



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

Πτυχιακή εργασία

Δημιουργία, ανάπτυξη και εξέλιξη των e-shop – WordPress
Creating, evolution and developing of eshop –WordPress

Σπουδάστρια: Αθανασίου Χρυσάνθη

Εισηγητής: Βάσιος Ηλίας

ΠΑΤΡΑ, 2019

Περίληψη

Σε αυτήν την πτυχιακή στοχεύουμε να αναλύσουμε την δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) με κύριο αντικείμενο την πώληση γυναικείας ένδυσης. Στις σελίδες που ακολουθούν, θα δούμε την εγκατάσταση του WordPress, χρησιμοποιώντας το λογισμικό-stack Wamp και την διαδικασία ανάπτυξης του e-shop. Επίσης περιλαμβάνεται αναφορά βασισμένη στην εξέλιξη των e-shop, πως έλαβαν μέρος στην σύγχρονη βιομηχανία και πόσο τα εμπιστευόμαστε σε σύγκριση με τα πραγματικά καταστήματα.

Abstract

In this thesis, we aim to analyze the creation of an electronic shop (e-shop) with the main objective of women clothing sales. In the following pages, we will see the installation part of WordPress, using the Wamp stack software and the developing process of the actual e-shop. A reference is also included based on the evolution of e-shops, how they took their part in the modern industry and how much we trust them in comparison with the physical stores.

Περιεχόμενα

Περίληψη	2
Κεφάλαιο 1	7
Εισαγωγή	7
Κεφάλαιο 2	8
Θεμελιώδη στοιχεία ηλεκτρονικού εμπορίου	8
Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου	8
Η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου	8
□ b2c (επιχείρηση προς καταναλωτή)	8
□ b2b (επιχείρηση προς επιχείρηση)	8
□ b2g (επιχείρηση προς το κράτος)	8
□ g2g (κράτος προς κράτος)	8
□ g2c(κράτος με καταναλωτή)	9
□ C2c (πελάτη προς πελάτη)	9
Πλεονεκτήματα- μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου.	9
Πλεονεκτήματα	9
□ social media:	9
□ Email:	9
□ cookies:	9
Μειονεκτήματα	10
□ Email.....	10
□ Αιτήματα εξυπηρέτησης.....	10
□ Παύση λειτουργίας.....	10
□ Hacker	10
□ Ταχυδρομείο	10
□ Η γνώση των καταναλωτών	10
Στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν	10
□ Ηλεκτρονικά κανάλια	11
□ Digital marketing	11
□ Search engine optimization	11
□ Search engine marketing.....	12
Κεφαλαίο 3	13

Νομικοί και κοινωνικοί παράγοντες	13
<i>Κοινωνικοί παράγοντες</i>	13
<input type="checkbox"/> <i>Ασφάλεια</i>	13
<input type="checkbox"/> <i>Κόστος πρόσβασης</i>	13
<input type="checkbox"/> <i>Πρόταση αξίας</i>	13
<input type="checkbox"/> <i>Φόβος για το αγνωστό</i>	14
<i>Περιλαμβάνει</i>	14
Νομικοί παράγοντες.....	14
<input type="checkbox"/> <i>Στοιχεία επικοινωνίας</i>	15
<input type="checkbox"/> <i>Πληροφορίες συμπεριφορών(σε μια μεμονωμένη τοποθεσία)</i>	15
<input type="checkbox"/> <i>Πληροφορίες συμπεριφορών (σε πολλαπλές τοποθεσίες)</i>	15
<input type="checkbox"/> <i>Πληροφορίες προφίλ</i>	15
<input type="checkbox"/> <i>Προσωπικό απόρρητο</i>	15
<input type="checkbox"/> <i>Ακρίβεια</i>	15
<input type="checkbox"/> <i>Ιδιοκτησία</i>	16
<input type="checkbox"/> <i>προσβασιμότητα</i>	16
Κεφάλαιο 4	16
<i>Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών</i>	16
<input type="checkbox"/> <i>Σύστημα έλεγχου διεύθυνσης</i>	17
<input type="checkbox"/> <i>Έλεγχος από το προσωπικό</i>	17
<input type="checkbox"/> <i>Αριθμός επαλήθευσης κάρτας (CVN)</i>	17
<input type="checkbox"/> <i>Αλατοποιημένα μοντέλα λήψεις αποφάσεων</i>	17
<i>Κίνδυνοι στις ηλεκτρονικές συναλλαγές</i>	18
<input type="checkbox"/> <i>Μαζική αλλοίωση δεδομένων</i>	18
<input type="checkbox"/> <i>Άρνηση εξυπηρέτησης</i>	18
<input type="checkbox"/> <i>Μεταμπίεση</i>	18
<input type="checkbox"/> <i>Spyware</i>	18
<input type="checkbox"/> <i>Hackers</i>	18
<input type="checkbox"/> <i>Ιοί</i>	18
<input type="checkbox"/> <i>Phishing</i>	19
<i>Τρόποι διασφάλισης ηλεκτρονικών συναλλαγών</i>	19
<input type="checkbox"/> <i>Κρυπτογράφηση</i>	19
<input type="checkbox"/> <i>Ψηφιακές υπογραφές</i>	19

□ Ψηφιακά πιστοποιητικά	19
□ Αναγνώριση και πιστοποίηση.....	20
□ Έλεγχος προελεύσεις και εξουσιοδότησης	20
□ Επίβλεψη και υπευθυνότητα.....	20
□ Έλεγχος και αποδοτικότητα δικτύου.....	20
□ Ad virus	20
□ Firewalls	20
□ SSL και IPSec	20
Μηχανισμοί ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών	21
Κεφάλαιο 5	22
Πληρωμές ηλεκτρονικού εμπορίου	22
□ Πληρωμή μέσω αντικαταβολής.....	22
□ Πληρωμή μέσω paypal	23
□ Πληρωμή μέσω χρεωστικής κάρτας.....	23
□ Μεταφορά χρημάτων μέσω τραπεζικού λογαριασμού.....	24
□ Έξυπνες κάρτες.....	24
Κεφαλαίο 6	25
Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων Mamp , Λογισμικό WordPress και plug in woocommerce	25
□ Wordpress	25
□ Woocommerce.....	26
□ Mamp	27
□ Δημιουργία ιστοσελίδας	27
Κεφαλαίο 7	34
Παρουσίαση ιστοσελίδας με Wordpress	34
□ Εγκατάσταση plug in woo commerce	43
□ Εγκατάσταση plug in contact 7	51
Κεφάλαιο 8	52
Συμπεράσματα	52
Κεφάλαιο 9	55
Βιβλιογραφία	55
□ Εντυπες πηγες.....	55
□ Διδικτυακες πηγες.....	55

Εικονες57
https://www.google.com/search?q=webographicks+raskin+and+grossnickle+2001&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjnh8-byb7hAhVPxaYKHcXIDNQQ_AUICigB&biw=1536&bih=722&dpr=1.25#imgrc=zKh1N4TNriKScM:57

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Η ανάγκη για συνεχής καινοτομία και προσαρμογή στις εξελίξεις των καιρών είναι κάτι που οι επιχειρήσεις έχουν κατανοήσει. Οι πελάτες όλο ένα έχουν περισσότερες απαιτήσεις ως προς τις αγορές τους. Οι απαιτήσεις αυτές οδηγούν σε νέες υπηρεσίες για να καλύψουν τις ανάγκες του κάθε πελάτη. Για αυτό το λόγο οι εταιρίες ανέπτυξαν το ηλεκτρονικό επιχειρείν και το ηλεκτρονικό εμπόριο όπου στοχεύουν στην καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μιας επιχείρησης με καινοτόμες πληροφορίες και επικοινωνίες ανάμεσα στους συνεργάτες και τους πελάτες της.

Στις περισσότερες χώρες οι άνθρωποι πλέον συνδέονται στο διαδίκτυο, επιχείρησης και ιδιώτες δημιουργούν τις δικές τους ιστοσελίδες και ηλεκτρονικά καταστήματα. Οι Evans και wurster του harvard στην διατριβή τους «strategies and the new economics of information» υποστηρίζουν πως η εμβέλεια η αφθονία και οι δεσμοί αν συνδυαστούν με τις διαδικτυακές τεχνολογίες έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην αγορά. Επόμενος είναι πολύ ενδιαφέρον το πώς η εξέλιξη και οι άμεσες λύσεις για τους πελάτες του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν κάνουν μια επιχείρηση να ανθήσει. (Dave Chaffey, 2008)

Ο σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής είναι να δούμε την εξέλιξη των ηλεκτρονικών καταστημάτων στην πάροδο του χρόνου μέσα στις επιχειρήσεις. Την προτίμηση που υπάρχει σε σχέση με τα φυσικά καταστήματα και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που έχουν ως προς τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Στην συνέχεια θα δούμε το σχεδιασμό και την ανάπτυξη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (eshop) για μια επιχείρηση γυναικείας ένδυσης. Όπου η υλοποίηση έγινε με το σύστημα διαχείρισης βάσης δεδομένων mamp και το πρόγραμμα ανάπτυξης word press.

Παρακάτω θα περιγράψουμε τον τρόπο δημιουργίας του ηλεκτρονικού καταστήματος, αναλύοντας την διαδικασία εγκατάστασης και υλοποίησης της διαχείρισης βάσης δεδομένων mamp και το πρόγραμμα ανάπτυξης word press.

Στο κεφάλαιο 1 θα δούμε τον σκοπό της πτυχιακής καθώς και μια αναφορά στο τι λογισμικά θα χρησιμοποιήσουμε για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Στο κεφάλαιο 2 θα δούμε τα βασικά στοιχεία του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου όπως οι στρατηγικές που χρησιμοποιούνται, τα νομικά πλαίσια και η φορολογία και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ως προς την επιχείρηση και ως προς τους πελάτες.

Στο κεφάλαιο 3 θα δούμε τα συστήματα, τους τρόπους διασφάλισης και τους κινδύνους συναλλαγών μέσα σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Στο κεφάλαιο 4 θα δούμε τους τρόπους που συναλλαγής μέσα σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα

Στο κεφάλαιο 5 θα δούμε την ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος μέσω του map και του word press και του woo commerce

Κεφάλαιο 2

Θεμελιώδη στοιχεία ηλεκτρονικού εμπορίου

Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά όλες τις συναλλαγές μιας επιχείρησης με τρίτους όπου αυτή συνναλασσεται. Δεν αφορά μόνο την αγορά και την πώληση αλλά ακόμα και μη οικονομικές συναλλαγές όπως η ανταλλαγή πληροφοριών μέσω ηλεκτρονικού δικτύου σε οποιοδήποτε στάδιο της εφοδιαστικής αλυσίδας της επιχείρησης ,είτε αυτό είναι στο εσωτερικό της ,είτε μεταξύ επιχειρήσεων και ιδιωτικού και δημόσιου τομέα .Είναι ένα υποσύνολο της στρατηγικής του ηλεκτρονικού επιχειρείν μιας εταιρίας και χρησιμοποιείται κυρίως για εισροές εισοδήματος. (Dave Chaffey,2002)

Η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου

Η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου διαχωρίζεται ανάλογα με το που απευθύνονται οι συναλλαγές .Γούτο το λόγο υπάρχουν τα εξής μοντέλα

- *b2c (επιχείρηση προς καταναλωτή)*

Η αγορά αυτή απευθύνεται στην πώληση προϊόντων απευθείας στους καταναλωτές .Κυρίως αφορά το ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο όπως για παράδειγμα είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας ένδυσης h&m.

- *b2b (επιχείρηση προς επιχείρηση)*

Η αγορά αυτή αφορά τις επιχείρησης μεταξύ τους .Βελτιώνουν την συνεργασία τους με το να απλοποιείται η διαδικασία κόστους προμηθειών , έχουν καλύτερη ταχύτητα αποστολής και καλύτερο έλεγχο αποθεμάτων .Τέλος γίνεται πιο εύκολη η πληρωμή μέσω ηλεκτρονικών συναλλαγών μεταξύ επιχείρησης προμηθευτών και επιχείρησης εστίασης για παράδειγμα.

- *b2g (επιχείρηση προς το κράτος)*

Αφορούν όλες τις επιχείρησης ως προς τις συναλλαγές τους με τους φορείς δημόσιας διοίκησης.

- *g2g (κράτος προς κράτος)*

Αφορά τις συναλλαγές που γίνονται κράτος με κράτος εμπορικές και μη

- *g2c(κράτος με καταναλωτή)*

Αφορά τις συναλλαγές που γίνονται με το κράτος απευθείας με τον καταναλωτή .Κυρίως με φορείς για την αγορά εργασίας όπως είναι το site του οεδ ,αναζήτηση πληροφοριών η κατάθεση συναλλαγών όπως είναι το taxis net.

- *C2c (πελάτη προς πελάτη)*

Αφορά τις συναλλαγές που γίνονται ανάμεσα στους καταναλωτές μέσα από δημοπρασίες ,αγγελίες και ακόμα μέσω μεταχειρισμένων προϊόντων στα social media.

Πλεονεκτήματα- μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου.

Πλεονεκτήματα

Η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν αφορά μόνο οικονομικές συναλλαγές λιανικής μεταξύ επιχείρησης και πελάτη ,είναι όλες ηλεκτρονικές ανταλλαγές πληροφοριών μεταξύ της επιχείρησης και των ενδιαφερόμενων της. Ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει πληροφορίες ενός προϊόντος η υπηρεσίας μέσα στο site της εταιρίας και μετά να κάνει την αγορά του στο φυσικό κατάστημα της .Υπάρχουν οικονομικές συναλλαγές όπου είναι πιο ταχύτερες και εύκολα προσβάσιμες για όλους τους πολίτες .Ακόμα επιτρέπει μείωση κόστους με καλύτερη η σταθερή ποιότητα υπηρεσιών και προϊόντων με το να έχει κάποιες εκπτώσεις μόνο στο ηλεκτρονικό της κατάστημα για παράδειγμα .Η εταιρία μπορεί να αυξήσει το πελατολόγιο της με το να απευθυνθεί και έξω από την πόλη που εδρεύει και έτσι να αυξήσει τις εισροές της .Ακόμα μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου η εταιρία μπορεί να διαφημίσει πιο έντονα και πιο στοχευόμενα το προϊόν η την υπηρεσία της μέσω διαφόρων τρόπων όπως

- *social media:*

Τα social media παίζουν πολύ μεγάλο ρολό στις ζωές των πολιτών .Μια επιχείρηση μπορεί να διαφήμιση το προϊόν της η την υπηρεσία της πολύ πιο εύκολα και άμεσα μέσω αναρτήσεων στην σελίδα που έχει στο διαδίκτυο.

- *Email:*

Η εταιρία χρησιμοποιώντας τα προσωπικά δεδομένα των καταναλωτών της οι όποιοι έχουν κάνει αγορές στο παρελθόν μπορεί να στέλνει ενημερωτικά η εκπωτικά email στους πελάτες της για την καλύτερη ενημέρωση τους.

- *cookies:*

Ανάλογα με τις αναζητήσεις πελατών γενικευμένα στο διαδίκτυο, διαφημίσεις μπορούν να εμφανίζονται στους πελάτες από επιχείρησης για αύξηση ενδιαφέροντος προς ένα προϊόν η υπηρεσία που ήδη έχουν αναζητήσει. (Dave Chaffey,2002)

Μειονεκτήματα

Μέσω του διαδικτύου όπως αναφέραμε οι πελάτες έχουν πληθώρα επιλογών για τις αγορές τους και τις συναλλαγές τους καθώς και πιο γρήγορη πρόσβαση σε ότι αναζητούν. Ακόμα και ως προς τις επιχειρήσεις ενώ είπαμε όλα τα ωφέλει υπάρχουν κίνδυνοι στην εισαγωγή ηλεκτρονικών υπηρεσιών καθώς ορισμένες εταιρίες ενώ μεν εκμεταλλεύτηκαν το ηλεκτρονικό επιχειρείν και είχαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και πέτυχαν άλλες απέτυχαν είτε μιας λανθασμένης απόφασης σχετικά με επενδύσεις είτε οι προσεγγίσεις που χρησιμοποίησαν ήταν ακατάλληλες ως προς την αγορά η τέλος και σε πρακτικό επίπεδο στην σελίδα τους η το κατάστημα τους άφησαν στον πελατη αρνητικές εμπειρίες που εβλαψαν την φημη τους ,όπως :

- *Email*

Στέλνοντας ηλεκτρονικά μηνύματα χωρίς την έγκριση των πελατών της ως προς την καλύτερη ενημέρωση τους πετυχαίνοντας όμως να εκνευρίσουν τον πελάτη .

- *Αιτήματα εξυπηρέτησης*

Στέλνοντας email είτε οι πελάτες είτε η εταιρία για ενημέρωση όσον αφορά κάποια παραγγελία τους και δεν έφτασαν ποτέ στο σωστό ατομισμέ αποτέλεσμα η παραγγελία να μην σταλεί ποτέ.

- *Παύση λειτουργίας*

Λόγο μεγάλη ζήτησης και ραγδαίας αύξησης επισκεπτών σε ώρα αιχμής ο ισότοπος να πέψη να λειτούργει σωστά και ο πελάτης να αποχώρηση .

- *Hacker*

Να κλαπούν δεδομένα πιστωτικών καρτών και προσωπικών δεδομένων μέσω χακέα που διεισδύουν στην ασφάλεια του ηλεκτρονικού συστήματος.

- *Ταχυδρομείο*

Κάθε εταιρία επιλεγεί κάποιο ταχυδρομείο για να στείλει την παραγγελία του πελάτη ,η καθυστέρηση παράδοσης είτε λόγω καθυστέρησης της εταιρίας είτε στα ταχυδρομεία μπορεί να κάνει τον πελάτη να αποχώρηση.

