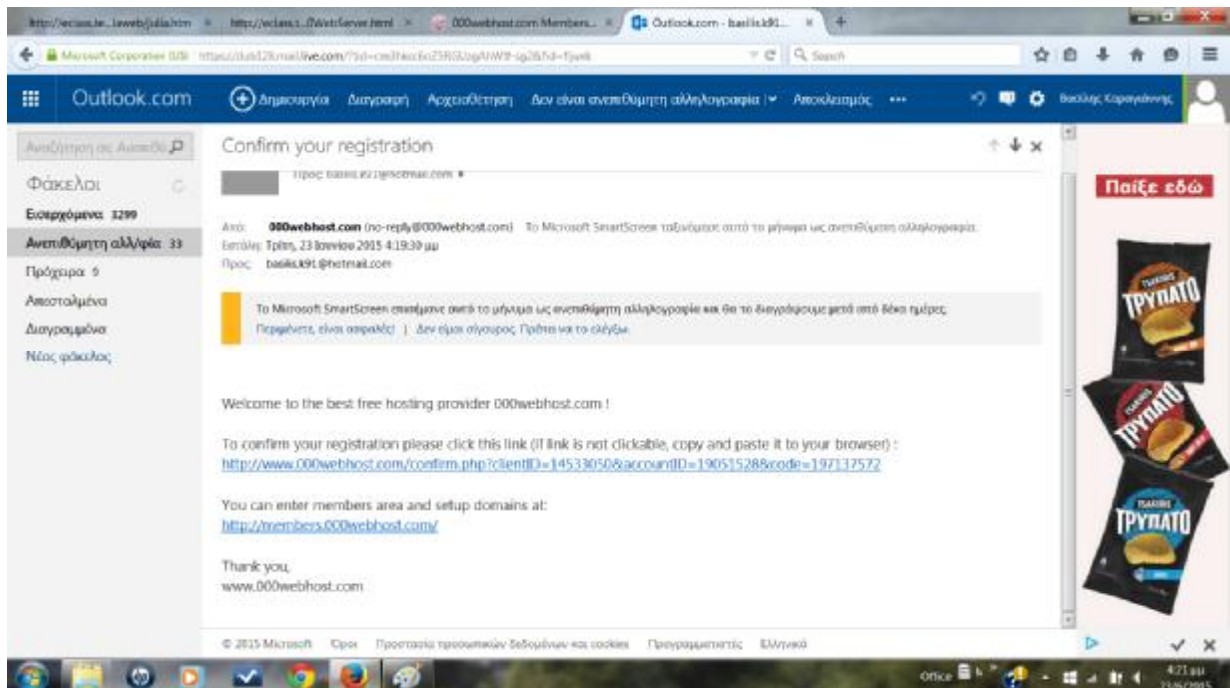
Ύστερα μας εμφανίζει το ειδοποιητήριο ότι στάλθηκε ο σύνδεσμος επιβεβαίωσης στο email μας. Και ότι απαιτείται η επιβεβαίωση για την ενεργοποίηση του λογαριασμού.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 99

Συνδεόμαστε στο email μας και επιβεβαιώνουμε τον σύνδεσμο για να ενεργοποιήσει τον λογαριασμό στο www.000webhost.com



Εικόνα 100

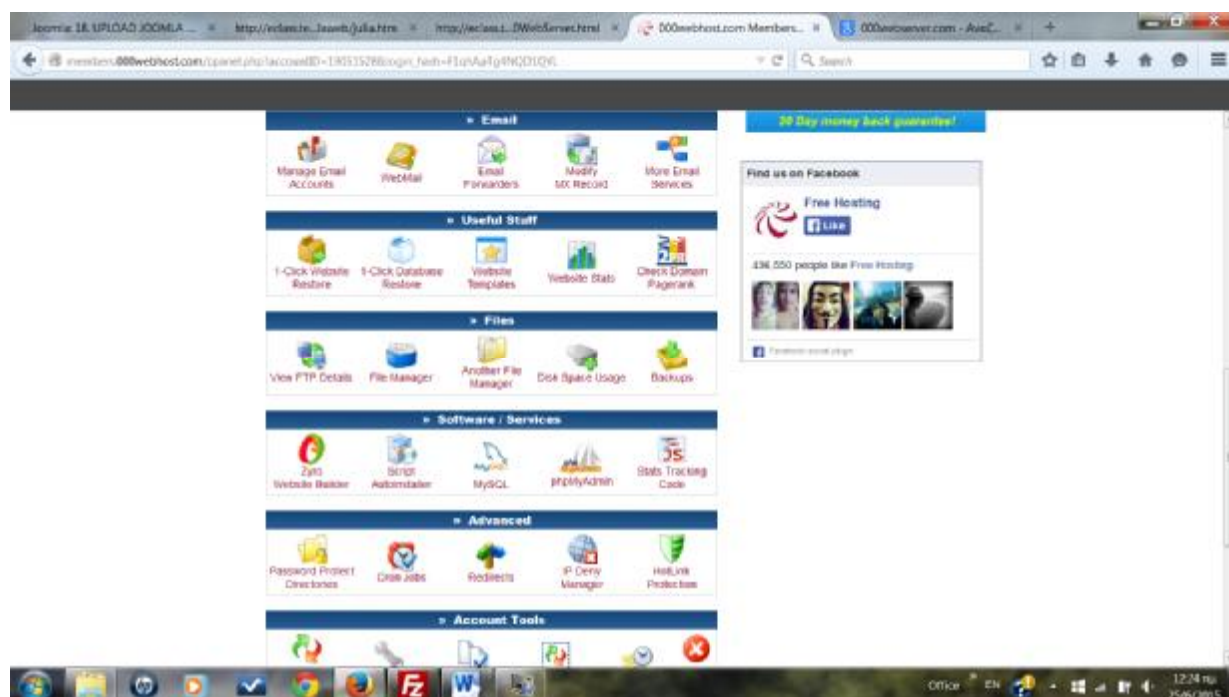
Έπειτα γυρνάμε στην πίσω στη ιστοσελίδα webhost.com και παρατηρούμε ότι ο λογαριασμός μας ενεργοποιήθηκε λέγοντας σε ένα κουτάκι status: Active και πάνω δεξιά της σελίδας, LOGOUT που σημαίνει ότι ήμαστε συνδεδεμένοι. Επιλέγοντας το go to CPANEL μας παραπέμπει σε στις πληροφορίες του λογαριασμού μας καθώς και σε διάφορες επιλογές.



