

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

Πτυχιακή εργασία

**ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ
ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ JOOMLA
ΚΑΙ VIRTUEMART**

ΜΟΥΖΑΚΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Μεσολόγγι 2019

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

Πτυχιακή εργασία

**ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ
ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ JOOMLA
ΚΑΙ VIRTUEMART**

ΜΟΥΖΑΚΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Επιβλέπων καθηγητής
ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΓΚΙΚΑΣ

Μεσολόγγι 2019

Μεσολόγγι 2019

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων/Μεσολογγίου του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Γκίκα Δημήτριο για την πολύτιμη βοήθεια του, τις συμβουλές του και την άψογη συνεργασία που είχαμε όχι μόνο κατά τη διάρκεια εκπόνησης αυτής της πτυχιακής εργασίας, αλλά και κατά την διάρκεια φοίτησής μου.

ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Log-in	Σύνδεση
Log-out	Αποσύνδεση
E-mail	Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
E-shop	Ηλεκτρονικό κατάστημα
Link	Σύνδεσμος
Site	Ιστοσελίδα
Domain	Διεύθυνση διαδικτύου
Plugin	Επέκταση
Client ID	Αναγνωριστικό πελάτη

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εμφάνιση του Διαδικτύου, και μέσω αυτού η ικανότητα επικοινωνίας και ανταλλαγής δεδομένων μεταξύ ανθρώπων που δε βρίσκονται φυσικά στον ίδιο χώρο, δημιούργησε νέες δυνατότητες και προοπτικές ανάπτυξης σε πολλούς τομείς της καθημερινής ζωής. Τις νέες αυτές δυνατότητες δε θα μπορούσε παρά να εκμεταλλευτεί ο χώρος των επιχειρήσεων και του εμπορίου. Έτσι, δημιουργήθηκαν οι πρώτες νεωτεριστικές επιχειρήσεις που επένδυσαν στη διεξαγωγή των δραστηριοτήτων τους μέσω των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, των κατανεμημένων υπολογιστών και του internet, οι οποίες διακρίνονται από εκείνες που επιμένουν στους συμβατικούς τρόπους παροχής υπηρεσιών με τον όρο ηλεκτρονικό επιχειρείν ή e-business. Σε αντιστοιχία, ο όρος ηλεκτρονικό εμπόριο ή e-commerce αφορά στους οίκους που διεξάγουν εμπόριο με της νέας υποδομής και τεχνοτροπίας πωλήσεων. Το κλασικό εμπόριο έγινε ηλεκτρονικό, αγορές πραγματοποιούνται και στο Διαδίκτυο και μετατρέπονται σε ηλεκτρονικές (e-shopping). Κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα φαίνεται ότι μπορεί να μεταφερθεί στο Internet και με ένα “e-”μπροστά να γίνει ηλεκτρονική, προσφέροντας ότι επιζητούμε δηλαδή ευκολία και ταχύτητα. Παρακάτω, θα παρουσιάσουμε το Joomla και το Virtuemart για να κατασκευάσουμε το ηλεκτρονικό μας κατάστημα με χειροποίητες ξύλινες κατασκευές. Θα αναλύσουμε τον ορισμό του ηλεκτρονικού εμπορίου, τα χαρακτηριστικά, τις δυνατότητες που παρέχονται πραγματοποιώντας συναλλαγές μέσω αυτού καθώς και τα ιστορικά γεγονότα που οδήγησαν στην εκτεταμένη χρήση του. Αναλύονται τα πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές, τα μειονεκτήματα σε σχέση με το παραδοσιακό εμπόριο και οι κατηγορίες διαφοροποίησης των συναλλαγών. Ακόμη, παρουσιάζονται τα στάδια ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, τα είδη των ηλεκτρονικών αγορών, ο ρόλος των marketplaces και οι διαδικασίες πραγματοποίησης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Σκοπός μας είναι να παρουσιάσουμε τα σημαντικότερα επιχειρηματικά μοντέλα που μπορούν να υιοθετήσουν οι επιχειρήσεις ώστε να έχουν εμπορική παρουσία στο Διαδίκτυο και από απλές επιχειρήσεις να μετατραπούν σε e-επιχειρήσεις. Τέλος, γίνεται μια ανασκόπηση στα βασικά σημεία της συγγραφής της εργασίας και στα συνοπτικά συμπεράσματα της διαδικασίας συλλογής και επεξεργασίας στα αντικείμενα που εξετάστηκαν.

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	ii
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ	i
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	ii
1 Διαδίκτυο και παγκόσμιος ιστός.....	7
1.1 Τι είναι διαδίκτυο	7
1.2 Ιστορία διαδικτύου	7
1.3 Ιστότοπος.....	8
1.4 Πρωτόκολλο TCP/IP	9
1.4.1 Ορισμός πρωτόκολλου TCP	9
2 Κεφάλαιο : Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	10
2.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου	10
(υπολογιστή, λογισμικό) και τηλεπικοινωνιών (δίκτυα).	10
2.2 Κίνδυνοι που απορρέουν από την πληρωμή με ηλεκτρονικά μέσα.....	11
2.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου.....	12
2.4 Κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου.....	14
2.5 Οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	16
2.6 Ηλεκτρονικά Καταστήματα	19
2.7 Χαρακτηριστικά ηλεκτρονικού καταστήματος.....	20
2.8 Πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις και τους πελάτες	21
2.8.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις	22
2.9 Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ	24
3 Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου CMS	26
3.1 Τι είναι CMS	26

3.1.1	Πλεονέκτημα CMS	26
3.1.2	Μειονεκτήματα CMS.....	27
3.2	Ειδή CMS	27
3.2.1	CMS Ανοιχτού κώδικα	28
3.2.2	CMS Κλειστού κώδικα	28
3.2.3	Web CMS.....	29
4	Κεφάλαιο : Joomla.....	30
4.1	Χαρακτηριστικά Joomla	31
4.1.1	Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα	32
4.2	Το Joomla αποτελείται από:.....	32
4.3	Δυνατότητες Διαχείρισης	33
4.4	Domain Names-Web Hosting	34
4.4.1	FTP- Η Upload διαδικασία	37
4.5	Εγκατάσταση Λογισμικού Ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση Joomla	38
4.5.1	Ανάλυση του Διαχειριστικού Συστήματος Joomla.....	46
4.5.2	Εγκατάσταση Προτύπου του Ιστότοπου.....	49
5	Virtuemart.....	50
5.1	Χρήση του Virtuemart	51
5.1.1	Γενικές Ρυθμίσεις καταστήματος	52
5.1.2	Προεπισκόπηση Ιστότοπου.....	62
	Εικόνα 39 Το home του eshop	62
5.1.3	Συμπεράσματα και Μελλοντική εξέλιξη	66
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	67

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1 Εγκατάσταση Λογισμικού Ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση Joomla.....	38
Εικόνα 2 Ενεργοποίηση Υπηρεσίας	39
Εικόνα 3 Επιλογή Πλάνου	39
Εικόνα 4 Καταγραφή στοιχείων	40
Εικόνα 5 Δημιουργία λογαριασμού	40
Εικόνα 6 Ρύθμιση της Υπηρεσίας.....	41
Εικόνα 7 Login.....	41
Εικόνα 8 Εδώ θα επιλέξετε τη διεύθυνση του ιστότοπου σας.....	42
Εικόνα 9 Επιλέξτε "Create a Free Subdomain".....	42
Εικόνα 10 Επιλέξτε "Dashboard" στο πάνω αριστερό μέρος της σελίδας για να επιστρέψετε στο Panel Εργαλείων	43
Εικόνα 11 Από τις διαθέσιμες εφαρμογές επιλέξτε το Joomla.....	43
Εικόνα 12 Επιλογή Template.....	44
Εικόνα 13 Επιλογή extensions	44
Εικόνα 14 Domain	45
Εικόνα 15 Install	45
Εικόνα 16 Ιστότοπος.....	46
Εικόνα 17 Login.....	46
Εικόνα 18 Ανάλυση του Διαχειριστικού Συστήματος Joomla	47
Εικόνα 19 Εγκατάσταση προτύπου του Ιστότοπου	49
Εικόνα 20 Διαχείριση προτύπων	49
Εικόνα 21 Virtuemart.....	51
Εικόνα 22 Ρυθμίσεις	52
Εικόνα 23 Κατηγορία Προϊόντος (Νέο)	54

Εικόνα 24 Κατηγορία Προϊόντος	54
Εικόνα 25 Προσθήκη προϊόντος.....	55
Εικόνα 26 Τρόποι αποστολής.....	56
Εικόνα 27 Τρόποι αποστολής.....	56
Εικόνα 28 Τρόποι πληρωμής.....	57
Εικόνα 29 Δημιουργία άρθρων.....	58
Εικόνα 30 Εισαγωγή πληροφοριών άρθρου	58
Εικόνα 31 Προσθήκη κατηγορίας.....	59
Εικόνα 32 Εισαγωγή στοιχείων κατηγορίας.....	59
Εικόνα 33 Προσθήκη κατηγορίας.....	59
Εικόνα 34 Εισαγωγή στοιχείων	60
Εικόνα 35 Προσθήκη νέου στοιχείου μενού	60
Εικόνα 36 Προσθήκη στοιχείων	60
Εικόνα 37 Δημιουργία ενθέματος.....	61
Εικόνα 38 Επεξεργασία ενθέματος.....	61
Εικόνα 39 Το home του eshop.....	62
Εικόνα 40 Κατηγορίες	62
Εικόνα 41 Προϊόντα.....	63
Εικόνα 42 Προσθήκη Προϊόντος στο καλάθι αγορών.....	63
Εικόνα 43 Καλάθι αγορών.....	63
Εικόνα 44 Ολοκλήρωση Αγοράς.....	64
Εικόνα 45 Υποβολή παραγγελίας.....	64
Εικόνα 46 Επικοινωνία	65

1 Διαδίκτυο και παγκόσμιος ιστός

1.1 Τι είναι διαδίκτυο

Το διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών, οι οποίοι χρησιμοποιούν συγκεκριμένη ομάδα πρωτοκόλλων, εξυπηρετώντας πολλούς χρήστες σε όλο τον κόσμο. Αυτοί οι διασυνδεδεμένοι ηλεκτρονικοί υπολογιστές βρίσκονται σε ένα κοινό δίκτυο επικοινωνίας. Μέσω αυτού ανταλλάσσουν πακέτα με τη χρήση διαφόρων πρωτοκόλλων. Το κοινό αυτό δίκτυο ονομάζεται διαδίκτυο.

Το διαδίκτυο, σε συνδυασμό με την ολοένα αναπτυσσόμενη ψηφιακή τεχνολογία, έχει δημιουργήσει μια τεράστια αγορά πληροφοριών και γνώσεων. Παραδοσιακές μορφές τέχνης μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας παίρνουν την ίδια μορφή με αντικείμενα που εκ πρώτης όψεως είναι εντελώς διαφορετικά

1.2 Ιστορία διαδικτύου

Το διαδίκτυο δεν έχει από την αρχή την μορφή με την οποία γνωρίζουμε σήμερα. Αναπτύχθηκε από τον Αμερικάνικο στρατό στα μέσα της δεκαετίας του 1960 και κατά την διάρκεια του ψυχρού πολέμου που διεξαγόταν ανάμεσα στις ΗΠΑ και τη Σοβιετική Ένωση, το αμερικάνικο πεντάγωνο επιθυμεί τη δημιουργία ενός δικτύου ελέγχου και διοίκησης ανθεκτικό σε περίπτωση πυρηνικού πολέμου την οποία αναθέτει στην Advanced Research Projects Agency. Στόχος της είναι η προώθηση τεχνολογιών με στρατιωτική χρησιμότητα. Η έρευνα έχει ως αποτέλεσμα την αποστολή δεδομένων από τον ένα υπολογιστή στον άλλον σε φέτες ή αλλιώς σε πακέτα τα οποία ακολουθούν διαφορετική πορεία αλλά φθάνοντας στον προορισμό τους συναρμολογούνται ξανά στη σωστή σειρά.

Από την αρχή το Arpanet που αποκαλείται πρόδρομος του Internet αντλούν κάποια συμπεράσματα που οδηγούν στη δημιουργία ενός νέου μοντέλου επικοινωνίας μεταξύ των υπολογιστών το λεγόμενο TCP/IP (transmission control protocol/internet protocol) το οποίο δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στη δυνατότητα διασύνδεσης επιμέρους τοπικών δικτύων και γίνεται επίσημο πρωτόκολλο επικοινωνίας του APRANET και των δικτύων που συνδέονται σε αυτό το 1983. Στη δεκαετία του 1980 τα επιμέρους δίκτυα που συναποτελούν το APRANET και το NSFNET και άλλα δίκτυα συγκεντρώνονται σε ένα διαδίκτυο.

1.3 Ιστότοπος

Η πρώτη ιστοσελίδα δημιουργήθηκε το 1993, περιέγραφε βασικές λειτουργίες του διαδικτύου σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο μπορεί κάποιος να αποκτήσει πρόσβαση σε αρχεία τρίτων καθώς και το πώς να στήσει κάποιος τον δικό του εξυπηρετητή.

Ο ιστότοπος αποτελείται από ιστοσελίδες, οι ιστοσελίδες είναι έγγραφα του Παγκόσμιου Ιστού που περιλαμβάνουν πληροφορίες σε μορφή κειμένου, εικόνας αλλά και βίντεο. Ο ιστότοπος είναι μια συλλογή τέτοιων ιστοσελίδων, κάτω από το ίδιο όνομα χώρας και μπορούμε να μεταβούμε από τη μία στην άλλη κάνοντας κλικ στους υπερσυνδέσμους. Κάθε ιστότοπος είναι της μορφής www.onoma.tld, στην Ελλάδα χρησιμοποιείται η κατάληξη .gr ενώ στις διεθνείς σελίδες η κατάληξη .com. Στα κέντρα διδασκαλίας χρησιμοποιείται η κατάληξη .edu, ανάλογα με την κατάληξη προσδιορίζουμε το αντικείμενο του ιστότοπου.

Η πρώτη ιστοσελίδα δημιουργήθηκε το 1993, περιέγραφε βασικές λειτουργίες του διαδικτύου σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο μπορεί κάποιος να αποκτήσει πρόσβαση σε αρχεία τρίτων καθώς και το πώς να στήσει κάποιος τον δικό του εξυπηρετητή

Ένας ιστότοπος για να τεθεί σε λειτουργία και να είναι ικανός ο χρήστης να τον διαβάσει μέσω ενός φυλλομετρητή είναι απαραίτητα ένα domain name και ένας εξυπηρετητής.

Υπάρχουν δύο κατηγορίες που διακρίνονται οι ιστοσελίδες σε στατικές και δυναμικές. Μια ιστοσελίδα χαρακτηρίζεται στατική όταν το περιεχόμενό της μεταφέρεται στον χρήστη στη μορφή που βρίσκεται αποθηκευμένο σε έναν εξυπηρετητή. Είναι γραμμένες σε μορφή HTML και μεταφέρονται χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο HTTP καθώς επίσης δε χρειάζονται μεγάλες προγραμματιστικές δεξιότητες για να δημιουργηθεί μια απλή στατική σελίδα. Μπορούμε εύκολα να την κλωνοποιήσουμε και να την αποθηκεύσουμε σε εξυπηρετητές. Δυναμική ιστοσελίδα ορίζεται η ιστοσελίδα της οποίας το περιεχόμενο μεταφέρεται στον χρήστη τη στιγμή που ο ίδιος αλληλοεπιδρά με τον εξυπηρετητή, δημιουργείται δυναμικά από ένα σενάριο εντολών το οποίο εκτελείται τοπικά στον πελάτη ή στον εξυπηρετητή ή και στους δύο ταυτοχρόνως. Η κατασκευή μιας δυναμικής ιστοσελίδας είναι πιο δύσκολη από της στατικής. Το αντικείμενο των δυναμικών ιστοσελίδων είναι να δημιουργηθεί ένας ιστότοπος διαδραστικός όπως είναι και οι φόρμες επικοινωνίας. Τα πεδία αναζήτησης κ.α. Επίσης, ο ιδιοκτήτης της σελίδας είναι σε θέση να επέμβει και να αλλάξει το περιεχόμενό της ανά πάσα στιγμή το επιθυμεί γιατί είναι πολύ λειτουργική ή και να κατασκευάσει ηλεκτρονικά καταστήματα.

1.4 Πρωτόκολλο TCP/IP

Το πρωτόκολλο TCP/IP χρησιμοποιείται για να επικοινωνούν μεταξύ τους οι υπολογιστές σε ένα εσωτερικό δίκτυο ή στο Internet για αυτό είναι και από τα βασικότερα πρωτόκολλα. Το Transmission Control Protocol/ Internet Protocol TCP/IP αποτελεί το πρωτόκολλο επικοινωνίας των υπολογιστών στο Internet. Όποιος υπολογιστής έχει πρόσβαση στο Internet διαθέτει εγκατεστημένο ένα αντίγραφο του TCP/IP για να μπορεί να επικοινωνεί με τους άλλου υπολογιστές. Το πρωτόκολλο TCP/IP αποτελείται από το υψηλότερο στρώμα το οποίο διαχειρίζεται τα μηνύματα ή τα αρχεία που αποστέλλονται από τον υπολογιστή στο Internet για να ανασυγκροτήσει και να διαβάσει κάποιος άλλος υπολογιστής ο οποίος επίσης διαθέτει το ίδιο στρώμα TCP. Εκτός από το υψηλότερο στρώμα υπάρχει και το χαμηλότερο στρώμα του πρωτοκόλλου το Internet Protocol, το οποίο είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση της διεύθυνσης του κάθε υπολογιστή. Το Internet Protocol έχει μια διεύθυνση για κάθε υπολογιστή ώστε να μπορεί να επικοινωνεί με άλλους υπολογιστές.

Το πρωτόκολλο TCP/IP χρησιμοποιεί ένα επικοινωνιακό μοτίβο client/server δηλαδή ο χρήστης (client) καλεί μια σελίδα στο Internet την οποία του την αποστέλλει ένας άλλος υπολογιστής. Όταν θέλετε να μεταφέρεται πληροφορίες δεν χρειάζεται να παραμένετε μόνιμα συνδεδεμένοι στον αρχικό υπολογιστή σας γιατί το στρώμα TCP του πρωτοκόλλου παραμένει στον υπολογιστή σας μέχρι να ανασυγκροτηθούν εκεί οι πληροφορίες τις οποίες ζητήσατε.

