

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ



Πανεπιστήμιο
Ιωαννίνων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) με χρήση
σύγχρονων τεχνολογιών Διαδικτύου**



Αγαθή Νόλα

Επιβλέπων καθηγητής

Νικόλαος Γιαννακέας



Πανεπιστήμιο
Ιωαννίνων

ΣΧΟΛΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) με χρήση
σύγχρονων τεχνολογιών Διαδικτύου**

Αγαθή Νόλα

Επιβλέπων Καθηγητής

Νικόλαος Γιαννακέας

- Άρτα 2019 -

**CREATION OF AN E-SHOP USING MODERN INTERNET
TECHNOLOGIES**

Εγκρίθηκε από τριμελή εξεταστική επιτροπή

Άρτα, Σεπτέμβριος 2019

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Επιβλέπων καθηγητής

Γιαννακέας Νικόλαος

Πανεπιστημιακός Υπότροφος

2. Μέλος επιτροπής

Τζάλλας Αλέξανδρος

Επίκουρος Καθηγητής

3. Μέλος επιτροπής

Δημόπουλος Δημήτριος

Πανεπιστημιακός Υπότροφος

Ο Προϊστάμενος του Τμήματος

Ευριπίδης Γλαβάς,

Καθηγητής

Υπογραφή

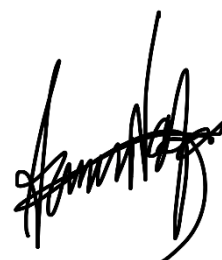
© Νόλα, Αγαθή, 2019.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δήλωση μη λογοκλοπής

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις κυρώσεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα πτυχιακή εργασία είναι εξ ολοκλήρου αποτέλεσμα δικής μου ερευνητικής εργασίας, δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (κάθε είδους, μορφής και προέλευσης) για τη συγγραφή της περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία.

Νόλα, Αγαθή

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Agathi Nola', written in a cursive style.

Υπογραφή

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στους καθηγητές του τμήματος, κυρίως στον υπεύθυνο καθηγητή μου κ. Γιαννακέα Νίκο για την βοήθεια του και την -μόνιμα- άμεση ανταπόκρισή του για την ολοκλήρωση της εργασίας μου. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους φίλους μου για την βοήθεια τους όλα αυτά τα χρόνια.

Περίληψη

Στο πλαίσιο της παρούσα εργασίας δημιουργήθηκε ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) εμπορίας μουσικών οργάνων. Σκοπός της εργασίας ήταν και η αξιολόγηση συστημάτων ανοιχτού κώδικα για κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος, και ως εκ τούτου παρουσιάζονται οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε το OpenCart στην παρούσα εργασία ως Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου. Για την διαχείριση του OpenCart έγινε εγκατάσταση του λογισμικού Xampp με σκοπό την λειτουργία σε τοπικό υπολογιστή με περιβάλλον Windows, όλης της απαραίτητης υποδομής διακομιστών (Apache, MySQL, PHP, κτλ) εικονικά. Ως αποτέλεσμα, η ανάγνωση αυτής της εργασίας, δίνει την ευκαιρία σε έναν νέο χρήστη να δοκιμάσει εύκολα και γρήγορα την υλοποίηση του πρώτου του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Λέξεις-κλειδιά: Διαδίκτυο, Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Ηλεκτρονικά Καταστήματα, Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου, OpenCart.

Abstract

In the context of the present work, an online e-shop for the marketing of musical instruments was created. The purpose of this work was to evaluate open source systems for building an online store, and therefore presents the reasons why OpenCart was chosen in this work as a Content Management System for the creation of the online store. To manage OpenCart, Xampp was installed to run on a Windows local computer all the necessary server infrastructure (Apache, MySQL, PHP, etc.). As a result, reading this work gives an opportunity to a new user to easily and quickly test the implementation of his first online store.

Keywords: Internet, e-Commerce, e-Shop, Digital Marketing, CMS, OpenCart.

Περιεχόμενα

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	14
1.1 Η ΡΟΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	14
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	15
1.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ.....	17
1.3.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	18
1.3.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	19
1.4 ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	20
2. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	23
2.1 Web Server.....	23
2.2 Apache HTTP Server	23
2.3 Domain Name	23
2.4 Hosting.....	24
2.5 SSL (Secure Socket Layer)	24
2.6 PHP	25
2.7 MySQL	25
2.8 phpMyAdmin.....	26
2.9 Γλώσσες Σήμανσης.....	26
2.9.1 HTML / HTML5.....	27
2.9.2 CSS / CSS3	28
2.10 Notepad++	28
3. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CONTENT MANAGEMENT SYSTEMS, CMS).....	30
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ CMS	30

3.2 ΥΠΑΡΧΟΝΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ	31
3.2.1 Joomla	31
3.2.2 WordPress	32
3.2.3 Drupal	33
3.2.4 Magento	33
4. ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ OPENCART	35
4.1 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ.....	35
4.2 ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΤΟ ΕΠΙΛΕΞΕΙ ΚΑΠΟΙΟΣ.....	35
4.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ / ΕΙΣΟΔΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗ.....	37
4.4 ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΠΟΙΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	39
4.5 ΝΟΜΙΣΜΑ, ΦΟΡΟΙ ΚΑΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ	41
4.6 ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ	41
4.7 ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ-ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ.....	42
4.8 ΠΛΟΗΓΗΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΩΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΣ.....	43
4.9 ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ	44
4.10 ΑΝΑΦΟΡΕΣ	46
5. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΟΥΣΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ	47
5.1 Xampp Control Panel.....	47
5.1.1 Εγκατάσταση ΧΑΜΡΡ	48
5.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ OpenCart	50
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	63

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η διευκόλυνση που παρέχουν πλέον οι ηλεκτρονικές συναλλαγές όπως οι ηλεκτρονικές μεταφορές χρημάτων και οι εικονικές αγορές ορίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο έχει γίνει σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητάς μας. Αυτό οφείλεται στην εξέλιξη της Τεχνολογίας και την ταχύτητα της μετάβασης μας στον ψηφιακό κόσμο. Όλα αυτά αναλύονται στο αρχικό κομμάτι της εργασίας μου καθώς επίσης και το διαδικτυακό μάρκετινγκ που είναι αναγκαίο για την επιτυχή προώθηση της επιχείρησης

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρομαι στις τεχνολογίες που χρειάζονται για την δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Υπάρχουν Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου κλειστού κώδικα αλλά εκείνα που αναλύονται στο τρίτο κεφάλαιο είναι ανοιχτού κώδικά, καθώς και το OpenCart που υπάρχει σε επόμενο κεφάλαιο.

Στο τελευταίο μέρος εμφανίζονται τα βήματα της εγκατάστασής του μέσω του Xampp για να τρέξει το ηλεκτρονικό μου κατάστημα τοπικά στον υπολογιστή.

Η ιδέα υλοποίησης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος φαντάζει χαοτική για ένα νέο χρήστη χωρίς κάποια εμπειρία στις νέες τεχνολογίες. Οπότε η χρήση ενός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου το οποίο μπορεί να προσφέρει εύκολη εγκατάσταση και διαχείριση, δωρεάν τεχνική υποστήριξη, να υποστηρίζει διάφορα πρόσθετα για καλύτερη απόδοση, να διαθέτει πολλές γλώσσες και κυρίως να έχει εργαλεία βελτιστοποίησης για την πετυχημένη κατάταξη και προβολή στις πρώτες θέσεις στις μηχανές αναζήτησης είναι η σωτηρία. Τέτοιο Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι το OpenCart.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

1.1 Η ΡΟΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Οι Baker και Hart κάποτε αναφέρθηκαν για το Διαδίκτυο λέγοντας ότι έχει δημιουργηθεί ένα μεγάλο ερώτημα «Ποιος θα διοικήσει, ποιος θα ελέγξει την γνώση αυτή». Το Διαδίκτυο είναι παγκοσμίως ένα σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών, τα οποία δίκτυα, συνδέονται μεταξύ τους με τηλεφωνικό σύστημα. Με άλλα λόγια, είναι ένα δίκτυο δικτύων, εξίσου και το όνομα δια-δίκτυο -Inter-net-. Ο ρόλος του Διαδικτύου, σαν επικοινωνιακό δίκτυο, είναι να επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ οποιουδήποτε διασυνδεδεμένου υπολογιστή. Τα δίκτυα που αποτελούν το Διαδίκτυο ανήκουν είτε σε Πανεπιστήμια, είτε σε ιδιωτικές εταιρίες, είτε ακόμη και σε Κυβερνήσεις. Το Διαδίκτυο είναι ένας συσσωρευμένος όγκος πληροφορίας έχοντας πάντα την δυνατότητα της προσωπικής επιλογής των πληροφοριών αυτών. Ουσιαστικά κάθε ηλεκτρονικός υπολογιστής που είναι συνδεδεμένος στο Διαδίκτυο δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να λάβει οποιαδήποτε πληροφορία τον ενδιαφέρει, αλλά και να πληροφορήσει άλλους χρηστές ανταλλάσσοντας απόψεις μέσω ενός λιγότερο ελεγχόμενου διαύλου επικοινωνίας. Με τα χρόνια το Διαδίκτυο απέκτησε φήμη σε πάρα πολλούς τομείς, όπως της επιστήμης, της οικονομίας, της διαπροσωπικής επικοινωνίας κ.α. Η δημιουργία είδησης είναι κάτι που μπορούν να πραγματοποιήσουν πολλοί χρήστες ανά πάσα στιγμή και αυτό επιτυγχάνεται μέσω των ιστολογίων (blogs) όπου ο καθένας μπορεί να εκφράσει απόψεις είτε να σχολιάζει διάφορα γεγονότα. Ο όγκος των πληροφοριών που προσφέρεται από το Διαδίκτυο είναι τεράστιος παρ'όλα αυτά κάποιες πληροφορίες είναι ευκολότερα και άλλες δυσκολότερα προσβάσιμες από τον χρήστη.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιγράφει τις εμπορικές συναλλαγές που πραγματοποιούνται σε μια εικονική αγορά, η οποία έχει δημιουργηθεί από επιχειρήσεις που έχουν δημιουργήσει ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops) χρησιμοποιώντας απλά το Διαδίκτυο. Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Η.Ε.) ή e-commerce, eCommerce ή e-comm, ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. [1]

1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Στην ενότητα που ακολουθεί θα ασχοληθούμε με την εξέλιξη της διαδικτυακής αγοράς στο πέρασμα του χρόνου από το 1979 που εφευρέθηκαν τα «ηλεκτρονικά ψώνια» έως το 2001 και στην ανάπτυξη της πρώτης μεγάλης εταιρείας.

Με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο περιγράφονται οι εμπορικές συναλλαγές που πραγματοποιούνται σε μία εικονική αγορά.

Όλα ξεκίνησαν, το 1979, όπου «εφευρέθηκε» ο ορισμός των ηλεκτρονικών αγορών από τον Michael Aldrich. Χρησιμοποιώντας το videotex μια υπηρεσία αμφίδρομων μηνυμάτων, έφερε επανάσταση στις επιχειρήσεις. Πλέον, το γνωρίζουμε ως ηλεκτρονικό εμπόριο.

Μετά, το 1981, έχουμε την πραγματοποίηση της πρώτης συναλλαγής μεταξύ επιχειρήσεων, από την Thomson στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Στην συνέχεια, το 1982, η υπηρεσία Mintel, μια απευθείας σύνδεση videotex υπηρεσία, προσπελάσιμη μέσω τηλεφωνικών γραμμών, θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για να γίνουν αγορές στο διαδίκτυο, να γίνουν κρατήσεις, να ελέγξουν τις τιμές των μετοχών, να συνομιλήσουν και να βρουν έναν τηλεφωνικό κατάλογο. Θεωρείται η πιο επιτυχημένη ηλεκτρονική υπηρεσία προ WWW.

Το 1984 εμφανίζεται ο πρώτος αγοραστής, ο οποίος, πραγματοποιεί ηλεκτρονική αγορά σε κατάστημα Tesco. Ένα χρόνο μετά, το 1985, η Nissan πραγματοποιεί τον πρώτο έλεγχο πιστωτικών καρτών στο Διαδίκτυο. Το 1987 ιδρύθηκε η SWREG, και έτσι δόθηκε στις επιχειρήσεις η ευκαιρία να πουλήσουν προϊόντα διαδικτυακά. Η SWREG προσφέρει πολλές επιλογές πληρωμής, καθώς και προσαρμογή και διανομή στις διεθνείς αγορές. Οι χρήστες μπορούν να αγοράζουν αντικείμενα με το νόμισμα προτιμήσεώς τους χρησιμοποιώντας όλες τις μεγάλες χρεωστικές και πιστωτικές κάρτες.

Στις ΗΠΑ αρχίζει να λειτουργεί το πρώτο ηλεκτρονικό μαγαζί, Peapod.com, το 1989. Βισκόμαστε στο 1990 όπου Ο Tim Berners-Lee δημιούργησε τον πρώτο WWW διακομιστή και πρόγραμμα περιήγησης. Αυτό ξεκίνησε μια εντελώς νέα επανάσταση. 29 χρόνια αργότερα, συνεχίζει να εργάζεται ακόμα σκληρά για να καθοδηγήσει την ανάπτυξη και την εξάπλωση του ιστού, χρησιμοποιώντας το μότο <<Αν δεν είναι στον ιστό τότε δεν συμβαίνει>>.

Στην συνέχεια, το 1991 το διαδίκτυο εμπορευματοποιείται και βλέπουμε τη γέννηση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η Amazon άρχισε να πωλεί βιβλία διαικτυακά και ο Pierre Omidyar ίδρυσε το eBay. Το Netscape, το 1994, εγκαινιάζει το πρώτο εμπορικό πρόγραμμα περιήγησης, το οποίο ήταν κάποτε το κυρίαρχο πρόγραμμα περιήγησης όσο αφορά τους «επισκέπτες». Ερχόμαστε στο 1995 όταν η Amazon άρχισε να πουλάει βιβλία στο Διαδίκτυο, αν και αυτή τη στιγμή δεν πωλεί σχεδόν τίποτα. Εταιρείες όπως η Dell και η Cisco άρχισαν να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για όλες τις συναλλαγές τους. Το eBay ιδρύθηκε από τον Pierre Omidyar, αν και αρχικά ονομαζόταν Auctionweb. Το 1997 άρχισε η εποχή της σύγκρισης των τοποθεσιών.

Λίγο αργότερα, το 1998, ιδρύθηκε το Paypal. Αυτό επέτρεψε τις συναλλαγές χρημάτων χωρίς να γίνεται ανταλλαγή χρηματοοικονομικών πληροφοριών και έδωσε στους πελάτες την ευελιξία να πληρώσουν χρησιμοποιώντας τα υπόλοιπα λογαριασμών τους στο PayPal, τραπεζικούς λογαριασμούς, PayPal Credit και άλλες πιστωτικές κάρτες. Σήμερα, οι άνθρωποι μπορούν πλέον να πληρώνουν τις αγαπημένες τους εφαρμογές με μία μόνο κίνηση σε οποιαδήποτε πλατφόρμα, εξαλείφοντας την ανάγκη για ονόματα χρήστη και κωδικούς πρόσβασης κάθε φορά που πρέπει να πληρώνουν.

Το πρώτο και μοναδικό ηλεκτρονικό κατάστημα, 'Zappos', ξεκίνησε το 1999 αν και αργότερα αγοράστηκε από την Amazon για 1,2 δισεκατομμύρια δολάρια. Το 2001 η Amazon εγκαινιάζει τις κινητές υπηρεσίες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο πλέον είναι ένα καθημερινό και αναπόσπαστο κομμάτι της εμπορικής συναλλαγής για ένα μεγάλο ποσοστό χρηστών. Τα επόμενα χρόνια, το ηλεκτρονικό εμπόριο και τα ψώνια έχουν γίνει ο κανόνας και δεν μπορούμε να κατανοήσουμε τι θα έμοιαζε ο κόσμος χωρίς αυτό. [2], [3]

1.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Στην προηγούμενη ενότητα έγινε αναφορά στο ηλεκτρονικό εμπόριο, σε αυτή την ενότητα θα γίνει στα ηλεκτρονικά καταστήματα, στις διαφορές που έχουν με ένα φυσικό κατάστημα..

Η διαδικτυακή αγορά έχει δημιουργηθεί από άπειρες επιχειρήσεις που έχουν κατασκευάσει ηλεκτρονικά καταστήματα, χρησιμοποιώντας ως μοναδικό μέσο το διαδίκτυο και τις τεχνολογίες του. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελεί μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) είναι ο όρος που χρησιμοποιείται για να αναφερθεί κάποιος σε ένα Διαδικτυακό τόπο (site) μέσω του οποίου πραγματοποιούνται πωλήσεις διαφόρων ειδών.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα αναπτύσσονται διεθνώς και προσφέρουν ημερησίως χιλιάδες προϊόντα στους καταναλωτές σε ένα εύρος τιμών, επίσης ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί για την διαθεσιμότητα του προϊόντος για τον χρόνο αποστολής και να ενημερώνεται για την κατάσταση της αποστολής του προϊόντος. Η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος έχει ως στόχο όχι μόνο τις συναλλαγές με τους πελάτες αλλά και την ενδυνάμωση της υπάρχουσας εικόνας που έχει για την εταιρεία ο καταναλωτής, ουσιαστικά η δημιουργία ενός eshop βοηθάει την εκάστοτε εταιρεία να προσελκύσει τους επισκέπτες και θα αποφέρει κέρδος.

Το Διαδίκτυο μπορεί να είναι μια μεγάλη πηγή για τους αγοραστές που επιθυμούν να επεκτείνουν τις επιλογές αγοράς τους, καθώς και έναν εξαιρετικό τρόπο εξοικονόμησης χρημάτων. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικά με άλλα

ηλεκτρονικά καταστήματα. Οι ιστοσελίδες που συγκρίνουν τις τιμές των προϊόντων διευκολύνουν την διαδικασία της συμφωνίας και βοηθούν επίσης τους καταναλωτές να κατευθύνουν τους αγοραστές σε ηλεκτρονικά καταστήματα με την καλύτερη φήμη, δημοσιεύοντας σχόλια που υποβάλλονται από άλλους αγοραστές. [1]

1.3.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Διαθέσιμο 24 ώρες το 24ωρο, όλες τις ημέρες του χρόνου.
- Εξοικονομείται χρόνος, διότι πλέον η αναζήτηση είτε η αγορά των προϊόντων είναι εύκολη και πιο γρήγορη και μάλιστα πραγματοποιείται από όποιο σημείο βρίσκεται ο κάθε καταναλωτής χρησιμοποιώντας το κινητό τηλέφωνό του.
- Υπάρχει η δυνατότητα αναζήτησης για καλύτερες τιμές και προσφορές αντίστοιχα, όπως και η ευκαιρία σύγκρισης των τιμών.
- Σίγουρα η εύρεση πολλών ποικιλιών και αποθεμάτων σε διάφορα προϊόντα, από όλα τα κράτη είναι κάτι «δεδομένο» στα ηλεκτρονικά καταστήματα.
- Σημαντικό είναι πως δεν υπάρχει η πίεση από τους πωλητές για αγορές περιττών προϊόντων οπότε στα ηλεκτρονικά καταστήματα υπάρχει έλεγχος των αγορών.
- Πολύ βασικό για τους περισσότερους είναι πως δεν περιτριγυρίζονται από πολύ κόσμο, στον δρόμο, στα καταστήματα, στις ουρές των ταμίων όπως και για αναζήτηση πάρκινγκ .
- Οι καταναλωτές μπορούν όποτε θελήσουν να αναζητήσουν την κατάσταση παραγγελία τους.
- Πολλές επιλογές υπάρχουν επίσης για αγορά παλιών ή μεταχειρισμένων αντικειμένων σε αρκετά χαμηλή τιμή.
- Για όσους δεν είναι εύκολο να κρατάνε αρχεία συγκεντρωμένα, στην συγκεκριμένη περίπτωση θα το καταφέρουν, αφού μετά από κάθε ηλεκτρονική αγορά αποστέλλεται στον παραλήπτη ηλεκτρονικό αρχείο απόδειξης.
- Κάποια ηλεκτρονικά καταστήματα δεν χρεώνουν στους πελάτες τους τον φόρο επί των πωλήσεων- εάν αυτό δεν το απαιτεί το κράτος- και με αυτόν τον τρόπο εξοικονομούν κάποιο ποσό. [4], [5], [6], [7], [8]

1.3.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Υπάρχουν περιπτώσεις ανθρώπων που φοβούνται πως θα εξαρτηθούν από τις ηλεκτρονικές αγορές, οπότε προτιμούν να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο με περιορισμούς, δηλαδή συλλέγουν πληροφορίες για το προϊόν που αναζητούν και στην συνέχεια το αγοράζουν από φυσικό κατάστημα.
- Σύνθηδες προβλήματα που προκαλούνται στις αποστολές είναι οι καθυστερήσεις, οι παραδόσεις των προϊόντων έχοντας καταστραφεί είτε παραβιαστεί, τα προϊόντα στέλνονται σε λάθος κατευθύνσεις είτε ακόμη είναι τα ίδια τα προϊόντα λάθος.
- Όσοι έχουν την επιχείρησή τους στο Διαδίκτυο αφιερώνουν σχεδόν όλο τους τον χρόνο μπροστά από την οθόνη του υπολογιστή και αυτό κάποιες φορές δημιουργεί την ανάγκη για συναστροφές με ανθρώπους εκτός Διαδικτύου.
- Συμβαίνει αρκετά συχνά, στις περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, το προϊόν να μην τηρεί τις προδιαγραφές των χαρακτηριστικών, η εικόνα να απέχει από την πραγματικότητα, κυρίως σε προϊόντα ένδυσης, όσο αφορά την ποιότητα του υφάσματος, τα μεγέθη.
- Σοβαρό ζήτημα είναι η εγγραφή που απαιτούν κάποιοι ιστότοποι όπου καταστούν αδύνατη την διαγραφή στην λίστα αλληλογραφίας.
- Για πολλούς που βρίσκονται σε μια συνεχή σύγχυση για το τι θα επιλέξουν, δυστυχώς τα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν προσφέρουν την άμεση εξυπηρέτηση.
- Έντονο είναι το πρόβλημα για τις μικρές τοπικές επιχειρήσεις όπου δεν έχουν κάποια υποστήριξη αφού οι περισσότεροι πραγματοποιούν τις αγορές τους μέσω Διαδικτύου. Αρκετοί πωλητες έχουν κρίσιμες επιπτώσεις για τις επιχειρήσεις τους.
- Μεγάλο ζήτημα είναι και η αλλαγή προϊόντος, διότι πρώτα πρέπει να επιστραφεί το προϊόν από τον αγοραστή, και όταν το παραληφθεί, τότε ξεκινά η επόμενη αποστολή, συν του ότι τις περισσότερες φορές τα έξοδα αποστολής για την επιστροφή χρεώνονται.

- Είναι γνωστό πια πως αναζητώντας προϊόντα μέσω Διαδικτύου, δεν υπάρχει κάποια φυσική διαδραστικότητα.
- Για αρκετούς αγοραστές η παρουσία τους σε φυσικό κατάστημα τους προσφέρει την σιγουριά της ανάλογης προσοχής από τους πωλητές όπως και την ευκολία για διαπραγμάτευση των τιμών. [4], [5], [6], [7], [8]

1.4 ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Αναμφίβολα, μπορεί κανείς να διαπιστώσει πως έχει γίνει μετάβαση από τον αναλογικό στον ψηφιακό κόσμο. Ήδη, μέσω των ηλεκτρονικών συσκευών, είτε κινητών τηλεφώνων, είτε υπολογιστών αποκτάται/καταναλώνεται ψηφιακό περιεχόμενο. Είναι δύσκολο για τις παλιές γενιές, να κατανοηθεί το γεγονός, πως οι παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας και ενημέρωσης έχουν αντικατασταθεί αρκετά από την ταχύτητα που αναπτύσσεται το διαδικτυακό μάρκετινγκ. Για αυτό, όσες επιχειρήσεις δεν έχουν προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα, στο σημερινό κλίμα μάρκετινγκ θα πρέπει να δράσουν άμεσα, ενσωματώνοντας μια ψηφιακή στρατηγική, πριν εξαφανιστούν. Οι μικρομεσαίες εταιρίες πρέπει να καθιερώσουν το ψηφιακό μάρκετινγκ διότι τα οφέλη είναι πολλά και είναι μια στρατηγική η οποία δεν χρειάζεται να κοστίζει πολλά και η αποτελεσματικότητα στην απόκτηση καινούριων πελατών, αλλά και η εξυπηρέτησή τους και στην πραγματοποίηση παραγγελιών είναι εξαιρετική. Παρ'όλα αυτά, για την επιτυχία της διαδικασίας αναγκαία είναι η γνώση και δεξιότητα στο διαδικτυακό μάρκετινγκ. Επειδή τα ψηφιακά μέσα ολοένα και περισσότερο παίρνουν την θέση από τις παραδοσιακές μορφές έτσι και το μαρκετινγκ έχει αντικατασταθεί από το διαδικτυακό μάρκετινγκ. Πλέον όλο και περισσότερες εταιρείες αλλάζουν και κατευθύνονται στο διαδικτυακό μάρκετινγκ και έτσι προσελκύουν όλο και περισσότερους πελάτες. Στην ουσία το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι η εξέλιξη του παραδοσιακού μάρκετινγκ με την βασική διαφορά στα μέσα που χρησιμοποιούνται για την προβολή και προώθηση των προϊόντων της κάθε επιχείρησης, η οποία είτε μικρή είτε μεγάλη επιχείρηση, ανεξαρτήτως γεωγραφικής θέσης είναι αναγκαίο να χρησιμοποιεί ψηφιακό μάρκετινγκ.

Υπάρχουν κάποιοι σημαντικοί λόγοι που καθιστούν αναγκαίο το διαδικτυακό μάρκετινγκ σε κάθε επιχείρηση.

- Ο ανταγωνισμός στο ψηφιακό κόσμο, ιδίως για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, είναι τεράστιος παρ'όλα αυτά υπάρχει η δυνατότητα προώθησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Εάν οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται να προωθήσουν ένα αίσθημα εμπιστοσύνης από το κοινό που έχουν προς την εταιρία, τότε χρήσιμο θα ήταν να ακολουθήσουν μια πιο δυναμική και στοχευμένη στρατηγική.
- Πλέον οι περισσότεροι χρήστες του διαδικτύου έχουν smartphone και αφιερώνουν τον περισσότερο χρόνο τους στο τηλέφωνο χρησιμοποιώντας διάφορες εφαρμογές. Με αυτόν τον τρόπο το Mobile Marketing, προσελκύει πολλούς πελάτες και έτσι γίνεται ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για τις επιχειρήσεις να αναδείξουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους.
- Πολλοί πελάτες συμπληρώνουν τα προσωπικά τους στοιχεία σε φόρμες από εταιρείες που έχουν περιηγηθεί. Στην συνέχεια, αυτές οι εταιρείες μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για μελλοντική χρήση, δηλαδή να ενημερώνουν τους χρήστες για τα νέα αλλά κυρίως για τις προσφορές στα προϊόντα.
- Σημαντικό και αποδοτικό εργαλείο για το διαδικτυακό μάρκετινγκ είναι και τα newsletters. Είναι τα διαφημιστικά ηλεκτρονικά μηνύματα, που σκοπό έχουν την ενημέρωση και κυρίως την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών. Στέλνονται μαζικά, είτε στους πελάτες που ήδη υπάρχουν διατηρώντας σταθερή την σχέση, είτε σε νέους παραλήπτες με στόχο την ανανέωση του υπάρχον πελατολογίου. Οπότε, για να μπορέσει να κρατήσει το ενδιαφέρον των παραληπτών, θα πρέπει να είναι καλόγουστο, όπως επίσης, πολύ σημαντιό, να μειώνονται οι πιθανότητες να εμφανίζονται στα ανεπιθύμητα.
- Πλέον, οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να δημιουργούν σχέσεις με τους πελάτες τους πολύ πιο εύκολα, γρήγορα και δίχως ιδιαίτερο κόστος. Αυτός ο ιδανικός τρόπος επικοινωνίας επιτυγχάνεται με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η επιρρόη που ασκούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως είναι το Facebook, το Instagram, το Twitter κ.α. είναι έντονη,

μιας και εκατομμύρια είναι οι χρήστες τους, οπότε αυτό δεν μένει ανεκμετάλλευτο για το ψηφιακό μαρκετινγκ.

- Εάν μια επιχείρηση ενδιαφέρεται να έχει μία ιστοσελίδα ή ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που θα είναι επιτυχημένο, ο τρόπος που θα το καταφέρει αυτό είναι μέσω της Βελτιστοποίησης Ιστοσελίδων για τις Μηχανές Αναζήτησης (Search Engine Optimization, SEO). Μέσω της βελτιστοποίησης το ηλεκτρονικό κατάστημα αρχικά προωθείται και στην συνέχεια έχει ως στόχο την απόκτηση μίας από τις υψηλότερες θέσεις στις μηχανές αναζήτησης, όπως είναι η Google, η Yahoo. Βέβαια, σημαντικό είναι να διατηρηθεί αυτή η θέση, έτσι ώστε να αυξηθεί η επισκεψιμότητα για να αυξηθούν αποτελεσματικά και οι πελάτες. Αυτό θα πραγματοποιηθεί χρησιμοποιώντας κάποιες τεχνικές, οι οποίες είναι:
- Η χρήση λέξεων-κλειδιά στον τίτλο της ιστοσελίδας αλλά και στα υπόλοιπα χαρακτηριστικά, όπως και στα κείμενα.
- Σημαντικό είναι, το περιβάλλον να είναι φιλικό για τον χρήστη αλλά και κατανοητό για τις μηχανές αναζήτησης έτσι ώστε να παραμείνει ο επισκεπτης.

Τέλος, γνωρίμο είναι πως οι καταναλωτές παρέχουν πολλές προσωπικές τους πληροφορίες, όπως όνομα, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, πληροφορίες όσο αφορά τα ενδιαφέροντα και τα γούστα του καθενός. Χάρη αυτού, οι εταιρείες έχουν καλύτερη εικόνα για τις επιθυμίες των πελατών τους και έτσι μπορούν να βελτιώνονται συνεχώς.
[9], [10], [11]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

2.1 Web Server

Ο όρος Web Server, δηλαδή εξυπηρετητής ιστού, αναφέρεται σε ένα λογισμικό που εκτελεί τα αιτήματα πελατών, παρακολουθεί ποιές σελίδες αναζητούν για περιήγηση οι επισκέπτες και τις στέλνει σε σελίδες HTML.[12]

2.2 Apache HTTP Server

Είναι ο πιο δημοφιλής και αξιόπιστος εξυπηρετητής διαδικτύου (Web Server) η λειτουργία/χρήση του είναι να δέχεται τα αιτήματα των χρηστών μπαίνοντας εκείνοι σε έναν ιστότοπο το πρόγραμμα πλοήγησης (browser) που χρησιμοποιούν επικοινωνεί μέσω του πρωτοκόλλου HTTP ο οποίος παράγει ιστοσελίδες και τις αποστέλλει στο πρόγραμμα πλοήγησης. [13], [14]

Οπότε παίρνει ένα URL, το μεταφράζει σε όνομα αρχείου εάν είναι στατική σελίδα, είτε σε όνομα προγράμματος εάν είναι δυναμικές αιτήσεις και απαντάει στα αιτήματα στέλνοντας πίσω το αρχείο μέσω διαδικτύου και απαντάει σε αυτά. Σε περίπτωση που ο εξυπηρετητής δεν μπορεί να επεξεργαστεί κάποιο αίτημα τότε επιστρέφει ένα μήνυμα σφάλματος. [13], [14]

2.3 Domain Name

Είναι το όνομα που έχει ο ιστότοπος ενός χρήστη, είναι δηλαδή η διεύθυνση στο Διαδίκτυο όπου έχει πρόσβαση ο χρήστης. Χρησιμοποιείται για την εύρεση και την αναγνώριση υπολογιστών στο Διαδίκτυο, ο κάθε υπολογιστής έχει μια διεύθυνση IP.

Επειδή είναι δύσκολο για τον χρήστη να θυμάται τις σειρές των αριθμών, όπου είναι οι διευθύνσεις, για αυτό το λόγο δημιουργήθηκαν τα domain name, για να εντοπίζουν οντότητες στο Διαδίκτυο αντί για την χρήση διευθύνσεων IP. [15], [16]

Ένα όνομα μπορεί να είναι οποιοσδήποτε συνδυασμός γραμμάτων και ψηφίων που χρησιμοποιείται μαζί με τις επεκτάσεις .com, .net, .gr κ.α. και είναι μοναδικό, δεν μπορεί κάποιος να έχει ίδιο όνομα με άλλο όνομα ιστότοπου. [15], [16]

2.4 Hosting

Η φιλοξενία ιστοσελίδων είναι μια υπηρεσία όπου επιτρέπει σε οργανισμούς και άτομα να δημοσιεύσουν μία ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο. Ένας εξυπηρετητής ή ένας παροχέας υπηρεσιών φιλοξενίας ιστοσελίδων είναι μία επιχείρηση που παρέχει τις τεχνολογίες και τις υπηρεσίες που είναι αναγκαίες για να προβληθεί ο ιστότοπος ή η ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο. Οι ιστότοποι αποθηκεύονται σε διακομιστές, ο κάθε διακομιστής συνδέεται με τον υπολογιστή του χρήστη όταν εκείνος πληκτρολογεί στο πρόγραμμα περιήγησης του, την διεύθυνση της ιστοσελίδας του ή το όνομα χώρου- τομέα, με αυτόν τον τρόπο προβάλλεται η σελίδα μέσω του προγράμματος περιήγησης. [16], [17]

2.5 SSL (Secure Socket Layer)

Πιστοποιεί την ταυτότητα του πελάτη μετά από πολύ έλεγχο και προστατεύει τα δεδομένα του με ισχυρή κρυπτογράφηση. Με την δημιουργία της κρυπτογράφησης που γίνεται στην σύνδεση ανάμεσα στον εξυπηρετητή και το πρόγραμμα περιήγησης του επισκέπτη διασφαλίζεται η ασφαλή συναλλαγή δεδομένων και στις δυο πλευρές. Με αυτό τον τρόπο η ιστοσελίδα του πελάτη προστατεύεται καθώς και τα προσωπικά στοιχεία των επισκεπτών της, από υποκλοπή και έτσι, εξασφαλίζει την νομιμότητα της σελίδας. [18], [19]

Τέλος, η Google δήλωσε πως οι ιστοσελίδες που έχουν εγκαταστήσει το πιστοποιητικό SSL θα έχουν κάποιο προβάδισμα στην κατάταξη για τις μηχανές αναζήτησης. [18], [19]



Εικόνα 2.1: Ασφαλή σελίδα.

2.6 PHP

Η PHP ξεκίνησε το 1994, όταν ο φοιτητής Rasmus Lerdorf χρησιμοποιώντας τις γλώσσες προγραμματισμού C και Perl δημιούργησε ένα απλό script. Η γλώσσα τότε ονομαζόταν PHP/FI από τα αρχικά Personal Home Page/Form Interpreter (προσωπική αρχική σελίδα). Στην συνέχεια όμως, σύμφωνα με την σύμβαση GNU μετανομάστηκε σε Php Hypertext Preprocessor (προεπεξεργαστής κειμένου PHP). [20], [21]

Είναι ανοιχτή γλώσσα με την οποία δημιουργούνται δυναμικές ιστοσελίδες. Με τον όρο δυναμική εννοούμε πως η ιστοσελίδα μπορεί να τροποποιηθεί από τον διαχειριστή online αυτόματα και να μην γίνεται αντιληπτή από τον χρήστη αφού χρησιμοποιείται στην βάση δεδομένων με συνδυασμό MySQL. [20], [21]

Μία σελίδα PHP επεξεργάζεται από ένα συμβατό διακομιστή του Παγκόσμιου Ιστού (Web Server) όπως είναι ο Apache. Στόχος της PHP είναι να μπορούμε μέσα από απλές σελίδες με στατικό κώδικα HTML, πλέον και την HTML5 -η οποία είναι αναθεωρημένη έκδοση της HTML- με την χρήση των ετικετών (tags). [20], [21]

Επιπλέον κάτι που πρέπει να τυπωθεί είναι πως η PHP ανήκει στο ελεύθερο λογισμικό Open Source και έτσι ο καθένας μπορεί να την χρησιμοποιεί ελεύθερα, χωρίς κανένα κόστος Έπειτα είναι εύκολη στην χρήση της. [20], [21]

2.7 MySQL

Η MySQL είναι ένα δυνατό και γρήγορο διαθέσιμο σύστημα διαχείρισης σχεσιακής βάσης δεδομένων, ανοιχτού κώδικα και χρησιμοποιεί την δομημένη γλώσσα ερωτήματος (SQL), η οποία είναι η πιο διαδεδομένη γλώσσα για την πρόσβαση και την διαχείριση του περιεχομένου μίας βάσης. Γενικά μία βάση δεδομένων επιτρέπει την

αποθήκευση, την αναζήτηση, την ταξινόμηση δεδομένων. Το όνομα προέρχεται από το όνομα της κόρης του συνιδρυτή Michael Widenius, My, και το ακρωνύμιο «SQL» (Structured Query Language), την δομημένη γλώσσα ερωτημάτων. Ο διακομιστής που τρέχει η MySQL ελέγχει την πρόσβαση στα δεδομένα της βάσης με σκοπό να μπορούν να δουλεύουν πολλοί χρήστες ταυτόχρονα, οι οποίοι είναι αναγνωρισμένοι χρήστες και μπορούν να έχουν πρόσβαση. Βασικό πλεονέκτημα είναι η ευκολία μάθησης της, έπειτα το κόστος είναι πολύ χαμηλό εάν θελήσει κάποιος εμπορική άδεια. [21], [22], [23]

2.8 phpMyAdmin

Το phpMyAdmin είναι ένα εργαλείο ανοιχτού κώδικα, που διατίθεται δωρεάν, εκτελείται σε php και έχει αρκετές δυνατότητες επεξεργασίας. Η λειτουργία του είναι να διαχειρίζεται την βάση δεδομένων της MySQL και τις ενέργειές της, στην ουσία μπορεί να τροποποιήσει, να διαγράψει είτε να δημιουργήσει βάσεις δεδομένων, πίνακες, στήλες. Επίσης, ελέγχει την πρόσβαση και τα δικαιώματα των χρηστών της MySQL. [24], [25]

2.9 Γλώσσες Σήμανσης

Ως γλώσσα σήμανσης ορίζουμε μια γλώσσα υπολογιστή η οποία διαφέρει από τον κώδικα, δεν είναι γλώσσα προγραμματισμού, αφού δεν έχει τα απαραίτητα στοιχεία για να χαρακτηριστεί έτσι, δηλαδή δεν αναθέτει εντολές.

Έχει εξελιχθεί σε ένα σύστημα σχολιασμού κειμένου αφήνοντας τον παραδοσιακό τρόπο, κρατώντας σημειώσεις στο χαρτί, και αυτό επιτυγχάνεται με τις ετικέτες <tags>. Οι ετικέτες περιέχουν τις οδηγίες που θέλουμε να δώσουμε, οι οποίες δεν φαίνονται στον τελικό χρήστη, αυτό που θα του εμφανιστεί είναι το κείμενο με την διάταξη και το στυλ που έχει καθοριστεί. Όταν μορφοποιείται ένα κείμενο το οποίο θα εμφανιστεί στην οθόνη του υπολογιστή, θα πρέπει να ξεχωρίσουμε το κείμενο μόνο του και τις οδηγίες για αυτό. Άρα στην ουσία, σήμανση είναι οι οδηγίες για την εμφάνιση του

κειμένου, παραδείγματος χάρη η επιλογή του χρώματος που θα προβληθεί στο μενού του ηλεκτρονικού καταστήματος μου αποτελεί σήμανση. [26], [27]

2.9.1 HTML / HTML5

HTML (HyperText Markup Language) είναι η πρώτη ίσως και η μόνη γλώσσα σήμανσης που χρησιμοποιείται από προγραμματιστές, δεν είναι γλώσσα κώδικας αλλά παρ'όλα αυτά χρησιμοποιείται και αυτός ο όρος. Κάνοντας χρήση της HTML έχουμε την ευκαιρία να ορίσουμε τον πως θα εμφανίζεται μια εικόνα πολυμέσων και κειμένων στο Διαδίκτυο. Τα υπερκείμενα που περιλαμβάνει, είναι τα στοιχεία που αφορούν την σύνδεση των εγγράφων, και τα έντυπα τα οποία είναι έγγραφα που δημιουργούνται για να αλληλεπιδρούν με τον Ιστό. Ουσιαστικά περιγράφει την δομή της ιστοσελίδας.

Οι Εκδόσεις που έχει:

- HTML 1991
- HTML 2.0 1995
- HTML 3.2 1997
- HTML 4.01 1999
- XHTML 2000
- HTML 5 2014

Η τελευταία έκδοση της είναι η HTML5, η οποία έδωσε πολλές δυνατότητες.

Οι νέες ετικέτες που προσφέρουν βελτιώσεις με την HTML5 είναι:

- Το στοιχείο canvas.
- Τα στοιχεία για να αναπαραγωγή πολυμέσων, audio και video.
- Τα στοιχεία περιεχομένου footer, header, nav και section.
- Τα στοιχεία δημιουργίας φόρμας, calendar, date, time, email, url και search.

Ενώ, ξεκάθαρα είναι η πιο διαδεδομένη γλώσσα σήμανσης που χρησιμοποιείται στο Διαδίκτυο, ωστόσο πλέον δεν είναι και η μοναδική επιλογή για κατασκευή ιστοσελίδων. Καθώς αναπτυσσόταν, έγινε αρκετά πιο περίπλοκη, το στύλ και οι

ετικέτες περιεχομένου ενώθηκαν σε μία γλώσσα, οπότε γεννήθηκε η ανάγκη για να διαχωριστεί το στυλ των ιστοσελίδων από το περιεχόμενο. Εάν θα υπάρξει ετικέτα η οποία θα καθορίζει μόνο το περιεχόμενο τότε θα παραμείνει σε HTML, σε αντίθεση με τις ετικέτες που θα ορίζουν το στυλ τότε έρχεται στο προσκήνιο η CSS (Cascading Style Sheets). [27], [28], [29]

2.9.2 CSS / CSS3

Είναι μία γλώσσα φύλλου στυλ που χρησιμοποιείται για να περιγράψει πως θα παρουσιαστεί ένα έγγραφο γραμμένο σε HTML, δηλαδή περιγράφει πως θα φαίνονται τα στοιχεία στην οθόνη.

Περιγράφει πως θα παρουσιαστεί μία ιστοσελίδα περιλαμβάνοντας τα χρώματα της διάταξης και της κάθε γραμματοσειράς. Λειτουργεί ανεξάρτητα από την HTML, διότι ο διαχωρισμός τους κάνει πιο εύκολη την διατήρηση ιστοτόπων, την ανταλλαγή φύλλων στυλ μεταξύ των σελιδών σε διαφορετικα περιβάλλοντα, όπως αναφέραμε προηγουμένως, τον διαχωρισμό της δομής από την παρουσίαση.

Ουσιαστικά διαμορφώνει την σελίδα, περιέχει οδηγίες σχετικά με το στυλ του κειμένου, το χρώμα, την θέση μέσα στην σελίδα κ.α.

Οι εκδόσεις που έχει:

- CSS – CSS 1 1996
- CSS 2 1998
- CSS 3 1999

[29], [30], [31]

2.10 Notepad++

Είναι δωρεάν επεξεργαστής κειμένου (text editor), είναι ένα εργαλείο συγγραφής πηγαίου κώδικα, το οποίο εξασφαλίζει υψηλή ποιότητα και παραμένει ελαφρύ πρόγραμμα.

Το χρησιμοποιήσα για να επεξεργαστώ αρκετά αρχεία είτε εκείνα που είναι σε .php είτε εκείνα που είναι .css. [32]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CONTENT MANAGEMENT SYSTEMS, CMS)

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ CMS

Το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (Content Management System, CMS) ένα λογισμικό, το οποίο επιτρέπει στον διαχειριστή της ιστοσελίδας να δημιουργήσει και να διαχειριστεί το περιεχόμενό της εύκολα και πιο γρήγορα.

Βασικά χαρακτηριστικά και δυνατότητες των Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου:

- Δίνεται η δυνατότητα για πιο ομοιόμορφη κατάταξη της κάθε πληροφορίας σε μία ιστοσελίδα.
- Υπάρχει η άνεση για διαχείριση της ιστοσελίδας από διάφορους χρήστες με διαφορετικά δικαιώματα για την πρόσβαση σε αυτή.
- Σημαντικό είναι το γεγονός πως δεν χρειάζεται ο χρήστης να είναι εξειδικευμένος προγραμματιστής για να μπορέσει να διαχειριστεί έναν ιστότοπο.
- Αρκετά εύκολη είναι διαχείριση των πολυμέσων.
- Εμπεριέχονται διάφορα plug-ins και modules, με τα οποία οι λειτουργίες των ιστοσελίδων μπορούν να επεκταθούν περισσότερο.
- Ας μην παραλειφθεί η ευχέρεια, που δίνεται στον διαχειριστή, να παρακολουθεί στατιστικές αναλύσεις, δηλαδή πόσοι επισκέπτονται την ιστοσελίδα κάθε μέρα, τι αναζητούν κ.α. [33], [34], [35], [36], [37]

Το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου έχει δύο κατηγορίες, του ανοιχτού κώδικα και του κλειστού κώδικα.

Με τον όρο ανοιχτό κώδικα εννοείται πως η πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα του λογισμικού είναι δωρεάν καθώς και η επεξεργασία του από τρίτους. Σε αυτή την περίπτωση, παρέχεται τεχνική υποστήριξη, από άλλους χρήστες βέβαια, που χρησιμοποιούν το ίδιο Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.

Αντιθέτως, με τον όρο του κλειστού κώδικα, αναφέρεται το γεγονός πως ο πηγαίος κώδικας δεν προσφέρεται δωρεάν όπως επίσης δεν επιτρέπεται να επεξεργαστεί. Οπότε, εδώ η τεχνική υποστήριξη που παρέχεται είναι εξειδικευμένη και η ασφάλεια υψηλή. [33], [34], [35], [36], [37]

3.2 ΥΠΑΡΧΟΝΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου ανοιχτού κώδικα είναι πάρα πολλά, παρ'όλα αυτά, στην εργασία θα αναφερθούν το Joomla, το WordPress, το Drupal και το Magento. Ωστόσο, σε επόμενο κεφάλαιο θα αναλυθεί το OpenCart και οι λόγοι κατάληξης σε αυτό για να πραγματοποιηθεί το ηλεκτρονικό κατάστημα.

3.2.1 Joomla

Το joomla, “jumla” στην γλώσσα Σουαχίλι σημαίνει «όλοι μαζί» ή «ως σύνολο» και αυτό για να καθρεφτίζεται η δέσμευση της Κοινότητας με την ομάδα ανάπτυξης του έργου. Όπως αναφέρθηκε νωρίτερα, είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου ανοιχτού κώδικα για την δημιουργία ιστοσελίδων και εφαρμογών, έχοντας πολύ φιλικό περιβάλλον. Η άδεια χρήσης του είναι δωρεάν. Επι της ουσίας είναι και αυτό ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου το οποίο συνδέει την ιστοσελίδα με μία βάση δεδομένων είτε σε MySQL,MySqli, ή σε PostgreSQL και είναι γραμμένο στην PHP γλώσσα προκειμένου να διευκολύνει την διαχείριση περιεχομένου τόσο στον

διαχειριστή όσο και στον χρήστη. Το Joomla έχει αρκετές δυνατότητες όπως η προσωρινή αποθήκευση σελίδας , RSS Feeds κ.α. Επίσης, εξυπηρετεί εταιρικές ιστοσελίδες, ιστοσελίδες μικρομεσαίων επιχειρήσεων, διαδικτυακό περιοδικό και εφημερίδα κ.α. Παρ'όλο το γεγονός, πως δεν είναι αναγκαίες οι γνώσεις από CSS και HTML, φρόνιμο θα ήταν να ενημερώνεται, προγραμματιστικά, ο χρήστης για τις περιπτώσεις που θα χρειαστεί να τροποποιηθεί κάποιο στοιχείο αναλόγως τις ανάγκες που θα δημιουργηθούν.

Μετά την εγκατάσταση του Joomla, όπου είναι ο σκελετός, γίνεται η εγκατάσταση και οι ρυθμίσεις του VirtueMart για να μπορέσουν να χρησιμοποιηθούν μαζί. Το VirtueMart είναι μία ολοκληρωμένη λύση ηλεκτρονικού εμπορίου για το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου, Joomla. Μπορεί να εκτελεστεί σαν καλάθι αγορών είτε να λειτουργία καταλόγου.

Επίσης, είναι δωρεάν και ανοιχτού κώδικα, γραμμένο σε PHP με MySQL ως βάση δεδομένων. [38], [39]

3.2.2 WordPress

Το Wordpress είναι γραμμένο σε PHP και για την αποθήκευση δεδομένων, έχει ως βάση δεδομένων την MySQL. Είναι ελεύθερο λογισμικό και επίσης Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου ανοιχτού κώδικα για να κατασκευαστούν ιστότοποι αλλά και ιστολόγια, παρ'όλα αυτά, για την δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος θα χρειαστεί ένα plugin, το WooCommerce, όπου είναι δωρεάν και ανοιχτού κώδικα. Έτσι, έχουμε έτοιμο ένα πλήρες ηλεκτρονικό κατάστημα, το οποίο περιλαμβάνει καλάθι αγορών και διάφορα επιπλέον εργαλεία.

Το WooCommerce, είναι από τις, αρκετά, δημοφιλείς πλατφόρμες ηλεκτρονικού καταστήματος, γνωστό άρχισε να γίνεται τον Σεπτέμβριο του 2011 από την Woocommerce, αν και τον Μάιο του 2015 η εταιρεία Automattic, η οποία είναι υπεύθυνη για το Wordpress.com, την εξαγόρασε. [42], [41]

3.2.3 Drupal

Αρχικά το Drupal δημιουργήθηκε ως σύστημα πίνακα ανακοινώσεων από τον Dries Buytaert. Αργότερα, το 2001 το Drupal μετατράπηκε σε ανοικτού κώδικα.

Το όνομα του προήλθε από την ιστοσελίδα Drop.org, όπου ο κώδικας της εξελίχθηκε στο Drupal. Το Μάιο του 2006 το Drupal άρχισε να γίνεται διάσημο και μέσα σ ένα χρόνο 600.000 χρήστες ξεκίνησαν να το χρησιμοποιούν κατεβάζοντας το από την επίσημη ιστοσελίδα του.

Και το Drupal είναι γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού PHP χρησιμοποιώντας επίσης, για την αποθήκευση των ρυθμίσεων και του περιεχομένου, τη Mysql ή την Postgresql ως βάση δεδομένων.

Είναι ένα αρθρωτό Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου, ανοιχτού κώδικα και δίνει την δυνατότητα στους ιδιώτες των ιστοσελιδών να διαχειριστούν εύκολα το περιεχόμενο χωρίς γνώσεις προγραμματισμού, είτε με ελάχιστο προγραμματισμό για την αυτοματοποίηση ορισμένων ρυθμίσεων.

Για να δημιουργηθεί ηλεκτρονικό κατάστημα όπου θα πωλούνται προϊόντα μέσω μιας Drupal ιστοσελίδας, θα πρέπει να εγκατασταθεί ένα module του Drupal, το οποίο είναι το Ubercart. Για να λειτουργήσει, θα ενσωματωθεί πλήρως με το υπόλοιπο κομμάτι της ιστοσελίδας, δηλαδή δεν γίνεται χωρίς το Drupal. Το Ubercart υποστηρίζει πολλές γλώσσες, όπως και τα Ελληνικά, αρκετούς τρόπους πληρωμής όπως είναι το Paypal, η Αντικαταβολή και η Πιστωτική Κάρτα. Σημαντικό είναι το γεγονός πως δίνεται η δυνατότητα, για τους χρήστες-πελάτες, συγγραφής κριτικών για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα αντίστοιχα που έχει το κατάστημα. [42], [43]

3.2.4 Magento

Η πιο διαδεδομένη πλατφόρμα ανοιχτού κώδικα, για πολλούς μάλιστα θεωρείται ως ο βασιλιάς των ηλεκτρονικών καταστημάτων, είναι το Magento, το οποίο αναπτύχθηκε

από την Varien. Φυσικά είναι γραμμένο και αυτό σε PHP και προσφέρεται δωρεάν εκτός από κάποιες εκδόσεις του που απαιτούν χρηματικό ποσό. Μπορεί να υποστηρίξει τους πελάτες του μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος. Γενικά περιέχει πολλές επεκτάσεις, αλλά παρ' όλα αυτά είναι αρκετά πολύπλοκη η κατασκευή ενός καταστήματος, δεν είναι προσανατολισμένο για απλούς χρήστες, όσο για χρήστες που ασχολούνται με την πληροφορική. Κάτι που πρέπει να σημειωθεί είναι πως, εάν κάποιος ενδιαφέρεται το ηλεκτρονικό του κατάστημα να περιέχει και να πουλάει αρκετά μεγάλο όγκο προϊόντων, θα πρέπει να επιλέξει Mageto. Ωστόσο όταν γεμίζει αρκετά ίσως να γίνει αργό και βαρύ, αλλά για την βελτιστοποίησή του θα χρειαστεί να διατεθεί ένα σημαντικό ποσό. [40], [41], [44]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4. ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ OPENCART

4.1 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Το OpenCart είναι επίσης μια πλατφόρμα ανοιχτού κώδικα, για την ανάπτυξη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος η οποία ξεκίνησε το 2007. Είναι βασισμένο σε γλώσσα PHP και HTML, ενώ ταυτόχρονα χρησιμοποιεί μια βάση δεδομένων MySQL. Επιπλέον, είναι δωρεάν λογισμικό υπό την άδεια GNU(Lesser General Public Licence).

4.2 ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΤΟ ΕΠΙΛΕΞΕΙ ΚΑΠΟΙΟΣ

Το OpenCart έχει φιλικό περιβάλλον για τους χρήστες, έτσι ο κάθε επιχειρηματίας, χωρίς να κατέχει αρκετές γνώσεις, έχει την δυνατότητα, πολύ εύκολα και γρήγορα να εξοικειωθεί με την διαχείριση του καταστήματος. Ο χρόνος της εγκατάστασης είναι πολύ λίγος λόγω ευκολίας και επειδή είναι αρκετά ελαφρύ. Σημαντικός επίσης παράγοντας επιλογής είναι ο ελάχιστος χρόνος που χρειάζεται και για την διαχείριση του.

Το OpenCart, εξαιτίας του μεγάλου εύρους χαρακτηριστικών που περιέχει, εξυπηρετεί τον χρήστη να έχει μια πιο αποδοτική προσαρμογή στο κατάστημα ανάλογα με τις επιθυμίες του. Παρέχει απεριόριστη δωρεάν υποστήριξη και δωρεάν ενημερώσεις λογισμικού. Διατίθεται για πολλές γλώσσες καθώς και συναλλάγματα.

Είναι κατασκευασμένο έτσι ώστε να έχει εύκολη συντήρηση και ενημέρωση περιεχομένου. Περιέχει πολλές ενότητες και επεκτάσεις που επεκτείνουν τη λειτουργικότητα του καταστήματος ενώ ταυτόχρονα το OpenCart διαθέτει πολλούς

τρόπους επιλογής αποστολής εμπορευμάτων και ακόμη πιο πολλούς τρόπους πληρωμής. Είναι πολύ καλή επιλογή για μία νέα επιχείρηση να ξεκινήσει την ηλεκτρονική της δραστηριότητα χρησιμοποιώντας το OpenCart.

Το OpenCart έχει κατακτήσει πολύ καλή θέση σε βαθμολογία, παγκοσμίως, ως λύση ηλεκτρονικού εμπορίου και έχει αμέτρητα χαρακτηριστικά.

Τα κύρια και πιο σημαντικά είναι τα ακόλουθα:

- Απεριόριστα προϊόντα
- Απεριόριστες κατηγορίες προϊόντων
- Πλήρης δωρεάν υποστήριξη και βοήθεια και δωρεάν ενημερώσεις λογισμικού
- Κριτικές προϊόντων
- Βαθμολογίες προϊόντων
- Ύπαρξη καλαθιού αγορών
- Λειτουργία SEO
- Πληθώρα επιλογής γλώσσων και συναλλαγμάτων
- Περισσότεροι από 15 τρόποι πληρωμής
- Διαφορετικοί τρόποι αποστολής
- Πολλαπλά πρότυπα (templates) για μοναδικότητα του e-shop
- Παραμετροποιημένο περιβάλλον διαχείρισης του καταστήματος μέσω μενού και επιλογών
- Πλήρη στατιστικά πωλήσεων και επισκεψιμότητας

Πρέπει επίσης να επισυμανθεί πως είναι μια e-commerce πλατφόρμα η οποία χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την κατασκευή ενός e-shop αφού αρκετές δυνατότητες παρέχονται μόλις από την εγκατάσταση του (π.χ. ύπαρξη καλαθιού αγοράς) σε αντίθεση με τις υπόλοιπες CMS πλατφόρμες στις οποίες πρέπει να εγκατασταθούν αρκετά extensions έτσι ώστε το περιβάλλον διαχείρισης να είναι κατάλληλο για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.

4.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ / ΕΙΣΟΔΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗ

Το επόμενο βήμα έπεται από την εγκατάσταση του Opencart είναι η τροποποίηση των ανάλογων ρυθμίσεων για να προσαρμοστεί το ηλεκτρονικό κατάστημα όπως επιθυμεί ο καθένας. Οι ρυθμίσεις αυτές γίνονται μόνο από τον διαχειριστή.

Για την σύνδεση, ο διαχειριστής εισέρχεται με ένα όνομα χρήστη και τον κωδικό για την πρόσβαση, ο οποίος είναι αυτός που καταχωρήθηκε με την εγκατάσταση της πλατφόρμας.

Σε αυτήν την ενότητα θα γίνει περιγραφή των βασικών λειτουργιών που μπορεί να κάνει ο διαχειριστής του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Σε αυτές περιλαμβάνονται, η είσοδος στο διαχειριστικό περιβάλλον του καταστήματος, η εγκατάσταση θέματος, οι γενικές επιλογές και η διαμόρφωση των στοιχείων του καταστήματος, η εισαγωγή κατηγοριών προϊόντων, η εισαγωγή / επεξεργασία / διαγραφή προϊόντων, η διαχείριση παραγγελιών. Οι αρμοδιότητες του διαχειριστή είναι να τροποποιεί το γραφικό κομμάτι, όπως χρώματα, εικόνες, ήχους ακόμη και να σχεδιάζει χωροταξικά μια ιστοσελίδα. Επίσης έχει την ευκαιρία να ρυθμίσει τις γλώσσες προβολής, το νόμισμα, λέξεις κλειδιά, διαφημίσεις και την εγκατάσταση προσθέτων. Ακόμη μπορεί να εισάγει νέα προϊόντα, φωτογραφίες, περιγραφή, απόθεμα και τιμές αυτών. Το περιβάλλον διαχείρισης του OpenCart είναι πλήρως λειτουργικό.

Στην αρχική σελίδα που εισέρχεται ο διαχειριστής είναι ο πίνακας ελέγχου, σε αυτή την σελίδα υπάρχουν πολύ χρήσιμες πληροφορίες για την επιχείρηση και αυτές αφορούν τα εξής:

• Πίνακας Ελέγχου (Overview/Dashboard):

Υπάρχουν τέσσερα διαγράμματα που δείχνουν την κατάσταση του καταστήματος.

- Συνολικές Παραγγελίες (Total Orders)
- Συνολικές Πωλήσεις (Total Sales)

- Συνολικοί Πελάτες (Total Customers)
- Και Ενεργοί Πελάτες (People Online)

Τα οποία συμβάλλουν στην καλύτερη γνώση και διαχείριση του καταστήματος.

Στην συνέχεια υπάρχουν και άλλες πληροφορίες, όπως:

- **Παγκόσμιος Χάρτης (World Map):**

Ένας παγκόσμιος χάρτης που υποδεικνύει από ποιο μέρος του κόσμου έρχονται οι παραγγελίες.

- **Ανάλυση Πωλήσεων (Sales Analytics):**

Ένα διάγραμμα που απεικονίζει τη χρονική πρόοδο του καταστήματος από πλευράς πωλήσεων και αριθμού πελατών με την πάροδο του χρόνου.

- **Πρόσφατη Δραστηριότητα (Recently Activity):**

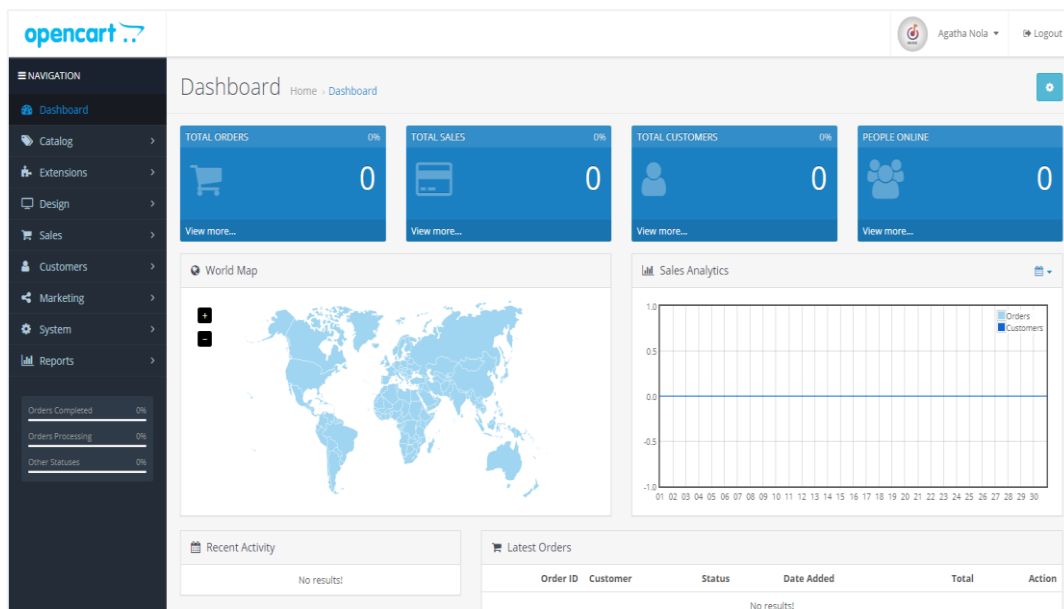
Παρέχει την πιο πρόσφατη δραστηριότητα των χρηστών, όπως είσοδος στο κατάστημα, προσθήκη στο καλάθι, αγορά, και λοιπές ενέργειες.

Στο δεξί μέρος της σελίδας απεικονίζονται τα Στατιστικά, όπου εκεί φαίνονται οι πελάτες που το επισκέπτονται, οι παραγγελίες ανά ημέρα, εβδομάδα, μήνα ή χρόνο. Υπάρχει επιπλέον ένας άλλος πίνακας ο οποίος δείχνει τις 10 πρόσφατες παραγγελίες σύμφωνα με τον αριθμό παραγγελίας, το ονοματεπώνυμο του πελάτη, την κατάσταση της παραγγελίας, την ημερομηνία που έγινε η παραγγελία, το συνολικό κόστος και την ενέργεια που πραγματοποιήθηκε.

- **Τελευταίες Παραγγελίες (Latest Orders):**

Μια λίστα με τις πιο πρόσφατες παραγγελίες και συγκεκριμένες πληροφορίες για τις παραγγελίες αυτές, όπως "Κωδικός Παραγγελίας" (Order ID), "Πελάτης" (Customer), "Κατάσταση" (Status) και "Ημερομηνία" (Date Added).

Ο πίνακας ελέγχου αποτελεί ένα εξαιρετικό εργαλείο στα χέρια του διαχειριστή, διότι με αυτό η επιχείρηση έχει άμεση επίβλεψη της κατάστασης του καταστήματος αλλά και της μέχρι τώρα πορείας του. Με αυτό τον τρόπο μπορούν να ληφθούν σημαντικές επιχειρηματικές αποφάσεις με βάση τα αποτελέσματα του πίνακα ελέγχου.



Εικόνα 4.1: Dashboard-Είσοδος διαχειριστή

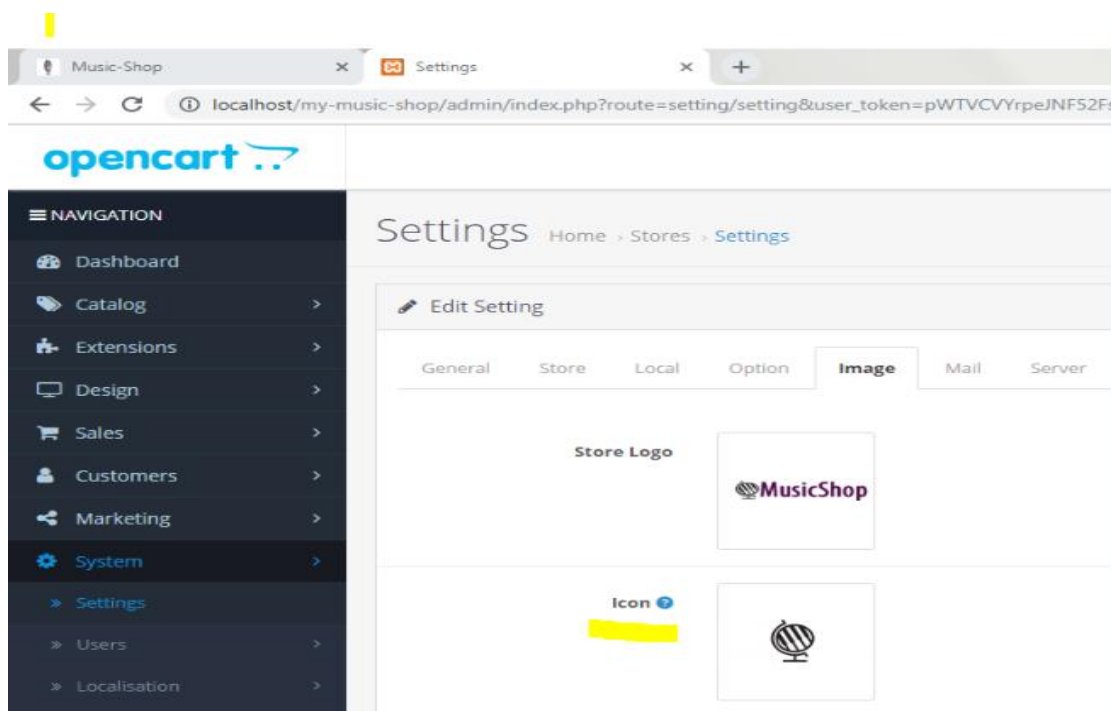
4.4 ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΠΟΙΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Οι αλλαγές που γίνονται για τις πληροφορίες του καταστήματος μας πραγματοποιούνται επιλέγοντας από το μενού της αρχικής σελίδας τις εξής καρτέλες:

- Σύστημα (System) - Ρυθμίσεις (Settings)
- Γενικά (Generals), εδώ επιλέγεται ο τίτλος που επιθυμεί ο κάθε χρήστης για το ηλεκτρονικό του κατάστημα, ο οποίος θα είναι ίδιος με την ονομασία του και στην συνέχεια ορίζονται τα mega-tags description/keywords για την περιγραφή της σελίδας καθώς και το θέμα theme.
- Κατάστημα (Store), σε αυτή την επιλογή συμπληρώνεται το όνομα της επιχείρησης, τα στοιχεία του ιδιοκτήτη, η διεύθυνση, ένα τηλέφωνο επικοινωνίας όπως και το fax και φυσικά το email. Σε όλες αυτές τις

πληροφορίες ο πελάτης θα τα έχει πρόσβαση πατώντας τον σύνδεσμο της επικοινωνίας.

- Τοπική Προσαρμογή (Local), γίνεται η επεξεργασία της γεωγραφικής θέσης του καταστήματος, της γλώσσας διαχείρισης, του νομίσματος και της μονάδας μέτρησης που θα έχουν τα προϊόντα.
- Επιλογές (Option), εδώ καθορίζεται ο τρόπος με τον οποίο θα εμφανίζονται τα προϊόντα ανά σελίδα, τόσο στην σελίδα της διαχείρισης όσο και στην σελίδα που εξερευνούν οι πελάτες. Υπάρχει η επιλογή της ρύθμισης της αξίας της δωροεπιταγής και της μέγιστης και της ελάχιστης αλλά και της αξίας των φόρων, των επιστροφών κλπ.
- Εικόνες (Image), Mail, Διακομιστής(Server), σε αυτές, το σημαντικότερο είναι η προσθήκη του λογότυπου της ιστοσελίδας (store logo), όπως επίσης και του favicon (icon) , το οποίο είναι η μικρή εικόνα που φαίνεται αριστερά στη γραμμή διευθύνσεων του προγράμματος περιήγησης. Όλα αυτά επεξεργάζονται στην καρτέλα εικόνες.



Εικόνα 4.2: Logo και favicon του καταστήματος.

4.5 ΝΟΜΙΣΜΑ, ΦΟΡΟΙ ΚΑΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Το OpenCart επιτρέπει την εγκατάσταση πολλαπλών φορολογικών ζώνων, έτσι ώστε να καταβάλλονται οι σωστοί φόροι ανάλογα με την χώρα στην οποία τα εμπορεύματα πρόκειται να σταλούν.

4.6 ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

✓ Alipay Pay	✓ Paymate
✓ Alipay Cross-border	✓ PayPoint
✓ Amazon Pay and Login with Amazon	✓ Payza
✓ Authorize.Net(AIM)	✓ Perpetual Payments
✓ Authorize.Net(SIM)	✓ Pilibaba for Chinese Checkout
✓ Bank Transfe	✓ PayPal (Powered by Braintree)
✓ BluePay Hosted Form	✓ PayPal Express Ckeckout
✓ BluePay Redirect(Requires SSL)	✓ PayPal Payflow Pro
✓ CardConnect	✓ PayPal Payflow Pro iFrame
✓ Cardinity	✓ PayPal Pro
✓ Cash on Delivery	✓ PayPal Pro iFrame
✓ Cheque/Money Order	✓ PayPal Payment Standart
✓ Divido	✓ Realex Redirect
✓ Eway Payment	✓ Relax Remote
✓ First Data EMEA Connect (3DSecure enabled)	✓ SagePay Direct
✓ First Data EMEA Web Service API	✓ SagePay Server
✓ Free Checkout	✓ SagePayment Solutions (US)
✓ G2APay	✓ Secure Trading Payment Pages

✓ Global Redirect	✓ Secure Trading Web Service
✓ Global Remote	✓ Skrill
✓ Klara Account	✓ Square
✓ Klara Checkout	✓ 2Checkout
✓ Klara Invoice	✓ Web Payment Software
✓ Lay-Buy	✓ Wechat Pay
✓ LIQPAY	✓ Worldpay Online Payments
✓ NOCHEX	

Οι επιλογές που επιλέχθηκαν για το κατάστημά είναι:

- Cash on Delivery
- PayPal Payment Standart
- Skrill

4.7 ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ-ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ

❖ Australia Post	❖ Parcelforce 48
❖ EC-Ship	❖ Pickup From Store
❖ Fedex	❖ Royal Mail
❖ Flat Rate	❖ UPS
❖ Free Shipping	❖ United Sstate Postal Service
❖ Per Item	❖ Weight Based Shipping

Για την εργασία εγκαταταστάθηκαν:

- Flat Rate
- Free Shipping

- Weight Based Shipping

4.8 ΠΛΟΗΓΗΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΩΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΣ

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται οι βασικές λειτουργίες και οι δυνατότητες που δίνει το ηλεκτρονικό κατάστημα από την οπτική του χρήστη.

Σε όλα τα ηλεκτρονικά καταστήματα οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να πλοηγηθούν, να κοιτάξουν τις τιμές, είτε να συγκρίνουν προϊόντα και στο τέλος να επιλέξουν κάποιο προϊόν εάν επιθυμούν να το αγοράσουν. Έπειτα μπορούν να παρακολουθούν την αποστολή της παραγγελίας.

Ξεκινώντας από την κορυφή της αρχικής σελίδας του καταστήματος φαίνεται το μενού καθώς και οι επιλογές που αφορούν όλους τους πελάτες όπως το νόμισμα που χρησιμοποιεί, το τηλέφωνο επικοινωνίας, επίσης και την επιλογή δημιουργίας ή σύνδεσης σε λογαριασμό. Έπειτα, περιλαμβάνει λίστα επιθυμιών και το καλάθι αγορών έτσι ώστε να υπάρχει άμεση πρόσβαση στα προϊόντα που επιλέχθηκαν. Όταν αποφασίσει από τον καταναλωτή να πραγματοποιηθεί η ολοκλήρωση των αγορών, αυτό θα συμβεί με το πάτημα του κουμπιού “Αγορά”, το ποσό των επιλεγμένων προϊόντων βρίσκεται από κάτω όπως και το πεδίο αναζήτησης.

Ο καταναλωτής έχει την δυνατότητα να αναζητήσει ένα προϊόν με βάση κάποια συγκεκριμένα κριτήρια:

- Πλοήγηση στα προϊόντα με βάση τον κατασκευαστή
- Πλοήγηση στα περισσότερα δημοφιλή προϊόντα
- Πλοήγηση στα πιο πρόσφατα προϊόντα
- Πλοήγηση βάσει της κατηγορίας / υποκατηγορίας στην οποία ανήκει ένα προϊόν
- Πλοήγηση στα προϊόντα με συγκεκριμένο όνομα ή περιγραφή (αναζήτηση)

Ακόμη και όταν ένας χρήστης δεν θέλει να βλέπει κάποια προϊόντα, απλά μπορεί να πληκτρολογήσει είτε λέξεις κλειδιά από τις περιγραφές, είτε με ένα τμήμα του ονόματος του προϊόντος.

Οι χρήστες που είναι ήδη εγγεγραμμένοι μπορούν να συνδεθούν απευθείας, χρησιμοποιώντας απλά από το μενού τον σύνδεσμο «Σύνδεση», ενώ οι χρήστες που δεν έχουν λογαριασμό θα πρέπει να δημιουργήσουν, πατώντας στην σελίδα «Εγγραφή» και στην συνέχεια θα συμπληρώσουν κάποια στοιχεία, όπως, Ονοματεπώνυμο, τηλέφωνο, email και την διεύθυνση για την παράδοση, τα οποία είναι απαραίτητα, αλλά υπάρχουν και κάποια προαιρετικά πεδία.

Φυσικά εάν ένας πελάτης θελήσει να επικοινωνήσει με το κατάστημα μπορεί από το μενού να πατήσει στον σύνδεσμο «Επικοινωνία» και να βρεί τα στοιχεία, όπως τηλέφωνο και διεύθυνση αλλιώς μπορεί να επικοινωνήσει μέσα από την φόρμα επικοινωνίας στέλνοντας μήνυμα στους διαχειριστές περιμένοντας απάντησή τους, εφόσον συμπληρώσει τα στοιχεία του.

Γενικά ο χρήστης έχει την δυνατότητα να δει τα στοιχεία του λογαριασμού του όπως και να τα επεξεργαστεί, για παράδειγμα μπορεί να βλέπει την πορεία των παραγγελιών που τρέχουν αλλά και εκείνων που έχουν πραγματοποιηθεί.

4.9 ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Για να ολοκληρωθεί η αγορά, ο πελάτης πρέπει να πατήσει είτε το καλάθι αγορών είτε το κουμπί προϊόντα για να μπορέσει να δει την λίστα και να πραγματοποιήσει την παραγγελία. Παρ'όλα αυτά και στις δύο περιπτώσεις μπορεί να κάνει αλλαγές ή ακόμη και να διαγράψει ή να προσθέσει επιπλέον προϊόν, να ελέγξει την τιμή των προϊόντων είτε το κόστος των μεταφορικών, επίσης να χρησιμοποιήσει εάν έχει κάποιο κωδικό από κουπόνι ή δωροεπιταγή με σκοπό να υπολογιστεί η έκπτωση.

Μόλις πατηθεί το κουμπί “Αγορά” πρέπει στην συνέχεια να γίνει η σύνδεση του πελάτη ή η εγγραφή σε περίπτωση που δεν έχει ήδη συμβεί σαν διαδικασία, διότι είναι υποχρεωμένος. Ωστόσο υπάρχει και η δυνατότητα αγοράς σαν επισκέπτης, να μην

δημιουργήσουν κάποιο λογαριασμό, συμπληρώνοντας βέβαια κάποια στοιχεία. Αυτό τους προσφέρει το αίσθημα της ελευθερίας και να κρατάνε την ανωνυμία τους καθόλη την διάρκεια της αγοράς.

Παρ'όλα αυτά πρέπει να συμπληρωθούν κάποιες επιπλέον λεπτομέρειες για την αποστολή, όπως τον τρόπο πληρωμής και αποστολής. Σε τελικό στάδιο, ο χρήστης καλείται να επαληθεύσει τα στοιχεία της παραγγελίας του, μπορεί να επιλέξει εάν θέλει να λαμβάνει στο email του ενημερωτικά έντυπα. Προφανώς αν έχει συμπληρώσει κάποιο στοιχείο λάθος ή έχει αφήσει κάποιο κενό πεδίο στα υποχρεωτικά πλαίσια δεν μπορεί να συνεχίσει την ολοκλήρωση της παραγγελίας. Πρέπει να γίνει έλεγχος της διεύθυνσης χρέωσης, να είναι ίδια με τη διεύθυνση αποστολής και ύστερα να γίνει η επιλογή του τρόπου αποστολής και πληρωμής. και αφού ολοκληρωθεί η παραγγελία, στην οθόνη θα εμφανιστεί ένα σχετικό μήνυμα.

2 item(s) - 300.00€

Εγχόρδα

Ηλεκτρικά και Ηλεκτρονικά

Κρουστά

Ξύλινα Πνευστά

Πληκτροφόρα

Χάλκινα

Shopping Cart

Shopping Cart (0.00kg)

Image	Product Name	Model	Quantity	Unit Price	Total
	Βιολί	p11	1	61.00€	61.00€
	Αρμόνιο	p13	1	239.00€	239.00€

What would you like to do next?

Choose if you have a discount code or reward points you want to use or would like to estimate your delivery cost.

Use Coupon Code ▾

Estimate Shipping & Taxes ▾

Enter your destination to get a shipping estimate.

* Country

Greece

* Region / State

--- Please Select ---

Post Code

Post Code

Get Quotes

Use Gift Certificate ▾

Sub-Total:	300.00€
Total:	300.00€

Εικόνα 4.3: Διαδικασία ολοκλήρωσης αγοράς.

45

4.10 ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Στο OpenCart υπάρχουν 3 διαφορετικές αναφορές που αφορούν τις ενέργειες των πελατών.

- Πωλήσεις (Sales Report).

Προβάλλεται το σύνολο των παραγγελιών και το χρηματικό τους ποσό, ανά ημέρα, εβδομάδα ή μήνα.

- Προβολές Προϊόντων (Products Viewed).

Γίνεται έλεγχος στα προϊόντα που έχουν τις περισσότερες προβολές από τους επισκέπτες.

- Αγορές Προϊόντων (Products Purchased).

Εδώ, εμφανίζονται τα προϊόντα που έχουν τις περισσότερες πωλήσεις.

[45], [46], [47], [48], [49]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΟΥΣΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ

5.1 Xampp Control Panel

Για να μπορέσει να λειτουργήσει το ηλεκτρονικό κατάστημα και να γίνει η εγκατάσταση του Opencart θα πρέπει ο υπολογιστής να συμπεριφέρεται σαν τοπικός εξυπηρετητής διαδικτύου (Web Server) για να μπορεί να εξυπηρετεί δυναμικές ιστοσελίδες και ο κατάλληλος είναι ο Apache, για αυτό θα πρέπει να γίνει η τοπική εγκατάσταση του προγράμματος XAMPP στον υπολογιστή. Αναγκαία για την λειτουργία του Opencart είναι η γλώσσα PHP καθώς και μια βάση δεδομένων, η MySQL, αυτά τα τρία Apache, PHP, MySQL τα περιλαμβάνει το XAMPP Control Panel.

Το XAMPP είναι μία ανεξάρτητη πλατφόρμα ελεύθερου λογισμικού, λογισμικού ανοιχτού κώδικα στο οποίο υπάρχει ο εξυπηρετητής ιστοσελίδων και επίσης διαθέτει και άλλα χρήσιμα εργαλεία, όπως το PhpMyAdmin. Η αρχική σκέψη από τους σχεδιαστές του ήταν να είναι ένα εργαλείο ανάπτυξης και δοκιμής ιστοσελίδων χωρίς την χρήση Internet.

Εκτός από την PHP, την MySQL περιέχει και την Perl και είναι πολύ εύκολο στη χρήση και στην εγκατάσταση κάτι που είναι ιδιαίτερα εύκολο καθώς η όλη διαδικασία εγκατάστασης γίνεται αυτόματα μέσα από ένα γραφικό περιβάλλον.

Το XAMPP είναι ακρωνύμιο και τα αρχικά του ονόματος προέρχονται από τα εξής,

X: cross platform, δηλαδή ανεξάρτητη πλατφόρμα λογισμικού,

A: από τον Apache HTTP server

M: MySQL

P: PHP

P: Perl

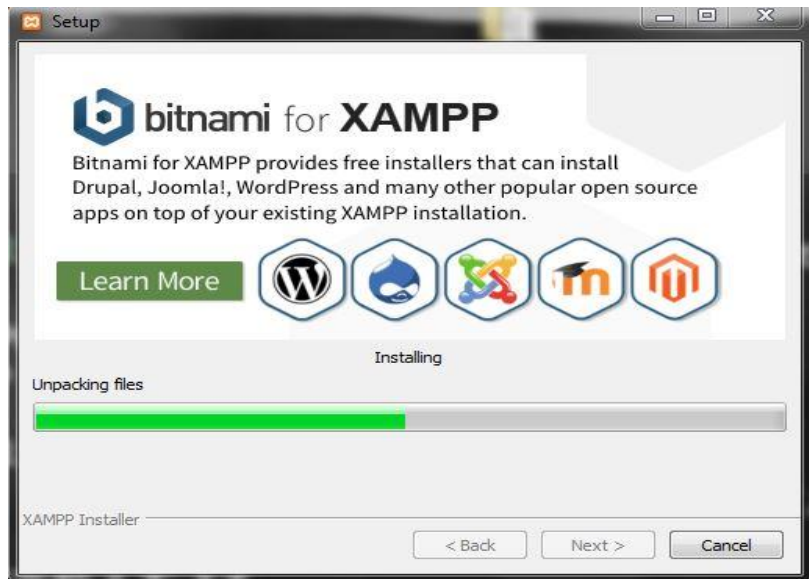
[50], [51], [52].

5.1.1 Εγκατάσταση XAMPP

Το XAMPP είναι διαθέσιμο και δωρεάν από την σελίδα <http://www.apachefriends.org>. Αρχικά γίνεται η λήψη του XAMPP και έπειτα ακολουθεί η εγκατάσταση στον υπολογιστή. Η έκδοση που εγκαταστήθηκε είναι η : από <http://www.apachefriends.org/download.php>

Τα βήματα για την εγκατάσταση είναι τα παρακάτω:

- Αποσυμπίεζεται το XAMPP και στην συνέχεια απαιτείται κλικ στο κουμπί Install.
- Στην συνέχεια το κουμπί Next
- Επιλέγεται το path που θα εγκατασταθεί.
- Συνεχίζεται η διαδικασία με το πάτημα στο κουμπί install



Εικόνα 5.1: Διαδικασία εγκατάσταση του XAMPP

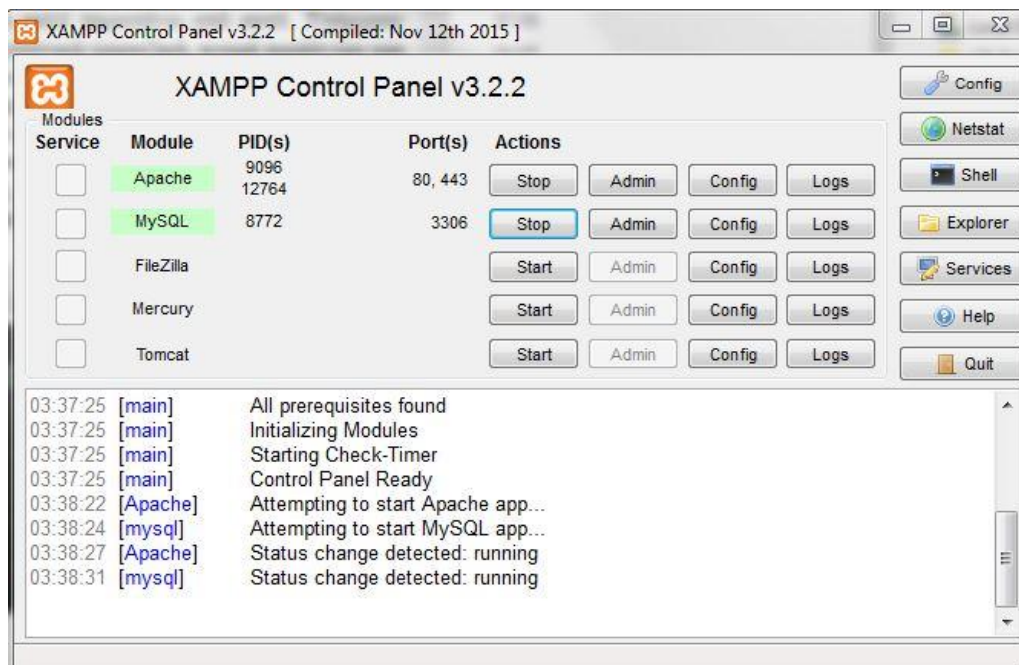
- Για την ολοκλήρωση της εγκατάστασης χρειάζεται το πάτημα στο κουμπί Finish.



Εικόνα 5.2: Τέλος εγκατάστασης του XAMPP

Αφού ολοκληρώθηκε η εγκατάσταση του XAMPP, επόμενη κίνηση είναι η χρήση.

Αφού πατηθούν τα κουμπιά Start που βρίσκονται δίπλα στα module Apache και MySQL και οι λέξεις Apache και MySQL γίνουν πράσινες τότε σημαίνει πως λειτουργούν σωστά.



Εικόνα 5.3: Λειτουργία του XAMPP

Τώρα, διάφορα εργαλεία του XAMPP, όπως το εργαλείο PhpMyAdmin, για να διαχειριστούμε τη βάση δεδομένων της MySQL είναι διαθέσιμα για χρήση.

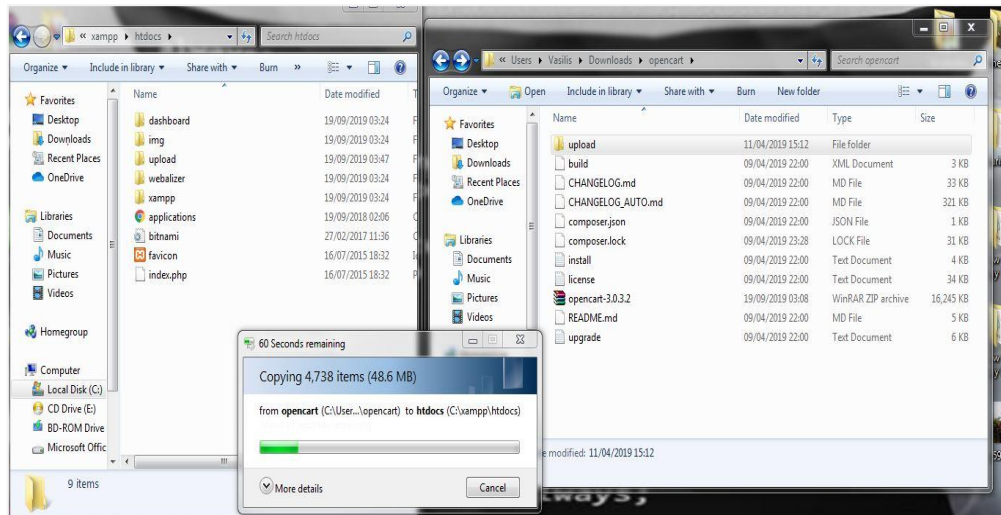
Η επόμενη κίνηση όμως είναι η εγκατάσταση και η λειτουργία του OpenCart. [50], [52]

5.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ OpenCart

Γενικά για να υπάρχει πρόσβαση από τους χρήστες σε επαγγελματικά ηλεκτρονικά καταστήματα στημένα στο OpenCart αλλά και στα υπόλοιπα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου θα πρέπει να είναι σε κάποιο server. Στην παρούσα εργασία η εγκατάσταση του OpenCart στον υπολογιστή τοπικά με την χρήση του XAMPP.

Από την επίσημη σελίδα του OpenCart λήφθηκε η πρόσφατη έκδοσή του, διότι είναι η πιο ασφαλής και ενημερωμένη.

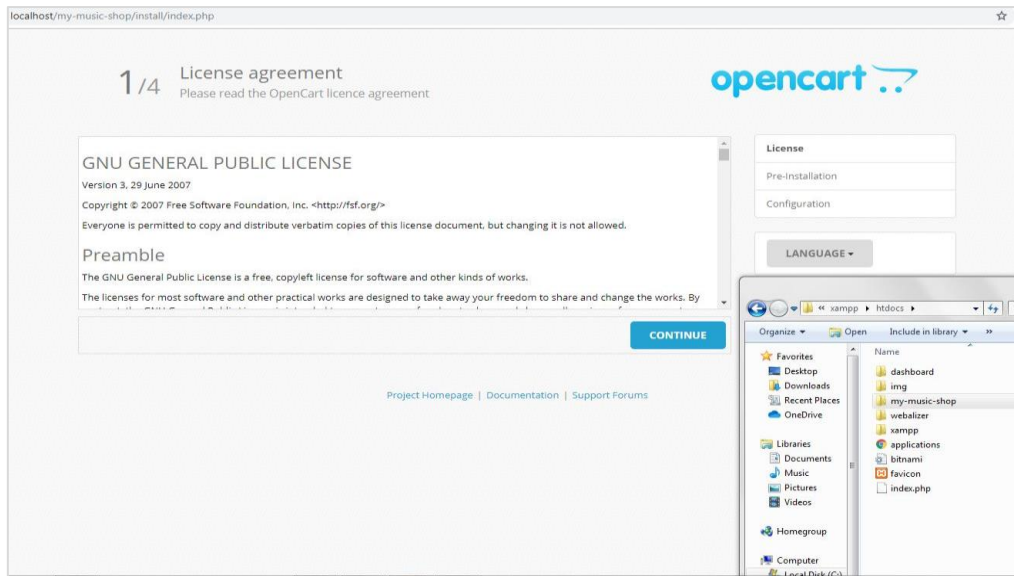
Στην συνέχεια ακολουθεί η αποσυμπίεση του αρχείου, που κατέβηκε, με το πρόγραμμα WinRAR. Τα αρχεία του φακέλου «upload» χρειάζεται να αντιγραφούν και έπειτα να γίνει η επικόλλησή τους σε ένα νέο φάκελο, my-music-shop στην παρούσα εργασία. Η επικόλληση του my-music-shop που δημιουργήθηκε πραγματοποιήθηκε στον υποφάκελο htdocs του φακέλου εγκατάστασης XAMPP.



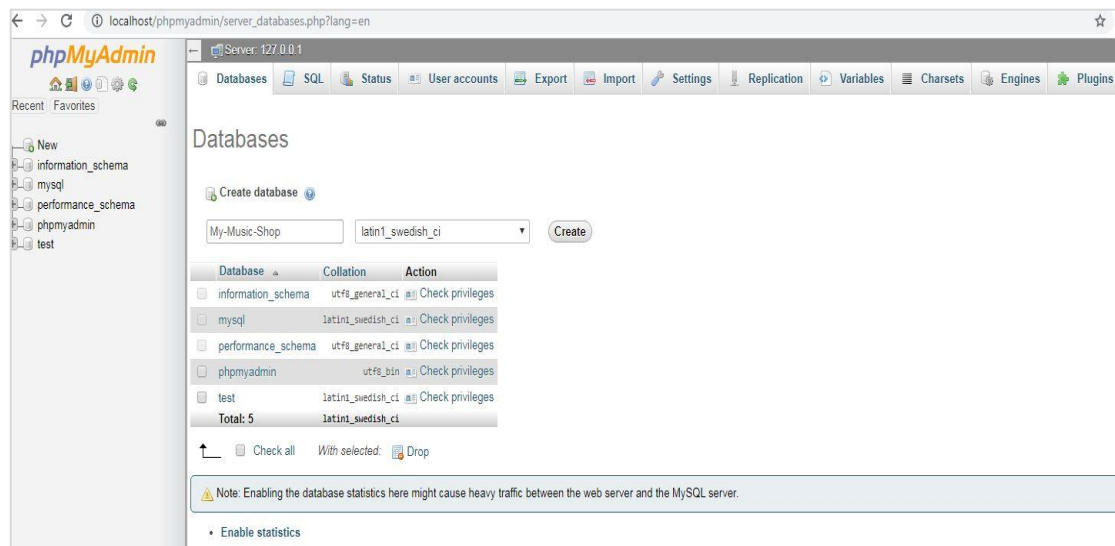
Εικόνα 5.4: Αντιγραφή του φακέλου upload από τον φάκελο του OpenCart και επικόλληση σε νέο φάκελο στον υποφάκελο htdocs του XAMPP.

Αφού έγιναν αυτές οι κινήσεις, επόμενο βήμα είναι η δημιουργία της βάσης δεδομένων στην οποία θα αποθηκευτούν οι πίνακες του OpenCart, αυτό επιτυγχάνεται από τον phpMyAdmin που βρίσκεται στο XAMPP.

Για να δημιουργηθεί η βάση δεδομένων, αρχικά κατευθυνόμαστε στο localhost/phpmyadmin στον browser, επόμενη κίνηση είναι το πάτημα του link «Βάσεις Δεδομένων». Εκεί δημιουργήθηκε η βάση δεδομένων, με όνομα my-music-shop, πατώντας στο κουμπί «Δημιουργία», το οποίο όνομα της βάσης, χρήσιμο είναι να έχει αποφασιστεί πριν την εγκατάσταση το OpenCart, όπως και το όνομα του χρήστη και τον κωδικό.

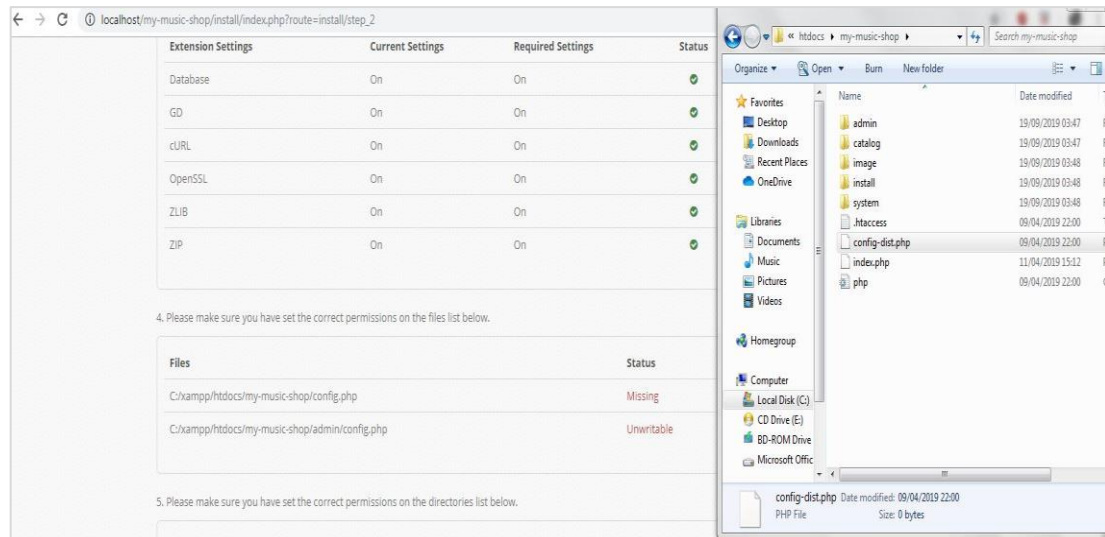


Εικόνα 5.5: Μετανομασία του φακέλου upload, σε my-music-shop.

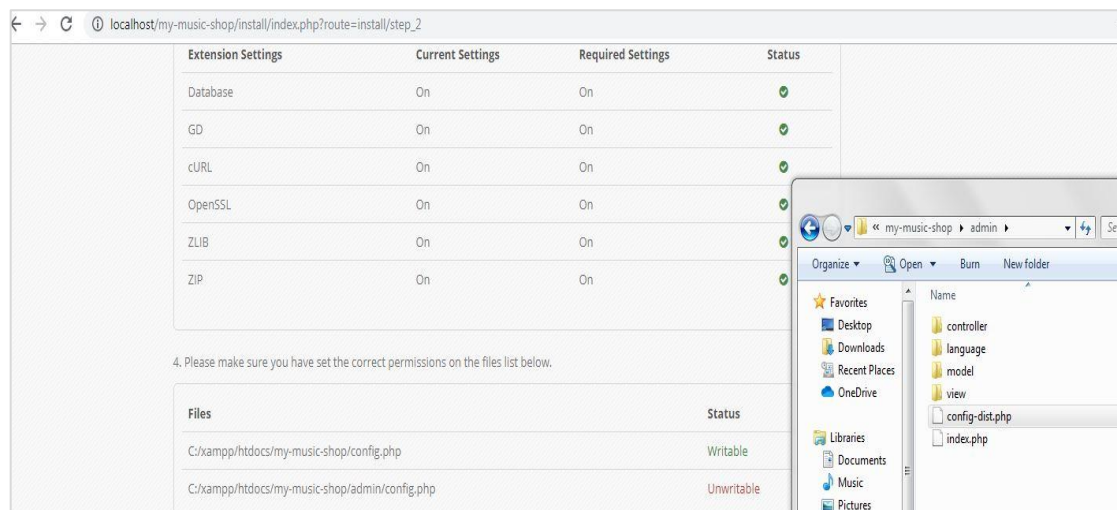


Εικόνα 5.6: Δημιουργία της βάσης δεδομένων.

Σε επόμενο βήμα, πριν ακολουθήσει η εγκατάσταση του OpenCart, θα πρέπει να μετανομαστεί το αρχείο «config-dist.php» σε «config.php» που υπάρχει στον κεντρικό φάκελο εγκατάστασης και το αρχείο «config-dist.php» σε «config.php» που βρίσκεται στον υποφάκελο «admin». Αφού πραγματοποιήθηκαν αυτές οι ενέργειες, κάνοντας κλικ στο πλαίσιο «I agree to the licence» και πατώντας το κουμπί «continue», ακολουθούν τα επόμενα βήματα.



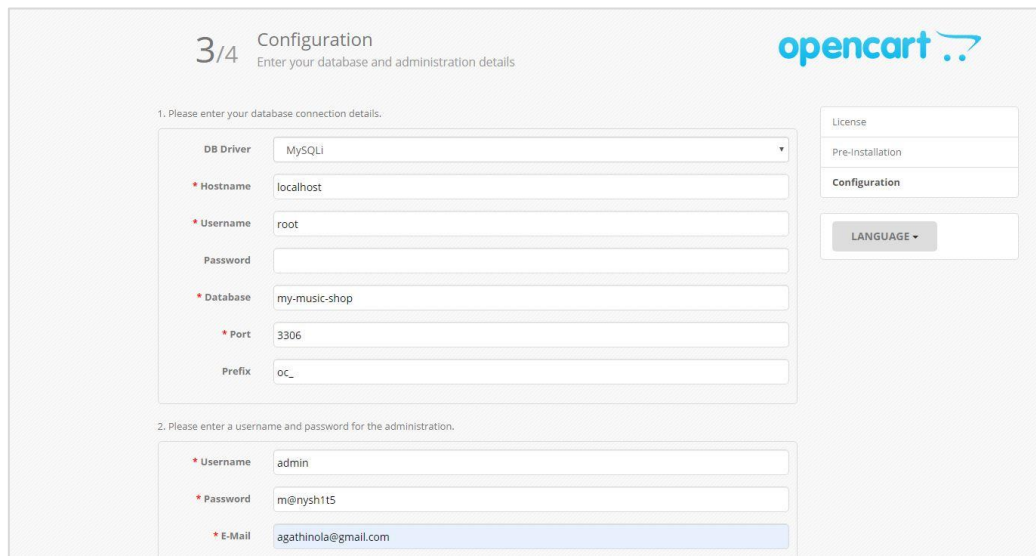
Εικόνα 5.7: Μετανομασία του αρχείου “config-dist.php” σε “config.php”.



Εικόνα 5.8: Μετανομασία του αρχείου “config-dist.php” σε “config.php” το οποίο βρίσκεται στον φάκελο admin.

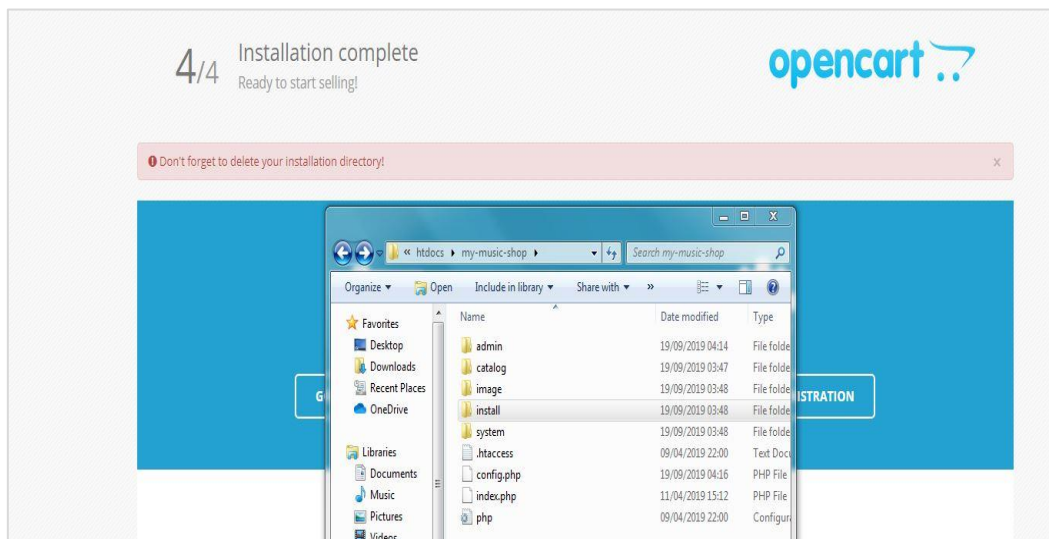
Στη δεύτερη σελίδα παρατηρούνται όλα αυτά που πρέπει να υπάρχουν σε έναν server ώστε το OpenCart να λειτουργεί σωστά. Όλα αυτά είναι προαπαιτούμενα. Εάν κάτι δεν λειτουργεί τότε η εγκατάσταση και συνεπώς η λειτουργία του OpenCart δεν θα είναι η σωστή. Αφού όλα είναι σωστά, η συνέχεια γίνεται με το πάτημα στο κουμπί «continue». Στο τρίτο βήμα της εγκατάστασης του OpenCart θα πρέπει να συμπληρωθούν τα πεδία της φόρμας που ζητούνται. Αυτά που είναι χρήσιμα είναι, Όνομα Βάσης Δεδομένων, Όνομα χρήστη βάσης δεδομένων και Κωδικός χρήστη βάσης δεδομένων. Στη συνέχεια αυτό που γίνεται είναι η δήλωση των username και

password για τον διαχειριστή του συστήματος. Όταν οριστούν όλα τα παραπάνω ακολουθεί το τελευταίο στάδιο της εγκατάστασης.



Εικόνα 5.9: Δήλωση στοιχείων του διαχειριστή.

Τέλος, με το πάτημα του «continue» τελειώνει η διαδικασία εγκατάστασης, αφού φυσικά διαγραφεί και ο φάκελος της εγκατάστασης «install» για λόγους ασφάλειας.



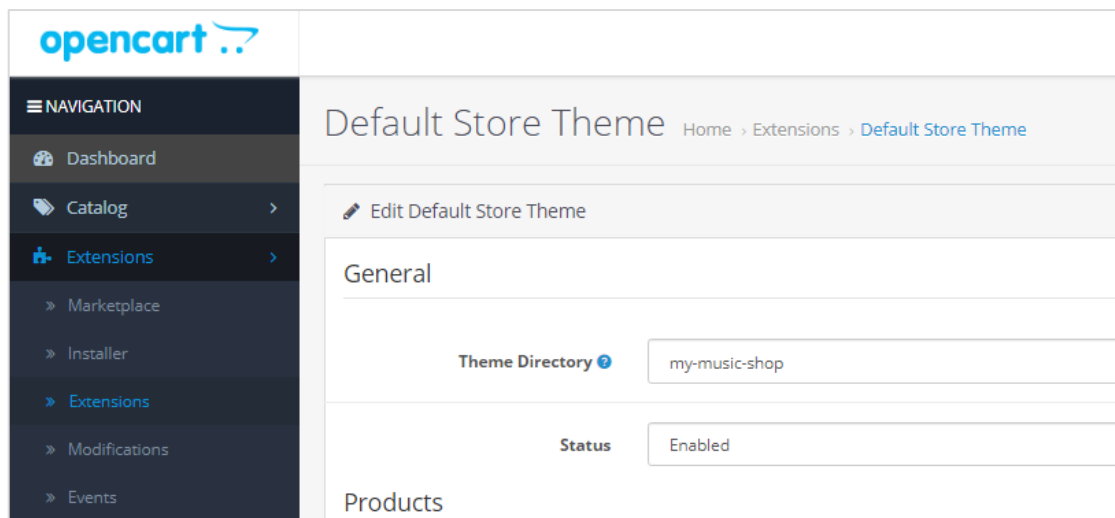
Εικόνα 5.10: Διαγραφή του φακέλου install.

Αφού πραγματοποιήθηκε η εγκατάσταση του OpenCart, μέσω browser θα γίνει η πλοήγηση στο ηλεκτρονικό κατάστημα, από το url <http://localhost/my-music-shop/>.

Ενώ η είσοδος στο διαχειριστικό περιβάλλον, για να γίνουν οι απαραίτητες τροποποιήσεις, θα είναι μέσω του url <http://localhost/my-music-shop/admin>.

Για το ανέβασμα των αρχείων εγκατάστασης, έπειτα από την αντιγραφή-επικόλληση του Upload φακέλου από τον φάκελο του OpenCart, στο htdocs του φακέλου Xampp που μετονομάστηκε my-music-shop, τα επόμενα βήματα που ακολούθησαν είναι τα εξής:

- Στον φάκελο `admin/controller/extension/theme`, έγινε αντιγραφή του αρχείου `default.php`, μετά η επικόλληση και έπειτα μετονομάστηκε my-music-shop. Στην συνέχεια ανοίγοντας το αρχείο `default.php`, από τον φάκελο my-music-shop, με τον επεξεργαστή κειμένου notepad++, αντικαταστάθηκε η λέξη `default` με την my-music-shop.
- Στον φάκελο `admin/language/en_gb/extension/theme`, έγινε αντιγραφή του αρχείου `default.php`, μετά η επικόλληση και έπειτα μετονομάστηκε my-music-shop. Στην συνέχεια ανοίγοντας το αρχείο `default.php`, από τον φάκελο my-music-shop, με τον επεξεργαστή κειμένου notepad++, αντικαταστάθηκε η λέξη `default` με την my-music-shop.
- Στον φάκελο `admin/view/template/extension/theme` έγινε αντιγραφή του αρχείου `default.twig`, μετά η επικόλληση και έπειτα μετονομάστηκε my-music-shop. Στην συνέχεια ανοίγοντας το αρχείο `default.twig`, από τον φάκελο my-music-shop, με τον επεξεργαστή κειμένου notepad++, αντικαταστάθηκε η λέξη `default` με την my-music-shop.
- Στον φάκελο `catalog/view/theme` έγινε η αντιγραφή του `default` φακέλου, μετά η επικόλληση του και η μετονομασία σε my-music-shop.
- Στον φάκελο `catalog/view/theme/my-music-shop/template/common` στο αρχείο `header.twig` γίνεται αντικατάσταση της λέξης `default` με την my-music-shop.
- Στον φάκελο `catalog/view/theme/my-music-shop/image` έγινε αντιγραφή της φωτογραφίας `default.png`, έπειτα η επικόλληση και τέλος η μετονομασία της σε my-music-shop.



Εικόνα 5.11: Δήλωση του θέματος, το οποίο είχα ονομάσει στα προηγούμενα βήματα *my-music-shop*.

Στην επιλογή System/Settings τροποποιούνται οι απαραίτητες κινήσεις για τα στοιχεία του καταστήματός. [45], [49]

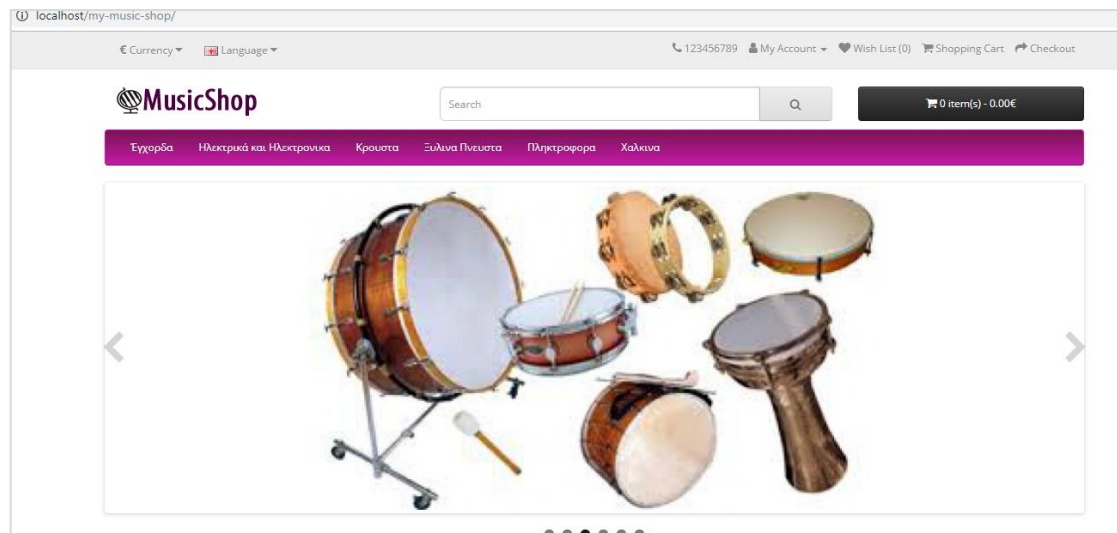
Επιπλέον αλλαγές έγιναν στα χρώματα, αντικαταστάθηκε το μπλέ χρώμα του θέματος με χρώμα προσωπικής επιλογής. Η αλλαγή αυτή έγινε στον φάκελο `catalog/view/theme/my-music-shop/stylesheet` στο αρχείο `stylesheet.css`.

```

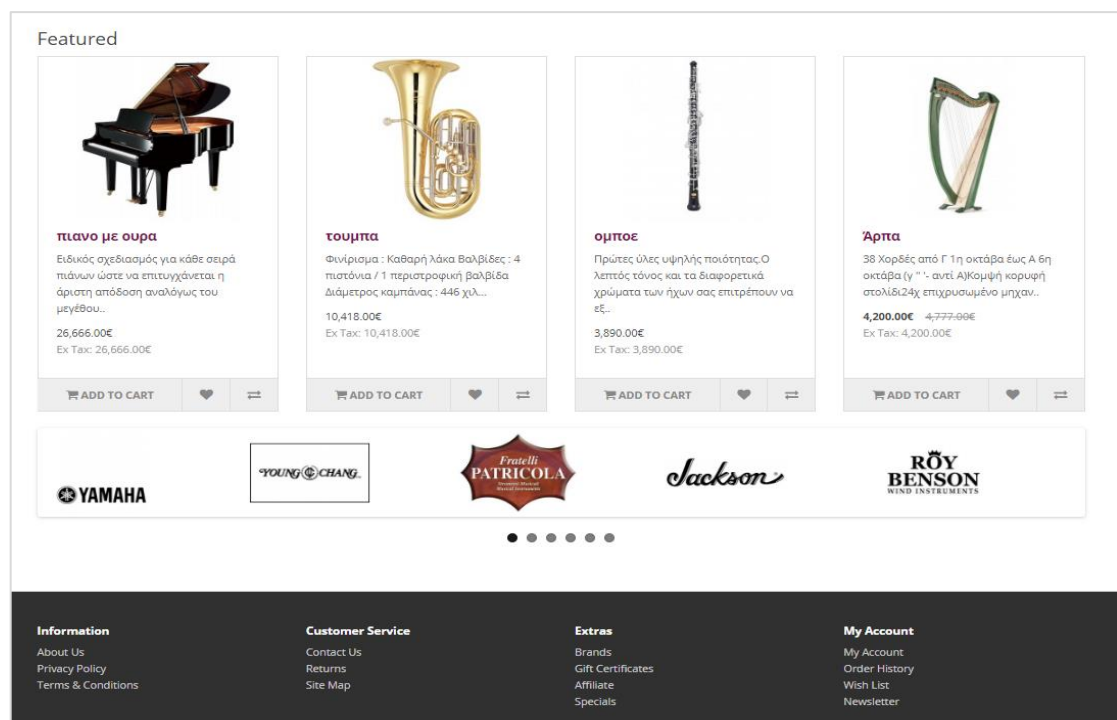
}
#top #form-currency .currency-select:hover,
#top #form-language .language-select:hover {
    text-shadow: none;
    color: #FFFFFF;
    background-color: #7d4878;
    background-image: linear-gradient(to bottom, #7a1455, #c41ba5);
    background-repeat: repeat-x;
}

```

Εικόνα 5.12: Αλλαγή χρώματος..



Εικόνα 5.13: Αρχική σελίδα, menu-bar, slideshow.



Εικόνα 5.14: Αρχική σελίδα, featured, amplitude banner, footer.

Edit Product

General

Data

Links

Attribute

Option

Recurring

Discount

Special

Image

Reward Points

SEO

Design

Manufacturer

Adams

Categories

Categories

Εργασια

Filters

Filters

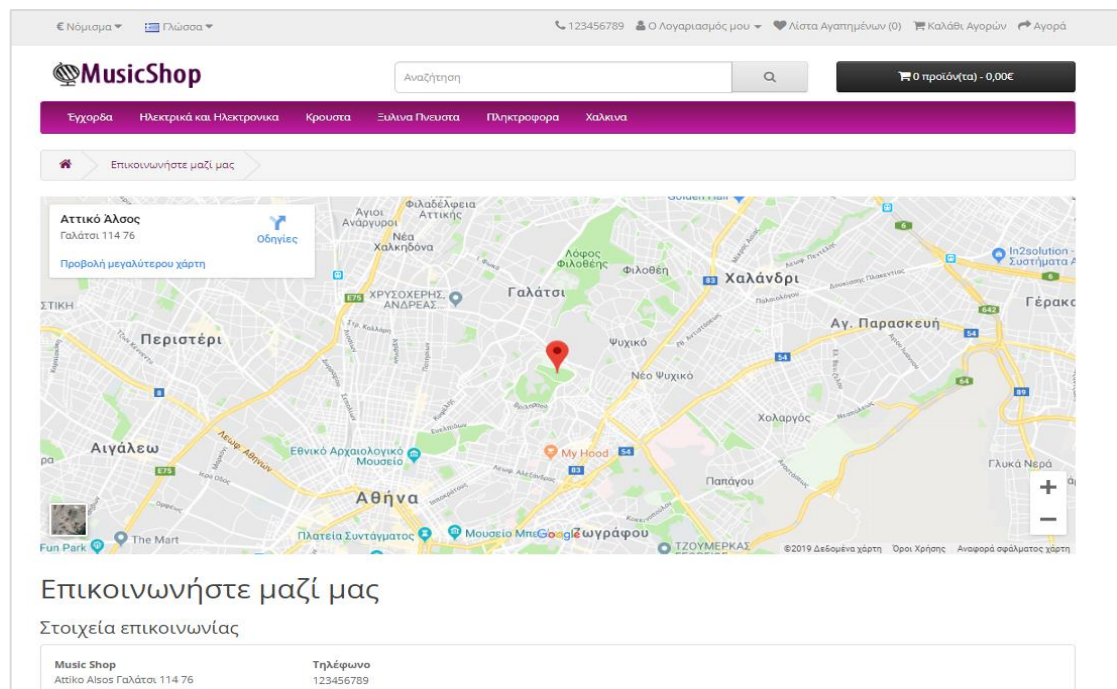
Stores

Default

Εικόνα 5.15: Δήλωση μάρκας και κατηγορίας του οργάνου.

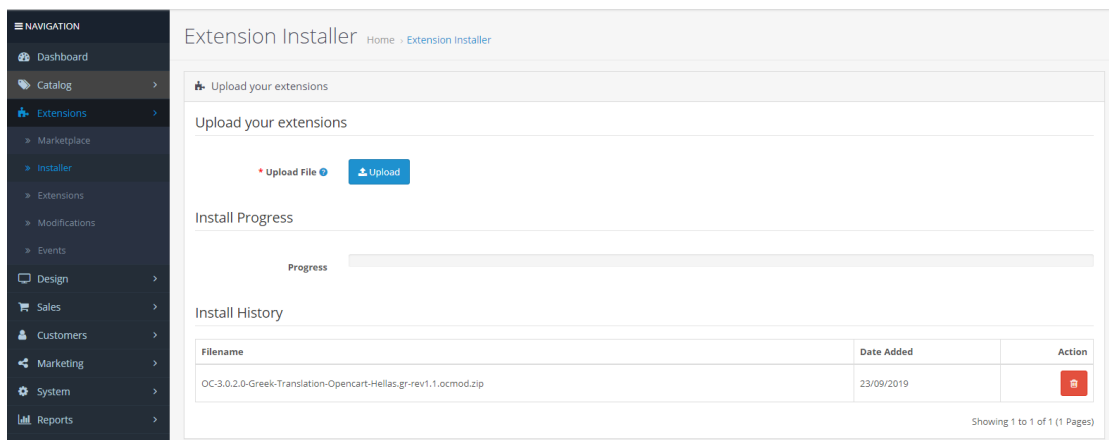
Product List							
	Image	Product Name ^	Model	Price	Quantity	Status	Action
☐		Άλτο Σαξόφωνο	p26	899,00€	65	Enabled	
☐		Αρμόνιο	p13	239,00€	63	Enabled	
☐		Άρπα	p7	4,777.00€ 4,200.00€	10	Enabled	
☐		Αυλός	p4	42,00€	14	Enabled	
☐		Βιολί	p11	61,00€	58	Enabled	
☐		Γαλλικό Κόρνο	p24	275,00€	28	Enabled	
☐		Γκάντα Σκωτίας	p23	1,476,00€	17	Enabled	
☐		Ηλεκτρική Κιθάρα	p10	155,00€	104	Enabled	
☐		Ηλεκτρικό Βιολί	p8	249,00€	35	Enabled	
☐		Ηλεκτρικό Μπάσο	p9	133,00€	90	Enabled	
☐		Κορνέτα	p15	1,539,00€	11	Enabled	

Εικόνα 5.16: Προϊόντα.



Εικόνα 5.17: Ενσωμάτωση Google Maps στο πεδίο contact us.

Όπως φαίνεται στην φωτογραφία έγινε εγκατάσταση και της Ελληνικής γλώσσας.



Εικόνα 5.18: Εγκατάσταση της Ελληνικής γλώσσας.



αρμόνιο

Brand: Kurzweil
Product Code: p13
Availability: In Stock

239.00€

Ex Tax: 239.00€

Qty

Add to Cart

☆☆☆☆ 0 reviews / Write a review

Like 0 Tweet Share

Description Reviews (0)

Αρμόνιο με 61 δυναμικά πλήκτρα, 633 ήχοι, 220 ρυθμοί με αυτόματα σκομπαναρισμένα, λειτουργία με προφοδικό ή με μπαταρίες, κλαβιέ με 3 επίπεδα ευαισθησίας, 128 νότες πολυφωνία, pitch bend, οθόνη υγρών κρυστάλλων πολλαπλών ενδείξεων, λειτουργία split layer. Διαθέτει ενσωματωμένο sequencer με 1 κανάλι εγγραφής, ψηφιακά εφέ (EQ, reverb&chorus), 2 ηχεία 3W, Audio και MIC εισόδους, έξοδο ακουστικών και έξοδο για σύνδεση με εξωτερικό σύστημα ενίσχυσης και θύρα USB to MIDI. Περιλαμβάνονται στη συσκευασία το προφοδικό και το αναλόγιο. Χρόμι μαύρο. Βάρος: 5Kg. Κατασκευαστής: KURZWEIL. Κατηγορία: ΑΡΜΟΝΙΑ. Εφαρμογή/Χρήση: ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΑΡΜΟΝΙΑ Μονάδα Μέτρησης: TEM.Μήνες: Εγγύηση: 12 Μic Input: Yes Pitchbend: Wheel Recorder/Sequencer: Yes Depth (cm): 36.0 Height (cm): 13.3 Vocal Processor: No Βάρος (Kg): 5.0 Headphone output: Yes Polyphony: 128 Voices Aftertouch: No Optical: No Power Supply type: External Pack MP3 Player: No Usb to Midi: Yes Velocity: Yes Speakers (y/n): Yes Video Out: No Number of Keys: 61 Ποιότητα Παραγωγής: 1 Greek Style Sounds: No Keyboard Type: Soft Sampler: No Line input: Yes Effects Processor: Yes Midi: No Κατάλογος: Μουσικά Line out: 2 Display: Yes Width (cm): 95.6

SOLO ARMONIO 2015

Προσθήκη βίντεο

Καταγραφή



Εικόνα 5.19: Προσθήκη ενός βίντεο με το μουσικό όργανο..

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Οι γρήγορες και επιταχυνόμενες εξελίξεις στον χώρο της τεχνολογίας δημιουργούν νέους ορίζοντες πληροφορίας. Η αλματώδης ανάπτυξη του Διαδικτύου έχει συμβάλει διαδραστικό ρόλο στην καθημερινότητά μας, στις έρευνες όπως και στις επιχειρήσεις. Το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι ηλεκτρονικές αγορές έχουν δημιουργήσει άλλο πλαίσιο στις συναλλαγές. Οφείλουμε να παρατηρήσουμε και να αποδεχτούμε πως υπάρχουν οφέλη τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τις επιχειρήσεις, με διαφορετικό τρόπο ωστόσο. Έχουμε μεταβεί ταχύτατα από τον αναλογικό κόσμο στον ψηφιακό αφού καθημερινά καταναλώνουμε ψηφιακό περιεχόμενο και αυτό παρατηρείται έντονα στον επιχειρησιακό κλάδο. Πολλές εταιρίες που έχουν αλλάξει στρατηγική από την παραδοσιακή διαφήμιση, ακολουθούν νέες μορφές διαφήμισης. Το Διαδικτυακό μάρκετινγκ, το οποίο προσφέρει ένα μεγάλο φάσμα δυνατοτήτων, έχει προσφέρει σημαντικά αποτελέσματα. Προβολή προϊόντων γίνεται μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ιστοσελίδων καθώς και των ηλεκτρονικών καταστημάτων όπου πραγματοποιούνται οι αγορές. Ένας τρόπος για την εύκολη κατασκευή και διαχείριση των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι με την χρήση των Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου. Υπάρχουν πολλά CMS ανοιχτού κώδικα αλλά προκύπτει το ζήτημα της εξερεύνησης ενός εύκολου και λειτουργικού CMS το οποίο να μπορεί να χρησιμοποιηθεί ευρέως και από τους χρήστες που δεν είναι εξειδικευμένοι με τον προγραμματισμό, αλλά και από εταιρίες που θα έχουν μεγαλύτερο όγκο προϊόντων και το κατάλληλο δυναμικό για υποστήριξη, όπως συμβαίνει στα καταστήματα που είναι βασισμένα σε Magento. Υπάρχουν περιπτώσεις που κάποια CMS χρησιμοποιούνται ως ιστότοποι, όπως το Joomla, το Drupal και το Wordpress που για να λειτουργήσουν σαν ηλεκτρονικά καταστήματα θα πρέπει να παραμετροποιηθούν κάποια επιπλέον plugins. Σε αντίθεση με το Magento και το OpenCart που είναι και αυτά Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου ανοιχτού κώδικα, αλλά δεν χρειάζονται τέτοιες επεκτάσεις. Παρ'όλα αυτά το Magento με το OpenCart έχουν κάποιες ουσιαστικές διαφορές, και βρίσκεται στην πολυπλοκότητα του περιεχομένου του Magento σε σύγκριση με το OpenCart που είναι από τα πιο ευέλικτα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου. Σημαντικό είναι το γεγονός πως όλα τα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι

δωρέαν για την εγκατάσταση τους , γραμμένα σε PHP και έχουν ως βάση δεδομένων την MySQL.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1]. Κατσουλάκος, Γ. (2001). Νέα οικονομία, Διαδίκτυο και ηλεκτρονικό εμπόριο. Αθήνα: Κέρκυρα.
- [2]. <https://medium.com> Διαθέσιμο στο link: «<https://medium.com/@johndkenny/the-history-of-online-shopping-d6ef35ab80d9>», 19 Apr 2018
- [3]. <https://purple.ai> Διαθέσιμο στο link: «<https://purple.ai/blogs/the-history-of-online-shopping/>», 18 Feb 2015
- [4]. <https://toughnickel.com/> Διαθέσιμο στο link: «<https://toughnickel.com/frugal-living/Online-shopping-sites-benefits>», 31 Oct 2018
- [5]. <https://www.quora.com/> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.quora.com/What-are-the-advantages-and-disadvantages-of-shopping-online-and-shopping-stores>», 2018
- [6]. <https://accountlearning.com> Διαθέσιμο στο link: «<https://accountlearning.com/advantages-disadvantages-online-shopping/>
- [7]. <https://www.tutorialspoint.com/> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.tutorialspoint.com/what-are-the-advantages-and-disadvantages-of-online-shopping>», 3 Jan 2019
- [8]. <https://www.thebalance.com/> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.thebalance.com/the-pros-and-cons-of-online-shopping-939775>», 5Aug 2019
- [9]. <https://lithosdigital.gr> Διαθέσιμο στο link: «<https://lithosdigital.gr/giati-to-digital-marketing-einai-toso-simantiko/>», 27 Jul 2019
- [10]. <https://digitalup.gr/> Διαθέσιμο στο link: «<https://digitalup.gr/5-sin-1-logoi-pou-to-digital-marketing-einai-simantiko-gia-kathe-epixeirisi/>», 26 Feb 2018
- [11]. I. Paliokas, S. Sylaiou, N. Katertsidis, O. Tsakai, A. Tzallas, N. Giannakeas, M. Tsipouras, K. Votis, V. Nomikos, "OneAppy: An Interactive Platform Providing Novel Marketing Channels and Promoting Product and Services to the

Tourism Industry", Strategic Innovative Marketing and Tourism, Springer, 559-568, 2019.

- [12]. <https://en.wikipedia.org/> Διαθέσιμο στο link:
«https://en.wikipedia.org/wiki/Web_server», Mar 2009
- [13]. <https://www.hostinger.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.hostinger.com/tutorials/what-is-apache>», 18 Jan 2019
- [14]. <https://httpd.apache.org/> Διαθέσιμο στο link: «<https://httpd.apache.org/>»
- [15]. <https://www.website.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.website.com/beginnerguidedomainnames/8/1/What-is-a-domain-name?.ws>»
- [16]. <https://www.webhostingsecretrevealed.net/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.webhostingsecretrevealed.net/blog/web-hosting-guides/what-is-the-difference-between-a-domain-and-web-hosting/>», 2 Jul 2019
- [17]. <https://www.website.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.website.com/beginnerguidewebhosting/6/1/what-is-web-hosting?.ws>»
- [18]. <https://dnhost.gr/> Διαθέσιμο στο link: «<https://dnhost.gr/ssl-certificates/what-is-ssl>»
- [19]. <https://www.hiremycode.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.hiremycode.com/blog/giati-xreiazeste-ssl/>»
- [20]. <https://www.php.net> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.php.net/>»
- [21]. <https://www.w3schools.com/> Διαθέσιμο στο link:
«https://www.w3schools.com/php/php_mysql_intro.asp»
- [22]. <https://www.mysql.com> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.mysql.com/>»
- [23]. <https://en.wikipedia.org/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://en.wikipedia.org/wiki/MySQL>»
- [24]. <https://www.phpmyadmin.net> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.phpmyadmin.net/>»

- [25]. <https://en.wikipedia.org/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://en.wikipedia.org/wiki/PhpMyAdmin>»
- [26]. <https://techterms.com/> Διαθέσιμο στο link:
«https://techterms.com/definition/markup_language», 1 Jun 2011
- [27]. <https://www.lifewire.com> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.lifewire.com/what-are-markup-languages-3468655>», 14 Aug 2019
- [28]. <https://www.hiremycode.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.hiremycode.com/blog/html5/>»
- [29]. <https://www.w3.org/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.w3.org/standards/webdesign/htmlcss>»
- [30]. <https://developer.mozilla.org/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS>»
- [31]. <http://www.corelangs.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<http://www.corelangs.com/css/basics/versions.html>»
- [32]. <https://notepad-plus-plus.org/> Διαθέσιμο στο link: «<https://notepad-plus-plus.org/>»
- [33]. <https://www.ip.gr/> Διαθέσιμο στο link: «https://www.ip.gr/el/dictionary/390-CMS_Content_Management_System»
- [34]. <https://www.orismos.gr> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.orismos.gr/el/%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CE%AE-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CF%89%CE%BD/%CF%83%CF%8D%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7%CF%82-cms>»
- [35]. <http://www.kepa.gov.cy/> Διαθέσιμο στο link:
«<http://www.kepa.gov.cy/diktiothite/Portal/PortalDocuments.aspx?DocumentId=a5d27b95-5b46-4a56-a535-0c2324141d42>»

- [36]. <https://www.proteasoft.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.proteasoft.com/el/istologio/pleonektimata-enos-cms-anoixtoy-kodika>»
- [37]. <https://www.imarketing.gr/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.imarketing.gr/open-source-cms.php>»
- [38]. <https://www.webmasterslife.gr/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.webmasterslife.gr/joomla-cms/55-%CE%A4%CE%B9-%20%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-joomla.htm>»
- [39]. <https://virtuemart.net/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://virtuemart.net/features/what-is-virtuemart>», 23 Apr 2008
- [40]. <https://www.easycomtech.gr/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.easycomtech.gr/magento-wordpress-kataskevi-eshop/>»
- [41]. <https://www.devio.gr/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.devio.gr/el/blog/%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CE%AE-eshop-woocommerce-vs-magento>», 28 Jun 2018
- [42]. <https://www.netstudio.gr/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.netstudio.gr/blog/7-logoi-gia-na-epimeinete-sto-drupal>», 20 May 2013
- [43]. <https://www.drupal.org/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.drupal.org/project/ubercart>», 23 Feb 2018
- [44]. <https://www.merchantmaverick.com/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.merchantmaverick.com/reviews/magento-review/>», 13 Dec 2018
- [45]. <https://forum.opencart.com/> Διαθέσιμο στο σύνδεσμο:
«<https://forum.opencart.com/viewtopic.php?t=4901>» 3 Nov 2006
- [46]. <https://www.opencart.com.gr/> Διαθέσιμο στο link:
«<https://www.opencart.com.gr/genika/giati-eshop-opencart/>», 7 Mar 2018

- [47]. <https://www.quora.com/> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.quora.com/What-are-the-reasons-to-choose-opencart>», 2016
- [48]. <https://www.baymediasoft.com/> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.baymediasoft.com/blog/e-commerce/top-9-reasons-to-choose-opencart-for-your-ecommerce-website>», 15 Dec 2018
- [49]. <http://docs.opencart.com/> Διαθέσιμο στο link: «<http://docs.opencart.com/en-gb/introduction/>»
- [50]. <https://sourceforge.net/> Διαθέσιμο στο link: «<https://sourceforge.net/projects/xampp/>», 3 Sep 2019
- [51]. <https://en.wikipedia.org/> Διαθέσιμο στο link: «<https://en.wikipedia.org/wiki/XAMPP>»
- [52]. <https://www.apachefriends.org/> Διαθέσιμο στο link: «<https://www.apachefriends.org/index.html>»