- *Η γνώση των καταναλωτών*

Όταν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών αυξάνεται κατά πολύ με το να αξιολογούν προϊόντα και να συγκρίνουν τιμές έτσι οι επιχειρήσεις πρέπει να στοχεύσουν να έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ως αφορά την τιμολόγησή τους. (Dave Chaffey,2002)

Στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν

Στρατηγική ορίζεται η μελλοντική κατεύθυνση και οι ενέργειες που θα γίνουν μέσα στην εταιρία που προσδιορίζονται για επίτευξη συγκεκριμένων στόχων τάση

στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν αφορά την προσέγγιση με την όποια οι εφαρμογές εσωτερικών και εξωτερικών ηλεκτρονικών επικοινωνιών μπορούν να υποστηρίξουν και να επηρεάσουν την εταιρική στρατηγική .Πρέπει να βασίζεται στην τρέχουσα απόδοση αγοράς να υποστηρίζει τους στόχους της εταιρικής στρατηγικής καθώς και στρατηγικές που αφορούν το marketing και την κατανομή πόρων της εφοδιαστικής αλυσίδας .Απαιτείται λοιπόν να υπάρχει ένα άτομο μόνο για τα καθήκοντα ηλεκτρονικού επιχειρείν μέσα σε κάθε επιτήρηση. Καθώς οι ευθύνες είναι μεγάλες ,μπορεί να υπάρξουν επιπτώσεις από ασαφής στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν όπως ανεπαρκώς προσδιορισμένοι στόχοι που αφορούν λανθασμένη εστίαση στις αγορές και τις πωλήσεις ,χαμένες ευκαιρίες λόγω έλλειψης αξιολόγησης ευκαιριών και κατανομής πόρων ,δίνοντας έτσι πλεονέκτημα σε ανταγωνιστικές εταιρίες με περισσότερες τεχνικές γνώσεις και τέλος σπάταλη πόρων κάνοντας επανάληψη διαδικασιών .Μια σημαντική πτυχή των στρατηγικών ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι ότι πως μέσα από αυτές δημιουργούνται οι στρατηγικές ηλεκτρονικών καναλιών των οργανισμών. (Dave Chaffey,2002)

- *Ηλεκτρονικά κανάλια*

Ορίζουν συγκεκριμένους στόχους και προσεγγίσεις για την χρήση τους, έτσι προλαμβάνεται η επανάληψη διαδικασιών στα ηλεκτρονικά κανάλια που ναι μεν είχαν κάποια απόδοση αλλά δεν έγινε ο οργανισμός πιο αποδοτικός μέσω του ηλεκτρονικού επιχειρείν .Ορίζουν πως τα κανάλια marketing και εφοδιαστικής αλυσίδας πρέπει να ενοποιηθούν και να αλληλοϋποστηρίζονται για την καλύτερη επίτευξη αποδοτικότητας και αποτελεσματικότητας της εταιρίας .Τα ηλεκτρονικά κανάλια δεν λειτουργούν απομονωμένα και η αποδοχή τους δεν ταιριάζει σε όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες .Η επιλεκτική αποδοχή ηλεκτρονικών καναλιών οδηγεί σε επιλογή καναλιών για να δημιουργήσει μεγαλύτερη αξία στον οργανισμό σύμφωνα με τις προτιμήσεις των ενδιαφερόντων της, δηλαδή προσέγγιση του κατάλληλου πελάτη κάνοντας χρήση του κατάλληλου καναλιού στην κατάλληλη χρονική στιγμή με το κατάλληλο μήνυμα η προσφορά . Η επιλογή σωστών καναλιών περιλαμβάνει την κατάστρωση στρατηγικής και τακτικών επαφών και την υποστήριξη της τεχνολογίας για την προσέγγιση αυτή . (Dave Chaffey,2002)

- *Digital marketing*

Αφορά την διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών κυρίως μέσω διαδικτύου μέσα από τεχνολογικές υπηρεσίες, έχει αλλάξει τον τρόπο διαφήμισης τους δίνοντας πολλά πλεονεκτήματα και είναι πιο εύχρηστο για τους καταναλωτές γιατί χρησιμοποιούν τις συσκευές τους για τις αναζητήσεις τους από το να επισκευάζουν κάποιο φυσικό κατάστημα και η διαδικτυακή διαφήμιση έχει γίνει πιο αποτελεσματική για τις επιχειρήσεις . Το digital marketing έχει της εξής κατηγορίες(wikipedia,2019)

- *Search engine optimization*

Η διαδικασία που επηρεάζει την προβολή ενός ισότοπου η μιας ιστοσελίδας .Σε γενικές γραμμές η παλαιότερη η υψηλότερη κατάταξη της σελίδας στα αποτελέσματα αναζήτησης καθώς όσο πιο πολλές φορές εμφανίζεται ένας ισότοπος τόσο πιο πολλούς επισκέπτες θα έχει, όπου μελλοντικά μπορεί να γίνουν πελάτες της εταιρίας

.Στοχεύει σε διαφορετικά είδη αναζήτησης όπως εικόνες ,βίντεο, ειδήσεις και ακαδημαϊκή αναζήτηση που αφορούν συγκεκριμένες βιομηχανίες . Διαφέρει από την τοπική βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης γιατί επικεντρώνεται στην βελτιστοποίηση της ηλεκτρονικής παρουσίας μιας εταιρίας στο διαδίκτυο έτσι ώστε όταν ένας χρήστης εισάγει μια τοπική αναζήτηση προϊόντων ή υπηρεσιών να εμφανίζονται οι ιστοσελίδες της εταιρίας μέσα από της μηχανές αναζήτησης. Καθώς είναι μια πτυχή του στρατηγικού marketing εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν οι μηχανές αναζήτησης ,τους αλγορίθμους που προγραμματίζουν τον υπολογιστή, τους ανθρώπους που αναζητούν, τους πραγματικούς όρους αναζήτησης ή της λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιούν οι χρήστες . Η βελτιστοποίηση αυτή μπορεί να περιλαμβάνει την επεξεργασία περιεχομένου του ,προσθήκη περιεχομένου και την δημιουργία κώδικα HTML για να αυξηθεί η συνάφεια με λέξεις κλειδιά για να ξεπεραστούν εμπόδια στην δραστηριότητα των μηχανών αναζήτησης.

Τέλος βασικό στοιχείο κάθε μοντέλου στρατηγικής είναι ο προσδιορισμός στρατηγικών στόχων ,δήλωση αποστολής και κοινοποίηση του οράματος της εταιρίας. Επιτυχία της στρατηγικής ηλεκτρονικού επιχειρεί θα θεωρηθεί με την σύγκριση πραγματικών αποτελεσμάτων έναντι των στόχων της εταιρίας καθορισμός της στρατηγικής καθοδηγείται λοιπόν από τους στόχους και τα οράματα που αναφέραμε πιο πάνω , είναι απαραίτητο να τους αναθεωρούμε και να τους διορθώνουμε ανά τακτά διαστήματα.(Wikipedia,2019)

- *Search engine marketing*

Είναι μια μορφή μάρκετινγκ στο διαδίκτυο που περιλαμβάνει την προώθηση μια ιστοσελίδας αυξάνοντας τις προβολές της στην μηχανή αναζήτησης. Κυρίως μέσω πληρωμένης διαφήμισης .Προσαρμόζει το περιεχόμενο της ιστοσελίδας για να επιτύχει υψηλότερη κατάταξη στις σελίδες αποτελεσμάτων για να αυξησει τις καταχωρίσεις pay per click (ppc).Το ppc είναι γνωστό ως κόστος ανά κλικ χρησιμοποιείται για την προώθηση επισκεψιμότητας σε ισότοπους όπου ένας διαφημιζόμενος πληρώνει συνήθως μια μηχανή αναζήτησης ή κάτοχο ισότοπου ή δίκτυο ιστοτόπων .Συνήθως σχετίζεται με την πληρωμή σε μηχανές αναζήτησης πρώτης βαθμίδας όπως είναι οι διαφημίσεις Google και διαφημίσεις bing. Με τις μηχανές αναζήτησης οι διαφημιζόμενοι συνήθως προσφέρουν λέξεις κλειδιά που αφορά την αγορά-στοχο τους, οι ιστοτοποιοι περιεχομένου χρεώνουν συνήθως μια σταθερή τιμή ανά κλικ αντί να χρησιμοποιούν ένα σύστημα υποβολής προσφορών .Οι διαφημίσεις “εμφάνιση “ της ΔΕΗ για παράδειγμα είναι γνώστες και ως διαφημίσεις banner,εμφανίζονται σε ισότοπους με σχετικό περιεχόμενο που έχουν συμφωνήσει να προβάλλουν διαφημίσεις και συνήθως δεν διαφημίζουν αμοιβή ανά κλικ.Τα κοινωνικά δίκτυα όπως facebook instagram υιοθέτησαν επίσης το μοντέλο διαφήμισης ppc ως ένα από τα μοντέλα διαφήμισης τους .Οι ισότοποι για παράδειγμα που θα έχουν διαφημίσεις της ΔΕΗ θα εμφανίζουν μια διαφήμιση όταν ένα ερώτημα λέξης κλειδιού αντιστοιχεί σε μια λίστα λέξη κλειδιών ενός διαφημιζόμενου ή έναν ιστότοπο περιεχομένου που έχει σχετικό περιεχόμενο.(Wikipedia,2019)

- *Influencer marketing*

Επικεντρώνεται σε άτομα που έχουν μεγάλη επιρροή στα κοινωνικά δίκτυα .Τα άτομα αυτά διαφημίζουν προϊόντα και υπηρεσίες σαν διαφήμιση μαρτυρίας όπου αυτοί διαδραματίζουν τον ρολό δυνητικού αγοραστή η μπορεί να είναι οι τρίτοι είτε στην αλυσίδα εφοδιασμού (κατασκευαστές ,λιανοπωλητές)είτε μπορεί να είναι οι αποκαλούμενη παράγοντες προστιθεμένης αξίας όπως ακαδημαϊκοί ,δημοσιογράφοι ,επαγγελματίες σύμβουλοι.(Wikipedia,2019)

Κεφαλαίο 3

Νομικοί και κοινωνικοί παράγοντες

Κοινωνικοί παράγοντες

Οι νομικοί και κοινωνικοί παράγοντες έχουν σημασία από πλευράς marketing καθώς διέπουν την ζήτηση για τις υπηρεσίες του διαδικτύου και την τάση για τις αγορές μέσω διαδικτύου .Για τα στελέχη του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι πολύ σημαντικό να κατανοήσουν τους διαφόρους παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των ατόμων που χρησιμοποιούν ενεργά το διαδίκτυο .Αν αυτοί θα θεωρηθούν ως πελάτες της αγοράς-στοχού ,μπορούν να ληφθούν μέτρα για να ξεπεραστούν κάποια εμπόδια. Οι επικοινωνίες marketing μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να μειωθούν οι φόβοι που σχετίζονται με την πρόταση αξίας ,την ευκολία χρήσης και την ασφάλεια .Οι Chaffey και οι συνεργάτες του(2006) υποδεικνύουν κάποιους παράγοντες οι οποίοι παίζουν βασικό ρολό στον καθορισμό της αποδοχής ,οι οποίοι είναι

- *Ασφάλεια*

Η αντίληψη που γεννάται από ειδησεογραφικά άρθρα είναι πως αν κάποιος είναι συνδεδεμένος στο διαδίκτυο ,τότε τα προσωπικά του δεδομένα και τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας που έχει χρησιμοποιήσει μπορεί να μην είναι ασφαλή .Θα χρειαστεί να περάσουν ακόμα αρκετά χρόνια για να ξεπεραστεί σαν φόβος ,καθώς το διαδίκτυο καθιερώνεται σιγά σιγά σαν συμβατικός τρόπος αγοράς.

- *Κόστος πρόσβασης*

Αποτελεί εμπόδιο για εκείνους που δεν έχουν υπολογιστή σπίτι τους η κάποια συσκευή σύνδεσης στο διαδίκτυο όπως Smartphone.Αλλά σημαντικά έξοδα είναι το κόστος χρήσης ενός παρόδου υπηρεσιών για σύνδεση στο διαδίκτυο.

- *Πρόταση αξίας*

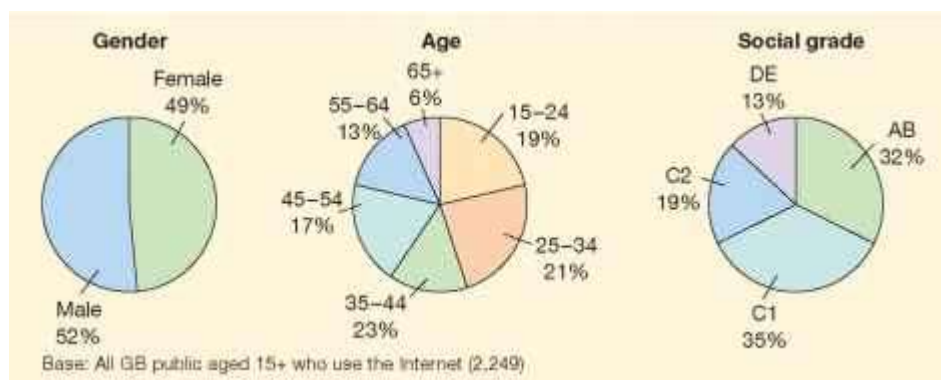
Οι πελάτες θα πρέπει να αντιληφθούν ότι υπάρχει ανάγκη να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο να σκεφθούν τι είναι αυτό που τους προσφέρει που δεν το προσφέρουν

αλλά δίκτυα ;Ένα παράδειγμα πρότασης άξιας είναι η πρόσβαση σε πληροφορίες προμηθευτών και σίγουρα χαμηλότερες τιμές σε προϊόντα.

- **Φόβος για το αγνωστό**

Από πολλούς κ κυρίως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας υπάρχει ένας γενικός φόβος για την τεχνολογία και τα νέα μέσα καθώς πολλές από τις ιστορίες που έχουν ακούσει από άτομα που δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο αφορούν περιπτώσεις παραβίασης προσωπικών δεδομένων . (Dave Chaffey,2008)

Ακόμα η αποδοχή του διαδικτύου διαφοροποιείται πολύ και εξαρτάται από τα επιμέρους δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως είναι η κοινωνική τάξη το εισόδημα και το φύλο .Η ανάλυση αυτή είναι σημαντική ως μέρος της τμηματοποίησης των διαφόρων ομάδων αγοράς-στοχου.Αυτοι οι παράγοντες διαφέρουν ακόμα και στο εσωτερικό κάθε χώρας και θα υπάρχουν ακόμα και τοπικές διαφορές καθώς η πρόσβαση είναι υψηλότερη κυρίως στις πρωτεύουσες. Ακόμα σημαντικό ρολό παίζει η συσκευή πρόσβασης των χρηστών και η ιστοδημογραφία τους (webographics) όπου είναι ένας Όρος που επινόησαν οι Grossnickle και Raskin (2001)



Περιλαμβάνει

- Την θέση χρήσης ,δηλαδή πολλοί χρηστές επισκέπτονται το Διαδίκτυο είτε από το σπίτι είτε από την τοποθεσία εργασίας τους, με το σπίτι να είναι η πιο δημοφιλής επιλογή)
- Την συσκευή πρόσβασης ,δηλαδή το σύστημα φυλλομετράτε και υπολογιστή καθώς μέσω κινητού κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος
- Την ταχύτητα σύνδεσης
- Το παροχή υπηρεσιών Διαδικτύου
- Το επίπεδο εμπειρίας
- Το τύπο χρήσης
- Το επίπεδο χρήσης

Νομικοί παράγοντες

Ηθικό δικαίωμα αναφέρεται το προσωπικό απόρρητο των ατόμων ,να αποφεύγουν την παραβίαση από τρίτους. Όπως ταυτότητα, τα πράγματα που μας αρέσουν και αυτά που δεν μας αρέσουν είναι τα προσωπικά δεδομένα μας και απασχολεί σε

μεγάλο βαθμό τους καταναλωτές λόγω της έντονης αύξησης κλοπών ταυτότητας δηλαδή την κατάχρηση της ταυτότητας κάποιου άλλου ατόμου χωρίς την συγκατάθεση του. Η κλοπή ταυτότητας είναι τραυματική εμπειρία για τον καταναλωτή ,στις περισσότερες περιπτώσεις μπορεί να ανακτήσει τυχόν χρηματικές απώλειες μέσω των παροχών οικονομικών υπηρεσιών .Καθώς λοιπόν είναι φυσικό να ανησυχεί ο καταναλωτής για το προσωπικό απόρρητο του ,οι πληροφορίες αυτές είναι πολύ σημαντικές για τα στελέχη του marketing γιατί κατανοώντας τις ανάγκες ,τα χαρακτηριστικά και τις συμπεριφορές του καταναλωτή έχουν την δυνατότητα να δημιουργούν πιο εξατομικευμένες και στοχευόμενες επικοινωνίες με τον πελάτη , όπως είναι διαδικτυακές υπηρεσίες για συναφή προϊόντα ,προσφορές που συμβάλουν στην αύξηση των πωλήσεων .Όμως τα στελέχη του marketing θα πρέπει να διασφαλίσουν πως συμμορφώνονται με τους προσφάτους νομούς για την προστασία του προσωπικού απορρήτου .Ως αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αποφασίσουν βάσει των επιχειρηματικών οφελών που προκύπτουν από την εφαρμογή συγκεκριμένων πρακτικών marketing ,σε σύγκριση με τους οικονομικούς κινδύνους και την πιθανή ζημία της φήμης τους από μια λιγότερη αυστηρή συμμορφωση. Οι κύριες κατηγορίες πληροφοριών που χρησιμοποιεί ένας στέλεχος marketing διαδικτύου οι οποίες διέπονται από την ηθική και την νομοθεσία είναι :

- *Στοιχεία επικοινωνίας*
Περιλαμβάνουν , την διεύθυνση , το ηλεκτρονικό ταχυδρόμοι , το όνομα του πελάτη.
- *Πληροφορίες συμπεριφορών(σε μια μεμονωμένη τοποθεσία)*
Αφορούν το ιστορικό αγορών και ολόκληρη την διαδικασία αγορών
- *Πληροφορίες συμπεριφορών (σε πολλαπλές τοποθεσίες)*
Αυτές μπορούν πιθανώς να εμφανίσουν πως ένας χρήστης επισκέπτεται πολλαπλές τοποθεσίες και ανταποκρίνεται στις διαφημίσεις που υπάρχουν
- *Πληροφορίες προφίλ*
Αφορούν τα χαρακτηριστικά του πελάτη όπως ηλικία ,φύλο ,κοινωνική ομάδα που βοηθούν στην τμηματοποίηση.

Ακόμα ο Mason(1986) αναφέρει με πρακτικό τρόπο τα ηθικά θέματα που αφορούν την ιδιοκτησία προσωπικών πληροφοριών σε τέσσερις τομείς :

- *Προσωπικό απόρρητο*
Ποιες πληροφορίες πρέπει να αποκαλύψει ένα άτομο σε άλλους ,υπό ποιους όρους και ποιες διασφαλίσεις
- *Ακρίβεια*
Ποιος είναι υπεύθυνος για την αυθεντικότητα και την ακρίβεια των πληροφοριών καθώς και ποιος πρέπει να λογοδοτεί για σφάλματα στην πληροφόρηση.

- *Ιδιοκτησία*
Ποιος κατέχει τα δικαιώματα της πληροφορίας και πως μπορεί να μεταφερθεί η κυριότητα.
- *προσβασιμότητα*
ποιος έχει το δικαίωμα πρόσβασης στις πληροφορίες και κάτω από ποιες συνθήκες. (Dave Chaffey,2002)

Κεφαλαίο 4

Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών

Το σύνολο των μεθόδων πληρωμής με την βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή ή κινητής συσκευής αποτελούν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Σε αυτές συγκαταλέγονται οι πληρωμές μέσω πιστωτικών και λοιπών καρτών, PayPal καθώς και οι μεταφορές χρημάτων μεταξύ τραπεζικών λογαριασμών που η διαχείριση τους δεν πραγματοποιείται μέσω φυσικού καταστήματος αλλά μέσω διαδικτύου, το γνωστό δηλαδή e-banking.

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές προβάλλουν μεγάλες ευκολίες χρήσης για τον καταναλωτή σε σχέση με τις παραδοσιακές μεθόδους. Οι ευκολίες που προσφέρουν έρχονται όμως αντιμέτωπες με μεγάλους κινδύνους.

Έτσι για να μπορεί ένα σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών να γίνει χρηστικό θα πρέπει να πληρή κάποιες απαιτήσεις ασφάλειας, οι οποίες θα πρέπει να είναι πολύ αυστηρές γιατί ένα ελάχιστο πρόβλημα ασφάλειας στις ηλεκτρονικές πληρωμές μπορεί να σημαίνει απώλεια ενός πολύ μεγάλου πόσου ή διαρροή προσωπικών δεδομένων.