Επίσης, το πρωτόκολλο TCP/IP είτε πρόκειται για τη σύνδεση κάποιου υπολογιστή με το Internet, είτε για την επικοινωνία του με άλλους υπολογιστές σε κάποιο εσωτερικό δίκτυο, αποτελεί τον απαραίτητο εκείνο συνδετικό κρίκο, ο οποίος βοηθάει στην επικοινωνία μεταξύ των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

1.4.1 Ορισμός πρωτόκολλου TCP

Πρωτόκολλο είναι ένα σύνολο από συμβάσεις που καθορίζουν το πώς ανταλλάσσουν μεταξύ τους δεδομένα οι υπολογιστές του δικτύου. Το πρωτόκολλο καθορίζει το πώς διακινούνται τα δεδομένα και το πώς γίνεται ο έλεγχος κλπ. Όλοι οι υπολογιστές που είναι συνδεδεμένοι στα χιλιάδες μικρότερα δίκτυα του Internet τρέχουν το πρωτόκολλο TCP/IP ώστε να μιλούν την ίδια γλώσσα για να μπορούν να συνεννοηθούν παρά τις διαφορές τους.

2 Κεφάλαιο : Ηλεκτρονικό Εμπόριο

2.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η αγοραπωλησία προϊόντων και υπηρεσιών μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Το δίκτυο αυτό μπορεί να συγκροτείται διαδικτυακά ή μέσω ηλεκτρονικών γραμμών. Για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας συναλλαγής εφαρμόζονται πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί και ανάλογα λογισμικά, τα οποία επιτρέπουν την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων(Electronic Data Interchange-EDI) ανάμεσα σε επιχειρήσεις ή μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών. Με άλλα λόγια, η συγκεκριμένη μορφή συναλλαγής μειώνει την πιθανότητα λάθους και την κακόβουλη ρήση στοιχείων εφόσον πραγματοποιείται μόνο μέσω υπολογιστών, παρακάμπτοντας τον ανθρώπινο παράγοντα. Η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν ταυτίζεται με αυτή του διαδικτύου ή με την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων. Τα παραπάνω είναι επιμέρους τεχνολογίες ή δίκτυα, τα οποία αποτελούν ένα μέρος των εργαλείων, συστημάτων, τεχνολογιών και πρακτικών που συνθέτουν την έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου. Με έναν απλό ορισμό, θα μπορούσαμε να πούμε ότι ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η ανταλλαγή επιχειρηματικής και εμπορικής πληροφορίας ή ψηφιακού προϊόντος ηλεκτρονικής μορφής μέσω τεχνολογίας πληροφορικής (υπολογιστή, λογισμικό) και τηλεπικοινωνιών (δίκτυα).

2.2 Κίνδυνοι που απορρέουν από την πληρωμή με ηλεκτρονικά μέσα

Πραγματοποιώντας διαδικτυακές πωλήσεις με τη χρήση πιστωτικής κάρτας υπάρχει μεγάλος κίνδυνος υποκλοπής προσωπικών δεδομένων ή ανάληψης μεγαλύτερου ποσού από τον προμηθευτή ως τίμημα για την εν λόγω αγορά. Επιπλέον, η καταχώρηση προσωπικών δεδομένων σε ιστοσελίδες με το αντάλλαγμα παροχής υπηρεσιών φέρει τον κίνδυνο διαρροής του αριθμού της πιστωτικής κάρτας του κατόχου, χωρίς την πραγματοποίηση κάποιας συναλλαγής. Σε τέτοιες περιπτώσεις υποκλοπών, ο καταναλωτής/ ο δικαιούχος θα πληροφορηθεί για την παράνομη χρήση της πιστωτικής του κάρτας μόνο όταν του αποσταλεί αναλυτικός συγκεντρωτικός κατάλογος των αγορών που πραγματοποιήθηκαν μέσω αυτής. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια έχουν καταγραφεί χιλιάδες περιπτώσεις υποκλοπών πιστωτικών καρτών, που εκδίδονται από τα σπουδαιότερα πιστωτικά ιδρύματα του κόσμου. Μια από τις πιο βασικές ενέργειες για την βελτιστοποίηση του διαδικτυακών συναλλαγών είναι η ενίσχυση της ασφάλειας κατά την διάρκεια των πληρωμών. Ενδεικτικά, αξίζει να αναφέρουμε τον hacker που υπέκλεψε τους αριθμούς πιστωτικών καρτών των χιλίων πιο πλούσιων ανθρώπων στην γη. Για την αντιμετώπιση τέτοιων υποκλοπών λαμβάνονται μέτρα από τα πιστωτικά ιδρύματα για την πρόληψη και αντιμετώπισή τους. Ευρύτατα χρησιμοποιείται το σύστημα κρυπτογράφησης του αριθμού κάθε κάρτας ενώ αμφισβειείται γενικότερα η δυνατότητα απόλυτης κρυπτογράφησης του. Εναλλακτικά, πολλά πιστωτικά ιδρύματα χρησιμοποιούν τον SET (Secure Electronic Transaction), κατά το οποίο ο χρήστης / καταναλωτής πρέπει να χρησιμοποιήσει ψηφιακή υπογραφή, ενώ τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας κλειδώνονται μέσω αλγορίθμου. Ένα άλλο σύστημα ασφαλείας, που χρησιμοποιούν τα πιστωτικά ιδρύματα, είναι ο SET (Secure Electronic Transaction). Σε αυτό, ο καταναλωτής πρέπει να χρησιμοποιήσει ψηφιακή υπογραφή, τα δε στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας κλειδώνονται με τη χρησιμοποίηση αλγορίθμου. Αν και το σύστημα αυτό είναι περισσότερο ασφαλές είναι δύσχρηστο όσον αφορά την εφαρμογή του, τόσο για τον καταναλωτή όσο και για τον προμηθευτή.

2.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

Τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι κυρίως η δυνατότητα αύξησης των πωλήσεων και η μείωση του κόστους.

Για τους καταναλωτές:

1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει έναν μηχανισμό για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών που λειτουργεί επί μονίμου βάσεως με το πλεονέκτημα ότι όλα μπορούν να γίνουν από το σπίτι.
2. Το διαδίκτυο δεν περιορίζεται σε γεωγραφική έκταση συνεπώς, οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα αγοράς προϊόντων από περισσότερες εταιρείες από ότι μέσω του συμβατικού εμπορίου.
3. Παρέχεται η δυνατότητα πρόσβασης σε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών πραγματικού χρόνου και υπηρεσιών, οι οποίες θα τους βοηθήσουν να πάρουν πιο σωστές αποφάσεις στην αγορά προϊόντων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η δυνατότητα παρακολούθησης της παραγγελίας μέσω του διαδικτυακού τόπου του ηλεκτρονικού καταστήματος ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
4. Κάποια προϊόντα όπως λογισμικό, φωτογραφίες και οπτικοακουστικά αρχεία μπορούν να παραδοθούν απευθείας μέσω Διαδικτύου, χωρίς να χρειάζεται ο πελάτης να περιμένει την παραλαβή τους μέσω ταχυδρομείου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει στους αγοραστές έναν εύκολο τρόπο προσαρμογής και επιπέδου των πληροφοριών που θα λαμβάνουν για τα επιθυμητά προϊόντα.
5. Υπάρχει σύστημα καταγραφής των ενεργειών που ακολούθησε ο πελάτης κατά την επίσκεψή του στο ηλεκτρονικό κατάστημα ώστε κατά την επόμενη του αγορά να υπάρχουν προτάσεις για προϊόντα που μπορεί να τον ενδιαφέρουν.

Για τις επιχειρήσεις

1. το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ταχύτερο και περισσότερο ακριβές αναφορικά με την ταχύτητα ανταλλαγής πληροφοριών, ενώ μειώνει το κόστος με την βοήθεια αυτοματοποιημένων επιχειρησιακών διαδικασιών.
2. Επεκτείνεται επί της ουσίας το γεωγραφικό όριο της εμβέλειας μιας εταιρείας για την πώληση προϊόντων.
3. Μια εταιρείας δεν χρειάζεται απαραίτητα να κάνει φυσική παράδοση των προϊόντων όπως είναι το λογισμικό, αρκεί για παράδειγμα μόνο η ηλεκτρονική καταβολή των χρημάτων από τον πελάτη μέσω πιστωτικών καρτών.
4. Η γνώση μιας επιχείρησης για τις προτιμήσεις των πελατών της αυξάνεται καθώς θα υπάρχει η δυνατότητα καταγραφής και αποτίμησης των ιδιαίτερων αναγκών τους.

Η επιρροή που θα έχει το ηλεκτρονικό εμπόριο στις εταιρίες τα επόμενα χρόνια αναμένεται να είναι θεαματική, αρκεί να εκμεταλλευτούν πλήρως τις δυνατότητες που τους παρέχονται.

Μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου

1. Οι καταναλωτές δεν εμπιστεύονται ακόμα τις διαδικτυακές τους συναλλαγές, διστάζοντας να αποστείλουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας.
2. Μερικά είδη επιχειρήσεων, όπως για παράδειγμα εταιρείες με είδη ρούχων, ευαίσθητων τροφίμων κα κοσμημάτων είναι σχεδόν αδύνατον, προς το παρόν να ελεγχθούν επαρκώς για την ποιότητα που προσφέρουν, από μια απομακρυσμένη τοποθεσία.
3. Είναι ελάχιστα τα ηλεκτρονικά καταστήματα που πωλούν μεγάλα σε όγκο βαριά προϊόντα, των οποίων η μεταφορά τους κοστίζει αρκετά. Το κόστος για την δημιουργία ενός απλού ηλεκτρονικού καταστήματος μπορεί να μεταβληθεί δραματικά, καθώς προστίθενται καθημερινά νέες τεχνολογίες που βοηθούν στην υλοποίηση του.
4. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να επενδύει ένα μεγάλο χρηματικό ποσό κάθε χρόνο για την συντήρηση και βελτιστοποίηση του ηλεκτρονικού της καταστήματος.
5. Ενέχει δυσκολία ενσωμάτωσης των υπάρχοντων βάσεων δεδομένων που χρησιμοποιούν για τις παραδοσιακές εμπορικές τους συναλλαγές, με λογισμικό που θα επιτρέπει την ενοποίηση με το ηλεκτρονικό τους κατάστημα.

2.4 Κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου

Συστατικά στοιχεία

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποσκοπεί στην βελτίωση των διαδικτυακών εμπορικών συναλλαγών (Zona Research, 2000). Συγκεκριμένα, θα μπορούσαμε να το διαιρέσουμε σε τέσσερα συστατικά στοιχεία (Kosiur, 1997):

- **Επιχειρήσεις:** το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η εφαρμογή της νέας τεχνολογίας προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών.
- **Αγαθά και υπηρεσίες:** τα προς πώληση αγαθά μπορεί να είναι υλικά, όπως για παράδειγμα ένα βιβλίο, ή άυλα, όπως το δικαίωμα χρήσης ενός προγράμματος ή μιας φωτογραφίας. Πολλές φορές τα όρια διάκρισης ανάμεσα σε υπηρεσία και υλικό αγαθό δεν είναι εύκολα στο να προσδιοριστούν. Η πώληση ενός υβριδικού αγαθού-υπηρεσίας όπως για παράδειγμα αναλώσιμα που συνοδεύονται από τη στατιστική παρακολούθηση των αναλωσίμων της επιχείρησης, είναι πολύ συχνή. Ο τελικός στόχος του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η ικανοποίηση της κοινής επιθυμίας προμηθευτών και πελατών με στόχο την βελτίωση της ποιότητας των αγαθών και των υπηρεσιών, της ταχύτητας εκτέλεσης των συναλλαγών και η μείωση του κόστους.
- **Απόσταση:** το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει την δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών διαδικτυακά ανεξάρτητα από την γεωγραφική τους απόσταση.
- **Επικοινωνία:** το ηλεκτρονικό εμπόριο διευκολύνει την παροχή πληροφοριών, προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών

Μορφές του ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι μορφές που μπορεί να λάβει το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορούν να διακριθούν σε τρεις κατηγορίες (Kalakota et al., 1996):

- **Εσωτερικό ηλεκτρονικό εμπόριο:** περιλαμβάνει την χρήση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας για τις εσωτερικές λειτουργίες μιας επιχείρησης.
- **Ηλεκτρονικό εμπόριο ανάμεσα σε επιχειρήσεις και καταναλωτές (Business-to-consumer ή B2C):**
- **Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων (business-to-business ή B2B):** αφορά τις πωλήσεις από επιχειρήσεις σε επιχειρήσεις. Θα μπορούσαμε να το ονομάσουμε χονδρικό εμπόριο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι παραγγελίες και οι αγορές ενός εργοστασίου ή ενός εμπορικού οίκου από τους προμηθευτές του. Η διαδικασία είναι αμφίδρομη και συμπεριλαμβάνει την αγορά και την πώληση αλλά και στοιχεία που έχουν σημασία για τη λειτουργία της επιχείρησης όπως είναι η μελλοντική διαθεσιμότητα, οι όροι πληρωμής ή οι χρόνοι παράδοσης μιας παρτίδας.

2.5 Οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσει μία σειρά από πλεονεκτήματα τόσο προς τους καταναλωτές όσο και προς τις επιχειρήσεις. Τα πλεονεκτήματα προς τις επιχειρήσεις είναι τα ακόλουθα: Μείωση του άμεσου κόστους. Η χρήση ενός ψηφιακού δικτύου για τη δημοσίευση και τη μετάδοση πληροφοριών σε ηλεκτρονική μορφή μπορεί να μειώσει το κόστος σε σύγκριση με την επικοινωνία και τη δημοσίευση σε έντυπη μορφή.

Η χρήση του διαδικτύου έχει πολύ μικρότερο κόστος από τη δημιουργία και τη συντήρηση ενός ιδιωτικού δικτύου. Μερικοί τομείς όπου η μείωση του κόστους είναι άμεσα ορατή, είναι η ψηφιακή μετάδοση εγγράφων, η επικοινωνία μεταξύ τμημάτων

της επιχείρησης και μεταξύ επιχείρησης και προμηθευτών, καθώς και η υποστήριξη των πελατών σε 24-ωρη βάση χωρίς την ανάγκη λειτουργίας ενός τηλεφωνικού κέντρου.

Πρόσβαση σε νέες αγορές λόγω της παγκόσμιας διάδοσης των ψηφιακών δικτύων και τον αμφίδρομο χαρακτήρα της επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιπροσωπεύει ένα νέο κανάλι για την πώληση υπαρχόντων προϊόντων. Η άποψη ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κατάλληλο για δυο μορφές προϊόντων, υλικά προϊόντα και προϊόντα που μπορούν να παραδοθούν μέσω του δικτύου είναι πολύ περιοριστική.

Ένας πολύ μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στον τομέα των υπηρεσιών όπως οι αεροπορικές εταιρίες που δεν πωλούν υλικά αγαθά, ούτε αυτό που προσφέρουν μπορεί να παραδοθεί μέσα από το δίκτυο. Παρέχουν υπηρεσίες και χρησιμοποιούν το ψηφιακό δίκτυο για την κράτηση θέσεων, την πώληση εισιτηρίων, και φυσικά για το μάρκετινγκ των υπηρεσιών τους.

Μάρκετινγκ. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να βελτιώσει σε μεγάλο βαθμό την προώθηση των προϊόντων μέσα από την άμεση, πλούσια σε πληροφορίες και αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες. Τα ψηφιακά δίκτυα επιτρέπουν στους πωλητές να προσφέρουν αναλυτικές πληροφορίες για τα προϊόντα τους μέσα από τη δημοσίευση οδηγών και καταλόγων.

Το πλεονέκτημα της ηλεκτρονικής δημοσίευσης σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα διαφήμισης είναι ότι το περιχεόμενο μπορεί να είναι εξατομικευμένο και να καθορίζεται με βάση τους χειρισμούς του ίδιου του πελάτη (αλληλοενεργό περιχεόμενο). Επίσης οι πληροφορίες μπορούν να αλλάζουν συχνά και είναι διαθέσιμες όλο το 24-ωρο σε όλο τον πλανήτη, με την προϋπόθεση ότι ο πελάτης διαθέτει την κατάλληλη πρόσβαση στο δίκτυο.

Υιοθέτηση νέων τεχνολογιών

Η γρήγορη πρόοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου θα υποχρεώσει πολλές επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στη νέα τεχνολογία και να πειραματιστούν με τη χρήση νέων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών. Η επιχείρηση είναι ένας οργανισμός που πρέπει συνεχώς να μαθαίνει. Αυτό δεν ισχύει μόνο για την εξελισσόμενη τεχνολογία, αλλά και για το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον, στο οποίο περιλαμβάνονται οι συνθήκες της αγοράς, οι οργανωτικές δομές και η διακίνηση των προϊόντων. Στην πραγματικότητα η μάθησης τους τομείς αυτούς είναι πολύ δυσκολότερη από την εκμάθηση της χρήσης νέων τεχνολογικών εφαρμογών. Έτσι, η τεχνολογία του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να αποτελέσει την ώθηση για τη συνειδητοποίηση και την έγκαιρη προσαρμογή σε εξωτερικούς παράγοντες που υπερβαίνουν τις διαστάσεις του ψηφιακού δικτύου.

Καλύτερος έλεγχος των αποθεμάτων

Οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες κάνουν τις συναλλαγές πιο άμεσες με αποτέλεσμα να αυξάνεται η ευελιξία στις προμήθειες των επιχειρήσεων. Σε πολλές περιπτώσεις, οι επιχειρήσεις μειώνουν τα περιθώρια ανανέωσης των αποθεμάτων περιορίζοντας με τον τρόπο αυτό το κόστος παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους.

