

Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ (Σ.Δ.Ο.)

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**«ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ  
ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ»**

Κανελλοπούλου Αρετή

Μήνος Βασίλειος

Επιβλέπων καθηγητής: Παπαδόπουλος Δημήτριος



Πάτρα, 2018

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εργασία με τον τίτλο αυτό επιλέχτηκε συνειδητά από την ομάδα μας, καθώς τα τελευταία χρόνια υπάρχει ραγδαία αύξηση της χρήσης του e-shopping από τις ηλικίες κυρίως 50 ετών και κάτω. Κρίνουμε πως, και λόγω της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα την περασμένη δεκαετία σχεδόν, ο κόσμος ψάχνει συνεχώς για όσο το δυνατόν πιο ανέξοδους τρόπους αναζήτησης προϊόντων για οποιαδήποτε χρήση και σχεδόν όλα τα καταστήματα πλέον έχουν και ηλεκτρονική σελίδα. Επίσης, πολλές φόρμες έχουν δημιουργηθεί που περιλαμβάνουν τα προϊόντα και παραπέμπουν στο κατάστημα με το πιο φθηνό προϊόν.

Αποφασίσαμε, λοιπόν, να δημιουργήσουμε ένα e-shop ανοιχτού κώδικα και να κάνουμε μία έρευνα για τη χρησιμότητα του. Η επαγγελματική μας αποκατάσταση, θα έχει να ασχοληθεί και με αυτόν τον τομέα και θεωρήσαμε πως είναι ένα σύγχρονο θέμα που απασχολεί μεγάλο μέρος του πληθυσμού συνολικά.

Στην εργασία συνεργαστήκαμε κυρίως μέσω skype, ισάξια ασχολήθηκαν και τα δύο μέλη και ευχαριστούμε τον υπεύθυνο καθηγητή κ. Παπαδόπουλο Δημήτριο, για την υπομονή του, καθώς λόγω της απόστασης από το ΤΕΙ του ενός μέλους, δεν ήταν εύκολη η συχνή και διαπροσωπική επαφή μαζί του.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στις παρακάτω σελίδες περιγράφεται ο τρόπος δημιουργίας και η λειτουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, χρησιμοποιώντας την ηλεκτρονική πλατφόρμα δημιουργίας ιστότοπων “WORDPRESS”, που είναι το πιο σύγχρονο σύστημα διαδικτυακών δημοσιεύσεων και διαχείρισης περιεχομένου. Συγκεκριμένα, η πτυχιακή μας εργασία ασχολείται με τον τομέα του έμμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου, όπου θέλουμε να συνδυάσουμε τον αθλητικό εξοπλισμό με το ηλεκτρονικό εμπόριο, περιγράφοντας αναλυτικά τους τρόπους και την υλοποίηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) με σκοπό και το αντικείμενο πώλησης και προώθησης «αθλητικών ρούχων και ειδών» που θα απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό απλών καθημερινών καταναλωτών, καθώς και επαγγελματιών ή μη αθλητών. Επίσης γίνεται αναφορά στην ιστορία και τη διαδρομή του ηλεκτρονικού εμπορίου, καταγράφονται και αναπτύσσονται ορισμένες βασικές έννοιες, που πρέπει να γνωρίζουμε και τέλος, αναφέρονται οι απαραίτητες ηλεκτρονικές υπηρεσίες και προγράμματα , τα οποία πρέπει να έχουμε στη διάθεσή μας έτσι ώστε να είναι εφικτή η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	8
2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	8
2.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	9
2.3. ΤΥΠΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	11
2.4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	11
2.5. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ Η ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	12
2.6. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	13
2.7. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ.....	13
2.8. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ (e-business).....	14
2.9. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ (e-business).....	15
2.10. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ.....	16
2.11. HTML.....	16
3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ (E-SHOP).....	29
ΟΡΙΣΜΟΣ.....	29
3.1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ e-shop.....	29
3.2. ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΑ ΞΕΝΑ e-shops.....	31
3.3. ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (social media) ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	33
3.4. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	34
3.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	35
37	
3.6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΠΛΕΥΡΑ.....	37
3.7. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	37
3.8. ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ.....	38
3.9. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ-ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ (e-shop).....	40
4. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ- CMS (Content Management System).....	41
4.1. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ.....	42

4.2. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ .....	43
4.2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ .....	43
4.2.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ .....	44
4.2.3. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ .....	45
4.3. ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΑ ΛΟΓΙΣΜΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ .....	46
4.4. WordPress ΚΑΙ Joomla! .....	47
4.4.1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ WORDPRESS .....	47
4.4.2. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ WORDPRESS.....	48
4.4.3. Η ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ WORDPRESS .....	49
4.4.4. ΟΔΗΓΙΕΣ ΚΑΙ ΒΗΜΑΤΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ WORDPRESS.....	49
4.4.5. ΒΑΣΙΚΑ PLUG-INS ΓΙΑ WORDPRESS .....	50
4.5. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ JOOMLA! .....	55
4.6. WAMP & XAMP .....	57
4.6.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WAMP .....	57
4.6.2.ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ WAMP .....	58
4.6.3. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΑΜΡΡ .....	61
5.ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	63
5.1 Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας για την ορθή δόμηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.....	63
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	71
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι .....	75
Δημιουργία E-shop .....	75

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην σημερινή εποχή η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και των εφαρμογών της στο τομέα του διαδικτύου (Internet) ανοίγει ένα νέο δρόμο για την επιχειρηματικότητα και τη σύνδεση αυτής με το διαδικτυακό περιβάλλον και τις δυνατότητες του, έτσι ώστε η «κλασική» επιχείρηση στην φυσική της μορφή να εξελιχθεί, να ενταχθεί αλλά και να δραστηριοποιηθεί ενεργά στον κόσμο του «ηλεκτρονικού εμπορίου». Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί σήμερα έναν από τους βασικούς λόγους ανάπτυξης της κοινωνίας των πληροφοριών και ίσως το πιο χαρακτηριστικό δείγμα της νέας οικονομίας. Επειδή το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι παγκόσμιο, προσφέρει τεράστιες ευκαιρίες και δυνατότητες τόσο για τους καταναλωτές όσο για τις επιχειρήσεις, κυρίως όμως για τις επιχειρήσεις. Μέσω αυτού μια επιχείρηση μπορεί π.χ. να αναζητήσει προμηθευτές, πελάτες, αλλά και συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο, εξασφαλίζοντας έτσι τους φθηνότερους προμηθευτές και την προσέγγιση εκατομμυρίων καταναλωτών και μάλιστα σε εικοσιτετράωρη βάση. Μέσα στα πλαίσια αυτά της νέας παγκόσμιας οικονομίας και του ηλεκτρονικού εμπορίου, η σύσταση και η λειτουργία ενός **ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop)** αποτελεί βασικό κλάδο του ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας. Λόγω της ιδιαίτερης ανάπτυξης και ευρείας χρήσης των e-shop στις μέρες μας, θεωρήσαμε σημαντικό να διερευνήσουμε την τεχνογνωσία για τον σχεδιασμό και την δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, καθώς και την υλοποίησή του με χρήση ενός λογισμικού ανοιχτού κώδικα.

Από τη δεκαετία του 1970 εμφανίστηκαν τα πρώτα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρημάτων από τράπεζα σε τράπεζα, χρησιμοποιώντας ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα. Το 1980 δημιουργούνται οι πρώτες ηλεκτρονικές υπηρεσίες ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων με συστήματα EDI και στα τέλη δεκαετίας του 1980 εμφανίστηκαν οι πρώτες μορφές ηλεκτρονικής επικοινωνίας μεταξύ χρηστών, όπως η ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail). Έπειτα, από τις αρχές του 1990 και μετά διαδίδεται και βελτιώνεται ακόμη περισσότερο το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ώπου μαζί και με την εξέλιξη των τεχνολογιών επικοινωνίας φτάνουμε στη δημιουργία συστημάτων ηλεκτρονικής διάσκεψης (e-conferencing) και ηλεκτρονικής συνομιλίας (IRC), όπου μπορούν να λαμβάνουν μέρος δύο χρήστες ή ακόμα και ομάδες συζητήσεων (forums και newsgroups). Στα μέσα αυτής της δεκαετίας έρχεται η επανάσταση στο κόσμο

του διαδικτύου με την δημιουργία και εφαρμογή του παγκόσμιου ιστού ( World-Wide-Web) στο Internet και έτσι μέσω των browsers και των μηχανών αναζήτησης που υπήρχαν γίνεται με μεγάλη ευκολία η αναζήτηση, η εύρεση, η χρήση και η δημοσίευση πληροφοριών στο διαδίκτυο.

Επίσης στα τέλη της δεκαετίας του 1990 η αναβάθμιση του παγκόσμιου ιστού σε συνδυασμό με την βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης και η δυνατότητα καλύτερη ασφάλειας συναλλαγών μέσω μεθόδων κρυπτογράφησης, βοηθά στην εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου ως έναν νέο και φθηνότερο τρόπο για πραγματοποίηση συναλλαγών.

Έτσι λοιπόν έχουμε την μεταπήδηση από το φυσικό εμπόριο μεταξύ φυσικών προσώπων στην ηλεκτρονική του μορφή, στο οποίο οι συναλλαγές μπορούν να γίνουν μεταξύ απομακρυσμένων χρηστών χωρίς να είναι απαραίτητη η διαπροσωπική επικοινωνία και επαφή των εμπλεκόμενων (πωλητής-αγοραστής).

## 2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

### 2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ



Κατά καιρούς έχουν δοθεί αρκετοί ορισμοί για την έννοια αλλά και το τι είναι ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) , ωστόσο ένας απλός αλλά και κατανοητός ορισμός είναι ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά τις εμπορικές συναλλαγές προϊόντων ή υπηρεσιών που πραγματοποιούνται με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων. Ένας άλλος ορισμός που πολλοί αναφέρουν ως ηλεκτρονικό εμπόριο είναι όλες οι ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ μιας επιχείρησης και ενός τρίτου με τον οποίο αυτή συναλλάσσεται. Πιο συγκεκριμένα, το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί και περιλαμβάνει μερικά ή όλα τα μέρη της διαδικασίας συναλλαγής, που αφορούν τις δραστηριότητες προώλησης, εκτέλεσης, τακτοποίησης και μεταπώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο όμως δεν περιλαμβάνει μόνο τις ηλεκτρονικές οικονομικές συναλλαγές μεταξύ οργανισμών και πελατών, αλλά πολλά περισσότερα πράγματα, όπως οι διάφορες πτυχές που μπορεί να έχει, καθώς τονίζουν οι Kalakota και Whinston (1977). Αυτές είναι οι εξής :

- Η επικοινωνιακή πτυχή: είναι η παροχή πληροφοριών, προϊόντων ή υπηρεσιών ή πληρωμών με ηλεκτρονικά μέσα.
- Η πτυχή της επιχειρηματικής διαδικασίας: αποτελεί την εφαρμογή της τεχνολογίας για τον αυτοματισμό των εμπορικών συναλλαγών και ροών εργασίας.



- Η πτυχή παροχής υπηρεσιών: αυτή επιτρέπει τη μείωση κόστους με παράλληλη αύξηση της ταχύτητας και της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Η δικτυακή πτυχή: σχετίζεται με την αγορά και την πώληση προϊόντων και πληροφοριών μέσω διαδικτύου.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω μπορούμε να δώσουμε έναν πιο ολοκληρωμένο ορισμό, ο οποίος θα εμπεριέχει όλες τις έννοιες που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Σύμφωνα με αυτόν: ως «Ηλεκτρονικό Εμπόριο» (e-commerce) ορίζουμε όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές προϊόντων ή υπηρεσιών μεταξύ μιας επιχείρησης και των εξωτερικών ενδιαφερόμενων της, με την χρήση των ηλεκτρονικών μέσων» (Dave Chaffey, 2008, σελ. 39-40).

## 2.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ



Την τελευταία δεκαετία και όχι άδικα, το ηλεκτρονικό εμπόριο, λόγω των πολλών δυνατοτήτων του, έχει φέρει επανάσταση στον επιχειρηματικό κόσμο. Ενδεικτικά αναφέρουμε τους παρακάτω λόγους που το καθιστούν πλεονεκτικότερο έναντι του παραδοσιακού εμπορίου :

- η εύκολη πρόσβαση και ένταξη στις παγκόσμιες αγορές
- η δυνατότητα εικοσιτετράωρης λειτουργίας της επιχείρησης
- η μη ανάγκη για προσωπική και φυσική παρουσία του πελάτη ή εμπόρου για τις μεταξύ τους συναλλαγές
- η μείωση κόστους και δαπανών της επιχείρησης και
- η μείωση δαπανών της διαφήμισης και του μάρκετινγκ

Μέσα από τις δυνατότητες και εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου, μπορούν να προκύψουν πάρα πολλά πλεονεκτήματα, τα οποία μπορούμε να τα χωρίσουμε τρεις κατηγορίες. Ο διαχωρισμός αυτός γίνεται με κριτήριο, το όφελος που επιφέρουν και σε

ποιον. Οι κατηγορίες αυτές είναι: πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές, πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις και πλεονεκτήματα για την κοινωνία.

### **1) Πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές:**

- Πιο ταχύς και καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών: Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει την ευελιξία στους πελάτες να κάνουν τα ψώνια τους και διάφορες άλλες συναλλαγές εντός όλου του 24ωρου, από οποιοδήποτε σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου. Επίσης αυτοματοποιούνται ορισμένες διαδικασίες απάντησης σε συνήθεις ερωτήσεις και ενημέρωσης, επιτρέποντας έτσι στο ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης να ασχοληθεί ενεργά με άλλα θέματα , που χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας και προσοχής.
- Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων: Υπάρχουν και προβάλλονται πολλά περισσότερα προϊόντα, από ότι σε μια παραδοσιακή επιχείρηση, δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους πελάτες να επιλέξουν μέσα από μια μεγάλη γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών, ανεξαρτήτου τόπου και χώρας διαμονής. Ακόμη η διαδικασία αυτή βοηθάει τους πελάτες στην σύγκριση τιμών, μεταξύ άλλων αγορών, ώστε να καταλήξουν στην πιο ποιοτική και οικονομική λύση γι' αυτούς .
- Χαμηλότερες τιμές: Οι τιμές των προϊόντων που εμφανίζονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο, είναι πάρα πολύ χαμηλότερες σε σχέση με τις τιμές των ίδιων προϊόντων στο κλασσικό εμπόριο και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το λειτουργικό κόστος ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι πολύ χαμηλότερο από το κόστος ενός αντίστοιχου φυσικού καταστήματος. Το γεγονός αυτό έχει συμβάλει και στην αύξηση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις.

### **2. Πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις:**

- Είσοδος στις νέες αγορές
- Μείωση κόστους και εξόδων επικοινωνίας και διαφήμισης
- Βελτίωση «Εικόνας» της επιχείρησης
- Άμεσος έλεγχος αποθεμάτων

### **3. Πλεονεκτήματα για την κοινωνία:**

- Βελτίωση «εικόνας» δημόσιων υπηρεσιών του κράτους
- Εργασία στο «σπίτι»
- Παροχή και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών σε μειωμένες τιμές
- Δυνατότητα διανομής προϊόντων σε απομακρυσμένες περιοχές.

### 2.3. ΤΥΠΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Μπορούμε να διαχωρίσουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο σε δύο βασικές υποκατηγορίες, με κριτήριο τον τρόπο παράδοσης των αγαθών ή υπηρεσιών στον αγοραστή. Επομένως έχουμε :

A) **Το άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο:** Αφορά την ηλεκτρονική παραγγελία, παράδοση και πληρωμή άυλων αγαθών, όπως π.χ. οι ηλεκτρονικές εφημερίδες , οι αγοραπωλησίες μετοχών, λογισμικών, υπηρεσίες αναζήτησης αγγελιών κ.α.

B) **Το έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο:** Αφορά τις ηλεκτρονικές παραγγελίες υλικών αγαθών, τα οποία όμως παραδίδονται στον πελάτη μέσω των παραδοσιακών τρόπων διανομής π.χ. με το ταχυδρομείο, τις εταιρίες διανομής (courier), τα συνεργαζόμενα εμπορικά κέντρα κτλ.

### 2.4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ



Το ηλεκτρονικό εμπόριο ανάλογα με το που απευθύνεται, διακρίνεται στους παρακάτω βασικούς κλάδους:

- ✓ **B2C:** Business-to-Consumers ( Επιχειρήσεις προς Καταναλωτές)
- ✓ **B2B:** Business-to-Business ( Επιχειρήσεις προς Επιχειρήσεις)
- ✓ **B2E:** Business-to-Employee ( Επιχειρήσεις προς Υπαλλήλους)

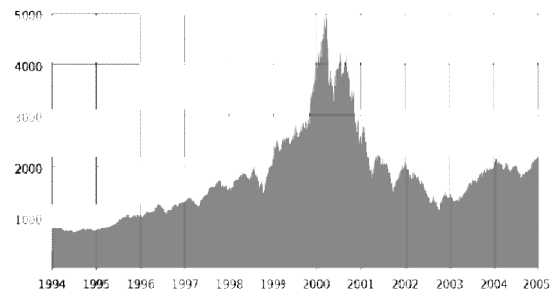
Αναλυτικά, ο κλάδος **B2C** αντιστοιχεί στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο και αφορά την πώληση προϊόντων απευθείας προς τους τελικούς καταναλωτές/πελάτες. Ο κλάδος **B2B** αφορά στην δραστηριότητα και τις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων με σκοπό τη βελτίωση της μεταξύ τους συνεργασίας, απλοποιώντας, για παράδειγμα, το κόστος των προμηθειών ή την ταχύτερη αποστολή τους. Ακόμα, με τις συναλλαγές μέσω επιχειρήσεων καθίσταται ευκολότερη η αρχειοθέτηση των εγγράφων των πελατών και συνεπώς ποιοτικότερη η εξυπηρέτησή τους. Όσο για τον κλάδο **B2E**, σχετίζεται με το ενδο-επιχειρησιακό δίκτυο που επιτρέπει στις εταιρείες να παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες στους υπαλλήλους τους (πχ οι ειδικές προσφορές προς τους εργαζομένους).

## 2.5. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ Η ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ



Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), αφού έκανε την «εμφάνισή» στην αγορά και σε συνδυασμό με την ταχύτητα προόδου του διαδικτύου, αλλά και της επέκτασης των δυνατοτήτων του, βοήθησε αλλά και βοηθήθηκε

να εξελιχτεί και αυτό σε πολλούς και διάφορους τομείς. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι πρώτες προσπάθειες για ανταλλαγή δεδομένων με στόχο, την πώληση προϊόντων, έγιναν στις αρχές της δεκαετίας του 1970 σε δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών, προγενέστερα της της σημερινής μορφής του παγκόσμιου ιστού, όπως ήταν για παράδειγμα το **ARPANET**. Έπειτα στην δεκαετία του 80, έγιναν πιο συστηματικές δοκιμές για την δημιουργία ηλεκτρονικών αγοραπωλησιών, οι οποίες αν όχι όλες, περισσότερες ειδικεύονταν στη αγορά και πώληση βιβλίων. Το 1990 δημιουργήθηκαν τα ηλεκτρονικά καταστήματα, σε μια μορφή πολύ κοντινή στη σημερινή τους. Σε αυτό βοήθησε ότι το ίντερνετ και τα εργαλεία πλοήγησης απέκτησαν μια συστηματική και τροποποιημένη μορφή π.χ. ο φυλλομετρητής Netscape, που δημιουργήθηκε το 1994. Λίγα χρόνια αργότερα, το 2000 στο χρηματιστήριο των ΗΠΑ, πραγματοποιήθηκε το φαινόμενο «Φούσκα του dot-com ( **dot-combubble** ) , το οποίο αφορούσε την απότομη άνοδο του δείκτη NASDAQ. Η άνοδος αυτή οφείλεται στα σημαντικά κέρδη, που σημείωσαν εταιρείες ηλεκτρονικού εμπορίου, έτσι αρκετοί επιχειρηματίες και επενδυτές, έστρεψαν την προσοχή τους σε εταιρείες στους κλάδους της τεχνολογίας και της καινοτομίας, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην συνεχή εξέλιξη και βελτίωση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επίσης στην βελτίωση αυτή, βοήθησε και ο τραπεζικός τομέας, ο οποίος αναπτύσσει διαρκώς τη διαδικασία του online banking, δίνοντας έμφαση και μεγάλη προσοχή στην ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τέλος σήμερα το ηλεκτρονικό εμπόριο εξελίσσεται και διαδίδεται, μέσω των « έξυπνων» κινητών τηλεφώνων (Smartphone) και των φορητών ταμπλετών (tablet). Συνεπώς καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας και του ηλεκτρονικού εμπορίου συμβαδίζουν « χέρι -χέρι » , δηλαδή όσο εξελίσσεται η τεχνολογία και τα ηλεκτρονικά μέσα, τόσο εξελίσσεται και το ηλεκτρονικό εμπόριο, χρησιμοποιώντας τα ηλεκτρονικά μέσα και τις τεχνολογίας της κάθε εποχής. Αξίζει να σημειωθεί όμως ότι η ευρεία αυτή







Σύμφωνα με την εταιρεία IBM [www.ibm.com/e-business](http://www.ibm.com/e-business), η οποία ήταν από τις πρώτες εταιρείες που υιοθέτησε τον όρο αυτό, ως ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business) ορίζεται ο «Μετασχηματισμός των βασικών επιχειρηματικών διαδικασιών με τη χρήση των τεχνολογιών του Διαδικτύου». Σήμερα ο όρος «ηλεκτρονικό επιχειρείν» χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις με δύο κατά κύριο λόγο τρόπους, με τον 1<sup>ο</sup> τρόπο το θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια στρατηγική εκμετάλλευσης από τις επιχειρήσεις. Ως 2<sup>ο</sup> τρόπο το «ηλεκτρονικό επιχειρείν» χρησιμοποιείται ως ένας επιθετικός προσδιορισμός για την περιγραφή επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο διαδίκτυο, δηλαδή δεν διαθέτουν φυσική παρουσία σε εμπορικούς δρόμους, με στόχο να ελαχιστοποιήσουν την εξυπηρέτηση και υποστήριξη πελατών, με την βοήθεια μιας παροχής υπηρεσιών «διαδικτυακής αυτοεξυπηρέτησης». Με άλλα λόγια οι πελάτες θα «αυτοεξυπηρετούνται» πριν, κατά, αλλά και μετά την πώληση. (Dave Chaffey, 2008, σελ. 45)

## 2.8. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ (e-business)

Το «ηλεκτρονικό επιχειρείν» εισήγαγε πολλές και νέες ευκαιρίες τόσο για μικρές, όσο και για μεγάλες επιχειρήσεις, συμβάλλοντας έτσι στον ανταγωνισμό και την παγκόσμια αγορά. Επίσης πολλοί υποστηρίζουν ότι μία από τις μεγάλες αλλαγές που ήρθαν μέσω αυτού (και με τη βοήθεια των ηλεκτρονικών επικοινωνιών βεβαίως) και αποτελεί σίγουρα ένα ισχυρό πλεονέκτημα είναι οι προσεγγίσεις διάδοσης και μεταμόρφωσης των πληροφοριών. Παραδείγματος χάριν, μέσα από την διατριβή «Strategies and the new economic so information» των Evans και Wusrster του Harvard University, που εκδόθηκε το 1977, μπορούμε να διακρίνουμε τρία βασικά χαρακτηριστικά, τα οποία σε συνδυασμό με τις επαναστατικές διαδικτυακές τεχνολογίες μπορεί να φέρουν μεγάλο αντίκτυπο σε μια αγορά. Συγκεκριμένα αυτά τα χαρακτηριστικά είναι τα εξής:

- A. **Η εμβέλεια (reach)**: δηλαδή ποιος είναι ο πιθανός-δυνατός αριθμός πελατών, στον οποίο μια επιχείρηση μπορεί να απευθυνθεί ή ακόμα και να έρθει σε επαφή με αυτούς. Εδώ να σημειώσουμε ότι σε αυτή την επέκταση βοηθάει πολύ το διαδίκτυο με την δική του εμβέλεια και τις δυνατότητες του σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο.
- B. **Η αφθονία (richness)**: ως αφθονία εννοούμε το χαρακτηριστικό των ίδιων των πληροφοριών. Πιο συγκεκριμένα εννοούμε ότι το διαδίκτυο δίνει την δυνατότητα διάθεσης και επίδειξης πιο λεπτομερών περιγραφών των προϊόντων, των τιμών

τους, της ποιότητας τους, της διαθεσιμότητας κτλ., ενώ βοηθά και στην αναζήτηση και προσέλκυση μεγαλύτερης πελατείας.

C. **Οι δεσμοί(affiliation)**: Τέλος οι δεσμοί αναφέρονται στις σχέσεις και την αποτελεσματικότητα των συνδέσμων με τους συνεργάτες. Για παράδειγμα μια επιχείρηση ή εταιρεία, που έχει στην διάθεσή της και στο δυναμικό της, περισσότερους και πλουσιότερους συνδέσμους, από άλλες πιο απλές και συμβατικές επιχειρήσεις, θα της είναι πιο εύκολο να αποκτήσει μεγαλύτερη εμβέλεια και επιρροή. Για να γίνει πιο κατανοητό αυτό, απλά σκεφτείτε και αναλογιστείτε πως ηλεκτρονικές επιχειρήσεις, όπως η Google, το eBay και η Yahoo!, δημιούργησαν πετυχημένες συνεργασίες ή εξαγόρασαν άλλες εταιρείες, για να παρέχουν πολλές και νέες υπηρεσίες πληροφοριών, όπως η κοινωνική δικτύωση (Google+, Skype) η χαρτογράφηση (Googlesmaps, Googlesearth), ή φωνητική επικοινωνία, η δικτυακή φωτογράφιση κ.α. (Dave Chaffey, 2008, σελ.34-35).

## **2.9. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ (e-business)**



Εκτός από τα πλεονεκτήματα και τις ευκαιρίες που μπορεί να μας προσφέρει το «ηλεκτρονικό επιχειρείν», θα πρέπει να λάβουμε υπόψιν μας και τους κινδύνους, οι οποίοι μπορεί να ελλοχεύσουν μέσα από αυτή τη διαδικασία. Αυτοί οι κίνδυνοι μπορεί να είναι από στρατηγικής μέχρι πρακτικής φύσης. Πιο αναλυτικά ένας από τους πιο γνωστούς στρατηγικούς κινδύνους είναι η λήψη μιας λανθασμένης απόφασης σχετικά με τις επενδύσεις στο χώρο του «ηλεκτρονικού επιχειρείν», διότι κάποιες εταιρείες το εκμεταλλεύτηκαν σωστά αποκτώντας έτσι ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ενώ άλλες εταιρείες επένδυσαν πάνω σε αυτό, χωρίς όμως να πάρουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα, εξαιτίας μιας εσφαλμένης απόφασης και υλοποίησης ενός τέτοιου σχεδίου.