Η ασφάλεια και η αξιοπιστία των ηλεκτρονικών πληρωμών είναι ένα από τα πιο σπουδαία ζητήματα που έχει να αντιμετωπίσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ώστε να απολαμβάνει την εμπιστοσύνη των πελατών. Στις μεταφορές χρημάτων από τραπεζικούς λογαριασμούς πελατών σε τραπεζικούς λογαριασμούς καταστημάτων με την βοήθεια e-banking ή στις πληρωμές μέσω PayPal εξασφαλίζεται η ασφάλεια της μεταφοράς χρημάτων από την ιστοσελίδα της τράπεζας και του PayPal αντίστοιχα. Στην περίπτωση της πληρωμής με πιστωτικές καρτερέστε θέματα ασφάλειας της διαδικασίας, εμπλέκεται και το ηλεκτρονικό κατάστημα. (Βλαχόπουλου, Μ. (1999))

Στην επίτευξη μια ηλεκτρονικής πληρωμής με κάρτα περιλαμβάνονται δυο κύριες φάσεις, η εξουσιοδότηση και ο διακανονισμός. Η Εξουσιοδότηση αφορά όλους τους

ελέγχους που απαιτούνται για να διαπιστωθεί αν η κάρτα που χρησιμοποιεί ο αγοραστής είναι γνησία ,αν είναι ενεργή,αν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την συγκεκριμένη πληρωμή, αν έχει διαθέσιμο το ποσό που απαιτείται .Ο διακανονισμός αφορά την διαδικασία μεταφοράς χρημάτων από το λογαριασμό του αγοραστή σε αυτόν του πωλητή. (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

Υπάρχουν κάποιες παραλλαγές τις διαδικασίας επεξεργασίας μιας ηλεκτρονικής πληρωμής .Ο πωλητής μπορεί να είναι ιδιοκτήτης του λογισμικού πληρωμής, όποτε στην περίπτωση αυτή ο πωλητής έχει στην κατοχή του νόμιμα το λογισμικό για την επεξεργασία των πληρωμών και το έχει ενσωματώσει στο ηλεκτρονικό κατάστημα .Το λογισμικό αυτό επικοινωνεί με μια τράπεζα ώστε να ελέγξει η πληρωμή με την ηλεκτρονική κάρτα. (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

Το ηλεκτρονικό κατάστημα ανακατευθύνει το κάτοχο της κάρτας σε ένα σύστημα σημείο πωλήσεων (POS).Το pos αναλαμβάνει όλη την διαδικασία των πληρωμών και όταν ολοκληρωθεί η διαδικασία της πληρωμής ανακατευθύνει τον κάτοχο της κάρτας στην ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος .Το POS ανήκει και λειτουργεί από ένα δεκτή οργανισμό (τράπεζα). (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

Οι πληρωμές με τις πιστωτικές κάρτες εγκυμονούν κινδύνους όχι μόνο για τους πελάτες αλλά και για το κατάστημα ,όπως είναι απώλεια εσόδων.Τετοιες καταστάσεις για να αποφευχθούν το κατάστημα πρέπει να απορρίπτει κάποιες ύποπτες συναλλαγές με βάση κάποια κριτήρια. Τρόποι επιτεύξεις είναι οι εξής:

- *Σύστημα έλεγχου διεύθυνσης*

Ο έμπορος συγκρίνει την διεύθυνση που δηλώνει ο πελάτης στην σελίδα παραγγελίας με την διεύθυνση που έχει δηλώσει στην τράπεζα για την πιστωτική του κάρτα.

- *Έλεγχος από το προσωπικό*

Πολλά καταστήματα ελέγχουν τις παραγγελίες με την βοήθεια ανθρωπινού δυναμικού ελέγχοντας τις παραμέτρους της συναλλαγής. Η μέθοδος αυτή έχει καλύτερα αποτελέσματα σε σχέση με αλατοποιημένες μεθόδους αυξάνει όμως πολύ το κόστος λειτουργίας του καταστήματος.

- *Αριθμός επαλήθευσης κάρτας (CVN)*

Ο πελάτης εκτός από τον κωδικό της κάρτας πρέπει να δώσει και τον κωδικό επαλήθευσης που βρίσκεται στο πίσω μέρος της κάρτας

- *Απλοποιημένα μοντέλα λήψεις αποφάσεων*

Αλατοποιημένοι κανόνες που εφαρμόζονται με την βοήθεια ενός αλγορίθμου εκτελούν συγκεκριμένους ελέγχους σε κάθε συναγή . (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

Κίνδυνοι στις ηλεκτρονικές συναλλαγές

Το διαδίκτυο προσφέρει πληθώρα ευκαιριών και πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες παρολάυτα όπως αναφέραμε πιο πάνω υπάρχουν πολλοί κίνδυνοι. Κίνδυνοι λοιπόν είναι κάθε απειλή που έχει σκοπό να βλάψει την ακεραιότητα των ηλεκτρονικών συναλλαγών και να εκμεταλλευτεί οπουδήποτε πληροφορία παραβιάζοντας την ιδιοκτητικότητα τους.

Όπως:

- *Μαζική αλλοίωση δεδομένων*

Όταν κάποιος χρήστης πλαστογραφεί δεδομένα η όταν εισάγει παραποιημένα και πλαστά δεδομένα σε μεταδιδόμενα μηνύματα

- *Άρνηση εξυπηρέτησης*

Όταν ένας χρήστης ενεργεί με σκοπό να αποτρέψει την διάθεση πόρων και υπηρεσιών προς νόμιμους χρηστες.Είναι οι επιθέσεις που προκαλούν προβλήματα στην λειτουργία του συστήματος η του δίκτυο που εισβάλουν ώστε να μην μπορεί να προσφέρει τις υπηρεσίες που είναι προορισμένο να προσφέρει στους νόμιμους χρηστες.

- *Μεταμφίεση*

Όταν Ένας χρήστης παριστάνει πως είναι κάποιος άλλος προκειμένου να έχει εξουσιοδοτήσεις ώστε να μπορεί να κλέψει πληροφορίες η να κάνει συναλλαγές που προκαλούν οικονομικές απωλειες. Ενδέχεται δηλαδή οι πελάτες να κατεβάσουν κακόβουλο λογισμικό που παρουσιάζεται σαν έμπιστη πηγή η να δώσουν πληροφορίες σε λάθος άτομα.

- *Spyware*

Είναι μικρά προγράμματα που εισχωρούν στον υπολογιστή η την κινητή συσκευή μας και στέλνουν πληροφορίες στον αποστολέα τους σχετικά με το λειτουργικό μας σύστημα , τις ιστοσελίδες που επισκεπτόμαστε.

- *Hackers*

Είναι άνθρωποι που προσπαθούν να παραβιάσουν μετρά ασφάλειας η μια απευθείας σύνδεση .Επιθυμούν είτε να βλάψουν την φήμη της εταιρείας είτε να έχουν κάποια οικονομικά κέρδη από την κλοπή προσωπικών δεδομένων είτε τέλος να προκαλέσουν απλά αναστάτωση.

- *Ιοί*

Οι ιοί είναι προγράμματα που έχουν σχεδιαστεί για να κάνουν είσοδο στους υπολογιστές χρηστών. Εφόσον έχουν εισχωρήσει θα εξαπλωθούν μέσω email ,δίκτυα η και σε αποσπώμενες συσκευές αποθήκευσης. Σκοπός τους είναι να καταστρέψουν αρχεία και την λειτουργία του υπολογιστή που έχουν εισχωρήσει και να διαφθείρουν ανάλογα τον Ίο τα προσωπικά δεδομένα του ατόμου που έχει την συσκευή. Ένας χρήστης μπορεί να “κολλήσει” κάποιο Ίο μέσω email, μέσα από κάτι που θα κατέβασμα που θα κάνει στην συσκευή του.

- *Phishing*

Είναι ένα τέχνασμα εμπιστοσύνης όπου σχεδιαστικές από επίδοξους κλεφτές προκειμένου να κλέψουν προσωπικά δεδομένα και οικονομικές πληροφορίες τους .Όπως οι πληροφορίες τραπεζικού λογαριασμού, αριθμούς κοινωνικής ασφάλισης και αριθμούς πιστωτικών καρτών. Ακόμα θα βλέπουμε να γίνεται phishing και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με το να προσπαθούν να κλέψουν τον λογαριασμό ενός χρήστη. Αυτές οι άπατες μπορεί να φθάνουν είτε μέσω email και να φαίνεται πως είναι από νόμιμες οργανώσεις έτσι ώστε να εξαπατηθεί ο χρήστης και να ανταποκριθεί με τα προσωπικά του δεδομένα είτε ακόμα και από κλώνους ιστοσελίδων που ο πελάτης μπορεί να έχει αγοράσει κάποιο προϊόν η να έχει αναζητήσει μια υπηρεσία στον παρελθόν και με αυτό τον τρόπο να μπερδευτεί και να εξαπατηθεί .(Wikipedia,2019)

Τρόποι διασφάλισης ηλεκτρονικών συναλλαγών

Είναι μια τραυματική εμπειρία για ένα χρήστη να κλαπούν τα προσωπικά δεδομένα του και αναφέραμε κάποιους από τους κινδύνους που αφορούν τις συναλλαγές μας στο διαδίκτυο. Σκοπός κάθε λύσης ασφάλειας είναι να εμποδίσει τον οποιοδήποτε να εισχωρήσει σε ευαίσθητες πληροφορίες .Να εμποδίσει κάποιον να αποσπάσει να καταστρέψει δεδομένα που υπάρχουν σε ένα δίκτυο και να σταματήσει κάποιον που επιτίθεται να προσβάλει την φήμη της εταιρειας. Πιθανές λύσεις για να προστατεύουμε από οποιαδήποτε απειλή είναι:

- *Κρυπτογράφηση*

Η προστασία απέναντι σε μη εξουσιοδοτημένη αποκάλυψη πληροφοριών, διασφαλίζει την εμπιστευτικότητα των δεδομένων

- *Ψηφιακές υπογραφες*

Παρέχουν την δυνατότητα εντοπισμού παραποίησης και ανακτήσεις δεδομένων με την βοήθεια κρυπτογράφησης

- *Ψηφιακά πιστοποιητικά*

Δίνουν προστασία από την μη ανάληψη ευθύνης ενός αποστολέα ότι εκείνος έστειλε συγκεκριμένα δεδομένα, καθώς και από την άρνηση ενός απαράληπτη ότι έλαβε κάποια δεδομένα .Η υπηρεσία αυτή είναι διαθέσιμη από τον συνδυασμό της κρυπτογράφησης και των ψηφιακών υπογραφων. Αρχές πιστοποίησης αναλαμβάνουν την ευθύνη ως τρίτες έμπιστες οντότητες της δημιουργίας εμπιστοσύνης μεταξύ των επικοινωνούντων μερών. (Βλαχόπουλου ,M. (1999))

- *Αναγνώριση και πιστοποίηση*

Η απαίτηση πληροφοριών πιστοποίησης και που διακινούνται συνήθως κρυπτογραφημένα ,είναι αυτές που μπορούν να επιβεβαιώσουν την ταυτότητα των Δίο μερών που επικοινωνούν .Αφορά δύο περιπτώσεις

1. Την ταυτότητα των χρηστών.
2. Την ταυτότητα των συστημάτων ως αφετηρίες πηγές προέλευσης μηνυμάτων.

- *Έλεγχος προελεύσεις και εξουσιοδότησης*

Αφορά την προστασία απέναντι σε μη εξουσιοδοτημένη χρήση πόρων ,είτε υλικών είτε ,είτε λογισμικών, είτε δεδομένα. Μηχανισμοί όπως οι λίστες έλεγχου προσπέλασης και οι ετικέτες ασφάλειας χρησιμοποιούνται για τον περιορισμό της προσπέλασης παρόντα δικαιώματα προσπέλασης είναι οι απαραίτητες πληροφορίες που συσχετίζουν ένα σύστημα πελάτη ,ένα διανομέα και καθορίζουν αν ο πελάτης θα αποκτήσει συγκεκριμένου τύπου προσπέλαση σε ένα συγκεκριμένο πόρο διανομέα . Η ασφάλεια οφείλει να βλέπει και προς τις δυο κατευθύνσεις ροής πληροφοριών.

- *Επίβλεψη και υπευθυνότητα*

Καταγράφουν τις δηλώσεις ταυτότητας και της ενέργειες των χρηστών που αποκτούν πρόσβαση σε προστατευμένους πόρους

- *Έλεγχος και αποδοτικότητα δικτύου*

Μηχανισμοί που καταγράφουν την συνολική απόδοση τους συστήματος και την κίνηση του δικτύου με σκοπό την αποτροπή καταστάσεων άρνησης εξυπηρέτησης .

- *Ad virus*

Ο κύριος τρόπος άμυνας ,το λογισμικό κατά των ιών που δίνεται σε διαφορές μορφες. Το ελάττωμα τους είναι ότι δεν εντοπίζουν εύκολα νέους ιούς ακόμα και ενημέρωση κ με ενημέρωση του λογισμικού τους.

- *Firewalls*

Η κοινή μέθοδος προστασίας έναντι μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης είναι οι έλεγχοι συνθηματικού και η εγκατάσταση firewall.Με αυτά παρέχεται όμως περιορισμένη προστασία και πρέπει να συμπληρώνεται και από άλλους ελέγχους ασφάλειας, όπως η αναγνώριση επιθέσεων και οι έλεγχοι στο επίπεδο εφαρμογής.

- *SSL και IPSec*

Η επαλήθευση ταυτότητας στα δίκτυα σε συνδυασμό με την εισαγωγή πρωτόκολλου SSL είναι χρήσιμο βήμα για την διασφάλιση του απορρητου. Τα ιδεατα ιδιωτικά δίκτυα (VPN) χρησιμοποιών SSL και IPSec για επικοινωνίες μέσω επισφαλών διαδικτυακών και ανοικτών καναλιων, φυλάσσοντας δεδομένα επίπεδα ασφάλειας .Αυτές οι λύσεις είναι περιορισμένης χρησιμότητας γιατί βασίζονται σε ηλεκτρονικά πιστοποιητικά χωρίς να υπάρχει εγγύηση ότι αυτά τα πιστοποιητικά δεν έχουν παραχαραχθει. Αυτό δεν αποτελεί πρόβλημα για τα VPN γιατί μπορούν να αναπτυχτούν ιδιοκτήτες λύσεις . (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

Μηχανισμοί ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών

Σε ένα ηλεκτρονικό πορτοφόλι θα πρέπει να είναι ευκολη αποθήκευση και η ανάκτηση αλλά όχι η αναπαραγωγή του .Οι διαδικασίες ηλεκτρονικής συναλλαγής θα πρέπει να προστατεύουν όλες τις πλευρές από κάθε εξωτερική παρέμβαση σημαντική ανάγκη ασφάλειας που παρουσιάζεται στην μέθοδο ηλεκτρονικού χρήματος είναι η ανάγκη για ανωνυμία συναλλαγών που εκπληρώνεται με επιτυχία .Μια λύση που έλαβε χώρο από την *digitCash* επιτρέπει στους χρηστές να διατηρούν την ανωνυμία τους .Αυτός ο μηχανισμός ονομάζεται *blind signature* επιτρέπει στον αγοραστή να λάβει ηλεκτρονικό χρήμα από μια τράπεζα χωρίς η τράπεζα να μπορεί να συσχετίσει το όνομα του αγοραστή με χρηματορόες (tokens) που διανέμονται ,η τράπεζα πρέπει να εκτιμήσει τα token που λαμβάνει από τον έμπορο μέσω ψηφιακής στάμπας που έχει αρχικά τοποθετηθεί στις χρηματορόες (tokens) του χρηστή αλλά η τράπεζα δεν μπορεί να καταλάβει ποιος έκανε την πληρωμή.

Οι ηλεκτρονικές επιταγές χρησιμοποιούν τεχνολογία ψηφιακών υπογράφων ,η ηλεκτρονική επιταγή θεωρείται πιο ασφαλή από την έντυπη επιταγή. Γιατί ο αποστολέας μπορεί να προστατευτεί από μια απάτη. Αυτό πραγματοποιείται με την κωδικοποίηση του αριθμού του λογαριασμού του με το δημόσιο κλειδί της τράπεζας χωρίς να αποκαλύπτει τον αριθμό λογαριασμού του στον έμπορο.

Ακόμα περιλαμβάνει και μηχανισμούς ασφάλειας όπως έλεγχο ταυτότητας πελάτη και εμπόρου .Αυτό έχει οδηγήσει σε ύπαρξη μιας πληθώρας ηλεκτρονικών πληρωμών με πιστωτικές κάρτες. Διαφοροποιούν και προσδιορίζουν δυο χαρακτηριστικά τα συστήματα αυτά ,το επίπεδο της ασφάλειας των συναλλαγών και το λογισμικό που απαιτείται από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη(αγοραστής , τράπεζα , προμηθευτής) .Υπάρχουν δυο τρόποι που τα στοιχεία της προσωπικής κάρτας ενός αγοραστή μπορούν τα μεταφερθούν. Ο πρώτος είναι η αποστολή των στοιχείων της ηλεκτρονικής πληρωμής από τον πελάτη στον έμπορο η την τράπεζα σε μη κρυπτογραφημένη μορφή ,αυτός θεωρείται όχι τόσο ασφαλής. Ο δεύτερος τρόπος προβλέπει την κρυπτογράφηση όλων των πληροφοριών που σχετίζονται με την πληρωμή πριν την αποστολή τους στον έμπορο η την τράπεζα μέσω του internet και θεωρείται πιο ασφαλής σαν τρόπος. (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

Κεφάλαιο 5

Πληρωμές ηλεκτρονικού εμπορίου

Δημιουργήθηκε η ανάγκη αναζήτησης νέων τρόπων για χρηματικές συναλλαγές , λιγότερο χρονοβόρες και αυτοματοποιημένες, που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν το κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου πιο αποδοτικά σε πρακτικό επίπεδο .Θα αποτελούσε εμπόδιο στην χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου η μη ύπαρξη ενός νέου τρόπου πληρωμών περά από τον παραδοσιακό τρόπο με χρήματα γιατί από την στιγμή που ο προμηθευτής και ο πελάτης βρίσκεται μακριά ,δεν γνωρίζονται θα ήταν πολύ δύσκολη η πραγματοποίηση μιας εξ αποστάσεως εμπορική συναλλαγή. Για το πρόβλημα αυτό βρεθήκαν πολλές λύσεις όπως είναι οι συναλλαγές μέσω χρεωστικών καρτών ,ηλεκτρονικές επιταγές ,έξυπνες κάρτες πληρωμή μέσω αντικαταβολής ,μεταφορές χρημάτων μέσω λογαριασμών και μέσω PayPal.

- *Πληρωμή μέσω αντικαταβολής*

Στην πληρωμή με αντικαταβολή ο πελάτης στέλνει το προϊόν στον αγοραστή με κάποια ταχυδρομική εταιρία με εντολή να παραδοθεί το προϊόν στον αγοραστή με την προϋπόθεση της καταβολής χρημάτων στην ταχυδρομική εταιρία .Το ποσό αυτό είναι η τιμή πώλησης του προϊόντος σε συνδυασμό με τα έξοδα αποστολής .Αφού η ταχυδρομική εισπράξει το ποσό από τον πωλητή και στείλει το προϊόν στον αγοραστή , ο οποίος με την σειρά του θα πληρώσει το ποσό ,στέλνει το ποσό πίσω στον πωλητή. Η μέθοδος αυτή συνήθως προτιμάται από τους πελάτες γιατί έχουν γνώση για τα χρήματα που καταβάλουν και είναι σημαντικό το γεγονός ότι πληρώνουν μόλις παραδοθεί το προϊόν και ο πωλητής από την άλλη πλευρά απαλλάσσεται εντελώς από την διαδικασία είσπραξης χρημάτων αφού την διαδικασία την έχει αναλάβει η ταχυδρομική εταιρία .Ωστόσο υπάρχουν και μειονεκτήματα σε αυτή την διαδικασία όπως η καθυστέρηση του πωλητή στην είσπραξη του αντίτιμου της αγοράς ,το προσθετό κόστος που απαιτεί η ταχυδρομική εταιρία και τέλος η δυσκολία εφαρμογής όταν ο πωλητής και ο αγοραστής βρίσκονται σε διαφορετική χώρα για παράδειγμα. Τέλος ένας ανασταλτικός παράγοντας είναι ότι αν ο πωλητής στείλει το προϊόν στον αγοραστή με αντικαταβολή και ο αγοραστής δεν το παραλάβει ποτέ, τότε

το προϊόν θα σταλεί πίσω στον πωλητή, ο οποίος θα πληρώσει τα έξοδα αποστολής χωρίς όμως να εισπράξει τίποτα . (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

- *Πληρωμή μέσω paypal*

Η υπηρεσία αυτή δεν είναι ένας αυτόνομος τρόπος πληρωμών. Είναι ουσιαστικά ο ενδιαμέσος που αναλαμβάνει να πάρει τα χρήματα από τον αγοραστή και να τα δώσει στον πωλητή .Για να πληρώσει ο αγοραστής μέσω PayPal πρέπει ο πωλητής να υποστηρίζει αυτό τον τρόπο πληρωμών. Πρέπει ο αγοραστής να φτιάξει ένα λογαριασμό στο PayPal δίνοντας τα στοιχεία του και τους κωδικούς μιας πιστωτικής του κάρτας και αφού το PayPal ελέγχει την γνησιότητα ο λογαριασμός είναι έτοιμος. Ο κάτοχος του λογαριασμού μπορεί από εδώ και πέρα να κάνει οποιαδήποτε αγορά σε ηλεκτρονικό κατάστημα που υποστηρίζει την υπηρεσία αυτή .Το πλεονέκτημα εδώ είναι πως μέσω PayPal το ποσό που δίνει ο αγοραστής είναι η πραγματική αξία του προϊόντος χωρίς κάποια προσαύξηση εξόδων μεταφοράς. Κάποιες φορές μπορεί να υπάρξει προμήθεια και το μεταβιβάζει στον λογαριασμό PayPal του πωλητή. (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

- *Πληρωμή μέσω χρεωστικής κάρτας*

Οι πληρωμές μέσω χρεωστικής και πιστωτικής κάρτας είναι οι πιο σύγχρονη μορφή ηλεκτρονικών συναλλαγών. Σχεδόν όλοι οι χρηστές χρησιμοποιούν τις κάρτες για τις συνταγές τους και όλα τα ηλεκτρονικά καταστήματα υποστηρίζουν οπωσδήποτε αυτή την μέθοδο. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που δεν έχει αυτή την μέθοδο δύσκολα θα έπειθε ένα πελάτη για να αγοράσει τα προϊόντα του .