Εικόνα 101

Στις επιλογές που μας εμφανίζει αν πατήσουμε στο files > View FTP details

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 102

Και μας εμφανίζει τα στοιχεία που θα χρησιμοποιήσω όταν πρόκειται να μεταφερθούν τα αρχεία της ιστοσελίδας στον server. Αυτό θα γίνει σε με πρόγραμμα FTP που θα μελετήσουμε στην παρακάτω ενότητα.

Πατάμε Change account password και βάζουμε νέο κωδικό όπου θα χρησιμοποιείται για να συνδέει με το πρόγραμμα FTP.

Νέος κωδικός: admin12345

Φυσικά ο προηγούμενος κωδικός είναι σε ισχύ απλά τον χρησιμοποιούμε για την σύνδεση στο 000webhost.com



Εικόνα 103

7.2. Εφαρμογή πρωτοκόλλου μεταφοράς αρχείων FTP

Το **File Transfer Protocol (FTP)**, (ελληνικά: *Πρωτόκολλο Μεταφοράς Αρχείων*) είναι ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο [πρωτόκολλο](#) σε δίκτυα τα οποία υποστηρίζουν το πρωτόκολλο [TCP/IP](#) (δίκτυα όπως internet ή intranet). Ο υπολογιστής που τρέχει εφαρμογή FTP client μόλις συνδεθεί με τον server μπορεί να εκτελέσει ένα πλήθος διεργασιών όπως ανέβασμα αρχείων στον server, κατέβασμα αρχείων από τον server, μετονομασία ή διαγραφή αρχείων από τον server κ.ο.κ. Το πρωτόκολλο είναι ένα ανοιχτό πρότυπο. Είναι δυνατό κάθε υπολογιστής που είναι συνδεδεμένος σε ένα δίκτυο, να διαχειρίζεται αρχεία σε ένα άλλο υπολογιστή του δικτύου, ακόμη και εάν ο δεύτερος διαθέτει διαφορετικό [λειτουργικό σύστημα](#).

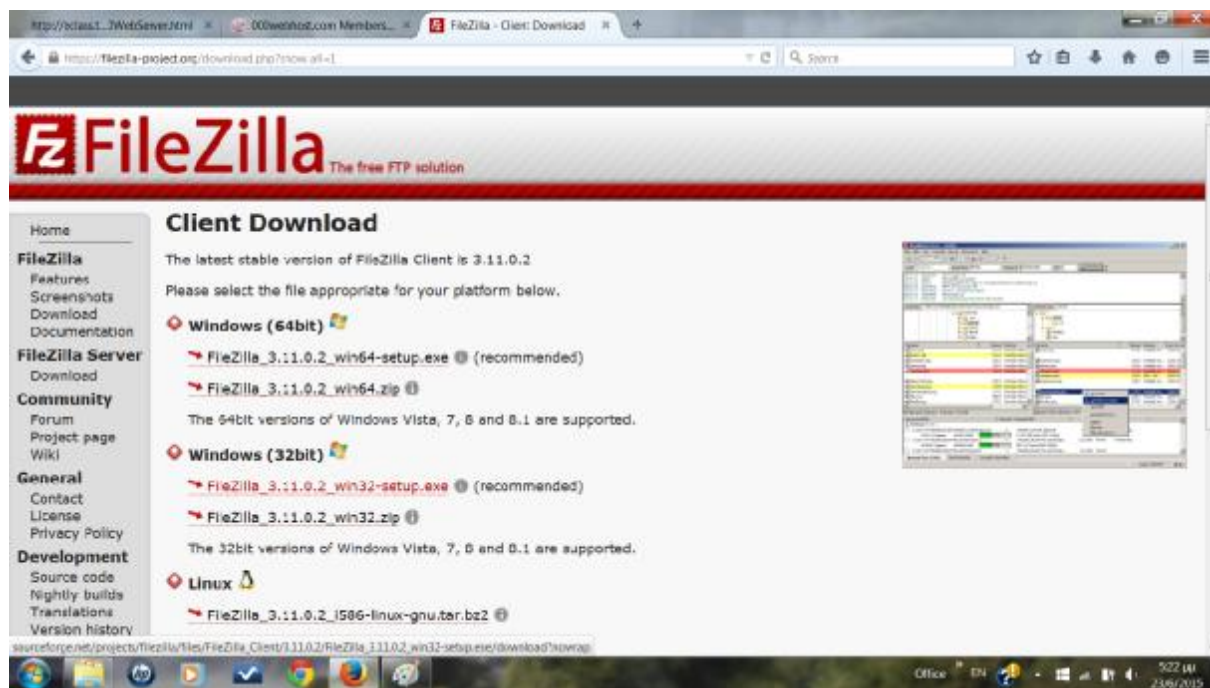
7.3. Λήψη & Εγκατάσταση προγράμματος FTP (Filezilla)

Στην πτυχιακή μας θα χρησιμοποιήσουμε το πρόγραμμα Filezilla όπου είναι ένα από τα πιο γνωστά προγράμματα FTP. Για να το εγκαταστήσουμε θα το βρούμε στην ιστοσελίδα <http://filezilla-project.org> και θα κατεβάζουμε το Filezilla client.



Εικόνα 104

Στην συνέχεια επιλέγουμε την έκδοση **FileZilla_3.11.0.2_win32-setup** για τα windows και πατάμε αποθήκευση αρχείου.



Εικόνα 105

Βρίσκουμε το αρχείο **FileZilla_3.11.0.2_win32-setup** εκεί που αποθηκεύτηκε στον υπολογιστή μας και το ανοίγουμε για να γίνει η απλή εγκατάσταση.