Στην περίπτωση τώρα, όπου οι κίνδυνοι είναι πρακτικής φύσης, θα πρέπει να αντιμετωπιστούν με σοβαρότητα, διότι εάν αγνοηθούν, ενδέχεται να οδηγήσουν σε αρνητικές εμπειρίες των πελατών και να βλάψουν την φήμη και αξιοπιστία μιας επιχείρησης. Μια τέτοια αρνητική εξέλιξη θα αναγκάσει τους πελάτες να αναζητήσουν άλλες εταιρείες και να την αντικαταστήσουν με άλλες πιο αξιόπιστες ηλεκτρονικές επιλογές. Μερικά παραδείγματα μιας κακής εμπειρίας πελατών , που μπορεί να οδηγήσει σε αυτή την απόφαση είναι :

- Όταν μια επιχείρηση στέλνει ηλεκτρονικά μηνύματα σε πελάτες, χωρίς την έγκρισή τους, παραβιάζοντας ενδεχομένως νόμους περί προσωπικού απορρήτου και προσωπικών δεδομένων.
- Όταν χάκερ παραβιάζουν την ασφάλεια του ηλεκτρονικού καταστήματος και υποκλέπτουν στοιχεία πιστωτικών καρτών
- Όταν προκύπτουν προβλήματα στην αποστολή αγαθών, τα οποία παραγγέλθηκαν μέσω Internet. Δηλαδή είτε χάνονται δελτία παραγγελιών, είτε καθυστερούν πολύ να παραδοθούν και έτσι ο πελάτης στρέφεται σε άλλες εταιρίες και δεν επιστρέφει ποτέ στη εταιρεία αυτή. (Dave Chaffey, 2008, σελ. 36-37)

## **2.10. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ**

Για την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν μεγάλο και σημαντικό ρόλο έπαιξε ο παγκόσμιος ιστός και κυρίως ο τομέας των δικτύων και της μεταγωγής πακέτων δεδομένων. Η ανάπτυξη ιδικά διαμορφωμένων ιστοσελίδων που βοηθούσαν στην καλύτερη και γρηγορότερη εξυπηρέτηση του πελάτη, με χρήση ιδικού κώδικα σήμανσης υπερκειμένου, αρχικά της HTML και αργότερα έναν συνδυασμό των γλωσσών σήμανσης και προγραμματισμού έτσι ώστε να διαμορφωθεί ένα πιο εύχρηστο περιβάλλον για τον πελάτη. Επίσης πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε και η γρήγορη ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, και η ενσωμάτωση τους στις ζωές μας.

### **2.11. HTML**

Λίγο-πολύ όλοι έχουμε αναρωτηθεί έστω και για μια στιγμή πως φτιάχνονται οι ιστοσελίδες; Με μια γρήγορη αναζήτηση, βλέπουμε ότι κάποια από τα αποτελέσματα αναφέρουν την HTML.



Η **HTML** αρχικά δημιουργήθηκε από τον Τιμ Μπέρνερς Λι το 1990. Ο Μπέρνερς Λι το 1980 εργαζόταν ως φυσικός στο CERN, όπου επινόησε ένα σύστημα χρήσης και διαμοιρασμού εγγράφων μεταξύ των ερευνητών του CERN. Το 1989 ο Μπέρνερς Λι πρότεινε ένα σύστημα βασισμένο στο διαδίκτυο το οποίο θα χρησιμοποιούσε υπερκείμενο. Έτσι στα τέλη του 1990 έφτιαξε την προδιαγραφή της **HTML** και έγραψε τον Browser και το λογισμικό του εξυπηρετητή. (HTML. <http://en.wikipedia.org/wiki/Html>.)



Η ονομασία HTML προέρχεται από τα αρχικά του **Hyper Text Markup Language** (Γλώσσα σήμανσης υπερκειμένου).

Η “**HTML**” είναι γλώσσα σήμανσης, την χρησιμοποιούμε για να προγραμματίσουμε ιστοσελίδες προσθέτοντας σε αυτές, φωτογραφίες, κείμενο και πίνακες.

Γιὰ σου κόσμε!

Αυτό είναι ένα δείγμα για το πώς πρέπει να είναι ένα αρχείο html

Η επικεφαλίδα και το "εισαγωγικό" κείμενο της σελίδα μας

<html>

Η φωτογραφία μας!

Θερμοκρασίες:  
Αθήνα-Θεσσαλονίκη-Λάρισα,  
για Δευτέρα-Τρίτη-Τετάρτη

	Δευτέρα	Τρίτη	Τετάρτη
Αθήνα	27°	25°	27°
Θεσσαλονίκη	25°	24°	26°
Λάρισα	27°	28°	30°

Ενδεικτικά ένα πινακάκι, το οποίο μπορούμε να βάλουμε!

Για τις γλώσσες σήμανσης όπως είναι και η HTML δεν χρειαζόμαστε κάποιον compiler που πρέπει να κατεβάσουμε, για να κάνουμε την κωδικοποίηση της σελίδας.

Αρκούμαστε στο σημειωματάριο του υπολογιστή μας.

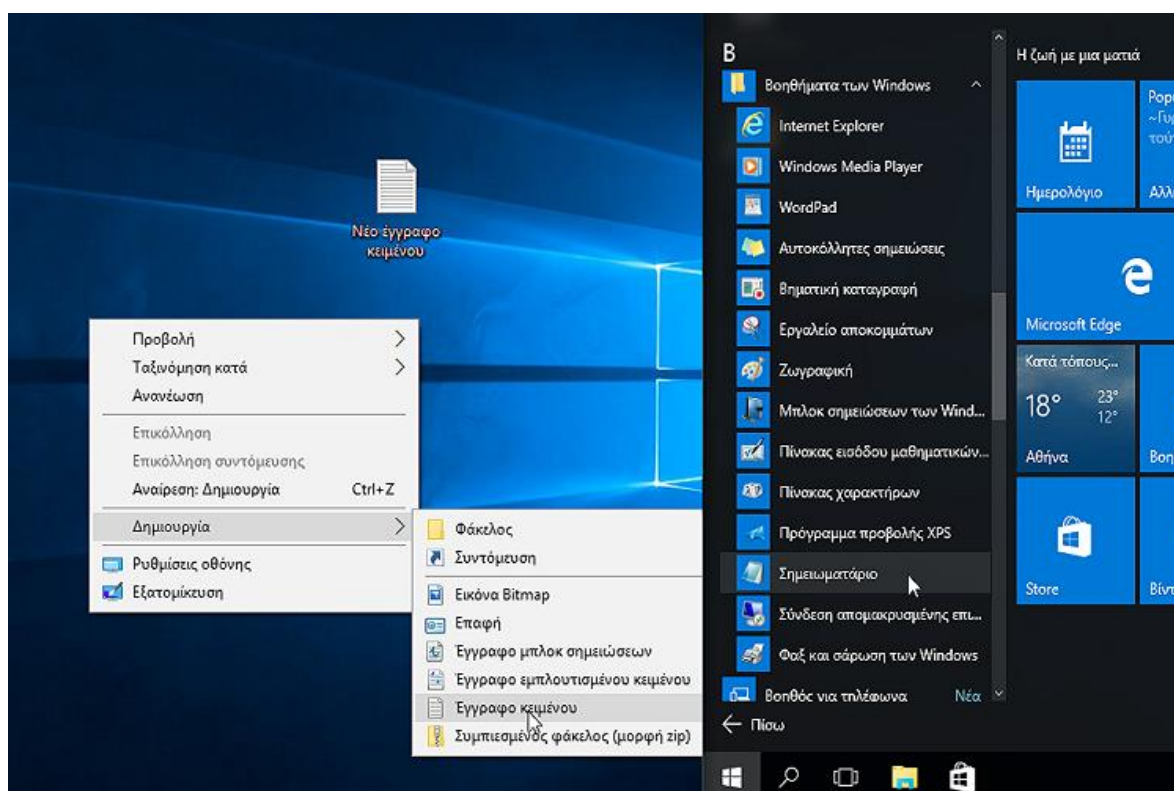
Για γλώσσες με περισσότερες απαιτήσεις, όπως θα δούμε παρακάτω χρειαζόμαστε κάποιον επεξεργαστή κειμένου που πρέπει να κατεβάσουμε όπως είναι το Notepad++.

### Για να βρούμε:

Το σημειωματάριο

μπορούμε να κάνουμε δεξί κλικ στην *Επιφάνεια Εργασίας > Δημιουργία > Έγγραφο Κειμένου*

ή πάμε στο *Μενού έναρξη > Όλες οι εφαρμογές > Βοηθήματα των Windows > Σημειωματάριο*.



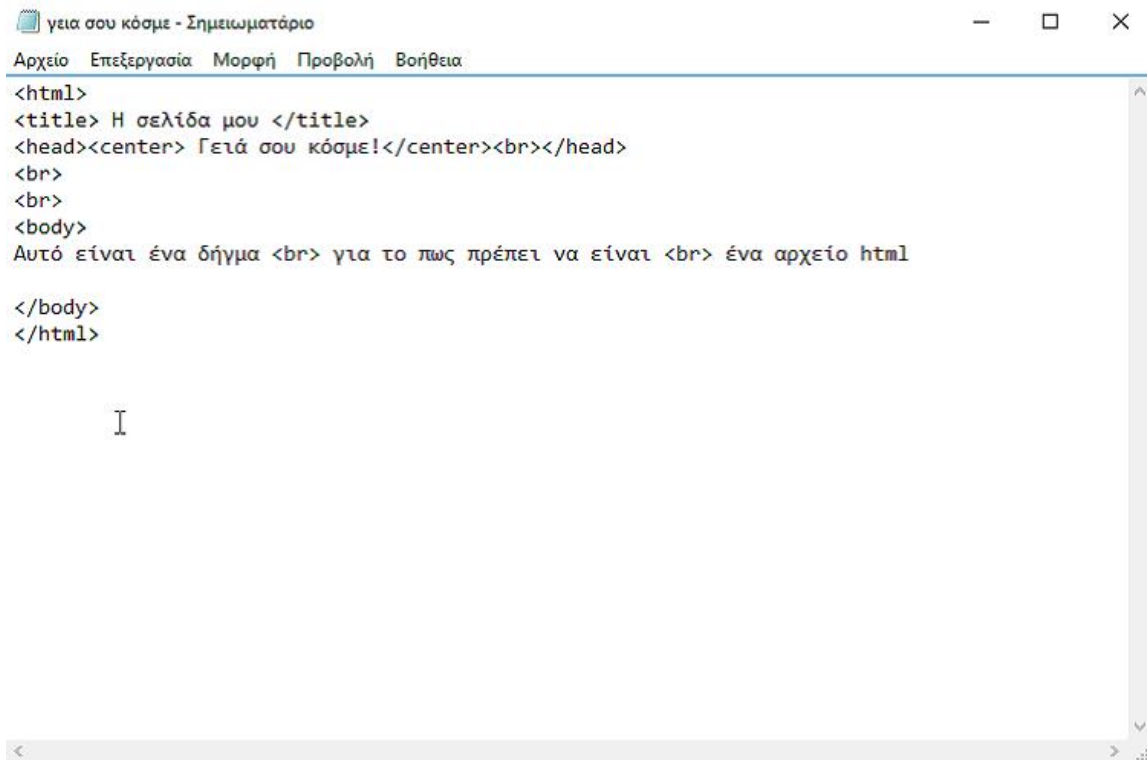
Στην HTML δεν χρειάζεται να δηλώσουμε μεταβλητές, κάτι που σε κάποιες άλλες γλώσσες είτε είναι προαιρετικές είτε υποχρεωτικές.

Αυτό που πραγματικά ξεχωρίζει μία γλώσσα σήμανσης από μια γλώσσα προγραμματισμού είναι ότι οι εντολές της συντάσσονται ως tags(ετικέτες) και σχεδόν

πάντα σε ζεύγη. Για να γράψουμε τις εντολές χρησιμοποιούμε τα σύμβολα μεγαλύτερο-μικρότερο, “<>”, γράφουμε ενδιάμεσα από αυτά την εντολή που θέλουμε. Στη συνέχεια πρέπει να δηλώσουμε ότι τελειώνει η διεργασία της εντολής και πρέπει να τη κλείσουμε χρησιμοποιώντας τα σύμβολα μικρότερο-slash-μεγαλύτερο, “</>”, και την εντολή που χρησιμοποιήσαμε.

Για παράδειγμα <Εντολή> ..... </Εντολή> .

## Η δομή ενός αρχείου HTML είναι η εξής



The screenshot shows a Notepad window titled "Γεια σου κόσμο - Σημειωματάριο". The menu bar includes "Αρχείο", "Επεξεργασία", "Μορφή", "Προβολή", and "Βοήθεια". The text area contains the following HTML code:

```
<html>
<title> Η σελίδα μου </title>
<head><center> Γεια σου κόσμο!</center><br></head>
<br>
<br>
<body>
Αυτό είναι ένα δῆγμα <br> για το πως πρέπει να είναι <br> ένα αρχείο html

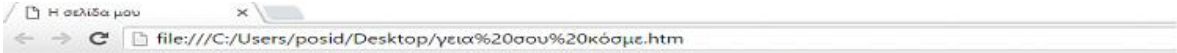
</body>
</html>
```

Ο Browser μας καλείτε να διαβάσει το κώδικα και να μας τον εμφανίσει σε μια οικεία μορφή και όχι σε μορφή κώδικα.

```

γεια σου κόσμε - Σημειωματάριο
Αρχείο Επεξεργασία Μορφή Προβολή Βοήθεια
<html>
<title> Η σελίδα μου </title>
<head><center><h1> Γειά σου κόσμε!</h1></center><br></head>
<br>
<body>
<center><h3> Αυτό είναι ένα δῆγμα <br> για το πως πρέπει να είναι <br> ένα αρχείο html</h3>
<br>
<br>
<center><img src=startPic.png></center>
<br>
<br>
<br>
<br>
<table border=4>
Θερμοκρασίες,<br> Αθήνα-Θεσσαλονίκη-Λαρίσα,<br> για Δευτέρα-Τρίτη-Τετάρτη
<tr>
<th></th>
<td><b>Δευτέρα</b></td>
<td><b>Τρίτη</b></td>
<td><b>Τετάρτη</b></td>
</tr>
<tr>
<th>Αθήνα</th>
<td><center>27°</center></td>
<td><center>25°</center></td>
<td><center>27°</center></td>
</tr>
<tr>
<th>Θεσσαλονίκη</th>
<td><center>25°</center></td>
<td><center>24°</center></td>
<td><center>26°</center></td>
</tr>
<tr>
<th>Λάρισα</th>
<td><center>27°</center></td>
<td><center>28°</center></td>
<td><center>30°</center></td>
</tr>
</table>
</body>
</html>

```



# Γειά σου κόσμε!

Αυτό είναι ένα δῆγμα  
για το πως πρέπει να είναι  
ένα αρχείο html



Θερμοκρασίες,  
Αθήνα-Θεσσαλονίκη-Λαρίσα,  
για Δευτέρα-Τρίτη-Τετάρτη

	Δευτέρα	Τρίτη	Τετάρτη
Αθήνα	27°	25°	27°
Θεσσαλονίκη	25°	24°	26°
Λάρισα	27°	28°	30°

Με την HTML μπορούμε να εισάγουμε όπως αναφέραμε πιο πάνω εικόνες, κείμενο,

πίνακες, μπορούμε επίσης να επεξεργαστούμε τις γραμματοσειρές και να αλλάξουμε το background της σελίδας και να εισάγουμε υπερσυνδέσμους.

**Με τις εντολές:**

`<body bgcolor="red">` Αλλάζουμε το χρώμα από το φόντο της σελίδας μας



`<font size=18>` για Δευτέρα-Τρίτη-Τετάρτη `</font>` Αλλάζουμε το μέγεθος των γραμμάτων.



`<A href="https://www.pcsteps.gr">`Αθήνα`</A>` Κάνουμε τη λέξη Αθήνα υπερσύνδεσμο που μας οδηγεί στη σελίδα του pcsteps



```
<A href="URL"><img src=startPic.png></A>
```

Κάνουμε τη φωτογραφία που έχουμε εισάγει στη σελίδα υπερσύνδεσμο.

Αλλά, αυτά δεν είναι αρκετά για ένα πλήρες site. Με τη χρήση μόνο της HTML εν τέλει δεν είναι αρκετό να φτιάξουμε ένα site, θα είχαμε σοβαρά προβλήματα στην ανανέωση της σελίδας, θα χρειαζόταν να επεξεργαστούμε το αρχείο HTML και με συνέπεια όλες τις υπόλοιπες σελίδες έτσι ώστε να αλλάξει το περιεχόμενο και σε αυτές.

Το να ανεβάσουμε ένα άρθρο στο site μας θα αποτελούσε πραγματικά ένας άθλος, από τη στιγμή που θα χρειαζόταν να γραφτεί ολόκληρος κώδικας για αυτό. Επίσης, ένα σοβαρό μειονέκτημα είναι και ότι δεν θα μπορούσαμε να έχουμε Βάσεις Δεδομένων και το site μας, από άποψη ομορφιάς, θα ήταν πολύ ρηχό και πολύ βαρετό.

Τουλάχιστον πριν από καμιά δεκαετία το να γνωρίζουμε HTML ήταν σημαντική προϋπόθεση στο να φτιάξουμε ένα site. Αυτό μας περιόριζε αρκετά, για τον λόγο ότι δεν είχαμε όλοι τη πρόσβαση στις απαραίτητες γνώσεις, στο να μάθουμε τη γλώσσα HTML ή κάποια άλλη γλώσσα που χρειάζεται και παραπάνω γνώσεις προγραμματισμού όπως για παράδειγμα CSS, PHP, MySql κ.α.

**-CSS**



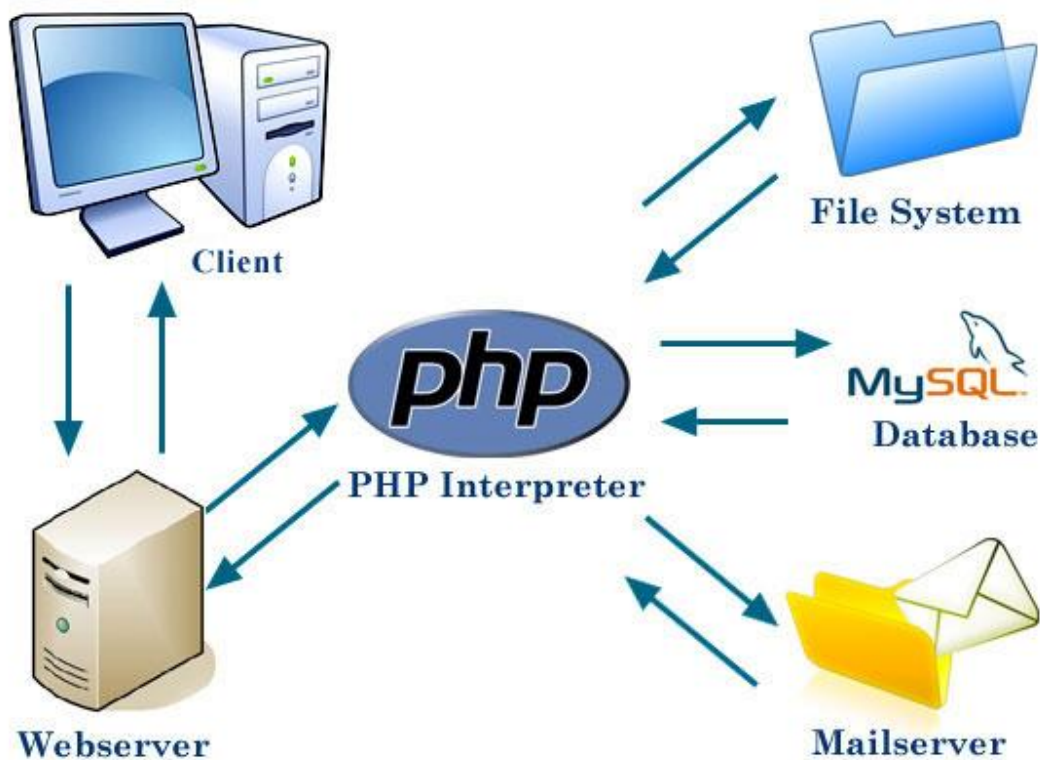
Η CSS (Cascading Style Sheets - Διαδοχικά Φύλλα Στυλ) ανήκει στην κατηγορία των γλωσσών φύλλων στυλ και χρησιμοποιείται για τον έλεγχο της εμφάνισης ενός εγγράφου που έχει γραφτεί με μια γλώσσα σήμανσης (HTML). Πιο πρακτικά χρησιμοποιείται για τον έλεγχο της εμφάνισης ενός εγγράφου, δηλαδή για τον έλεγχο της εμφάνισης μια ιστοσελίδας. (Css. <http://en.wikipedia.org/wiki/Css>)

***-PHP***



Η PHP είναι γλώσσα προγραμματισμού που χρησιμοποιείται ευρύτατα στην ανάπτυξη εφαρμογών διαδικτύου. Η γλώσσα αυτή περιλαμβάνει ένα σύνολο εντολών που βοηθούν στην γρήγορη και αποδοτική ανάπτυξη τέτοιου είδους εφαρμογών. Μια σελίδα PHP περνά από επεξεργασία από ένα συμβατό διακομιστή του Παγκόσμιου Ιστού, ώστε να παραχθεί σε πραγματικό χρόνο το τελικό περιεχόμενο, που θα σταλεί στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών σε μορφή κώδικα HTML. ( PHP. <http://en.wikipedia.org/wiki/Php>)





### *-MySql*



Η MySQL είναι ένα σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων. Μια βάση δεδομένων μας επιτρέπει την αποθήκευση, αναζήτηση, ταξινόμηση και ανάκληση δεδομένων. Ο MySQL διακομιστής ελέγχει την πρόσβαση στα δεδομένα, για να μπορούν να δουλεύουν πολλοί χρήστες ταυτόχρονα, για να παρέχει γρήγορη πρόσβαση και να διασφαλίζει ότι μόνο πιστοποιημένοι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση.

Αν κάτσουμε και σκεφτούμε ούτε σήμερα έχουμε όλοι μας, τη πρόσβαση αυτήν ή αν μπορούμε να το πούμε καλύτερα την “εύκολη πρόσβαση”. Πλέον με μία αναζήτηση στο διαδίκτυο μπορούμε να βρούμε ότι χρειαζόμαστε για να μάθουμε τις γλώσσες αυτές. Αλλά και πάλι ως αρχάριοι το να μάθουμε μία από αυτές τις γλώσσες θα μας φανεί ιδιαίτερα



επίπονο και κουραστικό.

Αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει να απογοητευόμαστε, σήμερα υπάρχουν τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου τα γνωρίζουμε ως CMS (Content Management Systems) τα οποία πραγματικά μας λύνουν τα χέρια, όπως θα δούμε και παρακάτω. Η γνώση HTML είναι προαιρετική, όχι υποχρεωτική. Δηλαδή θα μας δώσει παραπάνω δυνατότητες στο να διαμορφώσουμε την ιστοσελίδα μας.

Το να πούμε ότι η HTML πλέον δεν είναι χρήσιμη είναι λάθος και βιαστικό συμπέρασμα. Μπορεί σε εμάς που θέλουμε να φτιάξουμε ένα site χωρίς κόπο να μας φαίνεται άχρηστη γνώση, αλλά στη πραγματικότητα δεν είναι καθόλου έτσι.



Εάν θελήσουμε να ασχοληθούμε επαγγελματικά με τον σχεδιασμό ιστοσελίδων, η γνώση και η πολύ καλή χρήση της HTML είναι “SOS” στο να το πετύχουμε.



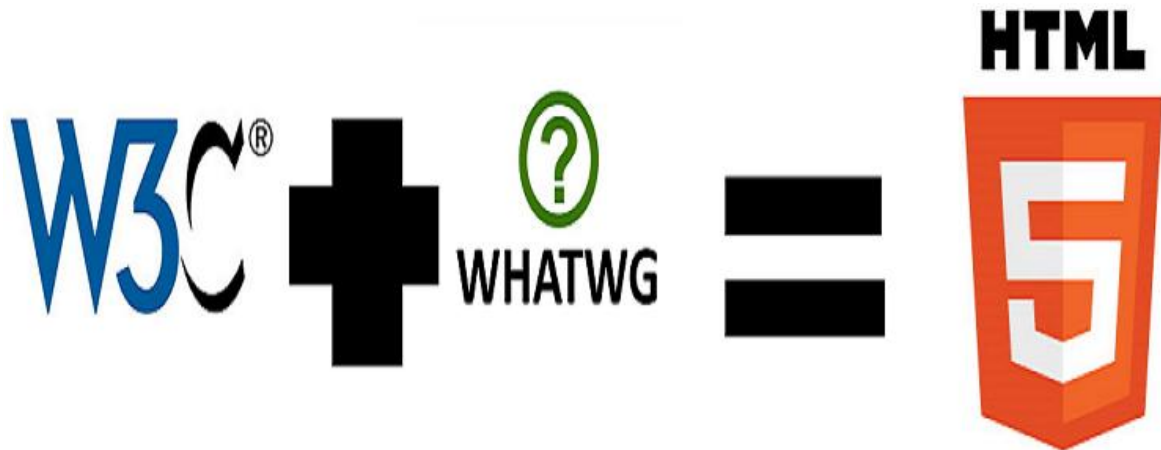
Όπως θα παρατηρήσουμε αν πάρουμε να ασχοληθούμε με κάποιο CMS θα προσέξουμε ότι αρχικά θα χρειαστεί να επιλέξουμε theme(θέμα), δηλαδή το πως θα φαίνεται το site μας. Στη συνέχεια θα πρέπει να εγκαταστήσουμε κάποια plug-ins, αυτά οι προγραμματιστές τα φτιάχνουν με βάση την HTML.( My sql. <http://en.wikipedia.org/wiki/Mysql>)

### ***-Plug-ins***

Τα Plug-ins είναι πρόσθετες εφαρμογές οι οποίες δίνουν στη σελίδα μας “ήθος και χαρακτήρα” και την κάνουν μοναδική. Συνήθως τα Plug-ins που θα χρησιμοποιήσουμε πάνε πακέτο με το theme που θα χρησιμοποιήσουμε στη σελίδα μας και με το τι σελίδα είναι. Δηλαδή αν φτιάχνουμε ένα e-shop ή ένα ειδησεογραφικό site ή ένα blog, αναλόγως τι θέλουμε να φτιάξουμε χρησιμοποιούμε και τα κατάλληλα Plug-ins.

Βέβαια, όσο προχωράει η τεχνολογία τόσο μεγαλώνουν και οι απαιτήσεις των χρηστών του διαδικτύου, κάτι που οδήγησε τους συντηρητές και τεχνικούς της HTML στην άμεση αναβάθμιση της. Οι αναβαθμίσεις της HTML είναι η HTML1, 2,3,4.

Μετά από μια συνεργασία των δύο μεγάλων εταιριών, της World Wide Web Consortium (W3C), η οποία διαχειρίζεται τα πρότυπα της HTML και της XHTML και της Web Hypertext Application Technology Working Group (WHATWG), η οποία ασχολούταν επάνω στις Web φόρμες και τις Web εφαρμογές. Το 2006 αυτές οι δύο εταιρίες συνεργάστηκαν και δημιούργησαν την HTML5.

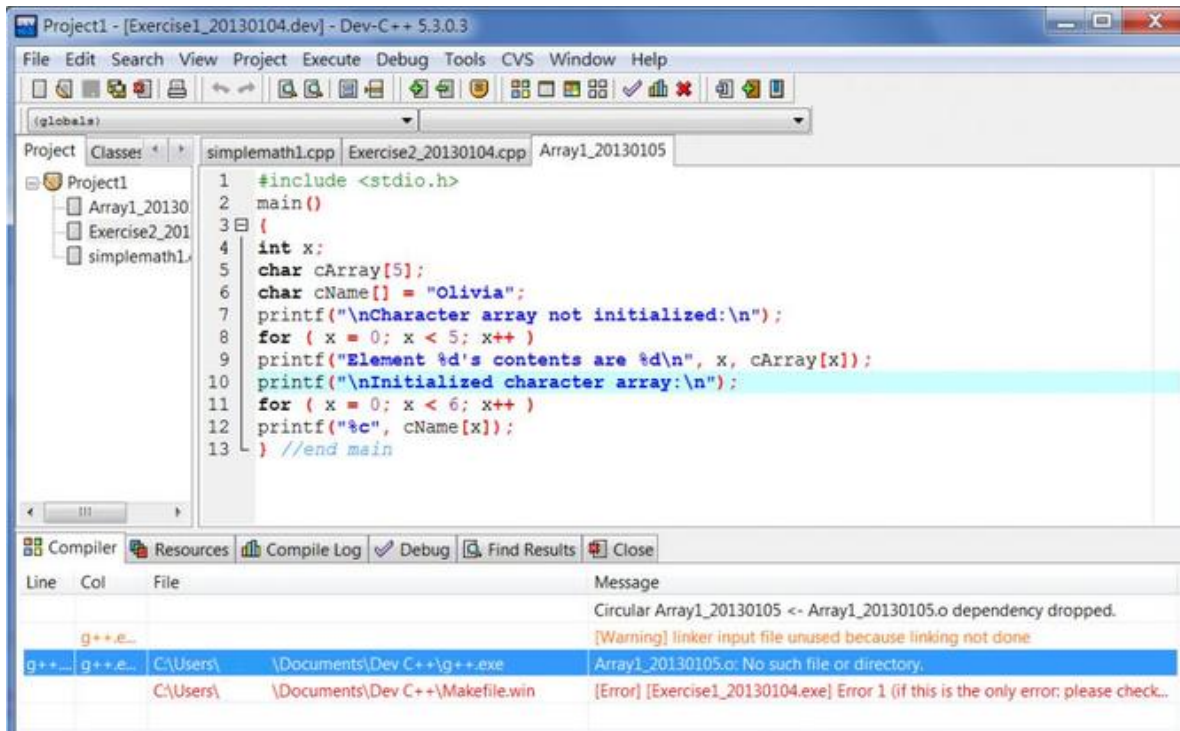


Η HTML5 είναι η νέα μόδα στο Web Design, ενώ είδαμε τις λειτουργίες της HTML και το πως συντάσσεται, καταλαβαίνουμε ότι σήμερα δεν θα μπορούσε μια σελίδα να είναι τόσο “στεγνή” σε θέματα που αφορούν το interface της σελίδας. Θα ήταν κάτι αντιπαραγωγικό και ένας λόγος που θα του ήταν του χρήστη παγερά αδιάφορη η σελίδα μας. Κάτι το οποίο ούτε το επιδιώκουμε ούτε και το θέλουμε.