Οι πρώτες κάρτες που δέχθηκαν την αποδοχή των πελατών , ήταν οι πιστωτικές που έδιναν την δυνατότητα στον χρηστή να αγοράσει και ας μην είχε διαθέσιμα τα ανάλογα χρήματα, ο καταναλωτής λαμβάνει μια πίστωση και αργότερα μπορεί να εξοφλήσει τα χρήματα αυτά με ένα μεγάλο επιτόκιο όμως.

Αυξάνεται σήμερα όλο και περισσότερο η χρήση των χρεωστικών καρτών. Συνήθως συνδέονται με ένα τραπεζικό λογαριασμό ,κάθε φορά που γίνεται μια πληρωμή με την χρεωστική κάρτα ένα ποσό μεταφέρεται άμεσα στον λογαριασμό του πωλητή χρεωστική κάρτα έχει την δυνατότητα να προστατεύει τον καταναλωτή από ανεξέλικτες αγορές. Αυτό επιτυγχάνεται με το ο αγοραστής να βάζει ακριβώς το ποσό που χρειάζεται για την αγορά που έχει σκοπό να κάνει.

Η χρήση αυτών των καρτών βασίζεται σε χαρακτηριστικούς αριθμούς που είναι χαραγμένοι πάνω στην κάρτα. Οι αριθμοί αυτοί είναι προσωπικοί του ιδιοκτήτη της

κάρτας και δεν πρέπει να γίνονται γνωστοί σε τρίτους .Για την πληρωμή με χρεωστική κάρτα πραγματοποιείται με την βοήθεια από ειδικές φόρμες στην ιστοσελίδα των κωδικών και άλλων στοιχείων που βρίσκονται πάνω στην κάρτα. Οι πληρωμές αυτές έχουν πολλά πλεονεκτήματα γιατί η συναλλαγή γίνεται άμεσα, οποιαδήποτε ώρα αφού η μεταφορά γίνεται αυτοπονημένα μέσω αλγορίθμων . (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

- *Μεταφορά χρημάτων μέσω τραπεζικού λογαριασμού*

Η μεταφορά χρημάτων από ένα λογαριασμό σε άλλο σε κάποιον άλλον μπορεί να επιτευχτεί μέσω e-banking και web banking.

Το web banking είναι ένας τρόπος ολοκληρωμένης συναλλαγής από το σπίτι με την βοήθεια του διαδικτύου . Ο κάτοχος του τραπεζικού λογαριασμού συνδέεται είτε μέσω εφαρμογής ebanking της τράπεζας από το κινητό του είτε μέσω της ιστοσελίδας της τράπεζας στην οποία έχει λογαριασμό με προσωπικούς κωδικούς και με λίγα κλικ μπορεί να μεταφέρει χρήματα στον λογαριασμό του προμηθευτεί για την αγορά του , αν η τράπεζα είναι η ίδια που χρησιμοποιεί και ο προμηθευτής δεν έχει καμία επιβάρυνση αν η τράπεζα είναι διαφορετική έχει μια επιβάρυνση που είτε την επιβαρύνεται ο ίδιος είτε ο προμηθευτής , αυτό γίνεται κατόπιν συνεννόησης τους.(Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

- *Έξυπνες κάρτες*

Μια έξυπνη κάρτα είναι μια κάρτα με ενσωματωμένο ολόκληρο κύκλωμα chip .Το κύκλωμα μπορεί να περιλαμβάνει μόνο μνήμη η μικροεπεξεργαστή. Το κύριο πλεονέκτημα τους είναι φυσική προστασία των αποθηκευμένων δεδομένων. Μια ενδιαφέρον ιδιότητα των έξυπνων καρτών είναι πως είναι αρκετά δύσκολο να την αντιγράψουμε. Λόγω της αύξησης της διαθέσιμης υπολογιστικής δύναμης και μνήμης μεγαλώνει και ο αριθμός των εφαρμογών με έξυπνες κάρτες, για να γίνει μια συναλλαγή απαιτητέ η ανταλλαγή ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων όπως ο αριθμούς πιστωτικών καρτών, κλειδιά κρυπτογράφησης κτλ. Μπορούν ακόμα να αντικαταστήσουν τις κάρτες όπως οι τηλεκάρτες, οι πιστωτικές κάρτες , οι κάρτες ανάληψης μετρητών και τέλος μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως προπληρωμένες κάρτες για την αποθήκευση ψηφιακών νομισμάτων . (Βλαχόπουλου ,Μ. (1999))

Κεφαλαίο 6

Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων Mamp , Λογισμικό WordPress και plug in woocommerce

Για την κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος χρειάζεται ένα σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων που στην συγκεκριμένη πτυχιακή χρησιμοποιήσαμε την βάση δεδομένων mamp ,όπου μέσα σε αυτή γίνεται εγκατάσταση του ανοιχτού κώδικα κ ελεύθερου λογισμικού ιστολόγιου wordpress όπου είναι και πλατφόρμα δημοσιεύσεων και στην συνέχεια τοποθετούμε μέσα στο wordpress το πρόσθετο plug in woocommerce όπου διαμορφώνει την διαδικτυακή σελίδα σε eshop.Παρακάτω θα αναπτύξουμε λεπτομερώς την διαδικασία κατασκευής της ιστοσελίδας , καθώς και σε τι πραγματεύεται το κάθε ένα .

- *Wordpress*

Το wordpress είναι ελεύθερο και ανοιχτού κώδικα λογισμικό ιστολόγιου και πλατφόρμα δημοσιεύσεων γραμμένο σε php και Mysql.Οπου php είναι μια γλώσσα προγραμματισμού για την δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιεχόμενο . Mysql είναι ένα σύστημα διαχείρισης βάσης δεδομένων όπου το πρόγραμμα τρέχει έναν εξυπηρετητή(server) παρέχοντας πρόσβαση πολλών χρηστών σε ένα σύνολο βάσεων δεδομένων και χρησιμοποιείται για πολλές γνώστες ιστοσελίδες όπως Google ,facebook.Το wordpress έχει πολλές δυνατότητες μαζί με μια αρχιτεκτονική για πρόσθετες λειτουργίες και ενός συστήματος προτύπων ιστού ,όπου οι χρήστες μπορούν να αλλάζουν την θέση διαφόρων γραφικών στοιχείων περιβάλλοντος χωρίς να χρειαστεί επεξεργασία ο κώδικας php και html.Επίσης μπορούν να εγκαθιστούν και να αλλάζουν διάφορα οπτικά θέματα η ακόμα για πιο προχωρημένες τροποποιήσεις μπορούν να επεξεργαστούν τον κώδικα html και php στα οπτικά θέματα. Έχει επίσης την δυνατότητα ενσωμάτωσης διαχείρισης συνδέσμων, μόνιμοι σύνδεσμοι οι όποιοι είναι φιλικόι προς τις μηχανές αναζήτησης ,έχουν την δυνατότητα ανάθεσης πολλαπλών κατηγοριών και υποκατηγοριών στα άρθρα και ακόμα υποστήριξη για ετικέτες στα άρθρα και τις σελίδες. Έχει επίσης αυτόματα φίλτρα, τα όποια παρέχουν προσωποποιημένη μορφοποίηση του κειμένου. Τέλος το wordpress έχει μια πλούσια αρχιτεκτονική πρόσθετων λειτουργιών, η όποια επιτρέπει στους χρήστες και στους προγραμματιστές να επεκτείνουν την λειτουργικότητα του ,περά από τις δυνατότητες οι οποίες αποτελούν μέρος της βασικής εγκατάστασης .(Wikipedia,2019)



WORDPRESS

- *Woocommerce*

Το woocommerce είναι ένα δυναμικό επεκτάσιμο δωρεάν προσθετό ηλεκτρονικού εμπορίου που βοηθά να πουλήσουμε το οτιδήποτε εύκολα ,φτιαγμένο για να ενσωματώνεται μέσα στο wordpress.Είναι παγκόσμια λύση για το ηλεκτρονικό εμπόριο που δίνει την δυνατότητα σε ιδιοκτήτες καταστήματος και προγραμματιστές να έχουν τον απολυτό έλεγχο.

Μέ το woocommerce μπορούμε να πουλήσουμε προϊόντα και μπορεί ακόμα προβάλει και αγαθά που σχετίζονται από online αγορες.Το woocommerce μπορεί να ρυθμίσει μέσα στο eshop τις αποστολές που θέλουμε να κάνουμε και ακόμα υποστηρίζει και απευθείας μεταπώληση. Ακόμα υποστηρίζει εκτεταμένες επιλογές πληρωμής όπως PayPal,τραπεζικές συνέλεγχες και με αντικαταβολή και συνδέεται με τοπικοποιημενες πύλες όπως Amazon payments.Όσον αφορά τους φόρους ,τα επίπεδα αποθεμάτων και τους λογαριασμούς πελατών το woo commerce δίνει πλήρη έλεγχο. (Wikipedia,2019)



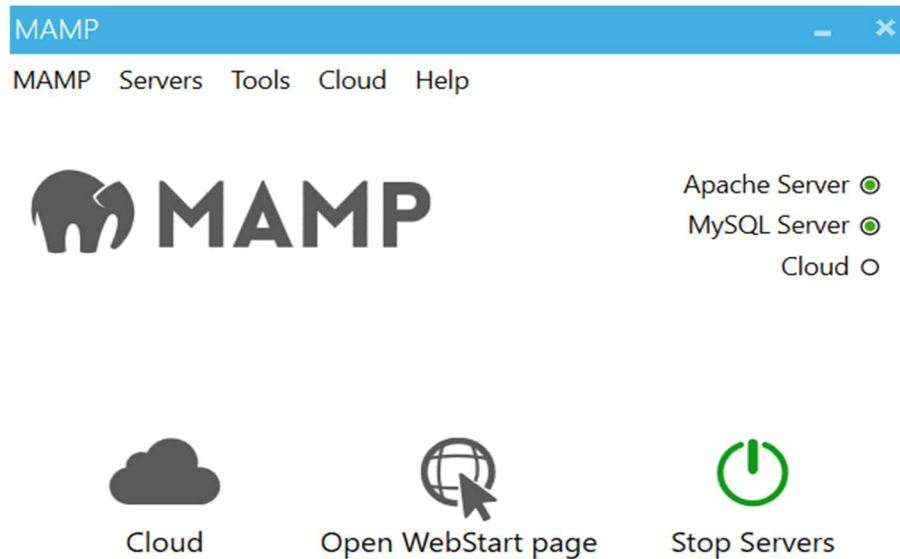
WooCommerce

WooCommerce is a flexible, open-source eCommerce solution built on WordPress. Sell anything, anywhere and make...

By *Automattic*

- *Mamp*

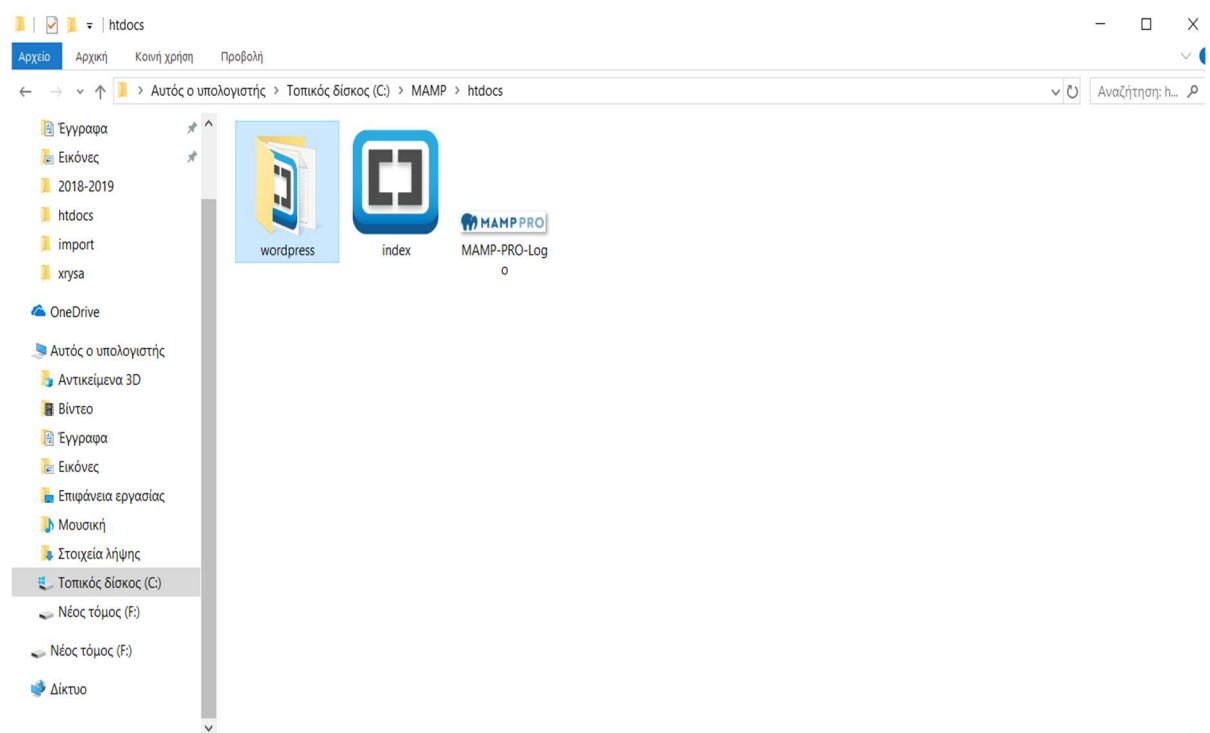
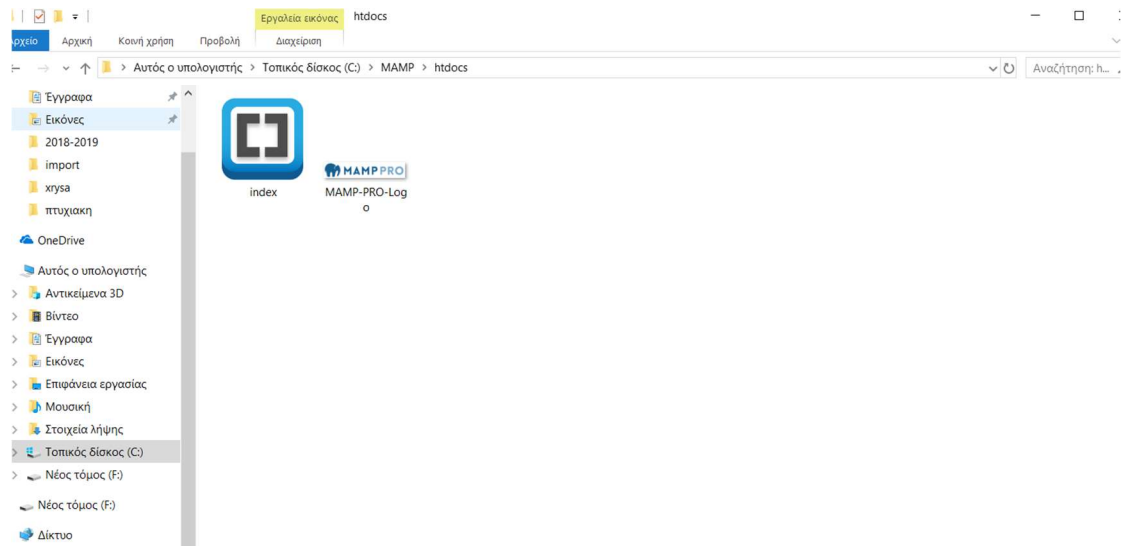
Το mamp είναι ένα σύστημα διαχειρισεως βάσεων δεδομένων, όπου αναφέρεται σαν μια στοίβα λογισμικού. Όπου στοίβα λογισμικού είναι ένα σύνολο υποσυστημάτων λογισμικού που απαιτούνται για την δημιουργία μιας πλήρους πλατφόρμας ώστε να μην απαιτητέ προσθετό λογισμικό για την υποστήριξη εφαρμογών.(Wikipedia,2019)



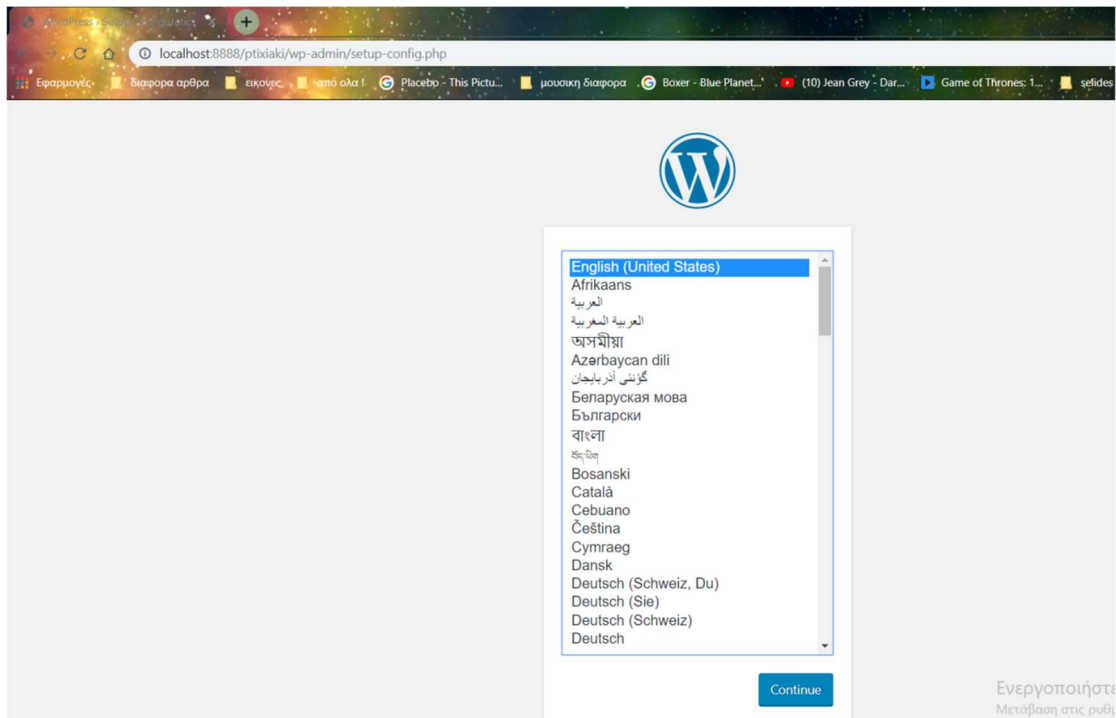
Δημιουργία ιστοσελίδας

Ανοίγοντας το mamp πηγαίνουμε στο menu και πατάμε να ανοίξει τους server ,εφόσον ενεργοποιηθούν και ο server της mysql και ο server του apache για να

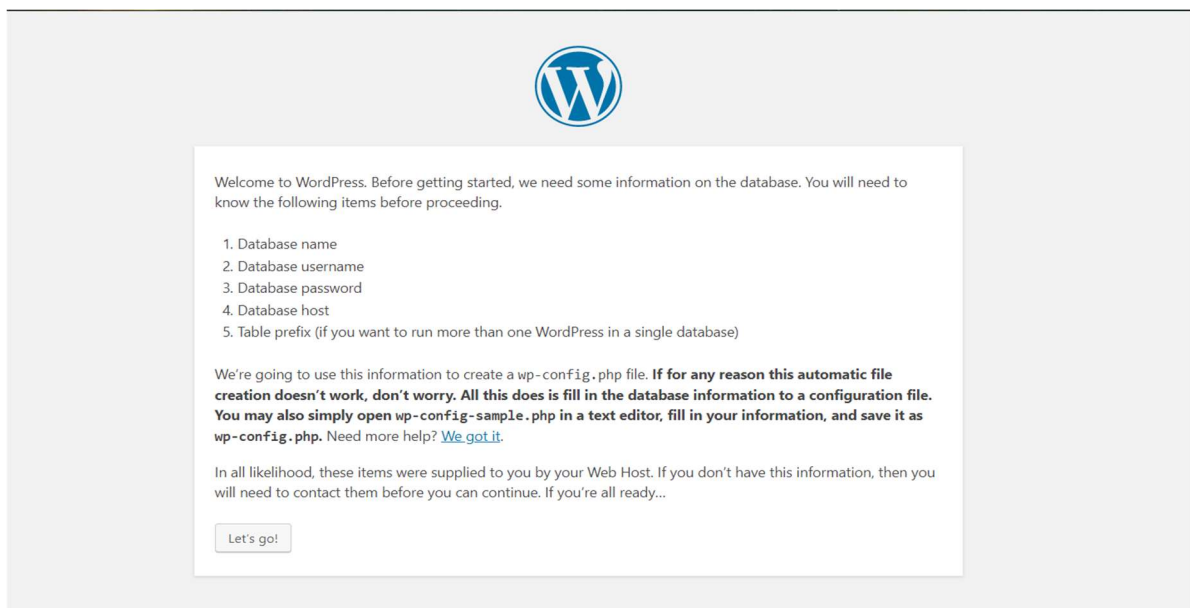
σιγουρευτούμε πως λειτουργεί σωστά το πρόγραμμα ,παίρνουμε το φάκελο wordpress.org που έχουμε κατεβάσει και αφού το κάνουμε unzip το περνάμε μέσα στον τοπικό δίσκο C που είναι το mamp ,μετά πάμε στο htdocs και περνάμε τον φάκελο μέσα.