Πατάμε: Run

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 106

Πατάμε: I Agree



Εικόνα 107

Πατάμε: Next

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 108

Πατάμε: Next



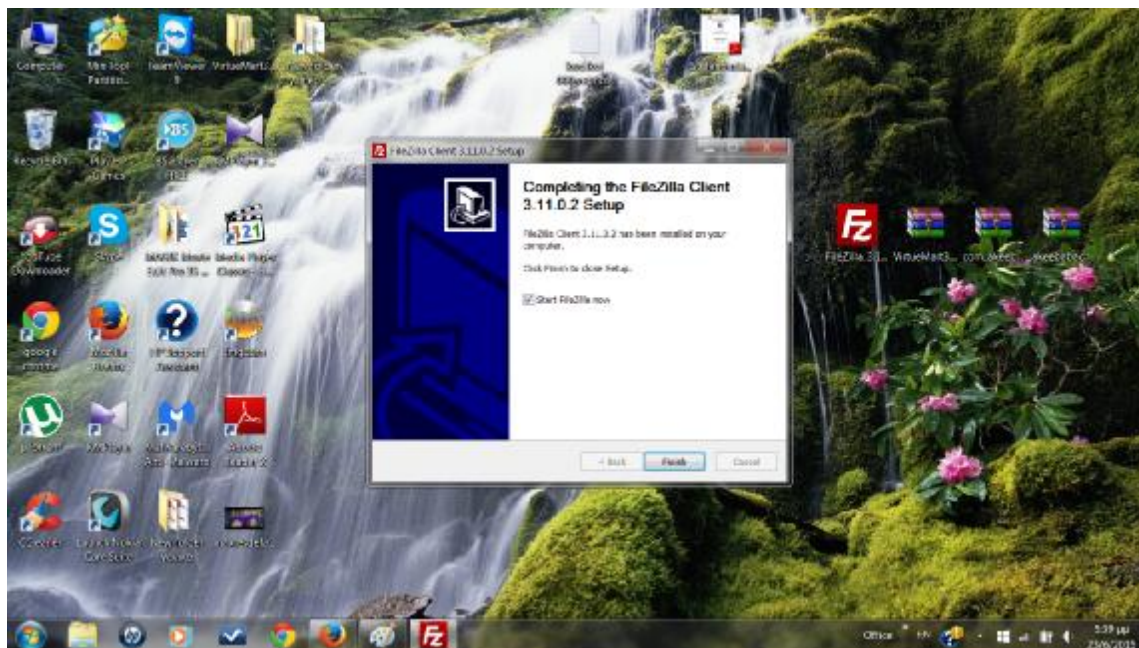
Εικόνα 109

Πατάμε: Install



Εικόνα 110

Εφόσον είναι επιλεγμένο το Start Filezilla now, πατάω: Finish, και ανοίγει αυτόματα το πρόγραμμα.



Εικόνα 111

7.4. Μεταφορά αρχείων στον Web Server μέσω FTP (Filezilla)

Εδώ θα διερευνήσουμε την μεταφορά των αρχείων της ιστοσελίδας μας στον web server του 000webhost μέσω του Filezilla. Ανοίγοντας το πρόγραμμα Filezilla στην πρώτη σειρά θα εισάγουμε τα στοιχεία που είχαμε φτιάξει στον λογαριασμό του **000webhost**. Οπότε παράλληλα με το Filezilla ήμαστε συνδεδεμένοι και στο 000webhost και πηγαίνουμε στο **account information** για να δούμε τα στοιχεία που μας ζητάει το Filezilla.

Επομένως συμπληρώνουμε τα κελία της πρώτης γραμμής.

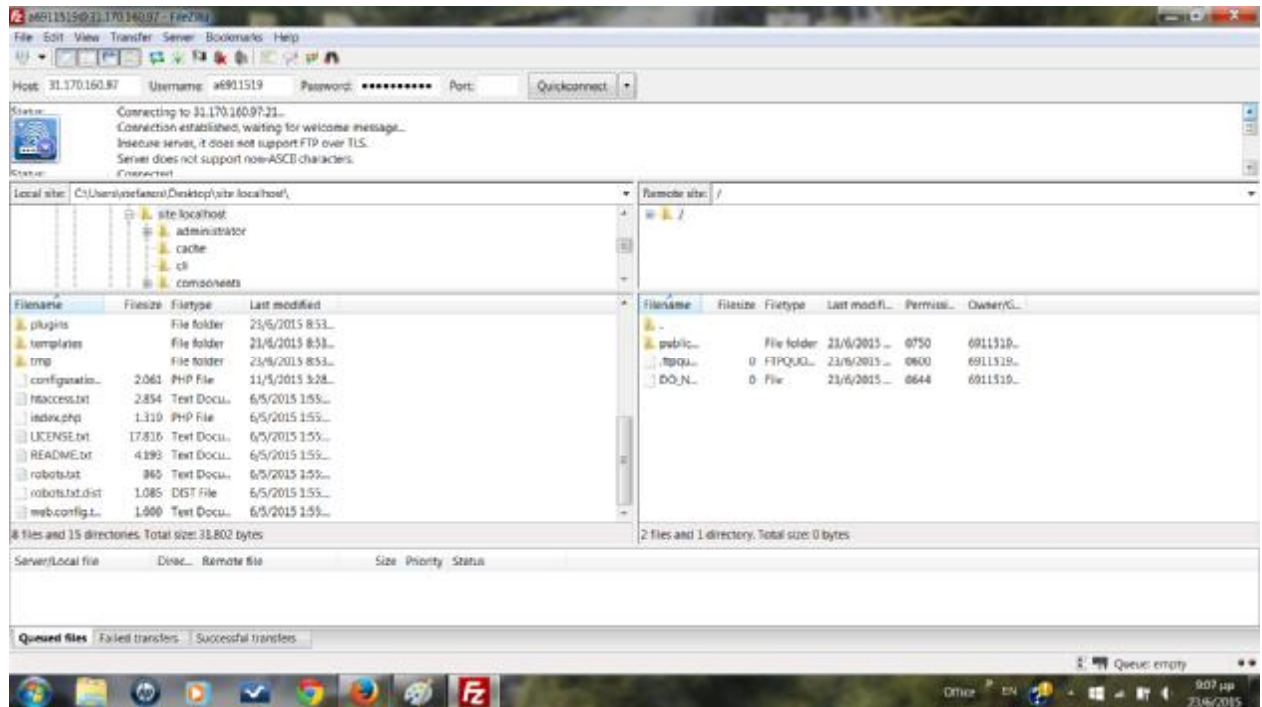
Στο κελί Host: 31.170.160.97 όπου είναι η IP Address

Στο κελί Username: a6911519

Στο κελί Password: admin12345, ο νέος κωδικός που είχαμε φτιάξει για το FTP.