Η HTML5 έφερε την επανάσταση στο Web Design. Εντύπωση έκαναν στους σχεδιαστές ιστοσελίδων οι δυνατότητες που τους δινότουσαν μέσω της χρήσης της HTML5. Είναι μια εξέλιξη της HTML η HTML5. Πλέον μπορούμε να βάλουμε κίνηση σε αντικείμενα στη σελίδα μας εύκολα, απλά χρησιμοποιώντας κάποιες εντολές. Επίσης μπορούμε να σχεδιάσουμε με κώδικα εικόνες και να βάλουμε ένα βίντεο μέσα στην ιστοσελίδα μας.

Διαβάζοντας παραπάνω ότι, την HTML την χρησιμοποιούμε για να προγραμματίσουμε ιστοσελίδες, μπορεί να παρασυρθούμε και να οδηγηθούμε σε ένα λανθασμένο συμπέρασμα. Ότι η HTML είναι μία γλώσσα προγραμματισμού. Η HTML είναι γλώσσα σήμανσης και όχι προγραμματισμού. Αυτό κυρίως το καταλαβαίνουμε, από τη διαφορετική συντακτική δομή της και τη διαφορετική χρήση της. Χωρίς αυτό να σημαίνει ότι η μία γλώσσα είναι ξεκομμένοι από την άλλη.

Μία γλώσσα προγραμματισμού έχει διαφορετική συντακτική δομή, απ' ότι μια γλώσσα σήμανσης. Επίσης για να χρησιμοποιήσουμε μια γλώσσα προγραμματισμού θα χρειαστούμε κάποιον compiler που πρέπει να κατεβάσουμε. Δηλαδή κάποιον “μεταφραστή” που μεταφράζει την γλώσσα προγραμματισμού σε γλώσσα που να καταλαβαίνει ο υπολογιστής.



Όταν λέμε συντακτική δομή εννοούμε, το κώδικα ενός προγράμματος έτσι όπως έχει γραφτεί από τον προγραμματιστή. Η βασική διαφορά της γλώσσας προγραμματισμού είναι, ότι αρχικά πρέπει να δηλώσουμε τις μεταβλητές, που θα λαμβάνουν τις τιμές, τις οποίες είτε θα τις δηλώνουμε στην αρχή είτε καθώς θα τρέχει το πρόγραμμα. Σε αντίθεση με μία γλώσσα σήμανσης όπως αναφέρεται και παραπάνω(σελ. 21-22), δεν χρειαζόμαστε ούτε κάποιον compiler ούτε να δηλώσουμε μεταβλητές και κυρίως ξεχωρίζει από τη διαφορετική συντακτική της δομή.

```
int x;
char cArray[5];
char cName[] = "Olivia";
```

Εφόσον τελειώσουμε με τη δήλωση των μεταβλητών γράφουμε τις εντολές-συναρτήσεις που καλούν της μεταβλητές προς εκτέλεση.

```
printf("\nCharacter array not initialized:\n");
for ( x = 0; x < 5; x++ )
printf("Element %d's contents are %d\n", x, cArray[x]);
printf("\nInitialized character array:\n");
for ( x = 0; x < 6; x++ )
printf("%c", cName[x]);
```

### 3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ (E-SHOP)

#### ΟΡΙΣΜΟΣ

Με τον όρο ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) εννοούμε την διαδικτυακή απεικόνιση προϊόντων προς πώληση με χρήση ειδικά διαμορφωμένης ηλεκτρονικής πλατφόρμας, που επιτρέπει τις συναλλαγές μεταξύ επιχείρησης και πελάτη/καταναλωτή εντός του διαδικτύου. Με



άλλα λόγια, το ηλεκτρονικό κατάστημα κάνει την ίδια δουλειά με το παραδοσιακό κατάστημα, αφού παρουσιάζει και πουλάει προϊόντα, έχοντας όμως ένα αυτοματοποιημένο σύστημα ηλεκτρονικών συναλλαγών. Έτσι ως ηλεκτρονικά καταστήματα (**e-shop**), ορίζουμε τους ιστότοπους (websites) που υλοποιήθηκαν με την βοήθεια web εφαρμογών, οι οποίες έχουν τις δυνατότητες επεξεργασίας και εμπλουτισμού του περιεχομένου τους σε πραγματικό χρόνο και διαθέτουν τα απαραίτητα συστήματα ενημέρωσης και διαχείρισης μιας ηλεκτρονικής (on-line) παραγγελίας. Σκοπός των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η αγοραπωλησία των προϊόντων ή υπηρεσιών από το διαδίκτυο (Internet). Επίσης με την δημιουργία ενός τέτοιου καταστήματος e-shop οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα των μεγεθών τους, αποκτούν ένα ακόμα ένα «Κατάστημα», με τη διαφορά όμως ότι αυτό θα έχει την δυνατότητα 24ωρης λειτουργίας, χωρίς επιπλέον κόστος, καθώς και μιας μορφής διαφήμισης της επιχείρησης.

#### 3.1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ e-shop

Η είσοδος των e-shop στην ελληνική αγορά, στα πλαίσια της ελεύθερης οικονομίας, έχει επηρεάσει σημαντικά την ελληνική επιχειρηματικότητα, με αποτέλεσμα ότι την τελευταία δεκαετία, να έχει δημιουργηθεί ένας σημαντικός αριθμός e-shop, ορισμένα από τα οποία έχουν σημειώσει μεγάλη επιτυχία. Για παράδειγμα ενδεικτικά αναφέρουμε:

- [www.skroutz.gr](http://www.skroutz.gr)



Το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα ιδρύθηκε το 2005 από τους Βασίλη Δήμο, Γιώργο Αυγουστίδη και Γιώργο Χατζηγεωργίου και κατάφερε να αποτελέσει την μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης προϊόντων με κύριο κριτήριο την τιμή τους στην ελληνική αγορά. Τον Ιούνιο του 2015 η ιστοσελίδα βρέθηκε στην όγδοη θέση μεγαλύτερης επισκεψιμότητας στην Ελλάδα.

- [www.getinnow.gr](http://www.getinnow.gr)



Το getitnow είναι κατάστημα που εμπορεύεται κυρίως ηλεκτρονικά είδη (H/Y, τηλεοράσεις, smartphones κτλ), καθώς και άλλα είδη συσκευών και εξοπλισμού σπιτιού. Ιδρύθηκε το 2010 από τον Πάνο Γερμανό (ιδρυτής του ομίλου ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Ε και μέτοχος άλλων επιτυχημένων εταιρειών) και μέσα σε λίγο χρονικό διάστημα κατάφερε να γίνει ένα από τα μεγαλύτερα ηλεκτρονικά καταστήματα στην Ελλάδα, κερδίζοντας πάνω από 150.000 πελάτες και να έχει πάρει το εθνικό βραβείο εξυπηρέτησης πελατών το 2011.

- [www.glutenet.gr](http://www.glutenet.gr)



Το συγκεκριμένο κατάστημα πορεύεται στο τομέα ειδικής διατροφής και συγκεκριμένα ασχολείται με την πώληση και προώθηση φαγητών ελεύθερων γλουτένης. Είναι ένα από τα μεγαλύτερα e-shop που αφορά τρόφιμα ελεύθερα γλουτένης στην Ελλάδα και Ιδρύθηκε το 2004 ως επέκταση της εταιρείας cana Α.Ε του



Κώστα Καναρόγλου. Επίσης εκτός από προϊόντα ελληνικής παραγωγής το [glutenet.gr](http://glutenet.gr) κατάφερε να εισάγει και τρόφιμα από το εξωτερικό, με πιο πρόσφατο επίτευγμα να γίνει αποκλειστικός αντιπρόσωπος του ομίλου Schar στην Ελλάδα το 2006.

-[www.brandsGalaxy.gr](http://www.brandsGalaxy.gr)



Αποτελεί δραστηριότητα το 2013 του ομίλου ANTENNA (με έδρα το Μαρούσι Αττικής) και εμπορεύεται είδη μόδας όπως καλλυντικά ομορφιάς, ρούχα, υποδήματα και είδη σπιτιού επώνυμων μαρκών (Brand names) σε μοναδικές τιμές, ειδικών προφορών και εκπτώσεων. Το συγκεκριμένο κατάστημα είναι το Νο1 κατάστημα shopping του τομέα του στην Ελλάδα.

- [www.public.gr](http://www.public.gr)



Το [public.gr](http://public.gr) είναι η ηλεκτρονική μορφή των καταστημάτων λιανικής πώλησης τεχνολογιών, πολιτισμού και επικοινωνιών **PublicStores**. Αξίζει να σημειωθεί ότι η αλυσίδα αυτών των καταστημάτων ανήκει στον Όμιλο Εταιρειών Π. Γερμανού και μπήκε στο χώρο του Ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce) τον Σεπτέμβριο του 2013 σημειώνοντας σημαντική επιτυχία σε όλη την Ελλάδα.

### 3.2. ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΑ ΞΕΝΑ e-shops

Στο Εξωτερικό σαφώς είναι πιο διαδεδομένα τα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop), και έτσι υπάρχει πληθώρα άκρως επιτυχημένων καταστημάτων, αφού πλέον οι περισσότερες αγορές γίνονται με ηλεκτρονικό τρόπο και όχι με τον παραδοσιακό τρόπο εμπορίου. Εμείς

όμως θα αναφερθούμε στα δύο πιο επιτυχημένα e-shop όχι μόνο διότι σημείωσαν επιτυχία στο εξωτερικό, αλλά και επειδή κατάφεραν να γίνουν τα δύο κυρίαρχα ηλεκτρονικά καταστήματα σε όλο τον κόσμο.

[-www.ebay.com](http://www.ebay.com)



Το eBay (αρχικά ονομαζόταν Auctionweb) ιδρύθηκε το 1995 από τον Pierre Omidyar και είναι μια ιστοσελίδα με αντικείμενο τις διαδικτυακές δημοπρασίες προϊόντων. Τα γραφεία της εταιρείας αυτής βρίσκονται στο Οχάιο της Καλιφόρνια. Το γεγονός της παγκόσμιας επιτυχίας του, οφείλεται στην ελευθερία που δίνεται στους ανθρώπους να μπορούν να αγοράσουν ή να πουλήσουν οτιδήποτε θέλουν εκεί. Επίσης οι άνθρωποι είναι υποχρεωμένοι να στείλουν τα προϊόντα τους οι ίδιοι στους αγοραστές τους μέσω ταχυδρομείου, ενώ οι αγοραστές μπορούν να στείλουν τα χρήματα με όποιο τρόπο επιθυμούν, αν και οι περισσότεροι προτιμούν να πληρώνουν μέσω paypal (σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών) το οποίο ανήκει στους ιδιοκτήτες του ebay.

[-www.amazon.com](http://www.amazon.com)



Η amazon.com είναι μεγαλύτερη εταιρεία στον κόσμο στον τομέα της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου και είναι από τις πρώτες εταιρείες που βασίστηκε στον διαδίκτυο με γνώμονα τις πραγματικές πωλήσεις καταναλωτικών αγαθών. Ιδρύθηκε από τον αμερικανό επιχειρηματία Τζεφ Μπέζος με την ονομασία catabra.com τον Ιούλιο του 1994 με έδρα το Σιάτλ (Ουάσινγκτον) και λίγο αργότερα άλλαξε επωνυμία σε amazon.com. Επίσης η εταιρεία ήταν από τις πρώτες που εφάρμοσαν σύστημα εισηγήσεων μέσω της συνεργατικής συμπεριφοράς των χρηστών του.



### 3.3. ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (social media) ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ



Με τον όρο μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) αναφερόμαστε στα μέσα αλληλεπίδρασης ομάδων ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα ή ασχολίες, μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων ή απλά ομάδες ανθρώπων που χρησιμοποιούν τα μέσα αυτά για χόμπι ή διασκέδαση. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) υπάρχουν και μπορούν να υπάρξουν σε πολλές και διάφορες μορφές, όπως ιστολόγια (blogs), ιστοσελίδες (Facebook), Φόρουμ (Forum) κτλ ,που είναι βασισμένες σε ποικίλους τρόπους αλληλεπίδρασης και υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα οι υπηρεσίες του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή υπηρεσίες ανταλλαγής μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο. Τα τελευταία χρόνια έχουν μπει για τα «καλά» στη ζωή μας, αποτελώντας και απασχολώντας ένα μεγάλο κομμάτι του χρόνου και της καθημερινότητάς μας με τα δέκα πιο δημοφιλή και χρησιμοποιούμενα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να είναι τα εξής:

1. Facebook
2. Twitter
3. Google+
4. YouTube
5. Blogger
6. LinkedIn
7. Instagram
8. Printerest
9. Foursquare
10. Flickr

Αποτελέσματα ερευνών, αποδεικνύουν ότι σήμερα πάνω από το 20% του χρόνου που ξοδεύουν οι άνθρωποι στον διαδίκτυο (Internet), αφορά τις διαδικασίες, που λαμβάνουν χώρα στην κοινωνική δικτύωση (social net working). Στις διαδικασίες αυτές, παίρνουν μέρος πάνω από 2 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως και ακόμη

υπολογίζεται ότι ο αριθμός της καθημερινής επισκεψιμότητας στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, έχει αυξηθεί δραματικά, ξεπερνώντας έτσι και την επισκεψιμότητα σε συνήθεις μηχανές αναζήτησης, όπως η Googlesearch, η Bing, η Yahoo κ.α. Επίσης η άνθιση των «κοινωνικών» αυτών κοινοτήτων μαζί με την συνεχή αυξανόμενη χρήση κινητών συσκευών τύπου « Smartphone », δημιουργεί την ανάγκη για μια πιο εξατομικευμένη χρήση του διαδικτύου. Συνεπώς η ανάγκη αυτή οδήγησε πολλούς ερευνητές και αναλυτές στην χρήση του όρου web 3.0 ( δηλαδή την «3<sup>η</sup> γενιά» του παγκοσμίου ιστού). Για να κατανοήσουμε καλύτερα τους όρους web 0.1 web 0.2 web 0.3, πρέπει να πούμε ότι στην «πρώτη γενιά» παγκοσμίου ιστού (web 0.1), κυριαρχούσαν οι στατικές ιστοσελίδες, το περιεχόμενο των οποίων αφορούσε κυρίως τρόπους για ενημέρωση και διαφήμιση από εταιρείες. Ακολούθησε η « 2<sup>η</sup> γενιά» (web 0.2 ) ,στην οποία συμπεριλήφθηκε η συμμετοχή χρηστών στην ανάπτυξη περιεχομένου (user generated content) και λίγο αργότερα έκαναν την εμφάνισή τους και διαδόθηκαν πολύ γρήγορα οι εικονικές κοινότητες (virtual communities). Στη «Τρίτη γενιά» παγκοσμίου ιστού (web 0.3) λοιπόν, έχουμε το χαρακτηριστικό ότι τα δεδομένα, παρουσιάζονται στον κάθε χρήστη, αναλόγως με τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες του.

### 3.4. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Από την άλλη πλευρά το ηλεκτρονικό εμπόριο ( e-commerce), δεν αφορά μόνο τις online πωλήσεις, αλλά αποτελεί επίσης μια έξυπνη και αποτελεσματική μέθοδο προώθησης και διαφήμισης προϊόντων στον τομέα του online marketing, με την προβολή τους στα διάφορα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας που υπάρχουν στη σημερινή εποχή, όπως είναι τα social media και ταυτοχρόνως τα μέσα αυτά αποτελούν και έναν, ας πούμε, νέο και πιο μοντέρνο τρόπο «εξυπηρέτησης πελάτη». Όσον αφορά τώρα την σύνδεση του ηλεκτρονικού εμπορίου με τα social media και πως γίνεται αυτή, μπορούμε να το δούμε μέσα από την χρήση των πιο γνωστών, αλλά και αξιοποιήσιμων μέσων κοινωνικής δικτύωσης ,ώστε μια επιχείρηση να ξεπεράσει την αγορά της γειτονιάς της και να προβληθεί μέσω αυτών. Αυτά είναι το Facebook, το Twitter,το LinkedIn και το YouTube.Τα παραπάνω μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ανήκουν σε διαφορετικές κατηγορίες το καθένα ανάλογα με τα χαρακτηριστικά που υπάρχουν στη κάθε κατηγορία. Αναλυτικότερα τα χαρακτηριστικά αυτά έχουν να κάνουν με:

- **τον τρόπο που θα προβάλλονται τα μηνύματα της επιχείρησης:** δηλαδή πως εμφανίζονται τα μηνύματα στους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πώς ο χρήστης χρησιμοποιεί τα μέσα αυτά (δηλαδή μοιράζεται, αξιολογεί ,απαντά στα μηνύματα ή τις δημοσιεύσεις κτλ..) και

- **το εάν η επιχείρηση θα χρησιμοποιήσει όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή κάνει επιλογή σε κάποιο ή κάποια από αυτά:** Η επιλογή αυτή θα εξαρτηθεί από ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές και ποιο μέσο χρησιμοποιεί πιο πολύ το κοινό που θέλει να απευθυνθεί η επιχείρηση.

Ακόμη μια επιχείρηση θα πρέπει να λάβει υπόψη της, εκτός απ' το περιεχόμενο και τη μορφή των μηνυμάτων που θέλει να προωθήσει, και τον διαθέσιμο χρόνο, τους οικονομικούς πόρους, αλλά και το ανθρώπινο δυναμικό που ασχολείται στον τομέα της κοινωνικής δικτύωσης. Γι' αυτό αν μια επιχείρηση αποφασίσει να κάνει μια τέτοια καμπάνια, καλό θα είναι, αφού θα προκύψουν ορισμένες δαπάνες χρηματοοικονομικής φύσης, να ορίσει εξαρχής το κόστος και το ύψος της δαπάνης αυτής, έτσι ώστε οι συνεργάτες της να ισορροπήσουν τα έξοδα αυτά με βέλτιστο τρόπο. Συνοψίζοντας λοιπόν όλα τα παραπάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) στο ηλεκτρονικό εμπόριο ολοένα και αποκτούν πιο ενεργό ρόλο στη πώληση, προβολή και προώθηση των προϊόντων και συγχρόνως φέρνει σε μια πιο άμεση επαφή την επιχείρηση με τους πελάτες της. Με άλλα λόγια η επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι άκρως θετική και ευεργετική για τις επιχειρήσεις και τα ηλεκτρονικά καταστήματα, καθώς αποτελεί σε πολλές περιπτώσεις μια γρήγορη, φθηνή και άμεση μορφή διαφήμισης σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων, ώστε η επιχείρηση να αποκτήσει όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες, σε σύγκριση με τους «παραδοσιακούς» τρόπους διαφήμισης. Επίσης τα social media είναι αυτά που θα αποτελέσουν την κύρια μέθοδο επικοινωνίας και επαφής των επιχειρήσεων με τους πελάτες της για τις προσωπικές αλλά και τις εμπορικές μεταξύ τους συναλλαγές. Τέλος αξίζει να τονιστεί οι προβλέψεις πολλών ερευνητών του ηλεκτρονικού εμπορίου, κάνουν λόγο για το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε λίγα χρόνια θα αποτελούν το κυρίαρχο χαρακτηριστικό των σύγχρονων ηλεκτρονικών εμπορικών επιχειρήσεων και θα μεταβάλλουν την φύση της επιχείρησης όπως τη γνωρίζουμε σήμερα.

### **3.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

Ολοένα και περισσότερες ηλεκτρονικές και μη επιχειρήσεις ανακαλύπτουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως έναν ακόμη τρόπο διαφήμισης, έτσι ώστε να προβάλουν τα προϊόντα τους και την επιχείρησή τους σε τεράστιο αριθμό ανθρώπων. Η επιτυχία αυτή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, να προσελκύσει εκατοντάδες επιχειρήσεις στον κόσμο της ηλεκτρονικής διαφήμισης και του online marketing, οφείλεται στις απίστευτες δυνατότητες και επιλογές ως εργαλεία ανάπτυξης και προβολής, αλλά και τα πολλά

πλεονεκτήματα που προσφέρουν στον επιχειρηματικό κόσμο. Χαρακτηριστικά μερικά από αυτά είναι:

- Προβολή επιχείρησης σε ευρύ αριθμό χρηστών : Ο τεράστιος όγκος χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) και η καθημερινή απασχολία τους με αυτά, αυτομάτως κάνει η διαφήμιση μιας επιχείρησης γρήγορα αντιληπτή σε πολύ μεγάλο αριθμό ανθρώπων, που χρησιμοποιούν τις ανάλογες εφαρμογές.
- Φθηνότερη ή ακόμη και δωρεάν διαφήμιση: Ένα αδιαμφισβήτητο πλεονέκτημα της διαφήμισης στα social media είναι ότι σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να γίνει δωρεάν και χωρίς κανένα κόστος για την επιχείρηση, ενώ αν θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε πιο εξιδανικευμένες υπηρεσίες, που προσφέρουν διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σίγουρα θα κοστίσει πολύ λιγότερο, απ' ότι μια ολοκληρωμένη διαφημιστική καμπάνια με τους παραδοσιακούς τρόπους διαφήμισης.
- Επιλογή και στόχευση κοινού, που θέλει να απευθυνθεί η επιχείρηση: Η δυνατότητα να δει κανείς, μέσω διάφορων ερευνών, ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείται πιο πολύ και από ποιες ηλικίες, έδωσε και την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να επιλέξουν ποιο ή ποια μέσα θα χρησιμοποιήσουν για να διαφημιστούν, ανάλογα με τα προϊόντα τους και το ηλικιακό κοινό, που θέλουν να προσελκύσουν.
- Η μη ανάγκη πληρωμής για ανάδειξη της : Σε πολλές περιπτώσεις της ηλεκτρονικής διαφήμισης, όπως στις μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google), οι επιχειρήσεις εάν ήθελαν να αυξήσουν το κοινό ή της προβολή τους, έπρεπε να πληρώνουν ένα συγκεκριμένο μηνιαίο ή ετήσιο ποσό, ώστε να εμφανίζονται στις πρώτες θέσεις αναζήτησης. Συνήθως όσο πιο εμφανιζόμενη ήταν η σελίδα της επιχείρησης τόσο πιο αυξημένο ήταν το ποσό.

Συνεπώς και βάσει όσων αναφέρθηκαν προηγουμένως, προκύπτει ότι οι μεγαλύτερες εταιρείες έχουν αντιληφθεί πλήρως την έννοια και την χρησιμότητα των κοινωνικών δικτύων στην ηλεκτρονική διαφήμιση και τα χρησιμοποιούν αναλόγως με τις ανάγκες τους. Το σημαντικό βέβαια, δεν είναι ότι οι εταιρείες απλώς χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά το πώς και πόσο εκμεταλλεύονται τη δύναμη και την επιρροή των υπηρεσιών αυτών την σημερινή εποχή που ζούμε.



### 3.6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΠΛΕΥΡΑ

- ✚ Δυνατότητα πωλήσεων ανά πάσα στιγμή σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου
- ✚ Μείωση κόστους εξόδων και χρόνου εργασίας
- ✚ Προβολή όλων των διαθέσιμων προϊόντων
- ✚ Ανταγωνιστικότητα

### 3.7. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

- ✚ Καλύτερη εξυπηρέτηση
- ✚ Δυνατότητα αγοράς από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου
- ✚ Γρηγορότερη αναζήτηση και εύρεση προϊόντων



### 3.8. ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ



Η διαδικασία του ηλεκτρονικού εμπορίου που μεταφέρει την ανθρώπινη οικονομική δραστηριότητα σε χώρους χωρίς γεωγραφικά σύνορα και εθνικά όρια, εγείρει μια σειρά από ερωτηματικά για την ασφάλεια των εμπορικών συναλλαγών και την αξιοπιστία τους. Ο διασυνοριακός χαρακτήρας του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω του παγκόσμιου ιστού κάνει επιτακτική την ανάγκη να θεσπίζει κάθε κράτος μια σειρά νομοθετημάτων, προκειμένου να υπάρχει νομική κάλυψη και προστασία για τους συναλλασσόμενους. Βάσει των παραπάνω γεννώνται ερωτήματα, όπως:

Μήπως η αποσύνδεση της συναλλαγής από τον γεωγραφικό χώρο εξαφανίζει συγχρόνως τον έλεγχο του κράτους στις on-line «συμπεριφορές» και συναλλαγές;

Είναι δυνατός ο έλεγχος του διαδικτύου (internet) από έναν κεντρικό φορέα;

Πώς νομιμοποιείται το κράτος να ρυθμίσει τα νέα αυτά φαινόμενα, μέσα στην παγκόσμια διάσταση, αφού το κράτος έχει δώσει αποκλειστική δικαιοδοσία ρυθμιστικών κανόνων στα άτομα που βρίσκονται εντός των συνόρων του;

Η απάντηση στα ερωτήματα αυτά οδηγούν στη διαπίστωση ότι οι διαδικτυακές συναλλαγές συνδέονται κατά κανόνα με περισσότερες από μια έννομες τάξεις.



Στην Ελλάδα το ηλεκτρονικό εμπόριο ρυθμίζεται βασικά με το ΠΔ 131/2003 με το οποίο έγινε προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την **Κοινοτική Οδηγία 2000/31/EK** για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Απόκτησε έτσι και η χώρα μας ένα σχετικά ολοκληρωμένο νομοθετικό πλαίσιο για τη ρύθμιση των νομικών προβλημάτων που εμφανίζονται στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, καθώς είχε προηγηθεί η έκδοση του ΠΔ 150/2001 για την ενσωμάτωση της **οδηγίας 1999/93 EK**, σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο που αφορά τις ηλεκτρονικές υπογραφές στο εθνικό μας δίκαιο. Σε ειδικότερους τομείς ισχύουν, παράλληλα με το ΠΔ 131/2003, άλλα νομοθετήματα, όπως είναι ο νόμος 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών, ο νόμος 2472/1997 για την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Συνεπώς αυτά τα αλληλοσυμπληρούμενα νομοθετήματα συνέβαλαν στην αποφασιστική ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στη χώρα μας, ενισχύοντας τη διαφάνεια και την ασφάλεια δικαίου και αποσαφηνίζοντας παράλληλα τις προϋποθέσεις άσκησης του ηλεκτρονικού επιχειρείν και τέλος εμπλουτίζεται το οπλοστάσιο της προστασίας των καταναλωτών. Η οδηγία 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8.6.2000 "για ορισμένες πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά" πραγματώνει τον στόχο για θέσπιση ενός συνεκτικού κανονιστικού πλαισίου που θα διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές στο πλαίσιο της ΕΕ. Στην οδηγία περιλαμβάνονται διατάξεις που αφορούν τις επιμέρους πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως είναι η εγκατάσταση των φορέων παροχής υπηρεσιών, η χρήση των εμπορικών επικοινωνιών, οι ηλεκτρονικές συμβάσεις, το καθεστώς αδειών, της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες Διαδικτύου και την εφαρμογή της οδηγίας. Η οδηγία 2000/31/EK πραγματεύεται ορισμένα μόνο ζητήματα και τούτο, διότι ο κοινοτικός νομοθέτης έκρινε ότι οι ισχύουσες διατάξεις του εθνικού δικαίου των κρατών μελών μπορούν να εφαρμοστούν αναλογικά και στις συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου.