στην συνέχεια αλλάζουμε το όνομα του φάκελου σε rtxiaki και πάμε στην βάση στο phrmyadmin και φτιάχνουμε μια βάση δεδομένων με όνομα ίδιο έτσι ώστε να συνδεθούν μεταξύ τους .Εφόσον έχουμε τελειώσει με αυτό το στάδιο πηγαίνουμε στην μπάρα αναζήτησης μας και πατάμε localhost/rtxiaki και μας ανοίγει την σελίδα μας για να την φτιάξουμε

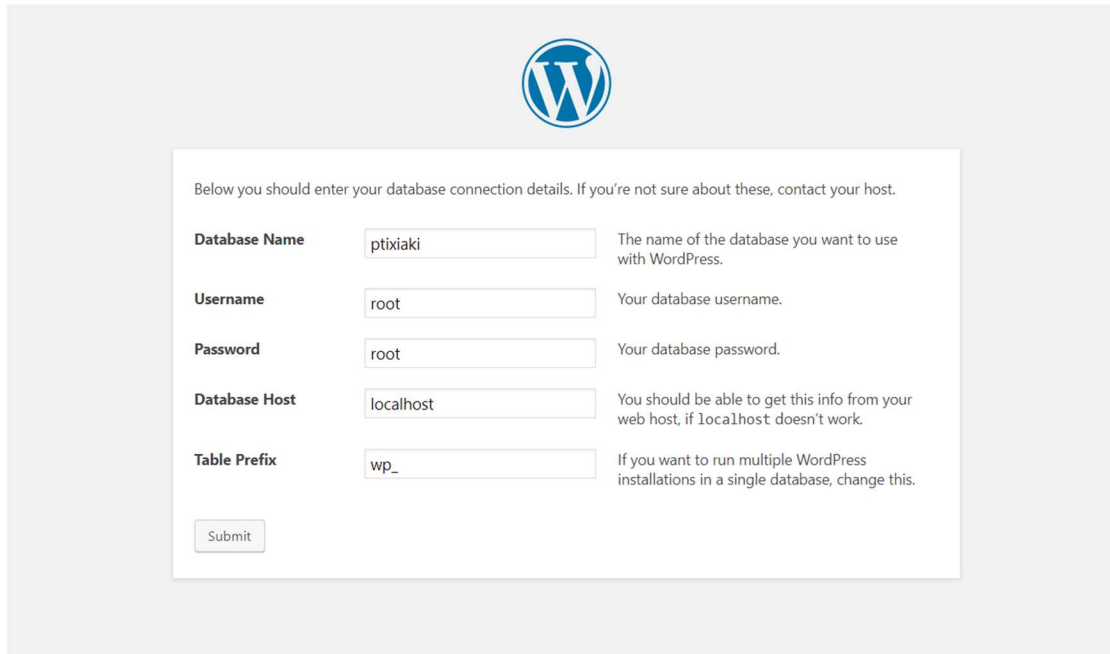


Επιλεγούμε γλωσσά που μας βολεύει και στην συνέχεια μας βγάζει μήνυμα για να δημιουργήσουμε μια βάση που όπως είπαμε φτιάξαμε πριν μέσα στο mamp



Καθώς προχώραμε πρέπει να βάλουμε το username και τον κωδικό που έχουμε στην βάση δεδομένων που φτιάξαμε

Στην συνέχεια βάζουμε username , password και τον τίτλο του site μας για να κάνουμε είσοδο στο wordpress



The image shows the WordPress database connection form. At the top center is the WordPress logo. Below it, a text box contains the instruction: "Below you should enter your database connection details. If you're not sure about these, contact your host." The form consists of five rows, each with a label, an input field, and a description:

Field Label	Input Value	Description
Database Name	ptixiaki	The name of the database you want to use with WordPress.
Username	root	Your database username.
Password	root	Your database password.
Database Host	localhost	You should be able to get this info from your web host, if localhost doesn't work.
Table Prefix	wp_	If you want to run multiple WordPress installations in a single database, change this.

At the bottom left of the form is a "Submit" button.

Όταν λοιπόν τελειώσουμε με αυτά τα βήματα και μπούμε στην ιστοσελίδα μας θα δούμε πως το wordpress έχει ένα προεπιλεγμένο θέμα και ένα άρθρο με τίτλο <<καλημέρα κόσμε!>>

Από εδώ και περά μπορούμε να το διαμορφώσουμε όπως εμείς θέλουμε ,σαν πρώτη φάση πηγαίνουμε στο edit page για να επιλέξουμε ένα θέμα της αρεσκίας μας, έχει κάποια δωρεάν και κάποια με πληρωμή .

WordPress logo

Welcome

Welcome to the famous five-minute WordPress installation process! Just fill in the information below and you'll be on your way to using the most extendable and powerful personal publishing platform in the world.

Information needed

Please provide the following information. Don't worry, you can always change these settings later.

Site Title

Username

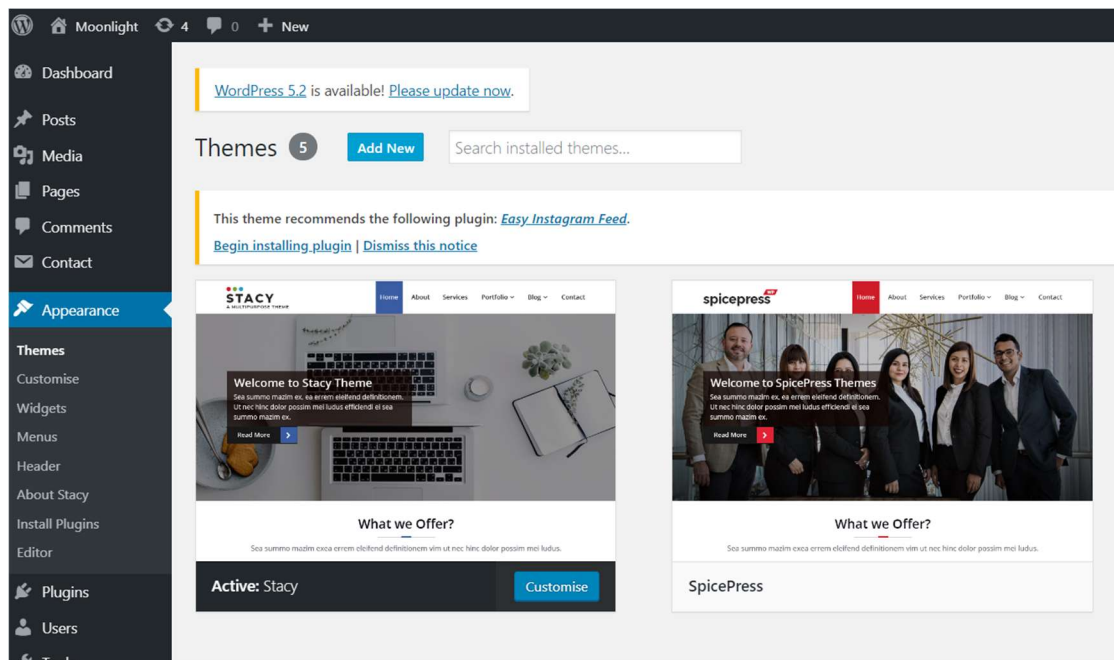
Username can have only alphanumeric characters, spaces, underscores, hyphens, full stops, and the @ symbol.

Password

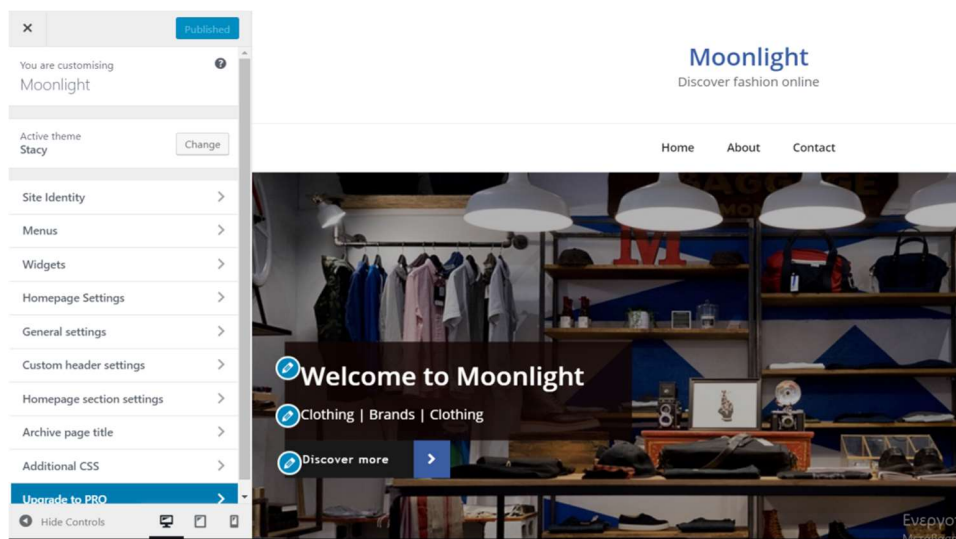
Strong

Important: You will need this password to log in. Please store it in a secure location.

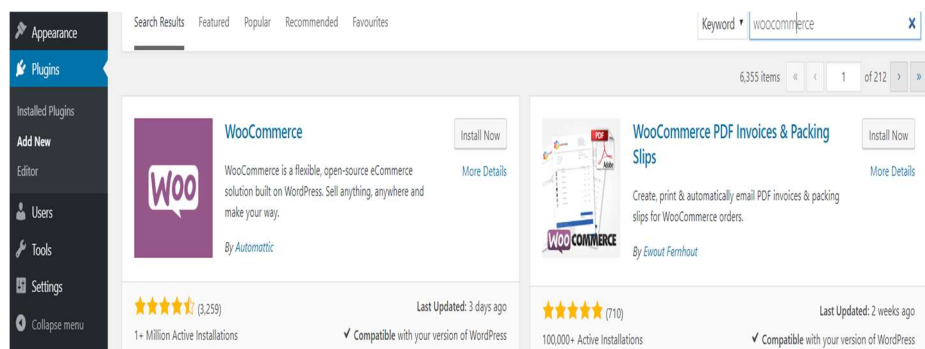
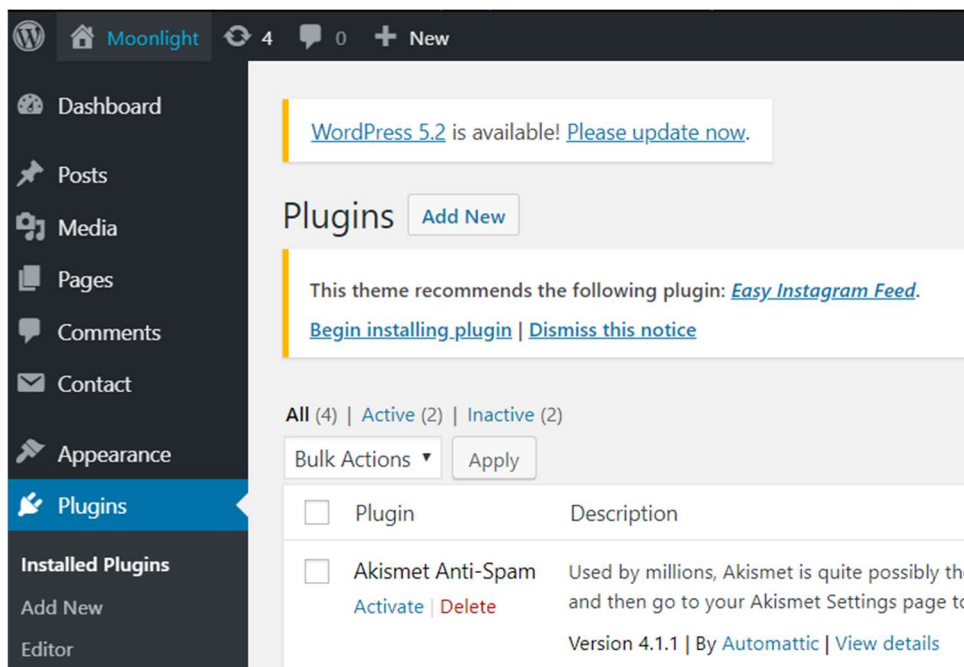
WordPress Moonlight Customise 3 0 + New Edit Page



Διαλέγοντας το θέμα που θέλουμε συνεχίζουμε στο customize για να αλλάξουμε ότι θέλουμε μέσα στο θέμα που επιλέξαμε ,όπως για παράδειγμα το όνομα της ιστοσελίδας ,το τι πραγματεύεται η ιστοσελίδα και στην συνέχεια να προσθέσουμε εικόνες της εταιρίας μας .



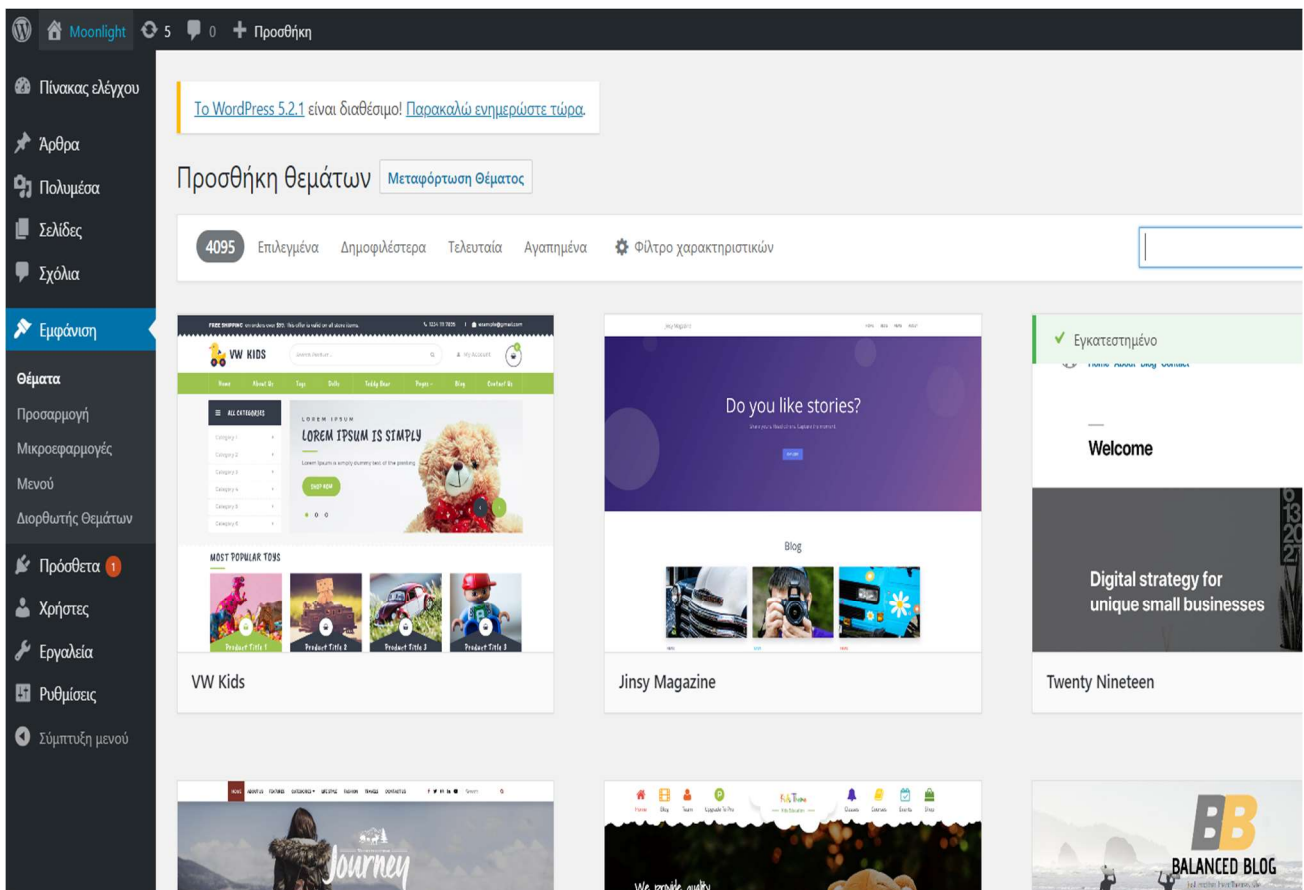
Το word press αρχικά δίνει την σελίδα σε μορφή άρθρου η blog για να αλλάξει αυτό πηγαίνουμε πάλι στο edit page και κατευθυνόμαστε στα πρόσθετα η αλλιώς plug in.στα plug in κάνουμε αναζήτηση στο search bar που έχει όπως θα κάναμε για παράδειγμα στο Google έτσι ώστε να βρούμε αυτό που μας εξυπηρετεί καλύτερα ,διπλά από κάθε προσθετό βλέπουμε δύο συνδέσμους, όπου ο ένας έχει την δυνατότητα να μας δείξει λεπτομέρειες για το πρόσθετο. Αν για παράδειγμα είναι συμβατό με την έκδοση wordpress που έχουμε κατεβάσει η αν υπάρχουν κάποια προβλήματα που πρέπει από μεριάς μας να τα λύσουμε για να κατεβάσουμε το plug in και ο άλλος μας επιτρέπει να το κατεβάσουμε κατευθείαν .Για να διαμορφώσουμε λοιπόν την σελίδα μας σε eshop αρκεί να κατεβάσουμε το woo commerce όπου με αυτό προσθετό μεταμορφώνεται όλη η σελίδα ,αποκτάμε πολλές επιλογές που πριν δεν είχαμε για να μπορεί να γίνει η σελίδα eshop , όπως κάδο προϊόντων για check out και για να βλέπει ο πελάτης τι έχει επιλέξει , επιλογές οπωε εκπτώσεις κτλ.