Και πατάμε: Quickconnect για να μας συνδέσει.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



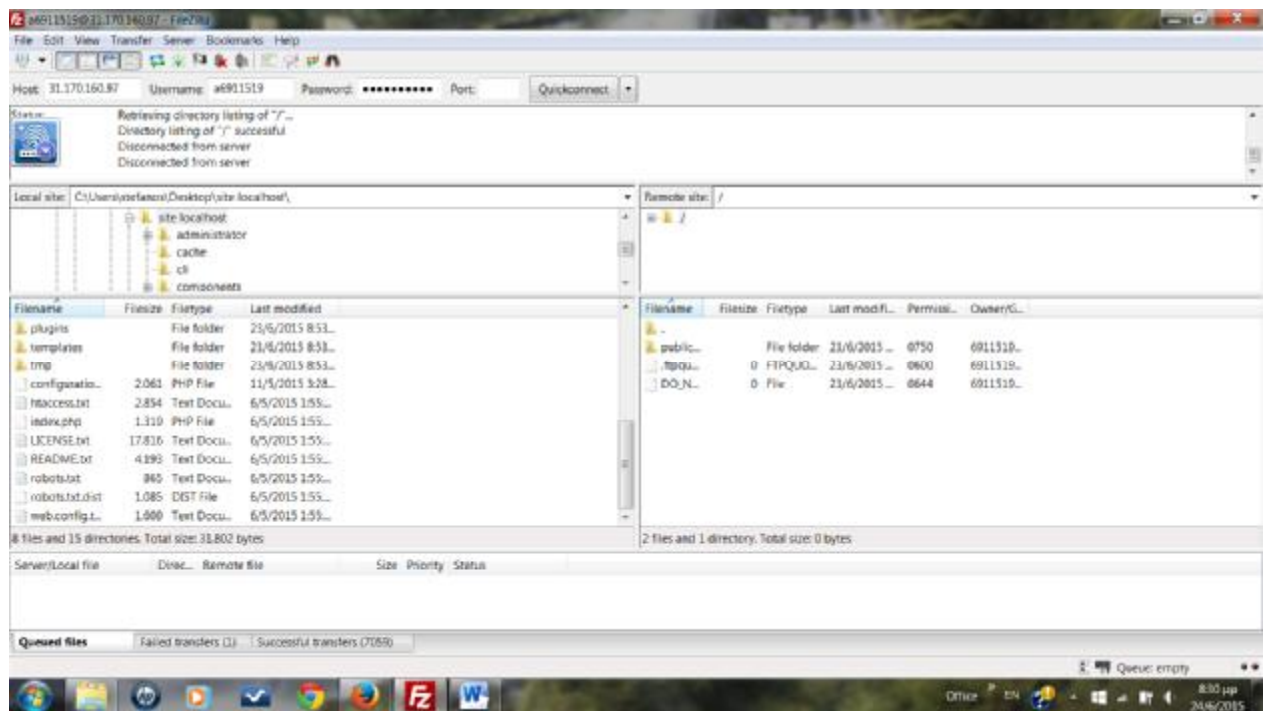
Εικόνα 112

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Στο από κάτω πλαίσιο Local site, θα επιλέξουμε τον φάκελο που έχει τα αρχεία της ιστοσελίδας που θα μεταφέρουμε στον web server. Δηλαδή το γνωστό μονοπάτι: Local Disc (C:) / xampp / httdocs / joomla. Άλλος ένας τρόπος όπου και θα χρησιμοποιήσουμε, είναι μέσω του αρχείου Akeeba Backup **site-localhost-20150623-010409** της ιστοσελίδας μας, όπου πρώτα το κάνουμε αποσυμπίεση σε έναν άδειο φάκελο όπου τον ονόμασα site localhost.

Στο διπλανό πλαίσιο Remote site, ελέγχουμε να είναι επιλεγμένος ο φάκελος public.

Πατάμε δεξιά κλικ στον φάκελο site localhost, επιλέγουμε αποστολή και περιμένουμε να μεταφερθούν όλα τα αρχεία στον web server. Συνήθως λόγω του μεγέθους της ιστοσελίδας ο χρόνος της διαδικασίας θα πάρει από μία ως λίγες ώρες.



Εικόνα 113

Τέρμα κάτω της εικόνας 113 βλέπουμε ότι ολοκληρώθηκε η μεταφορά των αρχείων.

7.5. Μεταφορά της βάσης δεδομένων στον Web Server

Για να λειτουργήσει η ιστοσελίδα στον web server είναι απαραίτητο να μεταφερθεί και η βάση δεδομένων. Για να γίνει αυτό χρειάζεται να μπούμε στην διαχείριση του PhpMyAdmin. Το κατεβάζουμε από τον ιστότοπο www.phpmyadmin.net Και πατάμε Αποθήκευση αρχείου.



Εικόνα 114

Υστερα βρίσκουμε το αρχείο **phpMyAdmin-4.4.10-all-languages** στον υπολογιστή και το κάνουμε εγκατάσταση. Επειδή όμως είναι σε μορφή Zip πρέπει να το κάνουμε αποσυμπίεση στα αρχεία στον Web Server ή αλλιώς το αποσυμπιέζουμε στα αρχεία του τοπικού server μας. Δηλαδή κάπου μέσα στον φάκελοxampp. Και μετά στον φάκελο που έχει τα αρχεία της βάσης δεδομένων που είχαμε δημιουργήσει στην αρχή.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

Αφού κάνουμε εγκατάσταση το πρόγραμμα και το ανοίξουμε θα βρούμε στα αριστερά μια στήλη που έχει την βάση δεδομένων που είχαμε δημιουργήσει στην αρχή της εγκατάστασης του ιστοτόπου. «dbjoomla» Την επιλέγουμε και πατάμε εξαγωγή.

Εξαγωγή πινάκων από την βάση δεδομένων «dbjoomla»