### **3.9. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ-ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ (e-shop)**

- Ø Διαδίκτυο( Internet)
- Ø Web Browsers
- Ø Domain names
- Ø Web-servers
- Ø Στατικές Ιστοσελίδες
- Ø Δυναμικές Ιστοσελίδες
- Ø Apache server
- Ø Php
- Ø MySQL
- Ø Php my admin



#### 4. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ- CMS (Content Management System)



Ως συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) ορίζουμε τις εφαρμογές, που επιτρέπουν στους χρήστες να διαχειρίζονται ένα διαδικτυακό περιβάλλον, που περιέχει κείμενα, άρθρα, πίνακες, εικόνες κτλ, με πολύ εύκολο τρόπο, παρόμοιο σαν αυτόν του κειμενογράφου. Πιο συγκεκριμένα οι εφαρμογές αυτές επιτρέπουν την επεξεργασία και αλλαγή του περιεχομένου μια ιστοσελίδας, χωρίς όμως να είναι απαραίτητη η ειδική γνώση εργαλείων ή γλωσσών προγραμματισμού για την δημιουργία μιας ιστοσελίδας (π.χ. HTML, HTML editor κα.). Τα CMS χωρίζονται σε έξι κατηγορίες ανάλογα με το περιεχόμενο που διαθέτουν για χρήση:

- a. **ECMS ( Enterprise CMS)**: Είναι επιχειρησιακά συστήματα διαχείρισης περιεχομένου, που ασχολούνται με το περιεχόμενο, τα έγγραφα, τα παραστατικά και τα στοιχεία των οργανωτικών διαδικασιών μιας επιχείρησης.
- b. **WCMS ( Web CMS)** : Αυτά τα συστήματα ασχολούνται με τον σχεδιασμό και την διαχείριση μιας ιστοσελίδας. Χρησιμοποιούν βάσεις δεδομένων για την αποθήκευση και διάφορα μοτίβα παρουσίασης (templates) για την εμφάνιση της ιστοσελίδας.

- c. DMS ( Document Management System):** Είναι συστήματα διαχείρισης εγγράφων με την δυνατότητα σάρωσης, διαχείρισης και διανομής ψηφιακών εντύπων και είναι αποκλειστικά σχεδιασμένα για τις ασφαλιστικές εταιρείες.
- d. MCMS ( Mobile Content Management System):** Είναι σχεδιασμένα ώστε να παρέχουν και να αποθηκεύουν περιεχόμενα και υπηρεσίες σε κινητά τηλέφωνα και Smart phones.
- e. CCMS ( Component Content Management System):** Τα component content management systems αφορούν ένα σπειρωτό επίπεδο περιεχομένων. Δηλαδή σε κάθε περιεχόμενο παρουσιάζεται ένα θέμα. Τα θέματα αυτά συγκεντρώνονται σε πολλαπλά περιεχόμενα και έχουν την δυνατότητα να παρουσιαστούν ως ψηφιακά ή παραδοσιακά έγγραφα.
- f. LCMS (Learning Content management System) :** Τέλος τα LCMS είναι συστήματα διαχείρισης Μάθησης και είναι μια εφαρμογή λογισμικού για την διαχείριση, τεκμηρίωση, παρακολούθηση, προβολή και υποβολή εκθέσεων με στόχο την ηλεκτρονική παράδοση μαθημάτων (e- learning). (Content Management System. [http://en.wikipedia.org/wiki/Content\\_Management\\_System](http://en.wikipedia.org/wiki/Content_Management_System))

#### **4.1. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ**

- Ταχύτητα δημιουργίας νέων σελίδων
- Δυνατότητα αλλαγών στις υπάρχουσες

- Γρήγορη και άμεση ενημέρωση ιστοσελίδας
- Διαχωρισμός περιεχομένου – σχεδίασης
- Εύκολη πλοήγηση και ευελιξία σε μια ιστοσελίδα
- Μη απαραίτητες ειδικές γνώσεις προγραμματισμού για τους διαχειριστές
- Ασφάλεια αρχείων, διότι τα περιεχόμενα αποθηκεύονται σε βάσεις δεδομένων, οι οποίες είναι εύκολα προσβάσιμες και έχουν τη δυνατότητα να διατηρούν αντίγραφα ασφαλείας.
- Δυνατότητα ταυτόχρονης ενημέρωσης από πολλούς χρήστες και διαφορετικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές.
- Ελαχιστοποίηση των εξόδων για την συντήρηση μιας ιστοσελίδας.

## 4.2. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ

### 4.2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ



Σχεδόν όλα τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου είναι λογισμικά ανοιχτού κώδικα (open sources software ). Όταν αναφερόμαστε στον όρο «λογισμικά ανοιχτού κώδικα», εννοούμε τα προγράμματα στα οποία επιτρέπονται οι αλλαγές στον ο πηγαίο τους κώδικα από άλλα άτομα και υποστηρίζονται από κοινότητες χρηστών και προγραμματιστών, οι οποίοι προσφέρουν διάφορα **plug - ins** και **templates**. Βέβαια ενώ τα περισσότερα λογισμικά ανοιχτού κώδικα είναι δωρεάν για όλους , κατά καιρούς έχουν δοθεί αρκετές διαφορετικές άδειες χρήσης για το κάθε λογισμικό από την εκάστοτε εταιρεία. Επίσης είναι σημαντικό να πούμε ακόμη, ότι πολλές φορές ο όρος «ελεύθερο λογισμικό»

παρεξηγείται από πολλούς ανθρώπους και πολλοί τον ταυτίζουν με την έννοια ότι είναι δωρεάν στον καθένα. Αυτή είναι μια λάθος άποψη καθώς η λέξη «ελεύθερο» αναφέρεται μόνο στο γεγονός της «ελευθερίας» του κάθε χρήστη να εξετάσει και να χρησιμοποιήσει τις γνώσεις και τις δυνατότητες, που του παρέχονται από τον εκάστοτε πηγαίο κώδικα και επίσης μπορεί ο καθένας να εγκαταστήσει κάποιο από αυτά σε έναν εξυπηρετητή που υποστηρίζει μια βάση δεδομένων **MySQL** και την γλώσσα προγραμματισμού **PHP** για την δημιουργία μιας ιστοσελίδας και όχι στο γεγονός ότι υπάρχουν δωρεάν στο Internet, διότι υπάρχουν και λογισμικά ανοικτού κώδικα επί πληρωμή. Επιπροσθέτως σχεδόν όλα τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) επιτρέπουν την διαχείριση περιεχομένου όπως κείμενα, εικόνες, βίντεο, animations, βάσεις δεδομένων κλπ. Με πιο απλά λόγια το κύριο χαρακτηριστικό των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου είναι η δυνατότητα, χωρίς ειδικές γνώσεις προγραμματισμού, ενός απλού χρήστη να δημιουργήσει και να στήσει εξαρχής την ιστοσελίδα του με πανεύκολο τρόπο έως και την καθημερινή ανανέωση και συντήρησή της.

#### **4.2.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

Τα λογισμικά ανοικτού κώδικα, αποτελούν τα βασικότερα κομμάτια της ηλεκτρονικής αγοράς σήμερα και χρησιμοποιούνται από πάρα πολλές εταιρείες επειδή προσφέρουν ένα μεγάλο πλήθος πλεονεκτημάτων στην ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα. Ενδεικτικά αναφέρουμε μερικά από αυτά:

- **Εύκολη προσαρμογή και ευελιξία:** ο χρήστης έχει την απόλυτη ελευθερία και πρόσβαση στο σύστημα, αφού το έχει εγκαταστήσει, για να κάνει οποιαδήποτε αλλαγή ή ενημέρωση ανάλογα με τις ανάγκες και τις προσδοκίες του.
- **Δωρεάν εργαλεία:** Ένα μεγάλο προσόν των λογισμικών ανοικτού κώδικα είναι ότι προσφέρουν στον διαχειριστή μια μεγάλη γκάμα από χρήσιμα και απαραίτητα εργαλεία όπως οι γλώσσες προγραμματισμού PHP, Unix, Perl, Python, που είναι και αυτές ανοικτού κώδικα

Û **Χαμηλό κόστος απόκτησης:** Γεγονός που κάνει τα συστήματα αυτά πολύ ελκυστικά σε σχέση με τα εμπορικά προγράμματα που οι τιμές τους είναι ιδιαίτερα υψηλές, καθώς ο κώδικας τους διατίθεται δωρεάν σε όλους.

Û **Εύκολη επίλυση οποιουδήποτε προβλήματος:** Εάν υπάρξει κάποιο πρόβλημα στο σύστημα, μπορούμε να το επιδιορθώσουμε και εμείς οι ίδιοι, αφού έχουμε την πλήρη πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα, σε αντίθεση με τα εμπορικά προγράμματα ,όπου πρέπει να απευθυνθούμε στον κατασκευαστή για την επίλυση ή να περιμένουμε να αγοράσουμε την επόμενη έκδοση τους προγράμματος.

Û **Κοινότητες υποστήριξης:** Ένα ακόμα μεγάλο πλεονέκτημα των λογισμικών ανοιχτού κώδικα είναι ότι κατάφεραν να δημιουργήσουν πολύ καλές ομάδες ανθρώπων και κοινότητες υποστήριξης που αποτελούνται κατά κύριο λόγο από προγραμματιστές και άλλους χρήστες, οι οποίοι δημοσιεύουν και ανταλλάσσουν μεταξύ τους γνώμες και συμβουλές για τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν.

Û **Εύκολη Ενσωμάτωση σε άλλα συστήματα:** Ένα τελευταίο πλεονέκτημα των λογισμικών ανοιχτού κώδικα αποτελεί η ευκολία τροποποίησης, ώστε να ενσωματωθούν γρήγορα στο υπάρχον σύστημα μιας επιχείρησης, ενώ τα εμπορικά συστήματα δεν έχουν αυτή την δυνατότητα.

### 4.2.3. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Εκτός από την πληθώρα πλεονεκτημάτων που προσφέρουν τα λογισμικά ανοιχτού κώδικα, υπάρχουν και κάποια μικρά μειονεκτήματα που έχουν. Αυτά είναι τα εξής:

Û **Μη ύπαρξη εμπορικής υποστήριξης:** Τα εμπορικά προγράμματα μας δίνουν την δυνατότητα επικοινωνίας απευθείας με τον κατασκευαστή και συνήθως διαθέτουν

ομάδες τεχνικής υποστήριξης για επικοινωνία, κάτι που στα λογισμικά ανοικτού κώδικα είναι ανύπαρκτο , αφού μετά την αγορά ή την εγκατάσταση του λογισμικού αποκλειστικός υπεύθυνος για αλλαγές και επιδιορθώσεις είναι ο αγοραστής/χειριστής.

Û **Μικρή χρηστικότητα:** Ως ένα ακόμη μειονέκτημα θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι ότι τα λογισμικά αυτά δημιουργούνται το καθένα για μια και μόνο χρήση ενός συγκεκριμένου σκοπού. Για παράδειγμα τα λογισμικά που αφορούν την Online μάθηση (e - learning) είναι σχεδιασμένα αποκλειστικά για διαχείριση περιεχομένου , που έχει να κάνει με διαδικασίες μάθησης ( βιβλία, εικόνες βίντεο κλπ, ή ένα λογισμικό ανοικτού κώδικα που αφορά ασφαλιστικές εταιρείες αφορά στην ανταλλαγή και ενημέρωση μόνο ψηφιακών ασφαλιστικών εντύπων της εταιρείας με τους πελάτες της.

#### **4.3. ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΑ ΛΟΓΙΣΜΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ**

✓ **Joomla:** Το Joomla είναι για χιλιάδες χρήστες ένα από τα καλύτερα CMS ανοικτού κώδικα, επειδή διαθέτει τεράστιες δυνατότητες και ένα φιλικό και ευέλικτο περιβάλλον εργασίας διαχείρισης περιεχομένου. Έχει δημιουργηθεί από την γλώσσα προγραμματισμού PHP και χρησιμοποιεί μια βάση δεδομένων MySQL για την αποθήκευση του περιεχομένου του.

✓ **Wordpress:** Το συγκεκριμένο λογισμικό ανοικτού κώδικα είναι μια εφαρμογή για τη δημιουργία κυρίως ιστολόγιων. Χρησιμοποιεί και αυτό την PHP και την MySQL όπως το Joomla και είναι και αυτό πολύ φιλικό στον χρήστη, παρέχοντας του μια πλούσια αρχιτεκτονική προτύπων και επεκτάσεων.

✓ **Drupal:** Το Drupal είναι ένα ακόμα λογισμικό γραμμένο και αυτό σε PHP. Είναι γνωστό εδώ και πολλά χρόνια για την άψογή του αρχιτεκτονική και επιτρέπει στον διαχειριστή να οργανώνει το περιεχόμενο, να αυτοματοποιεί τις διαδικασίες και να

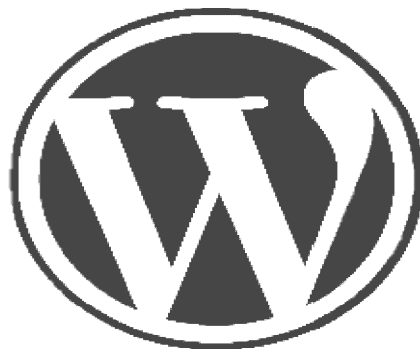


διαχειρίζεται τους άλλους χρήστες μιας ιστοσελίδας , της οποίας είναι διαχειριστής. Επίσης εκτός από την διαχείριση του περιεχομένου

- ▼ **Xoops:** Άλλη μια εφαρμογή γραμμένη σε κώδικα PHP που υποστηρίζει μια βάση δεδομένων MySQL. Το λογισμικό Xoops ενώ στην αρχή το γνωρίσαμε σαν σύστημα μιας δικτυακής πύλης, μετεξελίχθηκε και παραμένει έως σήμερα ένα ισχυρό και ιδανικό εργαλείο ανάπτυξης μεγάλων και μικρών δικτυακών τόπων.
- ▼ **Mambo:** Το Mambo είναι μία από τις καλύτερες λύσεις στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, για την δημιουργία και συντήρηση ιστότοπων και ηλεκτρονικών καταστημάτων, καθώς προσφέρει χαρακτηριστικά και δυνατότητες, που δύσκολα θα βρούμε σε μεμονωμένες σ' ένα πακέτο στη Αγορά. Γι αυτούς τους λόγους λοιπόν το Mambo έχει ηγετικό ρόλο στην αγορά των λογισμικών ανοικτού κώδικα και είναι ένα από τα κορυφαία λογισμικά τέτοιου είδους που έχουν υπάρξει κατά καιρούς.

## 4.4. WordPress ΚΑΙ Joomla!

### 4.4.1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ WORDPRESS



# WORDPRESS

Το Wordpress είναι λογισμικό ανοικτού κώδικα και αποτελεί ένα σύγχρονο σύστημα διαδικτυακών δημοσιεύσεων και διαχείρισης περιεχομένου, με το οποίο κανείς μπορεί εύκολα να δημιουργήσει διάφορες ιστοσελίδες ή ιστολόγια, απλής δημοσίευσης σκέψεων π.χ. άρθρα, φωτογραφίες, βίντεο , γνώμες κτλ έως και την δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Το Wordpress κυκλοφόρησε στις 27 Μαΐου του 2003 από τον Matt Mullenweg και έχει συνταχθεί με την γλώσσα προγραμματισμού PHP, χρησιμοποιώντας για αποθήκευση μια βάση δεδομένων της γλώσσας MySQL. Επίσης μέσω των δυνατοτήτων και των πολλών επιλογών δημιουργίας που διαθέτει, το καθιστά ένα από τα καλύτερα προγράμματα του είδους του στην σημερινή λίστα συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου. Το Wordpress διατίθεται δωρεάν στο Internet , για οποιονδήποτε χρήστη. Υπάρχουν αρκετές ελληνικές και ξένες εκδόσεις του Wordpress σήμερα με την πιο πρόσφατη την Wordpress 4.5.

#### **4.4.2. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ WORDPRESS**

Για να εγκαταστήσουμε το Wordpress στον υπολογιστή μας, είναι απαραίτητες κάποιες προϋποθέσεις και προεγκατάσταση άλλων βοηθητικών προγραμμάτων. Συγκεκριμένα πρέπει να έχουμε στη διάθεσή μας και να εγκαταστήσουμε τα εξής:

- Ø Το PHP 5.6 ή νεότερη έκδοση
- Ø Την MySQL 5.6 ή νεότερη έκδοση
- Ø Τον apache server ή τον Ngix
- Ø Το Mod\_rewrite

### 4.4.3. Η ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ WORDPRESS



Το Wordpress λειτουργεί ως ένα σύστημα προτύπων ιστού, χρησιμοποιώντας έναν επεξεργαστή προτύπων και διαθέτει πληθώρα επιλογών και δημιουργίας ενός ιστότοπου. Αναλυτικότερα οι χρήστες μπορούν θέση σε διάφορα στοιχεία του γραφικού περιβάλλοντος, χωρίς την επεξεργασία κώδικα PHP ή HTML και μπορούν να εγκαταστήσουν ή να αλλάξουν, εάν θελήσουν τα διάφορα οπτικά θέματα. Μια ακόμη λειτουργία του προγράμματος αυτού είναι η δυνατότητα ενσωματωμένης διαχείρισης συνδέσμων, μόνιμοι και μη, οι οποίοι είναι φιλικόι στις μηχανές αναζήτησης. Επίσης το Wordpress έχει την δυνατότητα ανάθεσης και υποστήριξης πολλαπλών κατηγοριών και υποκατηγοριών και προσθήκη ετικετών σε άρθρα και σελίδες, διαθέτει αυτόματα φίλτρα για μορφοποίηση κειμένων και πρότυπα Trackback και πρότυπα Pingback για την προβολή συνδέσμων σε άλλες ιστοσελίδες. Τέλος το Wordpress παρέχει μια πλούσια αρχιτεκτονική πρόσθετων επιλογών, που επιτρέπει στους χρήστες την επέκταση της λειτουργικότητας του προγράμματος πέραν της βασικής εγκατάστασης. (Wordpress. <https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>)

### 4.4.4. ΟΔΗΓΙΕΣ ΚΑΙ ΒΗΜΑΤΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ WORDPRESS



Η διαδικασία εγκατάστασης του Wordpress είναι αρκετά απλή και εύκολη, εφόσον γνωρίζουμε βέβαια τα βασικά και τις τεχνικές γνώσεις για την δημιουργία μιας βάσης δεδομένων. Αφού λοιπόν βεβαιωθούμε ότι

πληρούμε τις προϋποθέσεις και έχουμε εγκαταστήσει τα ανάλογα προγράμματα, τότε ακολουθούμε τα εξής βήματα:

1. Δημιουργούμε μια βάση δεδομένων για το Wordpress
2. Κάνουμε download και αποσυμπιέζουμε την τελευταία έκδοση του wordpress στον προσωπικό μας ηλεκτρονικό υπολογιστή
3. Μετονομάζουμε το αρχείο **wp-config - sample.php** σε **wp-config.php**
4. Ανοίγουμε με κάποιον επεξεργαστή κειμένου (text editor) το αρχείο **wp-config.php** και συμπληρώνουμε τα στοιχεία τα βάσης , που δημιουργήσαμε στο βήμα 1.
5. Ανεβάζουμε όλα τα αρχεία στον web server
6. Με την βοήθεια ενός browser, τρέχουμε το αρχείο εγκατάστασης, το οποίο βρίσκεται στον σύνδεσμο /wp- admin / install.php. ( π.χ. αν το domain μας είναι e-shoppingtherapy.gr τότε πρέπει να επισκεφθείς την σελίδα <http://www.e-shoppingtherapy.gr/wp-admin/install.php>).
7. Ακολουθούμε τις οδηγίες, που εμφανίζονται στην οθόνη και σημειώνουμε τον κωδικό στο τελευταίο βήμα.

(Τι είναι το wordpress. <https://el.wordpress.org/>)



#### 4.4.5. ΒΑΣΙΚΑ PLUG-INS ΓΙΑ WORDPRESS

Όπως προαναφέρθηκε τα plug-ins είναι πρόσθετες εφαρμογές οι οποίες δίνουν στη σελίδα μας “ήθος και χαρακτήρα” και την κάνουν μοναδική. Συνήθως τα Plug-ins που θα χρησιμοποιήσουμε πάνε πακέτο με το theme που θα χρησιμοποιήσουμε στη σελίδα μας και με το τι σελίδα είναι. Υπάρχουν διαφόρων ειδών plug-in, και συνήθως τα περισσότερα

είναι συμβατά σε όλα τα CMS, αλλά υπάρχουν και plug-in τα οποία δημιουργούνται και αναβαθμίζονται για συγκεκριμένα CMS. Η WordPress για παράδειγμα έχει και αυτήν τα δικά της plug-in.

**Ενδεικτικά κάποια απ' αυτά είναι:**

**Ø Jetpack by WordPress.com**



Μερικές από τις δυνατότητες που μας δίνει το Jetpack:

- Ι Στατιστικά στοιχεία επισκεψιμότητας
- Ι Αυτόματο διαμοιρασμό περιεχομένου σε κοινωνικά δίκτυα.
- Ι Ενημέρωση ON/OFF-line κατάστασης ιστοσελίδας.
- Ι Mobile έκδοση ιστοσελίδας.
- Ι Σύνδεση για σχόλια με λογαριασμούς Social Media.

**Ø Contact Form 7**




Το Contact Form 7 είναι ένα πρόσθετο δημιουργίας φορμών επικοινωνίας. Θεωρείτε το καταλληλότερο στη κατηγορία του, από 17 εκατ. χρήστες. Το συγκεκριμένο είναι απλό στη χρήση του και ανανεώνεται τακτικός.

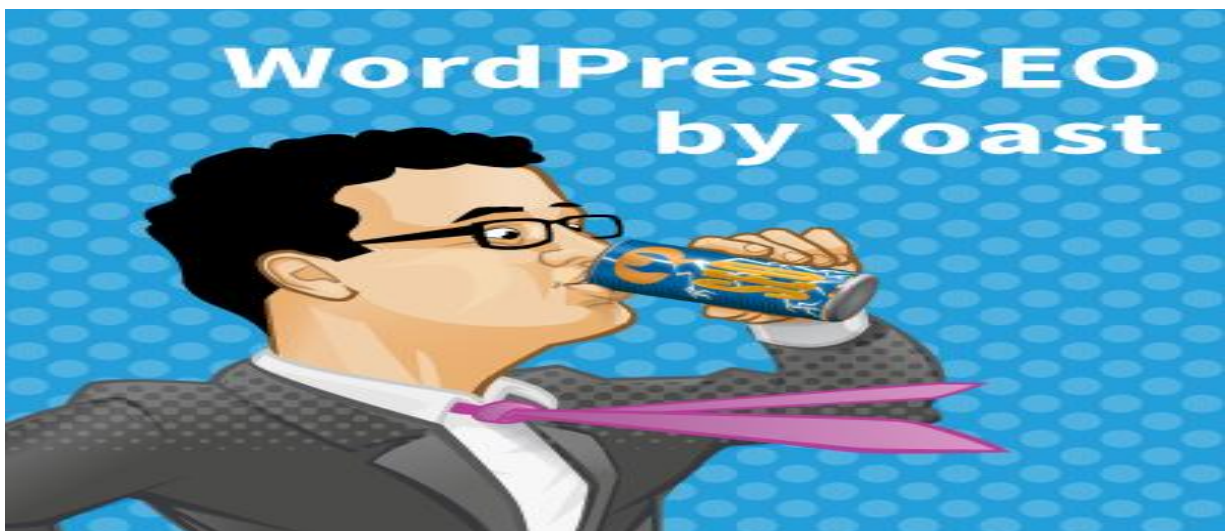
Your Name (required)

Your Email (required)

Your Comments

  
WISDMLABS

Ø *WordPress SEO by Yoast*



Το συγκεκριμένο plug-in αναλαμβάνει την ανάλυση και βελτίωση, μετά από δική μας παρέμβαση, παραγόντων seo που επηρεάζουν την θέση μιας ιστοσελίδας στα



αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης.

Ø *Woocommerce*

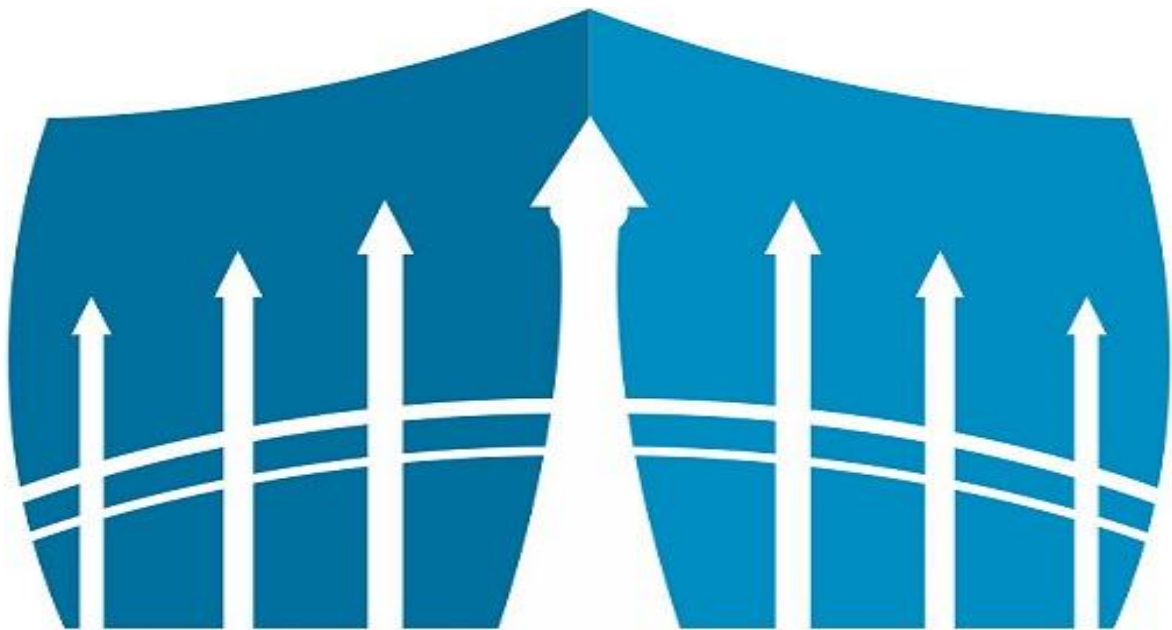


Αν επιθυμούμε να χρησιμοποιήσουμε το WordPress ως πλατφόρμα διαχείρισης ηλεκτρονικού καταστήματος τότε το πρόσθετο Woocommerce είναι το εργαλείο που χρειαζόμαστε. Περιλαμβάνει όλες τις λειτουργίες που πρέπει να έχει ένα σύγχρονο eshop. Ένα ακόμα στοιχείο που αποδεικνύει την αξία του είναι το γεγονός ότι ψηφίστηκε η καλύτερη πλατφόρμα διαχείρισης eshop για το 2013.

A screenshot of the 'General Options' settings page in the Woocommerce WordPress plugin. The page has a tabbed interface with 'General' selected. Under 'General Options', there are settings for 'Base Location' (United States (US) — California), 'Selling Location(s)' (Sell to all countries), 'Store Notice' (checkbox for 'Enable site-wide store notice text' is unchecked), and 'API' (checkbox for 'Enable the REST API' is checked). Under 'Currency Options', there is a note: 'The following options affect how prices are displayed on the frontend.' The settings include 'Currency' (US Dollars (\$)), 'Currency Position' (Left (\$99.99)), 'Thousand Separator' (.), 'Decimal Separator' (.), and 'Number of Decimals' (2).

Επίσης, υπάρχουν Plug-ins που είναι υπεύθυνα για την ασφάλεια της σελίδας μας. Είναι

σαν το FireWall των Windows. Ένα από αυτά είναι το Wordfence Security, προστατεύει τη σελίδα μας από επιθέσεις Hacker και εμποδίζει στο να προσβληθεί η σελίδα μας από Ιούς.