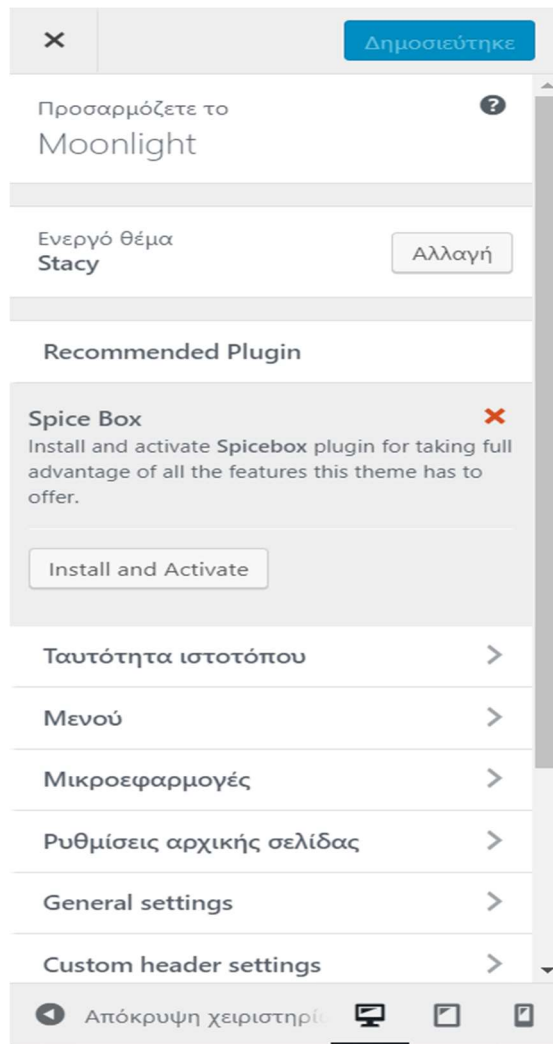
Κεφαλαίο 7

Παρουσίαση ιστοσελίδας με Wordpress

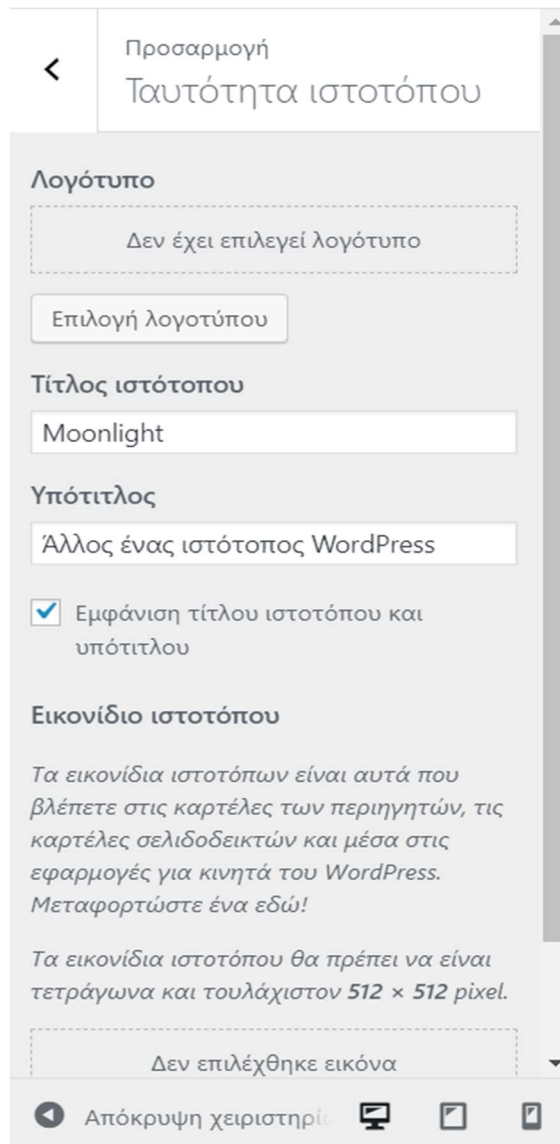
Το θέμα που χρησιμοποιήσαμε είναι το Stacy .Το Stacy είναι ένα θέμα fully responsive όπου αυτό σημαίνει πως προσαρμόζεται άμεσα σε κάθε διάσταση και προσανατολισμό οθόνης ,δηλαδή αν κάποιος πλοηγηθεί είτε από ένα Smartphone είτε από ένα tablet η ιστοσελίδα θα διαμορφωθεί χωρίς να χρειάζεται ο χρήστης να κάνει κάποιο ζουμ. Υποστηρίζει το προσθετό woocommerce για την δημιουργία του eshop μας.Για να γίνει η εγκατάσταση του θέματος πάμε επιλεγούμε από τον πίνακα έλεγχου <<εμφάνιση>> <<θέματα>> και προσθήκη νέου, κάνουμε αναζήτηση με το όνομα Stacy η όποιο άλλο θέλουμε και εγκατάσταση και ενεργοποίηση .



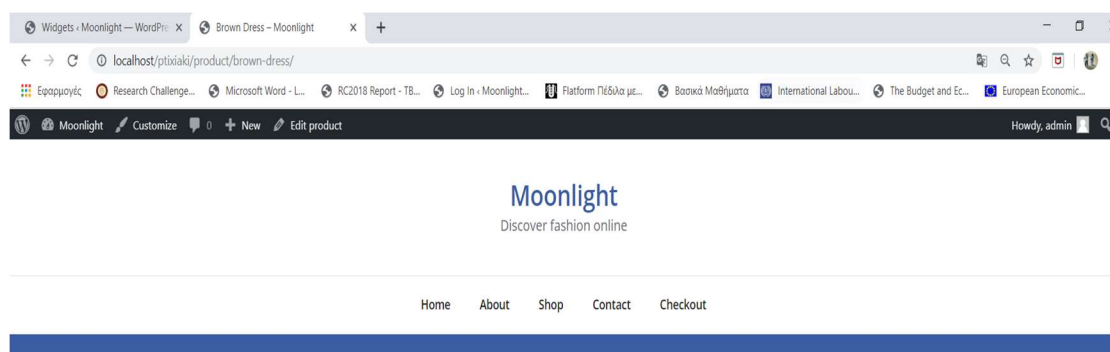
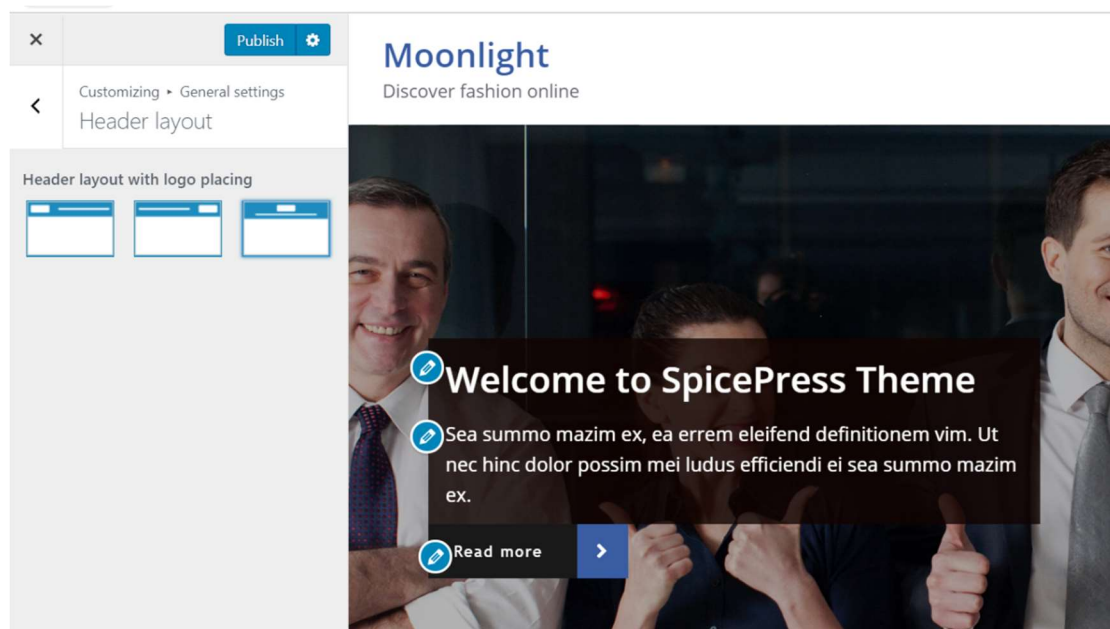
Μόλις ενεργοποιηθεί βλέπουμε πως περά από το πινάκα έλεγχου για τροποποιήσεις που χρειάζεται να κάνουμε το θέμα έχει δικό του menu που ονομάζεται costumes.



Βλέπουμε πως στο customize μπορούμε να φτιάξουμε τον τίτλο ,το υποσέλιδο και αν έχουμε κάποιο logo .Ο τίτλος της ιστοσελίδας μας είναι Moonlight και λογότυπο δεν έχουμε.



Στην συνέχεια μπορούμε να ρυθμίσουμε την διάταξη του τίτλου της ιστοσελίδας όπου εμείς επιλέξαμε να είναι στο κέντρο.



Αφού φτιάξαμε το πάνω μέρος στην συνέχεια θέλουμε να φτιάξουμε τον τίτλο που βρίσκεται κεντρικά βάζοντας Welcome to Moonlight και σαν περιγραφή για το shop μας βάλουμε brand,fashion ,styling και στο button text βάλουμε τον σύνδεσμο του shop ο πελάτης θα πηγαίνει κατευθείαν με ένα κλικ του να βλέπει τα προϊόντα μας.

The image shows a WordPress editor interface for a slider section. On the left, the 'Slider' control panel is visible, containing the following fields and options:

- Select Color**: A color selection dropdown.
- Title**: A text input field containing "Welcome to Moonlight".
- Description**: A text area containing "Brands | Fashion | Styling".
- Button Text**: A text input field containing "Discover more".
- Button Link**: A text input field containing "#".
- Open link in new tab**
- More options available for slider section in SpicePress Pro
- READ MORE** button
- Hide Controls** button

The main preview area on the right shows the slider section with the following items:

- Moonlight** (Title) with subtitle "Discover fashion online".
- Slider item 1: **Welcome to Moonlight** (Title) with subtitle "Brands | Fashion | Styling".
- Slider item 2: **Discover more** (Text) with a right arrow icon.

Συνεχίζοντας θα δούμε πως στο footer δηλαδή στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας μας, το θέμα από μόνο του έχει κάποιες πληροφορίες για το ποιο θέμα επιλέξαμε κτλ

The screenshot displays the WordPress Customizer interface. On the left, the 'Footer copyright settings' panel is active, showing a text area with the following HTML code:

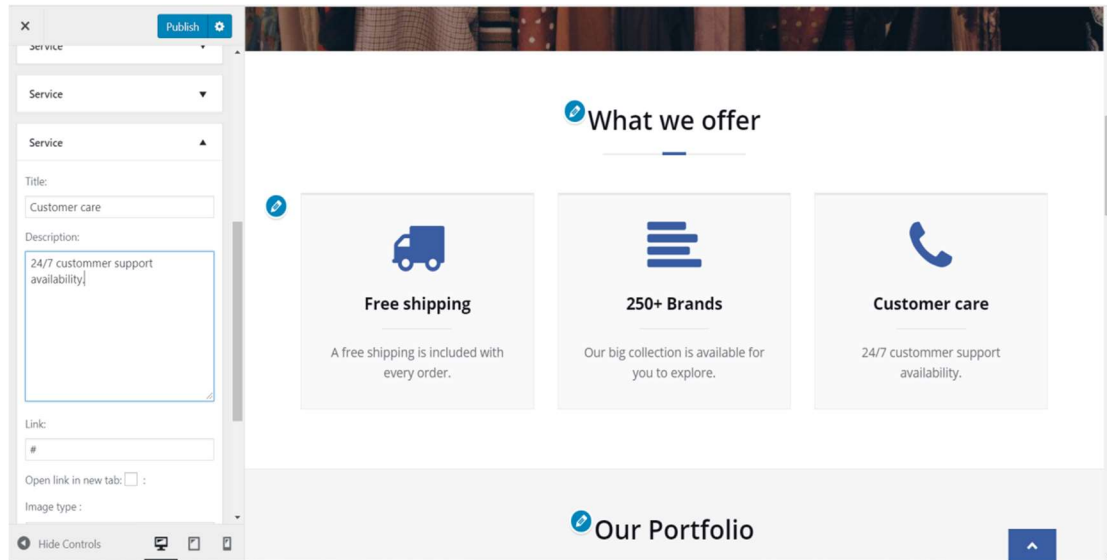
```
<p><a href="https://wordpress.org">Proudly powered by WordPress</a> | Theme: <a href="https://spicethemes.com" rel="designer">Stacy</a> by SpiceThemes</p>
```

The main preview area shows a dark-themed website footer. It includes the 'spicepress' logo, a 'Categories' section with 'Uncategorized', and a 'Recent Posts' section with 'Hello world!'. Below these is the 'SpicePress Theme' information, including the location 'Chestnut Road, California (USA)'. At the bottom of the preview, it states 'Proudly powered by WordPress | Theme: Stacy by SpiceThemes'.

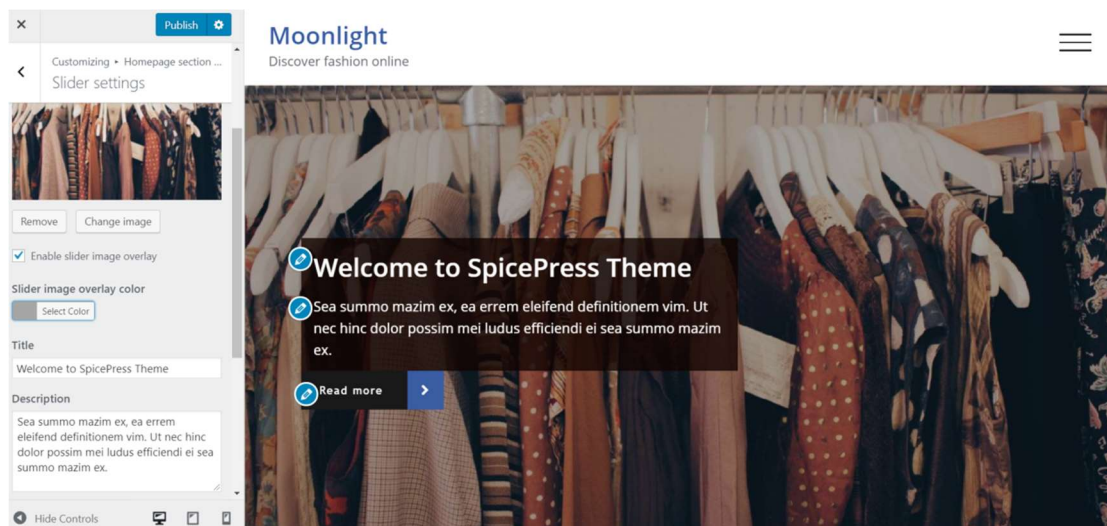
Αυτά τα αλλάξαμε για καλύτερη εμφάνιση σαν αποτέλεσμα του shop .Επεξεργάζονταν τον κώδικα html ,βάλαμε πως το eshop είναι για την συγκεκριμένη πτυχιακή.

The screenshot displays the WordPress Customizer interface. On the left, a sidebar shows the navigation path: Customizing > General settings > Footer copyright settings. The 'Copyright text' field contains the HTML code: `<p>Χρυσάνθη Αθανασίου - Πτυχιακή εργασία | ΤΕΙ Πάτρας 2019</p>`. A 'Publish' button is visible at the top of the sidebar. A notification box at the top center reads: 'first post. Edit or delete it, then start writing!'. The main preview area shows a dark-themed website layout with the 'spicepress' logo, a 'Categories' section with 'Uncategorized', and a 'Recent' section with 'Hello w'. A location pin icon is next to the text 'SpicePress Theme' and 'Chestnut Road, California (USA)'. At the bottom right of the preview, the footer text 'Χρυσάνθη Αθανασίου - Πτυχιακή εργασία | ΤΕΙ Πάτρας 2019' is visible.

Κάθε eshop πρέπει να έχει κάποιες δυναμικές δυνατότητες για να το κάνει καλύτερο από τα άλλα εμείς για παράδειγμα βάλουμε πως έχουμε δωρεάν μεταφορικά ,επικοινωνία όλο την ημέρα



Αφού επεξεργαστήκαμε όλα αυτά συνεχίζουμε αλλάζοντας την προεπιλεγμένη εικόνα του θέματος σε μια Δικιάς μας ,που να παρουσιάζει την θεματική του shop όπου στην πραγματικότητα θα μπορούσε να είναι και μια εικόνα από το φυσικό μας κατάστημα.




Όταν ανεβάσουμε μια εικόνα είτε για το θέμα του site είτε για κάποιο προϊόν που θα ανεβάσουμε στην συνέχεια το word press της συγκεντρώνει όλες μαζί στο media library


Select image ✕

Upload Files Media Library

Search media items...



ATTACHMENT DETAILS



gallery8.jpg
May 22, 2019
16 KB
293 by 300 pixels
[Edit Image](#)
[Delete Permanently](#)

Alt Text

[Describe the purpose of the image.](#) Leave empty if the image is purely decorative.

Title

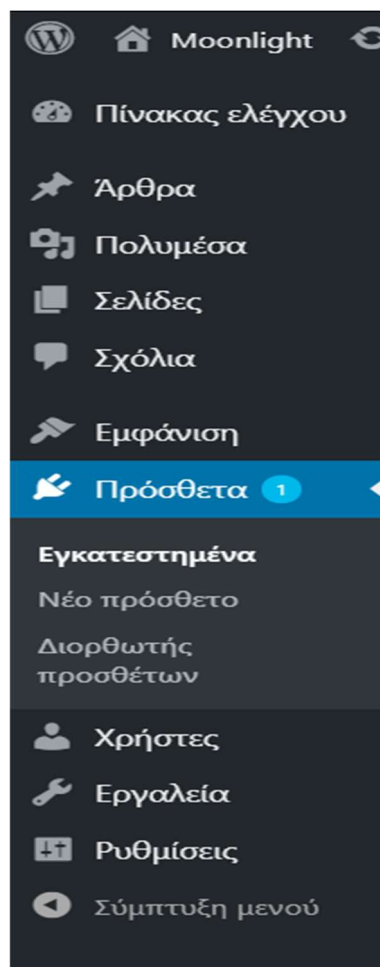
Caption

Description

Choose image

- Εγκατάσταση plug in woo commerce

Εφόσον επεξεργαστήκαμε κάποια βασικά πράγματα μέσα στο θέμα μας για να συνεχίσουμε και να ολοκληρώσουμε την διαδικασία της ιστοσελίδας και να την μεταμορφώσουμε σε eshop περνάμε στην προσθήκη του plug in woo commerce. Για να κάνουμε προσθήκη νέου plug in πάμε στον πίνακα έλεγχου του wordpress σε αντίθεση με πριν κάναμε επεξεργασία του θέματος μέσα από το costumes.