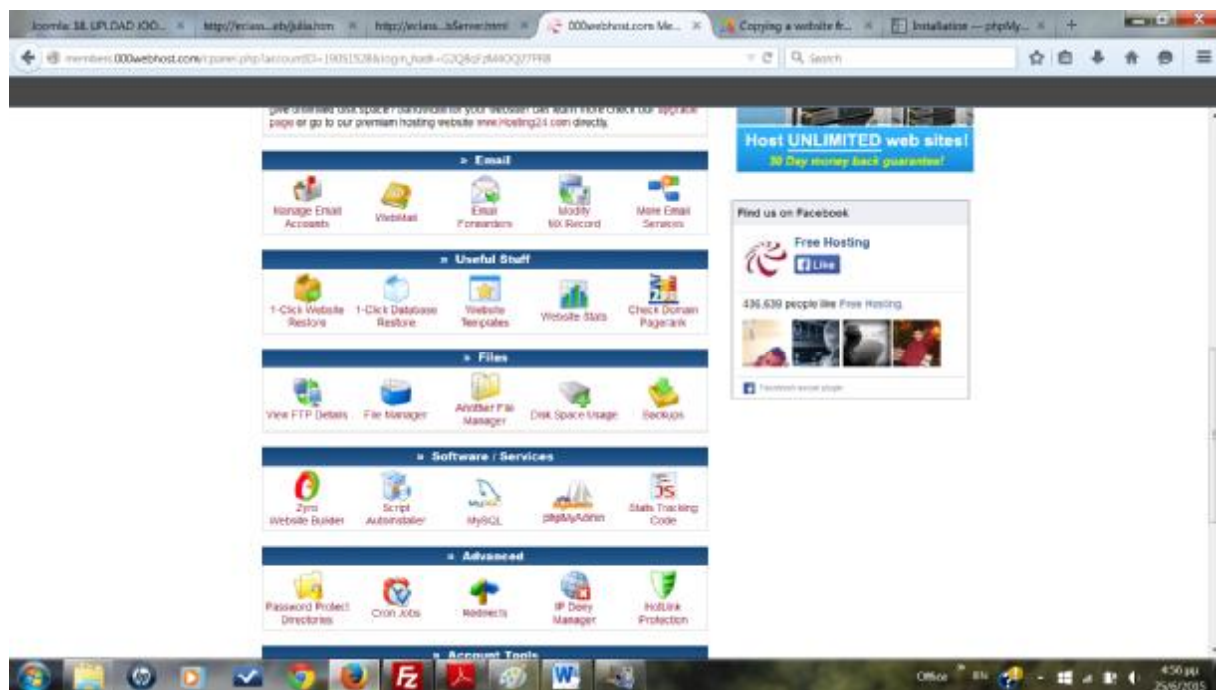
Στην μορφοποίηση επιλέγουμε ο κώδικας να είναι SQL και πατάμε εκτέλεση.

Οπότε τώρα αποθηκεύτηκε η βάση δεδομένων σε ένα αρχείο που ονομάζεται dbjoomla.sql.

Πλέον μπορούμε αυτό το αρχείο να το μεταφέρουμε στο web server.

Επιστρέφουμε στο 000webhost για να προσθέσουμε την βάση δεδομένων.

Πηγαίνω στις επιλογές του software / services > MySQL



Εικόνα 115

Και συμπληρώνουμε

MySQL database name: dbjoomla

MySQL user name: dbjoomla

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

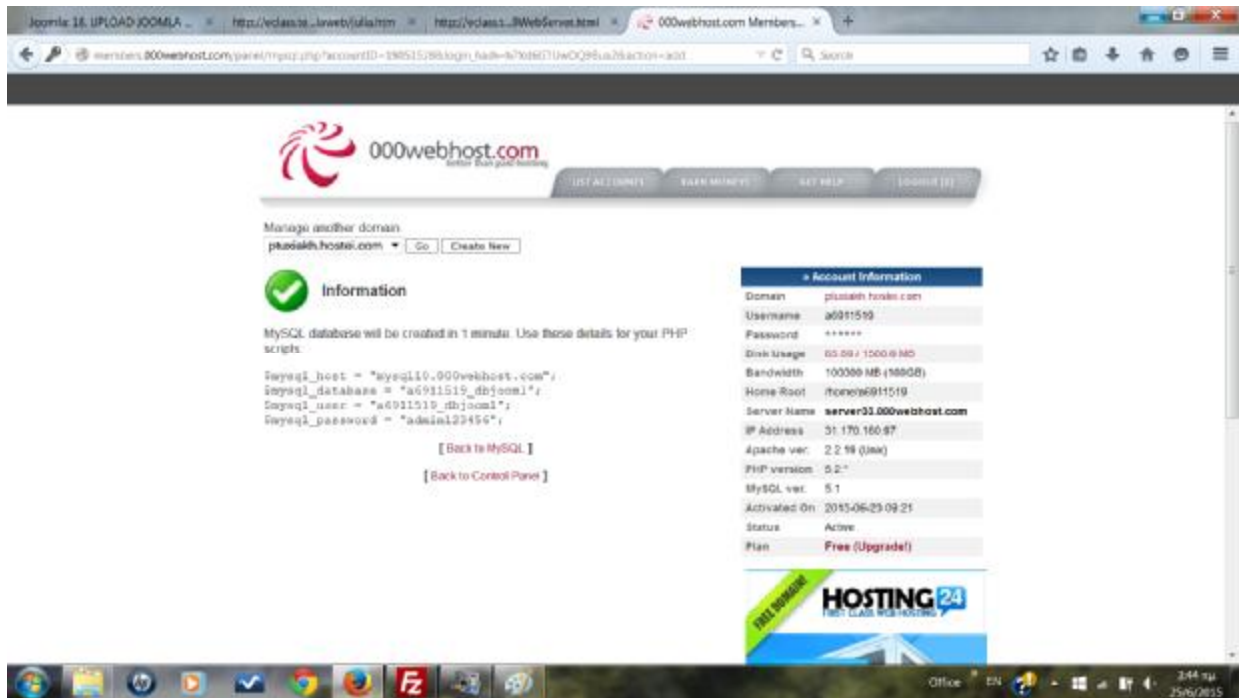
Enter password



Εικόνα 116

Μόλις πατήσουμε create database, Βλέπουμε τις πληροφορίες για την βάση δεδομένων.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 117

Πηγαίνω στις επιλογές του software / services και επιλέγω: phpMyAdmin
Μετά επιλέγω στο κουτάκι που έχει το «Enter phpMyAdmin»

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 118

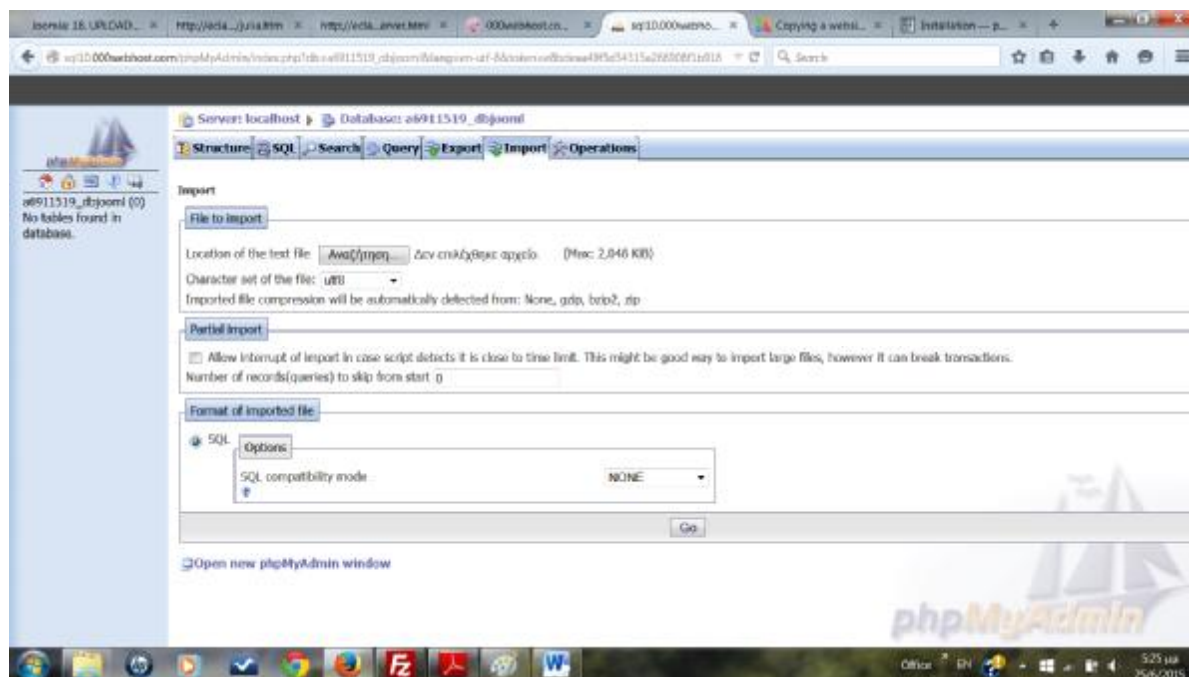
Και για να εισάγουμε την βάση δεδομένων που είχαμε εξάγει προηγούμενος επιλέγουμε από την στήλη το «Import»

Στην αναζήτηση επιλέγουμε το αρχείο dbjoomla.sql που είχαμε εξάγει από την βάση δεδομένων και για να το εισάγουμε εδώ στον Web Server.

Ξεκλικάρουμε το Partial import και πατάμε GO

Έτσι γίνεται η μεταφορά της βάσης δεδομένων στον Web Server και πλέον είναι έτοιμη να λειτουργήσει η ιστοσελίδα του καταστήματος μας στο διαδίκτυο.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



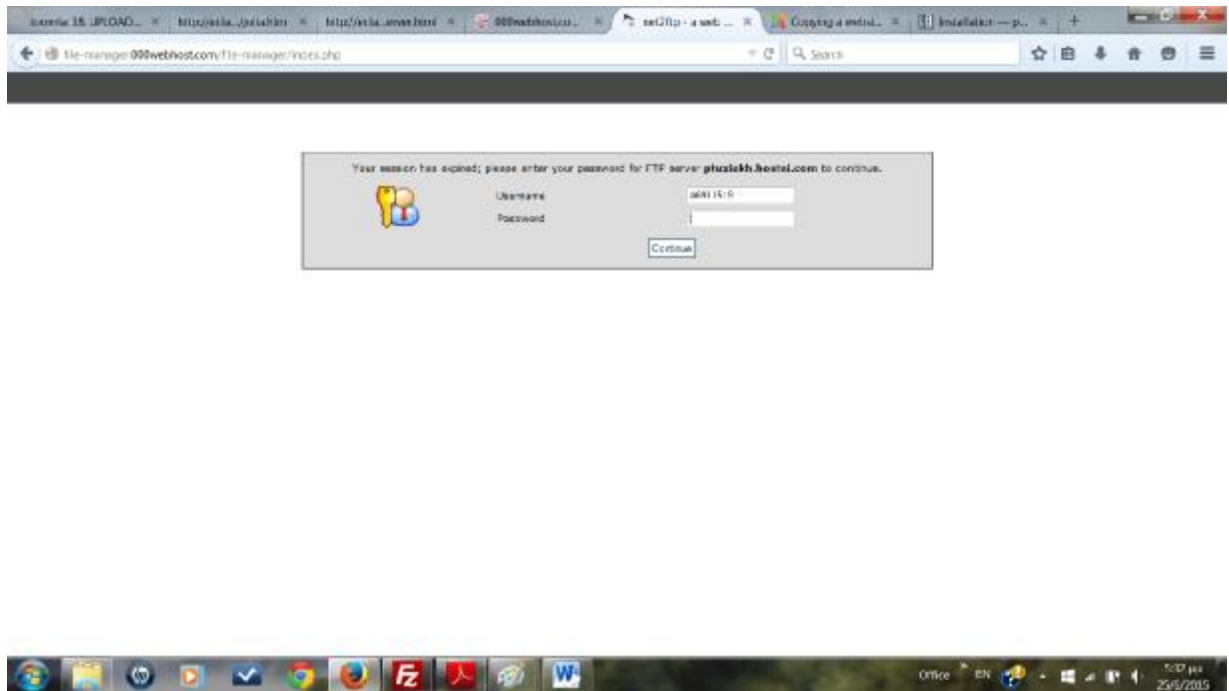
Εικόνα 119

Μετά άμα πάμε στο Cpanel του 000webhost μπορούμε να τροποποιήσουμε τις ρυθμίσεις που συνδέουν το Joomla! με την βάση δεδομένων που βρίσκεται στον υπολογιστή μας και όχι στον Online Server.

Επιλέγουμε από τις επιλογές του files το file manager

Και κάνουμε την σύνδεση.

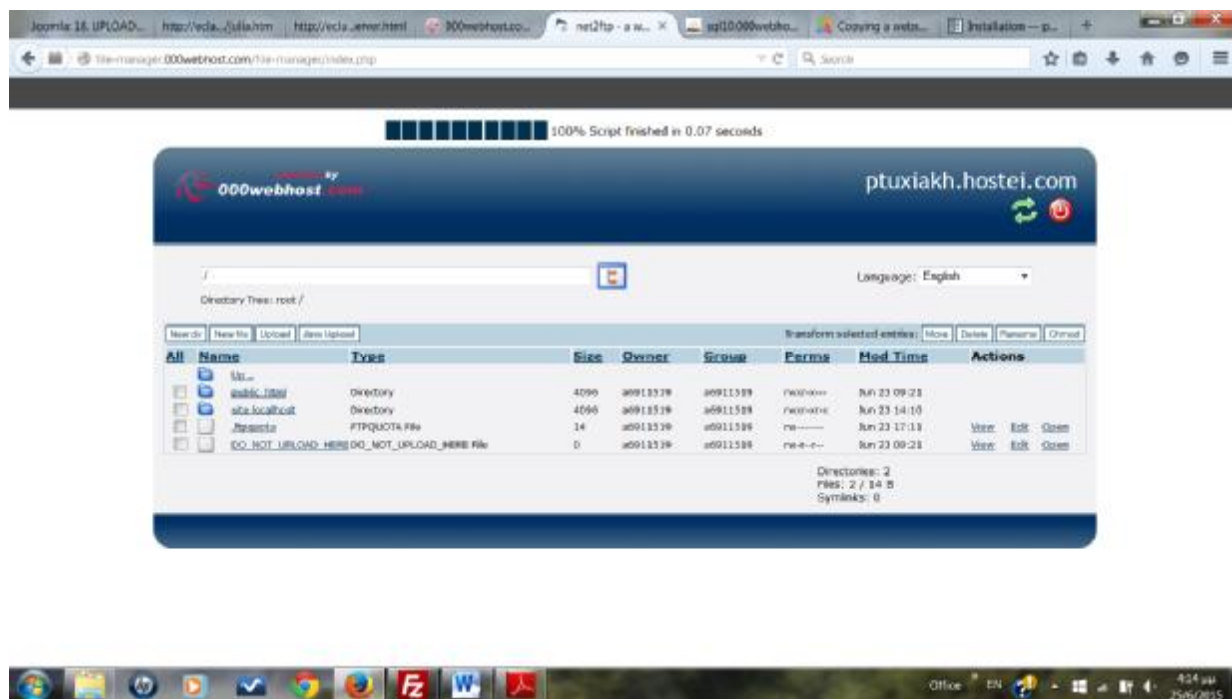
Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 120

Και βλέπουμε τα παρακάτω στοιχεία. Πατάμε στο «edit» και αλλάζουμε κάποια σημεία στον κώδικα με τις γνωστές πληροφορίες που έχουμε της βάσης δεδομένων που δημιουργήσαμε στο webhost.

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής



Εικόνα 121

Πατάμε αποθήκευση και ήμαστε έτοιμοι να εισέλθουμε στην ιστοσελίδα που μεταφέραμε στον web server του 000webhost με διεύθυνση: www.ptuxiakh.hostei.com

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η επισκόπηση των συγγραμμάτων και των βιβλιογραφικών αναφορών που χρησιμοποιήθηκαν για την εκπόνηση της παρούσας εργασίας μας βοήθησαν αρκετά, όχι μόνο, στο να παραθέσουμε τα στοιχεία που συνθέτουν το αντικείμενο που ερευνήθηκε, αλλά επιπλέον μας δόθηκε η δυνατότητα να αναπτύξουμε περαιτέρω πτυχές σχετικά με το θέμα τις οποίες θα παραθέσουμε στις παραγράφους που ακολουθούν.

Η σημερινή πραγματικότητα που σχετίζεται με την τεχνολογία της πληροφορίας και την διαχείριση των ηλεκτρονικών συστημάτων από το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο και όχι αποκλειστικά από άτομα με ειδικές γνώσεις αποτελεί γεγονός και όχι απλά μια μελλοντική ιδέα.

Στον τομέα αυτό λοιπόν οι ραγδαίες εξελίξεις που πραγματοποιήθηκαν στην διάρκεια των χρόνων ήταν όχι απλά σημαντικές αλλά συντέλεσαν στην αλλαγή της ζωής όλων μας. Η εφαρμογή και κατ' επέκταση η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι πλέον κομμάτι της ζωής όλων μας και συνεχώς κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος στην καθημερινές μας δραστηριότητες.

Έχοντας λοιπόν ολοκληρώσει την παράθεση των στοιχείων που περιγράφουν και αναλύουν το αντικείμενο που αναπτύξαμε, θεωρούμε πως στο σημείο αυτό θα μπορούσαμε να παραθέσουμε μια συμπερασματική ενότητα σχετικά με όσα αναφέραμε στις ενότητες που προηγήθηκαν.

Αναμφισβήτητα το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι νέες τεχνολογίες σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, έχουν διευκολύνει τις δραστηριότητες του καθένα, ανεξαρτήτου ηλικίας – επαγγέλματος και πεδίου εφαρμογής. Οι καθημερινές μας ασχολίες έχουν απλοποιηθεί σε τέτοιο βαθμό που πλέον ο χρήστης κάποιας εφαρμογής δεν χρειάζεται να μετακινηθεί από τον χώρο του, να ξοδέψει άσκοπα χρόνο αλλά και χρήματα. Πρακτικά λοιπόν η λειτουργίες που προσφέρονται στα πλαίσια αυτά είναι κάθε άλλο παρά χρήσιμες και ευέλικτες. Υποθέτοντας λοιπόν πως ένας ηλεκτρονικός χώρος συναλλαγών δραστηριοποιείται στα απαραίτητα πλαίσια ασφαλείας και παρέχει τις υπηρεσίες του στους χρήστες του, μπορούμε άνετα να αποφανθούμε στο συμπέρασμα πως η επίδραση στο κοινωνικό σύνολο είναι θετική.

Οι ιστοσελίδες που αναπτύσσονται με σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) είναι η πλέον διαδεδομένη επιλογή για μικρές ή μεγάλες επιχειρήσεις γιατί επιτρέπει την γρήγορη και απλή επεξεργασία του περιεχομένου της ιστοσελίδας όπως επεξεργασία κατηγοριών και κειμένων, προσθαφαίρεση φωτογραφιών, διαχείριση πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο κ.α.

Ένα σύστημα CMS είναι επίσης εξαιρετικά γρήγορο σε εμφάνιση και απόδοση και μπορεί να παραμετροποιηθεί και να προσαρμοστεί πλήρως στις ανάγκες της επιχείρησης.

Δημιουργώντας το συγκεκριμένο ιστότοπο, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) μας δίνουν πλέον απεριόριστες δυνατότητες. Μπορεί πλέον πολύ απλά ο καθένας και μέσα σε ένα πολύ φιλικό περιβάλλον να δημιουργήσει τον δικό του ιστότοπο. Οι δυνατότητες περιορίζονται μόνο απ' την δημιουργικότητά μας! Με την χρήση Joomla και των συνοδευτικών προγραμμάτων που δουλέψαμε μπορεί ένας χρήστης ακόμη να εξελίξει τον ιστότοπο του σε επαγγελματικό επίπεδο. Δεν είναι τυχαίο που πολύ μεγάλες ιστοσελίδες και γνωστές παγκοσμίως αναπτύχθηκαν με το Joomla.

Πιστεύουμε, η σωστότερη επιλογή για την δημιουργία του ηλεκτρονικού μας καταστήματος αθλητικών προϊόντων διατροφής (e-shop) ήταν το Joomla! Με τα απεριόριστα modules και plugins έκανε έδωσε πολύ ωραία εικόνα στον ιστότοπο μας. Το σημαντικότερό μας όμως «εργαλείο» υπήρξε το virtuemart που μας βοήθησε να οργανώσουμε το ηλεκτρονικό μας κατάστημα εύκολα και γρήγορα δίνοντας μας πολλές εναλλακτικές επιλογές σε οτιδήποτε θελήσαμε να δημιουργήσουμε. Επίσης με τις συνεχείς ανανεώσεις των εκδόσεων του, λύνονται όποια τυχόν προβλήματα είχαν οι προηγούμενες, πράγμα που βοηθάει πολύ τον χρήστη – διαχειριστή.

Επιπλέον πήραμε μια πολύ καλή εικόνα στα θέματα ασφαλείας των ιστοσελίδων καθώς και τους τρόπους μεταφοράς τους από local host όπου δουλέψαμε στους web server του διαδικτύου. Συμπερασματικά με την εργασία αυτή παρήγαμε μια πλήρη πληροφόρηση για την δημιουργία ιστοσελίδων τύπου e-shop, σε ευρύτερο φάσμα ανθρώπων και όχι μόνο σε αυτούς του αντικείμενου της πληροφορικής. Αποδείξαμε ότι αυτό που φαινόταν στα μάτια του κόσμου τόσο αδύνατο έγινε αρκετά απλό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ανδρονόπουλος Μ, (2000), e-business: Το Νέο Επιχειρηματικό Μοντέλο, Επιλογή, Απρίλιος.
- Βαγγελάτος (2001), Ηλεκτρονικό επιχειρείν, προγραμματισμός και σχεδίαση, Αθήνα : Ε.Μπένου
- Βλαχοπούλου Μ., E- Marketing: Διαδυκτιακό Μάρκετινγκ, Κλειδάριθμος, 2003.
- Δουκίδης Γ., Μ. Θεμιστοκλέους, Β. Δράκος, Ν. Παπαζαφειροπούλου, (1998) «Ηλεκτρονικό Εμπόριο», Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.
- Δουκίδης Γ., Α. Πουλυμενάκου, Ν. Γεωργόπουλος, Θ. Μότσιοι, (2001) , «Το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν στις μεγάλες Ελληνικές επιχειρήσεις: Θέματα & Προοπτικές».
- Νικόλαος Β. Γεωργόπουλος, Μαλαματένια - Άλμα Α. Πανταζή, Χαράλαμπος Θ.
- Νικολαράκος , κ.ά, «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν», Μπένου 2004.
- Α.Πομπόρτσας, Α.Τσούλφας (2002) Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο εκδόσεις Τζιόλα
- Α.Πασχόπουλος, Π.Σκαλτσάς (2001), Ηλεκτρονικό εμπόριο 2η έκδοση εκδ. Κλειδάριθμος
- Chaudhury, Abijit Jean-Pierre Kuilboer. ηλεκτρονικό εμπόριο και υποδομή ηλεκτρονικού εμπορίου. McGraw-Hill. 2002
- Dorothy E. Denning, «Πληροφοριακός Πόλεμος & Ασφάλεια πληροφοριών των Επιχειρήσεων», Ιών, 2001
- E-Commerce: Impacts and Policy Challenges (2000), Economics Department, Working Paper no.252, OECD.
- Kalakota R. and Robinson M (2000), e-Business: Roadmap for Success, Addison Wesley, Boston.
- Μαρκατσέλας,Μ. , Ξαρχάκος, Κ. (2012) , Μαθαίνετε εύκολα Joomla 2.5 , Αθήνα , Εκδόσεις Ξαρχάκος.

Turban E, Lee J, King D, Chung M, Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Prentice, Hall, 2000.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

<http://www.web-experts.gr/faq.php?id=8>

<http://e-emporio.blogspot.gr/p/blog-page.html>

http://www.provoli.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=46%3Awhat-is-cms&catid=29%3Ajoomla-projects&lang=el

http://www.ct.aegean.gr/people/vkavakli/information_systems/slides/CMS_1.pdf

http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%8D%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1_%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7%CF%82_%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%87%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%BF%CF%85

<http://www.ibm.com/us/en/>

http://www.jalios.com/jcms/jc_5056/home

<http://www.powerfront.com.au/content-management-system-cms-overview/w1/i1314476/>

<http://www.slideshare.net/rodotheos/cms-421346>

http://www.ip.gr/General/%CE%A4%CE%B9_%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9_%CF%84%CE%B1_CMS-64.html

<http://xoops.gr/modules/publisher/item.php?itemid=2>

<http://www.joomla.org/about-joomla/the-project.html>

<http://el.wikipedia.org/wiki/MySQL>

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

<http://www.mysql.com/>

<https://www.apachefriends.org/index.html>

<http://httpd.apache.org/>

<http://virtuemart.net/>

<http://extensions.joomla.org/extensions/e-commerce/shopping-cart/129>

<http://secofexchanges.wordpress.com/%CF%84%CE%B1-%CF%80%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CE%BD%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%84/>

<http://www.eccefpolis.gr/2013/07/%CF%80%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CE%BD%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CE%B5%CE%BD%CF%8C/>

http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system

<http://www.cmsreview.com/>

http://pacific.jour.auth.gr/content_management_systems/

http://www.ascoos.com/s_articles-t_view-id_1.html

<http://www.zefxis.gr/el/genesis/>

<http://www.kepa.gov.cy/Diktiothite/Portal/PortalDocuments.aspx?DocumentId=a5d27b95-5b46-4a56-a535-0c2324141d42>

<http://www.webmasterslife.gr/joomla-cms/55-%CE%A4%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-joomla.html>

<https://www.akeebabackup.com/download.html>

https://el.wikipedia.org/wiki/File_Transfer_Protocol

Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος στο χώρο της αθλητικής διατροφής

http://www.phpmyadmin.net/home_page/index.php

<http://195.251.14.78/e-shop/ARXIKH.HTM>

<http://eclass.teipat.gr/eclass/modules/document/file.php/728103/z/joomlaweb/julia.htm>