# Wordfence™

Securing your **WordPress** website

## Wordfence Scan

Wordfence Activity Log: Blocking fake Googlebot at IP 62.75.248.138

Summary **Activity Log**

### Activity Summary:

The most recent scan completed 35 mins ago.

A scan is not running at this time and the next scan is scheduled to run approximately 24 mins from now.

Congratulations, you have no security issues that need investigating.

[Start a Wordfence Scan](#)

### Wordfence is Protecting:

<b>3,606</b> Files	<b>1,266</b> Comments
<b>515</b> Directories	<b>85</b> Categories
<b>1</b> Users	<b>232,611</b> Lines of PHP code
<b>18</b> Plugins	<b>86,951</b> Lines of JS, HTML and CSS code
<b>10</b> Themes	<b>277.71</b> MB of data in 3,606 files
<b>4</b> Pages	<b>36</b> Database Tables
<b>424</b> Posts	<b>84,057</b> Database Rows

## 4.5. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ JOOMLA!



Το Joomla! είναι και αυτό ένα CMS και μάλιστα βραβευμένο στο είδος του. Επιτρέπει τη δημιουργία και τη διαχείριση ιστοσελίδων και on line εφαρμογών. Χάρης της ευκολίας χρήσης του και της επεκτασιμότητας του, το Joomla! έχει γίνει το πιο δημοφιλές λογισμικό στο διαδίκτυο. Επίσης το Joomla! είναι ανοικτό λογισμικό και δωρεάν κάτι που το κάνει ελεύθερο προς όλους.

Όπως είπαμε χρησιμοποιούμε το Joomla! για τη δημιουργία ιστοσελίδων κάθε είδους για παράδειγμα:

- Εταιρικές ιστοσελίδες ή διαδικτυακές πύλες (portals).
- Εταιρικά intranets και extranets.
- Online περιοδικά, εφημερίδες και εκδόσεις.
- Ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου και online κρατήσεις.
- Κυβερνητικές εφαρμογές.
- Ιστοσελίδες μικρών επιχειρήσεων.
- Ιστοσελίδες μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και ιστοσελίδες οργανισμών.
- Διαδικτυακές πύλες κοινοτήτων (Community - based portals).
- Σχολικές και Εκκλησιαστικές ιστοσελίδες.
- Ατομικές ή οικογενειακές ιστοσελίδες.
- Ιστοσελίδες μέσω μαζικής ενημέρωσης.
- Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.
- Forum.
- Μεσιτικές ιστοσελίδες.
- Κατάλογοι επιχειρήσεων.
- Πολύγλωσσες Ιστοσελίδες

Σε αντίθεση με άλλα CMS που είναι εμπορικά και προσφέρουν διαφορετικές εκδόσεις ανάλογα με το budget που διαθέτουμε, το Joomla! βγαίνει σε μία έκδοση που καλύπτει τα πάντα. Έχει πάνω από 9.000 plug-in και έχει πάνω από 30.000.000 λήψεις. Επίσης το Joomla! έχει το εξής προτέρημα δεν μας δεσμεύει με τον προγραμματιστή της ιστοσελίδας μας, γιατί βασίζεται σε μια ανοιχτή πλατφόρμα κάτι που μας δίνει τη δυνατότητα διαχείρισης. Είναι αρκετά δημοφιλής CMS και αυτό χάρης στον αυξανόμενων αριθμό χρηστών και της ενεργής κοινότητας του.

Το Joomla! είναι φιλικό με τις μηχανές αναζήτησης για τον λόγο ότι:

- Διαθέτει την καλύτερη πλατφόρμα για δημιουργία ιστοσελίδων που πληρεί όλες τις προϋποθέσεις του SEO (Search Engine Optimization), ενώ άλλα CMS χρειάζονται πρόσθετα
- Η διάταξη της σελίδας σε HTML είναι κατάλληλα διαμορφωμένη έτσι ώστε να καθιστά εύκολο τις μηχανές αναζήτησης να ψάχνουν τις λέξεις κλειδιά.
- Όλες οι διευθύνσεις URL είναι φιλικές προς τις μηχανές αναζήτησης για τον λόγο ότι δεν χρησιμοποιεί αριθμούς ή σύμβολα αλλά λέξεις κλειδιά τα οποία θα επιλέξουμε εμείς.
- Μας δίνει τη δυνατότητα να εισάγουμε λέξεις κλειδιά σε γενικό επίπεδο σε όλη την ιστοσελίδα, ακόμα και σε κάθε σελίδα ξεχωριστά ανάλογα με το άρθρο που αυτό στο μέλλον θα μας βοηθήσει στο να εμφανίζεται η σελίδα μας στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης.

Το Joomla! είναι μια open source εφαρμογή, που την ελέγχουν κάθε μέρα εκατοντάδες άνθρωποι, κάτι που μας βοηθάει γιατί εάν τη ρυθμίσουμε σωστά και την εγκαταστήσουμε σε έναν ποιοτικά ασφαλή διακομιστή είναι μια ασφαλής και αξιόπιστη λύση ακόμα και για μεγάλους ιστότοπους. Αυτό το αποδεικνύουν οι μεγάλες εταιρίες που το χρησιμοποιούν για την κατασκευή των ιστοσελίδων.

Το Joomla! για δύο συνεχόμενα χρόνια 2006 και 2007 αλλά και το 2011 κέρδισε το Pact Publishing Open Source Content Management System βραβείο. (Τι είναι το Joomla. <http://www.cnctech.gr/blog/ti-einai-to-joomla.>)



## 4.6. WAMP & XAMP

Όπως είδαμε και παραπάνω για να στήσουμε μία ιστοσελίδα από το σπίτι θα χρειαστεί να έχουμε εγκατεστημένες κάποιες υπηρεσίες-προγράμματα στον Η/Υ μας. Αρχικά θα πρέπει να αποφασίσουμε με πια πλατφόρμα διαχείρισης συστήματος περιεχομένου θα στήσουμε το site μας WordPress, Joomla κ.α., στη συνέχεια θα πρέπει να κάνουμε το λειτουργικό σύστημα του Η/Υ μας ικανό στο να μπορέσει να υποστηρίξει το CMS της επιλογής μας δηλαδή να το βάλουμε σε λειτουργία “Server” και “Web Server” εγκαθιστώντας τις λειτουργίες Apache HTTP εξυπηρετητής δηλαδή έναν Web Server, MySQL γλώσσα προγραμματισμού δυναμικών βάσεων δεδομένων και PHP γλώσσα προγραμματισμού για τη δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιβάλλον ή κάποια άλλη γλώσσα προγραμματισμού. Για αυτήν την εξυπηρέτηση υπάρχουν κάποια πακέτα που περιέχουν το σύνολο των παραπάνω λειτουργιών, όπως και άλλα χρήσιμα εργαλεία (Xdebug, PhpMyadmin, SQLBuddy, webGrind). Αναλόγως τι λειτουργικό χρησιμοποιούμε επιλέγουμε το κατάλληλο πακέτο κάποια από αυτά είναι το WAMP για περιβάλλον Windows , LAMP για περιβάλλον Linux, MAMP για περιβάλλον Mac και το XAMPP ανεξαρτήτως περιβάλλοντος.

### 4.6.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WAMP

Το WAMP είναι ένα πακέτο το οποίο περιλαμβάνει τις τελευταίες εκδόσεις του Apache, της MySQL και της PHP και περιλαμβάνει χρήσιμα εργαλεία όπως (Xdebug, PhpMyadmin, SQLBuddy, webGrind) και είναι συμβατό με λειτουργικό Windows. Μετατρέπει την μονάδα του ηλεκτρονικού υπολογιστή μας σε Web Server με την λειτουργία του Apache και δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας, επεξεργασίας και αποθήκευσης μεγάλων και δυναμικών βάσεων δεδομένων.



Το WAMP βγαίνει από το ακρωνύμιο:

- **Windows**, δηλαδή ο Server λειτουργεί σε περιβάλλον Windows.
- **Apache**, είναι web server και δίνει τη δυνατότητα του πρωτοκόλλου HTTP.
- **MySQL**, γλώσσα προγραμματισμού δυναμικών βάσεων δεδομένων.
- **PHP**, γλώσσα προγραμματισμού για τη δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιβάλλον.

## 4.6.2.ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ WAMP

Για την εγκατάσταση του WAMP πρέπει αρχικά να κατεβάσουμε το αρχείο εγκατάστασης από την σελίδα του WAMP <http://www.wampserver.com/en/>, το οποίο διατίθεται δωρεάν. (Εγκατάσταση WampServer στον υπολογιστή μας. <http://eclass.teipat.gr/eclass/modules/document/file.php/728103/z/joomlaweb/%CE%95%CE%B3%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%AC%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%B7%20WampServer.html>)

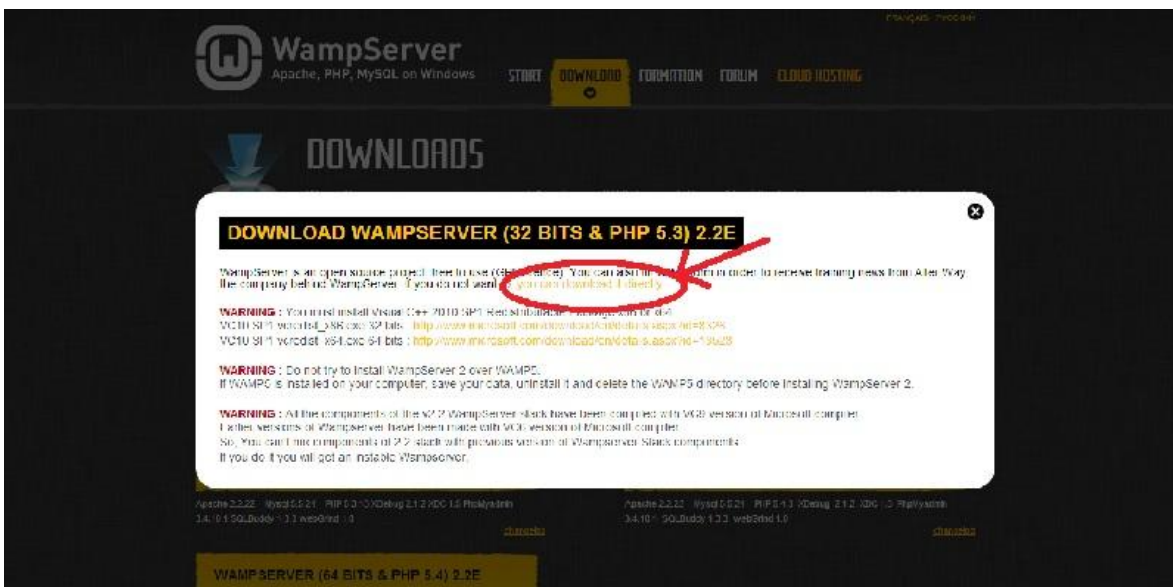
The image shows a screenshot of the WampServer website. At the top, there is a navigation bar with the WampServer logo and the text 'WampServer Apache, PHP, MySQL on Windows'. To the right of the logo, there are several navigation links: 'START', 'DOWNLOAD', 'INSTALLATION', 'FORUM', and 'CLOUD HOSTING'. The 'DOWNLOAD' link is circled in red. Below the navigation bar, the main content area features the text 'WAMPSEVER, a Windows web development environment.' and a cartoon scientist character holding test tubes. Below this, there are social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, and GitHub. A prominent button labeled 'START USING WAMPSEVER' is visible. The bottom section of the page is divided into two columns: 'INSTALLING' and 'FUNCTIONALITIES'. The 'INSTALLING' section includes a sub-section 'START WITH WAMPSEVER' with a small image of test tubes and text describing the ease of installation. The 'FUNCTIONALITIES' section includes text about the completeness and ease of use of the software.



Στη σελίδα που θα εμφανιστεί θα πρέπει να επιλέξουμε το αρχείο εγκατάστασης κατάλληλο με τις απαιτήσεις του λειτουργικού μας συστήματος ( 64 ή 32 bits) και την έκδοση που θέλουμε.



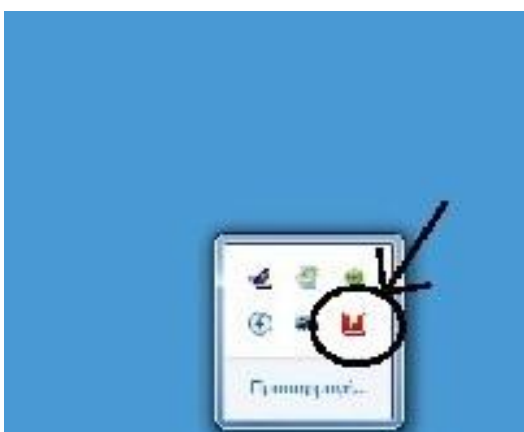
Εφόσον επιλέξουμε την έκδοση και το κατάλληλο αρχείο για τις δυνατότητες του λειτουργικού μας συστήματος, θα μας εμφανίσει ένα παράθυρο που θα μας αναλύει το περιεχόμενο του αρχείου και το τι πρέπει να προσέξουμε πριν την εγκατάσταση του, και πατάμε στο “you can download directly” για να ξεκινήσει το κατέβασμα του αρχείου



Στη συνέχεια ανοίγουμε το αρχείο που κατεβάσαμε και επιλέγουμε “Εκτέλεση”. Για την ολοκλήρωση της εγκατάστασης, πρέπει να ορίσουμε τις παραμέτρους e-mail για την PHP. Αφήνουμε τις προεπιλεγμένες ρυθμίσεις όπως είναι και πατάμε “NEXT”.



Εφόσον, υλοποιηθούν τα παραπάνω βήματα και ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του WAMP, θα εμφανιστεί στην γραμμή εργασιών το λογότυπο του WAMP σε κόκκινο χρώμα.



Για να ξεκινήσουμε το WAMP και να αρχίσουμε να κάνουμε την σελίδα μας θα χρειαστεί να πάμε στο λογότυπο του WAMP και να κάνουμε δεξί κλικ και να επιλέξουμε το “Start all Service” και το λογότυπο θα γίνει πράσινο.



### 4.6.3. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ XAMPP

Οι σχεδιαστές του XAMPP το προόριζαν ως εργαλείο ανάπτυξης και δοκιμής ιστοσελίδων τοπικά στον υπολογιστή, χωρίς να είναι απαραίτητη η σύνδεση στο διαδίκτυο. Το XAMPP χρησιμοποιείτε για τη φιλοξενία ιστοσελίδων, έχει ειδικό εργαλείο για προστασία με κωδικό κάποιων μερών και επίσης υποστηρίζει τη δημιουργία βάσεων δεδομένων τύπου MySQL και SQLite.

Το XAMPP, όπως και το WAMP είναι ένα πακέτο το οποίο περιλαμβάνει τις τελευταίες εκδόσεις του Apache, της MySQL και της PHP και περιλαμβάνει χρήσιμα εργαλεία όπως (Xdebug, PhpMyadmin, SQLBuddy, webGrind), είναι ελεύθερο λογισμικό και λογισμικό ανοικτού κώδικα. Επίσης είναι ανεξαρτήτου πλατφόρμας, δηλαδή

υποστηρίζεται σε όλα τα λειτουργικά συστήματα. Περιλαμβάνει τον εξυπηρετητή HTTP Apache, τη MySQL και έναν διερμηνέα για σελίδες γραμμένες σε PHP και Perl.

Το XAMPP βγαίνει από το ακρωνύμιο:

- **X**, αναφέρεται στο “cross-platform” δηλώνει ότι είναι ανεξαρτήτου πλατφόρμας.
- **A**pache, εξυπηρετητής http:.
- **M**ySQL, γλώσσα προγραμματισμού μεγάλων και δυναμικών Βάσεων Δεδομένων.
- **P**HP, γλώσσα προγραμματισμού δυναμικών ιστοσελίδων.
- **P**erl, γλώσσα προγραμματισμού δυναμικών ιστοσελίδων.

Το XAMPP προϋποθέτει τα λογισμικά συμπίεσης zip,tar,7z ή exe κατά τη διάρκεια της εγκατάστασης. Το XAMPP επίσης έχει τη δυνατότητα αναβάθμισης του Apache, MySQL, PHP, Perl. Εκτός από τα εργαλεία Xdebug, PhpMyadmin, SQLBuddy, webGrind το XAMPP περιλαμβάνει και το OpenSSL.

## 5. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

### 5.1 Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας για την ορθή δόμηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος

Με πρωτοβουλία της ομάδας υλοποίησης της πτυχιακής εργασίας, με θέμα **“Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος με χρήση λογισμικού ανοιχτού κώδικα”**, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που αποσκοπούσε στη συγκέντρωση πληροφοριών όσο αφορά στο πόσο γνωρίζει ο κόσμος για το ηλεκτρονικό εμπόριο γενικότερα, ποια είναι η άποψη τους για τη χρήση ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως θα ήθελαν να είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με την βοήθεια των έτοιμων φορμών της “Google”, εμείς επεξεργαστήκαμε το περιεχόμενο της φόρμας, τοποθετήσαμε τις ερωτήσεις και επίσης εισάγαμε το σκοπό που έχει το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 10 ερωτήσεις υποχρεωτικές, στάλθηκε μαζικά μέσω mail, Facebook, Viber, επίσης αναρτήθηκε και σε forum. Κλήθηκαν 80 άτομα από τα οποία απάντησαν οι 63. Θεωρήσαμε πως το δείγμα των συμμετεχόντων που κλήθηκαν να συμμετάσχουν εθελοντικά ήταν αντιπροσωπευτικό, καθώς ήταν γεωγραφικά απλωμένο. Αποφασίσαμε το ηλικιακό φάσμα να είναι ευρύ (περίπου από 16 ετών έως 61). Βάσει αυτών προέκυψαν τα αποτελέσματα.

Έχετε παροτρύνει σε κάποιον δικό σας να χρησιμοποιήσει κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα; \*

Ναι

Όχι

9. Έχετε δείξει σε κάποιον μεγαλύτερο από εσάς πως να χρησιμοποιεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα; \*

Ναι

Όχι

Αναφέρετε πως θα θέλατε να είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα; (γράψτε στο κενό) \*

Η απάντησή σας

ΥΠΟΒΟΛΗ

Μην κινδυνεύετε ποτέ με άλλους πρόσβασης μέσω των Σοφρών Θεορίε.

4. Πόσες ώρες ασχολείσθε με το διαδίκτυο; \*

1-3 ώρες την ημέρα

3-6 ώρες την ημέρα

6-9 ώρες την ημέρα

Πάνω από 10 ώρες την ημέρα

5. Τι γνωρίζεται για το ηλεκτρονικό εμπόριο; (αναφέρεται στο κενό τι γνωρίζετε για το ηλεκτρονικό εμπόριο) \*

Η απάντησή σας

6. Ποια είναι η γνώμη σας για το ηλεκτρονικό εμπόριο; \*

Καλή

Αριστη

Μέτρια

Κακή

7. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικά καταστήματα; \*

Τακτικός

Όταν έχει κάποια προσφορά

Μόνο από εκεί φωνιάζω

Ποτέ

Είμαι άνεργος

Φοιτητής

Μαθητής

**Το ερωτηματολόγιο είχε την παρακάτω μορφή (βλ. φωτογραφίες)**

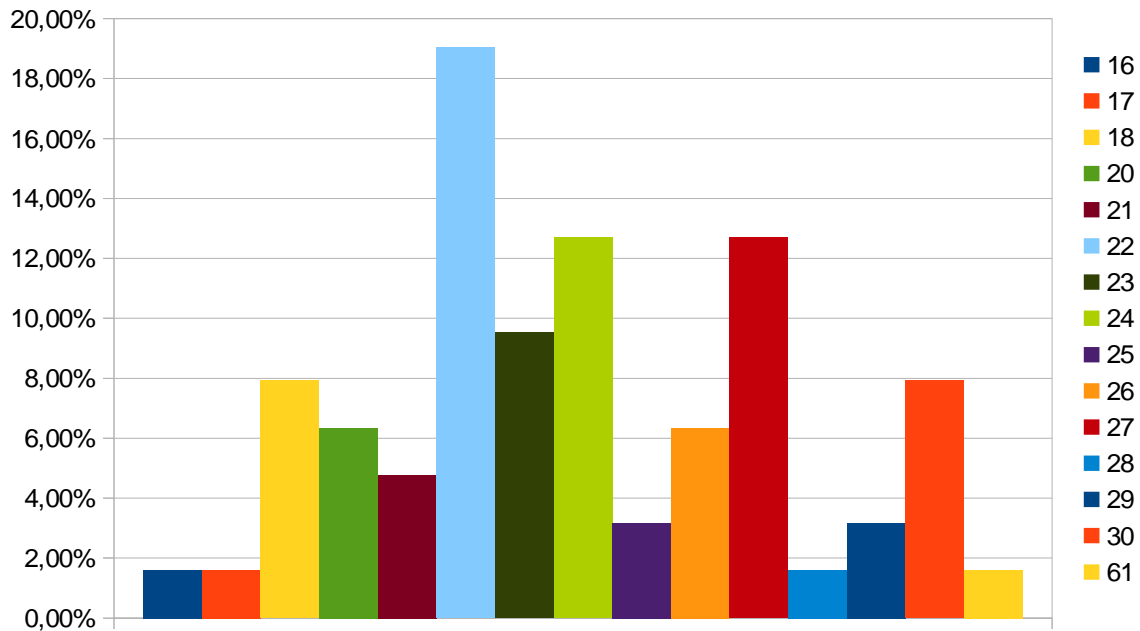
**6.2. Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου**

Οι ηλικίες που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο και σε ποιο ποσοστό.

Ηλικίες	Πόσοι Απάντησαν	Ποσοστό Απαντήσεων
16	1	1,60%
17	1	1,60%
18	5	7,93%
20	4	6,34%
21	3	4,77%
22	12	19,04%

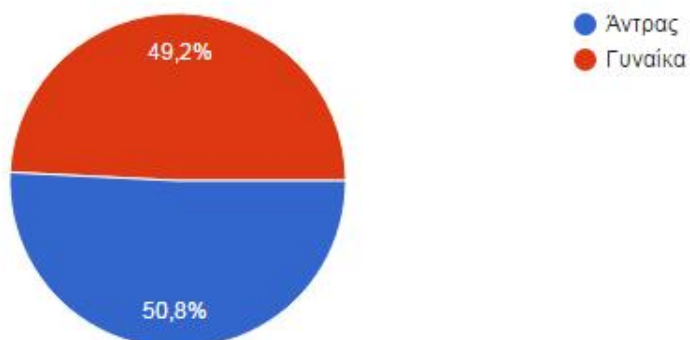


23	6	9,52%
24	8	12,70%
25	2	3,17%
26	4	6,34%
27	8	12,70%
28	1	1,60%
29	2	3,17%
30	5	7,93%
61	1	1,60%
<b>Σύνολο:</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>



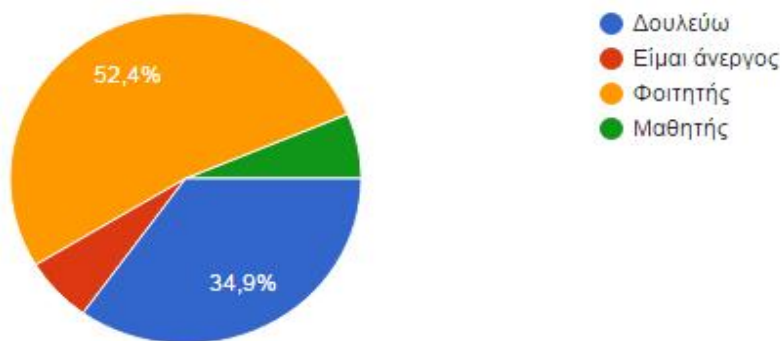
**Στην ερώτηση:**

2. Αντρας ή Γυναίκα; (63 απαντήσεις)



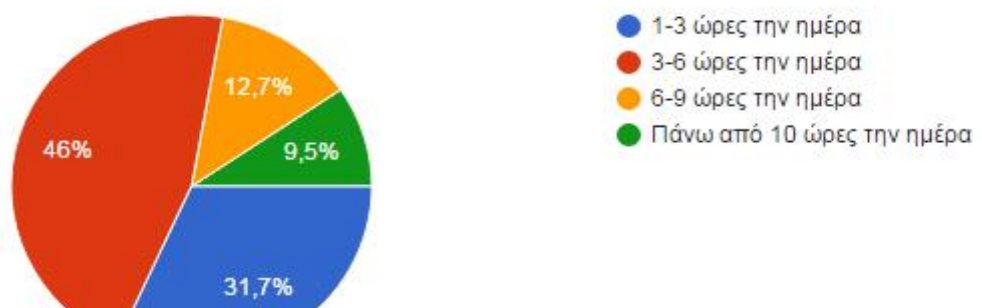
Φύλο	Πόσοι Απάντησαν	Ποσοστό Απαντήσεων
Αντρας	32	50,8%
Γυναίκα	31	49,2%
<b>Σύνολο:</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

### 3. Με τι ασχολείσθε; (63 απαντήσεις)



Ασχολία	Πόσοι Απάντησαν	Ποσοστό Απαντήσεων
Δουλεύω	22	34,9%
Είμαι άνεργος	4	6,3%
Φοιτητής	33	52,4%
Μαθητής	4	6,3%
<b>Σύνολο:</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

### 4. Πόσες ώρες ασχολείσθε με το διαδίκτυο; (63 απαντήσεις)



<b>Ώρες ανά Ημέρα</b>	<b>Πόσοι Απάντησαν</b>	<b>Ποσοστό Απαντήσεων</b>
1-3	20	31,7%
3-6	29	46%
6-9	8	12,7%
Πάνω από 10	6	9,5%
<b>Σύνολο:</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

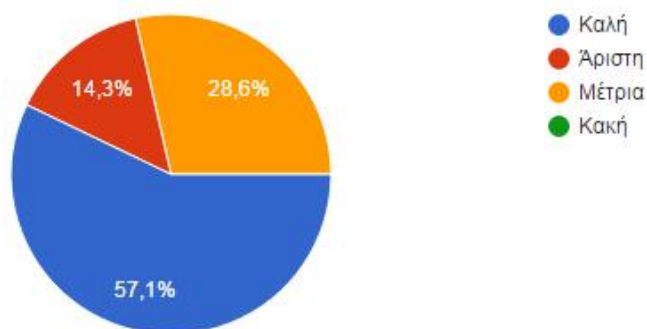
#### **5.Τι γνωρίζεται για το ηλεκτρονικό εμπόριο; (αναφέρεται στο κενό τι γνωρίζετε για το ηλεκτρονικό εμπόριο)**

Λόγω της φύσεως της παραπάνω ερώτησης (ανήκει στη συλλογή ποιοτικών στοιχείων στην έρευνα μας) δεν μπορούμε να παρουσιάσουμε κάποιο πίνακα, κάποιο ραβδόγραμμα ή πίτα με αποτελέσματα όπως υπάρχουν στις υπόλοιπες ερωτήσεις. Έχουν ειπωθεί διαφορετικές απόψεις, σχόλια-απαντήσεις. Παρόλα αυτά θα προσπαθήσουμε να εξάγουμε και να διατυπώσουμε ένα συμπέρασμα για τα όσα μας έχουν απαντήσει τα 63 άτομα που έλαβαν μέρος.

Από τις απαντήσεις που λάβαμε για το “**Τι γνωρίζεται για το ηλεκτρονικό εμπόριο;**” συμπεραίνουμε ότι το **84,13%** των ατόμων που απάντησαν γνωρίζουν σε γενικές γραμμές την ευρύτερη έννοια για το ηλεκτρονικό εμπόριο όπως αγορές – πωλήσεις, ότι έχει σχέση γενικότερα με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Πολλά από αυτά τα άτομα στάθηκαν και επέμεναν στη διαχείριση και ασφάλεια των συναλλαγών- κάποιιο υποστηρίζουν ότι δεν είναι ασφαλές και κάποιιο ότι πολύ απλά χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή.

Το **15,87%** των ατόμων μας απάντησαν είτε ότι δεν γνωρίζουν τίποτα για το ηλεκτρονικό εμπόριο, είτε ότι δεν γνωρίζουν αρκετά.

6. Ποια είναι η γνώμη σας για το ηλεκτρονικό εμπόριο; (63 απαντήσεις)



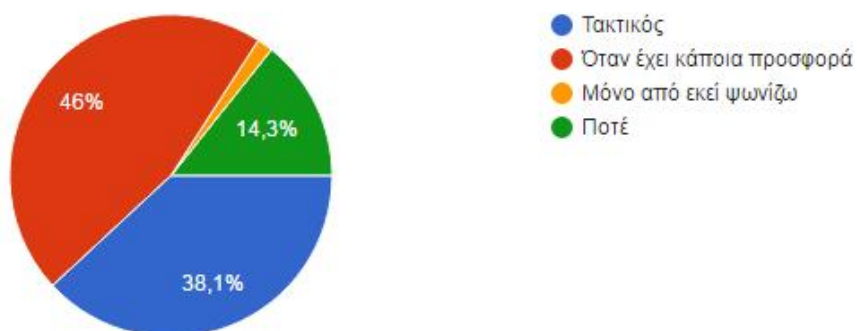
**Γνώμη για το ηλεκτρικό Πόσοι Απάντησαν εμπόριο**

Καλή	36
Άριστη	9
Μέτρια	18
Κακή	0
<b>Σύνολο:</b>	<b>63</b>

**Ποσοστό Απαντήσεων**

Καλή	57,1%
Άριστη	14,3%
Μέτρια	28,6%
Κακή	0%
<b>Σύνολο:</b>	<b>100%</b>

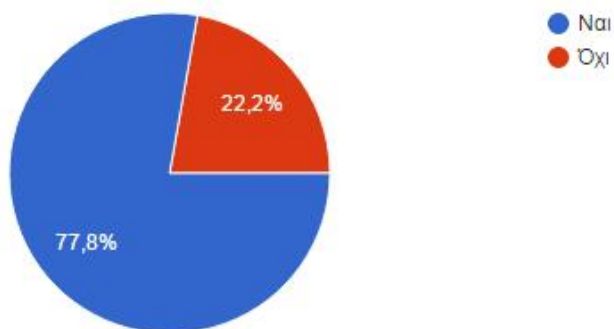
7. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικά καταστήματα; (63 απαντήσεις)



<b>Πόσο χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικά καταστήματα</b>	<b>συχνά</b>	<b>Πόσοι Απάντησαν</b>	<b>Ποσοστό Απαντήσεων</b>
Τακτικός		24	38,1%
Όταν έχει κάποια προσφορά		29	46%
Μόνο από εκεί ψωνίζω		1	1,6%
Ποτέ		9	14,3%
<b>Σύνολο:</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>

Έχετε παροτρύνει σε κάποιον δικό σας να χρησιμοποιήσει κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα;

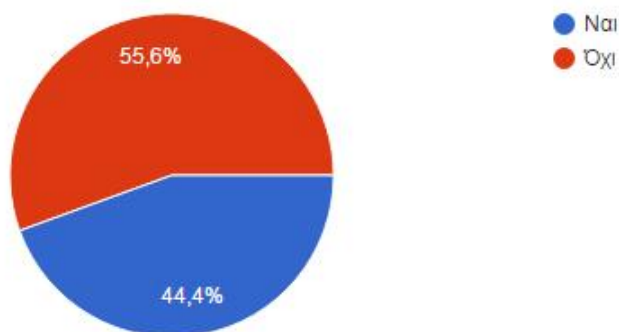
(63 απαντήσεις)



	<b>Πόσοι Απάντησαν</b>	<b>Ποσοστό Απαντήσεων</b>
Ναι	49	77,8%
Όχι	14	22,2%
<b>Σύνολο:</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

9. Έχετε δείξει σε κάποιον μεγαλύτερο από εσάς πως να χρησιμοποιεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα;

(63 απαντήσεις)



	Πόσοι Απάντησαν	Ποσοστό Απαντήσεων
Ναι	28	55,6%
Όχι	35	44,4%
<b>Σύνολο:</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

10. Αναφέρετε πως θα θέλατε να είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα; (γράψτε στο κενό)

Στο ερώτημα “Αναφέρετε πως θα θέλατε να είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα;” απάντησαν το **92,07%** των ατόμων που έλαβαν μέρος στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Μας είπαν ότι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα το θέλανε με μεγάλη ποικιλία προϊόντων, να έχει εύκολη και εύχρηστη πρόσβαση και περιήγηση. Να έχει φιλικό περιβάλλον και πάνω σε αυτό πρότειναν είτε να έχει μουσική καθώς μπαίνεις στο site, είτε το γραφιστικό του περιβάλλον να είναι όμορφα στολισμένο. Η παρουσίαση των προϊόντων να γίνει με τον πιο ελκυστικό τρόπο. Η εταιρία που διαχειρίζεται το site να καλύπτει τα έξοδα αποστολής ή να είναι όσο το δυνατόν πιο χαμηλά. Να έχει live-chat με εκπροσώπους της εταιρίας ή κάποιο τηλεφωνικό κέντρο για να υπάρχει άμεση εξυπηρέτηση προς τον πελάτη. Κάποιοι επέμεναν στο να μην υπάρχουν διαφημίσεις. Τέλος στάθηκαν στο να είναι όσο πιο ασφαλές γίνεται το site όσο αφορά στην ανταλλαγή δεδομένων κατά την αγορά και στην ασφάλεια των προσωπικών τους δεδομένων, καθώς χρειάζεται εγγραφή για παραγγελίες και επίσης θα πρέπει να είναι έμπιστο και έγκυρο καθώς θα ενημερώνει τον πελάτη για την πρόοδο της παραγγελίας του.

Το **7,93%** των ατόμων είτε απέφυγε να μας απαντήσει είτε μας απάντησε “δεν ξέρω”.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Kenneth C. Laudon & Carol Guercio Traver (13<sup>η</sup> έκδοση, 2017). *Ηλεκτρονικό Εμπόριο*.
2. Elizabeth Castro & Bruce Hyslop (8<sup>η</sup> έκδοση, 2013). *HTML5 και CSS*.
3. Dave Chaffey (2008). *Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Εμπόριο*.
4. Δ.Φ. Παπαδόπουλος (2015). *Διαφάνειες παρουσίασης με σημειώσεις για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο*
5. Τι είναι το wordpress. <https://el.wordpress.org/>. Πρόσβαση την 15<sup>η</sup> Νοέμβρη 2015, 20:20.
6. Wordpress. <https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>. Πρόσβαση την 15<sup>η</sup> Νοέμβρη 2015, 20:30.
7. Ηλεκτρονικά καταστήματα.  
[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC\\_%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1). Πρόσβαση την 15<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2016, 20:15.

8. Τι είναι το e-commerce. <https://top.host/learningcenter/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-e-commerce/>. Πρόσβαση την 17<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2016, 19:30.
9. Εγκατάσταση WampServer στον υπολογιστή μας. <http://eclass.teipat.gr/eclass/modules/document/file.php/728103/z/joomlaweb/%CE%95%CE%B3%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%AC%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%B7%20WampServer.html>. Πρόσβαση την 14<sup>η</sup> Μάη 2016, 19:03.
10. Τι είναι το Joomla. <http://www.cnctech.gr/blog/ti-einai-to-joomla>. Πρόσβαση την 14<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 20:33.
11. Hypertext Transfer Protocol. <http://en.wikipedia.org/wiki/Http>. Πρόσβαση 20<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 19:20.
12. HTTPS. <http://en.wikipedia.org/wiki/Https>. Πρόσβαση 20<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 20:28.
13. HTML. <http://en.wikipedia.org/wiki/Html>. Πρόσβαση την 20<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 21:10.
14. World Wide Web. <http://en.wikipedia.org/wiki/Www>. Πρόσβαση την 20<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 21:45
15. Apache HTTP Server. [http://en.wikipedia.org/wiki/Apache\\_server](http://en.wikipedia.org/wiki/Apache_server). Πρόσβαση την 20<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 22:35.
16. PHP. <http://en.wikipedia.org/wiki/Php>. Πρόσβαση την 21<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 18:20.
17. My sql. <http://en.wikipedia.org/wiki/Mysql>. Πρόσβαση την 21<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 20:16.
18. Css. <http://en.wikipedia.org/wiki/Css>. Πρόσβαση την 21<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 21:08.
19. Content Management System. [http://en.wikipedia.org/wiki/Content\\_Management\\_System](http://en.wikipedia.org/wiki/Content_Management_System). Πρόσβαση την 15<sup>η</sup> Νοέμβρη 2015, 21:40.
20. Joomla. <http://en.wikipedia.org/wiki/Joomla>. Πρόσβαση την 14<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 21:00.
21. Open-source software. [http://en.wikipedia.org/wiki/Open\\_source](http://en.wikipedia.org/wiki/Open_source) . Πρόσβαση την 15<sup>η</sup> Μαΐου 2016, 11:30.





## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι**

### **ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ E-SHOP**

#### **Δημιουργία E-shop**

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα αναφερθούμε στη δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος και όλη τη διαδικασία που χρειάζεται για να εγκαταστήσουμε τα απαραίτητα προγραμματιστικά εργαλεία και την σωστή προετοιμασία του Η/Υ μας, για να μπορέσουμε να υλοποιήσουμε το ηλεκτρονικό κατάστημα με χρήση λογισμικού ανοιχτού κώδικα. Επίσης θα δείξουμε όλα τα απαραίτητα βήματα για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Τέλος, θα γίνει μία παρουσίαση του ηλεκτρονικού καταστήματος που μας έχει ζητηθεί για να δημιουργήσουμε για την υλοποίηση της πτυχιακής εργασίας μας.

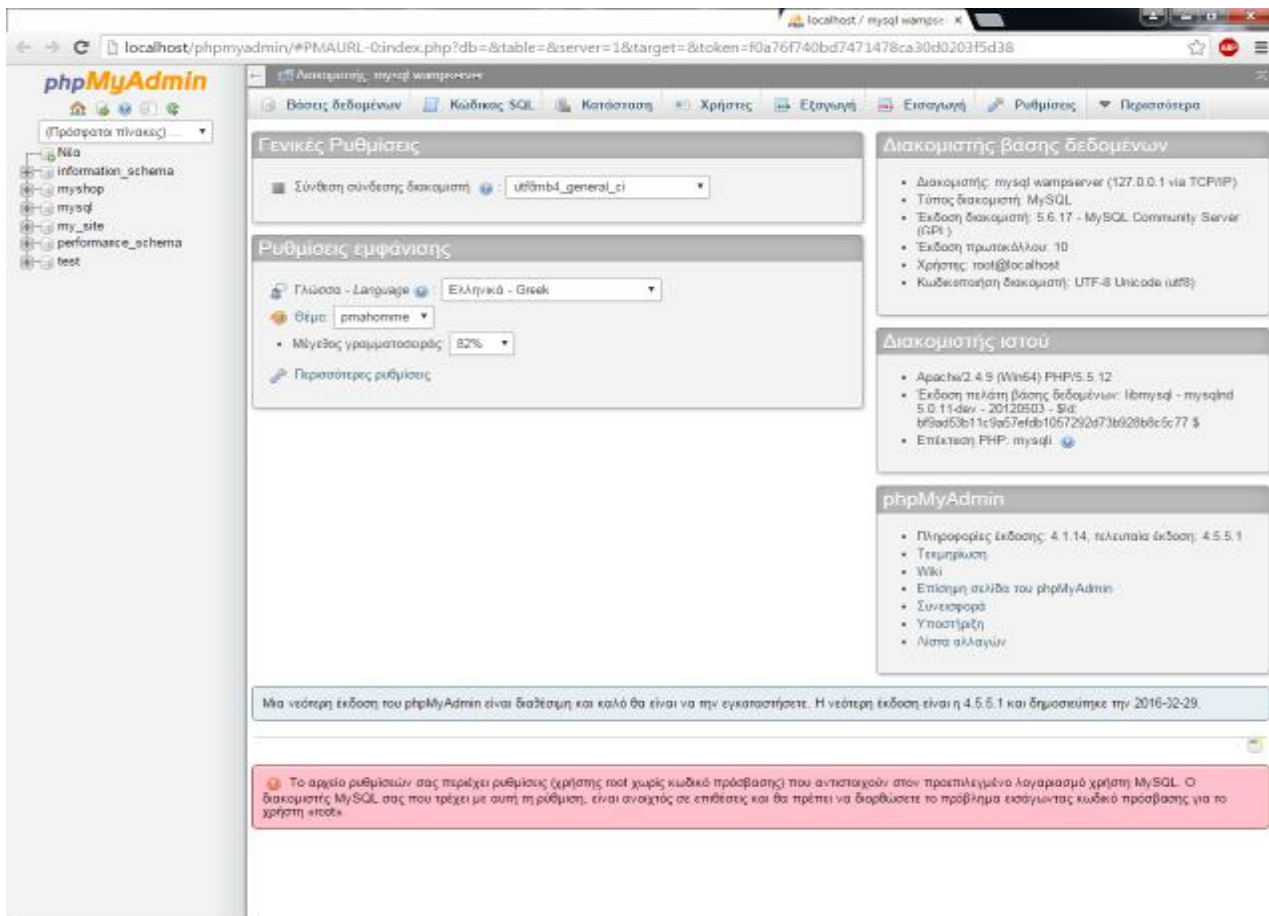
#### **12.1. Προετοιμασία του Η/Υ**

Για να δημιουργήσουμε το ηλεκτρονικό κατάστημα μας, πρέπει αρχικά να προετοιμάσουμε τον Η/Υ μας, για να εξασφαλίσουμε τη σωστή λειτουργία της πλατφόρμας δημιουργίας ιστότοπων. Επιλέξαμε, το WordPress για να υλοποιήσουμε το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Πριν εγκαταστήσουμε τη πλατφόρμα του WordPress, πρέπει να εξασφαλίσουμε ότι ο υπολογιστής μας είναι σε θέση να φιλοξενήσει την ιστοσελίδα μας. Αρχικά πρέπει να σιγουρευτούμε, ότι ο υπολογιστής μας μπορεί να μας παρέχει, τη δυνατότητα παροχής του εξυπηρετητή του πρωτοκόλλου Http, δημιουργία-επεξεργασία και αποθήκευση μεγάλων και δυναμικών βάσεων δεδομένων και σύστημα δημιουργίας δυναμικών ιστοσελίδων, δηλαδή τρόπο μετάφρασης σε γλώσσα PHP και κάποια άλλα σημαντικά εργαλεία.

Για να ξεκινήσουμε λοιπόν θα χρειαστεί να κάνουμε τον υπολογιστή μας “Server” και να εξασφαλίσουμε ότι θα μας παρέχει όλα τα παραπάνω. Γι’ αυτό τον λόγο θα χρειαστεί να κατεβάσουμε και να εγκαταστήσουμε το WAMP, όπως έχει αναφερθεί πιο πάνω σελ(82-85).

Εφόσον κατεβάσουμε και εγκαταστήσουμε το WAMP, ξεκινάμε για να υλοποιήσουμε τη βάση δεδομένων που θα στηριχθεί η ιστοσελίδα μας.

Κάνοντας δεξί κλικ στο λογότυπο του WAMP κάνουμε κλικ στην επιλογή “**PHPMysqlAdmin**” και μας μεταφέρει στο χώρο για να δημιουργήσουμε την αρχική μας Βάση Δεδομένων που θα στηριχθεί η ιστοσελίδα μας.



Κλικάρουμε στην επιλογή «Νέα» για να ξεκινήσουμε τη βάση δεδομένων.





localhost/phpmyadmin/#PMAURL=4:server\_databases.php?db=&table=&server=1&target=&token=f0a761740bd7471478ca30d0203f5d38

phpMyAdmin

Διακομιστής: mysql / wampserver

Βάσεις δεδομένων Κώδικας SQL Κατάσταση Χρήστες Εξομολόγηση Εισαγωγή Ρυθμίσεις Περισσότερα

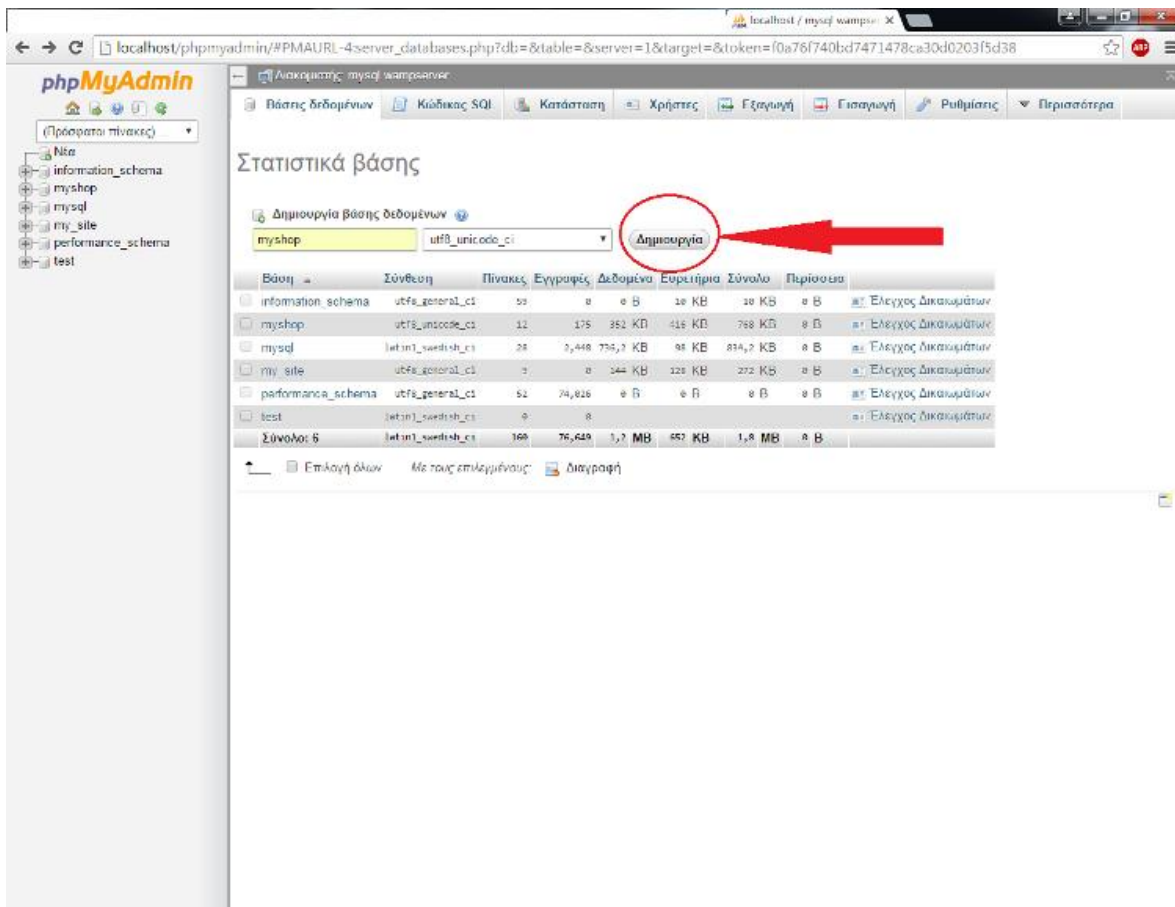
### Στατιστικά βάσης

Δημιουργία βάσης δεδομένων

mysql utf8\_unicode\_ci Δημιουργία

Βάση	Σύνθεση	Πίνακες	Εγγραφές	Δεδομένα	Ευρετήρια	Σύνολο	Περίσταση
information_schema	utf8_general_ci	59	0	0 B	10 KB	10 KB	0 B
mysql	utf8_unicode_ci	17	375	357 KB	414 KB	758 KB	0 B
mysql	latin1_swedish_ci	28	2,448	716,2 KB	84 KB	804,2 KB	0 B
my_site	utf8_general_ci	0	0	144 KB	128 KB	272 KB	0 B
performance_schema	utf8_general_ci	52	74,808	0 B	0 B	0 B	0 B
test	latin1_swedish_ci	0	0	0	0	0	0 B
<b>Σύνολο:</b>	latin1_swedish_ci	<b>100</b>	<b>75,549</b>	<b>1,2 MB</b>	<b>652 KB</b>	<b>1,8 MB</b>	<b>0 B</b>

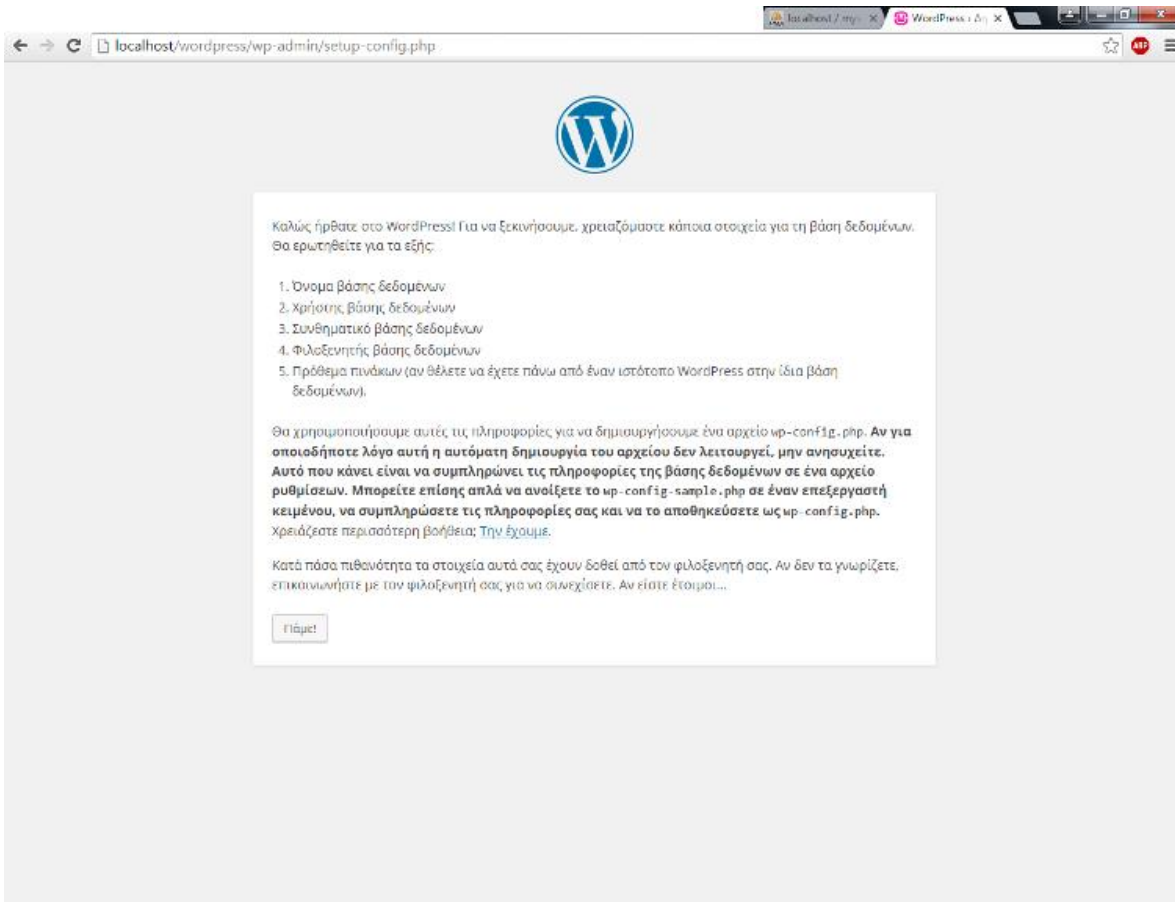
Επιλογή όλων Με τους επιλεγμένους Διαγραφή



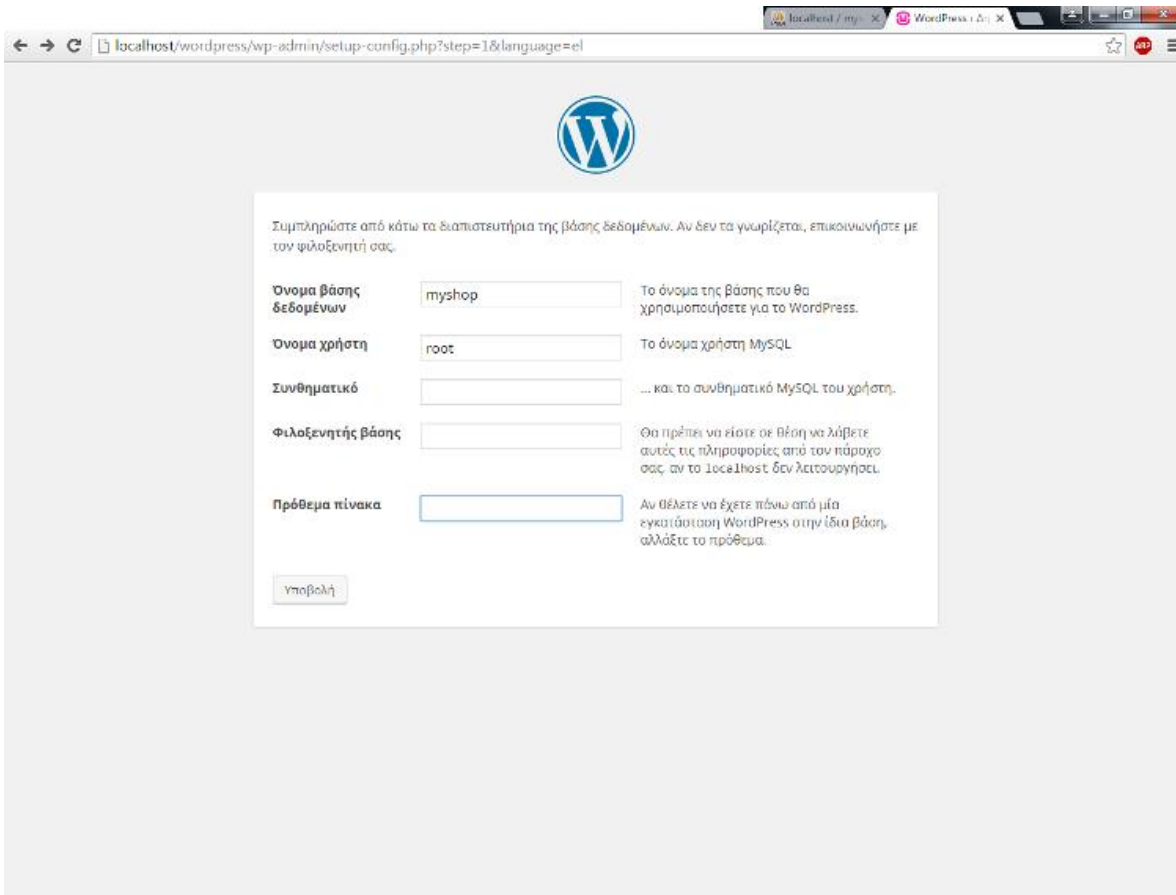
Η βάση δεδομένων μας είναι έτοιμη και σε θέση για να την επεξεργαστούμε. Τώρα μας μένει η εγκατάσταση του WordPress όπως είπαμε πιο πάνω.

## Δημιουργία E-shop

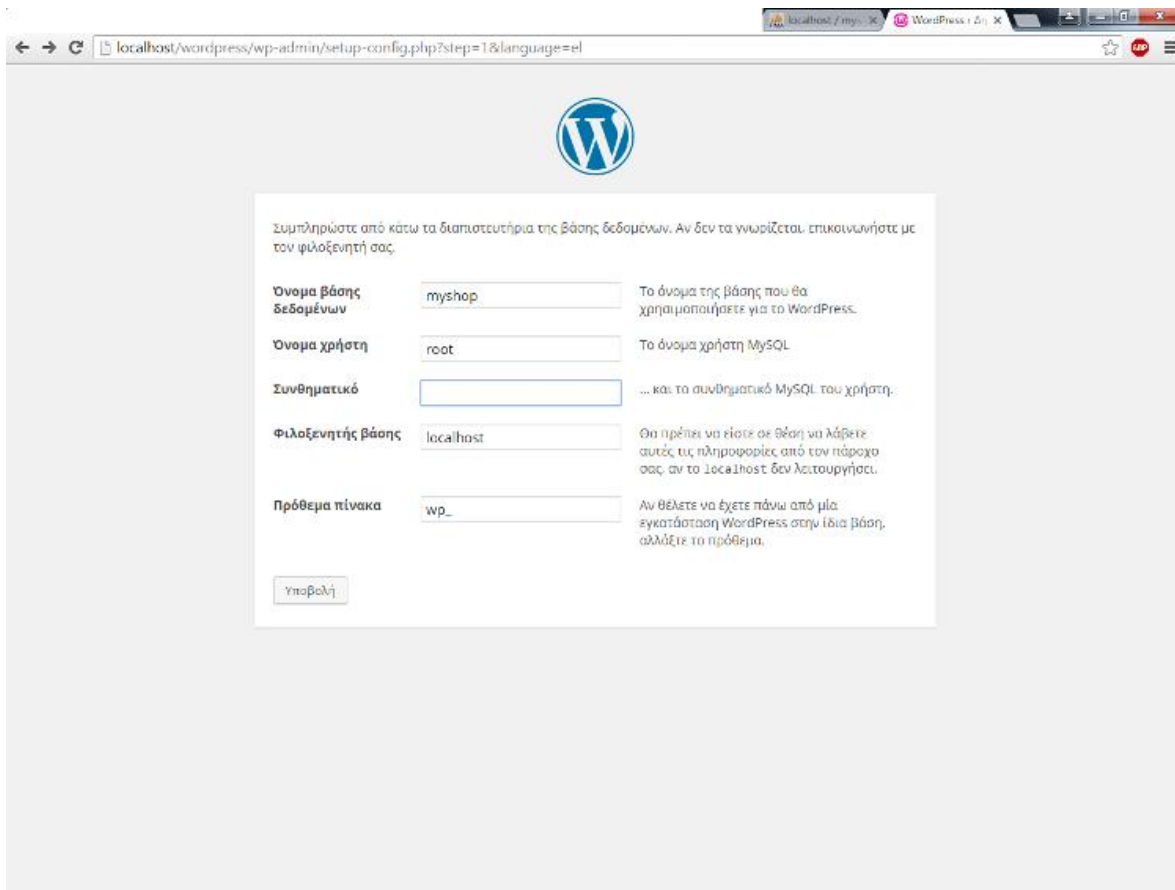
Για να δημιουργήσουμε το ηλεκτρονικό κατάστημα μας και ολοκληρώσουμε την εγκατάσταση του WAMP και φτιάξουμε τη βάση δεδομένων και κάνουμε την εγκατάσταση του WordPress, ανοίγουμε τον browser και πληκτρολογούμε στη γραμμή διεύθυνσης “localhost/wordpress/wp-admin” και θα μας ανοίξει μια εισαγωγική σελίδα για την πλήρη εγκατάσταση του WordPress.



Πατάμε την επιλογή “Γιάμε”, και μας οδηγεί στη σελίδα που χρειάζεται να εισάγουμε τα στοιχεία της βάσης δεδομένων που έχουμε δημιουργήσει.

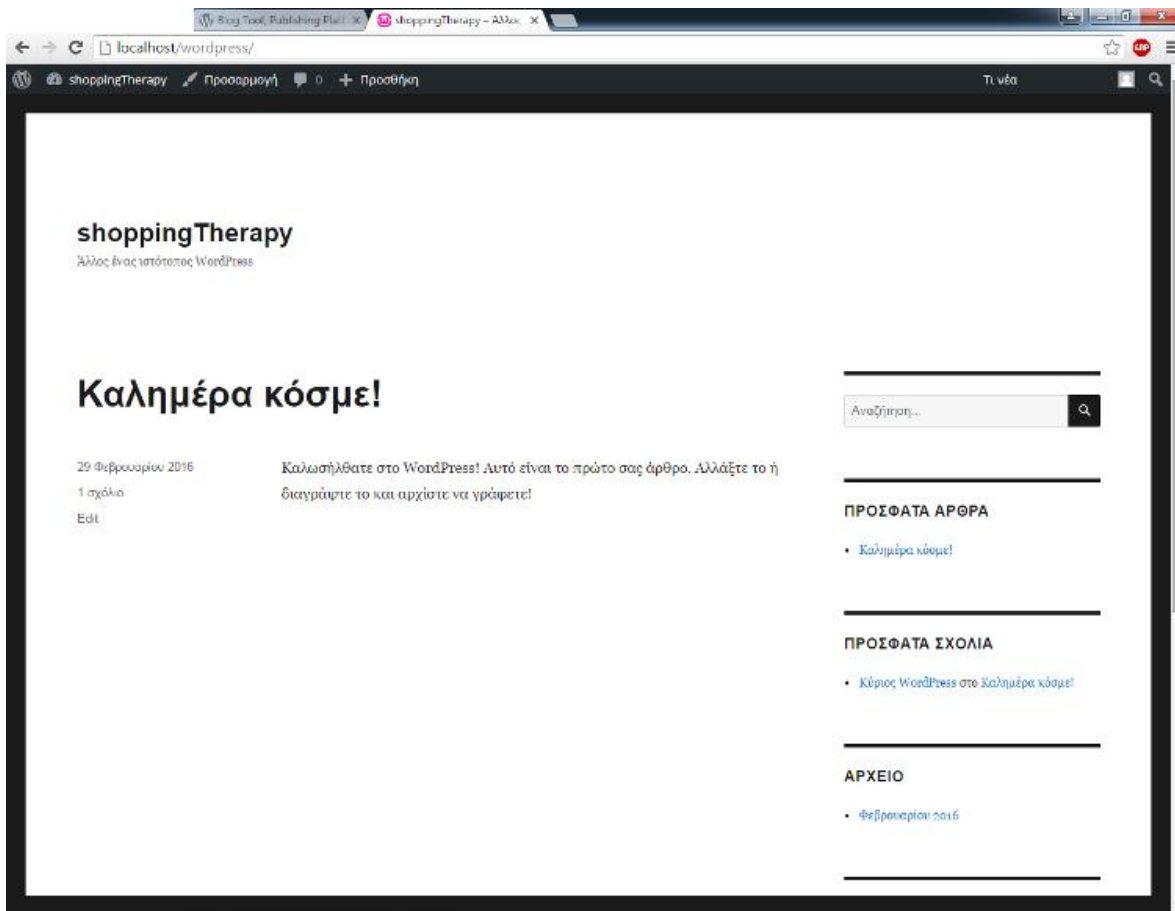


Θα χρειαστεί να εισάγουμε το όνομα της βάσης, το όνομα χρήστη που θα είναι “root”, το συνθηματικό αν χρειάζεται, τον φιλοξενητή της βάσης και τέλος το πρόθεμα του πίνακα.

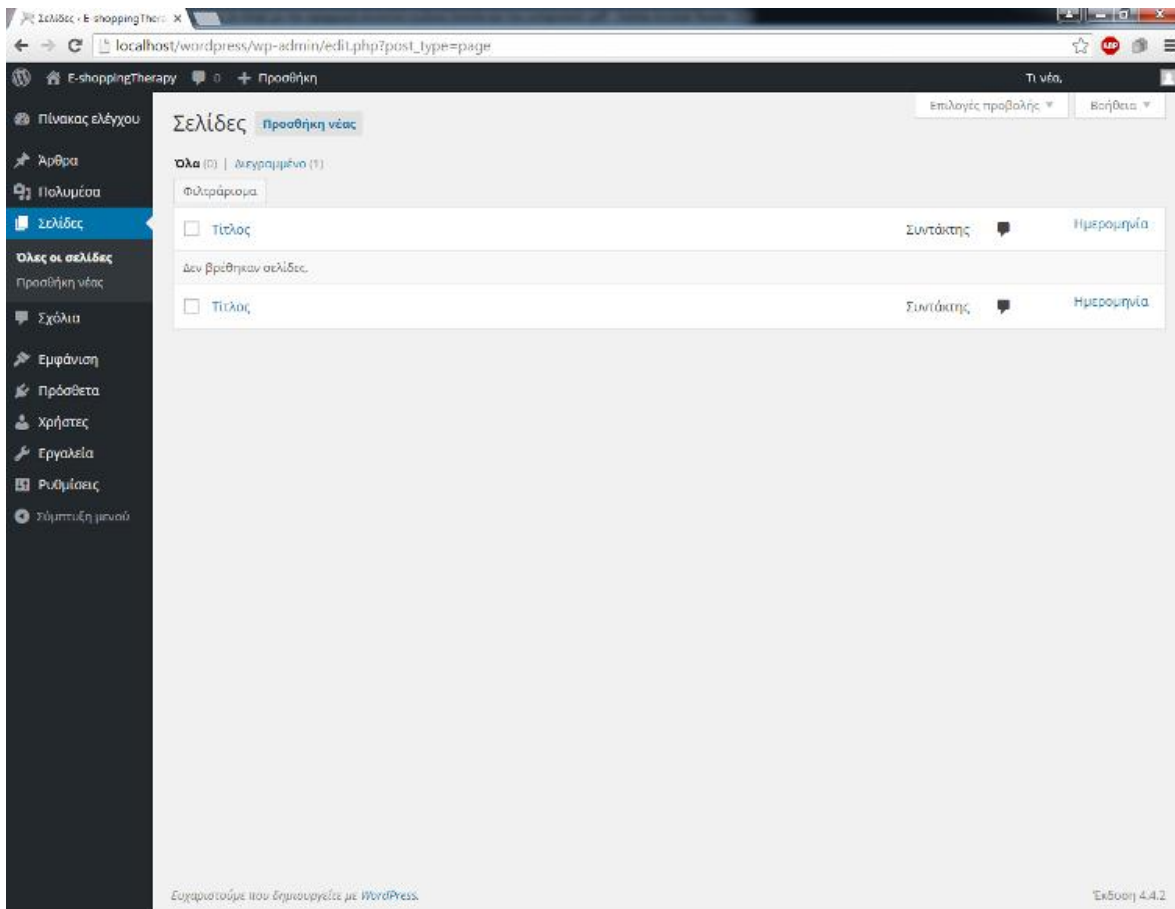


Και πατάμε υποβολή. Θα μας εμφανίσει την πρώτη σελίδα με ένα προεπιλεγμένο θέμα που αν θελήσουμε το αλλάζουμε.

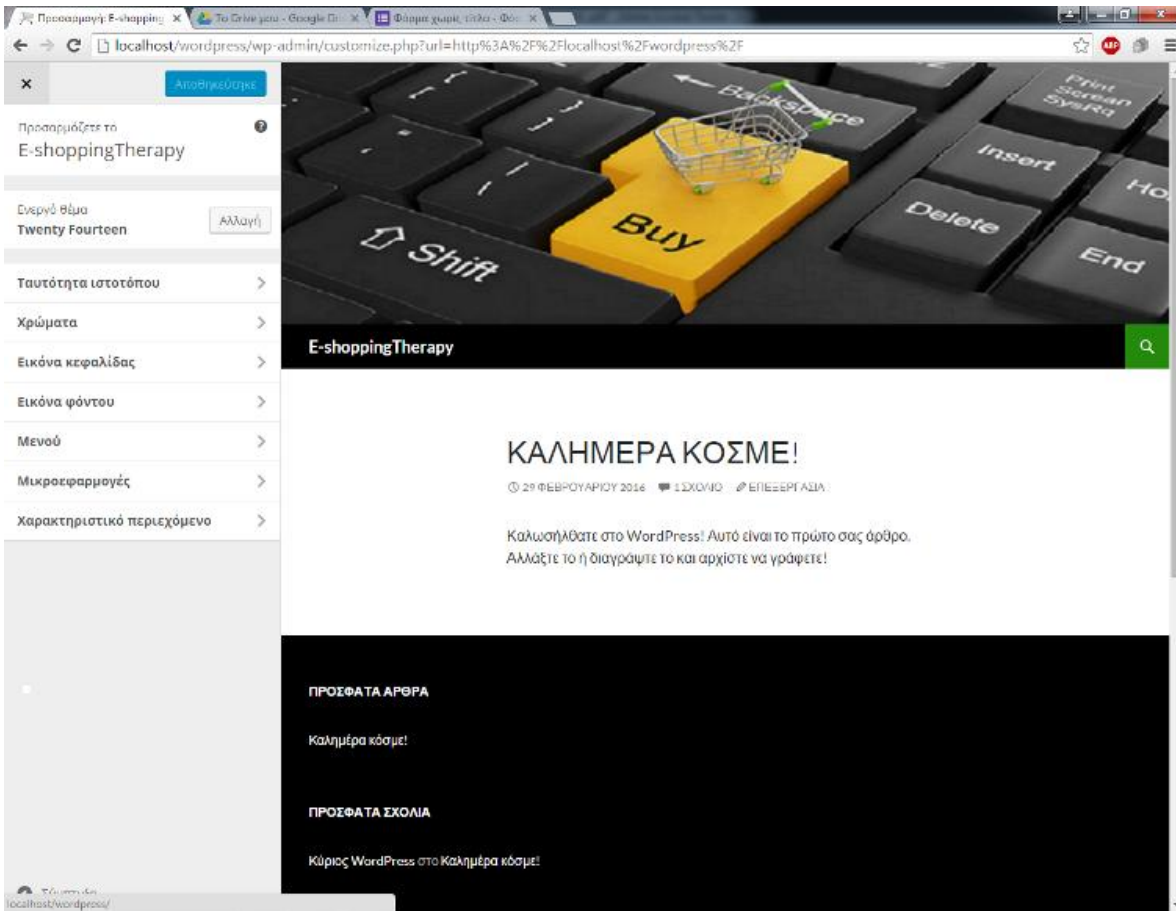




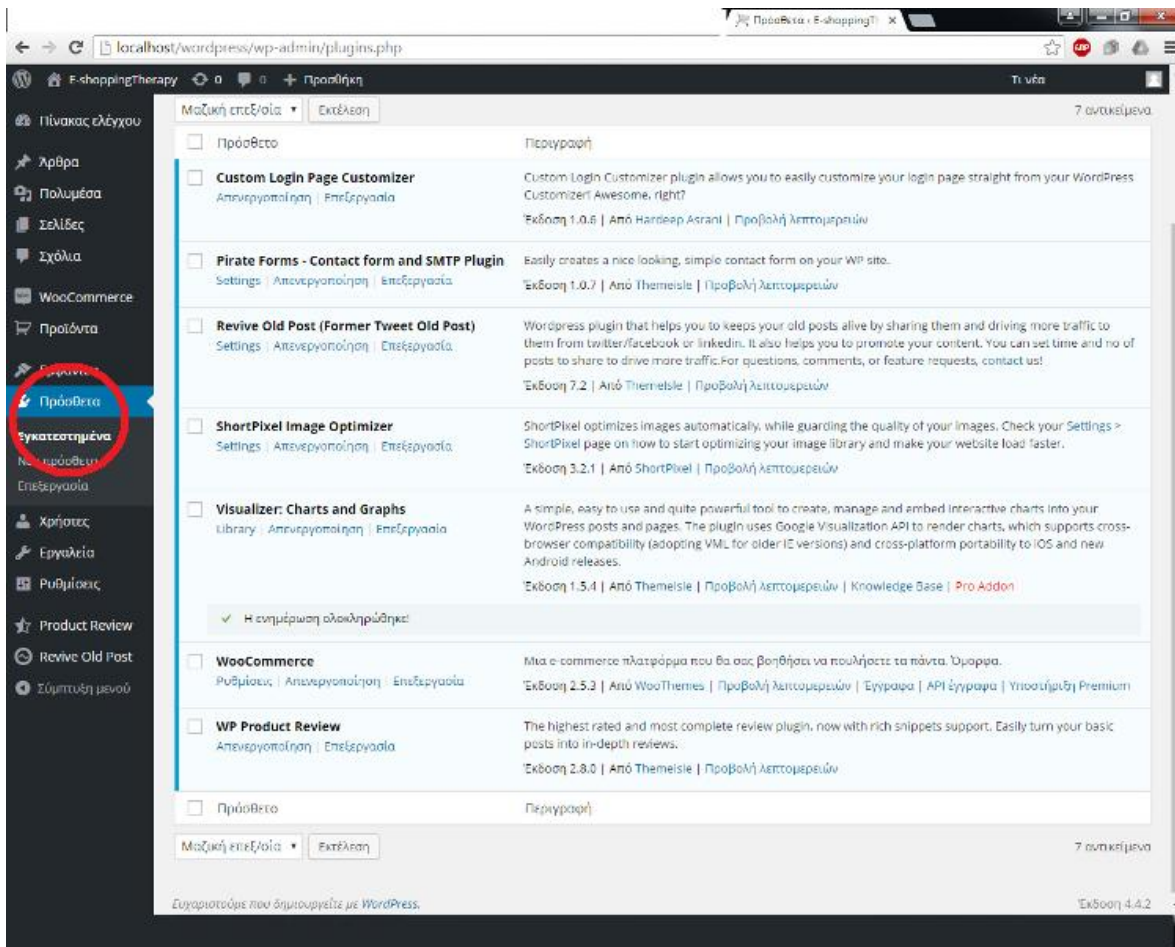
Εάν επιλέξουμε την επιλογή Προσαρμογή θα μας οδηγήσει στον πίνακα ελέγχου του site. Από εκεί ρυθμίζουμε τις σελίδες που θα έχει το site μας, τα άρθρα της ιστοσελίδας, την εμφάνιση και γενικά ότι έχει σχέση με το διαχειριστικό κομμάτι τις ιστοσελίδας μας.



Εάν επιλέξουμε το εμφάνιση θα μας πάει στις ρυθμίσεις που αφορούν την εμφάνιση του θέματος που έχουμε επιλέξει δηλαδή τη μορφοποίηση της ιστοσελίδας, επίσης μπορούμε εάν θέλουμε να αλλάξουμε το theme της σελίδας, μπορούμε να αλλάξουμε, να αφαιρέσουμε και να τοποθετήσουμε κουμπιά επιλογών, να αλλάξουμε εικόνες του banner, του φόντου και των menu και επίσης κάνουμε αλλαγές στη γραμματοσειρά όσο αφορά το μέγεθος των γραμμάτων και το χρώμα τους αλλά και μετονομασία σε κουμπιά και εισαγωγή του Domain Name.



Για να λειτουργήσει σωστά το site σύμφωνα με το theme που έχουμε επιλέξει πρέπει να ενεργοποιήσουμε αρχικά τα ήδη εγκατεστημένα plug-in, και αναλόγως με το περιεχόμενο του site, πρέπει να εγκαταστήσουμε άλλα plug-in και στην συνέχεια να τα ενεργοποιήσουμε. Όλα αυτά τα βρίσκουμε όταν επιλέξουμε από τον πίνακα ελέγχου την επιλογή πρόσθετα και μετά εγκατεστημένο για να δούμε τα εγκατεστημένα.




Για να εισάγουμε νέα πρόσθετα επιλέγουμε πάλι από τα πρόσθετα, «Νέα πρόσθετα» για να δούμε άλλα plug-in που ίσως να χρειαστούμε.

localhost/wordpress/wp-admin/plugin-install.php

Α Προσθήκη προθέσεων

Τι νέα

Α Προσθήκη προθέσεων και εμπλουτισμών τη λειτουργικότητα του WordPress. Έχετε τη δυνατότητα να εγκαταστήσετε προθέματα αυτομάτως από τα διαθέσιμα ημερολόγια του WordPress ή ανεβάζοντας το πρόθεμα σε μορφή zip μέσα από αυτή τη σελίδα.



**Akismet**

Akismet checks your comments against the Akismet Web service to see if they look like spam or not.

Από Automattic

★★★★★ (493)


1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 3 ημέρες πριν

✓ Συμβατό με την έκδοσή σας WordPress

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**WP Super Cache**

A very fast caching engine for WordPress that produces static html files.

Από Automattic

★★★★★ (782)


1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 3 ώρες πριν

✓ Συμβατό με την έκδοσή σας WordPress

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**BuddyPress**

To BuddyPress σας βοηθά να δημιουργήσετε αποδοτικό είδος κοινωνικού δικτύου σε μία εγκατάσταση WordPress, προσφέροντας όλες τις λειτουργίες κοινωνικής δικτύωσης όπως προφίλ των μελών, χρονολόγια, ομάδες χρηστών, ανταλλαγή μηνυμάτων, και πολλά άλλα.

Από The BuddyPress Community

★★★★★ (221)


200.000+ Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 3 ημέρες πριν

✓ Συμβατό με την έκδοσή σας WordPress

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**Jetpack by WordPress.com**

Increase your traffic, view your stats, speed up your site, and protect yourself from hackers with Jetpack.

Από Automattic

★★★★★ (832)


1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 2 εβδομάδες πριν

✓ Συμβατό με την έκδοσή σας WordPress

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**bbPress**


bbPress is forum software, made the WordPress way.

Από The bbPress Community

★★★★★

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**Theme Check**

A simple and easy way to test your theme for all the latest WordPress standards and practices. A great theme development tool!

Από Otavio21/pross

★★★★★

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες

localhost/wordpress/wp-admin/plugin-install.php?tab=recommended

Α Προσθήκη προθέσεων

Τι νέα

Από Andrew Oz

★★★★★ (167)

1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 3 μήνες πριν


✓ Συμβατό με την έκδοσή σας WordPress

★★★★★ (331)

1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 7 μήνες πριν

Δεν έχει δοκιμαστεί στην έκδοσή WordPress σας



**Really Simple CAPTCHA**

Really Simple CAPTCHA is a CAPTCHA module intended to be called from other plugins. It is originally created for my Contact Form 7 plugin.

Από Takayuki Miyoshi

★★★★★ (79)


1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 1 έτος πριν

Δεν έχει δοκιμαστεί στην έκδοσή WordPress σας

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**Black Studio TinyMCE Widget**

The visual editor widget for WordPress.

Από Black Studio

★★★★★ (133)


800.000+ Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 6 μήνες πριν

Δεν έχει δοκιμαστεί στην έκδοσή WordPress σας

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**YITH WooCommerce Ajax Search**

YITH WooCommerce Ajax Search allows your users to search products in real time.

Από Yithemes

★★★★★ (23)


100.000+ Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 3 μήνες πριν

Δεν έχει δοκιμαστεί στην έκδοσή WordPress σας

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**Wordfence Security**

The Wordfence WordPress security plugin provides free enterprise-class WordPress security, protecting your website from hacks and malware.

Από Wordfence

★★★★★ (2.020)


1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 1 μήνα πριν

✓ Συμβατό με την έκδοσή σας WordPress

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες




**WP-PageNavi**

Adds a more advanced paging navigation interface.

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες



**Breadcrumbs NavXT**

Adds breadcrumb navigation showing the visitor's path to their

Εγκατάσταση

Περισσότερες Λειτουργίες

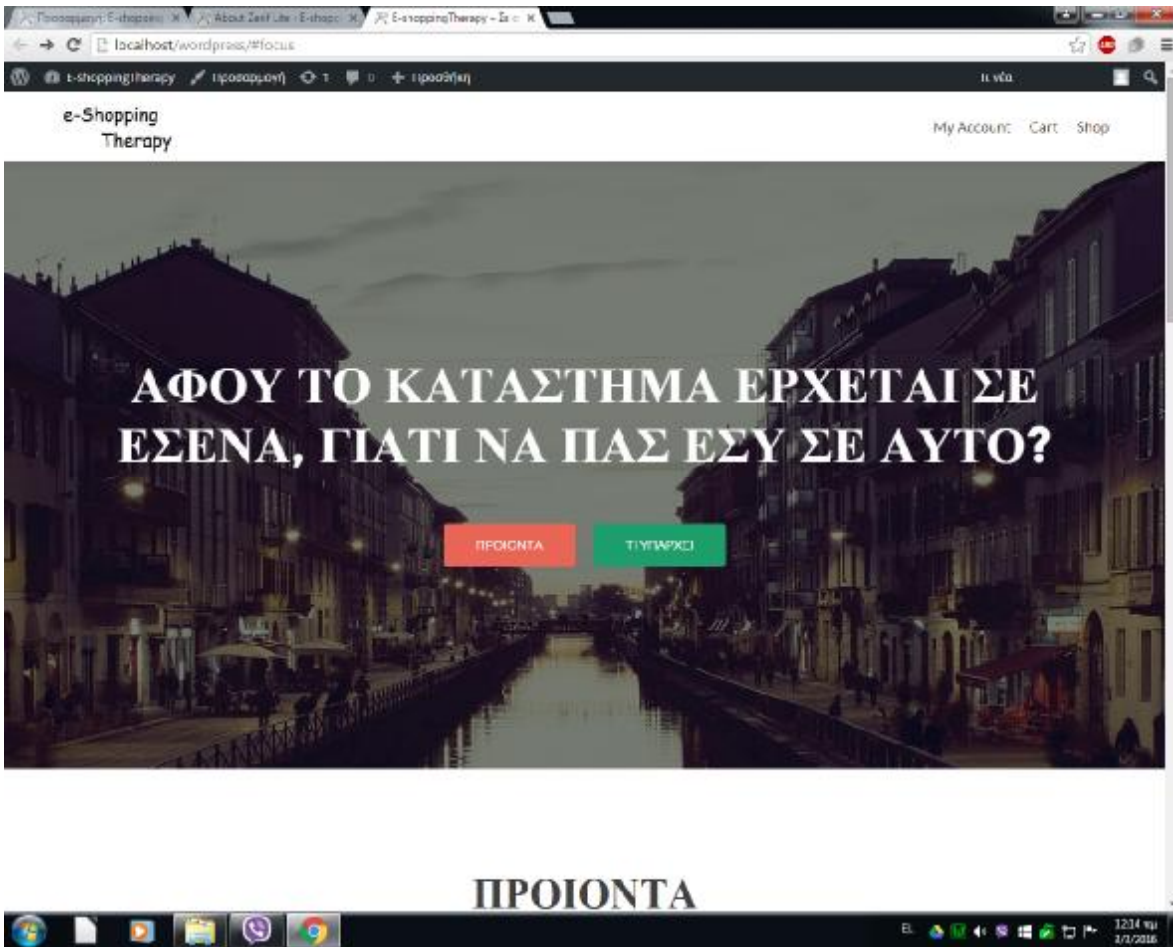
## Παρουσίαση του Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Στα προηγούμενα κεφάλαια αναλύσαμε τις ιδιότητες και τις λειτουργίες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, αλλά και των Ηλεκτρονικών Καταστημάτων. Επίσης είδαμε και τι χρειάζεται για να δημιουργήσουμε από την αρχή ένα site και να το κάνουμε ηλεκτρονικό κατάστημα.

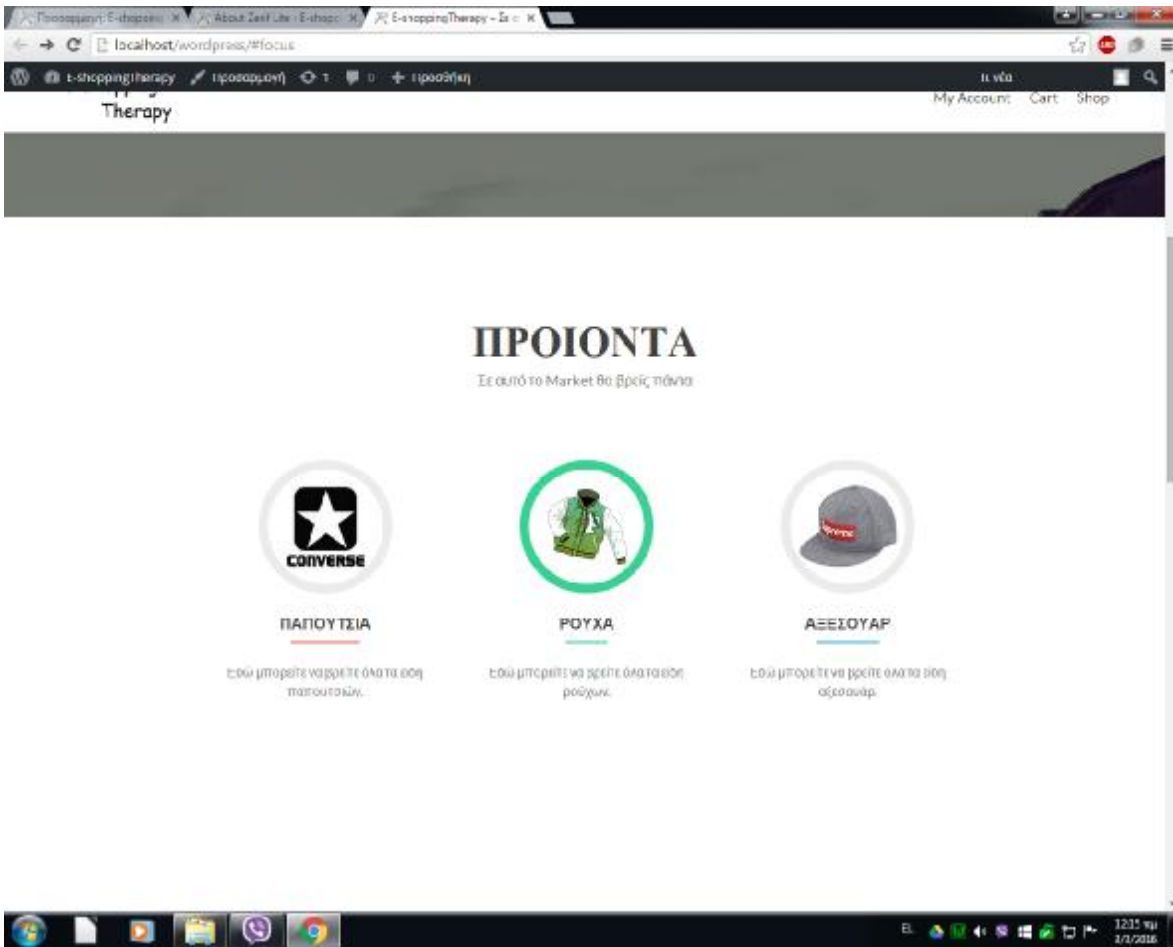
Σε αυτό το κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε, το ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) που μας έχει ζητηθεί να υλοποιήσουμε στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας, με χρήση λογισμικού ανοιχτού κώδικα. Εμείς για τη δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος μας, επιλέξαμε το WAMP και το WordPress. Στις προηγούμενες σελίδες είδαμε τα βήματα που χρειάζονται για την εγκατάσταση του WAMP και τα βήματα που θα χρειαστεί να γίνουν για να υλοποιηθεί το site με το WordPress. Το ηλεκτρονικό κατάστημα μας επιλέξαμε να έχει ενδυματολογικό περιεχόμενο, όσο αφορά τα αθλητικά είδη.

Μπαίνοντας κανείς στην αρχική σελίδα του site θα εντοπίσει, την κύρια σελίδα (Home page) που αποφασίσαμε να είναι όσο απλή γίνεται για να μην κουράζει τον χρήστη. Στην αρχική σελίδα ο χρήστης-πελάτης, μπορεί να δει τη φωτογραφία του από το fonto, το slogan της επιχείρησης και κάτω από το slogan θα παρατηρήσει δύο κουμπιά, ένα με όνομα «Προϊόντα» και ακόμα ένα με όνομα «Τι Υπάρχει». Πάνω δεξιά μπορούμε να δούμε τρεις επιλογές, το “My Account”, το “Cart” και το “Shop” , Πάνω αριστερά έχουμε το logo του καταστήματος που είναι “e-Shopping Therapy” και το χρησιμοποιούμε και για να επιστρέψουμε στην αρχική σελίδα μας.

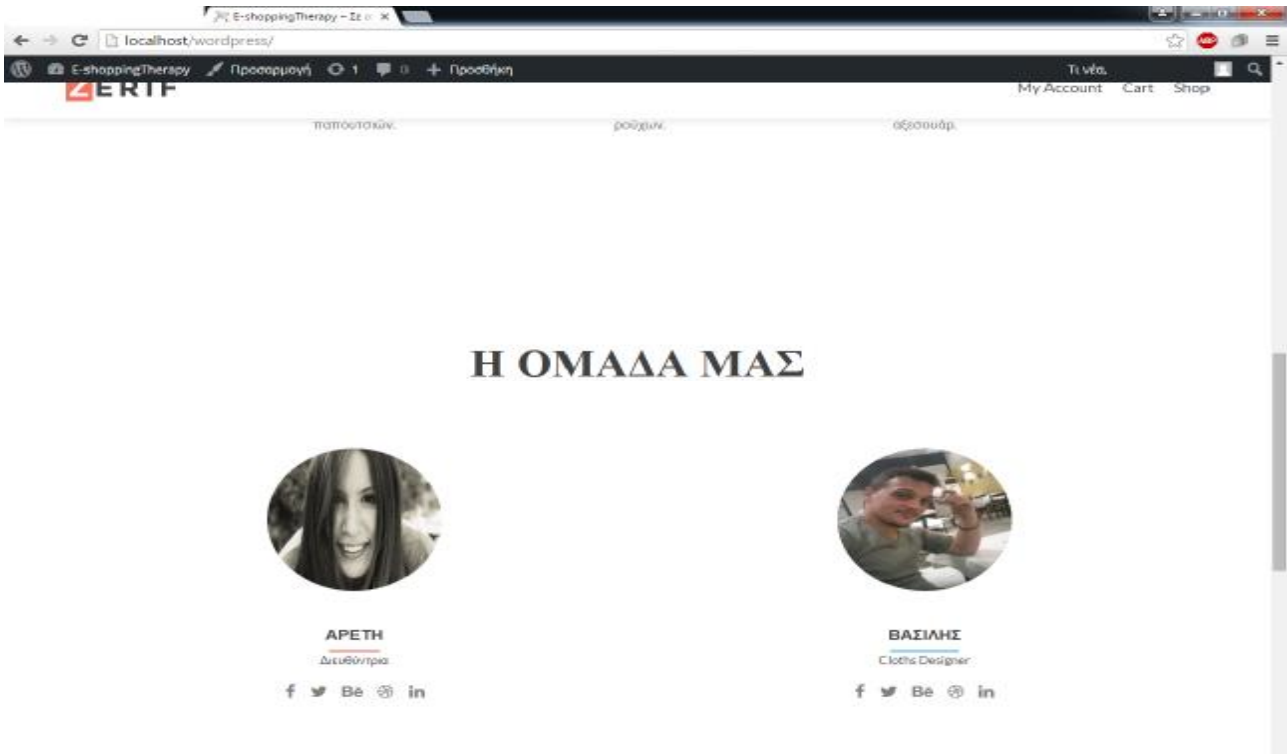




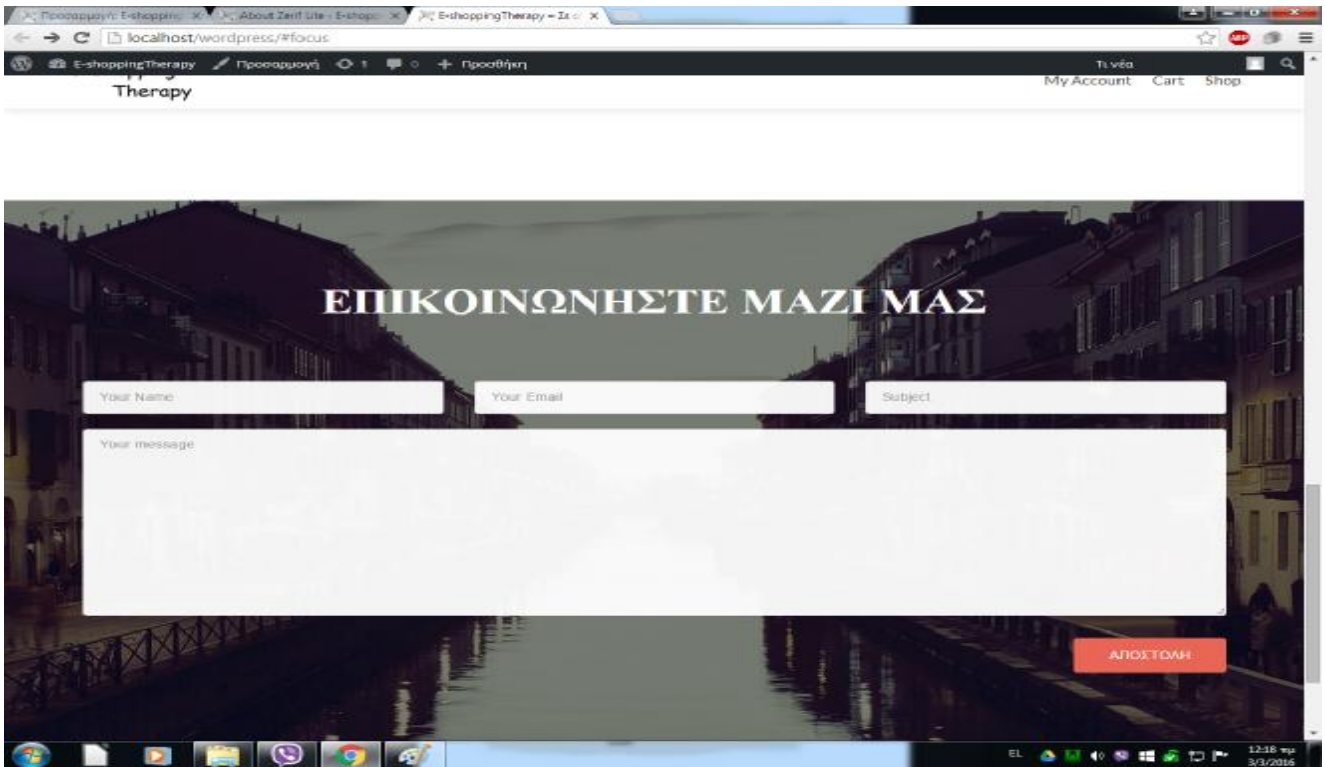
Εάν ο χρήστης πάει πιο κάτω στη σελίδα μπορεί να δει τις τρεις κατηγορίες των προϊόντων που τα έχουμε ομαδοποιήσει σε «Παπούτσια», «Ρούχα» και «Αξεσουάρ». Επιλέγοντας μία από αυτές τις κατηγορίες ο χρήστης μπορεί να περιηγηθεί στο site και να δει τα προϊόντα του καταστήματος.



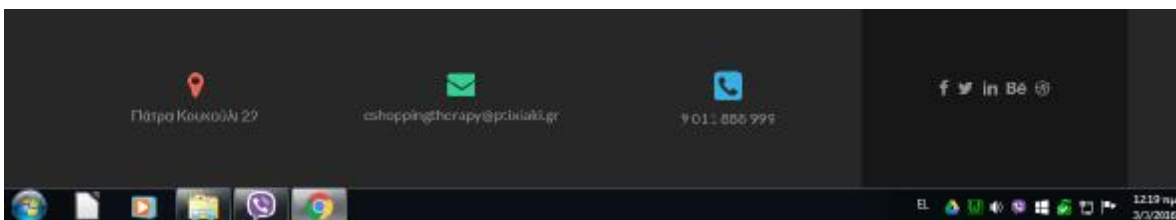
Παρακάτω στη σελίδα ο χρήστης μπορεί να ενημερωθεί για τα άτομα που απαρτίζουν την ομάδα προσωπικού του καταστήματος και τις «ιδιότητες» τους στο κατάστημα και τρόποι για να συνδεθεί ο χρήστης μαζί τους. Στο παράδειγμα είναι τα πρόσωπα της ομάδας υλοποίησης της πτυχιακής.



Παρακάτω ο χρήστης θα δει μια φόρμα επικοινωνίας με την ομάδα εξυπηρέτησης που εκεί είναι υποχρεωτικό να γράψει το όνομα του, το mail του, το θέμα του μηνύματος, το μήνυμα του και να επιλέξει αποστολή.

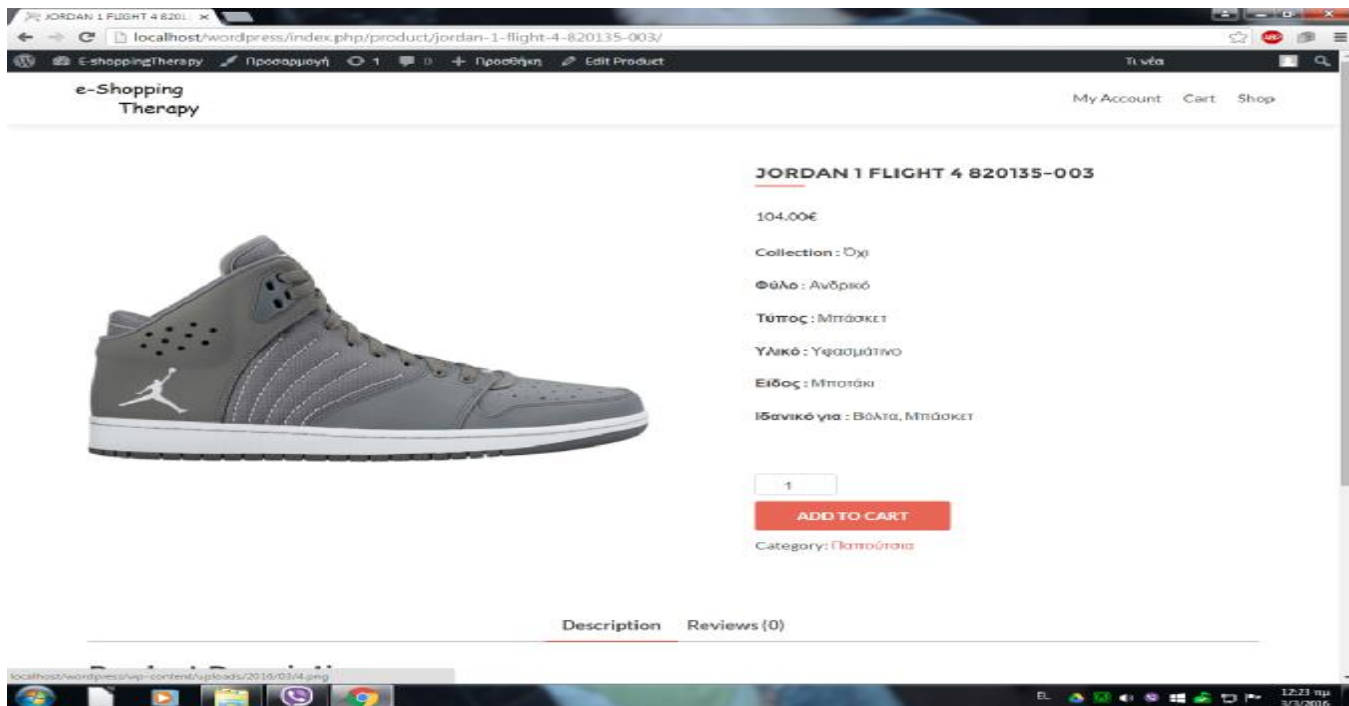


Τέρμα κάτω της σελίδας, και στην αρχική σελίδα αλλά και σε όλες τις υπόλοιπες υπάρχει, banner με στοιχεία του καταστήματος, διεύθυνση, mail, τηλέφωνο και τρόπους επικοινωνίας του χρήστη μέσω των κοινωνικών δικτύων.

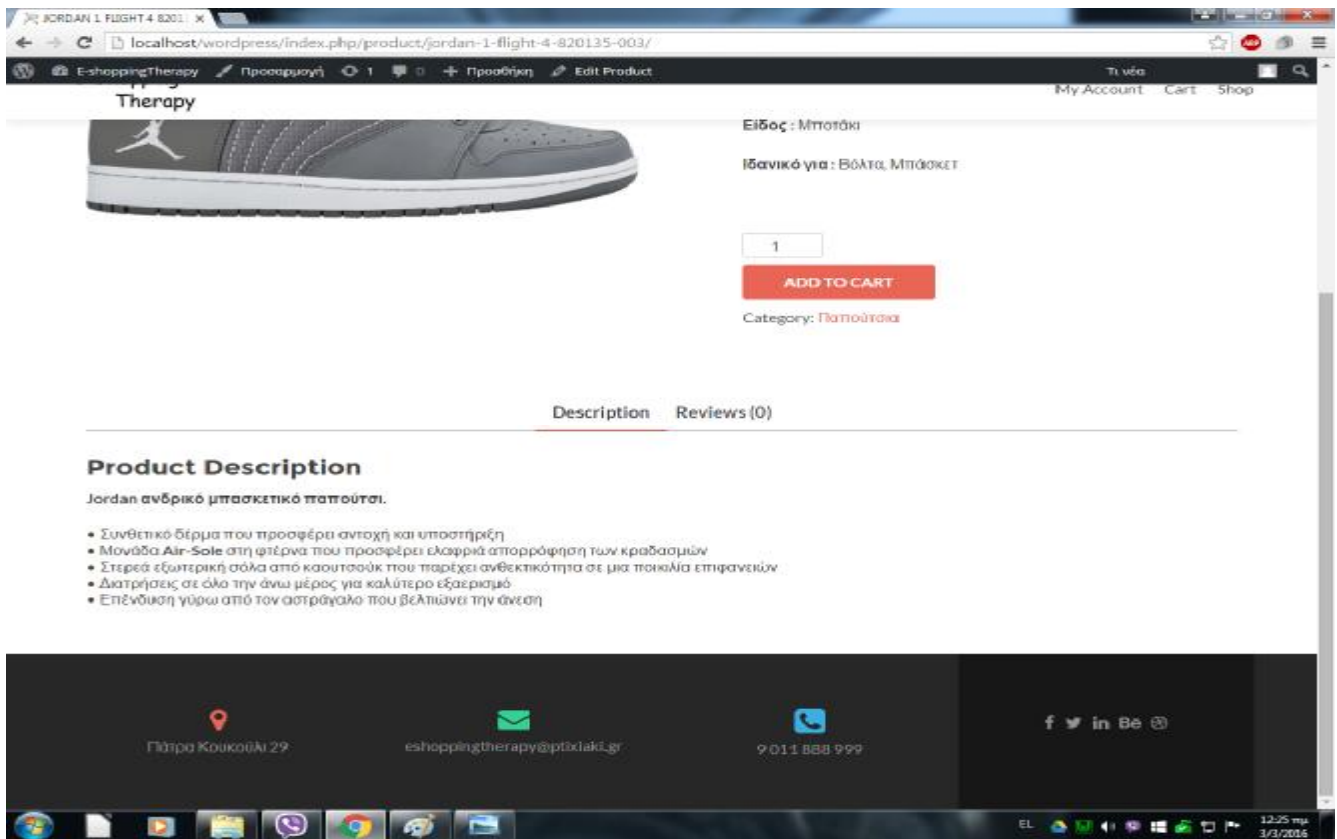


Ο χρήστης μπορεί να περιηγηθεί στο menu με τα προϊόντα με δύο τρόπους ο ένας είναι, να πατήσει στο κουμπί «Προϊόντα» κάτω από το slogan του καταστήματος ή να κάνει page-down και να πάει εκεί. Εάν ο χρήστης πατήσει το κουμπί «Τι Υπάρχει», θα μεταφερθεί στο στη σελίδα με τις προσφορές του καταστήματος. Ο χρήστης εάν κάνει σύνδεση στη σελίδα, επιλέγοντας την επιλογή “My Account” στο menu πάνω αριστερά της σελίδας, μπορεί να δει το λογαριασμό του και να ελέγξει τη δραστηριότητα του στη σελίδα. Κάνοντας κλικ στην επιλογή “Cart” στο menu πάνω αριστερά της σελίδας ο χρήστης, μπορεί να δει το καλάθι του. Κλικάροντας την επιλογή “Shop” στο menu πάνω αριστερά της σελίδας, μπορεί να δει τις κατηγορίες των προϊόντων σε ένα smart-menu.

Εάν ο χρήστης επιλέξει ένα προϊόν, μπορεί να δει την τιμή του, ένα υπάρχει σε διαθεσιμότητα, αν είναι αντρικό η γυναικείο, τι τύπος είναι, το υλικό του, τι είδος είναι και για τι είναι ιδανικό. Επίσης μπορεί να επιλέξει τι ποσότητα που θέλει να παραγγείλει.



Μπορεί να δει πηγαίνοντας προς τα κάτω τη σελίδα και την περιγραφή του προϊόντος και τα σχόλια των χρηστών για το προϊόν.



Το να δημιουργήσουμε το site μας σε πλατφόρμα διαχείρισης ηλεκτρονικού καταστήματος, μας βοήθησε η εγκατάσταση και ενεργοποίηση του plugin “WOO COMMERCE”



Το WOO COMMERCE βοηθά το site να αναγνωρίζει νομισματικές μονάδες, επίσης μας δίνει έτοιμη φόρμα προσθήκης προϊόντος και τη δυνατότητα να έχουμε «καλάθι» στο site.

General Products Tax Checkout Shipping Accounts Emails

### General Options

Base Location

Selling Location(s)

Store Notice  Enable site-wide store notice text

API  Enable the REST API

### Currency Options

The following options affect how prices are displayed on the frontend.

Currency

Currency Position

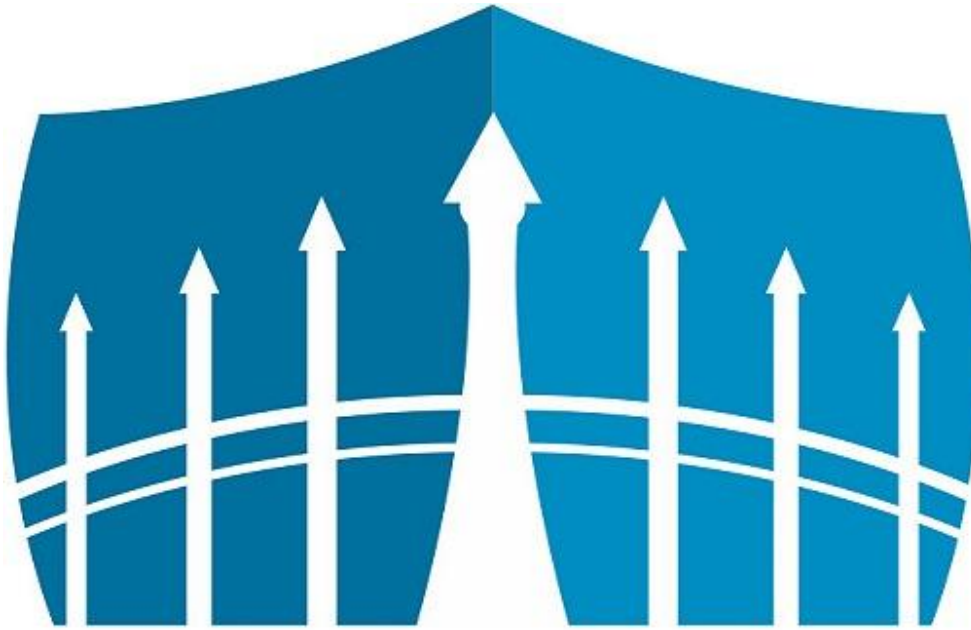
Thousand Separator

Decimal Separator

Number of Decimals

Επίσης σημαντικό ρόλο έπαιξε για το site το πρόσθετο Wordfence Security, στο να έχουμε ένα πολύ ασφαλές site. Από τη στιγμή που υπάρχει με ανταλλαγή προσωπικών δεδομένων χρηστών και καταστήματος ένα πρόσθετο που μας παρέχει υψηλή ασφάλεια στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα είναι υποχρεωτικό.





# Wordfence™

Securing your **WordPress** website

## Wordfence Scan

Wordfence Activity Log: Blocking fake Googlebot at IP 62.75.248.138

Summary **Activity Log**

### Activity Summary:

The most recent scan completed 35 mins ago.

A scan is not running at this time and the next scan is scheduled to run approximately 24 mins from now.

Congratulations, you have no security issues that need investigating.

[Start a Wordfence Scan](#)

### Wordfence is Protecting:

<b>3,606</b> Files	<b>1,266</b> Comments
<b>515</b> Directories	<b>85</b> Categories
<b>1</b> Users	<b>232,611</b> Lines of PHP code
<b>18</b> Plugins	<b>86,951</b> Lines of JS, HTML and CSS code
<b>10</b> Themes	<b>277.71</b> MB of data in 3,606 files
<b>4</b> Pages	<b>36</b> Database Tables
<b>424</b> Posts	<b>84,057</b> Database Rows

Για να μπορέσουμε να κάνουμε εφικτό το να διαβαστεί το site μας και σε άλλες γλώσσες και να δημιουργήσουμε ένα πολύγλωσσο δίκτυο, σε αυτό μας βοήθησε το πρόσθετο Polytag.



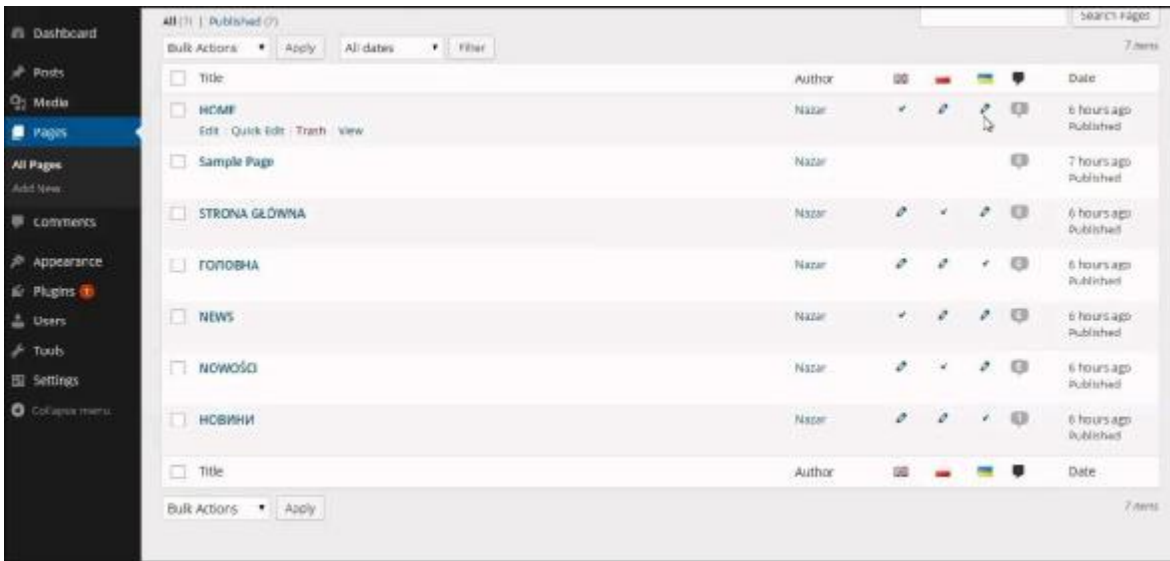
Για να φέρουμε εις πέρας αυτό το πολύγλωσσο δίκτυο είτε θα έπρεπε να αρκεστούμε στην αυτόματη μετάφραση των ιστοσελίδων μέσω του Google Translate, που η οποία μετάφραση είναι ιδιαιτέρως χαμηλής ποιότητας κάτι το οποίο δεν εξυπηρετεί αξιοπρεπώς επισκέπτες που μιλάνε διαφορετικές γλώσσες, είτε να χρησιμοποιήσουμε τις υπηρεσίες κάποιου επαγγελματία μεταφραστή και να στηρίζουμε άλλα WordPress site. Το Polytag είναι ένα πρόσθετο για WordPress και μας δίνει τη δυνατότητα να μεταφράσουμε το site μας σε άλλες γλώσσες, υποστηρίζει πάνω από 30 διαφορετικές γλώσσες συμπεριλαμβανόμενης και της Αγγλικής. Επίσης μας δίνει τη δυνατότητα μετά από την εγκατάσταση του να αλλάξουμε το URL του site.

[eshoppingtherapy.gr/el/](http://eshoppingtherapy.gr/el/)

σε

[eshoppingtherapy.gr/en/](http://eshoppingtherapy.gr/en/)

Πριν κάνουμε τη κίνηση να εγκαταστήσουμε το Polytag πρέπει να σκεφτούμε ένα χρειάζεται να αλλάξω τις σελίδες που περιέχουν πολυμέσα φωτογραφίες, βίντεο κτλ, αν και τα μεταφράζει αυτόματα όλα, τα βίντεο και τα MP3 υπάρχει περίπτωση να μην μπορούν να αναπαραχθούν.



Ο διαχειριστής μπορεί να επεξεργαστεί μία-μία τη σελίδα και να τη ρυθμίσει σε πηγές γλώσσες θα είναι διαθέσιμες.