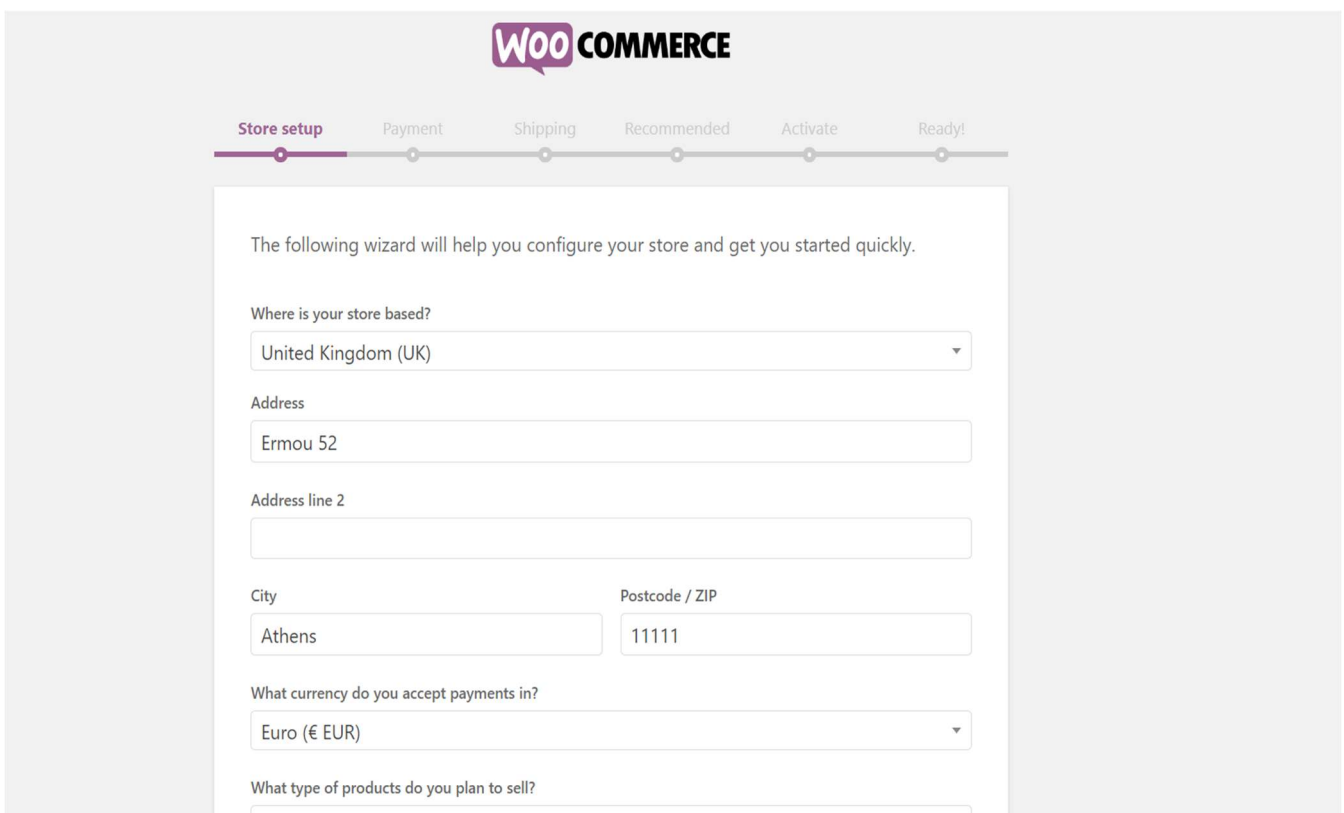


Αφού πατήσουμε προσθήκη νέου ,κάνουμε αναζήτηση στο search bar και εφόσον το βρούμε κάνουμε εγκατάσταση και ενεργοποίηση.

The screenshot shows the WordPress dashboard interface. On the left is a dark sidebar with navigation options like 'Πίνακας ελέγχου', 'Άρθρα', 'Πολυμέσα', 'Σελίδες', 'Σχόλια', 'Εμφάνιση', 'Πρόσθετα', 'Εγκατεστημένα', 'Νέο πρόσθετο', 'Διαρθρωτής προσθέτων', 'Χρήστες', 'Εργαλεία', 'Ρυθμίσεις', and 'Σύμπτυκτη μενού'. The main content area has a search bar at the top with 'woocommerce' entered. Below the search bar, there are two search results. The first result is for 'WooCommerce', described as a flexible, open-source eCommerce solution built on WordPress. It has a 4-star rating (3,276 reviews) and is compatible with the current WordPress version. The second result is for 'WooCommerce PDF Invoices & Packing Slips', which allows for creating and emailing PDF invoices and packing slips. It has a 5-star rating (718 reviews) and is also compatible with the current WordPress version. Both results have 'Εγκατάσταση Τώρα' (Install Now) buttons.

Το woocommerce όπως έχουμε ένα αναφέρει και πιο πάνω είναι δυναμικό plug in που θα διαμόρφωση την ιστοσελίδα μας με παρά πολλές επιλογές για τα προϊόντα μας .

Η εγκατάσταση είναι απλή και μέσα στο woo commerce θα βάλουμε την διεύθυνση του καταστήματος ,την χώρα που έχει έδρα η επιχείρηση, την πόλη και ποιο νόμισμα χρησιμοποιεί .



WooCommerce

Store setup Payment Shipping Recommended Activate Ready!

The following wizard will help you configure your store and get you started quickly.

Where is your store based?
United Kingdom (UK)

Address
Ermou 52

Address line 2

City Athens Postcode / ZIP 11111

What currency do you accept payments in?
Euro (€ EUR)

What type of products do you plan to sell?

Θα συνεχίσουμε βάζοντας τρόπους πληρωμής, εμείς για παράδειγμα ενεργοποιήσαμε την πληρωμή μέσω PayPal ,ρυθμίσεις για το αν θέλουμε να χρεώνουμε στον πελάτη τα μεταφορικά, όπου εμείς επιλέξαμε να είναι free shipping και τέλος θα ολοκληρώσουμε την εγκατάσταση.

WOO COMMERCE

Store setup **Payment** Shipping Recommended Activate Ready!

Payment

WooCommerce can accept both online and offline payments. [Additional payment methods](#) can be installed later.

stripe Accept debit and credit cards in 135+ currencies, methods such as Alipay, and one-touch checkout with Apple Pay. [Learn more.](#)

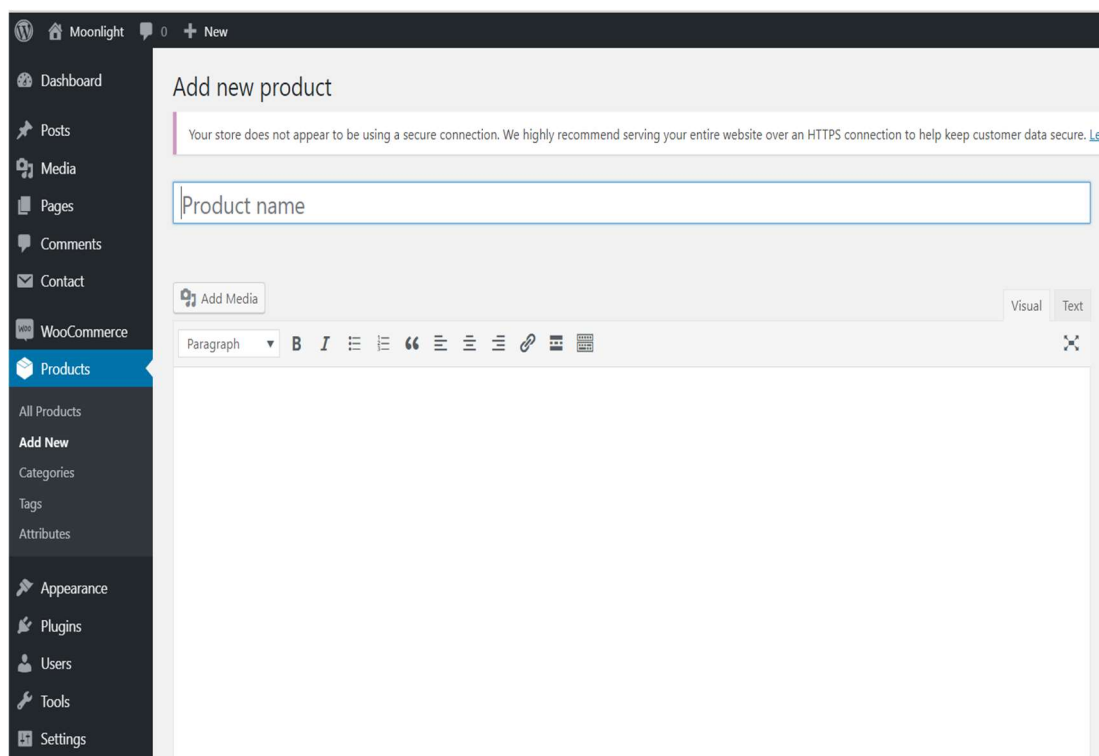
PayPal Safe and secure payments using credit cards or your customer's PayPal account. [Learn more.](#)

Set up PayPal for me using this email:

Offline Payments Collect payments from customers offline.

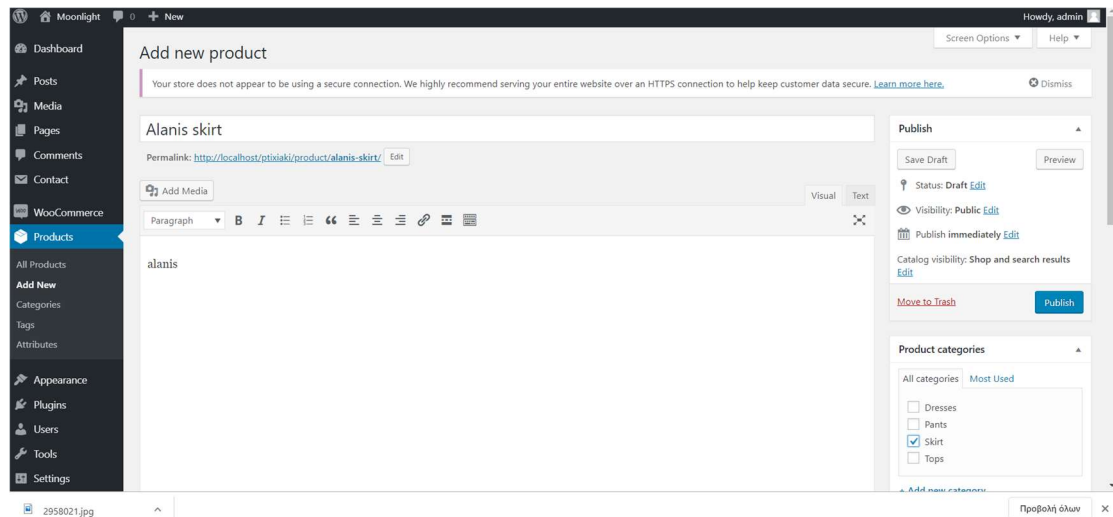
*The following plugins will be installed and activated for you:
[WooCommerce PayPal Checkout Gateway](#), [WooCommerce Services](#), [Jetpack](#). PayPal setup is powered by [Jetpack](#) and [WooCommerce Services](#).*

Με την ενεργοποίηση του woocommerce μπορούμε τώρα να ανεβάσουμε τα προϊόντα μας στο διαμορφωμένο eshop,γιατι με το woocommerce βλέπουμε πως μας δίνει την επιλογή products στο μενου του πινακα ελεγχου .Οποτε κανουμε κλικ στο add new product

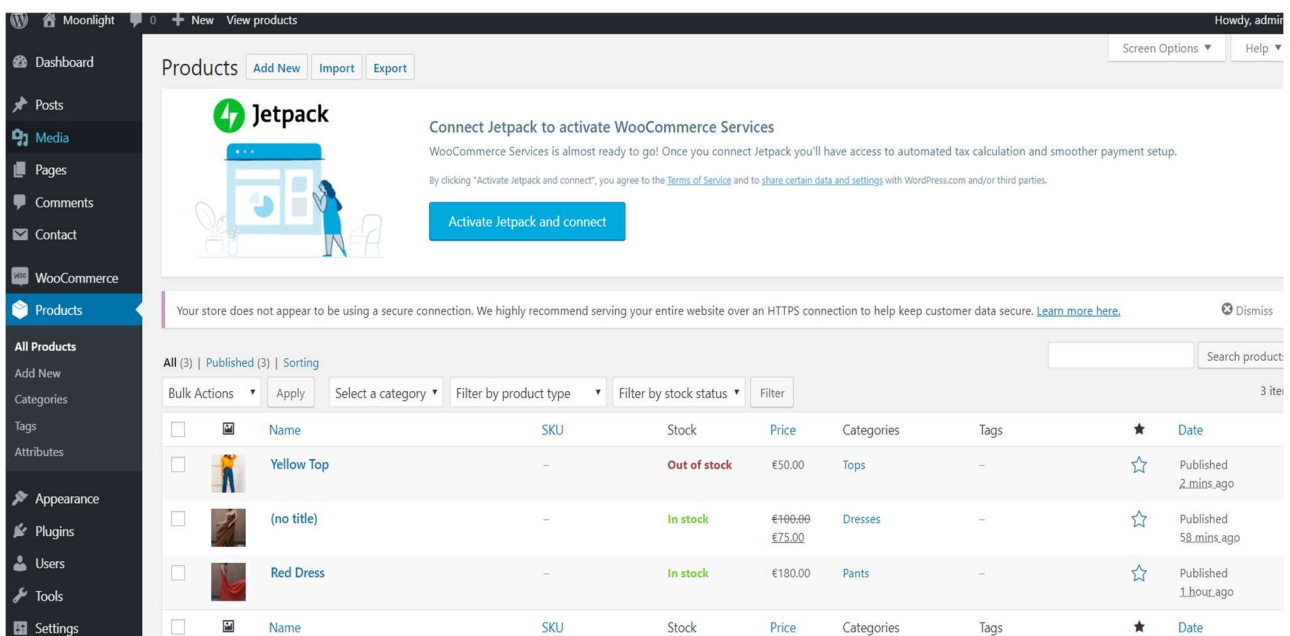


Μόλις πατήσουμε το add new μας κατευθύνει στο media library και κάνουμε αναζήτηση την εικόνα του προϊόντος που θέλουμε και κάνουμε upload.

Μόλις ανέβει η εικόνα αφού έχουμε πατήσει set product image, βάζουμε τον τίτλο του προϊόντος και επεξεργαζόμαστε και την περιγραφή προϊόντος αν εμείς επιθυμούμε και τέλος επιλέγουμε στις κατηγορίες που έχουμε φτιάξει πως το συγκεκριμένο προϊόν είναι skirt. .



Για να βάλουμε τιμές, εκπτώσεις και αν για παράδειγμα ένα προϊόν είναι out of stock ,πάμε στον πίνακα έλεγχου products και quick edit όπου μας ανοίγει ένα παράθυρο αφού επιλέξουμε ένα από τα προϊόντα μας.

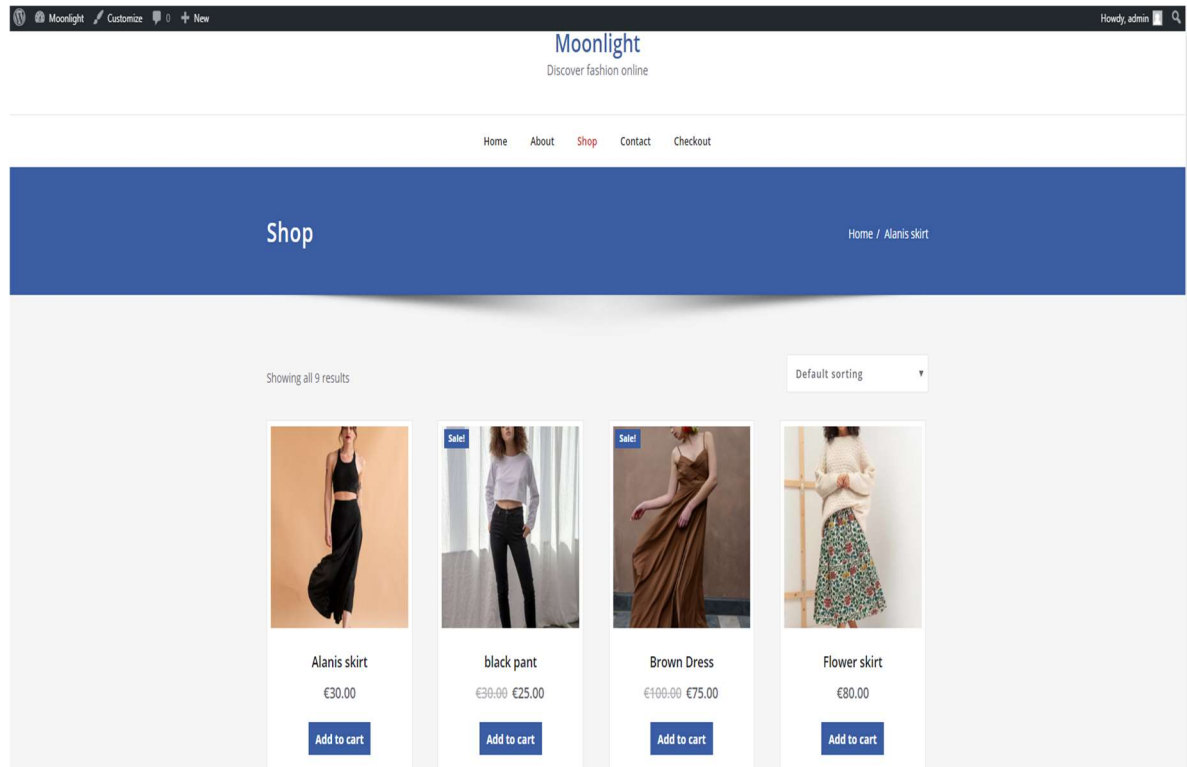


Σε αυτό το παράθυρο μας δίνεται η δυνατότητα να βάλουμε τιμή ,να βάλουμε αν θέλουμε κάποια έκπτωση και ακόμα να ρυθμίσουμε αν το προϊόν υπάρχει ή είναι out of stock .Ακόμα βλέπουμε την επιλογή slug ,αυτή η επιλογή είναι η ονομασία που θα έχει το προϊόν στην μπάρα αναζήτησης στον πλοηγείτε που χρησιμοποιούμε.

The screenshot displays the WordPress admin interface for editing a product. The left sidebar contains navigation menus for Dashboard, Posts, Media, Pages, Comments, Contact, WooCommerce, Products, All Products, Add New, Categories, Tags, Attributes, Appearance, Plugins, Users, Tools, Settings, and Collapse menu. The main content area shows the product edit form with the following sections:

- QUICK EDIT:** Fields for Title, Slug (49), Date (05-May 22, 2019 @ 12:21), and Password. There are checkboxes for "Private" and "Enable reviews".
- Product tags:** A text area for entering product tags.
- Product categories:** A list of categories with "Uncategorized" selected.
- Product data:** Fields for SKU, Price (100), Sale (75), Weight (0), L/W/H (Length, Width, Height), Shipping class (No shipping class), Visibility (Catalog & search), Manage stock? (checkbox), and In stock? (In stock).

Εφόσον ολοκληρώσαμε όλες τις ενέργειες που χολιαζόντουσαν για το ανέβασμα ενός προϊόντος ,τα βλέπουμε συγκεντρωμένα στο eshop που βρίσκεται στο κεντρικό menu του eshop μας.