Η δυνατότητα παρακολούθησης των αποθεμάτων από το σύστημα μηχανογράφησης επιτρέπει την πραγματοποίηση προβλέψεων για το επίπεδο των αναγκών στο άμεσο μέλλον. Επιπλέον, παρέχεται η δυνατότητα να συνδεθεί το σύστημα της επιχείρησης με αυτό του προμηθευτή. Με τον τρόπο αυτό, ο προμηθευτής μπορεί να χρησιμοποιεί προβλέψεις για τον έλεγχο των αποθεμάτων του και να καλύπτει αυτόματα τις ανάγκες της επιχείρησης.

Από την άλλη μεριά, οι χρήστες απολαμβάνουν ταχύτερη παράδοση προϊόντων χάρη στην αμεσότητα της πρόσβασης στις νέες πληροφορίες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει τον χρόνο παραγωγής και παράδοσης πληροφοριών και υπηρεσιών. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε κλάδους που εξαρτώνται από την έγκαιρη παράδοση κρίσιμων πληροφοριών, όπως τα μέσα ενημέρωσης και η χρηματιστηριακή αγορά. Ειδικά στα μέσα ενημέρωσης, το διαδίκτυο είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα μαζικής παραγωγής εξατομικευμένων προϊόντων: οι ηλεκτρονικές εφημερίδες μπορούν να διαμορφώνουν το περιεχόμενο τους ανάλογα με τις προτιμήσεις που υποβάλλει κάθε συνδρομητής, και να του στέλνουν μόνο τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν, με αμεσότητα και ακρίβεια.

Επιπλέον, παρέχεται καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, εφόσον το ηλεκτρονικό εμπόριο αυτοματοποιεί τη διαδικασία απάντησης στις πιο συχνές και συνηθισμένες ερωτήσεις. Η δυνατότητα υποστήριξης των πελατών σε 24-ωρη βάση είναι ένα πολύ ισχυρό ανταγωνιστικό εργαλείο. Παράλληλα, ένα μεγάλο μέρος της δραστηριότητας για την υποστήριξη των πελατών περνά στην ευθύνη των ίδιων των πελατών, που έχουν τη δυνατότητα να μελετήσουν τις ηλεκτρονικά δημοσιευμένες οδηγίες και προδιαγραφές των προϊόντων, ή να πάρουν αυτόματα απαντήσεις στις περισσότερες ερωτήσεις τους

Νέα προϊόντα

Η ροή και επεξεργασία των πληροφοριών που γίνεται δυνατή λόγω του ηλεκτρονικού εμπορίου, επιτρέπει τη σύλληψη νέων προϊόντων και την εξειδίκευση των υπαρχόντων προϊόντων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει τη δημιουργία και βελτίωση των προϊόντων αλλά και την πώληση των υπαρχόντων προϊόντων.

Πιο χαμηλές τιμές στα προϊόντα

Η μείωση των τιμών είναι ένα έμμεσο αποτέλεσμα, του χαμηλότερου κόστους συναλλαγής. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, επιτρέπει την απλοποίηση και την αυτοματοποίηση πολλών δραστηριοτήτων όπως την επικοινωνία με πελάτες και με προμηθευτές. Ο συνολικός κύκλος από την σχεδίαση του προϊόντος ως την παράδοση στον τελικό καταναλωτή απλοποιείται έτσι το κόστος μειώνεται.. Η μείωση των υλικοτεχνικών προβλημάτων στο ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να βάλλει μια μικρομεσαία επιχείρηση σε ισότιμη με μία μεγαλύτερη. Ενώ ένα κανονικό κατάστημα δεν υπάρχει φυσικός χώρος παρουσίασης των προϊόντων για αυτό ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι πιο οικονομικό.

Έλλειψη προσωπικής εξυπηρέτησης

Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν μπορεί να προσφέρει την αλληλεπίδραση που προσφέρει η προσωπική εξυπηρέτηση, αυτό σημαίνει ότι οι άνθρωποι βλέπουν διαφορετικά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρονται. Εάν το μόνο στοιχείο είναι η αγορά ή όχι προϊόντα τότε αυτό είναι ανεπαρκές για την αξιολόγηση του πώς να αλλάξει ή να βελτιώσει τόσο τη στρατηγική του ένα ηλεκτρονικό κατάστημα όσο και για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του. Η επιτυχής επιχειρηματική χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, κατά κανόνα συνεπάγεται στρατηγικές για την απόκτηση και την εφαρμογή σχολίων και κριτικής των πελατών. Με αυτόν τον τρόπο, βοηθά τις επιχειρήσεις να κατανοήσουν, να προβλέπουν και να ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών.

Μέγεθος και αριθμός των συναλλαγών

Το κόστος της μεταφοράς των υλικών αγαθών επηρεάζεται από το μέγεθος των συναλλαγών. Με την αγορά προϊόντων προκύπτουν οφέλη ή ευκολίες από μία επιχείρηση με έδρα την Ελλάδα επισκιάζεται από το κόστος που πρέπει να πληρώσει ο καταναλωτής αν αυτά πρέπει να δοθούν στην Αυστραλία.. Με αυτόν τον τρόπο το υψηλό κόστος παράδοσης δρα αντανακλαστικά στην αγορά μεμονωμένων αγαθών από μια σειρά διαφορετικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό. Είναι προτιμότερη η αγορά όλων των προϊόντων από μια επιχείρηση επειδή τα εμπορεύματα μπορούν να συσκευαστούν και να αποσταλούν όλα μαζί συγκερατώντας.

2.6 Ηλεκτρονικά Καταστήματα

Η συνεχής αυξανόμενη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη οργανωμένων ιστοσελίδων για τη διενέργεια των ηλεκτρονικών αγοραπωλησιών. Ως ηλεκτρονικά καταστήματα ορίζουμε διαδικτυακούς τόπους μέσω των οποίων πραγματοποιούνται οι ηλεκτρονικές αγοραπωλησίες χάρη στα ηλεκτρονικά καταστήματα μία επιχείρηση μπορεί να προβάλει και να προώθησει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της στο καταναλωτικό κοινό. Ένας οργανισμός μέσω ενός ηλεκτρονικού καταστήματος μπορεί από το απλά να παρουσιάσει τα προϊόντα του μέχρι να προχωρήσει σε μία ηλεκτρονική παραγγελία και πληρωμή αυτών των υπηρεσιών καθώς ουσιαστικά αποτελεί σημεία πώλησης προϊόντων μέσω διαδικτύου.

Τα βασικά χαρακτηριστικά ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι αρχικά η παρουσίαση των προϊόντων και του καταθίου αγοράς, ακολοθεί η δυνατότητα παραγγελίας και η παρακολούθηση των παραγγελιών, με τη χρήση ενός μηχανισμού πληρωμών και τέλος η καταγραφή στοιχείων που αφορούν τους πελάτες και τις αγορές τους πληρώνοντας τους βασικούς μηχανισμούς ασφάλειας.

2.7 Χαρακτηριστικά ηλεκτρονικού καταστήματος

Όταν μια επιχείρηση αποφασίζει να δημιουργήσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να: έχει γνώση του internet marketing δηλαδή να γνωρίζουν πώς να προωθήσουν το ηλεκτρονικό τους κατάστημα αποτελεσματικά μέσω των μηχανών αναζήτησης και να περιορίσουν τα έξοδα του μέσω του pay per click advertising. Να επιλέξει τι προϊόντα θα πουλήσει μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Ο περισσότερος κόσμος αποφεύγει να αγοράζει προϊόντα που πρέπει να χρησιμοποιήσει τις αισθήσεις του για να τα κρίνει. Να έχει πολύ καλή εξυπηρέτηση πελατών όπως να προσφέρει την δυνατότητα επικοινωνίας, με τηλέφωνο της μορφής 0800# χωρίς χρέωση να δίνονται απαντήσεις στα e-mails μέσα σε λίγες ώρες να προσφέρει εγγύηση επιστροφής χρημάτων. Επιπλέον, να μην έχει υποχρεωτική εγγραφή την οποία θέτει εμπόδια στον πελάτη, αφού θα πρέπει να εγγραφεί, να διαλέξει όνομα, να διαλέξει κωδικό, πιθανότητα να περιμένει e-mail επιβεβαίωσης, στην συνέχεια να επιλέξει στο mail επιβεβαίωσης, να εισάγει το όνομα και τον κωδικό. Οι ιστοσελίδες θα πρέπει να έχουν σωστό σχεδιασμό, πρέπει να είναι λιτές, απλές και κατανοητές. Ο επισκέπτης να μπορεί να βρει με 2 με 3 clicks την σελίδα που θέλει, χωρίς να στοιχειώνει το site ψάχνοντας να βρει από πού ξεκίνησε.

- Να μην υπάρχουν κρυμμένα κόστη
- Το προϊόν θα πρέπει να περιγράφεται όσο το δυνατόν καλύτερα
- Να μην υπάρχει αποπροσανατολισμός από τον στόχο
- Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος

2.8 Πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις και τους πελάτες

Η επιτυχημένη ανάπτυξη και λειτουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος παρουσιάζει μια σειρά από θετικά στοιχεία τόσο για μια επιχείρηση όσο και για τους πελάτες της. Η επιχείρηση από τη μια επιτυγχάνει τη συνεχή προβολή και λειτουργία της με δεδομένο ότι οι πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε όλα τα προϊόντα της μέσω του ηλεκτρονικού της καταστήματος εικοσιτέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο, τριακόσιες εξήντα πέντε μέρες το χρόνο και να αποκτήσουν τα προϊόντα της μέσω αντικαταβολής ή πιστωτικής κάρτας. Έτσι επιτυγχάνετε η προβολή της επιχείρησης με ένα ανεπανάληπτο μέσο επικοινωνίας, το διαδίκτυο που μπορεί να συνδυάσει κείμενο, ήχο, εικόνα αλλά και να αλληλεπιδράσει με τους πελάτες.

Το διαδίκτυο παρέχει όλα τα παραπάνω με πολύ χαμηλό κόστος μειώνοντας τους κρίκους της προμηθευτικής αλυσίδας με αποτέλεσμα τη γρηγορότερη και λιγότερο κόστος εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Μειώνονται τα κόστη διαφήμισης, παράγωγης, αποθήκευσης του προϊόντος με αποτέλεσμα τη μείωση των τιμών για τον καταναλωτή. Το σκότος της μεταφοράς πληροφοριών σχετικών με τις τιμές, τα προϊόντα, το stock, από την εταιρία προς τους πελάτες, τους συνεργάτες, άλλες εταιρίες και τους πολίτες γίνεται όλο και μικρότερο μέσω του διαδικτύου. Το κόστος έκδοσης ενός καταλόγου προϊόντων, της διανομής του και της επανέκδοσης του μειώνεται σημαντικά γιατί γίνεται με ηλεκτρονικό τρόπο. Το κόστος διατήρησης ενός πελάτη είναι έως και πέντε φορές χαμηλότερο από το κόστος απόκτησης νέων. Η εξατομικευμένη εξυπηρέτηση των πελατών μέσω ενός ηλεκτρονικού καταστήματος αυξάνει τους πιστούς πελάτες και μειώνει το συνολικό κόστος προώθησης και προβολής της επιχείρησης. Συμπιέζεται λοιπόν το κόστος παράγωγης και διανομής προϊόντων ειδικά για τα προϊόντα που μεταφέρονται μέσω διαδικτύου όπως τα βιβλία λογισμικά, φωτογραφίες, μουσική, πληροφορίες και χρηματοοικονομικές τραπεζικές υπηρεσίες. Τα οφέλη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος προς τους πελάτες του έχουν να κάνουν κυρίως με την άμεση εξυπηρέτηση τους. Για ορισμένα προϊόντα η τεχνολογία πλέον επιτρέπει την μέση παράδοση τους με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να μπορεί σχεδόν μέσα να έχει πρόσβαση σε αυτά. Υπάρχει μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων για τους καταναλωτές που δεν μένουν σε μεγάλα αστικά κέντρα έτσι από τη μια πλευρά η επιχείρηση δεν περιορίζεται στα γεωγραφικά όρια

της περιοχής της και επιβραβεύεται με την μη ύπαρξης ανάγκης δημιουργίας νέων φυσικών καταστημάτων μιας και το ηλεκτρονικό κατάστημα διευρύνει τις επιλογές των πελατών της επιχείρησης σε ανταγωνίστηκες τιμές.

Οι καταναλωτές έχουν περισσότερες επιλογές καθώς οι προμηθευτές των προϊόντων είναι περισσότεροι ανά γεωγραφική αγορά. Αυτή η αύξηση στον ανταγωνισμό οδηγεί είτε στη βελτίωση της ποιότητας είτε στη μείωση των τιμών. Χρησιμοποιώντας έτσι τις δυνατότητες του διαδικτύου οι πελάτες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος έχουν κάλυψη των αναγκών τους εικοσιτέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο, χωρίς την ύπαρξη προσωπικού. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει έτσι την παρακολούθηση και καταγραφή του αγοραστικού προφίλ των πελατών μιας επιχείρησης. Για παράδειγμα πολλά βιβλιοπωλεία καταγράφουν τις αγοραστικές συνήθειες των πελατών τους και παρουσιάζουν σελίδες ειδικά για αυτούς με προϊόντα του ενδιαφέροντος τους.

2.8.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Η σύγκλιση της Πληροφορικής τεχνολογίας και της τεχνολογίας των τηλεπικοινωνιών δημιουργεί σημαντικές νέες τάσεις στην οργάνωση, τη διοίκηση και τη δικτύωση των επιχειρήσεων. Στις μεγάλες επιχειρήσεις τα δίκτυα ηλεκτρολογικών υπολογιστών μειώνουν το κόστος επικοινωνίας. Οι κύριες πηγές μείωσης του κόστους είναι α) περιορισμός της εγγραφής επικοινωνίας και β) η εξάλειψη της ανάγκης για υπηρεσίες μεσαζόντων. Οι λειτουργικές διαδικασίες των επιχειρήσεων να συνεχίσουν να μετασχηματίζονται ώστε να αξιοποιούν τις δυνατότητες της νέας τεχνολογίας, να περιορίζουν τις ενδιάμεσες συναλλαγές και να μειώνουν τον αριθμό των ανθρώπων που μπλέκονται στη ροή των εργασιών.

Τα δίκτυα υπολογιστών επιτρέπουν τη διατήρηση δημόσιων σχέσεων πιο οικονομικά από ότι με την προσωπική επαφή ή με το τηλέφωνο ή με την έντυπη αλληλογραφία. Η σωστή διαχείριση αυτών των σχέσεων είναι συχνά η επιτυχία μιας μικρής επιχείρησης. Η χρήση του Internet έχει πολλές ομοιότητες με τη διατήρηση προσωπικών σχέσεων, με δραστηριότητες, με ανταλλαγή πληροφοριών και αυτό οδηγεί σε όφελος. Η ελλιπής δραστηριοποίηση στον τομέα των προσωπικών σχέσεων μπορεί να σημαίνει χαμένες ευκαιρίες, ενώ η υπέρ δραστηριοποίηση είναι χάσιμο χρόνου, που θα μπορούσε να αξιοποιηθεί σε άλλες δραστηριότητες.

Γιατί θα πρέπει κάποιος να ενδιαφερθεί;

Υπάρχουν τέσσερις λόγοι για τους οποίους μια επιχείρηση αξίζει να ενδιαφερθεί για το ηλεκτρονικό εμπόριο

1. Αν δεν ενδιαφερθεί μπορεί να χάσει την ευκαιρία να αυξήσει τον κύκλο εργασιών της
2. Μπορεί να μην ελέγχει το κόστος της ώστε να γίνει ανταγωνιστική και κερδοφόρα
3. Οι πελάτες και οι προμηθευτές την αναγκάζουν να στραφεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο
4. Θα βρεθεί σε μειονεκτική θέση απέναντι στους ανταγωνιστές της

2.8.1.1 Ποιες εταιρείες ευνοεί το ηλεκτρονικό εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ενδείκνυται για βιομηχανοποιημένα προϊόντα που παρέχονται σε digital μορφή, όπως για παράδειγμα τα CD, προγράμματα software και άλλα. Κατά επέκταση, όλα τα προϊόντα που δεν διακρίνονται για τη μοναδικότητά τους μπορούν να εξασφαλιστούν ηλεκτρονικά χωρίς κανένα κίνδυνο, ειδικά αν το ηλεκτρονικό κατάστημα προσφέρει εγγύηση σε περίπτωση καταστροφής κατά τη μεταφορά ελαττωματικών προϊόντων κ.λπ. μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Παράλληλα. Όλες οι ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες προδιαγραφές και δεν απαιτούν test drive μπορούν να γίνουν αντικείμενο ηλεκτρονικής συναλλαγής. Επιπλέον, μπορούμε εύκολα να προμηθευτούμε on-line όλα τα τυποποιημένα αγαθά που γνωρίζουμε. Παρακάτω, θα δείτε μερικές κατηγορίες προϊόντων που υπερτερούν έναντι των άλλων.

- Βιβλία και CD
- Hardware και Software
- Εισιτήρια
- Αυτοκίνητα και Ανταλλακτικά
- Κινητά τηλέφωνα
- Τυποποιημένα προϊόντα

2.9 Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ

Πολλοί θέλουν να αποκτήσουν κέρδη μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου για τη διαδικτυακή τους επιχείρηση πάντα όμως με την προϋπόθεση θα ξοδέψουν λίγο χρόνο και χρήμα για αυτό. Ωστόσο αν θέλει να αποκτήσει κάποια εταιρεία μια επιτυχημένη διαδικτυακή επιχείρηση, είναι απαραίτητο να ακολουθήσει κάποιους κανόνες, οι οποίοι θα οδηγήσουν στην απόκτηση των βασικών γνώσεων που θα του αποφέρουν τα κέρδη που επιθυμεί. Ο πρώτος παράγοντας που αρκετοί επιχειρηματίες αδυνατούν να βγάλουν χρήματα μέσω του internet είναι επειδή δεν μπορούν να κατανοήσουν από πού πρέπει να ξεκινήσουν και τι βήματα πρέπει να ακολουθήσουν. Η internet marketing είναι μια εταιρία αποκλειστικά αφιερωμένη σε όλους αυτούς που επιθυμούν να μάθουν τις βασικές τεχνικές διαδικτυακού μάρκετινγκ και να οδηγήσουν μια επιχείρηση διαδικτυακά. Παρακάτω παραθέτουμε τα βασικά βήματα που οφείλει να ακολουθήσετε στον κόσμο του ηλεκτρονικού εμπορίου και του internet marketing γενικότερα.

1. Ο προσδιορισμός της αγοράς και του πελατολογίου στο οποίο απευθύνετε μια επιχείρηση είναι το βασικό βήμα για μια επιτυχημένη διαδικτυακή στρατηγική. Πολλοί είναι αυτοί που πιστεύουν ότι το προϊόν τους απευθύνετε σε όλους κάτι το οποίο είναι πολύ λάθος. Η ηλικία, το φύλο, αλλά και η γεωγραφική θέση είναι μερικοί από τους βασικούς παράγοντες που καθορίζουν το κοινό και την αγορά. Αν για παράδειγμα μια επιχείρηση έχει ένα κατάστημα καφέ-μπαρ που δραστηριοποιείτε στην Πάτρα δεν έχει κανένα απολύτως λόγο να ξεκινήσει μια διαφημιστική καμπανιά η οποία θα της αποφέρει επισκέπτες από τη Θεσσαλονίκη.
2. Ο καθορισμός των βασικών στόχων μιας επιχείρησης θα πρέπει πρωτίστως να επηρεάσει τα αναμενόμενα αποτελέσματα αλλά και να τις αποφάσεις σχετικά με το ποια προϊόντα που πρέπει να προωθηθούν, το πώς θα γίνει αυτό αλλά και τι είναι αυτό που επιθυμεί να κερδίσει.
3. Η επιλογή της κατάλληλης υπηρεσίας internet marketing είναι πολύ σημαντική καθώς και η απόφαση τη επιχείρησης για το αν και κατά ποσό είναι ικανή να την δημιουργήσει μονή της μια τέτοια στρατηγική ή αν πρέπει να απευθυνθεί σε κάποιον ιδικό. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει μια μεγάλη γκάμα υπηρεσιών internet marketing (όπως seo, ppc, email marketing, social media, video marketing κ.α.) αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι μια επιχείρηση πρέπει να τις χρησιμοποιήσει όλες παράλληλα. Επομένως είναι βασικό μια επιχείρηση να αποφασίσει ποιο από τα παραπάνω μέσα της είναι χρήσιμα και ποιο δεν θα είναι εξίσου παραγωγικό.
4. Επένδυση και ορθολογική χρήση των κερδών σας. Μόλις η επιχείρηση απόκτηση επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα της και δει να ρέουν τα κέρδη στη διαδικτυακή της επιχείρησης, είναι απαραίτητο να αποφασίσετε αν θα επεκταθεί, σε καινούργιους

κλάδους ή αν θα ενισχύσει την ήδη υπάρχουσα διαδικτυακή επιχείρηση για την αύξηση των κερδών της και την σταθεροποίηση της στον κόσμο του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Πλεονεκτήματα Ηλεκτρολογικού Μάρκετινγκ

- Τόπος – Διαμονή: Δυνατότητα αγοράς 24 ώρες το 24ωρο, κάλυψη απομακρυσμένων περιοχών, ταχύτητα διανομής,
- Τιμή: Δυνατότητα εξατομίκευσης προσωποποίησης της τιμολογιακής πολιτικής στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, προτιμήσεις και προφίλ των πελατών
- Προϊόν: Δυνατότητα εξατομίκευσης προϊόντα στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των πελατών
- Προώθηση: Δυνατότητα εξατομικευμένων μηνυμάτων επικοινωνίας και περιεχομένου της ιστοσελίδας

Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα

Το Internet μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο του Marketing για την κάθε επιχείρηση. Ορισμένοι από τους στόχους που μπορούν να τεθούν στα πλαίσια μιας στρατηγικής marketing μέσω του Internet είναι:

- Αύξηση των πωλήσεων
- Υποστήριξη πελατών
- Αύξηση της γνώσης των καταναλωτών για το προϊόν
- Δημιουργία συναφούς διαύλου marketing
- Μείωση κόστους
- Ενίσχυση και εξέλιξη της μάρκας
- Δοκιμή νέων υπηρεσιών και προϊόντων
- Ηλεκτρονικό εμπόριο

Ανάπτυξη Εμπορικού ιστότοπου

1. Καθορισμός σκοπού και στόχων του ιστότοπου
2. Προσδοκώμενο κοινό του δικτυακού τόπου
3. Στόχοι και ανάγκες των χρηστών του δικτυακού τόπου
4. Ανάλυση ανταγωνιστικής αγοράς
5. Ονομασία εμπορικού ιστότοπου
6. Φιλοξενία δικτυακού τόπου

Χαρακτηριστικά επιτυχημένου εμπορικού ιστότοπου

1. Σχεδιασμός
2. Αλληλεπιδραστικότητα
3. Κεντρική σελίδα
4. Πλοήγηση
5. Αναζήτηση

6. Περιεχόμενα-Γραφικά
7. Οπτική γλώσσα
8. Διατήρηση ενδιαφέροντος

3 Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου CMS

3.1 Τι είναι CMS

Ο όρος CMS (Control Management Systems) αναφέρεται στις εφαρμογές που επιτρέπουν στον πελάτη να διαχειρίζεται το δικτυακό του περιεχόμενο, όπως κείμενα, πίνακες κ.λπ. με εύκολο τρόπο

Δυνατότητες CMS

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου βοηθάει ώστε να είναι δυνατή η διαχείριση του ιστότοπου ακόμα και από έναν απλό χρήστη με αποτέλεσμα να χρησιμοποιούνται συχνά σε αγγελίες, διαφημίσεις ή χάρτες κ.α.

Επιπλέον τα CMS μας παρέχουν τη δυνατότητα χρήσης βάσεων δεδομένων με απλούστερο τρόπο σε αντίθεση με παλαιότερα που χρειαζόσουν εξειδικευμένο προσωπικό. Το CMS μπορεί να υποστηρίζει επιπρόσθετες λειτουργίες όπως είναι η εξατομίκευση, η διαχείριση Metadata και η επεκτασιμότητα.

3.1.1 Πλεονέκτημα CMS

Μείωση εξόδων. Με τη μείωση των στατικών σελίδων και την ανάπτυξη να γίνεται δυναμικά, εξοικονομούμε χώρο και φόρτο εργασίας στον εξυπηρετητή όπου και το κόστος χρήσης του παρουσιάζεται υψηλό.

Παροχή δυνατότητας της χρήσης της ιστοσελίδας από διάφορους χρήστες, όπου και αν βρίσκονται και η ταυτόχρονη ενημέρωσή τους για κάθε αλλαγή στην ιστοσελίδα.

Αύξηση κέρδους της εταιρίας γιατί χρειάζονται γνώσεις και όχι εξειδίκευση για την χρήση CMS.

Καλύτερη ποιότητα, τα πρότυπα σχεδίασης που χρησιμοποιεί είναι υψηλής ποιότητας με αποτέλεσμα η ασφάλεια του σχεδιασμού του site γίνεται ευκολότερη.

3.1.2 Μειονεκτήματα CMS

Χαμηλή ταχύτητα σε σχέση με μια στατική σελίδα. Το CMS αποτελείται από μόνο του από έναν πολύ μεγάλο όγκο δεδομένων προκειμένου να είναι όσο το δυνατό πιο φιλικό στον χρήστη.

Δύσκολη κατανόηση λειτουργίας του CMS, χρειάζεται μελέτη από τον χρήστη.

3.2 Ειδή CMS

Ανάλογα με το είδος του παρόχου τους και το που βρίσκεται ο χώρος αποθήκευσης και διαχείρισης της βάσης δεδομένων διακρίνονται σε κατηγορίες. Με βάση τον χώρο αποθήκευσης και διαχείρισης έχουμε τα ASP και Licensed.

Στα ASP ο κατασκευαστής των CMS έχει την αρμοδιότητα να διατηρεί όλα τα δεδομένα και το λογισμικό στους εξυπηρετητές. Άρα, υπάρχει μείωση εξόδων στους τεχνικούς πόρους αλλά και στην αγορά λογισμικού και hardware που φιλοξενεί το CMS.

Στο Licensed ο πάροχος δεν εμπλέκεται στην διαδικασία της λειτουργίας καθώς, έχει πουλήσει το προϊόν σε κάποιο χρήστη ο οποίος πλέον είναι υπεύθυνος για την εγκατάσταση, την συντήρηση και την ρύθμιση των CMS.

Commercial: Ο πάροχος ενώ πουλάει στη συνέχεια υποστηρίζει τεχνικά το λογισμικό το οποίο αυτός έχει αναπτύξει.

Open Source: Είναι ένα ανοιχτό λογισμικό, δημιουργείται και συντηρείται από έναν συνεργάτη κάποιας κοινότητας χρηστών. Δεν αποτελεί οικονομική λύση, διότι πρέπει να καλυφθούν έξοδα για hardware, λογισμικό και τεχνικό προσωπικό.

Managed Open Source: Ο πάροχος έχει μία Open Source λύση, την οποία στη συνέχεια μεταδίδει στους άλλους σε συνδυασμό με υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης

3.2.1 CMS Ανοιχτού κώδικα

Τα πιο δημοφιλή CMS ανοιχτού κώδικα είναι το Joomla, WordPress, Xoops, TYPO3, Drupal και Plone.

Πλεονεκτήματα

Διατίθενται με χαμηλό κόστος και παραμετροποιούνται. Επίσης, είναι δυνατή η δοκιμή πριν την χρήση και είναι δωρεάν το λογισμικό και πληρώνεις την υπηρεσία, η διόρθωση των σφαλμάτων είναι πολύ γρήγορη.

Πλεονεκτήματα

Η έλλειψη εμπορικής υποστήριξης και η ελλιπής τεκμηρίωση καθώς και δεν είναι ωφέλιμο για μεγάλες επιχειρήσεις.

3.2.2 CMS Κλειστού κώδικα

Τα πιο γνωστά CMS κλειστού κώδικα είναι το JaliOS, IBM Workplace, Web Content Management, Powerfront CMS και Vignette Content Management. Τα CMS κλειστού κώδικα διαθέτουν και αυτά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα όπως τα παραπάνω.

3.2.2.1 Πλεονεκτήματα

Περιλαμβάνουν την εμπορική υποστήριξη, καθώς υπάρχουν προσδιορισμένες υπηρεσίες. Πολλές φορές βρίσκεται ετοιμοπαράδοτο και κρίνεται πολύ ασφαλές

3.2.2.2 Μειονεκτήματα

Το κόστος κρίνεται απαγορευτικό καθώς περιλαμβάνεται το βασικό κόστος, το κόστος παραμετροποίησης και ολοκλήρωσης

3.2.3 Web CMS

Μια βασική δυνατότητα των Web CMS είναι η online τροποποίησή τους, γιατί βασίζονται στη τεχνολογία του παγκόσμιου ιστού. Τα Web CMS χρησιμοποιούνται συχνά αποτελώντας έναν συνδυασμό μιας βάσης δεδομένων και άλλων στοιχείων του λογισμικού τα οποία, οδηγούν στην αποθήκευση και στην ανάκτηση των δεδομένων που θέλουμε.

Επιπλέον, είναι ότι δεν κρίνεται απαραίτητη η χρήση ειδικών προγραμμάτων για τις μεταβολές του ιστότοπου και οι αλλαγές αυτές μπορούν να πραγματοποιηθούν από οποιονδήποτε υπολογιστή όπου και να βρίσκεται στο διαδίκτυο.

Τέλος τα CMS είναι βασισμένα σε διάφορες τεχνολογίες ανάπτυξης ιστοσελίδων, τις οποίες αναφέρουμε παρακάτω ονομαστικά:

- PHP
- MYSQL
- JAVASCRIPT
- CSS
- XML
- HTML
- AJAX

4 Κεφάλαιο : Joomla

Το Joomla είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου με πολλές δυνατότητες ευέλικτο και φιλικό. Είναι μια ελεύθερη διαδικτυακή εφαρμογή που επιτρέπει την άμεση διαχείριση και δημοσίευση περιεχομένου. Έχει δημιουργηθεί για να προσαρμόζετε σε περιβάλλοντα επιχειρηματικής κλίμακας όπως τα intranets μεγάλων επιχειρήσεων ή οργανισμών και έχει απεριόριστες δυνατότητες επέκτασης. Το Joomla είναι μία δωρεάν εφαρμογή, μπορεί ο οποιοσδήποτε να το χρησιμοποιήσει, να το τροποποιήσει και να διερευνήσει τις δυνατότητες του χωρίς κανένα κόστος. Η λειτουργία του είναι απλή αφού εγκαθίσταται σε έναν κεντρικό υπολογιστή, τον web server. Ο χρήστης έχει πρόσβαση στο περιβάλλον διαχείρισης μέσω ενός browser. Τα περιεχόμενα του μπορεί να είναι κείμενο, εικόνες, βίντεο, μουσική κ.α. Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του είναι ότι ο χρήστης δεν χρειάζεται καμία τεχνική γνώση για να το διαχειριστεί. Το Joomla βασίζεται στη γλώσσα PHP και χρησιμοποιεί τεχνικές αντικειμενοστραφούς προγραμματισμού. Ακόμη, αποθηκεύει τα δεδομένα σε βάση δεδομένων MySQL και περιλαμβάνει μεταξύ άλλων χαρακτηριστικά κρυφής μνήμης και RSS. Το όνομα Joomla προέρχεται από τη λέξη Jumla που στα Σουαχίλι σημαίνει <<όλοι μαζί>>. Αυτό δείχνει την ενότητα που υπάρχει στην κοινότητα ανάπτυξης του Joomla. Η πρώτη έκδοση του Joomla(1,0,0) κυκλοφόρησε 15 Σεπτεμβρίου 2005 και λίγες μέρες αργότερα 19 του ίδιου μήνα ξεκίνησε η λειτουργία της demo ιστοσελίδας Joomla.

Το www.joomla.org είναι η επίσημη σελίδα του Joomla και για την Ελλάδα η www.joomla.gr κυκλοφορεί και διαμένετε από την GNY(general public license), η οποία αποτελεί την πιο δημοφιλή άδεια χρήσης ελεύθερου λογισμικού και προστατεύει το μεγαλύτερο ποσοστό ελεύθερου λογισμικού.

4.1 Χαρακτηριστικά Joomla

Η πλατφόρμα Joomla έχει πολλές δυνατότητες που το καθιστούν ένα πολύτιμο εργαλείο στην κατασκευή ιστοσελίδων. Διαθέτει ένα πλήρη μηχανισμό βάσης δεδομένων, καθώς και ένα πλήρως παραμετροποιήσιμο διαχειριστικό περιβάλλον καθώς επίσης εργαλεία (extensions) μέσω των οποίων μπορούμε να επεκτείνουμε τις λειτουργίες ενός ιστότοπου σε πολύ μεγάλο βαθμό. Μέσω ενός browser μπορεί κάποιος να επεξεργαστεί το περιεχόμενο ενός ιστότοπου από όποιο μέρος βρίσκεται.

- Ευκολία εγκατάστασης /χρήσης (πλήρης ανάπτυξη χωρίς κώδικα, ευκολία διαχείρισης)
- Προσαρμοστικότητα (drag and drop περιεχόμενο, πολυγλωσσικότητα, πλήθος θεμάτων και πρόσθετων, Seo capabilities)
- Κόστος (δωρεάν)
- Υποστήριξη (εταιρική υποστήριξη, κοινότητα προγραμματιστών, δημόσιο forum, online tutorials)
- Ασφάλεια (δυνατότητα έγκρισης δημοσιεύσεων στον διαχειριστή, επαλήθευση email, ενσωματωμένο Session Management, συμβατότητα SSL, διαβάθμιση προνομίων χρηστών, ανανέωση κώδικα ανά 30 μέρες, μικρή ευπάθεια σε επιθέσεις)
- Απόδοση-Ταχύτητα (γρήγορο cms, λιγότερα προβλήματα ασυμβατότητας)
- Υποστήριξη προχωρημένων απαιτήσεων (εκτεταμένη δυνατότητα προσαρμογών)
- Υποστήριξη E-commerce (μέσω του Virtuemart plugin, marketing tools, περισσότερες επιλογές για τον τρόπο μεταφοράς προϊόντων, υποστήριξη όλων των γνωστών τρόπων πληρωμής)

4.1.1 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα

Πλεονεκτήματα

- ✓ Χαμηλό Κόστος
- ✓ Ευελιξία και εύκολη εφαρμογή
- ✓ Φιλικό για όλους τους τύπους χρηστών, σχεδιαστές, προγραμματιστές και διαχειριστές
- ✓ Υπάρχουν πολλές επεκτάσεις που βοηθούν στην κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος (σε όλες τις γλώσσες)
- ✓ Πληθώρα προτύπων ώστε να αλλάζει με ευκολία την εμφάνιση του ιστοχώρου
- ✓ Απλή συντήρηση του ιστοχώρου
- ✓ Μεγάλη διαθεσιμότητα σε templates
- ✓ Πολλά ελεύθερα και εμπορικά πρόσθετα
- ✓ Μεγάλη και αφιερωμένη κοινότητα με μεγάλη υποστήριξη

Μειονεκτήματα

- ✓ Έλλειψη εμπορικής υποστήριξης
- ✓ Μικρότερη ωριμότητα και χρηστικότητα
- ✓ Ελλιπής τεκμηρίωση
- ✓ Όσα περισσότερα components/plugins/modules, εγκατασταθούν τόσο πιο ασταθής γίνεται η εφαρμογή
- ✓ Στόχος για τους χάκερ
- ✓ SEO

4.2 Το Joomla αποτελείται από:

- Μενού

Τα μενού είναι αντικείμενα με τα οποία ο χρήστης πλοηγείται σε μια ιστοσελίδα. Αυτά μπορεί να είναι οριζόντια ή κατακόρυφα και συνδέονται δυναμικά με τα υπόλοιπα αντικείμενα δηλαδή τις κατηγορίες και τα άρθρα.

- Εφαρμογές

Οι εφαρμογές βοηθούν στην επέκταση του Joomla, υπάρχουν οι εμπορικές και οι ελεύθερης διαμονής.

- Δημόσιο τμήμα

Το τμήμα αυτό είναι στην ουσία αυτό που βλέπει ο τελικός χρήστης. Εδώ βρίσκονται τα άρθρα, τα μενού και γενικά όλο το περιεχόμενο που θέλουμε να εμφανίζεται σε μια ιστοσελίδα.

- Περιοχή διαχείρισης

Στην περιοχή αυτή ο διαχειριστής μπορεί να προσθέσει περιεχόμενο, να εμφανίζει, να διαγράφει, να τροποποιεί το περιεχόμενο, να ορίζει τα επίπεδα πρόσβασης των διάφορων χρηστών και γενικά από εδώ δημιουργείται όλη η δομή μιας ιστοσελίδας.

- Ενθέματα

Είναι κουτιά μέσα στα οποία εμφανίζονται τα περιεχόμενα, οι εφαρμογές και γενικά όλα τα αντικείμενα που εμφανίζονται σε μια ιστοσελίδα.

- Πρόσθετα

Είναι πρόσθετα κομμάτια κώδικα, τα οποία αποτελούν κάποιες ειδικές λειτουργίες. Η μηχανή αναζήτησης αποτελεί ένα τέτοιο πρόσθετο

- Πρότυπα

Τα προϊόντα είναι αυτά που καθορίζουν τα χρώματα, την θέση των ενθεμάτων και γενικά την όλη σχεδίαση της ιστοσελίδας

4.3 Δυνατότητες Διαχείρισης

- Νέα, προϊόντα ή υπηρεσίες τμήματα και ενότητες πλήρως επεξεργάσιμα και εύχρηστα.
- Οι θεματικές ενότητες μπορούν να προστεθούν από τους συντάκτες.
- Πλήρως παραμετροποιήσιμο περιεχόμενο και περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων του αριστερού, κεντρικού και δεξιού μενού
- Χρησιμοποιείτε τον browser για να ανεβάσετε εικόνες στη δική σας βιβλιοθήκη για χρήση σε οποιοδήποτε σημείο του site.
- Δυνατότητα προσθήκης forum, photo galleries, βιβλιοθήκες αρχείων
- Δημοσίευση απεριόριστων σελίδων, χωρίς περιορισμό
- Εύκολη διαχείριση online των PNGs, PDFs, DOCs, XLSs, GIFs και JPEGs με τη βοήθεια του Image library

- Δυνατότητα ενσωμάτωσης και προβολής video και φωτογραφιών πολύ εύκολα και αυτοματοποιημένα.
- Ενσωματωμένος επεξεργαστής κειμένου αντίστοιχος του Wordpad
- Εμφάνιση και αισθητική την οποία διαμορφώνει ο χρήστης
- Δυνατότητα προσθήκης διαφόρων πρόσθετων
- Δυνατότητα προεπισκόπησης, μπορείτε να δείτε αυτά που δημιουργήσατε πριν τα παρουσιάσετε online

4.4 Domain Names-Web Hosting

Το Domain Name είναι μια μοναδική ταυτότητα για κάθε ιστότοπο. Στην ουσία είναι μια λέξη που διαλέγουμε προκειμένου να μπορούμε χωρίς δυσκολία να συνδεθούμε από έναν υπολογιστή στο Internet. Η λέξη αυτή πάντα προσδιορίζεται περαιτέρω από μία κατάληξη που διαφέρει ανάλογα με τη χρήση και την χώρα προέλευσης του Domain Name (.gr, .com, .it, .info, .org). Μπορούμε να καλέσουμε κάποια ιστοσελίδα χρησιμοποιώντας κάποιο πρόγραμμα περιήγησης ιστού, γράφοντας στην γραμμή διευθύνσεων το όνομα τομέα της π.χ.: www.joomla.gr. Ο περιηγητής ιστού ψάχνει να βρει σε ποιο δικτυακό εξυπηρετητή είναι αποθηκευμένη η ιστοσελίδα και αν το όνομα τομέα που δώσαμε είναι σωστό, μας την εμφανίζει.

Τα χαρακτηριστικά των Domain Names

Τα domain names είναι:

- Φορητά (Portable). Επειδή ένα domain name είναι απλά ένα ψευδώνυμο (alias) για μια IP διεύθυνση, είναι πολύ εύκολο να μεταφέρουμε ένα Web site από έναν Web server σ' έναν άλλον. Αυτό μπορεί να γίνει διαγράφοντας τη συσχέτιση ανάμεσα στο domain name και την παλιά IP διεύθυνση και συσχετίζοντας το ίδιο domain name με τη καινούργια IP διεύθυνση. Αυτή η διαδικασία μπορεί να γίνει πολύ γρήγορα και θα είναι τελείως διαφανής στους επισκέπτες του site, οι οποίοι θα συνεχίζουν να το επισκέπτονται μέσω του ίδιου domain name και δεν θα αντιλαμβάνονται τίποτα για την αλλαγή που έχει γίνει.
- Ευκολομνημόνευτα (Memoable). Ένα καλό domain name είναι εύκολο να το θυμόμαστε και αυτό κάνει ένα web site ευκολότερο στην προώθησή του στην τηλεόραση και στη

διαφήμιση. Είναι πολύ σημαντικό να είναι ευκολομνημόνευτο το όνομα, καθώς έτσι βρίσκεται μόλις ένα κλικ μακριά και σίγουρα θα έχει πολλούς επισκέπτες.

- Συνεργάσιμα (Associable). Μερικά domain names χρησιμοποιούνται για να συσχετίσουν μια λέξη γενικής χρήσης με μια συγκεκριμένη εταιρεία ή έναν οργανισμό.

Τι είναι η φιλοξενία ιστοσελίδων;

Η φιλοξενία ιστοσελίδων είναι μια διαδικτυακή υπηρεσία που επιτρέπει σε ιδιώτες και εταιρείες να διαθέτουν μία ιστοσελίδα συνεχώς αναρτημένη στο διαδίκτυο, χωρίς να χρειάζεται να επιβαρύνονται με το κόστος του ανάλογου εξοπλισμού ή την ανάγκη εξυπηρέτησης μεγάλου αριθμού εξωτερικών συνδέσεων και εύρους σύνδεσης. Αυτό το αναλαμβάνουν οι εταιρείες φιλοξενίας ιστοσελίδων που προσφέρουν χώρο στον διακομιστή τους καθώς και μέρος της σύνδεσής τους στο δίκτυο.

Ο όρος Web Hosting αναφέρεται στη διαδικασία με την οποία ο ιδιοκτήτης μιας ιστοσελίδας ενοικιάζει χώρο σε υπολογιστές (διακομιστές) για να τοποθετήσει τα αρχεία του ή και την ηλεκτρονική αλληλογραφία του. Τα αρχεία αυτά, που στοιχειοθετούν την ιστοσελίδα του, προσφέρονται μέσω ασφαλούς δικτύου αδιάλειπτης παροχής στους επισκέπτες.

Η διαχείριση για έναν ιστότοπο από τον ιδιοκτήτη του, μπορεί να γίνει μέσω προγραμμάτων απομακρυσμένης σύνδεσης ή από τον περιηγητή ιστού μέσω πρόσβασης σε έναν πίνακα ελέγχου, το οποίο δίνει τη δυνατότητα διαχείρισης των e-mails, των αρχείων, των στατιστικών επισκεψιμότητας του ιστότοπου, των εγκατεστημένων εφαρμογών και διαθέσιμων τεχνολογιών κ.α.

Ο ιδιοκτήτης του ιστότοπου μπορεί να ανεβάζει τα αρχεία του μέσω προγράμματος στο διακομιστή φιλοξενίας, να διαχειρίζεται τους λογαριασμούς ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και να εγκαθιστά τις επιθυμητές διαδικτυακές εφαρμογές στον ιστότοπό του. Μερικοί από αυτούς τους πίνακες ελέγχου φιλοξενίας είναι το Plesk, Cpanel, Webmin κ.α.

Κάθε εταιρεία που παρέχει φιλοξενία σε ιδιοκτήτες ιστοσελίδων διαθέτει πακέτα hosting με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τιμές. Ανάλογα με τη χρήση και την ανανεωμένη κίνηση της ιστοσελίδας ο ενδιαφερόμενος επιλέγει το πακέτο που του ταιριάζει καλύτερα. Η προσφορά χαρακτηριστικών εξελίσσεται παράλληλα με την τεχνολογία των υπολογιστών αλλά και τη διάδοση του διαδικτύου ως μέσου επικοινωνίας και συναλλαγών. Δεν είναι ασυνήθιστο τα

χαρακτηριστικά των πακέτων να αλλάζουν 2 φορές τον χρόνο, προσφέροντας ακόμα περισσότερες δυνατότητες, ταχύτητα και υπηρεσίες.

Τα πακέτα φιλοξενίας μπορούν να κατηγοριοποιηθούν στις παρακάτω οικογένειες:

- Shared Hosting, όπου παρέχεται μέρος του διακομιστή και στον οποίο φιλοξενούνται και άλλοι χρήστες.
- Reseller Hosting, όπου παρέχεται η δυνατότητα να μεταπωληθεί χώρος και λοιπά εργαλεία φιλοξενίας ιστοσελίδων.
- Virtual Private Server, όπου μέσω ειδικού λογισμικού παρέχεται ένας χώρος στον διακομιστή, με δικούς του (αποκλειστική χρήση) πόρους συστήματος (μνήμη, επεξεργαστική ισχύ) και κεντρική πρόσβαση.
- Dedicated Servers, όπου παρέχεται ολόκληρος ο διακομιστής για αποκλειστική χρήση και διαχείριση από τον κάτοχο του ιστότοπου, πάντα στο φυσικό χώρο της εταιρείας φιλοξενίας.
- Cloud Hosting, όπου με τεχνολογία διαμοιρασμού φόρτου εργασίας σε πολλούς διακομιστές ταυτόχρονα, τα εισερχόμενα αιτήματα εξηπρέτησης διαμοιράζονται σε εκείνα τα μηχανήματα που έχουν το μικρότερο φόρτο εργασίας ενώ ταυτόχρονα τα αντίγραφα σε κάθε server εξασφαλίζουν την ακεραιότητα και τη διαθεσιμότητα των αρχείων.

Τα πακέτα φιλοξενίας έχουν τις εξής παραμέτρους:

- Λειτουργικό σύστημα
- Αποθηκευτικός χώρος-Επεξεργαστική ισχύς-Μνήμη Ram
- Μέγιστος αριθμός βάσεων δεδομένων που μπορεί να δημιουργηθούν
- Διαθέσιμο εύρος ζώνης
- Πίνακας διαχείρισης (cpanel, plesk)
- Αριθμός τομέων και υποτομέων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν

4.4.1 FTP- Η Upload διαδικασία

Το FTP (File transfer Protocol) είναι ένα πρωτόκολλο επικοινωνίας που επιτρέπει την ανταλλαγή αρχείων μεταξύ των συνδεδεμένων μελών. Χρησιμοποιείται για να μπορέσουμε να αντιγράψουμε τα αρχεία που θέλουμε από τον υπολογιστή μας προς τον Web server όπου έχουμε πρόσβαση. Υπάρχουν ειδικά προγράμματα που αναλαμβάνουν την αυτοματοποίηση των διαδικασιών μας στο FTP χωρίς να χρειάζεται να πληκτρολογήσουμε τις σχετικές εντολές, όπως είναι το Cute FTP, το WS FTP ή το Fetch για τους υπολογιστές Macintosh.

Πολλά προγράμματα επεξεργασίας και κατασκευής Web sites, όπως είναι το Dreamweaver και το Frontpage διαθέτουν δικές τους δυνατότητες FTP μέσα από το ίδιο το πρόγραμμα. Για να μπορέσουμε να συνδεθούμε μ' έναν Web server μέσω του πρωτοκόλλου FTP, θα μας ζητηθούν τα εξής στοιχεία:

- Server Name: είναι συνήθως το ίδιο το domain name, όπως `yourusername.com` ή <ftp.yourname.com>.
- User name : είναι το login όνομα (αναγνωριστικό) που έχουμε επιλέξει
- Password: είναι ο κωδικός εισόδου που έχουμε επιλέξει

Ανοίγοντας ένα FTP πρόγραμμα α υπάρχει πάντα ένα παράθυρο στα αριστερά όπου φαίνονται τα αρχεία που υπάρχουν στον δικό μας υπολογιστή και ένα άλλο παράθυρο στα δεξιά όπου φαίνονται τα αρχεία που υπάρχουν στον Web server με τον οποίο έχουμε συνδεθεί και όπου έχουμε τα σχετικά δικαιώματα δημοσίευσης.

Ο Web server περιέχει συνήθως δύο φακέλους στους οποίους έχουμε πρόσβαση, όπου ο ένας είναι ο `cgi-bin` φάκελος που περιέχει όλα τα `scripts` και ο άλλος είναι ο `html` ή `www` φάκελος που περιέχει όλα τα `html` αρχεία καθώς και τις εικόνες μας και τα αρχεία της JavaScript. Στον πρώτο φάκελο υπάρχουν τα αρχεία που εκτελούνται ενώ στον δεύτερο αυτά που μπορούμε να δούμε απευθείας μέσα απ' τον browser/

4.5 Εγκατάσταση Λογισμικού Ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση Joomla

Διαδικασία:

Ακολουθούμε τα παρακάτω βήματα για να δεσμεύσουμε δωρεάν χώρο στην υπηρεσία biz.nf

1. Ενεργοποίηση Υπηρεσίας

Συνδεθείτε στον ιστότοπο:

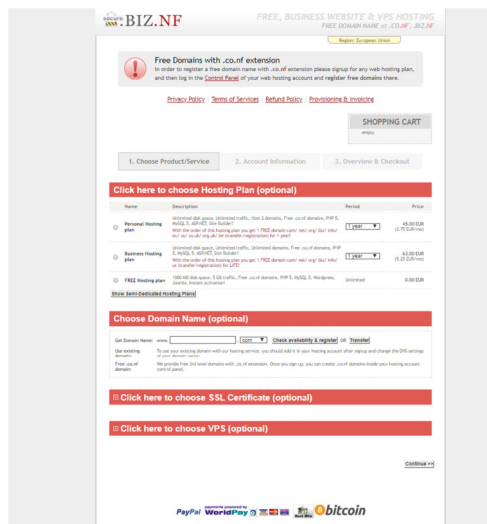
<http://www.biz.nf>



Εικόνα 1 Εγκατάσταση Λογισμικού Ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση Joomla

Η υπηρεσία αυτή είναι από τις λίγες που προσφέρουν δωρεάν χώρο χωρίς χρονικούς περιορισμούς και επιπλέον αρκετά εργαλεία για τη δημιουργία On-line υπηρεσιών.

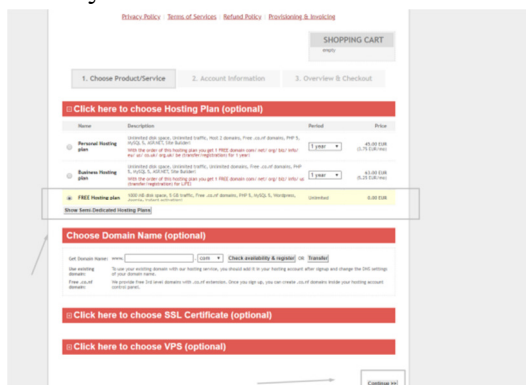
α. Επιλέξτε 'Sign-up now'



Εικόνα 2 Ενεργοποίηση Υπηρεσίας

β. Επιλογή Πλάνου

- Στην κατηγορία 'Hosting Plan' επιλέξτε 'Free Hosting Plan'. Μελετήστε τις δωρεάν προσφορές του συγκεκριμένου πλάνου.
- Επιλέξτε 'Continue'



Εικόνα 3 Επιλογή Πλάνου

γ. Καταγραφή στοιχείων

- Στην κατηγορία 'New Client' προσθέστε τα στοιχεία σας και σημειώστε το password.
- Επιλέξτε αποδοχή των Terms of Service.
- Επιλέξτε έναν κύκλο σύμφωνα με τις οδηγίες (με αυτό τον τρόπο η υπηρεσία σας αναγνωρίζει ως πρόσωπο και όχι ως bot).
- Επιλέξτε 'Continue'

The screenshot shows a registration form with the following sections:

- Shopping Cart:** A table with columns Name, Description, Type, Period, and Price. It lists a 'FREE Hosting plan' for 0.00 EUR.
- Promo Codes:** A text input field for a promo code and a 'Check!' button.
- New Client:** A form with fields for First Name, Last Name, Company, Email, Password, Address II, City, State, ZIP, Country (Greece), and Phone. It includes a checkbox for agreement and a 'I'm not a robot' checkbox with a CAPTCHA image.

Εικόνα 4 Καταγραφή στοιχείων

δ. Δημιουργία λογαριασμού

- Σημειώστε το Client ID σας.
- Ανοίξτε το email σας και διαβάστε το μήνυμα που σας έχει σταλεί από το Biz.nf
- Επιλέξτε το σύνδεσμο στο μήνυμα, για να επιβεβαιώσετε την ενεργοποίηση του λογαριασμού σας.

The screenshot shows an email confirmation page with the following content:

- Free Domains with .co.nf extension:** A red warning icon and text stating that the user can register a free domain with a .co.nf extension.
- Congratulations!** Text congratulating the user for choosing web hosting services.
- Click here to log into your account:** A link provided for the user to log in.
- Verify your login information:** Text asking the user to click a link in their email to verify their account.
- Note:** Text explaining what to do if the user did not receive an email.
- Contact:** Text providing a link to contact support.

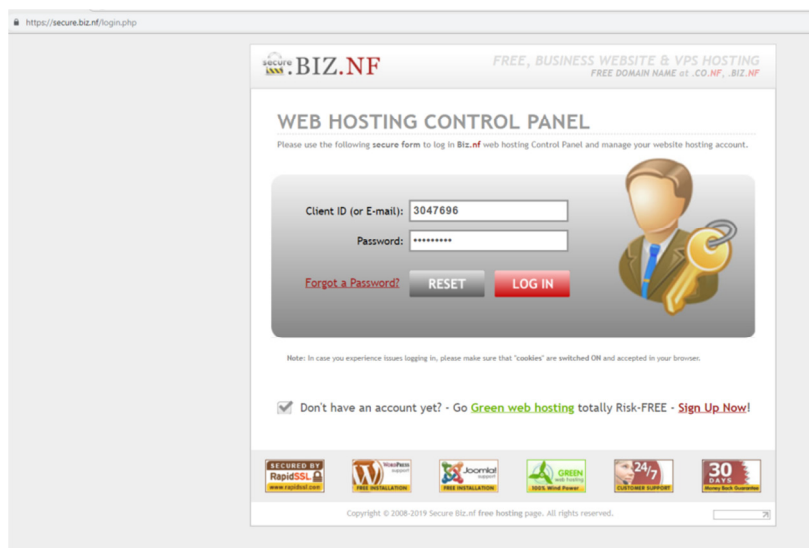
Εικόνα 5 Δημιουργία λογαριασμού

2. Ρύθμιση της Υπηρεσίας

α. Μετά την ενεργοποίηση του λογαριασμού σας, συνδεθείτε (log-in) στο <http://www.biz.nf/> με login το email σας και συνθηματικό αυτό που έχετε σημειώσει στο βήμα 1.γ



Εικόνα 6 Ρύθμιση της Υπηρεσίας



Εικόνα 7 Login

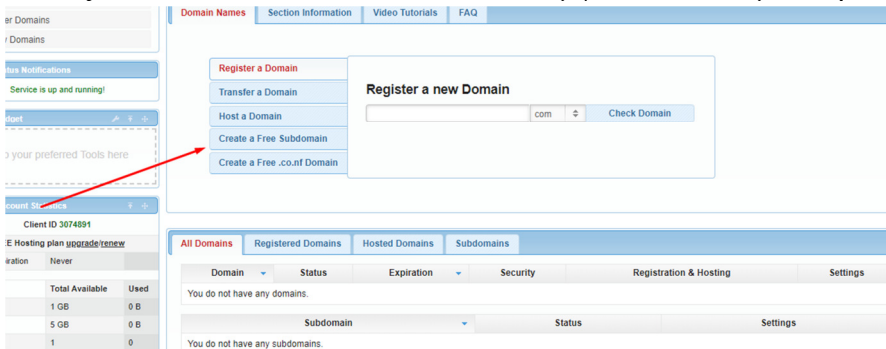
β. Με τη σύνδεση, εμφανίζεται ένα Panel με τις επιλογές που έχετε για να ρυθμίσετε την υπηρεσία σας. Από το Panel "First Steps Made Easy":

- Επιλέξτε Domain Manager Access. Εδώ θα επιλέξετε τη διεύθυνση του ιστότοπου σας.



Εικόνα 8 Εδώ θα επιλέξετε τη διεύθυνση του ιστότοπου σας.

- Επιλέξτε "Create a Free Subdomain" . Θα εμφανιστεί αυτόματα η κατάληξη co.nf.



Εικόνα 9 Επιλέξτε "Create a Free Subdomain"

- Στο πεδίο του Subdomain, πληκτρολογήστε μία λέξη η οποία είναι χαρακτηριστική της εικονικής εταιρείας της οποίας το Ηλεκτρονικό Κατάστημα σχεδιάζετε. Προσοχή! Η διεύθυνση της εταιρείας είναι ισχυρή παράμετρος marketing. Αν δώσετε το όνομα 'Shop' τότε θα δημιουργήσετε τον ιστότοπο <http://shop.co.nf/>
- Επιλέξτε 'Create'. Εάν το όνομα υπάρχει ήδη, τότε θα εμφανιστεί το σχετικό μήνυμα και θα πρέπει να επιλέξετε ένα άλλο.
- Με την επιτυχή δημιουργία του WebSite σας Επιλέξτε 'Dashboard' στο πάνω αριστερό μέρος της σελίδας για να επιστρέψετε στο Panel Εργαλείων.



Εικόνα 10 Επιλέξτε "Dashboard" στο πάνω αριστερό μέρος της σελίδας για να επιστρέψετε στο Panel Εργαλείων

γ. Από το Panel "First Steps Made Easy", επιλέξτε Zacky Installer. Από εδώ θα εγκαταστήσετε έτοιμα εργαλεία για να σχεδιάσετε τον ιστότοπό σας.

➤ Από τις διαθέσιμες εφαρμογές επιλέξτε το Joomla!



Εικόνα 11 Από τις διαθέσιμες εφαρμογές επιλέξτε το Joomla

➤ Επιλέξτε Template και επιλέξτε Next.



Εικόνα 12 Επιλογή Template

- Επιλέξτε και τις 3 επιλογές Extensions και επιλέξτε Next



Εικόνα 13 Επιλογή extensions

- Επιλέξτε το domain στο οποίο θέλετε να εγκαταστήσετε το Joomla!. Είναι αυτό που δώσατε στο βήμα 2.β.

Εικόνα 14 Domain

- Επιλέξτε έναν τίτλο για τον ιστότοπό σας. Ο τίτλος αυτός θα εμφανίζεται στο παράθυρο του φυλλομετρητή κάθε φορά που κάποιος θα ανοίγει τον ιστότοπό σας.
- Στην ενότητα Administration Credentials, δίνετε το Login και Pass του Administrator του ιστότοπού σας. Μπορείτε να δώσετε τα ίδια στοιχεία με το λογαριασμό σας στην πλατφόρμα (βήμα 1.γ). Πατήστε Next.
- Το σύστημα είναι έτοιμο να εγκαταστήσει το λογισμικό Joomla! Στον ιστότοπό σας. Πατήστε 'Install Now!'

Εικόνα 15 Install

- Μόλις ολοκληρωθεί η εγκατάσταση, πατήστε "Close Zacky Installer" πάνω αριστερά.
- δ. Ο ιστότοπός σας είναι έτοιμος! Πληκτρολογήστε σε ένα έναν φυλλομετρητή διαδικτύου τη διεύθυνση που θέσατε στο βήμα 2.β



Εικόνα 16 Ιστότοπος

4.5.1 Ανάλυση του Διαχειριστικού Συστήματος Joomla

Για να κάνουμε σύνδεση στο διαχειριστικό σύστημα του ιστότοπού μας, πληκτρολογούμε σε ένα φυλλομετρητή τον παρακάτω σύνδεσμο : <http://woodshop.co.nf/administrator/>



Εικόνα 17 Login

Αφού εισάγουμε τα στοιχεία μας, οδηγούμαστε στη σελίδα που φαίνεται παρακάτω παρατηρώντας και εδώ κάποια προεγκατεστημένα εργαλεία που παρέχονται από το Joomla, ώστε μέσω αυτών να ξεκινήσουμε τη δημιουργία του ιστότοπού μας.

The screenshot displays the Joomla! administrator interface. On the left is a sidebar menu with categories: CONTENT (New Article, Articles, Categories, Media), STRUCTURE (Menu(s), Modules), USERS (Users, No Urgent Requests), CONFIGURATION (Global, Templates, Language(s)), EXTENSIONS (Install Extensions, Attachments Manager, JCE File Browser), and MAINTENANCE (Backup is up-to-date, Joomla is up to date, Updates are available). The main content area features a notification for post-installation messages, a log of latest actions (e.g., 'User admin logged in to admin'), a list of logged-in users (Super User), and a list of popular articles. The bottom status bar shows 'View Site', user roles (Visitor, Administrator, Messages), and 'Log out'. The footer indicates Joomla! 3.9.8 and © 2019 Wood.

Εικόνα 18 Ανάλυση του Διαχειριστικού Συστήματος Joomla

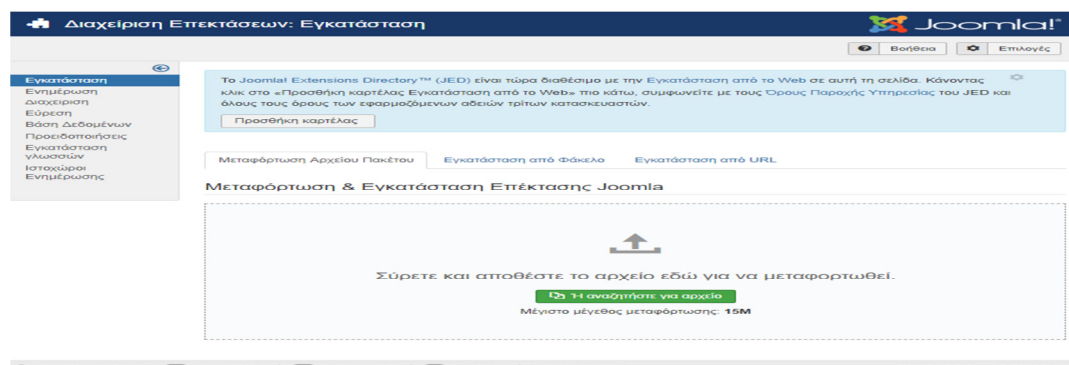
Στο αρχικό περιβάλλον διαχείρισης βλέπουμε τον Πίνακα ελέγχου, που χωρίζεται σε δύο βασικά μέρη: στο επάνω μέρος έχουμε το βασικό μενού και αριστερά τις πιο βασικές λειτουργίες του Joomla οι οποίες είναι μέρη του βασικού μενού

Λειτουργίες

- ✓ **Σύστημα** Το μενού Σύστημα μας παρέχει τη δυνατότητα να ρυθμίσουμε βασικές λειτουργίες που έχουν κυρίως να κάνουν με την προσωρινή μνήμη της ιστοσελίδας μας, τις ρυθμίσεις της βάσης δεδομένων.
- ✓ **Χρήστες** Το μενού Χρήστες μας δείχνει τους εγγεγραμμένους χρήστες της ιστοσελίδας μας καθώς και τα βασικά στοιχεία των ίδιων των διαχειριστών
- ✓ **Μενού** Η επιλογή Μενού επιτρέπει στον χρήστη να πλοηγηθεί μέσω της ιστοσελίδας.
- ✓ **Περιεχόμενο** Το μενού περιεχόμενο χρησιμοποιείται για τη δημιουργία, την επεξεργασία, την διαχείριση της σειράς, την δημοσίευση, τις γενικές επιλογές, την κατάργηση δημοσίευσης και ρύθμιση των άρθρων που εμφανίζονται στην ιστοσελίδα
- ✓ **Εφαρμογές** Το μενού εφαρμογές περιέχει βασικά στοιχεία της λειτουργικότητας του Joomla, με κάποια προεγκατεστημένα προγράμματα, όπως φόρμες επικοινωνίας και ροές ειδήσεων. Συνήθως τις χρησιμοποιούμε όταν θέλουμε να αλλάξουμε την διάταξη μιας απλής σελίδας
- ✓ **Επεκτάσεις** Το μενού επεκτάσεις χρησιμοποιείται για να εγκαταστήσουμε τις επεκτάσεις του Joomla, όπως πρόσθετα, εφαρμογές και θέματα

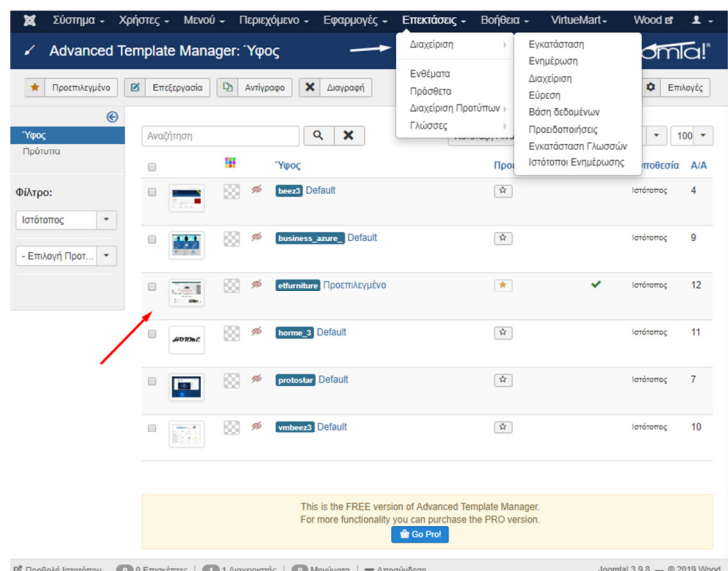
4.5.2 Εγκατάσταση Προτύπου του Ιστότοπου

Θα χρησιμοποιήσουμε το θέμα Etfurniture. Αφού το κατεβάσουμε, το αποσυμπιέζουμε και το κάνουμε εγκατάσταση.



Εικόνα 19 Εγκατάσταση προτύπου του Ιστότοπου

Μετά την εγκατάσταση, θα πάμε στο μενού επεκτάσεις, Διαχείριση προτύπων, Ύφος και κάνουμε Default το θέμα που κάναμε εγκατάσταση



Εικόνα 20 Διαχείριση προτύπων

5 Virtuemart

Το Virtuemart είναι μία δωρεάν Open Source εφαρμογή ανάπτυξης ηλεκτρονικού καταστήματος. Δεν λειτουργεί αυτόνομα παρά μόνο ως πρόσθετη εφαρμογή του δημοφιλούς συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (CMS) Joomla.

Είναι γραμμένο με γλώσσα προγραμματισμού PHP και αποθηκεύει τα δεδομένα του σε βάση δεδομένων MySQL. Εκτός από την βασική εφαρμογή συνοδεύεται από μία σειρά modules που εμφανίζουν χρήσιμες πληροφορίες

Χαρακτηριστικά

- Οι αγοραστές μπορούν να διαχειριστούν τους λογαριασμούς τους
- Ιστορικό παραγγελιών
- Διαχείριση διεύθυνσης αποστολής
- E-mail επιβεβαίωσης παραγγελίας
- Διαχείριση προϊόντων και κατηγοριών
- Ομάδες αγοραστών για τους πελάτες
- Στατιστικά καταστήματος
- Διαχείριση κατάστασης παραγγελίας
- Προκαθορισμένοι τρόποι πληρωμής
- Δυνατότητα πληρωμής με πιστωτική κάρτα
- Υπολογισμός κόστος μεταφοράς
- Υπολογισμός αντικαταβολής

5.1 Χρήση του Virtuemart

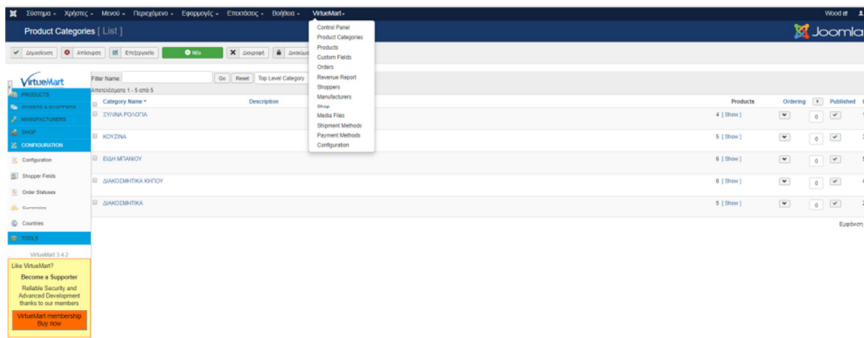
Μόλις ενεργοποιήσουμε το θέμα, επόμενο βήμα είναι να εγκαταστήσουμε και το εργαλείο Virtuemart, το οποίο θα μετατρέψει τον ιστότοπό μας σε ηλεκτρονικό κατάστημα.

Στην κεντρική σελίδα του Virtuemart κατεβάζουμε την έκδοση που παρέχεται όπως φαίνεται παρακάτω



Εικόνα 21 Virtuemart

5.1.1 Γενικές Ρυθμίσεις καταστήματος



Εικόνα 22 Ρυθμίσεις

Στην σελίδα αυτή θα επεξεργαστούμε το ηλεκτρονικό μας κατάστημα.

Κατηγορία Products

Products Categories: Εδώ δημιουργούμε όλες τις κεντρικές κατηγορίες προϊόντων τις οποίες και μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε αργότερα ως μενού της σελίδας μας

Products: Καταχωρούμε όλα τα προϊόντα που θέλουμε να πουλήσουμε στο κατάστημά μας

Custom Fields: Εδώ φτιάχνουμε πεδία που δεν υπάρχουν προεγκατεστημένα στην εφαρμογή. Όπως για παράδειγμα χρώματα σε προϊόντα

Inventory: Εδώ έχουμε την αποθήκη του καταστήματος μας όπου βλέπουμε διαθεσιμότητες, πληροφορίες και κόστη προϊόντων κλπ

Taxes & Calculation Rules: Σε αυτή την κατηγορία γίνεται ρύθμιση των φόρων του καταστήματος μας και πως αυτοί υπολογίζονται

Review & Ratings: Σε αυτή την κατηγορία βλέπουμε σχόλια και βαθμολογίες των πελατών

Κατηγορία Orders & Shoppers

Orders Λίστα με όλες τις παραγγελίες που έχουν γίνει στο κατάστημά μας

Revenue Report Αναφορά των κερδών βάση των πωλήσεων που έχουμε κάνει στο κατάστημά μας

Shoppers Λίστα με όλους τους αγοραστές

Shoppers Groups Μπορούμε να φτιάξουμε ομάδες αγοραστών με τους ήδη υπάρχον πελάτες

Coupons: Δημιουργία κουπονιών εκπτώσεων που μπορούμε να προσφέρουμε στους πελάτες μας κατά τις αγορές τους

Manufacturers Εισάγουμε όλους τους κατασκευαστές ή εταιρίες των προϊόντων που έχουμε στο κατάστημά μας. Δεν είναι υποχρεωτικό αλλά αν θελήσουμε να δημιουργήσουμε φίλτρο βάση Κατασκευαστή τότε θα έχουμε έτοιμη την αναζήτησή μας

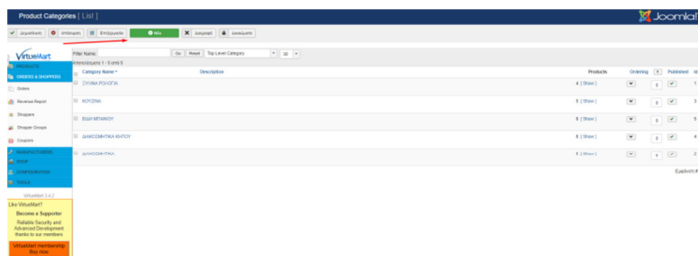
Shop Στην κατηγορία αυτή κάνουμε τις βασικές ρυθμίσεις του ηλεκτρονικού μας καταστήματος όπως είναι το νόμισμα που θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε, να δημιουργήσουμε τα e-mail που θα λαμβάνει ο πελάτης αλλά και εμείς μετά την ολοκλήρωση μιας παραγγελίας καθώς και μεθόδους αποστολής και πληρωμής

Configuration Εδώ έχουμε γενικές ρυθμίσεις που αφορούν τα πεδία που συμπληρώνει ένας πελάτης κατά την δημιουργία του λογαριασμού του και κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας του, τα συναλλάγματα σε περίπτωση που έχουμε κατάστημα που λειτουργεί και στο εξωτερικό, τις χώρες που επιθυμούμε να πουλήσουμε και ρυθμίσεις εμφάνισης των προϊόντων στο κατάστημά μας

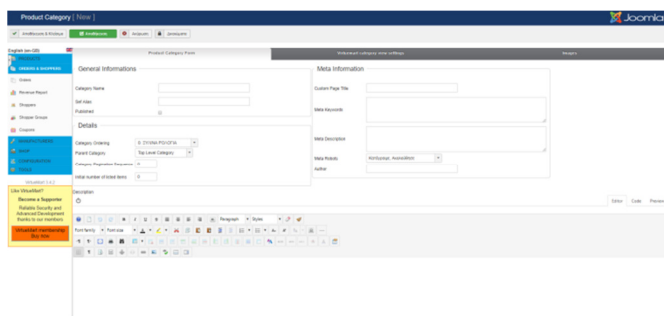
Tools Έχουμε μια λίστα με υπερσυνδέσμους βοήθειας που οδηγούν σε Forum του Joomla, οδηγούς κτλπ

Κατηγορία Προϊόντος

Επιλέγουμε Product Categories και πατάμε στο πάνω μέρος **Νέο** και συμπληρώνουμε τα στοιχεία



Εικόνα 23 Κατηγορία Προϊόντος (Νέο)



Εικόνα 24 Κατηγορία Προϊόντος

Category Name Εύλινα Ρολόγια

Published Επιλέγουμε ενεργή για να εμφανίζεται στο eshop μας

Sef Alias Το όνομα που φαίνεται στον περιηγητή μας ως αναγνωριστικό της κατηγορίας

Description Βάζουμε την περιγραφή της κατηγορίας αν θέλουμε

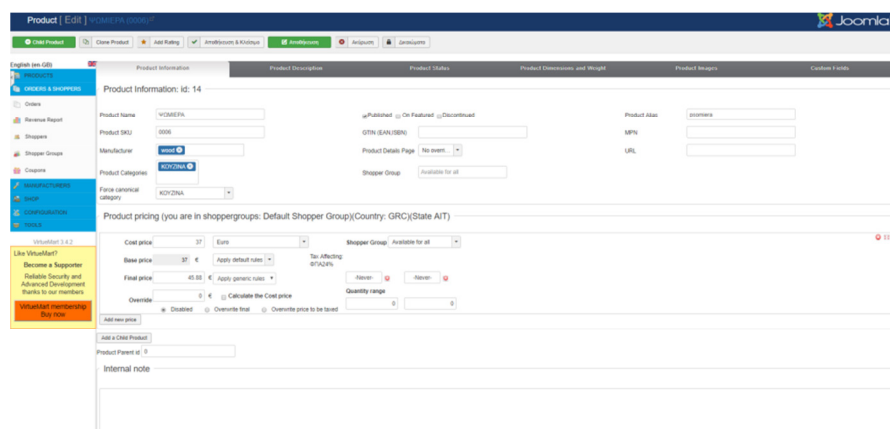
Πεδία Details επιλέγουμε τις ρυθμίσεις που θέλουμε

Πεδία Meta information Εδώ έχουμε ρυθμίσεις που αφορούν τις meta περιγραφές

Προσθήκη Προϊόντος

Αφού ολοκληρώσουμε τις κατηγορίες των προϊόντων θα καταχωρήσουμε τα προϊόντα στο κατάστημα μας

Επιλέγουμε Products και στη συνέχεια πατάμε **Νέο** από το πάνω μέρος της σελίδας καταλήγοντας στην παρακάτω σελίδα

The image shows a Joomla! administrator interface for adding a new product. The page title is "Product | Edit | Virtuemart 3.2.2". The main content area is titled "Product Information: id: 14". It contains several input fields for product details: Product Name (V32MEFA), Product SKU (0006), Manufacturer (V32), Product Categories (K0720A), Price (37), Base price (37), Final price (45.88), and Quantity range (1-8). There are also checkboxes for "Published", "On Featured", and "Discontinued", and a "Product Status" dropdown. The "Product pricing" section includes a "Shopper Group" dropdown set to "Available for all". The interface is in Greek and includes a sidebar with navigation options like "Home", "Products", and "Orders".

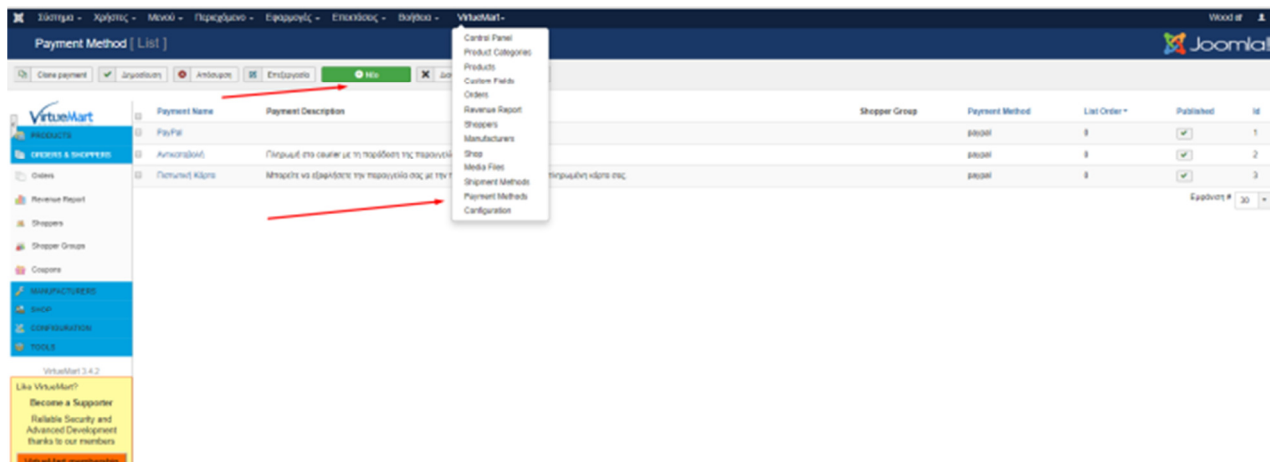
Εικόνα 25 Προσθήκη προϊόντος

Συμπληρώνουμε τις κατηγορίες με τα στοιχεία του προϊόντος και προσθέτουμε την φωτογραφία στο Product Image

Ρύθμιση τρόπων Αποστολών-Πληρωμών

Τρόποι Αποστολής

Για να ρυθμίσουμε τους Τρόπους Αποστολής του καταστήματος μας, πάμε στο μενού του virtuemart επιλέγουμε shipment Methods

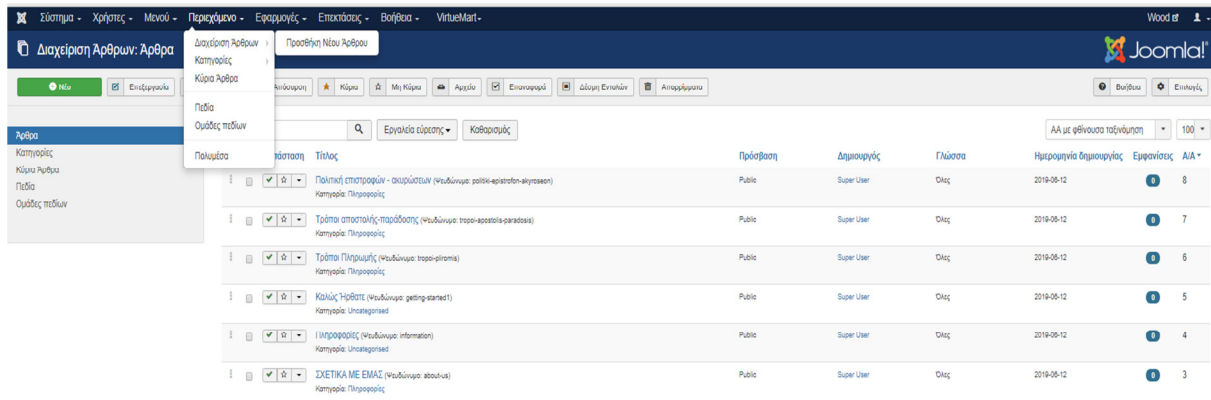


Εικόνα 28 Τρόποι πληρωμής

Ορίζουμε όνομα μεθόδου πληρωμής, την ενεργοποιούμε και επιλέγουμε τον τύπο της πύλης πληρωμής

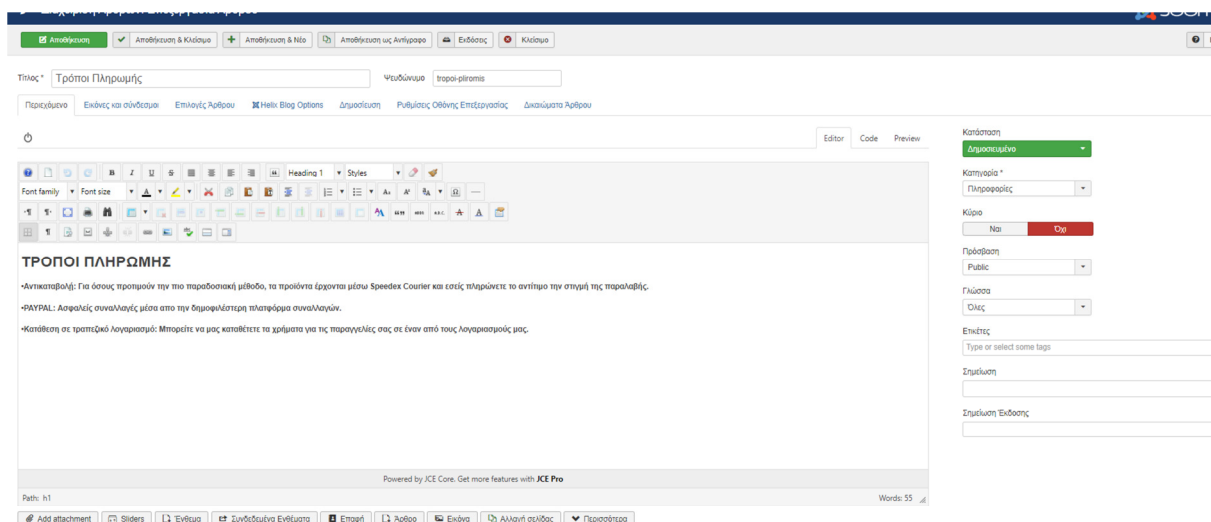
Δημιουργία Άρθρων

Όλες οι σελίδες απλού περιεχομένου στο Joomla, είναι άρθρα που δημιουργούμε και στη συνέχεια ενσωματώνουμε στα μενού. Για να δημιουργήσουμε ένα άρθρο πάμε από το κεντρικό μενού της διαχείρισης στο Περιεχόμενο → Διαχείριση Άρθρων → Δημιουργία Νέου Άρθρου. Στο μενού Περιεχόμενο → Διαχείριση Άρθρων μπορούμε να δούμε όλη τη λίστα με τα άρθρα που έχουμε δημιουργήσει.



Εικόνα 29 Δημιουργία άρθρων

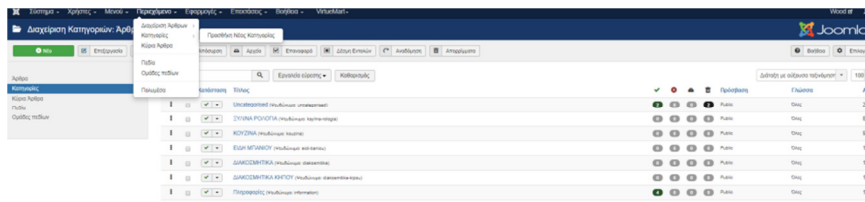
Εισάγουμε τις πληροφορίες που θέλουμε



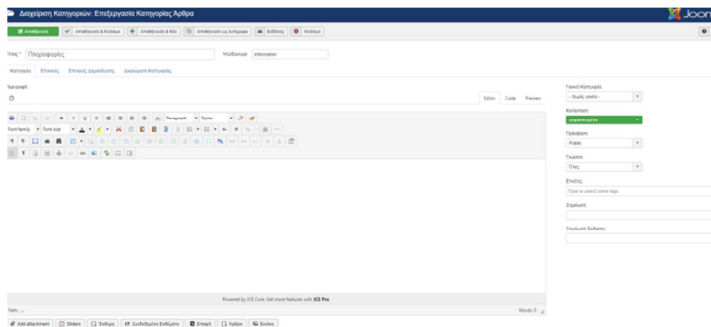
Εικόνα 30 Εισαγωγή πληροφοριών άρθρου

Κατηγορίες

Για να δημιουργήσουμε μία κατηγορία επιλέγουμε Περιεχόμενο → Διαχείριση Κατηγοριών και Προσθήκη νέας Κατηγορίας

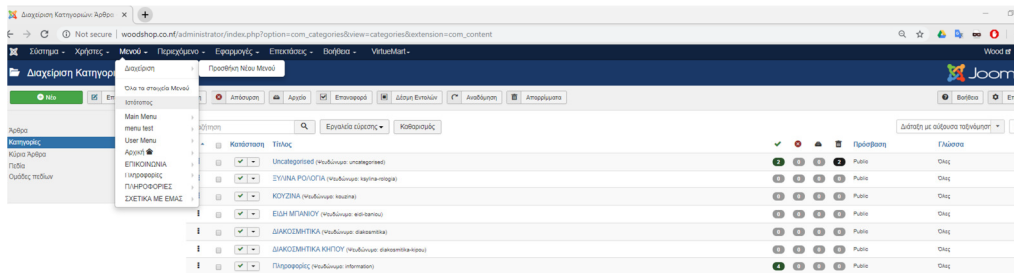


Εικόνα 31 Προσθήκη κατηγορίας

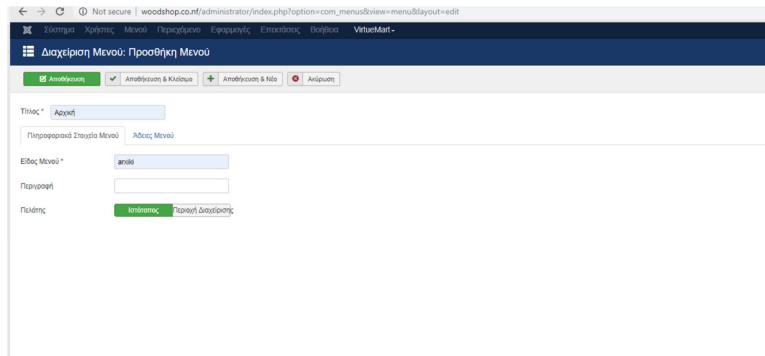


Εικόνα 32 Εισαγωγή στοιχείων κατηγορίας

Μενού

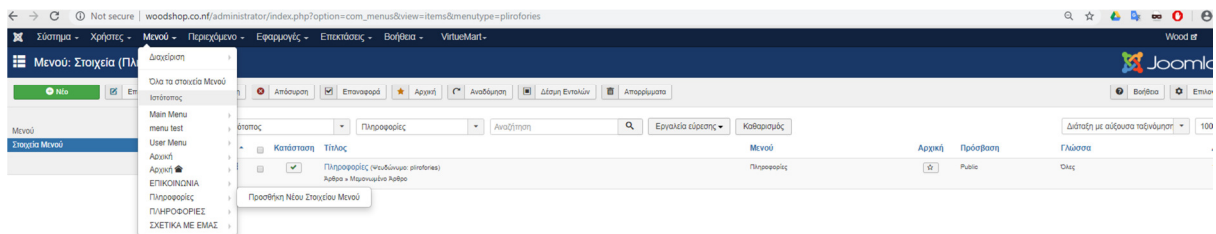


Εικόνα 33 Προσθήκη κατηγορίας

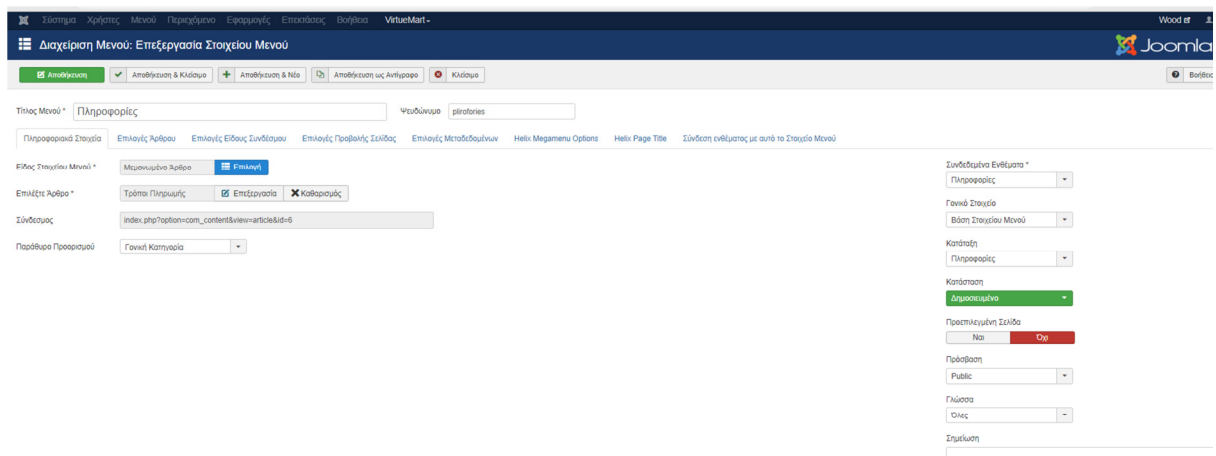


Εικόνα 34 Εισαγωγή στοιχείων

Αφού δημιουργήσουμε το μενού κάνουμε Προσθήκη Νέου Στοιχείου μενού όπως φαίνεται παρακάτω

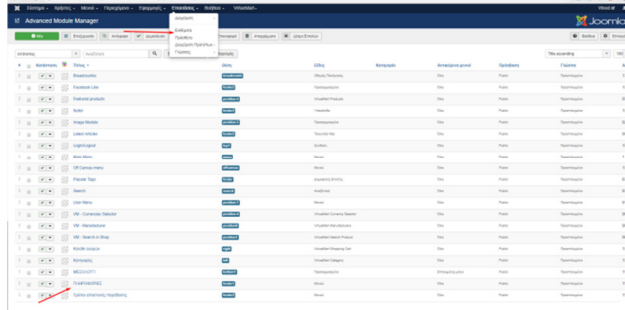


Εικόνα 35 Προσθήκη νέου στοιχείου μενού

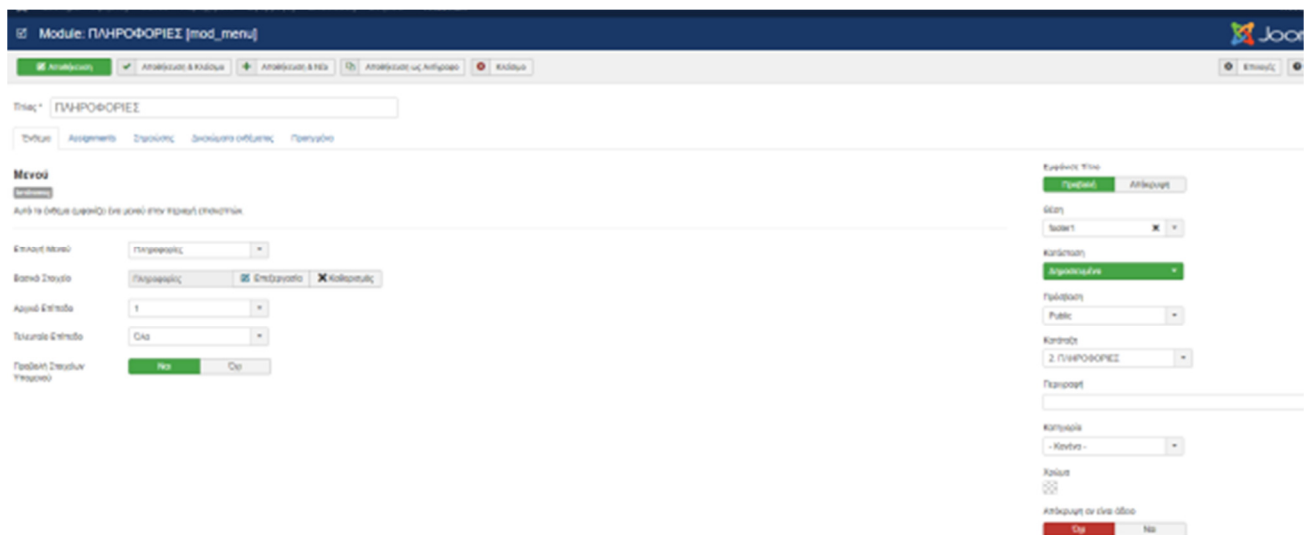


Εικόνα 36 Προσθήκη στοιχείων

Για να εμφανιστεί στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα πρέπει να δημιουργήσουμε ένα ένθεμα



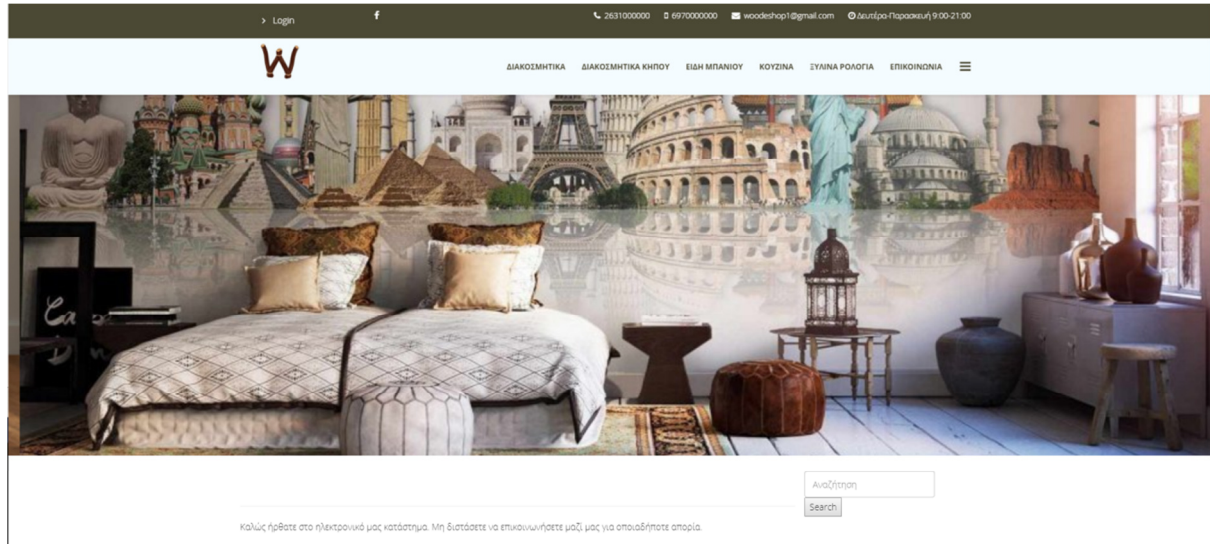
Εικόνα 37 Δημιουργία ενθέματος



Εικόνα 38 Επεξεργασία ενθέματος

5.1.2 Προεπισκόπηση Ιστότοπου

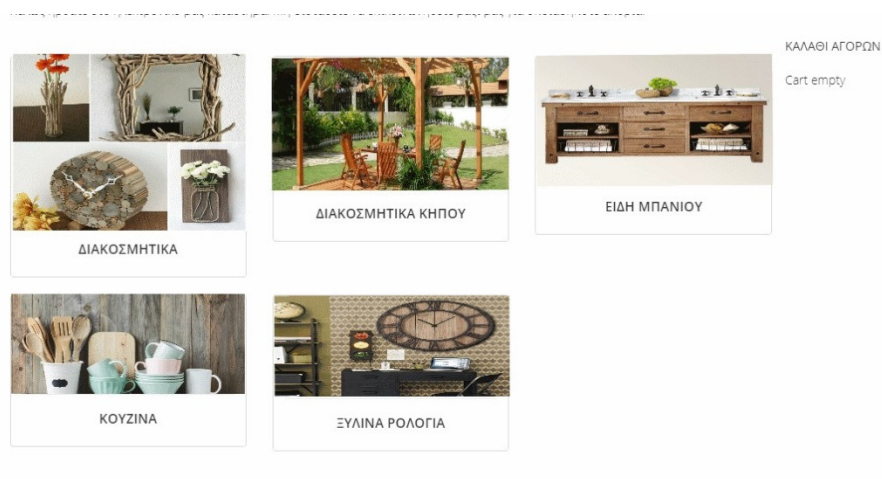
Στις παρακάτω φωτογραφίες θα δούμε την διαμόρφωση της σελίδας όταν ο πελάτης εισέρχεται στην σελίδα



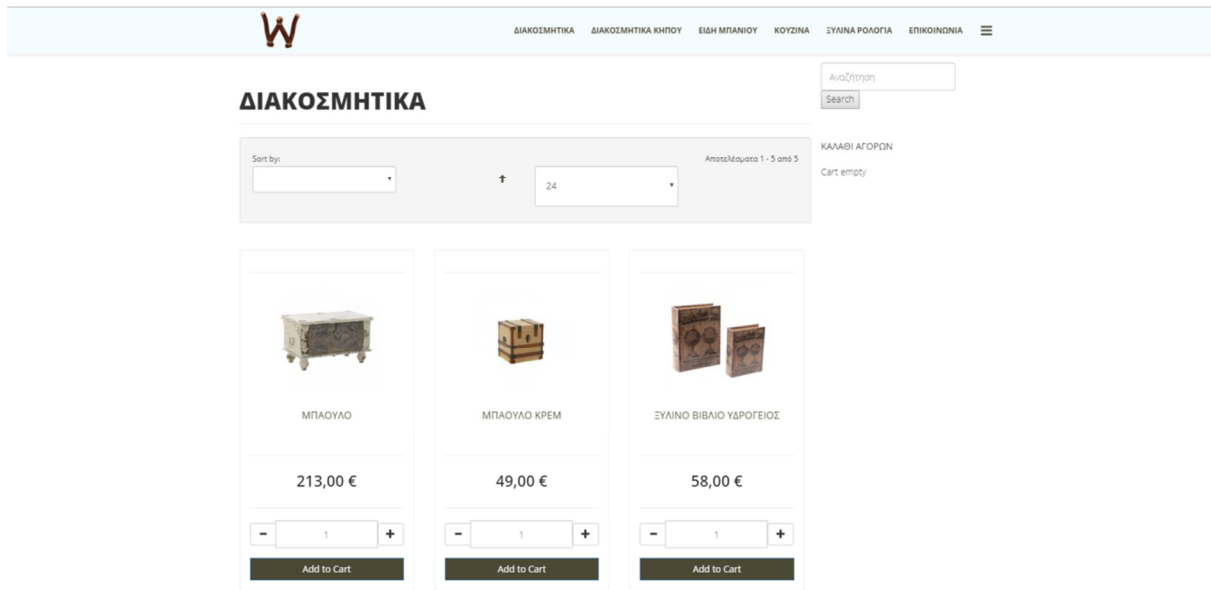
Εικόνα 39 Το home του eshop

Στις επόμενες εικόνες θα δούμε τις κατηγορίες που έχει το E-shop.

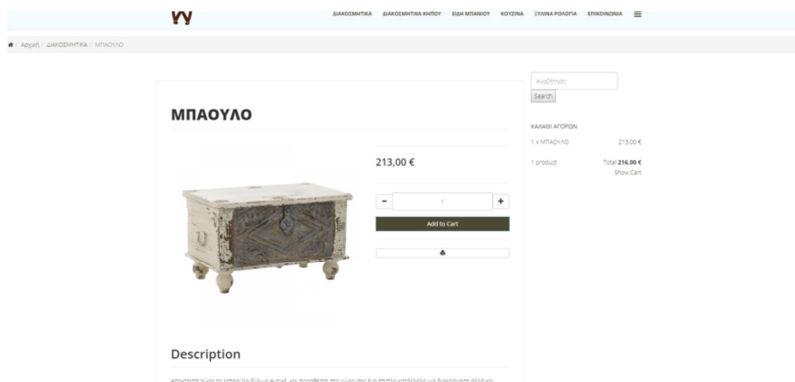
Έχει πέντε κατηγορίες που είναι διακοσμητικά, διακοσμητικά κήπου, είδη μπάνιου, κουζίνα, ξύλινα ρολόγια



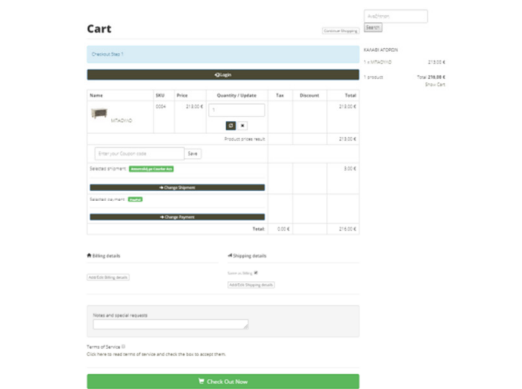
Εικόνα 40 Κατηγορίες



Εικόνα 41 Προϊόντα



Εικόνα 42 Προσθήκη Προϊόντος στο καλάθι αγορών

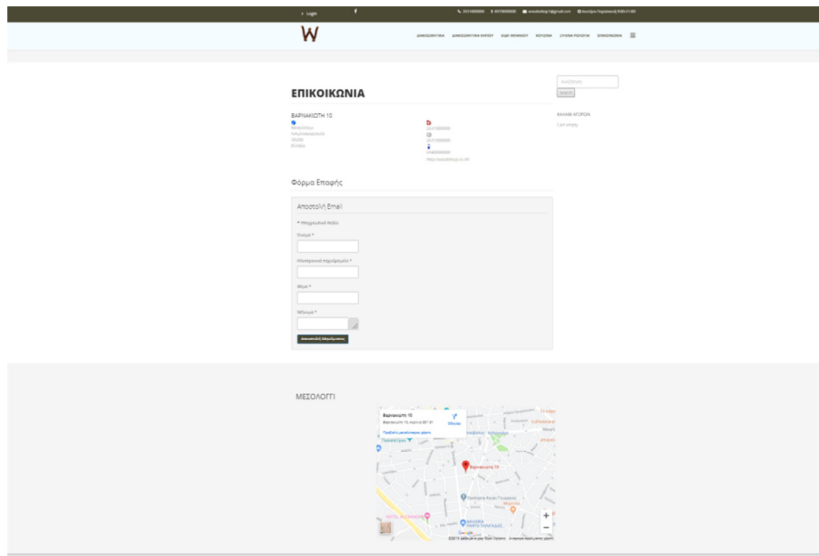


Εικόνα 43 Καλάθι αγορών

Εικόνα 44 Ολοκλήρωση Αγοράς

Τέλος θα πρέπει να συμπληρώσουμε την φόρμα για να αποσταλεί η παραγγελία, υπάρχουν δύο τρόποι ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει λογαριασμό στο κατάστημα ή να κάνει την αγορά ως επισκέπτης

Εικόνα 45 Υποβολή παραγγελίας



Εικόνα 46 Επικοινωνία

Εδώ μπορείτε να δείτε την φόρμα επικοινωνίας όπου περιγράφει αρχικά τα στοιχεία επικοινωνίας και επιλέγοντας από κάτω εμφανίζεται μια έντυπη φόρμα για αποστολή e-mail στον διαχειριστή του ιστότοπου καθώς και η τοποθεσία στο χάρτη

5.1.3 Συμπεράσματα και Μελλοντική εξέλιξη

Στόχος της παρούσας πτυχιακής είναι η κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση πλατφόρμας διαχείρισης περιεχομένου. Καθημερινά το διαδίκτυο καταλαμβάνει όλο και περισσότερο από το χρόνο μας για ενημέρωση, διασκέδαση και πλέον και για τις αγορές μας.

Το Internet έχει γίνει πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής όλων, κυρίως των νέων. Ο χρόνος είναι περιορισμένος λόγω του φόρτου εργασίας, έτσι οι περισσότεροι στρέφονται στην αγορά των αγαθών μέσω του διαδικτύου. Βέβαια ο χρόνος δεν είναι ο μόνος παράγοντας που έχει στρέψει μεγάλο μέρος των ανθρώπων στο ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά και οι χαμηλές τιμές, λόγω του ότι δεν υπάρχει επιπλέον κόστος για τον ιδιοκτήτη, ούτε για ενοίκιο ούτε για απασχόληση κάποιου υπαλλήλου. Κατά συνέπεια, κερδισμένος βγαίνει και ο ίδιος ο ιδιοκτήτης, ο οποίος μπορεί να έχει το εμπόρευσμά του σε μια αποθήκη και να κάνει τις συναλλαγές του χωρίς να έχει κάποιο επιπλέον κόστος.

Αυτή λοιπόν η νέα τεχνολογία δεν θα μπορούσε να μην υιοθετηθεί και από τα καταστήματα, εφόσον είναι απαραίτητη η χρήση του internet για πολλές καθημερινές ενέργειες των νέων. Τα παραπάνω μελετήθηκαν, σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν, σε ένα δικτυακό χώρο με κύριους στόχους την ευκολία στην χρήση και τη πληρότητα του χώρου αυτού. Η υλοποίηση του δικτυακού χώρου πραγματοποιήθηκε με την πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου Joomla και Virtuemart.

Τέλος, για την βελτίωση του Ηλεκτρονικού μας Καταστήματος θα μπορούσαμε να επεκτείνουμε την Αναζήτηση, να γίνει πιο εξειδικευμένη, επιτρέποντας στο χρήστη να ψάχνει με πολλαπλά επίπεδα, έτσι θα γίνει πιο λειτουργικό, γρήγορο και φιλικό στο χρήστη. Επίσης, θα μπορούσαμε να επεκταθούμε στους τρόπους αποστολής ή πληρωμής των προϊόντων αλλά και προσθήκη επιπλέον κατηγοριών ή προϊόντων καθώς και να προσθέσουμε περισσότερες γλώσσες όπως αγγλικά ή οποιαδήποτε άλλη γλώσσα όπου στοχεύουμε να επεκταθούμε στην αγορά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. http://el.wikipedia.org/wiki/Ηλεκτρονικό_εμπόριο
2. http://www.cosmo-one.gr/educommerce/?page_id=280
3. http://www.fcnet.gr/gr/overview/?id=51#.U6ID_94oJBQ
4. <http://www.tophost.gr/learningcenter/τι-είναι-το-e-commerce/>
5. http://www.moke.teiath.gr/epixeirein/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=73
6. <http://www.gr2014.eu/el/news/features/ηλεκτρονικό-εμπόριο-έμφαση-στην-προστασία-του-καταναλωτή>
7. <http://www.clickmedia.gr/products/e-commerce>
8. <http://www.web-experts.gr/faq.php?id=8>
9. <http://extensions.joomla.org/extensions/e-commerce/shopping-cart/129><http://docs.virtuemart.net/manual.html>
10. http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system
11. <http://www.webmasterslife.gr/joomla-cms/55-%CE%A4%CE%B9%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-joomla.html>
12. <https://extensions.joomla.org/>
13. <https://www.joomla.org/>
14. <https://virtuemart.net/>
15. https://en.wikipedia.org/wiki/Web_server

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Μουζάκη Κωνσταντίνα 2019