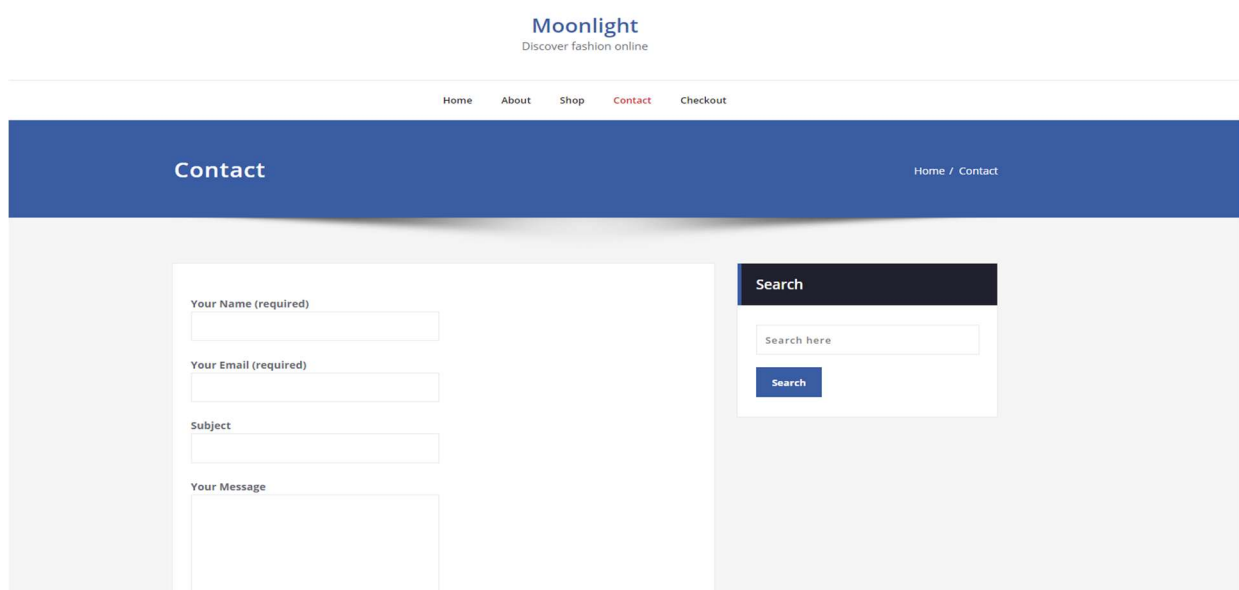
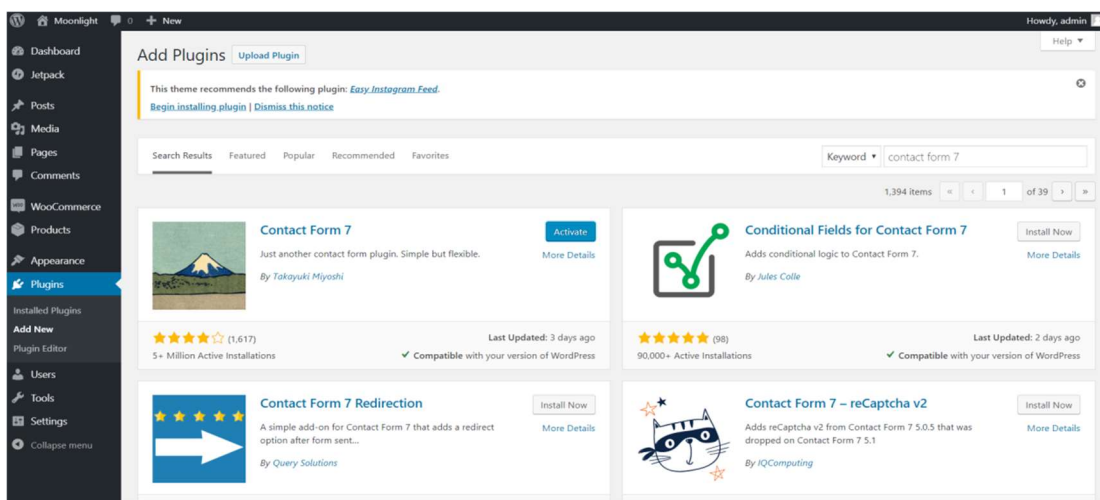
Από εδώ και πέρα το eshop είναι απολυτός λειτουργικό για μια πώληση ,πατώντας ο πελάτης add to card όποια προϊόντα θέλει και κάνοντας στην συνέχεια check out.

- Εγκατάσταση plug in contact 7

Στο κεντρικό menu του site θα δούμε πως υπάρχει επιλογή contact για να μπορεί ο πελάτης να βάζει τα στοιχεία του για επικοινωνία με το κατάστημα ,για να μπορέσουμε να έχουμε αυτή την επιλογή θα εγκαταστήσουμε το plug in contact 7 όπου θα μας δώσει μια φόρμα συμπλήρωσης στοιχείων.

Για την εγκατάσταση του θα κάνουμε την ίδια διαδικασία που κάναμε για το plug in woo commerce .

και θα δούμε σαν αποτέλεσμα να μας έχει ενσωματώσει την φόρμα συμπλήρωσης



Κεφάλαιο 8

Συμπεράσματα

Συμπερασματικά βλέπουμε ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά όλες τις συναλλαγές μιας επιχείρησης με τρίτους όπου αυτή συναλλάσσεται. Είναι ένα υποσύνολο της στρατηγικής του ηλεκτρονικού επιχειρείν μιας εταιρίας και χρησιμοποιείται όπως είδαμε κυρίως για εισροές εισοδήματος αγορές του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελούνται από τα μοντέλα που αναλύσαμε όπου αυτά είναι :b2b,b2c,b2g,c2c,g2b,g2g,g2c.Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου βλέπουμε πως υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα όπως οι οικονομικές συναλλαγές που είναι πιο ταχύτερες και εύκολα προσβάσιμες για όλους τους πολίτες και πως επιτρέπει μείωση κόστους των προϊόντων σε σχέση με τα φυσικά καταστήματα και έτσι επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αυξήσουν το πελατολόγιο τους και τα έσοδα τους .Μέσα από τα ηλεκτρονικά ταχυδρομία ,τα social media και τα cookies οι επιχειρήσεις καταφέρνουν να διαφημίσουν και να μάθουν τις προτιμήσεις των πελατών τους πολύ πιο εύκολα και έτσι πιο στοχευόμενα να πουλήσουν ένα προϊόν η μια υπηρεσία τους .Βεβαία πέρα από την πληθώρα πλεονεκτημάτων υπάρχουν και μειονεκτήματα γιατί ναι μεν μέσω του διαδικτύου όπως αναφέραμε οι πελάτες έχουν πληθώρα επιλογών για τις αγορές τους και τις συναλλαγές τους ,μπορεί από μια λανθασμένη απόφαση σχετικά με επενδύσεις και προσεγγίσεις που χρησιμοποίησαν να ήταν ακατάλληλες ως προς την αγορά και σε πρακτικό επίπεδο στην σελίδα τους η το ηλεκτρονικό κατάστημα τους να άφησαν στον πελάτη αρνητικές εμπειρίες που έβλαψαν την φήμη τους .Αυτό μπορεί να συμβεί όπως αναφέραμε μέσω ενοχλητικών email με διαφημίσεις ,με το να στέλνει ο πελάτης κάποιο email για ενημέρωση που αφορά την παραγγελία του και το email να μην φτάσει ποτέ στο σωστό άτομο , με παύση λειτουργίας της ιστοσελίδας η του ηλεκτρονικού καταστήματος σε ώρα αιχμής και ο πελάτης να αποχώρηση η τέλος με hackers όπου μπορεί να κλέψουν προσωπικά δεδομένα του πελάτη.

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν όπως κάθε επιχείρηση έχει στρατηγικές. Στρατηγική είδαμε πως ορίζεται η μελλοντική κατεύθυνση και οι ενέργειες που θα γίνουν μέσα στην εταιρία που προσδιορίζονται για επίτευξη συγκεκριμένων στόχων στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν αφορά την προσέγγιση με την όποια οι εφαρμογές εσωτερικών και εξωτερικών ηλεκτρονικών επικοινωνιών μπορούν να υποστηρίξουν και να επηρεάσουν την εταιρική στρατηγική .Πρέπει να βασίζεται στην απόδοση αγοράς να υποστηρίζει τους στόχους της εταιρικής στρατηγικής καθώς και τις στρατηγικές που αφορούν το marketing και την κατανομή πόρων της εφοδιαστικής αλυσίδας της εταιρίας .Πτυχές των ηλεκτρονικών στρατηγικών που είδαμε είναι τα ηλεκτρονικά κανάλια ,digital marketing ,το search engine marketing ,το search engine optimization και το marketing με influencer.

Παράλληλα αναφέραμε πως μέσα στο ηλεκτρονικό επιχειρείν υπάρχουν νομικοί και κοινωνικοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο . Οι

νομικοί και κοινωνικοί παράγοντες έχουν σημασία από πλευράς marketing καθώς διέπουν την ζήτηση για τις υπηρεσίες του διαδικτύου και την τάση για τις αγορές μέσω αυτού. Όπως επισημάναμε οι επικοινωνίες marketing μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να μειωθούν οι φόβοι που σχετίζονται με την πρόταση αξίας ,την ευκολία χρήσης και την ασφάλεια .Οι παράγοντες που παίζουν σημαντικό ρόλο είναι η ασφαλεία,το κόστος πρόσβασης , η πρόταση αξίας ,ο φόβος για το άγνωστο. Όμως αυτοί οι παράγοντες διαφέρουν ακόμα και στο εσωτερικό κάθε χώρας και θα υπάρχουν ακόμα και τοπικές διαφορές καθώς η πρόσβαση είναι συνήθως υψηλότερη κυρίως στις πρωτεύουσες. Σημαντικό ρόλο μάθαμε πως είναι η συσκευή πρόσβασης των χρηστών και η ιστοδημογραφία τους (webographics) όπου είναι ένας Όρος που επινόησαν οι Grossnickle και Raskin (2001)και τι αυτή περιλαμβάνει. Πέρα όμως από τους κοινωνικούς παράγοντες παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο για τις αγορές μέσω δικτύου και οι νομικοί παράγοντες όπως η ταυτότητα, τα πράγματα που μας αρέσουν ,τα προσωπικά δεδομένα μας δηλαδή. Για τον λόγο αυτό τα στελέχη του marketing θα πρέπει να διασφαλίσουν πως συμμορφώνονται με τους προσφάτους νομούς για την προστασία του προσωπικού απορρήτου. Οι κύριες κατηγορίες πληροφοριών που χρησιμοποιεί ένας στέλεχος marketing διαδικτύου είδαμε πως πρέπει να διέπονται από την ηθική και την νομοθεσία.

Καθώς όλο και περισσότερο είδαμε πως οι ηλεκτρονικές αγορές εξελίσσονται με γρήγορους ρυθμούς επισημάναμε πως είναι απαραίτητη η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών ,όπου η ασφάλεια και η αξιοπιστία των ηλεκτρονικών πληρωμών είναι ένα από τα πιο σπουδαία ζητήματα που έχει να αντιμετωπίσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ώστε να απολαμβάνει την εμπιστοσύνη των πελατών. Στην συνέχεια παραθέσαμε τους κινδύνους που εγκυμονούν οι ηλεκτρονικές συνδέσεις ,δηλαδή κάθε απειλή που έχει σκοπό να βλάψει την ακεραιότητα των ηλεκτρονικών συναλλαγών και να εκμεταλλευτεί οποιαδήποτε πληροφορία παραβιάζοντας την ιδιοκτησία τους. Ωστόσο για αυτούς τους κινδύνους υπάρχουν τρόποι διασφάλισης όπου ,σκοπός κάθε λύσης ασφάλειας είναι να εμποδίσει τον οποιοδήποτε να εισχωρήσει σε ευαίσθητες πληροφορίες ,να εμποδίσει κάποιον να αποσπάσει η να καταστρέψει δεδομένα που υπάρχουν σε ένα δίκτυο και να σταματήσει κάποιον που επιτίθεται να προσβάλει την φήμη της εταιρείας και προτείναμε πιθανές λύσεις και μηχανισμούς ασφάλειας για να προστατευτούμε από τις απειλές αυτές.

Εφόσον προσδιορίσαμε την ασφαλεία ,τους κινδύνους και τους μηχανισμούς ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών ,αναφέραμε τους τρόπους πληρωμών του ηλεκτρονικού εμπορίου. Καθώς δημιουργήθηκε η ανάγκη αναζήτησης νέων τρόπων για χρηματικές συναλλαγές που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν το κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου πιο αποδοτικά σε πρακτικό επίπεδο γιατί Θα αποτελούσε εμπόδιο στην χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου η μη ύπαρξη ενός νέου τρόπου πληρωμών πέρα από τον παραδοσιακό τρόπο με χρήματα ,από την στιγμή που ο προμηθευτής και ο πελάτης προσπαθούν να πραγματοποιήσουν μια εξ αποστάσεως εμπορική συναλλαγή.

Στην συνέχεια είδαμε πως για την δημιουργία ενός site χρειάζεται μια βάση διαχείρισης δεδομένων και ένα λογισμικό για ιστολόγιο .Εμείς χρησιμοποιήσαμε την βάση δεδομένων το Map, όπου το map είδαμε πως είναι και μια στοίβα λογισμικού δηλαδή ένα σύνολο υποσυστημάτων λογισμικού που απαιτούνται για την δημιουργία μιας πλήρους πλατφόρμας και δεν απαιτητέ προσθετό λογισμικό για την υποστήριξη εφαρμογών. Το λογισμικό που χρησιμοποιήσαμε είναι το word press όπου είναι ένα ελεύθερο και ανοιχτού κώδικα λογισμικό ιστολόγου και πλατφόρμα δημοσιεύσεων γραμμένο σε php και Mysql. Το wordpress έχει πολλές δυνατότητες όπως μια αρχιτεκτονική για πρόσθετες λειτουργίες .Οι χρήστες μπορούν να αλλάζουν την θέση διαφόρων γραφικών στοιχείων περιβάλλοντος χωρίς να χρειαστεί επεξεργασία ο κώδικας php και html για παράδειγμα και τέλος το word press είδαμε πως έχει μια πλούσια αρχιτεκτονική πρόσθετων λειτουργιών, η οποία επιτρέπει στους χρήστες και στους προγραμματιστές να επεκτείνουν την λειτουργικότητα του ,περά από τις δυνατότητες οι οποίες αποτελούν μέρος της βασικής εγκατάστασης. Καθώς το wordpress έχει σχεδιαστεί για δημιουργία ιστοσελίδας για να καταφέρουμε να το προσαρμόσουμε έτσι ώστε να γίνει η ιστοσελίδα eshop μέσα στο wordpress κάναμε εγκατάσταση το προσθετό woocommerce ,όπου με το woocommerce μπορούμε να πουλήσουμε προϊόντα και μπορεί ακόμα να προβάλλουμε και αγαθά που σχετίζονται από online αγορευτώ woo commerce ρυθμίζει μέσα στο eshop τις αποστολές που θέλουμε να κάνουμε και γενικά μεταμορφώνει όλη την ιστοσελίδα σε eshop .

Εφόσον είδαμε τι είναι το κάθε πρόγραμμα που χρησιμοποιήσαμε περάσαμε στην εγκατάσταση τους .Για να λειτουργήσει ένα shop σε αρχικό στάδιο χρειάζεται να λειτουργήσουν και τα τρία προγράμματα. Όταν είναι εγκατεστημένο το map είδαμε πως γίνεται ο συνδυασμός μεταξύ map και wordpress έτσι ώστε να ξεκινήσει η ιστοσελίδα μας .Μέσα στην ιστοσελίδα χρειάζονται πολλές αλλαγές για να έρθει σε μορφή eshop και για να την φέρουμε όπως ακριβώς εμείς θέλουμε. Σε αυτό το σημείο είναι που μπαίνει το woocommerce και αφού αλλάξει την ιστοσελίδα σε eshop ,ενσωματώνει για παράδειγμα καλαθά αγορών , τρόπους πληρωμών και γενικά πολλαπλές επιλογές ,μπορούμε εμείς στην συνέχεια να βάλουμε τα προϊόντα μας ,να ορίσουμε το όνομα του eshop .

Καταλήγουμε λοιπόν πως οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν έντονο ανταγωνισμό μπαίνοντας δυναμικά μέσα στα ηλεκτρονικά καταστήματα και να αποκτήσουν πολύ μεγαλύτερο πελατολόγιο μέσω του επιχειρεί και της εξέλιξης του με την πάροδο των χρόνων ,με πολλά πλεονεκτήματα για την επιχείρηση όσον αφορά και τα έσοδα και την εύκολη προσβασιμότητα σε πόρους μέσω του διαδικτύου. Όπως και από πλευράς marketing που μπορούν πιο στοχευόμενα να διαφημίσουν ένα προϊόν τους ,να τμηματοποιήσουν τους πελάτες τους ανάλογα με τις προτιμήσεις τους χάριν των πολλών δυνατοτήτων που παρέχει το διαδίκτυο με πολύ πιο εύκολους και οικονομικούς τρόπους ακόμα και για μια μικρή επιχείρηση που πριν δεν θα είχε τόσο εύκολα αυτή την δυνατότητα.

Καθώς και οι πελάτες έχουν γίνει πιο απαιτητικοί απέναντι στα προϊόντα και υπηρεσίες που χρειάζονται ,έχουν μεγαλύτερη γνώση και ως προς την αναζήτηση των προϊόντων που θέλουν να αγοράσουν και ως προς τις απαιτήσεις τους και το διαδίκτυο πλέον είναι εύκολα προσδόκιμο σε όλο τον κόσμο για να βοηθήσει και τις επιχειρήσεις να επεκταθούν παγκόσμια .Μπορεί να υπάρχουν μειονεκτήματα και δυσκολίες και για τις επιχειρήσεις ως προς την εξυπηρέτηση των πελατών και πολλές φορές να αποτυγχάνουν με λάθος εκτιμήσεις η λάθος προετοιμασίας του λογισμικού του ηλεκτρονικού καταστήματος τους όμως με την πάροδο του χρόνου και την ραγδαία εξέλιξη του διαδικτύου αυτό δεν αποτελεί εμπόδιο σαν σύνολο στο ποσό προτιμάται η αγορά μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος σε σχέση με ένα φυσικό κατάστημα .Παρομοίως και για τους καταναλωτές που μπορεί να αντιμετωπίζουν προβλήματα και τοπογραφικά παγκόσμιος αλλά και από ανασφάλεια και φόβο για τις ηλεκτρονικές συνέλεγχες τους βλέπουμε πως με την εξέλιξη του διαδικτύου και με τις γνώσεις που πλέον έχουν γίνονται πιο ευέλικτοι και αποκτούν εμπιστοσύνη για τις ηλεκτρονικές αγορές τους και προτιμάται περισσότερο και από τους καταναλωτές γιατί ένα από τα πολλά πλεονεκτήματα που έχουν, ένα πολύ βασικό είναι το πώς έχουν πολύ πιο εύκολη πρόσβαση στα προϊόντα που αναζητούν από όπου βρίσκονται και όποια ώρα θέλουν χωρίς περιορισμούς .

Κεφάλαιο 9

Βιβλιογραφία

- *Εντυπες πηγες*

Chaffey,D. (2002) *Ηλεκτρονικό επιχειρείν και ηλεκτρονικό εμποριο*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος ,Αθήνα

Βλαχόπουλου ,Μ. (1999) *Πληροφοριακά συστήματα και νέες τεχνολογίες* ,Εκδόσεις Rosili,Αθηνά

- *Διδικτυακες πηγες*

https://www.researchgate.net/publication/242705009_Four_Ethical_Issues_of_the_Information_Age

https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing

<https://en.wikipedia.org/wiki/Pay-per-click>

https://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine_optimization

https://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine_marketing

https://en.wikipedia.org/wiki/Influencer_marketing

<https://www.alpha.gr/el/idiotes/support-center/asfaleia/asfaleis-sunallages>

https://books.google.gr/books?id=WL9TDwAAQBAJ&pg=PT13&dq=%CF%83%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1+%CE%B1%CF%83%CF%86%CE%B1%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CF%82+%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%89%CE%BD+%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%BD&hl=el&sa=X&ved=0ahUKEwjQlsz1_MThAhWxy6YKHSYUBJkQ6AEIMzAC#v=onepage&q=%CF%83%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1%20%CE%B1%CF%83%CF%86%CE%B1%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CF%82%20%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%89%CE%BD%20%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%BD&f=false

<https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>

<https://el.wikipedia.org/wiki/PHP>

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

<https://el.wordpress.org/plugins/woocommerce/>

https://en.wikipedia.org/wiki/Solution_stack

<https://en.wikipedia.org/wiki/MAMP>

Εικονες

https://www.google.com/search?q=webographicks+raskin+and+grossnickle+2001&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjnh8-byb7hAhVPxaYKHcXIDNQQ_AUICigB&biw=1536&bih=722&dpr=1.25#imgrc=zKh1N4TNriKScM:

https://www.google.com/search?q=wordpress&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwij6o-8tJDiAhVNwqYKHcRYD6sQ_AUIDigB&biw=1536&bih=674#imgrc=ITh4nuDL0j5qUM: