

ΑΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΤΗΛΕΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**



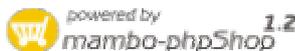
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: " ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΑΝΟΙΚΤΟΥ
ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ "**

ΣΤΑΥΡΟΣ ΜΠΛΗΣ

ΑΜ 3620

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: κ. ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΣΤΕΡΓΙΟΥ



ΑΡΤΑ 2005

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θέλω να ευχαριστήσω προσωπικά τον κ. Ηλία Αντωνόπουλο αλλά και όλη την Ελληνική Ομάδα Μετάφρασης του Mambo για την άδεια που μου χορήγησαν (έπειτα από επικοινωνία μου μαζί τους με email), ώστε να χρησιμοποιήσω το υλικό που βρίσκεται στον ιστότοπό τους για τις ανάγκες της πτυχιακής μου εργασίας (και όχι για εμπορικό σκοπό.)

Επίσης, σημαντική ήταν και η βοήθεια από το πιο ενημερωμένο βιβλίο για το Mambo CMS στην Ελλάδα μέχρι στιγμής, το "**Ανακαλύψτε το Mambo CMS**" του κ. Ηλία Αντωνόπουλου, Εκδόσεις Altermarket, το οποίο και προτείνω σε όποιον επιθυμεί να ασχοληθεί με το συγκεκριμένο λογισμικό.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω τον κ. Ελευθέριο Στεργίου που ανέλαβε την επίβλεψη της πτυχιακής μου εργασίας και γενικά, όλους όσους στάθηκαν αρωγοί σ' αυτή την προσπάθειά μου είτε από τα σχετικά με το mambo forums είτε με άλλο τρόπο.

Σταύρος Αν. Μπίλης

stavrosbillis@yahoo.gr

Τμήμα Τηλεπληροφορικής & Διοίκησης,
Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας,
ΑΤΕΙ Ηπείρου, Άρτα

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση ή η αναπαραγωγή, ολική, μερική ή περιληπτική ή η απόδοση κατά παράφραση ή διασκευή του περιεχομένου της πτυχιακής εργασίας με οποιονδήποτε τρόπο, μηχανικό, ηλεκτρονικό, φωτοτυπικό, ηχογράφησης ή άλλο, ή η προβολή του στο διαδίκτυο (internet) με σκοπό εμπορικό, χωρίς προηγούμενη άδεια του συγγραφέα. Κανόνες Διεθνούς Δικαίου αλλά και νόμοι που ισχύουν στην Ελλάδα περί πνευματικής ιδιοκτησίας.

Copyright 2005 © Stavros Billis – www.stavrosbillis.4t.com – stavrosbillis@yahoo.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες.....	σελ. 2
Εισαγωγή.....	σελ. 5
Κεφάλαιο Πρώτο: Απαιτήσεις Ηλεκτρονικού Καταστήματος.....	σελ. 7
Είναι ασφαλές το ηλεκτρονικό εμπόριο;.....	σελ. 7
Γιατί να φτιάξω ένα web site ή ένα ηλεκτρονικό κατάστημα;.....	σελ. 7
Ηλεκτρονικό κατάστημα: Από ποιά στοιχεία αποτελείται ένα καλό και επιτυχημένο e-shop;.....	σελ. 8
Τα απαραίτητα βήματα –απαιτήσεις για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος - Μέρος 1 ^ο	σελ. 9
Τα απαραίτητα βήματα –απαιτήσεις για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος - Μέρος 2 ^ο	σελ. 16
Τα απαραίτητα βήματα –απαιτήσεις για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος - Μέρος 3 ^ο	σελ. 23
Κεφάλαιο Δεύτερο: Πρόταση Ηλεκτρονικού Καταστήματος.....	σελ. 31
A. Σχετικά με τη διανομή ΧΑΜΡΡ.....	σελ. 31
B. CMS – Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.....	σελ. 34
Γ. Τι είναι το Mambo.....	σελ. 38
Δ. Σχετικά με το phpShop.....	σελ. 44
Κεφάλαιο Τρίτο: Πλεονεκτήματα Ανοικτού Λογισμικού.....	σελ. 47
A. Εισαγωγικά για το Open Source και το Free Software.....	σελ. 47
B. Τα πλεονεκτήματα του Open Source.....	σελ. 49
Γ. Τα μειονεκτήματα του Open Source.....	σελ. 50
Δ. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ΕΛ/ΛΑΚ όπως καταγράφονται στο Opensource.gr.....	σελ. 51
E. Λόγοι για να προτιμηθεί το Open source σε επιχειρήσεις.....	σελ. 51
ΣΤ. Συμπεράσματα.....	σελ. 52

Κεφάλαιο Τέταρτο: Εγκατάσταση και ρυθμίσεις λογισμικού.....	σελ.53
Κεφάλαιο Πέμπτο: Εναλλακτικές λύσεις.....	σελ.100
Πίνακες σύγκρισης εναλλακτικών λύσεων CMS.....	σελ.101
Πίνακας 5.1 – Απαιτήσεις συστήματος.....	σελ.101
Πίνακας 5.2 – Ευκολία χρήσης.....	σελ.101
Πίνακας 5.3 – Διαχείριση.....	σελ.102
Πίνακας 5.4 – Υποστήριξη.....	σελ.102
Πίνακας 5.5 – Ευελιξία.....	σελ.103
Πίνακας 5.6 – Ενσωματωμένες Εφαρμογές.....	σελ.103
Πίνακας 5.7 – Απόδοση.....	σελ. 104
Πίνακας 5.8 – Ασφάλεια.....	σελ. 104
Πίνακας 5.9 – Διαλειτουργικότητα.....	σελ. 105
Πίνακας 5.10 – Εμπόριο.....	σελ. 105
Κεφάλαιο Έκτο: Το μέλλον των ηλεκτρονικών καταστημάτων.....	σελ. 106
A. " Εκρηξη " του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, περιμένουν οι αναλυτές.....	σελ. 106
B. Εκτιμήσεις διαφόρων αναλυτών.....	σελ. 107
Γ. Το μέλλον των Ηλεκτρονικών καταστημάτων, στατιστικά στοιχεία και προβλεψεις αναλυτών 5 χρόνια πριν.....	σελ. 110
Επίλογος.....	σελ. 114
Βιβλιογραφία:.....	σελ.115
Παράρτημα:	σελ. 116
A. Ποια είναι η άδεια χρήσης του Mambo.....	σελ. 116
B. Γλωσσάρι Όρων.....	σελ. 121
Γ. Εγκατάσταση του Mambo σε Web Server.....	σελ. 123
Δ. Εγκατάσταση του Mambo σε Σχολικό Δίκτυο.....	σελ. 123
E. Websites που έχουν φτιαχτεί από Έλληνες με το Mambo CMS.....	σελ. 133
ΣΤ. Websites που έχουν φτιαχτεί από Ελληνικές εταιρείες με το Mambo CMS.....	σελ. 133
Z.Επίσημος Ιστότοπος Μεταφράσεων- Ελληνική Ομάδα Μετάφρασης Mambo CMS.....	σελ. 133

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ακόμα και σήμερα, ο "τυπικός" Έλληνας μικρομεσαίος επιχειρηματίας βρίσκεται σε κατάσταση σύγχυσης όσον αφορά την εικόνα που έχει στο μυαλό του για όρους όπως "ηλεκτρονικό εμπόριο" και "νέες τεχνολογίες". Παράγοντες όπως η οικονομική ύφεση, οι αβέβαιες παγκόσμιες οικονομικές εξελίξεις, ο βομβαρδισμός του από την τεχνολογική επανάσταση, η όξυνση του ανταγωνισμού, διαμορφώνουν δυσνόητες συνθήκες, οι οποίες αφήνουν λιγιστά περιθώρια για εκτίμηση των μελλοντικών εξελίξεων και προσαρμογή σε αυτές από τους μικρομεσαίους Έλληνες επιχειρηματίες.

Λέγοντας Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Electronic Commerce) εννοούμε κάθε εμπορική συναλλαγή η οποία εκτελείται αποκλειστικά σε ηλεκτρονικό επίπεδο, δηλαδή με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών που συνδέονται μέσω τηλεφωνικών γραμμών. Για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας συναλλαγής χρησιμοποιούνται πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί και το κατάλληλο λογισμικό που επιτρέπει την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange - EDI) ανάμεσα στις δύο πλευρές (μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών) που εμπλέκονται στη συγκεκριμένη συναλλαγή. Οι μηχανισμοί αυτοί πρέπει να είναι προσεκτικά δομημένοι ώστε να εξασφαλίζεται απόλυτη ασφάλεια στη μεταφορά των δεδομένων, ειδικά αφού το ηλεκτρονικό εμπόριο συμπεριλαμβάνει κατά κανόνα ανταλλαγή προσωπικών στοιχείων τα οποία μπορούν να μεταφραστούν σε ... χρήμα. Έτσι, η συγκεκριμένη μορφή επικοινωνίας πραγματοποιείται μόνο μέσω υπολογιστών, παρακάμπτοντας τον ανθρώπινο παράγοντα για την ελαχιστοποίηση της πιθανότητας λάθους και βέβαια της κακόβουλης χρήσης στοιχείων.

Οι αναλυτές της Jupiter research, προβλέπουν ταχείς ρυθμοί ανάπτυξης για τις online αγορές των Ελλήνων χρηστών του Διαδικτύου, σύμφωνα με την οποία οι δαπάνες για ηλεκτρονικές αγορές θα αυξάνονται ετησίως κατά 42% έως το 2007. Η αναμενόμενη ετήσια αύξηση των δαπανών για online αγορές στην Ελλάδα είναι πολύ υψηλότερη από τον αντίστοιχο μέσο όρο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπου η ανάπτυξη δεν θα ξεπεράσει το 32%. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι εκτός από την Ελλάδα, εντυπωσιακή αύξηση θα παρουσιάσει η Ισπανία και η Πορτογαλία, με ετήσιο ρυθμό 40% και 45% αντίστοιχα. Την ίδια στιγμή, ο αριθμός των χρηστών Internet στην Ελλάδα διαμορφώνεται πάνω 1,4 εκατ.

Η έννοια ηλεκτρονικό εμπόριο είναι συνυφασμένη με τα Online shops, τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι γνωστά για την ταχύτητα και την ευκολία που γίνονται οι αγορές / συναλλαγές, κάτι που τα καθιστά σε υψηλότερη θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών σε σχέση με τα παραδοσιακά καταστήματα. Επίσης, είναι οικονομικότερα αφού μειώνεται σε σημαντικό βαθμό το λειτουργικό κόστος, οι φόροι και άλλα έξοδα του κάθε ιδιοκτήτη.

Αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας είναι η υλοποίηση ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση ανοικτού λογισμικού. Πρόκειται δηλαδή για μια οικονομική πρόταση – λύση, ηλεκτρονικού καταστήματος που μπορεί να χρησιμοποιηθεί είτε από κάποιον ιδιώτη είτε από κάποια εταιρεία / οργανισμό. Η λύση αυτή στηρίζεται εξ ολοκλήρου σε ανοιχτό λογισμικό, λογισμικό δηλαδή που

παρέχεται δωρεάν προς χρήση. Παρ' όλα αυτά, δεν παρέχεται ασφάλεια 100% και πρέπει να δώσουμε μεγάλη προσοχή στον συγκεκριμένο παράγοντα και την αντίστοιχη παραμετροποίηση του λογισμικού.

Στο **πρώτο κεφάλαιο** θα αναφέρουμε τις απαιτήσεις / προϋποθέσεις για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, δηλαδή τα απαραίτητα βήματα και οι ενέργειες που απαιτούνται για να δημιουργήσει κάποιος ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Στη συνέχεια, ακολουθεί η πρόταση του ηλεκτρονικού καταστήματος. Δηλαδή, στο **δεύτερο κεφάλαιο**, θα αναφερθεί το λογισμικό που θα χρησιμοποιηθεί για να "στηθεί" το ηλεκτρονικό κατάστημα. Στο **τρίτο κεφάλαιο**, θα αναφερθούν τα πλεονεκτήματα του ανοικτού λογισμικού, τους λόγους δηλαδή που το προτιμούν πολλοί χρήστες. Η εγκατάσταση και οι ρυθμίσεις / παραμετροποίηση του λογισμικού που αναφέρεται στο δεύτερο κεφάλαιο είναι το θέμα του **τέταρτου κεφαλαίου**. Θα υπάρξει δηλαδή αναλυτική αναφορά της εγκατάστασης, βήμα – βήμα αλλά και οι κατάλληλες ρυθμίσεις (configuration) που απαιτούνται για να έχουμε τα μέγιστα δυνατά αποτελέσματα. Στο **πέμπτο κεφάλαιο** θα γίνει αναφορά και σύγκριση ορισμένων εναλλακτικών λύσεων. Κλείνοντας, το **έκτο κεφάλαιο** αφορά το μέλλον των ηλεκτρονικών καταστημάτων. Επίσης, στο **παράρτημα** υπάρχουν χρήσιμα στοιχεία για όποιον ενδιαφέρεται για περισσότερες λεπτομέρειες για το συγκεκριμένο λογισμικό και επιθυμεί να εντρυφήσει στο θέμα.

Κεφάλαιο Πρώτο

" Απαιτήσεις Ηλεκτρονικού Καταστήματος "

Αρχικά θα απαντήσουμε σε κάποια βασικά ερωτήματα και στη συνέχεια, θ' αναλυθούν τα απαραίτητα βήματα – απαιτήσεις ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.

Είναι ασφαλές το ηλεκτρονικό εμπόριο;

Ο μεγαλύτερος φόβος των χρηστών του Internet που τους εμποδίζει να πραγματοποιήσουν συναλλαγές, είναι τα θέματα ασφαλείας των διαφόρων ηλεκτρονικών καταστημάτων - web site. Αν και κανείς δε μπορεί να εγγυηθεί 100% ασφάλεια από κακόβουλους χάκερ (hacker), σήμερα, η τεχνολογία μας παρέχει τα καλύτερα μέτρα ασφαλείας που υπήρξαν ποτέ. Από τις προτεραιότητες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, είναι η χρήση των πιο σύγχρονων τεχνικών και προδιαγραφών ασφαλείας (κρυπτογράφηση, αυθεντικοποίηση, σαφείς όροι χρήσης site, πολιτικές προστασίας δεδομένων κτλ) ώστε ο επισκέπτης του, να αισθάνεται ασφάλεια κατά την περιήγηση του στις ιστοσελίδες του και την παραγγελία προϊόντων από αυτό.

Γιατί να φτιάξω ένα web site ή ένα ηλεκτρονικό κατάστημα;

- Γιατί ήδη **συνεργάτες και ανταγωνιστές** σου είναι εκεί.
- Για να παρουσιάσεις τον **κατάλογο με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες** σου σε ένα ευρύ κοινό.
- Για να **πουλήσεις προϊόντα σου μέσω internet σε ολόκληρη την Ελλάδα και τον Κόσμο.**
- Περισσότερη **επικοινωνία** με τους πελάτες και προμηθευτές: Ευκολότερη, Γρηγορότερη, Οικονομικότερη, Αποτελεσματικότερη.
- Βρίσκεις **νέους πελάτες** και μαθαίνεις για αγορές που δεν ήξερες ότι υπήρχαν.
- **Ανοίγεις δρόμο σε νέες αγορές**, αυξάνεις τη διείσδυση στις υπάρχουσες, εξυπηρετείς τους πελάτες σου πιο αποτελεσματικά.
- Τονίζεις το **σύγχρονο επαγγελματικό προφίλ**, προφίλ μιάς εταιρείας που παρακολουθεί τις εμπορικές και τεχνολογικές εξελίξεις και δε θέλει να μείνει πίσω.
- Μπορείς να **μειώνεις το κόστος** σου μέσω ηλεκτρονικών συναλλαγών, χτίζοντας στενότερες, πιο εύκαμπτες εμπορικές σχέσεις με τους πελάτες σου και τους προμηθευτές σου.
- **Βελτιώνεις τον τρόπο διανομής** των προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και εξυπηρέτησης των πελατών.
- Ανακαλύπτεις **νέες ευκαιρίες** για να πραγματοποιήσεις νέες επιχειρηματικές ιδέες.

- Καλύτερο και φτηνότερο **One-To-One Marketing**.
- Βρίσκει **άμεση και εύκολη πληροφόρηση** για νόμους, υπηρεσίες του δημοσίου τομέα και της κυβέρνησης, φορολογικά θέματα.
- Το Internet επιτρέπει στις **Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις** να ευδοκιμήσουν καθώς το μέγεθος της επιχείρησης δεν παίζει πια κανένα ρόλο. **Αυτό που έχει σημασία είναι να είσαι... δικτυωμένος!** Να συμμετέχεις σε κοινότητες επιχειρήσεων για να μπορείς να προγραμματίσεις την ανάπτυξη σου και να μειώσεις το κόστος των προμηθειών, να μαθαίνεις από τους άλλους, τεχνολογία και μεθόδους παραγωγής και προσέγγισης της αγοράς.

Ηλεκτρονικό κατάστημα: Από ποιά στοιχεία αποτελείται ένα καλό και επιτυχημένο e-shop;

- **Διεύθυνση (domain name):** Η διεύθυνση ενός web site έχει τη μορφή www.onoma.gr ή www.onoma.com . Μια σωστή διεύθυνση μπορεί να συμβάλλει σε αυξημένο αριθμό επισκέψεων στο site, και την καλλιέργεια ενός ευκολομνημόνευτης εμπορικής ταυτότητας. Λέγοντας "σωστή" αναφερόμαστε σε κάποια συγκεκριμένα κριτήρια που κάνουν μια διεύθυνση περισσότερο η λιγότερο κατάλληλη για επισκέπτες και μηχανές αναζήτησης.

- **Όμορφο αισθητικά ηλεκτρονικό κατάστημα - web site:** Το ηλεκτρονικό κατάστημα - web site είναι σαν ένα κανονικό κατάστημα. Αν είναι όμορφο αισθητικά και άρτια τεχνικά κατασκευασμένο, θα προκαλέσει την καλή διάθεση του επισκέπτη και το αίσθημα εμπιστοσύνης. Αν ο επισκέπτης-πιθανός πελάτης πιστεί ότι πίσω από αυτό υπάρχει μια εταιρεία με σοβαρότητα και επαγγελματισμό θα προχωρήσει σε συναλλαγές και αγορές από αυτή.

- **Μέτρα ασφάλειας στις συναλλαγές:** Όπως προαναφέρθηκε, ο μεγαλύτερος φόβος των χρηστών του Internet που τους εμποδίζει να πραγματοποιήσουν συναλλαγές, είναι τα θέματα ασφαλείας των διαφόρων ηλεκτρονικών καταστημάτων - web site. Αν και κανείς δε μπορεί να εγγυηθεί 100% ασφάλεια από κακόβουλους χάκερ (hacker), σήμερα, η τεχνολογία μας παρέχει τα καλύτερα μέτρα ασφαλείας που υπήρξαν ποτέ. Από τις προτεραιότητες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, είναι η χρήση των πιο σύγχρονων τεχνικών και προδιαγραφών ασφαλείας (κρυπτογράφηση, αυθεντικοποίηση, σαφείς όροι χρήσης site, πολιτικές προστασίας δεδομένων κτλ) ώστε ο επισκέπτης του, να αισθάνεται ασφάλεια κατά την περιήγηση του στις ιστοσελίδες του και την παραγγελία προϊόντων από αυτό.

- **Ευκολία στους τρόπους πληρωμής:** Έχει αποδειχθεί με έρευνες και στατιστικές ανάμεσα σε δημοφιλή ηλεκτρονικά καταστήματα και χρήστες τους, ότι όσο πιο απλή και εύκολη είναι η παραγγελία ενός προϊόντος μέσω Internet, τόσο πιο πολλές είναι οι πωλήσεις του καταστήματος και οι ικανοποιημένοι πελάτες του. Το ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να παρέχει στους επισκέπτες εναλλακτικούς τρόπους πληρωμής.

- **Σωστή διαφήμισή του στο χώρο του Internet:** Ένα άρτιο ηλεκτρονικό κατάστημα, με καλαίσθητες ιστοσελίδες και σύγχρονες τεχνικές ασφαλείας, είναι καταδικασμένο σε αποτυχία αν οι χρήστες του Internet δε γνωρίζουν γι' αυτό. Η αποτελεσματική διαφημιστική προώθησή του σε sites, μηχανές αναζήτησης και

banners θα φέρει τους νέους επισκέπτες-πιθανούς πελάτες. Πέρα από μια απλή καταγραφή του στις μηχανές αναζήτησης, καλό θα ήταν να μπορούσε να εμφανίζεται στις υψηλότερες θέσεις αποτελεσμάτων σε αναζητήσεις με τις λέξεις κλειδιά (keywords) που είναι σχετικά με αυτό.

Τα απαραίτητα βήματα –απαιτήσεις για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος Μέρος 1ο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί σήμερα το δεύτερο πιο δημοφιλές αντικείμενο συζήτησης μεταξύ των στελεχών επιχειρήσεων και των κρατικών αξιωματούχων στην Ελλάδα (πρώτο παραμένει ακόμη το Χρηματιστήριο). Κάθε τόσο ακούμε κυβερνητικές και ευρωπαϊκές εξαγγελίες για μέτρα ενθάρρυνσης των επενδύσεων σε αυτό το χώρο, ενώ ο τύπος δημοσιεύει συνεχώς μελέτες σύμφωνα με τις οποίες η επιχειρηματική δραστηριότητα μετακομίζει στο δίκτυο και σύντομα όλες οι εργασίες και οι αγοραπωλησίες θα γίνονται μέσα από αυτό.

Όπως είναι φυσικό, υπάρχει μια ισχυρή δόση υπερβολής σε όλες αυτές τις προβλέψεις (μέχρι σήμερα σχεδόν καμία νέα τεχνολογία δεν αντικατέστησε εντελώς τις προηγούμενες). Είναι όμως γεγονός πως βρισκόμαστε μπροστά σε μια πραγματική επανάσταση.

Μέσα σε αυτόν τον κυκεώνα προφητειών, ιδεών και προειδοποιήσεων, κάθε επενδυτής καλείται να προβλέψει ποια είναι εκείνα τα δεδομένα που θα μεταβληθούν στο άμεσο ή το απώτερο μέλλον και ποιες από τις παρουσιαζόμενες ως επαναστατικές αλλαγές θα αποδειχθούν επιτυχημένες και δεν θα προστεθούν στο WAIS, τις Push Technologies, τα e-mails και τα άλλα πολυδιαφημισμένα εργαλεία του δικτύου τα οποία τελικά αποδείχθηκαν άχρηστα και παραδόθηκαν στον Καιάδα των αποτυχημένων τεχνολογιών μαζί με τα εκατομμύρια δολάρια που δαπανήθηκαν για την ανάπτυξή τους.

Δυστυχώς, αυτό το άγχος για την καλύτερη κατανόηση και πρόβλεψη της εξέλιξης των τεχνολογιών Internet μας κάνει συχνά να ξεχνάμε πως η επιχειρηματική δραστηριότητα στο δίκτυο έχει τις ίδιες απαιτήσεις ανάλυσης, σχεδιασμού, κοστολόγησης, οικονομικής διαχείρισης, έρευνας αγοράς και διαφήμισης με κάθε ανάλογη προσπάθεια στην "παραδοσιακή" οικονομία.

Πριν από κάθε επένδυση απαιτείται η σύνταξη μιας σοβαρής μελέτης βιωσιμότητας η οποία θα περιλαμβάνει μεταξύ άλλων ρεαλιστικές εκτιμήσεις για τα απαιτούμενα έξοδα και τα προβλεπόμενα έσοδα της επένδυσης αυτής. Όσο και αν φαίνεται αντιτεχνολογικό λοιπόν η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος ξεκινάει πάντοτε από ένα φύλλο λευκό χαρτί. Πάνω σε αυτό το απλό παραδοσιακό μέσο ο επίδοξος "δικτυοεπιχειρηματίας" πρέπει να γράψει τα ακόλουθα ερωτήματα μαζί με τις απαντήσεις τους: Ποιος, Τι, Πώς;

Ποιος;

Όπως σε κάθε επιχείρηση πώλησης, έτσι και σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα (e-store) η πρώτη ερώτηση που πρέπει να απαντηθεί είναι: "Σε ποια αγορά απευθύνεται το κατάστημα;. Ποιο είναι το κοινό το οποίο προσδοκούμε πως θα επισκέπτεται αυτό το χώρο για να αγοράσει προϊόντα ή να παραγγείλει υπηρεσίες;"

Για να απαντήσει μια ελληνική επιχείρηση στο ερώτημα αυτό θα πρέπει να ξεκαθαρίσει τα ακόλουθα θέματα:

1. Εθνικότητα, Τόπος Κατοικίας, Γλώσσα

Το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να απευθύνεται μόνο στους Έλληνες χρήστες του Internet, στους Έλληνες του εξωτερικού, τους κατοίκους μιας συγκεκριμένης χώρας, σε ολόκληρο τον κόσμο ή σε ένα συνδυασμό όλων των παραπάνω.

Αντίθετα απ' ό,τι συμβαίνει στις ΗΠΑ, στην Ευρώπη και στην Ελλάδα οι περισσότερες επενδύσεις στο χώρο των ηλεκτρονικών καταστημάτων γίνονται από επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται ήδη στο χώρο αυτό μέσω παραδοσιακών μορφών εμπορίου (π.χ. αλυσίδες βιβλιοπωλείων, ή καταστημάτων πώλησης Η/Υ). Για τον λόγο αυτό, συνήθως οι επιχειρήσεις αυτές προσεγγίζουν την παρουσία τους στο δίκτυο ως ένα ακόμη υποκατάστημα και σπάνια αναγνωρίζουν ότι το Internet τους δίνει πρόσβαση και σε άλλες, μεγαλύτερες και πιο προσοδοφόρες αγορές.

Έτσι, πολύ συχνά, όταν το ηλεκτρονικό κατάστημα ξεκινήσει τις εργασίες του, είτε χάνει σημαντικές αγορές, είτε υποχρεώνεται να επανασχεδιαστεί από την αρχή, επεκτείνοντας τις δυνατότητες του συστήματος χρέωσης και διανομής και καλύπτοντας όσες ανάγκες ή προκλήσεις εμφανίστηκαν στην πορεία.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας ανάγκης αποτελεί η πώληση σε Έλληνες του εξωτερικού οι οποίοι πολλές φορές αποδεικνύονται πολύ σημαντικότεροι πελάτες απ' ό,τι αναμενόταν, ακόμη και για "απρόβλεπτα" προϊόντα όπως τα αθλητικά σουβενίρ ή τα ελληνικά γλυκά. Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως η Ελλάδα και τα ελληνικά προϊόντα παρουσιάζουν ενδιαφέρον ακόμη και για Έλληνες δεύτερης, τρίτης ή τέταρτης γενεάς οι οποίοι είτε δεν γνωρίζουν ελληνικά είτε δεν έχουν εγκαταστήσει το απαραίτητο λογισμικό στον Η/Υ τους για την απεικόνιση ελληνικών χαρακτήρων.

2. Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και η οικογενειακή κατάσταση του κοινού στο οποίο απευθύνεται το κατάστημα παίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία του. Η γλώσσα που θα χρησιμοποιηθεί (τεχνική με πολλούς ειδικούς όρους σε ένα site για επαγγελματίες ή απλή καθημερινή σε ένα site για το ευρύ κοινό), η σχεδίαση η οποία θα επιλεγεί (σοβαρή, χαρούμενη, παιδική, ξένοιαστη κ.λπ.), οι τεχνικές δυνατότητες που θα παρέχονται (εξειδικευμένες εφαρμογές για power users ή απλές φόρμες παραγγελίας) κ.λπ. αποτελούν θέματα τα οποία πρέπει να έχουν καθοριστεί πολύ πριν αρχίσει η κατασκευή του καταστήματος.

Όπως συμβαίνει σε όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες, έτσι και εδώ η πρόληψη κοστίζει πάντοτε πολύ λιγότερο από τη θεραπεία.

3. Αγοραστικές συνήθειες

Κάθε κοινό έχει τις δικές του ιδιαίτερες προτιμήσεις οι οποίες πρέπει να γίνουν σεβαστές από τους δημιουργούς ηλεκτρονικών καταστημάτων. Για παράδειγμα, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνθρωποι προτιμούν να πληρώνουν μετρητοίς και όχι με πιστωτικές κάρτες, ενώ τα παιδιά δεν έχουν κάρτες, αλλά βάζουν τους γονείς τους να αγοράζουν για λογαριασμό τους, γι' αυτό και η πιστωτική κάρτα είναι ένας καλός τρόπος πληρωμής γι' αυτή την κατηγορία αγοραστών.

Ανάλογες ιδιαιτερότητες υπάρχουν και στον τομέα της συσκευασίας και αποστολής των προϊόντων. Οι χρήστες του Internet αρχίζουν σιγά σιγά να συνειδητοποιούν πως το κόστος λήψης μιας μικρής παραγγελίας είναι υπερβολικά υψηλό, ενώ μειώνεται σημαντικά όσο μεγαλώνει ο όγκος της (τα ταχυδρομικά έξοδα αποστολής ενός μικρού δέματος δεν είναι πολύ μικρότερα από τη δαπάνη αποστολής ενός μεγάλου). Για να αποφύγουν λοιπόν τα υψηλά έξοδα παράδοσης, οι πελάτες συνηθίζουν να αγοράζουν πολλά πράγματα μαζί ή να προμηθεύονται μεγάλες ποσότητες σε αραιά χρονικά διαστήματα.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να έχει προβλέψει αυτή τη συμπεριφορά (καθώς και άλλες παρόμοιες), προσαρμόζοντας ανάλογα την εμπορική του πολιτική (π.χ. "οικογενειακές" συσκευασίες, επιπρόσθετα κίνητρα για παραγγελίες μεγαλύτερες από ένα ποσό κ.λπ.).

4. Επιχειρήσεις ή ιδιώτες;

Λόγω της μεγάλης απήχησης που έχουν στο ευρύ κοινό οι επιχειρήσεις πώλησης καταναλωτικών προϊόντων (Amazon, CDnow κ.λπ.), οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν την τάση να συνδέουν το ηλεκτρονικό εμπόριο με τις πωλήσεις καταναλωτικών προϊόντων (Business to Consumer Commerce). Ωστόσο, μέσα στο δίκτυο το 90% των συναλλαγών στις ΗΠΑ, και το 70% στην Ευρώπη, διεξάγεται μεταξύ επιχειρήσεων (Business to Business Commerce).

Η διαφορά μεταξύ B2B (Business to Business) και B2C (Business to Consumer) γίνεται ακόμη μεγαλύτερη αν συγκρίνουμε την κερδοφορία αυτών των δύο αγορών. Στο B2B πραγματοποιείται μικρός αριθμός παραγγελιών μεγάλης αξίας (ακριβά προϊόντα ή μεγάλες ποσότητες) από μικρό αριθμό πελατών (επιχειρήσεις), ενώ στο B2C πραγματοποιείται μεγάλος αριθμός παραγγελιών σχετικά μικρής αξίας (καταναλωτικά προϊόντα σε μικρές ποσότητες) από έναν πολύ μεγάλο αριθμό πελατών (ιδιώτες).

Όπως είναι φυσικό, οι δαπάνες εξυπηρέτησης χιλιάδων μικρών παραγγελιών από ένα B2C ηλεκτρονικό κατάστημα επιβαρύνουν σημαντικά το κόστος λειτουργίας του και περιορίζουν τα περιθώρια κέρδους όλων των καταστημάτων αυτής της μορφής. Γι' αυτό και, ενώ υπάρχουν ήδη χιλιάδες κερδοφόρα sites B2B, οι περισσότερες επιχειρήσεις B2C είναι ακόμη ζημιογόνες και συντηρούνται μόνο χάρη στην υψηλή χρηματιστηριακή τους αξία (οι μετοχές τους βρίσκονται σε εξαιρετικά υψηλά επίπεδα, καθώς όλοι προσδοκούν πως όταν γίνουν κερδοφόρα θα αποκτήσουν δεσπόζουσα θέση στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου).

Αυτά τα οικονομικά δεδομένα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπ' όψιν από κάθε επιχείρηση η οποία σχεδιάζει την είσοδό της στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Θα πρέπει επίσης να μελετηθούν από πολλές επιχειρήσεις οι οποίες μέχρι σήμερα διστάζουν να κινηθούν δυναμικά στο Internet, θεωρώντας λανθασμένα πως δεν υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα προϊόντα τους (π.χ. πώληση υπηρεσιών φασόν, πρώτων υλών, υπηρεσιών εκπαίδευσης κ.λπ.)

Τι;

Θεωρητικά, τα πάντα θα μπορούσαν να πουληθούν μέσω του Internet. Ωστόσο, η μέχρι σήμερα εμπειρία έχει δείξει πως ορισμένα προϊόντα δεν προσφέρονται ιδιαίτερα για πωλήσεις μέσω δικτύου, ενώ άλλα γίνονται πολύ πιο εύκολα δεκτά από τους χρήστες του Internet. Τα κύρια χαρακτηριστικά των προϊόντων τα οποία έχουν αποδειχθεί δημοφιλή μεταξύ των αγοραστών του δικτύου είναι:

Πολλά είδη

Το δίκτυο αποτελεί τον ιδανικό χώρο για την πώληση προϊόντων τα οποία έχουν πάρα πολλά είδη (βιβλία, CD, εξαρτήματα Η/Υ, αλλά ακόμη και πιο ασυνήθιστα προϊόντα όπως ανταλλακτικά αυτοκινήτων, αντίκες, είδη γραφείου και άλλα).

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα με τέτοια προϊόντα υπερέχει σημαντικά έναντι των παραδοσιακών καταστημάτων σε ποικιλία και ευχρηστία, καθώς σε αυτό ο πελάτης μπορεί να βρει 24 ώρες το 24ωρο πολύ περισσότερα είδη απ' όσα διαθέτει οποιοδήποτε κλασικό (bricks and mortar κατά την αγγλική ορολογία) κατάστημα.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα λοιπόν έχει ένα ισχυρό Unique Selling Proposal (παρέχει υπηρεσίες που είναι δύσκολο ή αδύνατο να παρασχεθούν από ένα κοινό κατάστημα.)

Εξειδικευμένα προϊόντα

Η μεγάλη δημοτικότητα του δικτύου ενθαρρύνει την πώληση προϊόντων τα οποία είναι πολύ ειδικά για να καταστήσουν οικονομικά βιώσιμο ένα παραδοσιακό κατάστημα. Για παράδειγμα, αν ένα κατάστημα χρειάζεται 1000 πελάτες το χρόνο για να καλύψει τα έξοδά του, αυτοί θα βρεθούν πολύ πιο εύκολα στο παγκόσμιο κοινό του Internet (όπου οι 1000 πελάτες αποτελούν το 0,0000036% των 276 εκατομμυρίων χρηστών του δικτύου) παρά στην Αθήνα όπου οι 1000 πελάτες αποτελούν το 0,005% των 200.000 ανθρώπων οι οποίοι απέχουν 20 λεπτά από το κατάστημα (έρευνες έχουν δείξει πως αν απαιτούνται περισσότερα από 20 λεπτά, με οποιοδήποτε μέσο μεταφοράς, για να φθάσει κανείς σε ένα κατάστημα, τότε οι πιθανότητες να γίνει πελάτης του μειώνονται δραματικά).

Αυτή η ιδιαιτερότητα ανοίγει τον δρόμο για τη δημιουργία πολλών νέων καταστημάτων αφιερωμένων σε πολύ εξειδικευμένα προϊόντα για τα οποία ποτέ κανείς δεν θα φανταζόταν ότι θα ήταν δυνατή η αυτόνομη πώλησή τους.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα καταστήματος αυτής της μορφής είναι το Boxers-etcetera (<http://www.boxers-etcetera.com>) το οποίο είναι αφιερωμένο αποκλειστικά σε προϊόντα για σκυλιά ράτσας boxer. Σε καμία περιοχή του κόσμου δεν υπάρχουν αρκετοί ιδιοκτήτες τέτοιων σκυλιών. Μέσα στο δίκτυο όμως υπάρχουν τόσοι πολλοί ώστε εξασφαλίζουν άνετα την επιβίωση αυτού του καταστήματος, αλλά και πολλών άλλων παρόμοιων εξειδικευμένων (niche market) επιχειρημάτων.

Υπηρεσίες μεσολάβησης

Σύμφωνα με μια ριζοσπαστική θεώρηση, τα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν πρέπει να αποκαλούνται καταστήματα, αλλά μεσίτες προϊόντων διότι σπανίως έχουν στην αποθήκη τους τα προϊόντα που πουλάνε. Το Amazon.com για παράδειγμα δεν είχε τον πρώτο καιρό της λειτουργίας του κανένα βιβλίο στις αποθήκες του. Διατηρούσε όμως μια εξαιρετική βάση δεδομένων με όλα τα βιβλία που διέθεταν οι εκδότες βιβλίων στην αγγλική γλώσσα και φρόντιζε να προμηθεύεται από αυτούς ό,τι ζητούσαν οι πελάτες του.

Αντίστοιχες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες μπορούν να αναληφθούν για μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων ή υπηρεσιών (π.χ. πώληση εισιτηρίων ή μεταχειρισμένων αυτοκινήτων, μεσιτείες, πλειστηριασμοί, αγγελίες κ.λπ.). Η αγορά αυτή είναι ακόμη αναξιοποίητη και παρέχει πολλές ευκαιρίες σε ανθρώπους με φαντασία και όραμα. Για παράδειγμα θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα κατάστημα το οποίο θα πωλούσε πακέτα βραδινής εξόδου στην Αθήνα (π.χ. εισιτήρια για το θέατρο X και μετά δείπνο στο εστιατόριο Ψ με προκαθορισμένο μενού).

Χαμηλές τιμές

Οι χρήστες του Internet γνωρίζουν πως η δημιουργία και η συντήρηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι φθηνότερη από εκείνη ενός παραδοσιακού χώρου πωλήσεων. Για τον λόγο αυτό προσδοκούν πως και οι τιμές πώλησης θα είναι σημαντικά χαμηλότερες.

Αν και αυτή η εκτίμηση δεν ανταποκρίνεται πάντοτε στην πραγματικότητα (ένα ηλεκτρονικό κατάστημα χρειάζεται πολύ περισσότερο χρόνο από ένα παραδοσιακό, για να αποκτήσει πιστή και πολυάριθμη πελατεία), υπάρχουν προϊόντα τα οποία μπορούν να διατεθούν μέσω Internet σε σημαντικά χαμηλότερες τιμές, λόγω της πολύ φθηνότερης διαχείρισής τους μέσω δικτύου.

Για παράδειγμα, ένα πρακτορείο ταξιδίων έχει πολύ υψηλό κόστος διαχείρισης ανά πελάτη λόγω αλληπάλληλων τηλεφωνημάτων, διαβουλεύσεων, εξηγήσεων κ.λπ. ("Εξηγήστε μου ποια πτήση είναι καλύτερη" "Πείτε μου αν είναι καλό καράβι το Σκυλοπνίχτης II" κ.α.). Μια Internet only υπηρεσία πώλησης εισιτηρίων θα ορθολογικοποιούσε το σύστημα πωλήσεων του πρακτορείου, χρεώνοντας χαμηλότερη προμήθεια σε όσους αγοράζουν online και υψηλότερη σε όσους απασχολούν προσωπικό τηλεφωνικά.

Εξοικονόμηση χρόνου

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες, οι άνθρωποι σήμερα παραπονούνται περισσότερο για την έλλειψη χρόνου παρά για την έλλειψη χρημάτων. Τα online καταστήματα είναι ανοιχτά όλο το εικοσιτετράωρο και μπορούν να αποδειχθούν πολύ χρήσιμα σε χρονικά πιεσμένες κατηγορίες ανθρώπων όπως οι νοικοκυρές, οι εργένηδες κ.λπ.

Στις ΗΠΑ γίνεται σήμερα μια μεγάλη προσπάθεια για να καλυφθεί αυτό το κενό από ηλεκτρονικά σουπερμάρκετ, φαρμακεία και άλλα καταστήματα στα οποία ο χρήστης του Internet μπορεί να ψωνίσει online. Αξίζει πάντως να σημειωθεί πως ο παράγοντας της εξοικονόμησης χρόνου λειτουργεί μόνο για καταστήματα ειδών πρώτης ανάγκης. Όταν τα ψώνια δεν αποτελούν αγγαρεία ή αναγκαίο κακό (π.χ. η αγορά ρούχων

συνδυασμένη με πρωινή βόλτα) τότε το ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να βασιστεί σε κάποιο άλλο κίνητρο για να προσελκύσει τους πελάτες του (χαμηλές τιμές, εξειδικευμένα προϊόντα κ.λπ.).

Πώς;

Ο τρόπος υλοποίησης ενός καταστήματος καθορίζεται από πολλούς παράγοντες. Αναφερθήκαμε είδη στους δύο πιο σημαντικούς από αυτούς (ποια προϊόντα και σε ποιο κοινό). Ο δημιουργός ενός ηλεκτρονικού καταστήματος όμως θα πρέπει να λάβει επίσης υπ' όψιν του τον ανταγωνισμό, καθώς επίσης και τις οικονομικές και τεχνικές δυνατότητές του.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αντιμετωπίζει ανταγωνισμό από τρεις πλευρές:

- Άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα
- Παραδοσιακά καταστήματα
- Μελλοντικούς ανταγωνιστές

Τα άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα αποτελούν ίσως τον "ευκολότερο αντίπαλο". Βρίσκονται βέβαια ήδη στο δίκτυο και πιθανώς να έχουν αποκτήσει ένα καλό όνομα και μια αξιόλογη πελατεία. Ωστόσο, ο μελλοντικός ανταγωνιστής τους μπορεί να μελετήσει με μεγάλη ευκολία τον τρόπο λειτουργίας τους, να αντιγράψει τα θετικά τους σημεία και να αποφύγει τα μειονεκτήματά τους. Αν γίνει αυτό τότε είναι βέβαιο πως το νέο κατάστημα θα αποδειχθεί πολύ πιο φιλικό προς το χρήστη και γι' αυτό σύντομα θα γίνει ιδιαίτερα δημοφιλές (τα νέα μεταξύ των χρηστών του δικτύου διαδίδονται πολύ γρήγορα και συνήθως οι πελάτες των ηλεκτρονικών καταστημάτων δεν τους είναι ιδιαίτερα πιστοί).

Δυσκολότερο αντίπαλο για το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελούν τα παραδοσιακά καταστήματα τα οποία διαθέτουν ένα ισχυρό όνομα (brand name) και μια μεγάλη και πιστή πελατεία. (Υπάρχουν πελάτες οι οποίοι έχουν συνηθίσει να αγοράζουν για δεκαετίες από το ίδιο κατάστημα. Γι' αυτό και συνήθως αλλάζουν τις συνήθειές τους πολύ πιο δύσκολα απ' ό,τι οι πιο πρόσφατοι, και γι' αυτό πιο κινητικοί, πελάτες ενός άλλου ηλεκτρονικού καταστήματος).

Τα πλεονεκτήματα των παραδοσιακών καταστημάτων έγιναν κατανοητά από τους επενδυτές του Internet μόλις πριν από λίγους μήνες. Έτσι, σήμερα πολλά νέα ηλεκτρονικά καταστήματα (αλλά και μερικά από τα "παλαιότερα") αναπροσαρμόζουν τις εργασίες τους και συνάπτουν στρατηγικές συμμαχίες με επιχειρήσεις της "παλαιάς οικονομίας", προσπαθώντας να συνδυάσουν τον δυναμισμό του Internet με το καλό όνομα, την εμπειρία και τη μεγάλη πελατεία των παραδοσιακών επιχειρήσεων.

Τα καταστήματα αυτά έχουν καταλάβει πολύ καλά πως γάμοι ή συνεργασίες αυτής της μορφής είναι επωφελείς για όλους. Οι εκτός δικτύου επιχειρήσεις αποκτούν πρόσβαση στο χώρο όπου αργά ή γρήγορα θα "μετακομίσουν" οι πελάτες τους, ενώ οι επιχειρήσεις του δικτύου αυξάνουν την πελατεία τους και αποκτούν δεσπόζουσα θέση στην αγορά. Γι' αυτό και σήμερα ελάχιστα νέα ηλεκτρονικά καταστήματα ξεκινούν τις εργασίες τους, χωρίς να έχουν εξασφαλίσει εκ' των προτέρων τη συνεργασία ενός τουλάχιστον παραδοσιακού εταίρου.

Ωστόσο, ο μεγαλύτερος κίνδυνος για μια επιχείρηση δεν βρίσκεται ούτε στους ήδη υπάρχοντες ανταγωνιστές της ούτε στις συνεργασίες τους (ή στην απουσία δικών της συνεργασιών) με παραδοσιακά καταστήματα.

Ο κίνδυνος προέρχεται από τον μελλοντικό ανταγωνισμό ο οποίος διαθέτει το ίδιο πλεονέκτημα που είχε αρχικά το νέο κατάστημα έναντι των παλαιότερων. Ο νέος ανταγωνιστής μπορεί να μελετήσει τους άλλους "δικτυοπωλητές" και να διδαχθεί από τα λάθη τους. Επίσης, επειδή ξεκινά αργότερα, μπορεί να επωφεληθεί από την τελευταία λέξη της, ταχύτατα εξελισσόμενης, τεχνολογίας του Internet.

Θεωρητικά βέβαια, ένα παλιό κατάστημα στο Internet μπορεί και αυτό να κάνει το ίδιο. Στην πράξη όμως η ανάγκη να αποσβεσθούν οι μέχρι τώρα επενδύσεις και η δυσκολία να αλλαχθούν οι ήδη υπάρχουσες διαδικασίες (τις οποίες έχουν συνηθίσει τόσο οι τακτικοί πελάτες όσο και το προσωπικό του καταστήματος) κάνουν πολύ δύσκολη τη μετατροπή της δομής και του παλαιού τρόπου λειτουργίας του (γι' αυτό και έχει τόσο μεγάλη σημασία η ορθή και ευέλικτη αρχική σχεδίαση του καταστήματος).

Ένας άλλος κίνδυνος, ο οποίος θα ελλοχεύει πάντοτε σε ένα χώρο τόσο ρευστό όσο το Internet, είναι εκείνος της εμφάνισης μιας νέας τεχνολογίας ή ενός καινούριου μοντέλου επιχειρηματικής δραστηριότητας το οποίο θα καταστήσει ασύμφορη τη χρήση του καταστήματος από τους σημερινούς ή τους μελλοντικούς πελάτες του.

Δεν μπορούμε φυσικά να προβλέψουμε ποια θα είναι αυτά τα καινούρια μοντέλα ή οι νέες τεχνολογίες οι οποίες θα αλλάξουν τόσο δραστικά το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ένα καλό παράδειγμα όμως μπορεί να δει κανείς αν επισκεφθεί το site <http://www.addall.com> Το Addall είναι μια μηχανή αναζήτησης για ηλεκτρονικά καταστήματα η οποία χρησιμοποιεί agents (bots) για να αναζητεί προϊόντα και να συγκρίνει τις τιμές τους. Για παράδειγμα, ο χρήστης του Addall δηλώνει ποιο βιβλίο τον ενδιαφέρει και το σύστημα ερευνά μια σειρά από καταστήματα για να του παρουσιάσει έναν πλήρη συγκριτικό πίνακα με τις τιμές πώλησης κάθε καταστήματος.

Υπάρχει λοιπόν η πιθανότητα μετά από δύο ή τρία χρόνια να μην υπάρχουν πλέον ηλεκτρονικά καταστήματα (τουλάχιστον για τα προϊόντα στα οποία είναι εφικτές οι συγκρίσεις), αλλά απλώς βάσεις δεδομένων προϊόντων προς πώληση. Έτσι, όσοι έχουν δημιουργήσει ηλεκτρονικά καταστήματα για τα προϊόντα αυτά θα βρεθούν γρήγορα εκτός αγοράς.

Θα τελειώσουμε την παρουσίαση αυτή με μια αναφορά στις οικονομικές και τις τεχνικές δυνατότητες του υποψήφιου επενδυτή. Η μέχρι σήμερα εμπειρία έχει δείξει πως το κόστος εκμάθησης και υλοποίησης εφαρμογών τεχνολογίας αιχμής και παροχής υπηρεσιών υψηλής ποιότητας είναι εξαιρετικά μεγάλο και σε καμία περίπτωση δεν εξασφαλίζει στους επενδυτές σίγουρα κέρδη. Όπως αναφέρθηκε ήδη, υπάρχει πάντα ο κίνδυνος εμφάνισης μιας νέας δυναμικής εταιρείας η οποία θα αξιοποιήσει ακόμη νεότερες ιδέες και τεχνολογίες, ανατρέποντας προς όφελός της το υπάρχον σκηνικό.

Ακόμη λοιπόν και για τους επιτυχημένους επενδυτές, η ζωή στο δίκτυο μοιάζει με την πορεία ενός ποδηλάτη: Είναι υποχρεωμένος να προχωρεί συνεχώς επενδύοντας,

κάνοντας πειράματα, ανοίγοντας νέες αγορές κ.λπ. Αν σταματήσει για να απολαύσει τα όσα κέρδισε μέχρι σήμερα θα πέσει και οι άλλοι θα τον προσπεράσουν. Γι' αυτό και μακροπρόθεσμα στο χώρο του Internet επιζούν μόνο όσες επιχειρήσεις έχουν ισχυρή κεφαλαιακή υποστήριξη. (Μέχρι σήμερα μόνο μερικά εργαλεία αναζήτησης όπως το Yahoo! έχουν καταφέρει να παρουσιάσουν κέρδη.)

Για όλους αυτούς τους λόγους καμία επιχείρηση δεν θα πρέπει να επενδύει στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και ειδικότερα στη δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων αν δεν έχει σταθμίσει προσεκτικά τις δυνατότητές της και τις απαιτήσεις της αγοράς, καθώς και τις δικές της αντοχές.

Τα παραπάνω αποτελούν τα σημαντικότερα θέματα που πρέπει να γνωρίζει κάθε υποψήφιος επενδυτής στο χώρο των ηλεκτρονικών καταστημάτων. Οι αναγνώστες θα παρατήρησαν ίσως πως στο άρθρο αυτό δεν έγινε καμία αναφορά στο καθαρά τεχνικό σκέλος της δημιουργίας ενός καταστήματος (σχεδίαση, τρόπος λειτουργίας, τεχνολογία κ.λπ.).

Η παράληψη αυτή ήταν ηθελημένη διότι τα περισσότερα ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα που έχουν δημιουργηθεί μέχρι σήμερα στο Internet δεν πληρούν σχεδόν καμία από τις παραπάνω προδιαγραφές, οι περισσότερες από τις οποίες είναι απαραίτητες είτε θέλει κανείς να δημιουργήσει το Amazon είτε θέλει να φτιάξει ένα απλό περίπτερο σε κεντρική πλατεία της Αθήνας. Γι' αυτό και θεωρήσαμε πιο σημαντικό να ασχοληθούμε σε αυτό το άρθρο με τα συνηθέστερα σφάλματα σχεδίασης και προετοιμασίας. Υποσχόμαστε όμως πως και το θέμα των τεχνικών προδιαγραφών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος θα καλυφθεί σύντομα σε επόμενο τεύχος του περιοδικού.

Τα απαραίτητα βήματα για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος Μέρος 2ο

Στο προηγούμενο μέρος αναφερθήκαμε στις προκαταρκτικές ενέργειες οι οποίες απαιτούνται για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου ηλεκτρονικού καταστήματος (ποια προϊόντα θα επιλεγούν, σε ποιο κοινό θα απευθύνεται το κατάστημα, ποιες στρατηγικές συμμαχίες είναι προτιμότερες κ.λπ.). Στο μέρος αυτό θα ασχοληθούμε με τα σημαντικότερα τεχνικά χαρακτηριστικά του καταστήματος (ασφάλεια, καλάθι αγορών, καταχώρηση των προϊόντων), ενώ στο επόμενο και τελευταίο μέρος θα μας απασχολήσει η ευχρηστία του καταστήματος, οι τρόποι διαφήμισής του, καθώς και μια σειρά από άλλα ενδιαφέροντα θέματα. Θέματα Ασφαλείας (Security) και συναλλαγών Σύμφωνα με την εταιρεία Cyber Dialogue το 85% των online αγοραστών δηλώνει πως η ασφάλεια δεδομένων αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες επιλογής ηλεκτρονικού καταστήματος. Γι' αυτό και τα θέματα ασφαλείας πρέπει να έχουν απόλυτη προτεραιότητα τόσο κατά την κατασκευή όσο και κατά τη λειτουργία του e-shop.

Θα μπορούσαμε να χωρίσουμε τα ζητήματα ασφαλείας που σχετίζονται με ένα ηλεκτρονικό κατάστημα σε δύο κατηγορίες:

1. Ασφάλεια δικτύων και συστημάτων
2. Ασφάλεια συναλλαγών

Το θέμα της ασφάλειας δικτύων δεν θα μας απασχολήσει σε αυτό το κείμενο. Θα αναφέρουμε απλώς πως αποτελεί ένα από τα δυσκολότερα προβλήματα για κάθε επιχείρηση η οποία είναι συνδεδεμένη με το δίκτυο, καθώς ελάχιστοι τεχνικοί έχουν τις γνώσεις, την ικανότητα και τον επαγγελματισμό που απαιτείται για να διατηρήσουν ένα σύστημα σε υψηλό επίπεδο ασφαλείας. Οι περισσότεροι system administrators αγνοούν πως η ασφάλεια είναι μια διαρκής διαδικασία χωρίς τέλος. Έτσι, απλώς εγκαθιστούν μερικά προϊόντα λογισμικού (τα οποία με την πάροδο του χρόνου γίνονται όλο και πιο ανίσχυρα) και εύχονται για το καλύτερο.

Το πρόβλημα είναι πως συνήθως κανείς (και σίγουρα όχι οι προϊστάμενοι) δεν μπορεί να τους ελέγξει για την ποιότητα των μέτρων ασφαλείας που έχουν υιοθετήσει, ενώ με την ταχύτητα που αλλάζουν οι τεχνικοί δικτύου στις περισσότερες επιχειρήσεις ακόμη και κάτι πάει στραβά πάντοτε θα βρεθεί κάποιος από αυτούς που έφυγαν στο παρελθόν για να φορτωθεί το φταίξιμο.

Επίσης, οι εισβολές δικτύων συνήθως "κουκουλώνονται" εύκολα επειδή η πλειοψηφία των πελατών αγοράζει από περισσότερα του ενός ηλεκτρονικά καταστήματα. Αν λοιπόν τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας κάποιου πελάτη αρχίσουν να χρησιμοποιούνται από τρίτους μέσα στο δίκτυο, ο κάτοχός της δεν μπορεί να ανακαλύψει ποιο από τα καταστήματα ευθύνεται για τη δημοσιοποίηση αυτή (σε ποιο δηλαδή εισέβαλαν crackers και αντέγραψαν τη βάση δεδομένων με τα στοιχεία των πελατών).

Αφήνοντας λοιπόν την ασφάλεια δικτύων στο έλεος της σοβαρότητας, του επαγγελματισμού και της καλής τύχης των system administrators, θα ασχοληθούμε αναλυτικά με τη διαδικασία και τους κινδύνους υλοποίησης μιας συναλλαγής μέσω πιστωτικής κάρτας. Υπάρχουν βέβαια και άλλες μέθοδοι πληρωμών (π.χ. εμβάσματα, κάποιες μορφές ηλεκτρονικού χρήματος κ.λπ.). Όλες τους όμως αποτελούν ένα αμελητέο ποσοστό του συνόλου των συναλλαγών οι οποίες γίνονται σχεδόν πάντοτε μέσω πιστωτικών καρτών χάρη στην ευελιξία και την ευκολία που παρέχει αυτό το μέσο στον καταναλωτή.

Για να υλοποιηθεί η συναλλαγή ο πελάτης συγκεντρώνει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν σε ένα καλάθι παραγγελίας (βλέπε παρακάτω) και συμπληρώνει μια φόρμα παραγγελίας, δηλώνοντας τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας του και τη διεύθυνση αποστολής των προϊόντων. Με την υποβολή της φόρμας, τα στοιχεία της κάρτας μαζί με την παραγγελία μεταφέρονται στον πωλητή οποίος χρεώνει την κάρτα (πληρώνοντας φυσικά την ανάλογη προμήθεια στη μεσολαβούσα τράπεζα) και αποστέλλει τα προϊόντα.

Θεωρητικά, η μέθοδος αυτή θα μπορούσε να λειτουργήσει με οποιαδήποτε μορφή φόρμας HTML. Ωστόσο, για λόγους ασφαλείας, σχεδόν πάντοτε χρησιμοποιείται ένας ασφαλής (κρυπτογραφημένος) τρόπος αποστολής των στοιχείων της κάρτας του πελάτη στο κατάστημα.

Ο δημοφιλέστερος μηχανισμός ασφαλούς αποστολής των στοιχείων μιας φόρμας σε ένα e-shop είναι το Secure Sockets Layer. Πρόκειται για ένα επίπεδο διαδικασιών το οποίο παρεμβάλλεται μεταξύ του http (που χρησιμοποιεί το browser) και του TCP/IP το οποίο αποτελεί τη βάση όλων των επικοινωνιών μέσα στο Internet. Με απλά λόγια θα μπορούσαμε να πούμε πως το SSL δημιουργεί ένα προσωρινό κανάλι (pipe)

δεδομένων μεταξύ δύο σημείων (τον browser του αγοραστή και το web site του καταστήματος). Τα δύο άκρα αυτού του καναλιού ονομάζονται sockets και μέσα σε αυτό κυκλοφορούν τα δεδομένα που ανταλλάσσουν οι δύο πλευρές κρυπτογραφημένα με το public-and-private key encryption system της RSA.

Στην εφαρμογή SSL οι δύο πλευρές (τα δύο άκρα του καναλιού) χρησιμοποιούν για την επικοινωνία τους με μια πιο ασφαλή παραλλαγή του http γνωστή με το όνομα HTTPS (Secure Hypertext Transfer Protocol). Για να ελέγξετε αν μια σελίδα χρησιμοποιεί SSL μπορείτε να δείτε τη διεύθυνσή της (URL). Αν αυτή ξεκινάει από https:// τότε η σελίδα υλοποιεί πράγματι SSL. Προσοχή όμως! Το https δεν πρέπει να συγχέεται με το shttp (Secure http) το οποίο αποτελεί μια άλλη, λιγότερο δημοφιλή, πρόταση για ασφαλέστερη υλοποίηση συνδέσεων http.

Σε όλη αυτή τη διαδικασία συμμετέχει και ένας τρίτος παράγοντας (γνωστός με το όνομα "Έμπιστη Τρίτη Οντότητα" ή Trusted Third Party) ο οποίος εγγυάται πως οι δύο πλευρές είναι πράγματι εκείνες που ισχυρίζονται και δεν έχει γίνει κάποια "πλαστοπροσωπία" (π.χ. το web site ανήκει πράγματι στην εταιρεία X και ο πελάτης δεν έχει δρομολογηθεί εν αγνοία του σε ένα "πειρατικό" site το οποίο θα τον χρεώσει, αλλά δεν θα παραδώσει τα προϊόντα). Η έμπιστη τρίτη οντότητα πιστοποιεί την ταυτότητα του server με τη χρήση ενός digital certificate. Το πιστοποιητικό αυτό αποτελεί ένα είδος ηλεκτρονικής κάρτας αναγνώρισης η οποία περιέχει έναν ειδικό αναγνωριστικό αριθμό, μια ημερομηνία λήξεως, το δημόσιο κρυπτογραφικό κλειδί του καταστήματος (για την κρυπτογράφηση και αποκρυπτογράφηση δεδομένων και ηλεκτρονικών υπογραφών), καθώς και την ηλεκτρονική υπογραφή της έμπιστης τρίτης οντότητας.

Σήμερα, υπάρχουν πολλές εταιρείες οι οποίες παρέχουν αυτή την υπηρεσία. Ενδεικτικά αναφέρουμε τις Belsign (<http://www.belsign.com>), CyberTrust (<http://www.cybertrust.com>), Entrust (<http://www.entrust.com>) και Verisign (<http://www.verisign.com>). Παρά τις διαφορετικές τιμολογιακές τους πολιτικές, όλες παρέχουν την ίδια βασική υπηρεσία και ο τελικός χρήστης δεν θα καταλάβει καμία διαφορά όποια από αυτές και αν επιλέξει το κατάστημα. Είναι βέβαιο πως κάποιες από τις εταιρείες οι οποίες παρέχουν παρόμοιες υπηρεσίες είναι πολύ πιο ασφαλείς και αξιόπιστες από τις άλλες. Δυστυχώς, ο χρήστης (στην περίπτωση μας το ηλεκτρονικό κατάστημα) δεν έχει συνήθως τη δυνατότητα ή την εμπειρία να ελέγξει ποια από αυτές είναι η πιο ασφαλής, ενώ η μέχρι σήμερα εμπειρία έχει δείξει πως ο ακριβότερος δεν είναι πάντοτε ο καλύτερος.

Η ιδανική μέθοδος πιστοποίησης είναι εκείνη στην οποία και οι δύο πλευρές διαθέτουν τα δικά τους αυτόνομα πιστοποιητικά. Έτσι, το λογισμικό του πελάτη (στην προκειμένη περίπτωση ο browser) ελέγχει το πιστοποιητικό του πωλητή και το λογισμικό του πωλητή ελέγχει το πιστοποιητικό του πελάτη για να εξασφαλίσει πως ο πελάτης είναι πράγματι αυτός που ισχυρίζεται και όχι κάποιος τρίτος ο οποίος θέλει να αγοράσει προϊόντα, χρεώνοντάς τα σε έναν άλλο. (Αυτή τη μέθοδο υλοποιεί το shttp μέσω public-and-private key encryption.)

Δυστυχώς, μέχρι σήμερα οι χρήστες του δικτύου έχουν αποδειχθεί απρόθυμοι να αποκτήσουν πιστοποιητικά αυτής της μορφής. Έτσι, ενώ ο πελάτης μπορεί να είναι σίγουρος για την ταυτότητα του πωλητή (όσο σίγουρος δηλαδή μπορεί να είναι

κανείς για οτιδήποτε σε αυτό τον κόσμο), ο πωλητής δεν γνωρίζει ποιος είναι αυτός με τον οποίο συναλλάσσεται (το SSL πιστοποιεί μόνο την ταυτότητα του server).

Αυτό σημαίνει πως αν κάποιος τρίτος γνωρίζει τα στοιχεία της κάρτας ενός χρήστη μπορεί να επισκεφθεί οποιοδήποτε ηλεκτρονικό κατάστημα και να αγοράσει ό,τι επιθυμεί, χρεώνοντας το λογαριασμό του πραγματικού κατόχου της κάρτας.

Για να προστατευτούν οι καταναλωτές από αυτό τον κίνδυνο, υπάρχει ειδική νομοθεσία, τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και στις ΗΠΑ, η οποία ορίζει πως ο κάτοχος της κάρτας μπορεί να αρνηθεί τη χρέωση οποιασδήποτε συναλλαγής έχει πραγματοποιηθεί χωρίς την παρουσίαση του φυσικού σώματος της κάρτας. Η συλλογιστική για τη διάταξη αυτή είναι πως εγώ είμαι υπεύθυνος για την κάρτα μου και αν τη χάσω η ευθύνη της ακύρωσής της βαραίνει μόνο εμένα. Τα στοιχεία της όμως μπορεί να τα αποκτήσει οποιοσδήποτε (π.χ. ο πωλητής του πολυκαταστήματος από το οποίο αγόρασα ένα ζευγάρι κάλτσες) χωρίς δική μου γνώση ή υπαιτιότητα.

Έτσι, σε περίπτωση online συναλλαγών με κλεμμένα στοιχεία καρτών, ο κάτοχος όταν δει τη χρέωση στο αντίγραφο του λογαριασμού του μπορεί να αρνηθεί να πληρώσει και η τράπεζα όχι μόνο δεν θα καταβάλει το ποσό αυτό στον πωλητή, αλλά θα χρεώσει και το κατάστημα 15\$ για τα έξοδα ακύρωσης (η χρέωση αυτή αποτελεί πρόσφατη απόφαση της Mastercard η οποία θα τεθεί σύντομα σε ισχύ).

Εννοείται φυσικά πως το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει το δικαίωμα να διώξει δικαστικά τον παραλήπτη των προϊόντων τα οποία ζητήθηκαν με αυτή την κάρτα, ζητώντας αποζημίωση. Δυστυχώς όμως το δύσκολο έργο της ανακάλυψης του ενόχου και της τιμωρίας του σπάνια έχει αίσιο τέλος. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων μάλιστα αυτό είναι πρακτικώς αδύνατον (π.χ. τα έξοδα δίωξης κατοίκου άλλης χώρας είναι τόσο υψηλά που δεν αξίζει τον κόπο να ασχοληθεί κανείς με το θέμα). Γι' αυτό και τα ηλεκτρονικά καταστήματα προτιμούν την πρόληψη από τη θεραπεία.

Η πρώτη γραμμή άμυνάς τους είναι ο έλεγχος της αξιοπιστίας των πιστωτικών καρτών. Πολλές φορές μια κάρτα μπορεί να είναι έγκυρη (να μην έχει ακυρωθεί ακόμη από την Τράπεζα), αλλά τα στοιχεία της να έχουν κλαπεί και να έχει ήδη χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν για αγορές τις οποίες αρνήθηκε να αναγνωρίσει ο κάτοχός της.

Γι' αυτό και τα ηλεκτρονικά καταστήματα μισθώνουν τις υπηρεσίες ειδικών εταιρειών, όπως η Cybersource (<http://www.cybersource.com>), οι οποίες παρακολουθούν τα περιστατικά αυτά και ενημερώνουν το ηλεκτρονικό κατάστημα αν παρουσιάστηκαν προβλήματα με τη συγκεκριμένη κάρτα στο παρελθόν. Οι υπηρεσίες αυτές βέβαια δεν παρέχονται δωρεάν. Ωστόσο, η χρήση τους είναι υποχρεωτική για όλα τα καταστήματα, καθώς περιορίζουν τις απώλειες από το 20% στο 1% των παραγγελιών. (Δηλαδή χωρίς έλεγχο των καρτών το 20% των παραγγελιών αποδεικνύονται πλαστές και η αξία των προϊόντων δεν εισπράττεται ποτέ!).

Η δεύτερη, και τελευταία, γραμμή άμυνας για κάθε ηλεκτρονικό κατάστημα είναι ο έλεγχος των παραγγελιών για την ανακάλυψη "ύποπτων" αιτημάτων. Ενδεικτικά αναφέρουμε μερικά παραδείγματα παραγγελιών οι οποίες πρέπει να ελέγχονται εξονυχιστικά:

- Μεγάλες παραγγελίες από πελάτες οι οποίοι δεν έχουν αγοράσει τίποτε στο παρελθόν
- Παραγγελία η οποία πρέπει να παραδοθεί σε ανεξέλεγκτη διεύθυνση όπως η γραμματοθυρίδα ή το post restant
- Πολλαπλές παραγγελίες για καταναλωτικά είδη τα οποία συνήθως αγοράζονται μια φορά (π.χ. παραγγελία 30 ρακετών του τένις από ένα άτομο)
- Παραγγελία ειδών με περίεργη ακολουθία (π.χ. παραγγελία 2 πουκαμίσων μεγέθους small, συν 2 ίδιου χρώματος και σχεδίασης μεγέθους medium, συν άλλα δύο large, συν άλλα δύο extra large)
- Υποβολή πολλών παραγγελιών με την ίδια κάρτα σε μικρό χρονικό διάστημα
- Υποβολή πολλών παραγγελιών με την ίδια κάρτα και παράδοση σε διαφορετικές διευθύνσεις
- Υποβολή πολλών παραγγελιών με διαφορετικές κάρτες και παράδοση στην ίδια διεύθυνση

Αναγνωρίζοντας τα προβλήματα που δημιουργεί αυτός ο τρόπος συναλλαγών, οι εταιρείες Visa και Mastercard έχουν προτείνει ένα άλλο σύστημα γνωστό με το όνομα SET (Secure Electronic Transaction). Στο κείμενο αυτό δεν θα επεκταθούμε εδώ πολύ στα τεχνικά χαρακτηριστικά του συστήματος (μπορείτε να πάρετε περισσότερες πληροφορίες στη διεύθυνση <http://www.setco.org>). Ο διαχειριστής ενός ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να γνωρίζει πως το SET αποτελείται από τρία μέρη:

1. Μια "ηλεκτρονική πιστωτική κάρτα" η οποία είναι εγκατεστημένη στον Η/Υ του χρήστη (το ειδικό λογισμικό παρέχεται δωρεάν από το SET).
2. Ειδικό λογισμικό εγκατεστημένο στο ηλεκτρονικό κατάστημα.
3. Ειδικό λογισμικό εγκατεστημένο σε μια πιστοποιημένη από το SET τράπεζα.

Χάρη στην εφαρμογή αυτή τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας του αγοραστή διαβιβάζονται από το ηλεκτρονικό κατάστημα στην τράπεζα χωρίς ο πωλητής να μαθαίνει ποτέ το παραμικρό για την κάρτα του αγοραστή (δεν γνωρίζει ούτε το όνομα, ούτε τον αριθμό, ούτε την ημερομηνία λήξεως).

Με τον τρόπο αυτό τα στοιχεία της κάρτας του αγοραστή έχουν μηδαμινές πιθανότητες τα υποκλαπούν από τρίτους. Γι' αυτό και οι Visa και Mastercard προσδοκούν πως το σύστημα αυτό θα υιοθετηθεί τελικά ως η βάση για κάθε συναλλαγή ηλεκτρονικού εμπορίου. Είναι μάλιστα τόσο σίγουρες για την ασφάλειά του που εγγυώνται κάθε συναλλαγή η οποία γίνεται μέσω SET. Δηλαδή με το SET ο online έμπορος δεν διατρέχει κανέναν από τους κινδύνους των παραγγελιών με πλαστά στοιχεία τους οποίους αναφέραμε παραπάνω.

Δυστυχώς, μέχρι σήμερα το SET δεν έχει διαδοθεί ευρέως. Απ' ό,τι φαίνεται η ευκολία της χρήσης πιστωτικής κάρτας με τον παραδοσιακό τρόπο (SSL) είναι τόσο μεγάλη (ή το λογισμικό του SET είναι τόσο περίπλοκο) που οι καταναλωτές δεν το έχουν ακόμη υιοθετήσει παρά τα προφανή πλεονεκτήματα ασφαλείας τα οποία διαθέτει.

Έτσι, συνήθως η χρήση του SET περιορίζεται μόνο στις επικοινωνίες μεταξύ εμπόρου και τράπεζας, ενώ οι επικοινωνία του εμπόρου με τον πελάτη εξακολουθεί να διεξάγεται με SSL. Με τον τρόπο αυτό όμως ο κίνδυνος των πλαστών

παραγγελιών παραμένει το ίδιο μεγάλος. Όλες οι ελπίδες λοιπόν έχουν εναποτεθεί στο SET 2 το οποίο θα χρησιμοποιεί έξυπνες κάρτες (ηλεκτρονικά πορτοφόλια) και θα είναι πολύ πιο απλό στη χρήση από τις σημερινές εφαρμογές. Δυστυχώς όμως, ο χρόνος υλοποίησης του SET 2 παραμένει ακόμη άγνωστος (πιθανότητα ένα ή δύο χρόνια).

Το καλάθι αγορών και το λογισμικό του καταστήματος

Αφού λύσουμε τα θέματα ασφαλείας που σχετίζονται με την εγκατάσταση και λειτουργία του καταστήματός μας, το επόμενο βήμα μας είναι η οργάνωσή με τέτοιο τρόπο ώστε να παρέχει στον πελάτη τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες. Στα ρωμαϊκά χρόνια η λέξη πελάτης σήμαινε άτομο ευεργετημένο (και γι' αυτό εξαρτημένο) από έναν ισχυρό άνδρα (συνήθως κάποιον πολιτικό). Αν και σήμερα η λέξη αυτή έχει αλλάξει σημασία, στην πραγματικότητα ο σύγχρονος ορισμός της δεν απέχει τόσο πολύ από τον παλαιό όσο νομίζουμε.

Εμείς φυσικά βλέπουμε το κατάστημά μας ως χώρο πραγματοποίησης πωλήσεων. Για τον καταναλωτή όμως το κατάστημα δεν έχει ως κύριο λόγο ύπαρξης την πώληση, αλλά την παροχή ενημερωτικού υλικού και άλλων πληροφοριών. Το επισκέπτεται λοιπόν για να μάθει αν υπάρχουν προϊόντα τα οποία να διαθέτουν τα χαρακτηριστικά που τον ενδιαφέρουν (χρησιμότητα, ιδιότητες, τιμή κ.λπ.) χωρίς να θεωρεί πως πρέπει οπωσδήποτε να αγοράσει κάτι από αυτά. Η αγορά θα λάβει χώρα μόνο αν ο πελάτης συναντήσει κάτι αξιόλογο και αποφασίσει πως τον συμφέρει ή τον ευχαριστεί να αξιοποιήσει τη δυνατότητα που του παρέχει το κατάστημα για να το αποκτήσει.

Γι' αυτό και ο θεμέλιος λίθος κάθε καταστήματος είναι το σύστημα παροχής πληροφοριών προς τους πελάτες του το οποίο αποτελείται από τη βάση δεδομένων στην οποία περιέχονται τα προϊόντα του, καθώς και από το καλάθι παραγγελίας μέσω του οποίου υποβάλλονται οι παραγγελίες των πελατών. Θα μπορούσαμε λοιπόν να πούμε πως ολόκληρο το ηλεκτρονικό κατάστημα δεν αποτελεί τίποτε άλλο από μια ισχυρή και περίπλοκη βάση δεδομένων.

Ο τρόπος σχεδιασμού, δόμησης και λειτουργίας αυτής της βάσης είναι αρκετά περίπλοκος και δεν θα μας απασχολήσει εδώ. Σας παραθέτουμε λοιπόν απλώς τα δημοφιλέστερα προϊόντα λογισμικού για την κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (Allaire's Allaire ColdFusion Studio, Breakthrough Software's ShopZone, Inso's DynaBase, Intershop Communications' InterShop , Macromedia's Dreamweaver , Microsoft's Visual Studio 6.0 Enterprise Edition, and NetObjects' NetObjects Fusion, καθώς και το αντίστοιχο ανοικτό λογισμικό).

Υπάρχει βέβαια και η δυνατότητα κατασκευής ενός καταστήματος (δηλαδή μιας βάσης δεδομένων για πωλήσεις μέσω Internet) από το μηδέν. Αν και η μέθοδος αυτή παρέχει μεγαλύτερη ευελιξία (μπορούμε να δημιουργήσουμε ό,τι επιθυμούμε χωρίς κανένα περιορισμό), συνήθως είναι πιο ακριβή και αρκετά ριψοκίνδυνη, καθώς ένα έτοιμο και δοκιμασμένο προϊόν δημιουργίας ηλεκτρονικών καταστημάτων περιέχει τη συσσωρευμένη εμπειρία ανάπτυξης χιλιάδων καταστημάτων την οποία σπάνια θα διαθέτει ένα ελληνικό software house.

Όποια λύση και αν επιλέξετε πάντως, η διαδικασία δημιουργίας του καταστήματός σας δεν θα αποφύγει τη δημιουργία εξειδικευμένου λογισμικού, διότι το σύστημα αποδοχής παραγγελιών θα πρέπει οπωσδήποτε να παρακολουθεί συνεχώς το

περιεχόμενο της αποθήκης σας έτσι ώστε ο πελάτης να μην έχει τη δυνατότητα να παραγγείλει κάποιο προϊόν το οποίο έχει εξαντληθεί. Αυτή η εργασία συνήθως απαιτεί τη συνεργασία του λογισμικού του καταστήματος με εκείνο της αποθήκης και του λογιστηρίου. Γι' αυτό και σχεδόν πάντοτε απαιτείται η ανάπτυξη μιας ειδικής εφαρμογής η οποία δημιουργείται αποκλειστικά για τις ανάγκες κάθε επιχείρησης (custom made).

Όσον αφορά το καλάθι παραγγελίας (shopping cart) τα πράγματα είναι πιο ξεκάθαρα και η τεχνολογία υλοποίησής του είναι πια ώριμη και δοκιμασμένη. Στην πραγματικότητα το καλάθι παραγγελίας είναι απλώς ένα σύνολο από records (πεδία) στη βάση δεδομένων του καταστήματος το οποίο λειτουργεί ακριβώς όπως και το παραδοσιακό καλάθι, ή καρότσι, του super market.

Μόλις ο πελάτης επιλέξει το πρώτο προϊόν, το λογισμικό του καταστήματος αποθηκεύει αυτόματα την παραγγελία του σε κάποιο προσωρινό πίνακα της βάσης δεδομένων του και αρχίζει να παρακολουθεί (συνήθως, αλλά όχι υποχρεωτικά, με τη μεσολάβηση cookies) τις κινήσεις του πελάτη όσο αυτός βρίσκεται μέσα στο site. Για παράδειγμα όταν ο πελάτης επιλέξει την αγορά ενός ακόμη προϊόντος αυτό προστίθεται αυτόματα στο ήδη υπάρχον καλάθι.

Κάθε σελίδα του site πρέπει να περιέχει πάντοτε μια παραπομπή προς το καλάθι από την οποία ο πελάτης θα μπορεί να επιθεωρήσει το περιεχόμενό του (είδη, συνολική αξία κ.λπ.) και να κάνει τροποποιήσεις σε αυτό (αφαίρεση προϊόντων, αλλαγή ποσότητας κ.λπ.). Αξίζει να σημειωθεί πως η τοποθέτηση προϊόντων στο καλάθι δεν συνεπάγεται καμία υποχρέωση για τον πελάτη. Αν αλλάξει γνώμη και εγκαταλείψει το site, το καλάθι του θα μείνει ενεργό για κάποιο χρονικό διάστημα (το οποίο ορίζει ο διαχειριστής του καταστήματος) και στη συνέχεια θα διαγραφεί.

Αν πάντως ο πελάτης επιλέξει να προχωρήσει στην αγορά, τότε θα πρέπει να ακολουθήσει την ειδική παραπομπή η οποία τον οδηγεί στο "ταμείο" (checkout). (Στα ελληνικά αυτό αποκαλείται συνήθως "επιβεβαίωση" ή "ολοκλήρωση" παραγγελίας.)

Όπως θα παρατηρήσατε ο τρόπος λειτουργίας του καλαθιού είναι αρκετά απλός και γίνεται μεγάλη προσπάθεια για να παρασχεθεί στο χρήστη μια εμπειρία αντίστοιχη με εκείνη ενός παραδοσιακού καταστήματος (για παράδειγμα τα περισσότερα καταστήματα χρησιμοποιούν την εικόνα ενός καροτσιού ή ενός καλαθιού για να υπογραμμίσουν την ομοιότητα του ηλεκτρονικού καταστήματός τους με ένα παραδοσιακό "bricks and mortar" κατάστημα). Ωστόσο, η μέχρι σήμερα εμπειρία από τη λειτουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντική.

Διάφορες έρευνες έχουν δείξει πως κατά μέσο όρο το 25% (Andersen Consulting) έως 28% (Boston Consulting Group) των πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος βρίσκει τη διαδικασία αγοράς ιδιαίτερα περίπλοκη και την εγκαταλείπει στη μέση. Φαντάζεστε φυσικά πως θα αντιδρούσαν οι διευθυντές ενός super market (ή κάποιου άλλου αντίστοιχου καταστήματος) αν το ένα τέταρτο των πελατών έμπαινε στο κατάστημα, έβαζε διάφορα προϊόντα στο καρότσι ή το καλάθι του, έφτανε μέχρι το ταμείο και στη συνέχεια παρατούσε ότι είχε επιλέξει στην πόρτα και έφευγε χωρίς να αγοράσει το παραμικρό.

Δυστυχώς, μέσα στο δίκτυο η συμπεριφορά αυτή είναι ορατή μόνο σε όσους παρακολουθούν με προσοχή τα στατιστικά στοιχεία κίνησης των πελατών μέσα στο κατάστημα. Γι' αυτό και τα προβλήματα της ευχρηστίας των ηλεκτρονικών καταστημάτων περνούν συνήθως απαρατήρητα. Ελπίζουμε πάντως πως εσείς που διαβάσετε αυτές τις γραμμές και έχετε ή σχεδιάζετε να δημιουργήσετε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα δεν θα κάνετε το ίδιο λάθος. Γι' αυτό και στο επόμενο τεύχος θα ασχοληθούμε αποκλειστικά με το θέμα της κατασκευής ενός εύχρηστου καταστήματος, καθώς και με το πρόβλημα της διαφήμισής του στους χρήστες του δικτύου.

Τα απαραίτητα βήματα για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος Μέρος 3ο

Όπως αναφέραμε στο προηγούμενο μέρος, το 25% - 29% (παλαιότερη έρευνα) όλων των χρηστών οι οποίοι προσπαθούν να αγοράσουν προϊόντα από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα εγκαταλείπει τη διαδικασία αγοράς στη μέση λόγω διάφορων τεχνικών προβλημάτων. Ακόμη περισσότεροι όμως είναι εκείνοι οι οποίοι "φεύγουν" από κάθε κατάστημα χωρίς να αγοράσουν τίποτε είτε επειδή δεν κατάφεραν να βρουν ό,τι ζητούσαν είτε επειδή αυτό που είδαν δεν τους έπεισε για την αξία του.

Έτσι, σε αυτό το μέρος θα ασχοληθούμε με τις στρατηγικές τις οποίες πρέπει να υιοθετήσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για να αυξήσει την φιλικότητά του προς τον χρήστη, αλλά και τους τρόπους διαφήμισης του καταστήματος αυτού εντός και εκτός Internet.

Οι κυριότεροι παράγοντες ευχρηστίας για ένα e-store είναι:

Ταχύτητα

Ο μέσος χρήστης είναι διατεθειμένος να περιμένει 13,2 δευτερόλεπτα για το φόρτωμα της αρχικής σελίδας (home page) του site και συνήθως αφιερώνει λιγότερα από 5,8 λεπτά για την αναζήτηση και παραγγελία του προϊόντος που τον ενδιαφέρει (στοιχεία του Boston Consulting Group).

Κάθε κατάστημα λοιπόν θα πρέπει να δοκιμάζει σε τακτά χρονικά διαστήματα την ταχύτητα ανταπόκρισής του για να εξασφαλίζει πως καλύπτει τις απαιτήσεις των πελατών του. Αυτό μπορεί να γίνει με τους ακόλουθους τρόπους:

- Μέτρηση της ταχύτητας με την οποία φορτώνονται οι σελίδες από διαφορετικούς προμηθευτές υπηρεσιών Internet (ISPs).
- Μέτρηση της ταχύτητας με την οποία φορτώνονται οι σελίδες σε διαφορετικούς υπολογιστές. (Πολλές σελίδες κατασκευάζονται με τη χρήση τεράστιου αριθμού tables τα οποία απαιτούν μεγάλη υπολογιστική ισχύ για να σχεδιαστούν γρήγορα και σωστά στην οθόνη.)
- Υπολογισμός του χρόνου ανταπόκρισης της βάσης δεδομένων του καταστήματος σε ώρες αιχμής. (Κάθε εφαρμογή παρουσιάζει καθυστερήσεις όταν δέχεται πολλά αιτήματα ταυτόχρονα. Μια κακοσχεδιασμένη εφαρμογή όμως θα "γονατίζει" ακόμη και όταν οι χρήστες είναι σχετικά λίγοι.)

Αξιοπιστία

Το ένα τέταρτο όσων αντιμετωπίζουν προβλήματα σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα δηλώνουν πως δεν θα το ξαναεπισκεφθούν ποτέ στο μέλλον. Επίσης, σύμφωνα με το Boston Consulting Group, το 6% από αυτούς σταματούν να αγοράζουν ακόμη και από τα εκτός δικτύου παραδοσιακά καταστήματα της ίδιας εταιρείας!

Για να ελέγξει την αξιοπιστία του καταστήματός της μια εταιρεία πρέπει:

- Να βεβαιωθεί πως λειτουργεί ικανοποιητικά με όλους τους δημοφιλείς browsers (τελευταίες εκδόσεις των Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Netscape Navigator κτλ.
- Να εγκαταστήσει κάποιο ειδικό πρόγραμμα (π.χ. <http://support.microsoft.com/support/kb/articles/q232/2/43.asp> ή κάποιο αντίστοιχο) ή να συμβληθεί με μια εταιρεία ελέγχου της ανταπόκρισης (uptime) του site. Οι εταιρείες αυτές (π.χ. <http://uptime.arsdigita.com/uptime/about.tcl>) χρησιμοποιούν ειδικό λογισμικό το οποίο ελέγχει αρκετές φορές την ημέρα το site για να βεβαιωθεί πως λειτουργεί ικανοποιητικά. Έτσι, ο ιδιοκτήτης του καταστήματος, ο οποίος φυσικά δεν μπορεί να είναι συνέχεια online, γνωρίζει πότε το site του ήταν εκτός λειτουργίας και για πόσο χρονικό διάστημα διήρκεσε αυτό.

Ευκολία αναζήτησης

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα υπερέρχει ενός παραδοσιακού διότι μπορεί να προσφέρει στον πελάτη πολύ περισσότερα είδη απ' ό,τι ένα κλασικό κατάστημα (χαρακτηριστικό παράδειγμα το Amazon το οποίο πωλεί 4,7 εκατομμύρια τίτλους βιβλίων (παλιότερη έρευνα), ενώ το μεγαλύτερο παραδοσιακό βιβλιοπωλείο του κόσμου περιέχει μόνο μερικές δεκάδες χιλιάδες).

Αν λοιπόν το κατάστημά σας δεν πωλεί κάτι εξειδικευμένο (οπότε λίγα είδη είναι αρκετά), θα πρέπει να παρέχετε μεγάλο αριθμό ειδών για να ξεχωρίσετε από τον παραδοσιακό ανταγωνισμό. Η μεγάλη ποικιλία όμως μπορεί να αποδειχθεί επιζήμια αν το κατάστημά σας δεν έχει δομηθεί με τέτοιο τρόπο ώστε ο επισκέπτης να βρίσκει εύκολα αυτό που επιθυμεί. Για τον λόγο αυτό κάθε μεγάλο κατάστημα χρειάζεται:

- Μια μηχανή αναζήτησης προϊόντων
- Έναν θεματικό κατάλογο

Η μηχανή αναζήτησης προϊόντων λειτουργεί όπως το Google (<http://www.google.com>), το Altavista (<http://www.altavista.com>) ή το Lycos (<http://www.lycos.com>). Ο χρήστης γράφει σε μια ειδική φόρμα τις λέξεις που τον ενδιαφέρουν και η μηχανή του παρουσιάζει παραπομπές στις web σελίδες του καταστήματος οι οποίες περιέχουν αυτές τις λέξεις.

Ο θεματικός κατάλογος λειτουργεί με τρόπο ανάλογο με εκείνο των μεγάλων internet directories όπως το Yahoo! (<http://www.yahoo.com>) και το Answers.com (<http://www.answers.com>). Ο χρήστης βλέπει (κατά προτίμηση από την πρώτη σελίδα του καταστήματος) έναν κατάλογο με τις βασικές κατηγορίες προϊόντων και επιλέγοντας κάποια από αυτές εμφανίζονται μπροστά του οι υποκατηγορίες και μέσα σε αυτές άλλες πιο εξειδικευμένες κατηγορίες ή ένας πίνακας με τα σχετικά προϊόντα.

Απλότητα

Έχει ειπωθεί πολλές φορές πως το καλύτερο είναι ο εχθρός του καλού. Όπως εξηγεί ο κ. Γιάννης Καποδίστριας (Marketing Manager Greece της γνωστής και πολύ δυναμικής εταιρείας EasyJet) ένα καλό site δεν πρέπει να δίνει στους επισκέπτες του τη δυνατότητα να κάνουν τα πάντα μέσω Web διότι αυτό αυξάνει την πολυπλοκότητά του και δυσκολεύει την αξιοποίησή του για απλές εργασίες. Γι' αυτό, το site της EasyJet παρέχει στους χρήστες τη δυνατότητα να εκτελέσουν online μόνο τις πιο βασικές - και πιο δημοφιλείς - εργασίες, ενώ για τις υπόλοιπες τους προτρέπει να καλέσουν το τηλεφωνικό κέντρο της εταιρείας.

Είναι αλήθεια πως η πρακτική αυτή δεν θα δώσει ποτέ στην EasyJet το βραβείο του πιο πρωτοποριακού site στο δίκτυο. Του επιτρέπει όμως να είναι ένα από τα πιο απλά, εύχρηστα και κερδοφόρα.

Γι' αυτό προσπαθήστε να κάνετε τα πάντα όσο πιο απλά και ξεκάθαρα γίνεται. Όσο περισσότερο πρέπει να προσπαθήσει ο χρήστης (π.χ. ακόμη και για φαινομενικά ασήμαντα πράγματα όπως το να κάνει ένα κλικ παραπάνω) τόσο μεγαλύτερο θα είναι το ποσοστό αποτυχίας όσων δοκιμάζουν να χρησιμοποιήσουν το κατάστημά σας. (Οι αμερικανοί αποκαλούν την προσέγγιση αυτή KISS δηλαδή Keep It Simple and Straightforward, αν και μερικοί προτιμούν να τη μεταφράζουν ως Keep It Simple Stupid.)

Για τον ίδιο λόγο πρέπει να χρησιμοποιείτε απλή γλώσσα και ευκολονόητες επικεφαλίδες. Δυστυχώς, στη γλώσσα μας δεν έχει καθιερωθεί ακόμη συγκεκριμένη ορολογία για το ηλεκτρονικό εμπόριο γι' αυτό και πολλοί επισκέπτες χάνουν τον προσανατολισμό τους όταν "κινούνται" μέσα σε ένα site. Για παράδειγμα, μπορεί για σας να είναι ξεκάθαρο πως η παραπομπή με τον τίτλο "Ενημέρωση" σημαίνει "συλλογή των τελευταίων δελτίων τύπου". Για τον χρήστη όμως μπορεί να σημαίνει "περισσότερες πληροφορίες για το προϊόν", "χώρος δήλωσης των στοιχείων του χρήστη για τη λήψη ενημερωτικών email" και πολλά άλλα.

Δομημένη σχεδίαση

Η απλή σχεδίαση, που αναφέρθηκε παραπάνω, μπορεί να επιτευχθεί μόνο αν ξεκαθαρίσετε από την αρχή ποιες είναι οι προτεραιότητές σας (focus). Αν προσπαθήσετε να ικανοποιήσετε τους πάντες ή αν δοκιμάσετε να επιτύχετε πολλά πράγματα ταυτόχρονα το πιθανότερο είναι πως θα αποτύχετε.

Τρόπος παρουσίασης των προϊόντων

Όλα τα είδη της βάσης δεδομένων του καταστήματος πρέπει να παρουσιάζονται με τρόπο ο οποίος θα είναι εύχρηστος, κατανοητός και "τραβηχτικός" για τον πελάτη. Δυστυχώς, αυτές οι απαιτήσεις θυμίζουν λίγο τον τετραγωνισμό του κύκλου, καθώς η καταχώρηση σε μια βάση απαιτεί προσαρμογή όλων των προϊόντων του καταστήματος στην προκρούστεια κλίνη της ομοιομορφίας, ενώ η ανάγκη προβολής τους υπαγορεύει τη χρήση διαφορετικών τεχνικών παρουσίασης για κάθε προϊόν.

Ενδεικτικά αναφέρουμε τα ακόλουθα απαραίτητα ενημερωτικά στοιχεία τα οποία πρέπει να προβάλλονται μαζί με κάθε προϊόν:

1. **Φωτογραφία** - Ελάχιστοι άνθρωποι θα αγοράσουν κάτι που δεν μπορούν να δουν με τα ίδια τους τα μάτια. Ακόμη κι αν το προϊόν δεν αναφέρεται σε κάτι συγκεκριμένο, μια φωτογραφία (και όχι κάποιο γραφικό) είναι απαραίτητη για να του δώσει ταυτότητα. Για παράδειγμα ένα ταξίδι στο Περού θα μπορούσε να παρουσιάζεται με μια φωτογραφία κάποιας πόλης των Ίνκας.
2. **Κείμενο** - Ένα μικρό περιγραφικό σχόλιο είναι απαραίτητο για να παρουσιάσει στον πελάτη όλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προϊόντος (το μόνο PC που ψήνει καφέ μέχρι να φορτώσουν τα windows).
3. **Τεχνικά χαρακτηριστικά** - Οι διαστάσεις, το βάρος, το χρώμα και όλα τα άλλα στοιχεία που χαρακτηρίζουν το προϊόν πρέπει να παρουσιάζονται με τη μορφή ενός ευανάγνωστου πίνακα.
4. **Στοιχεία αγοράς** - Σε αυτά περιλαμβάνεται η τιμή, ο τύπος (μοντέλο), η συσκευασία, η διαθεσιμότητα, καθώς και κάθε άλλο στοιχείο σχετικό με την αγορά (π.χ. ιδιαιτερότητες στον τρόπο αποστολής).

Η αναφορά των παραπάνω χαρακτηριστικών δεν είναι φυσικά πλήρης. Ανάλογα με το είδος των προϊόντων που διαθέτει, κάθε κατάστημα μπορεί και πρέπει να προσθέσει τα δικά του στοιχεία τα οποία θα κάνουν πιο ελκυστικά για τους πελάτες του τα είδη που διαθέτει. Πρέπει όμως να θυμόμαστε πάντοτε πως όποια και αν είναι η επιλογή των στοιχείων με τα οποία θα περιγράφεται το προϊόν, αυτά θα πρέπει να παρουσιάζονται πάντοτε στην ίδια θέση. Αν σε άλλα προϊόντα η τιμή αναγράφεται κάτω αριστερά, ενώ σε άλλα πάνω δεξιά, η διαδικασία αγοράς γίνεται πιο περίπλοκη και ο επισκέπτης έχει περισσότερες πιθανότητες να εγκαταλείψει το κατάστημα χωρίς να αγοράσει τίποτε.

Κριτικές πελατών

Όλο και περισσότερα καταστήματα επιτρέπουν στους χρήστες του δικτύου να δημοσιεύουν τα δικά τους σχόλια μαζί με την "κάρτα παρουσίασης" κάθε προϊόντος. Αυτή η πρακτική είναι πολύ δημοφιλής μεταξύ των πελατών κάθε καταστήματος διότι τους δίνει τη δυνατότητα να μάθουν τη γνώμη που σχημάτισαν για το προϊόν οι παλαιότεροι πελάτες του. Ωστόσο, το κατάστημα πρέπει να ελέγχει (έστω και δειγματοληπτικά) αυτά τα σχόλια για να εξασφαλίσει πως ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Δυστυχώς, πολλές φορές οι παραγωγοί μερικών προϊόντων φροντίζουν, εκμεταλλευόμενοι την ανωνυμία του Internet, να δημιουργούν πλαστά σχόλια φανταστικών αγοραστών μέσω των οποίων επαινούν τα προϊόντα τους και συστήνουν στους άλλους να τα αγοράσουν.

Άλλες φορές πάλι μια οργανωμένη ομάδα ανθρώπων διαχειρίζεται το σύστημα καταχώρησης σχολίων με τρόπο που είτε να υποστηρίζει είτε να δυσφημίζει ένα προϊόν. Χαρακτηριστική περίπτωση αυτής της πρακτικής είναι το βιβλίο του Αδόλφου Χίτλερ "Ο Αγών Μου" (Mein Kampf) η πώληση του οποίου στο Amazon έχει γίνει αντικείμενο ανταγωνισμού μεταξύ φασιστών (που το υποστηρίζουν γράφοντας υμνητικές κριτικές) και αντιφασιστών (οι οποίοι φυσικά το επικρίνουν).

Το παράδειγμα αυτό αναφέρεται όχι μόνο για να υπενθυμίσει την εκπληκτική ιδιότητα του Internet να πολιτικοποιεί πράγματα που θα περνούσαν απαρατήρητα σε άλλα μέσα ("Ο Αγών Μου" πωλείται χωρίς αντιδράσεις σε πολλά βιβλιοπωλεία), αλλά και για να τονίσει τη σημασία της σωστής σχεδίασης ενός συστήματος δημοσιοποίησης σχολίων πελατών. Στην περίπτωση του Amazon ο αναγνώστης έχει το δικαίωμα να δώσει στο βιβλίο από ένα έως πέντε αστέρια. Έτσι, ακόμη και αυτός

που "θάβει" το βιβλίο υποχρεώνεται να του δώσει ένα αστέρι. Με τον τρόπο αυτό όμως, ακόμη και οι αρνητικές κριτικές προσθέτουν στο βιβλίο περισσότερα αστέρια, ανεβάζοντας τη θέση του στη γενική κατάταξη!

Επιλογή του κατάλληλου ύφους

Η σχεδίαση του καταστήματος πρέπει να συμβαδίζει πάντοτε με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά της πλειοψηφίας των πελατών του (π.χ. πιο έντονα σχέδια και χρώματα για ένα νεανικό site ή πιο συντηρητικές αποχρώσεις για ένα χρηματιστηριακό - οικονομικό site). Όποιο και αν είναι το κοινό σας όμως, το κατάστημα πρέπει να ξεχωρίζει για τον επαγγελματισμό του. Γι' αυτό πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία σε λεπτομέρειες όπως η αρμονική γλώσσα, η καλή σύνταξη, η άψογη ορθογραφία, το πλούσιο πληροφοριακό υλικό κ.λπ.

Είναι αλήθεια πως στη σημερινή εποχή της βιασύνης και των πειστικών προθεσμιών ποιοτικές παράμετροι όπως οι παραπάνω μπαίνουν συνήθως σε δεύτερη μοίρα. Ωστόσο, δεν πρέπει να υποπίπτουμε στον πειρασμό να αγνοήσουμε οτιδήποτε δεν μπορούμε να μετρήσουμε ή οτιδήποτε δεν τραβάει την προσοχή του επισκέπτη με την πρώτη ματιά. Όσο σημαντική και αν είναι η πρώτη εντύπωση (you never get a second chance to make a good first impression) αυτό που πραγματικά θέλετε από τους επισκέπτες και τους πελάτες σας είναι να γίνουν τακτικοί χρήστες των υπηρεσιών σας. Για να τους κρατήσετε όμως πρέπει να δώσετε μεγάλη σημασία στις λεπτομέρειες οι οποίες μακροπρόθεσμα είναι αυτές που κάνουν τη διαφορά.

Συνεχής έλεγχος

Κανένα κατάστημα δεν είναι τέλειο και κανένα ποτέ δεν θα αποκτήσει αυτή τη διάκριση. Πρέπει λοιπόν πάντοτε να μελετάτε τη συμπεριφορά των πελατών και γενικότερα των επισκεπτών του καταστήματος για να διαγνώσετε τα προβλήματα εκείνα που τους αποθαρρύνουν ή για να ανακαλύψετε ποιες είναι οι επιθυμίες τους. Για να το επιτύχετε αυτό σας προτείνουμε να μελετάτε διεξοδικά τα log files και να υιοθετήσετε την τεχνική των mystery shoppers.

Τα log files είναι αρχεία στα οποία καταχωρούνται με πολύ αναλυτικό τρόπο πολλές από τις δραστηριότητες των επισκεπτών του site. Πολύ συχνά οι επιχειρήσεις διατυπώνουν το παράπονο πως οι πληροφορίες αυτές δεν είναι αρκετά αναλυτικές ή πως υστερούν σε αρκετούς τομείς (π.χ. δεν μας δίδεται ποτέ ο ακριβής αριθμός των επισκεπτών). Ωστόσο, τα στοιχεία που μας παρέχουν τα log files (ειδικά αν συνδυαστούν με εκείνα των αγοραστών) μπορούν να μας προσφέρουν εξαιρετικά χρήσιμες πληροφορίες αν τους δοθεί η δέουσα προσοχή και αν μελετηθούν από ανθρώπους με τις κατάλληλες τεχνικές γνώσεις. Δυστυχώς όμως, αυτό συμβαίνει πολύ σπάνια με αποτέλεσμα να πηγαίνει χαμένος όλος αυτός ο πλούτος πληροφοριών χάρη στον οποίο το κατάστημα θα μπορούσε να αυξήσει σημαντικά την αποδοτικότητά του, υποσκελίζοντας με μεγάλη ευκολία τον ανταγωνισμό.

Ένας απλούστερος τρόπος για να μελετήσουμε την ευχρηστία, την αξιοπιστία και την καλή λειτουργία του καταστήματός μας είναι η χρήση των λεγόμενων mystery shoppers. Πρόκειται για ανθρώπους οι οποίοι λειτουργούν ως εικονικοί αγοραστές. Οι mystery shoppers αναλαμβάνουν να βρουν και να αγοράσουν συγκεκριμένα προϊόντα από το κατάστημα ή να εκτελέσουν κάποια άλλη εργασία (π.χ. να ανακαλύψουν τη σελίδα με τις οδηγίες επιστροφής ενός προϊόντος) και να

καταγράψουν όλες τις σκέψεις και τις ενέργειές τους σε ένα φύλλο χαρτί το οποίο παραδίδεται στον υπεύθυνο του καταστήματος. Εκείνος το μελετάει και διατυπώνει συμπεράσματα σχετικά με το επίπεδο ευχρηστίας του καταστήματος και τις αλλαγές που πρέπει να γίνουν σε αυτό.

Τρόποι διαφήμισης του καταστήματος

Ακόμη και το καλύτερο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι καταδικασμένο σε αποτυχία αν δεν προβληθεί με αποτελεσματικό τρόπο στους χρήστες του Internet. Οι δημοφιλέστερες και πιο παραγωγικές μέθοδοι διαφήμισης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι:

Καταχώρηση στα εργαλεία αναζήτησης

Σύμφωνα με έρευνα της Cyber Dialogue, η πλειοψηφία των χρηστών του Internet ξεκινά τη διαδικασία αγοράς από ένα εργαλείο αναζήτησης του δικτύου. Όταν η αναζήτηση είναι γενική (π.χ. αν ο χρήστης θέλει να αγοράσει ορειβατικά παπούτσια), τότε το 82% των ενδιαφερόμενων θα επισκεφθεί πρώτα έναν κατάλογο πληροφοριών (π.χ. το Yahoo!) και θα ξεκινήσει την έρευνα αγοράς του από μια κατηγορία σχετική με το προϊόν (π.χ. Ορειβασία ή ορειβατικός εξοπλισμός). Μόνο το 18% των χρηστών θα προτιμήσει να επισκεφθεί το site μιας επώνυμης φίρμας (π.χ. Timberland) για να ξεκινήσει την έρευνά του από εκεί.

Ακόμη όμως και αν το προϊόν που αναζητείται είναι επώνυμο (π.χ. γραβάτες Armani), μόνο το 38% των χρηστών θα επισκεφθεί πρώτο το site του Armani. Η πλειοψηφία των ενδιαφερομένων (62%) θα προτιμήσει να κάνει πρώτα μια γενική έρευνα και μετά να επισκεφθεί το επώνυμο site (στο παράδειγμά μας το site της εταιρείας Armani).

Είναι λοιπόν απαραίτητο να καταχωρήσουμε το κατάστημά μας σε όσο περισσότερα εργαλεία αναζήτησης γίνεται. Θεωρητικά αυτό δεν είναι απαραίτητο διότι το λογισμικό κάθε εργαλείου μπορεί από μόνο του να ανακαλύψει και να καταχωρήσει το site μας. Δυστυχώς όμως, αυτό δεν γίνεται πάντοτε, λόγω του μεγάλου αριθμού των sites που υπάρχουν στο δίκτυο. Η εργασία αυτή λοιπόν πρέπει να γίνει από τον διαχειριστή του κάθε καταστήματος.

Διαφήμιση εντός δικτύου

Σύμφωνα με έρευνα της Binary Compass Enterprises, το 12% των πελατών φτάνει σε ένα εμπορικό site μετά την υπόδειξη κάποιας διαφημιστικής καταχώρησης μέσα στο δίκτυο (banner, button κ.λπ.). Αν και το ποσοστό των επισκεπτών διαφημιστικής προέλευσης δεν είναι τόσο μεγάλο όσο εκείνο των επισκεπτών από μηχανές αναζήτησης, ωστόσο παραμένει αρκετά σημαντικό. Σημειώστε πάντως πως δεν πρέπει να αφήνετε πολλές μέρες τα banners σας στο ίδιο site (το clickthrough πέφτει σημαντικά μετά από δύο ή τρεις ημέρες). Επίσης φροντίστε πάντοτε να τα σχεδιάζετε με έντονα χρώματα (προτιμάται το κίτρινο και το κόκκινο) έτσι ώστε να ξεχωρίζουν από την υπόλοιπη σελίδα.

Διαφήμιση εκτός δικτύου

Ένα μεγάλο λάθος στο οποίο υποπίπτουν συχνά όσοι ασχολούνται εντατικά με το Internet είναι η "εξιδανίκευση" του δικτύου. Ακούμε πολλούς να υμνούν το Internet, υποστηρίζοντας πως σε λίγο καιρό τα πάντα θα γίνονται ηλεκτρονικά. Επειδή όμως

εργαζόμαστε στο δίκτυο και έχουμε επενδύσει το μέλλον μας σε αυτό δεν σημαίνει πως πρέπει να πιστεύουμε πάντοτε τις σειρήνες της "πανδικτυοποίησης". Η ιστορική εμπειρία έχει δείξει πως μέχρι σήμερα ποτέ μια νέα τεχνολογία δεν υποσκέλισε τελείως όσες υπήρχαν πριν από αυτήν. Η πλειοψηφία των χρηστών του Internet δαπανά το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου της εκτός δικτύου, παρακολουθώντας τηλεόραση, διαβάζοντας εφημερίδες ή περιοδικά και ακούγοντας ραδιόφωνο. Γι' αυτό οι διαφημίσεις εκτός δικτύου σε παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας έχουν μεγάλη απήχηση και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να αγνοούνται από τα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Affiliates

Τον τελευταίο χρόνο, παρατηρούμε πως γίνεται όλο και πιο δημοφιλής η πρακτική των affiliates programs η οποία θα μπορούσε να αποδοθεί στα ελληνικά με τον όρο συνεργασίες παραπομπών. Αυτή η πρωτοποριακή ιδέα δοκιμάστηκε για πρώτη φορά σε ευρεία κλίμακα από το Amazon και συνίσταται στη συνεργασία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με web (refferal) sites τα οποία περιέχουν ενημερωτικό υλικό για θέματα σχετικά με τα προϊόντα του καταστήματος. Κάθε refferal site δημιουργεί από τις σελίδες του παραπομπές στις σελίδες συγκεκριμένων προϊόντων του καταστήματος και συνιστά στους επισκέπτες του να τις ακολουθήσουν. Το ηλεκτρονικό κατάστημα παρακολουθεί τις ενέργειες όσων το επισκέπτονται προερχόμενοι από αυτές τις παραπομπές και κάθε φορά που ένας χρήστης χρησιμοποιεί την παραπομπή από το refferal site προς το ηλεκτρονικό κατάστημα για να αγοράσει ένα προϊόν, το refferal site αμείβεται με ένα ποσοστό από τα έσοδα της πώλησης.

Η πρακτική αυτή είναι ακόμη άγνωστη στη χώρα μας και μπορεί να αποδειχθεί πολύ αποδοτική για ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, καθώς αποτελεί διαφήμιση η οποία αμείβεται μόνο όταν φέρει στο κατάστημα πελάτες οι οποίοι αγοράζουν τα προϊόντα του.

Ενημέρωση μέσω email

Αν ρίξουμε μια ματιά στις στατιστικές, θα παρατηρήσουμε πως στις μέρες μας οι άνθρωποι οι οποίοι παραπονούνται για την έλλειψη χρόνου είναι πολύ περισσότεροι απ' όσους δυσαρεστούνται από την έλλειψη χρημάτων! Σε έναν χώρο με τόσους πειρασμούς όσους έχει το Internet (εκατομμύρια sites και περισσότερες από ένα δισεκατομμύριο web σελίδες) αυτό σημαίνει πως ένα online κατάστημα δεν μπορεί να αρκестεί στην εύρεση τρόπων διαφήμισής του σε νέους αγοραστές. Πρέπει να "υπενθυμίζει" συνεχώς την ύπαρξή του και σε όσους το έχουν ήδη επισκεφθεί ή έχουν αγοράσει κάτι από αυτό.

Ο καλύτερος, ασφαλέστερος και φθηνότερος τρόπος για να επιτευχθεί αυτή η διαρκής επαφή και επικοινωνία μεταξύ του καταστήματος και των χρηστών του δικτύου είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Το μέσο αυτό έχει δυσφημιστεί πάρα πολύ λόγω του spamming (αποστολή διαφημιστικών email) το οποίο ταλαιπωρεί τους περισσότερους χρήστες του δικτύου. Ωστόσο, πολλά καταστήματα παρέχουν στους επισκέπτες και τους πελάτες τους τη δυνατότητα να δηλώσουν την email διεύθυνσή τους για να ενημερώνονται για τα νέα του καταστήματος, για ειδικές προσφορές ή για ειδήσεις σχετικές με τα προϊόντα (π.χ. μέσω ενός Email newsletter).

Η πρακτική αυτή δεν συγκεντρώνει συχνά τα φώτα της δημοσιότητας και είναι αρκετά "ταπεινή" συγκρινόμενη με τα φανταχτερά web sites των καταστημάτων. Έχει λοιπόν το μειονέκτημα πως δεν εντυπωσιάζει τον προϊστάμενο ή το αφεντικό. Μακροπρόθεσμα όμως μπορεί να λειτουργήσει εξαιρετικά θετικά, καθώς το κατάστημα θα δημιουργήσει έναν πυρήνα ανθρώπων οι οποίοι ενδιαφέρονται έντονα γι' αυτό και τα προϊόντα του και αποκτούν ισχυρούς δεσμούς μαζί του.

Εννοείται φυσικά πως αυτή η τεχνική απαιτεί σοβαρότητα (παροχή μόνο χρήσιμων ειδήσεων ή πληροφοριών) και υπομονή. Επίσης τα ενημερωτικά email δεν πρέπει να αποστέλλονται με μεγάλη συχνότητα διότι θα κουράσουν το κοινό το οποίο τελικά θα ζητήσει τη διακοπή της αποστολής τους.

Συμπεράσματα

Ολοκληρώνοντας, πιστεύω πως έγινε μια αρκετά λεπτομερής ανάλυση για τις απαιτήσεις που είναι απαραίτητες για τη δημιουργία ενός καταστήματος στο Internet. Το δίκτυο είναι ένας χώρος ο οποίος παρέχει τεράστιες ευκαιρίες σε νέους και δυναμικούς επιχειρηματίες. Αν και είναι λάθος να πιστεύουμε πως όσοι ασχολούνται με αυτό θα γίνουν αυτομάτως πλούσιοι (το Internet δεν είναι Ελντοράντο και χρειάζονται πολλά χρόνια προσπάθειας για να αποδώσουν οι επενδύσεις σε αυτό) οι ευκαιρίες είναι πολλές και με την πάροδο του χρόνου θα γίνονται ακόμη μεγαλύτερες.

Έχει γίνει πλέον αποδεκτό πως σύντομα ένα μεγάλο (και συνεχώς αυξανόμενο) μέρος του παγκόσμιου εμπορίου θα μεταναστεύσει στο Internet (το 2003 το 15% του παγκόσμιου εμπορίου πραγματοποιήθηκε μέσω του δικτύου). Αυτή η μεταβολή των παραδοσιακών δομών μπορεί να οδηγήσει τη χώρα μας σε ακόμη μεγαλύτερη ανάπτυξη και πρόοδο (αν την προσεγγίσουμε θετικά) αλλά μπορεί και να την καταδικάσει στη φτώχεια και την υπανάπτυξη (αν αφήσουμε τις εξελίξεις να μας προσπεράσουν). Η διαρκής ενημέρωση στα θέματα του Internet Business και η σωστή πληροφόρηση των Ελλήνων επιχειρηματιών, θα βοηθήσει τη χώρα μας να αποκτήσει τη θέση που της αξίζει στο νέο διεθνή καταμερισμό της εργασίας.

Κεφάλαιο Δεύτερο

" Πρόταση Ηλεκτρονικού Καταστήματος "

Α. Σχετικά με τη διανομή XAMPP



Για να μπορέσουμε να εγκαταστήσουμε το mambo cms και το module του phpshop θα χρειαστεί να εγκαταστήσουμε ένα web server πρώτα. Πολλοί άνθρωποι γνωρίζουν από την εμπειρία τους ότι δεν είναι εύκολο να εγκαταστήσουν έναν Apache web server και γίνεται ακόμα πιο δύσκολο αν θέλουν να προσθέσουν MySQL, PHP και Perl.

Το XAMPP είναι μια διανομή του Apache που έχει εύκολη εγκατάσταση και περιλαμβάνει MySQL, PHP και Perl. Το XAMPP είναι πραγματικά πολύ εύκολο να εγκατασταθεί και να χρησιμοποιηθεί – απλά κάνουμε download, extract τα αρχεία και ξεκινάμε.

Τη δεδομένη χρονική στιγμή υπάρχουν τέσσερις διανομές του XAMPP:

XAMPP για Linux

Η διανομή για τα συστήματα Linux (δοκιμασμένη σε SuSE, RedHat, Mandrake και Debian) περιέχει: Apache, MySQL, PHP & PEAR, Perl, ProFTPD, phpMyAdmin, OpenSSL, GD, Freetype2, libjpeg, libpng, gdbm, zlib, expat, Sablotron, libxml, Ming, Webalizer, pdf class, ncurses, mod_perl, FreeTDS, gettext, mcrypt, mhash, eAccelerator, SQLite και IMAP C-Client.

XAMPP για Windows

Η διανομή για Windows υποστηρίζει τα :98, NT, 2000 και XP. περιέχει: Apache, MySQL, PHP + PEAR, Perl, mod_php, mod_perl, mod_ssl, OpenSSL, phpMyAdmin, Webalizer, Mercury Mail Transport System for Win32 and NetWare Systems v3.32, JpGraph, FileZilla FTP Server, mcrypt, eAccelerator, SQLite, και WEB-DAV + mod_auth_mysql.

XAMPP για Mac OS X

Η διανομή αυτή για Mac OS X περιέχει: Apache, MySQL, PHP & PEAR, SQLite, Perl, ProFTPD, phpMyAdmin, OpenSSL, GD, Freetype2, libjpeg, libpng, zlib, Ming, Webalizer, mod_perl, eAccelerator, phpSQLiteAdmin.

XAMPP για Solaris

Η διανομή για Solaris (αναπτύχθηκε και δοκιμάστηκε σε Solaris 8, δοκιμάστηκε σε Solaris 9) περιέχει: Apache, MySQL, PHP & PEAR, Perl, ProFTPD, phpMyAdmin, OpenSSL, Freetype2, libjpeg, libpng, zlib, expat, Ming, Webalizer, pdf class.

Σημείωση: Οι εκδόσεις του XAMPP για MAC OS X και Solaris είναι ακόμα στα πρώτα βήματα της ανάπτυξής τους. Η χρήση τους εμπεριέχει τον παράγοντα ρίσκου.

Εύκολη εγκατάσταση και απεγκατάσταση

Για να εγκατασταθεί το XAMPP το μόνο που χρειάζεται είναι να γίνει download και έπειτα extract των αρχείων του. Δεν γίνονται αλλαγές στην Windows registry (εκτός αν χρησιμοποιηθεί η Windows installer version του XAMPP) και δεν είναι απαραίτητο να παραμετροποιηθούν αρχεία ρυθμίσεων (configuration files).

Για να γίνει έλεγχος λειτουργίας του XAMPP περιλαμβάνονται μερικά προγράμματα (υπάρχει ένα μικρό CD collection program – γραμμένο σε PHP με τη χρήση MySQL, λογισμικό ενός μικρού guest book γραμμένο σε Perl και αρκετές άλλες εφαρμογές demo).

Αν αποφασίσετε ότι το XAMPP δεν σας χρειάζεται απλά διαγράφετε το XAMPP directory και έχει αφαιρεθεί από το σύστημά σας.

Περισσότερα όμως για την εγκατάσταση και την απεγκατάστασή του θα αναφερθούν σε άλλο κεφάλαιο.

Το XAMPP είναι δωρεάν

Το XAMPP είναι μια προσπάθεια των για να αποδειχθεί ότι το δωρεάν λογισμικό είναι εξίσου λειτουργικό και αποτελεσματικό με υπερτιμημένες εμπορικές εκδόσεις λογισμικού.

Η φιλοσοφία

Η φιλοσοφία που βρίσκεται πίσω από το XAMPP είναι να κατασκευαστεί μια διανομή για developers, με εύκολη εγκατάσταση, έτσι ώστε να μουν στον κόσμο του Apache. Για να γίνει πιο λειτουργικό και για την διευκόλυνση των developers στο XAMPP παραμετροποιούνται όλα τα χαρακτηριστικά του.

Παρ' όλα αυτά, η εξαρχής παραμετροποίηση (default configuration) δεν είναι καλή από άποψη ασφαλείας και δεν είναι ασφαλής αρκετά για περιβάλλον παραγωγής. Έτσι, συστήνεται να μην χρησιμοποιηθεί για εμπορικούς σκοπούς χωρίς να έχετε εξασφαλίσει την ασφαλή παραμετροποίησή του. Στις καινούριες εκδόσεις περιλαμβάνεται πακέτο που μεριμνά για την ασφάλεια και τα σχετικά θέματα.

Η άδεια

Το XAMPP είναι μια συλλογή από free software (συγκρινόμενο με μια διανομή Linux), είναι δωρεάν και μπορεί να αντιγραφεί δωρεάν κάτω από του όρους που διέπουν την **GNU General Public License**.

Σε περίπτωση εμπορικής χρήσης, θα ήταν συνετό να ελεγχθούν οι άδειες των προϊόντων και συγκεκριμένα της MySQL, από την πλευρά του XAMPP η εμπορική χρήση είναι δωρεάν.

Η τελευταία έκδοση του XAMPP 1.4.15 (Αύγουστος 2005)

περιλαμβάνει

- + Apache 2.0.54
- + MySQL 4.1.13
- + PHP 5.0.4 + PHP 4.4.0 + PEAR
- + eAccelerator 0.9.3(PHP5) / 0.9.4-dev(PHP4)
- + PHP-Switch win32 1.0
- + XAMPP Control Version 2.1 from www.nat32.com
- + XAMPP Security 1.0
- + SQLite 2.8.15
- + OpenSSL 0.9.8
- + phpMyAdmin 2.6.3-pl1
- + ADODB 4.65
- + Mercury Mail Transport System for Win32 and NetWare Systems v4.01a
- + FileZilla FTP Server 0.9.8c
- + Webalizer 2.01-10
- + Zend Optimizer 2.5.10a

Απαιτήσεις συστήματος (System Requirements):

- + 64 MB RAM (προτείνεται)
- + 160 MB free Fixed Disk
- + Windows 98, ME, XP Home
- + Windows NT, 2000, XP (προτείνεται)

B. CMS – Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου

CMS - Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου



Ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι απαραίτητο για την επιτυχία ενός web site ή ενός intranet. Όμως πολλές επιχειρήσεις και οργανισμοί δεν είναι εξοικειωμένοι με αυτή την τεχνολογία.

Σε αυτό το άρθρο θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε στην βασική ερώτηση: **Τι είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου;**

Το επιχειρηματικό πρόβλημα

Έχετε ένα web site ή (σπανιότερα) ένα Intranet. Συγχαρητήρια! Παρόλου που ίσως δεν είναι το

καλύτερο του κόσμου, έχει αποδειχθεί πολύ χρήσιμο.

Το μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου είναι παλιό πια ή ανακριβές. Με δυσκολία βρίσκετε αυτό που ψάχνετε, η ενημερωσή του είναι πολύπλοκη και η εμφάνισή του αρχίζει και δείχνει τα χρονάκια της.

Ακόμη χειρότερα, δεν έχετε κανέναν έλεγχο του web site, γιατί σας το έφτιαξε κάποτε μία εταιρεία με την οποία δεν έχετε ξανά επικοινωνία, ή σας το έφτιαξε ο αγαπημένος σας ανηψιός, που έπαιζε το internet στα δαχτυλά του και είναι τώρα φαντάρος ή απασχολημένος με τις δικές του αναζητήσεις, ή σας το έφτιαξε ο γνωστός σας ο οποίος έχει πλέον ξεχάσει τι έκανε...

Στο βάθος του μυαλού σας κάτι σας λέει ότι αυτό που συμβαίνει δεν είναι καλό. Χάνετε πελάτες, δεν έχετε τον έλεγχο της επένδυσής σας, η κατάσταση λειτουργεί εναντίον σας.

Αν τα παραπάνω σας θυμίζουν κάτι γνώριμο, δεν είσαστε ο μόνος. Στη πραγματικότητα είναι το φυσικό υποπροϊόν της χωρίς πλάνο αξιοποίησης του Internet σαν επιχειρηματικού εργαλείου. Της αδυναμίας σας να δείτε το μέλλον όχι γιατί αδιαφορούσατε, αλλά γιατί απλά δεν γνωρίζατε.

Ευτυχώς αυτού του είδους τα προβλήματα καλείτε να λύσει ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου.

Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου: Ο Ορισμός

Ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου υποστηρίζει τη δημιουργία, διαχείριση, διανομή και εύρεση της επιχειρηματικής πληροφορίας.

Υποστηρίζει όλο τον κύκλο ζωής των πληροφοριών που εμφανίζονται στο web site σας, παρέχοντας εργαλεία για τη δημιουργία περιεχομένου, την παρουσίασή του και τέλος την αρχειοθέτησή τους.

Επίσης παρέχει την ικανότητα να διαχειρίζεστε τη δομή του web site, την εμφάνιση των δημοσιευμένων σελίδων και του τρόπου πλοήγησης σε αυτό.

Εταιρικά Οφέλη

Τα πλεονεκτήματα από τη χρησιμοποίηση ενός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου είναι πολλά και περιλαμβάνουν:

- Ευκολία στη δημιουργία περιεχομένου
- Ταχύτητα στην ενημέρωση
- Βελτιωμένη πλοήγηση στο web site
- Ευελιξία
- Ασφάλεια
- Δυνατότητα ανάπτυξης
- Χαμηλό κόστος συντήρησης

Η ανατομία ενός CMS

Η λειτουργικότητα του CMS μπορεί να χωριστεί σε διάφορες κατηγορίες:

Δημιουργία περιεχομένου

Διαχείριση περιεχομένου

Δημοσίευση

Παρουσίαση

Κάθε μία από αυτές τις κατηγορίες θα εξερευνηθούν στη συνέχεια.



Δημιουργία περιεχομένου

Από τη πλευρά της επιχείρησης ένα CMS είναι ένα εύκολο στη χρήση περιβάλλον δημιουργίας περιεχομένου, αντίστοιχο με αυτό του Ms Word. Έτσι παρέχει έναν μη τεχνικό τρόπο για τη δημιουργία νέων σελίδων ή την ενημέρωση των ήδη υπαρχόντων, χωρίς τη γνώση της γλώσσας HTML.

Το CMS επίσης επιτρέπει τη διαχείριση της δομής του web site. Αυτό σημαίνει το που θα εμφανίζονται οι σελίδες και πως αυτές θα διασυνδέονται μεταξύ τους.

Το CMS παρέχει το περιβάλλον δημιουργίας περιεχομένου μέσω του ίδιου του Internet, κάτι που απλοποιεί επιπλέον το σύστημα και επιτρέπει την απομακρυσμένη διαχείριση του web site. Ταυτόχρονα το καθιστά οικονομικό γιατί η επιχείρηση δεν επιβαρύνεται το κόστος των ανανεώσεων.

Το περιβάλλον δημιουργίας περιεχομένου που παρέχει το CMS είναι και το σημείο κλειδί για την επιτυχία του. Παρέχοντας έναν απλό μηχανισμό συντήρησης του web site καθιστά την εταιρεία αυτόνομη και ανεξάρτητη. Για παράδειγμα το τμήμα

μάρκετινγκ θα μπορεί να διαχειρίζεται και να ενημερώνει το περιεχόμενο που το αφορά, ενώ το τμήμα πωλήσεων θα έχει πάντα έναν ενημερωμένο κατάλογο προϊόντων.

Διαχείριση Περιεχομένου

Από τη στιγμή που έχει δημιουργηθεί μία σελίδα, αποθηκεύεται σε ένα κεντρικό αποθηκευτικό χώρο, μέσα στο ίδιο το CMS. Εκεί αποθηκεύεται όλο το περιεχόμενο του web site καθώς όλες οι άλλες σχετικές πληροφορίες.

Η δυνατότητα κεντρικής αποθήκευσης επιτρέπει στο CMS να παρέχει μία σειρά από επιπλέον χαρακτηριστικά:

- Να κρατά σε λογαριασμό όλες τις εκδόσεις μίας σελίδας, στοιχεία για το ποιος άλλαξε τι και πότε.
- Να εξασφαλίζει ότι ο κάθε χρήστης μπορεί να τροποποιήσει το περιεχόμενο μόνο στο τμήμα του web site στο οποίο έχει δικαιοδοσία.
- Συνεργασία με υπάρχοντα συστήματα πληροφορικής (σε εξειδικευμένα CMS).

Επίσης παρέχει δυνατότητες οργάνωσης της ροής της πληροφορίας. Αυτό θα γίνει πιο κατανοητό με ένα παράδειγμα:

Όταν δημιουργείται μία νέα σελίδα, στέλνεται αυτόματα στο προϊστάμενο του τμήματος για έγκριση και στη συνέχεια στον υπεύθυνο για το περιεχόμενο του web site. Μετά την έγκριση των παραπάνω η σελίδα δημοσιεύεται αυτόματα.

Σε κάθε βήμα της παραπάνω διαδικασίας, το CMS παρακολουθεί την κατάσταση της σελίδας και ενημερώνει τους εμπλεκόμενους.

Με αυτό το τρόπο είναι δυνατή η συμμετοχή πολλών στη διαμόρφωση του περιεχομένου του web site, χωρίς όμως να χάνεται ο έλεγχος, ενώ παράλληλα διατηρεί σταθερή τη ποιότητα, ακρίβεια και έλεγχό του.

Δημοσίευση

Από τη στιγμή που το τελικό περιεχόμενο είναι διαθέσιμο στο χώρο κεντρικής αποθήκευσης, μπορεί να δημοσιευθεί στο web site.

Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου είναι ισοδύναμο με μία ισχυρή μηχανή δημοσίευσης που επιτρέπει την αυτόματη εφαρμογή τόσο της εμφάνισης όσο και της δομής του web site κατά τη διάρκεια της δημοσίευσης.

Βέβαια κάθε web site έχει διαφορετική εμφάνιση. Έτσι το CMS επιτρέπει το διαχωρισμό του ρόλου των web designers και των web developers. Και οι δύο αυτές ομάδες, απαραίτητες για την ύπαρξη ενός web site, μπορούν να συνεργαστούν αρμονικά. Οι web designers μπορούν να επικεντρωθούν στο αισθητικό τμήμα, του web site, ενώ οι web developers στην λειτουργικότητά του.

Παρουσίαση

Το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) μπορεί επίσης να παρέχει μία σειρά από χαρακτηριστικά που ενισχύουν την ποιότητα και αποτελεσματικότητα του web site σας.

Για παράδειγμα το CMS θα δημιουργήσει αυτόματα το μηχανισμό πλοήγησης του web site αξιοποιώντας τις πληροφορίες που είναι αποθηκευμένες στο χώρο κεντρικής αποθήκευσης (Βάση Δεδομένων).

Επίσης επιτρέπει την υποστήριξη πολλαπλών browsers. Το web site παρουσιάζεται το ίδιο σωστά, ανεξάρτητα από τον browser που ο χρήστης χρησιμοποιεί για να το δει.

Με το CMS μπορείτε να κάνετε το web site σας δυναμικό και διαδραστικό, βελτιώνοντας την εντύπωση που δημιουργείτε στους πελάτες σας.

Το κόστος του καλύτερου CMS

Το κομμάτι της υλοποίησης της πτυχιακής εργασίας θα διεκπεραιωθεί με τη χρήση ενός από τα καλύτερα CMS στον κόσμο. Το **Mambo CMS**.

Το Mambo ανακηρύχθηκε το 2004 ως η καλύτερη εφαρμογή Ανοικτού Λογισμικού για Linux!

Η προμήθεια του Mambo, σαν εφαρμογή ανοικτού λογισμικού, θα κοστίζει σε κάποιο ιδιώτη ή σε μια επιχείρησή μόνο:

ΜΗΔΕΝ Ευρώ

Μπορείτε δηλαδή να έχετε ένα απόλυτα λειτουργικό, σύγχρονο και ελεγχόμενο web site με χωρίς καμία επιπλέον επιβάρυνση από ότι θα σας κόστιζε ένα web site που δεν θα είχατε κανέναν έλεγχο και πρόσβαση!

Γιατί Δωρεάν

Το CMS που προτείνουμε και χρησιμοποιούμε έχει αναπτυχθεί σαν εφαρμογή Ανοικτού Κώδικα (Open Source). Αυτό σημαίνει ότι δεν μας κοστίζει τίποτα, δεν σας κοστίζει τίποτα. Σε αντίθεση με άλλες εταιρείες, δεν πουλάμε τις εφαρμογές που διατίθενται δωρεάν σαν δικές μας, χρεώνοντας τους πελάτες μας.

Ποιο είναι το κόστος ενός άλλου CMS;

Στην αγορά διατίθενται CMS των οποίων η τιμές ξεκινούν από 0 Ευρώ και φτάνουν μέχρι τις αρκετές χιλιάδες Ευρώ.

Πέρα όμως από την τιμή ένα CMS χαρακτηρίζεται από μία σειρά άλλων παραμέτρων όπως: η ευκολία, η ταχύτητα, η ικανότητα να λειτουργήσει σε ενοικιαζόμενους web

servers, η φιλικότητα προς τον χρήστη, η επεκτασιμότητα, η υποστήριξη, οι διαθέσιμες εφαρμογές, κλπ.

Μπορώ να βασιστώ σε ένα CMS που διατίθεται δωρεάν;

Η ερώτηση είναι φυσιολογική.

Οι νεοεισερχόμενοι στο χώρο του λογισμικού ανοικτού κώδικα αντιμετωπίζουν με καχυποψία τα προϊόντα αυτά γιατί έχουν συνηθίσει, όπως όλοι μας, να σκέπτονται με τον απλό νόμο της αγοράς: "Ότι πληρώσεις θα πάρεις".

Ευτυχώς όμως οι κανόνες έχουν και τις εξαιρέσεις τους!

- Σκεφτείτε ότι **το 72% του internet, εξυπηρετείτε από λογισμικό ανοικτού κώδικα.**
- Αυτές τις σελίδες τις βλέπουμε επειδή φιλοξενούνται σε web servers που τρέχουν λογισμικό ανοικτού κώδικα (Apache σε περιβάλλον Linux).
- Πολλά web sites σε Ελλάδα και εξωτερικό **έχουν κατασκευαστεί με CMS ανοικτού κώδικα.**
- **Η βάση δεδομένων** που υποστηρίζουν αυτά τα web sites είναι **προϊόν ανοικτού κώδικα.**
- Πολυεθνικές εταιρείες, όπως η **Adobe**, χρησιμοποιούν στα web site τους CMS ανοικτού κώδικα.
- **Η Ευρωπαϊκή Ένωση ενθαρρύνει και προωθεί τη χρήση λογισμικού ανοικτού κώδικα.**

Επίλογος

Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι σχετικά νέα στην αγορά και παρόλο που πολλοί δεν είναι εξοικειωμένοι μαζί τους, έχουν το δυναμισμό να απλοποιήσουν δραματικά τη δημιουργία και συντήρηση των web sites και των internets.

Γ. Τι είναι το Mambo

Εάν έχετε ασχοληθεί με τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (ΣΔΠ) ή στο Αγγλικότερο, Content Management Systems (CMS), θα γνωρίζετε τουλάχιστον τρία πράγματα: Τα ΣΔΠ είναι ο πιο γοητευτικός τρόπος για να ασκείτε την επιχειρηματικότητά σας, τα ΣΔΠ μπορεί να είναι, πραγματικά, εννοώ *πραγματικά*, πολύπλοκα και τέλος είναι πολύ, εξωφρενικά, συχνά *απαγορευτικά* ακριβά.



Το Mambo ήρθε για να τα αλλάξει όλα αυτά ... Το Mambo είναι διαφορετικό από τα συνηθισμένα μοντέλα για ΣΔΠ. Ξεκινώντας, ΔΕΝ είναι πολύπλοκο. Το Mambo έχει αναπτυχθεί για τους πολλούς. Η άδεια χρήσης του είναι βασισμένη στο GNU/GPL (είναι δηλαδή δωρεάν), εύκολο στην εγκατάσταση, στη διαχείριση και ΑΞΙΟΠΙΣΤΟ. Το Mambo δεν απαιτεί καν από τον χρήστη ή διαχειριστή του συστήματος να γνωρίζει HTML για να το διαχειριστεί, από τη στιγμή που θα εγκατασταθεί και θα τεθεί σε λειτουργία. Σε επόμενο κεφάλαιο θα δούμε ποια έκδοση θα χρησιμοποιήσουμε και πως γίνεται η εγκατάσταση και η παραμετροποίηση.

Χαρακτηριστικά του Mambo CMS

Το πιο εύκολο στον χειρισμό Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS - Content Management System). Αν ξέρετε πως να χρησιμοποιήσετε έναν επεξεργαστή κειμένου, όπως το MS-Word, τότε μπορείτε αμέσως να χρησιμοποιήσετε το Mambo!

Μπορείτε να καθορίσετε πότε θα δημοσιευτεί κάποιο άρθρο. Μπορείτε να κανονίσετε την ημερομηνία δημοσίευσης ακόμη και χρόνια πριν, αν αυτό είναι απαραίτητο. Έτσι προγραμματίζετε την ανανέωση του site σας πολύ καιρό πριν!

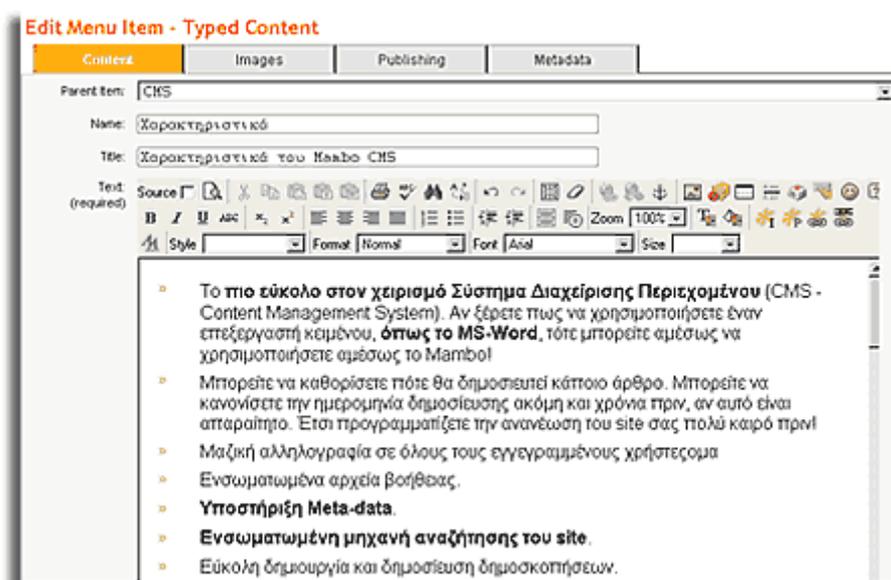
Μαζική αλληλογραφία σε όλους τους εγγεγραμμένους χρήστες

Ενσωματωμένα αρχεία βοήθειας.

Υποστήριξη Meta-data.

Ενσωματωμένη μηχανή αναζήτησης του site.

Εύκολη δημιουργία και δημοσίευση δημοσκοπήσεων.



Αν ξέρετε να χειρίζεστε το Ms-Word μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το Mambo!

Δημιουργήστε, Δημοσιεύστε, Μετακινήστε και Επεξεργαστείτε τα άρθρα σας **σε μηδέν χρόνο!**

Αποτελεσματική προστασία του site και των δεδομένων σας με χρήση Extensive Acces Control Lists.

Διαχείριση του site από ομάδα ατόμων με την απόδοση ρόλων όπως: Κειμενογράφοι, Εκδότες, Διαχειριστές.

Αποτρέπει την ταυτόχρονη επεξεργασία ενός άρθρου από περισσότερα από ένα άτομα! Έτσι προστατεύει την δουλειά σας από κακή συνεννόηση.

Ο MediaManager (Διαχειριστής Πόρων) διαχειρίζεται τις εικόνες και τα γραφικά που χρησιμοποιείτε στο site σας.

Το site ελέγχεται πλήρως μέσω βάσης δεδομένων.

Ενότητες Ειδήσεων, προϊόντων και υπηρεσιών, πλήρως ελεγχόμενες.

#	Module Name	Type	Position	Published	Checked Out	Access	Reorder
1	Mail	Mambo	left			PUBLIC	
2	NewsFlash, Social	Mambo	left			PUBLIC	
3	NewsFlash	Mambo	left			PUBLIC	
4	NewsFlash	Mambo	left			PUBLIC	
5	User Menu	Mambo	left			Registered	
6	Login Form	Mambo	left			PUBLIC	
7	Statistics	Mambo	left			PUBLIC	
8	Online Users	Mambo	left			PUBLIC	
9	Template Chooser	Mambo	left			PUBLIC	
10	Admin	Mambo	left			PUBLIC	

Εύκολη επιλογή του τι θα εμφανίζεται και με ποια σειρά!

Δυναμική προσθήκη περιεχομένου από συνεργαζόμενους αρθρογράφους.

Πλήρως ελεγχόμενη διάταξη. Μπορεί να δεχτεί περιεχόμενο στα αριστερά, δεξιά και κέντρο.

Ανεβάστε εικόνες και γραφικά μέσω του browser που χρησιμοποιείται, και χρησιμοποιήστε τα όπου θέλετε στο site.

Διαθέτει όχι μία αλλά τρεις εφαρμογές υλοποίησης **Forum** για να επιλέξετε αυτή που σας ταιριάζει καλύτερα.

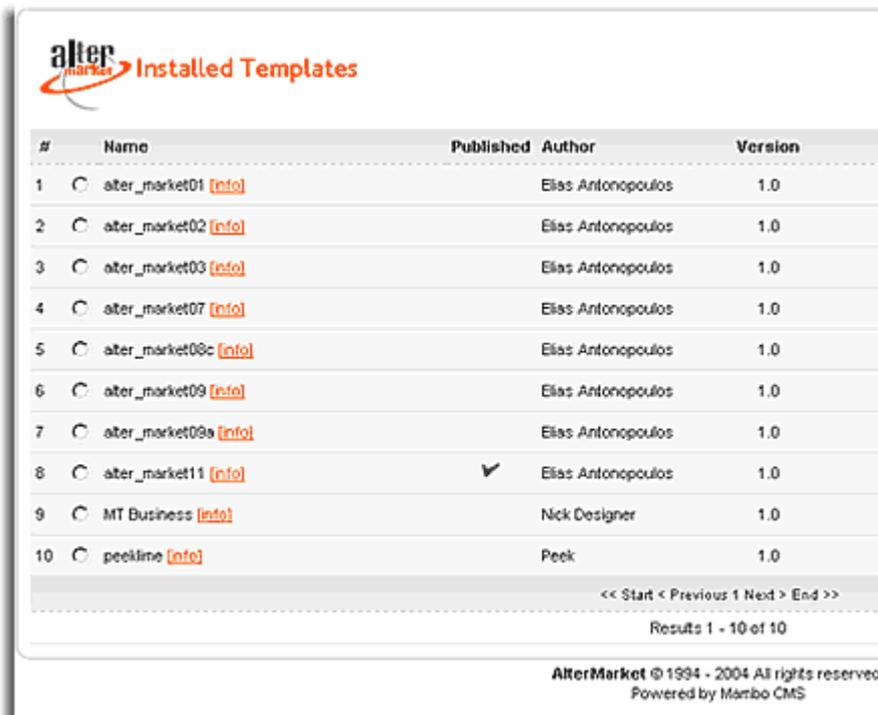
Τρέχει σε περιβάλλοντα **Windows, Linux, FreeBSD, MacOSX server, Solaris and AIX.**

Αλλάζτε τη σειρά εμφάνισης των αντικειμένων, συμπεριλαμβανομένων των Ειδήσεων, Συχνών Ερωτήσεων, Άρθρων, κ.λπ.

Τυχαία εμφάνιση μηνυμάτων από αυτά που εσείς έχετε ορίσει.

Κανένας περιορισμός στον όγκο του περιεχομένου. Όσες ενότητες, άρθρα, τμήματα, και σελίδες χρειάζεστε!

Βιβλιοθήκη Ευκόνων. Αποθηκεύστε όλα τα αρχεία PNGs, PDFs, DOCs, XLSs, GIFs και JPEGs που χρησιμοποιείτε και εμφανίστε τα όπου εσείς θέλετε!



#	Name	Published	Author	Version
1	<input type="radio"/> alter_market01 [info]		Elias Antonopoulos	1.0
2	<input type="radio"/> alter_market02 [info]		Elias Antonopoulos	1.0
3	<input type="radio"/> alter_market03 [info]		Elias Antonopoulos	1.0
4	<input type="radio"/> alter_market07 [info]		Elias Antonopoulos	1.0
5	<input type="radio"/> alter_market08c [info]		Elias Antonopoulos	1.0
6	<input type="radio"/> alter_market09 [info]		Elias Antonopoulos	1.0
7	<input type="radio"/> alter_market09a [info]		Elias Antonopoulos	1.0
8	<input checked="" type="radio"/> alter_market11 [info]	✓	Elias Antonopoulos	1.0
9	<input type="radio"/> MT Business [info]		Nick Designer	1.0
10	<input type="radio"/> peekline [info]		Peek	1.0

<< Start < Previous 1 Next > End >>
 Results 1 - 10 of 10
 AlterMarket © 1994 - 2004 All rights reserved.
 Powered by Mambo CMS

Αλλάζτε με μία κίνηση την εμφάνιση του site σας, επιλέγοντας από τα templates που έχετε εγκαταστήσει!

Αυτόματη λειτουργία "Είστε Εδώ". Δείχνει αυτόματα σε ποιο σημείο του site είστε.

Συμπεριλάβετε ειδήσεις από όλα τα μέρη του κόσμου! Επιλέξτε ανάμεσα από πάνω από 360 πηγές ειδήσεων από όλο το κόσμο και εμφανίστε τις σε πραγματικό χρόνο στο site σας!

Αποστολή της τρέχουσας σε σελίδας μέσω email όπου θέλει ο επισκέπτης σας.

Εκτύπωση του περιεχομένου που βλέπει ο επισκέπτης με το πάτημα ενός κουμπιού, αυτόματα!

Ενσωματωμένοι επεξεργαστές κειμένου, παρόμοιοι με το Ms-Word!

Ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει την εμφάνιση του site.

Πλήρης διαχωρισμός του περιεχομένου από τον τρόπο εμφάνισης.

Πολλά διαθέσιμα Templates.

Υποστήριξη διαφημίσεων.

Διαχείριση Διαφημίσεων. **Βγάλτε λεφτά από το site σας.**

Διακρίσεις

Το Mambo CMS διακρίθηκε σαν το καλύτερο πρόγραμμα Ανοικτού Λογισμικού, παρακάτω δημοσιεύονται αυτοτελή τα κείμενα από τις διακρίσεις που έλαβε.



Mambo has won the LinuxUser & Developer Award 2004 for 'Best Linux or Open Source Software'. Mambo competed against open source luminaries such as KDE, Firebird SQL, and eGroupware.LONDON, England (April 20, 2004) -

Mambo has won the LinuxUser & Developer Award 2004 for 'Best Linux or Open Source Software'.

In the category of 'Best Linux or Open Source Software', Mambo was up against:

- KDE
- Firebird SQL
- eGroupware

Robert Castley and Ron Bakker from the core development team attended the awards dinner at the Lancaster Hotel, Hyde Park, London. The award was presented to Robert by Maggie Meers from LinuxUser & Developer Magazine.

Without the dedication and commitment from the core development team (Andrew, Emir, Ron, Tim, Brian, Phil and Nick) this award would not have been possible. We would also like to thank 'you' the community, because without your components, modules and templates, MOS would not be as flexible and appealing to the new users that join the community each and every day.

We would also like to express our thanks to Miro International Pty for their continued support and sponsorship of all the hardware that allows for us to bring you MOS. Also, a big thanks also goes to UKLINUX.net for their support at all of the UK Expos.

We hope that by winning this award will only lead to bigger and better opportunities for Mambo and continue to help spread the growth across the globe.

Πηγή: mamboserver.com



Linux Magazine

The February 2004 edition of Linux Magazine contains an in depth review of Mambo Open Source 4.5.

The review provides a comprehensive insight and will be very useful for people who are considering whether to use Mambo Open Source.

You can download a pdf copy of the review at http://www.linux-magazine.com/issue/39/Mambo_Open_Source_45.pdf

The October 2003 edition of **Linux Magazine** brings a short article about Mambo Open Source.

The article introduces reader to Mambo and highlights some of the new features in upcoming version 4.5.

You can download a PDF copy of the article at http://www.linux-magazine.com/issue/35/Software_News.pdf

Πηγή: linux-magazine.com

Δ. Σχετικά με το phpShop

Στην πρόταση του ηλεκτρονικού καταστήματος, γίνεται χρήση του **module mambo – phpShop v 1.2**, το οποίο έχει πληθώρα χαρακτηριστικών, επιλογών και παραμέτρων. Βασίζεται όμως στο **phpShop**, το οποίο είναι μια δωρεάν εφαρμογή e-commerce βασισμένη σε PHP που αναπτύχθηκε από την **Edikon**. Το **phpShop** επιτρέπει το ‘στήσιμο’ ενός online store και διαχείριση όλων των πτυχών μιας online επιχείρησης χρησιμοποιώντας ένα web browser.

Το **phpShop** σχεδιάστηκε σαν ένα εργαλείο το οποίο προσφέρει εύκολη παραμετροποίηση και μια τυποποιημένη πλατφόρμα για ανάπτυξη εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου. Το γεγονός ότι χρησιμοποιεί open source τεχνολογίες επιτρέπει cross platform επέκταση χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε λειτουργικό σύστημα που υποστηρίζει PHP.

Το **phpShop** πρωτοκυκλοφόρησε στις 15 Φεβρουαρίου του 2000. Οι πρώτοι developers του **phpShop** ήθελαν απλά να μάθουν πως να χρησιμοποιούν την PHP και αποφάσισαν ότι ‘χτίζοντας’ μια εφαρμογή e-commerce ήταν ο καλύτερος τρόπος για να μάθουν. Μετά από αρκετό πειραματισμό, το **phpShop** γεννήθηκε.

Το **phpShop** κυκλοφόρησε υπό την **GNU General Public License** και είναι δωρεάν προς downloading, εγκατάσταση και χρήση υπό κάθε περιβάλλον· είτε προσωπικό είτε εταιρικό. Το **phpShop** έχει πολλά χαρακτηριστικά τα οποία είναι ενδιαφέροντα στον καθένα που επιθυμεί να στήσει ένα κατάστημα online. Επισημαίνουμε τα κυριότερα χαρακτηριστικά του παρακάτω.

Χαρακτηριστικά

Χαρακτηριστικά Design/Layout

- Χρήση θεμάτων βασισμένων σε CSS
- Εύκολη ενοποίηση με τον Dreamweaver ή άλλο HTML editor για οπτική παραμετροποίηση / προσαρμογή του σχεδιασμού

Χαρακτηριστικά του καταστήματος

- Καλάθι αγοράς ανά επισκεπτόμενο αγοραστή
- Ορατό Minicart για τους αγοραστές καθώς περιηγούνται στο site
- Απλό εργαλείο αναζήτησης για την εύρεση προϊόντων
- Πλοήγηση στο κατάστημα βασισμένη σε κατηγορίες
- Προβολή επίκαιρων προσφορών

Χαρακτηριστικά Διαχείρισης του καταστήματος

- Στατιστικές πωλήσεων
- Διαχείριση παραγγελιών και επεξεργασία
- Διαχείριση πολλαπλών τύπων παραγγελιών
- Αναβάθμιση τύπων παραγγελιών

Χαρακτηριστικά προϊόντων

- WYSIWYG editing των περιγραφών των προϊόντων
- Απεριόριστος αριθμός προϊόντων
- Προβολή προϊόντων σε thumbnail και full size
- Απεριόριστος αριθμός κατηγοριών προϊόντων
- Απεριόριστος αριθμός χαρακτηριστικών των προϊόντων
- Υποστηρίζει προσφορές προϊόντων και ημερομηνίες που είναι διαθέσιμα
- Ικανό να προβάλλει πολλαπλές τιμές ανά προϊόν (EURO ή λιανική τιμή, κτλ)
- Τιμολόγηση βασισμένη σε κατηγορίες αγοραστών
- Κατάταξη προϊόντων βασισμένη σε SKU με τα SKU's στο επίπεδο των χαρακτηριστικών των προϊόντων
- Πολλαπλά συναλλάγματα / νομίσματα
- Εισαγωγή προϊόντων από αρχείο CSV

Χαρακτηριστικά Διαχείρισης

- Εύκολο στη χρήση web based διαχείρισης καταστήματος
- Χρήση βάσης δεδομένων για δυναμική συντήρηση του καταστήματος
- Διοικητική διαχείριση των χρηστών
- Χρήση SSL template για τον διαχειριστή και τις σελίδες του καταστήματος
- Δυνατότητα Upload κατηγορίας, προϊόντος, και εικόνων του καταστήματος μέσω web browser
- Εύκολη παραμετροποίηση χρησιμοποιώντας τυποποιημένους WYSIWYG HTML editors

Χαρακτηριστικά αγοράς

- Αγορές χωρίς 'cookies'
- Πολλαπλές διευθύνσεις αποστολής παραγγελιών ανά αγοραστή
- Ξεχωριστός υπολογισμός χρέωσης εξόδων αποστολής και συσκευασίας
- Παραμετροποιήσιμος υπολογισμός φόρου ανάλογα με τη ζώνη (πόλη/νομός & χώρα/περιοχή)
- Δυνατότητα δημιουργίας ομάδων αγοραστών

Χαρακτηριστικά παραγγελιών

- Διαχείριση παραγγελιών με παραμετροποίηση της κατάστασης της παραγγελίας
- Ειδοποίηση για τις παραγγελίες με Email
- Live credit card επεξεργασία μέσω επεξεργαστών πληρωμών
- Οι αγοραστές μπορούν να δουν τις καταστάσεις των παραγγελιών

Χαρακτηριστικά φόρων

- Δυνατότητα ρύθμισης των φόρων για διάφορες χώρες και πόλεις (στο εξωτερικό συνήθως).

Χαρακτηριστικά αγοραστή

- Εγγραφή αγοραστή
- Οι αγοραστές έχουν ασφαλή πρόσβαση για να δουν τις πρόσφατες και παλιότερες παραγγελίες τους
- Βιβλίο διευθύνσεων αποστολής παραγγελιών για πολλαπλές αποστολές προϊόντων ή διευθύνσεις χρεώσεων

Χαρακτηριστικά αποστολής

- Μέθοδοι αποστολής βασισμένοι σε ζώνες

Σημείωση: Περισσότερες πληροφορίες για τα χαρακτηριστικά του module mambo-
rhpshop, στο url **www.mambo-rhpshop.net**, όπου υπάρχουν και διαθέσιμα demos
αλλά και πολλά σχετικά downloads.

Κεφάλαιο Τρίτο

" Πλεονεκτήματα Ανοικτού Λογισμικού "

A. Εισαγωγικά για το Open Source και το Free Software

Η αξία των προϊόντων OS\F/S (Open Source\Free Software)

- Έρευνες πολλών οικονομολόγων έχουν καταδείξει ότι η ποιότητα ενός προϊόντος επηρεάζεται σημαντικά από τις γνώσεις και τις ικανότητες των χρηστών του. Το OS\F/S χρησιμοποιείται κατά πολύ μεγαλύτερο ποσοστό απ' ό,τι οι "κλειστές εφαρμογές" από "power users" που "απαιτούν" "καθαρές", αξιόπιστες και ισχυρές εφαρμογές.
- Για να ικανοποιήσει όσο το δυνατόν γρηγορότερα περισσότερους πελάτες ένας κατασκευαστής "κλειστών εφαρμογών" θα προσφέρει κατά προτεραιότητα στο κοινό ό,τι ζητάει η πλειοψηφία των χρηστών (π.χ. απλότητα και εύχρηστο user interface). Αντίθετα, οι developers ενός λογισμικού OS\F/S "εξυπηρετούν" κατά προτεραιότητα τους "ομοίους" τους, δηλαδή τους ευφυέστερους και πιο "ψαγμένους" χρήστες που δίνουν μεγαλύτερη προτεραιότητα σε τομείς που "δεν φαίνονται εύκολα" όπως η ασφάλεια, η διαχείριση πόρων, το customization κ.λπ.

Η παραγωγικότητα της εργασίας σε εφαρμογές OS\F/S

- Σε μια επιχείρηση υπάρχουν ειδικοί μηχανισμοί που "μεταφέρουν" στην παραγωγή τα "αιτήματα" της αγοράς. Κάθε μεταφορά όμως εμπεριέχει λάθη και άλλο "θόρυβο" (π.χ. ανθρώπινα ελαττώματα και φιλοδοξίες, αδυναμία κατανόησης κ.λπ.). Στο μοντέλο OS\F/S όμως, ο παραγωγός είτε είναι και ο ίδιος χρήστης είτε μιλάει απευθείας με τους χρήστες, μαθαίνοντας έτσι από πρώτο χέρι τις ανάγκες τους, αλλά και τις εμπειρίες τους από τη χρήση του προϊόντος.
- Η κατασκευή OS\F/S είναι ανοικτή σε όλους. Έτσι, οι πιθανότητες να βρεθεί το κατάλληλο άτομο στην κατάλληλη θέση είναι πολύ υψηλότερες απ' ό,τι σε μια επιχείρηση που οι επιλογές προσωπικού και η ανάθεση έργου γίνονται με πολύ διαφορετικά κριτήρια και αρκετούς περιορισμούς.
- Κάθε πληροφορία σχετικά με ένα προϊόν OS\F/S είναι ανοικτή και προσβάσιμη σε όλους. Έτσι υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες να αξιοποιηθεί μια "μονάδα πληροφορίας", βελτιώνοντας το έργο παρά να χαθεί επειδή δεν υπήρξαν τεχνικοί ικανοί να την καταλάβουν ή στελέχη με αρκετές γνώσεις ώστε να κατανοήσουν την αξία της και να τη διατηρήσουν για χρήση κάποια άλλη στιγμή στο μέλλον.
- Η ανθρώπινη δημιουργικότητα είναι ένας συντελεστής παραγωγής με εξαιρετικά δύσκολη διαχείριση. Σε ένα OS\F/S project οι συμμετέχοντες αναλαμβάνουν από μόνοι τους τις θέσεις που πιστεύουν ότι τους αξίζουν και το "σύστημα" (οι άλλοι συμμετέχοντες) αποφασίζουν αν είναι ικανοί γι' αυτές.

Δεν υπάρχει κανείς από τους γνωστούς εταιρικούς περιορισμούς όπως ανίκανοι προϊστάμενοι, διατήρηση ισορροπιών, μισθολογικές διαφορές, παρεμβάσεις τρίτων, αυθαίρετες αλλαγές στρατηγικής κ.λπ.

Ο τρόπος δημιουργίας προϊόντων OS\FS

- Παρά τη δημοκρατικότητα του τρόπου παραγωγής του (ο οποιοσδήποτε μπορεί να συμμετάσχει), το OS\FS είναι περισσότερο ελιτίστικο απ' ό,τι νομίζουν οι περισσότεροι. Για παράδειγμα οι 15 top developers του Apache παράγουν το 83% - 91% του κώδικα της εφαρμογής.
- Ακόμη και από την πρώτη του έκδοση, ένα προϊόν OS\FS παρέχει κάποια, συνήθως πρωτότυπη, λειτουργικότητα και επιτρέπει στους power users να το δοκιμάσουν και να το τροποποιήσουν κατά βούληση. Με τον τρόπο αυτό στρατολογούνται εμμέσως νέοι χρήστες και developers.
- Τα OS\FS projects είναι όλα δομημένα με "τμηματικό" (modular) τρόπο. Όσο περισσότερα είναι τα τμήματα τόσο ευκολότερη είναι η εργασία εθελοντών χωρίς να εμποδίζουν άλλους ή να χρειάζεται να γνωρίζουν τα δικά τους θέματα για να είναι αποτελεσματικοί. Επίσης, όσο μικρότερα είναι τα τμήματα, τόσο λιγότερη εργασία χρειάζεται από κάθε εθελοντή για να ολοκληρωθεί το έργο.
- Η δημιουργική δραστηριότητα είναι πολύ πιο αποτελεσματική όταν είναι βασισμένη σε σχέσεις εμπιστοσύνης. Σε κάθε επιχείρηση υπάρχουν ειδικοί μηχανισμοί ελέγχου, αξιολόγησης αποδοτικότητας κ.λπ. που καταναλώνουν τον χρόνο των εργαζομένων, τους αποπροσανατολίζουν και περιορίζουν την παραγωγικότητά τους (π.χ. να κάνω το σωστό και να μην το καταλάβει κανείς εδώ μέσα ή αυτό που θα ικανοποιήσει τον έλεγχο;). Στα OS\FS projects υπάρχει εμπιστοσύνη στο "σύστημα" και τους άλλους, καθώς μόνο κριτήριο αξιολόγησης είναι η ποιότητα της εργασίας.
- Οι γνώμες δίστανται σχετικά με το αν το μοντέλο OS\FS μπορεί να εφαρμοστεί και σε άλλα προϊόντα ή αν μπορεί να λειτουργήσει μόνο στο χώρο του λογισμικού όπου το κόστος κατασκευής άπειρων αντιγράφων είναι μηδενικό. Προσωπικά πιστεύω πως αποτελεί ιδιαιτερότητα μόνο του λογισμικού και ίσως ελάχιστων άλλων ειδών.

Οι λόγοι δημιουργίας προϊόντων OS\FS

- Η πλειοψηφία των δημιουργών εφαρμογών OS\FS είναι Ευρωπαίοι, ενώ αρκετοί προέρχονται από τρίτες χώρες (εκτός Ευρώπης και Βορείου Αμερικής). Εκτιμάται ότι αυτό συμβαίνει επειδή η πλειοψηφία του εμπορικού λογισμικού παράγεται στις ΗΠΑ. Οι προγραμματιστές άλλων χωρών λοιπόν ασχολούνται κυρίως με πιο "ταπεινές" εργασίες και μόνο ο χώρος του OS\FS τους προσφέρει τη δυνατότητα να δημιουργήσουν κάτι μεγάλο και σημαντικό (ένα λειτουργικό σύστημα, μια εξειδικευμένη εφαρμογή κ.λπ.).
- Αρκετές φορές ένα προϊόν OS\FS δημιουργείται επειδή δεν υπάρχει κάτι αντίστοιχο. Για παράδειγμα ο Apache web server δημιουργήθηκε από ανθρώπους που δυσκολεύονταν να συνεργαστούν με τους developers του NCSA web server που ήταν και αυτός OS\FS, αλλά όχι αρκετά modular, ενώ υπήρχαν και δυσκολίες συνεργασίας με την ομάδα των εκεί προγραμματιστών (αρκετοί είχαν φύγει για να ιδρύσουν τη Netscape).

- Το κόστος διαφήμισης και προώθησης ενός προϊόντος λογισμικού (καθώς και της λογιστικής παρακολούθησης πωλήσεων και εισπράξεων) είναι εξαιρετικά υψηλό. Για αρκετές εταιρείες λοιπόν είναι πολύ φθηνότερο να προσφέρουν το προϊόν ως OS\F/S και να κερδίζουν χρήματα μόνο από την υποστήριξή του και την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών

B. Τα πλεονεκτήματα του Open Source

(Οι περισσότερες από τις συγκρίσεις που ακολουθούν γίνονται μεταξύ Windows και GNU\Linux μια και τα πρώτα αποτελούν το de facto μονοπώλιο στο επιχειρηματικό λογισμικό, ενώ το δεύτερο τη δημοφιλέστερη πλατφόρμα εφαρμογών σε Open Source. Υπάρχουν λοιπόν πολύ περισσότερα διαθέσιμα στοιχεία.)

1. **Αξιοπιστία** - Πολλές έρευνες (Zdnet, Bloor Research, Syscontrol AG, Netcraft κ.λπ.) έχουν δείξει την ανωτερότητα εφαρμογών όπως το λειτουργικό σύστημα GNU\Linux και ο Apache web server. Για παράδειγμα, σε δοκιμή του Zdnet διάρκειας 10 μηνών τα Windows NT "κράσαραν" κατά μέσο όρο μια φορά κάθε 6 εβδομάδες και απαιτούσαν 30 λεπτά για την επισκευή τους ενώ το GNU\Linux ποτέ! Αν αυτό σας φαίνεται "παράλογο" (το δωρεάν λειτουργεί πιο αξιόπιστα από το πληρωμένο) θυμηθείτε ότι οι εφαρμογές Open Source είναι αποτέλεσμα εθελοντικής εργασίας. Δεν υπάρχει λοιπόν πίεση από το Marketing και τις πωλήσεις να παρουσιάσουμε κάτι ακόμη κι αν δεν είναι έτοιμο ή καλά δοκιμασμένο, ενώ όλοι μπορούν να δουν, να σχολιάσουν και να διορθώσουν τη δουλειά των άλλων.
2. **Αποδοτικότητα** - Μεγάλος αριθμός συγκριτικών δοκιμών έχει αποδείξει την ταχύτητα και αποδοτικότητα πολλών Open Source εφαρμογών βασισμένων στο GNU\Linux (π.χ. PC Magazine, Sys Admin magazine, SPEC Consortium, IBM, Fastcenter, Ziff Davis, Mindcraft κ.λπ.).
3. **Επεκτασιμότητα** - Οι περισσότερες επιχειρηματικές εφαρμογές επιθυμούν χαμηλό κόστος εκκίνησης με εύκολη και γρήγορη αναβάθμιση, αν αποδειχθεί ότι η υπηρεσία που δημιουργήθηκε είναι δημοφιλής. Λόγω του ελεύθερου κώδικά τους οι εφαρμογές Open Source μπορούν εύκολα να τοποθετηθούν σε πολλά διαφορετικά είδη (πλατφόρμες) υπολογιστών, αλλά και να λειτουργήσουν "εν παραλλήλω" σε μεγάλα συστήματα υψηλών επιδόσεων.
4. **Ασφάλεια δεδομένων** - Όλοι οι κρυπτογράφοι γνωρίζουν πως όποιο σύστημα ελέγχεται από πολλούς ανθρώπους είναι ασφαλέστερο από εκείνο που διαχειρίζονται μόνο λίγοι (όσο "καταρτισμένοι ή ευφυείς" κι αν είναι αυτοί). Χάρη στον ανοικτό τους κώδικα οι εφαρμογές Open Source "ελέγχονται" από χιλιάδες ανθρώπους και τα όποια προβλήματά τους ανακαλύπτονται πολύ γρήγορα. Για παράδειγμα, όπως έδειξε παλαιότερη έρευνα της Attrition.org το 59% των defaced (τους άλλαξαν τη home page) sites στο Internet έτρεχαν Windows, ενώ μόνο το 21% GNU\Linux, πράγμα που θα ήταν φυσιολογικό μόνο αν στο δίκτυο υπήρχαν 3 φορές περισσότερα συστήματα Windows απ' ό,τι GNU\Linux (κάτι που φυσικά δεν συμβαίνει). Άλλη παλαιότερη έρευνα (SecurityPortal) έδειξε πως η ταχύτητα διευθέτησης όσων προβλημάτων εμφανίζονται στο GNU\Linux είναι πολύ μεγαλύτερη απ' ό,τι στα Windows.

5. **Προστασία από ιούς** - Υπάρχουν πάνω από 60.000 ιοί για Windows και κάτω από 100 για GNU/Linux.
6. **Χαμηλότερο κόστος λειτουργίας (Total Cost of Ownership)** - Το Open Source λογισμικό (λειτουργικά συστήματα, βάσεις δεδομένων κ.λπ.) παρέχεται δωρεάν και για απεριόριστο αριθμό χρηστών. Επίσης, η επιχείρηση μπορεί να αξιοποιήσει παλαιότερο εξοπλισμό (αφού είναι ελεύθερη να κάνει τροποποιήσεις στον κώδικα), μειώνοντας έτσι τα έξοδά της. Χαρακτηριστική εδώ είναι η περίπτωση του Amazon.com. Ελάχιστοι γνωρίζουν ότι το γνωστό βιβλιοπωλείο κατάφερε να καταστεί κερδοφόρο επειδή στράφηκε στο Open Source λογισμικό, μειώνοντας θεαματικά τα έξοδά του. Επίσης, πολλές χρηματιστηριακές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν Linux γεγονός που κρατούν κρυφό, θεωρώντας το ως ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα!
7. **Ευκολότερες και φθηνότερες επεκτάσεις** - Επειδή ο χρήστης διαθέτει πρόσβαση στον κώδικα του λογισμικού που χρησιμοποιεί μπορεί να ζητήσει επεκτάσεις ή αλλαγές από οποιονδήποτε. Ο κατασκευαστής δηλαδή δεν διαθέτει μονοπωλιακή δύναμη επάνω του και δεν μπορεί να τον "εκβιάσει" με υποχρεωτικές αναβαθμίσεις ή υπέρογκες χρεώσεις για μικρές εργασίες. Αν ο χρήστης λοιπόν δεν είναι ικανοποιημένος από τη συνεργασία ενός προμηθευτή μπορεί να απευθυνθεί σε κάποιον άλλον, χωρίς να απαιτηθεί η αντικατάσταση των εφαρμογών που χρησιμοποιεί.
8. **Διαρκής και εκτενής υποστήριξη** - Οι κατασκευαστές εμπορικού λογισμικού διορθώνουν μόνο τα πιο ενοχλητικά από τα προβλήματα των εφαρμογών τους και υποχρεώνουν τους πελάτες τους να αγοράζουν νέες αναβαθμίσεις ακόμη κι αν δεν τις χρειάζονται, σταματώντας την υποστήριξη των παλαιότερων εκδόσεων του προγράμματος. Στις εφαρμογές Open Source όμως η επιχείρηση μπορεί να διορθώσει η ίδια ό,τι την "πονάει" στην εφαρμογή και δεν υποχρεώνεται να αναβαθμίσει τίποτε αν δεν το επιθυμεί.
9. **Το μέλλον ανήκει στο Open Source** - Το 49% των Ευρωπαίων CIOs (Chief Information Officers) δηλώνει ότι θα υιοθετήσει εφαρμογές Open Source στην επιχείρησή του (Φεβρουάριος 2002) λόγω χαμηλότερου κόστους λειτουργίας (54%), χαμηλότερης δαπάνης αγοράς (24%), μεγαλύτερου ελέγχου (22%) και υψηλότερης ασφάλειας δεδομένων (22%).

Γ. Τα μειονεκτήματα του Open Source

1. **Μερίδιο αγοράς** - Αν και ο Apache αποτελεί τον δημοφιλέστερο web server στο Internet και το GNU/Linux διαθέτει ένα μεγάλο ποσοστό της αγοράς των Internet Servers, στην Ελλάδα υπάρχουν ακόμη πολύ λίγοι τεχνικοί με εμπειρία σε παρόμοια συστήματα. Αναμφίβολα πάντως οι γνώσεις τους είναι πολύ μεγαλύτερες από εκείνες του μέσου windows administrator ο οποίος συνήθως μπορεί να εκτελέσει μόνο τις πολύ βασικές λειτουργίες ενός συστήματος και αγνοεί τις πιο προχωρημένες δυνατότητες και εφαρμογές του. (Είναι πιο εύκολο να μάθεις τις βασικές λειτουργίες ενός windows συστήματος, αλλά δυσκολεύεσαι κατόπιν πολύ περισσότερο απ' ό,τι στο GNU/Linux για να κατανοήσεις και να υλοποιήσεις κάτι προχωρημένο.)
2. **Ενδοεταιρικός καταλογισμός ευθυνών** - Όπως λέει ένα γνωστό αμερικάνικο ρητό "Κανείς δεν απολύθηκε επειδή αγόρασε IBM". Ένα προϊόν της Microsoft ή της Oracle μπορεί να κοστίζει πολύ περισσότερα χρήματα και να προσφέρει λιγότερα απ' όσα μια εφαρμογή Open Source, αλλά όποιο πρόβλημα και αν παρουσιαστεί, το στέλεχος που εισηγήθηκε την αγορά του

μπορεί πάντοτε να ισχυριστεί πως "έκανα μια επώνυμη επιλογή ενός μεγάλου ονόματος για να έχουμε το καλύτερο". Αν όμως πάει στραβά το παραμικρό σε μια εφαρμογή Open Source (και στην πληροφορική πάντα κάτι θα λειτουργήσει στραβά) η μομφή "γιατί εμπιστευθήκαμε κάτι τόσο ευτελές;" δύσκολα μπορεί να απαντηθεί με επιτυχία, ειδικά αν ο ερωτών είναι κάποιος προϊστάμενος που δεν έχει τις στοιχειώδεις γνώσεις σε υπολογιστές, όπως συμβαίνει συνήθως. Τα πράγματα θα ήταν καλύτερα αν υπήρχαν στη χώρα μας περισσότερες εταιρείες εξειδικευμένες στην υποστήριξη open source εφαρμογών.

Δ. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ΕΛ/ΛΑΚ όπως καταγράφονται στο Opensource.gr

Ποια είναι τα κυριότερα πλεονεκτήματα του ΕΛ/ΛΑΚ;

Η ποιότητα και η αξιοπιστία, επειδή η φιλοσοφία του επιτρέπει αφενός μεν τον ποιοτικό έλεγχο του από πολλούς ανθρώπους που δεν έχουν κάποια σχέση μεταξύ τους, αφετέρου δε την άμεση εξέλιξη του πηγαίου κώδικα. Ωστόσο, αυτό δεν ισχύει στον ίδιο βαθμό σε όλες τις περιπτώσεις. Για παράδειγμα, το ΕΛ/ΛΑΚ υποδομής (δηλαδή αυτό που υλοποιεί λειτουργικά συστήματα, όπως GNU/Linux, και διαφόρων τύπων δικτυακές υπηρεσίες, όπως τον web server Apache) έχει αποδειχθεί πάρα πολύ σταθερό. Αντίθετα, ΕΛ/ΛΑΚ εφαρμογές που απευθύνονται στον τελικό χρήστη είναι πολλές φορές πιο ασταθείς από τις αντίστοιχες proprietary. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι το γεγονός ότι η χρήση ΕΛ/ΛΑΚ δεν δημιουργεί εξαρτήσεις από κάποια συγκεκριμένη εταιρεία. Τέλος, όσοι έχουν τις τεχνικές γνώσεις και την διάθεση έχουν τη δυνατότητα να μελετήσουν τον πηγαίο κώδικα, να μάθουν πως λειτουργεί και ενδεχομένως να τον τροποποιήσουν ώστε να ταιριάζει περισσότερο στις ανάγκες τους.

Ποια είναι τα κυριότερα μειονεκτήματα του ΕΛ/ΛΑΚ;

Το επίπεδο της τεκμηρίωσης και της υποστήριξης δεν είναι πάντοτε αποδεκτό. Σε αντιστοιχία με τα προαναφερθέντα πλεονεκτήματα της ποιότητας και αξιοπιστίας, τα open-source προϊόντα λογισμικού που προσφέρουν υψηλής ποιότητας τεκμηρίωση και υποστήριξη είναι, κατά κανόνα, μόνο εκείνα που υλοποιούν λειτουργικά συστήματα και διάφορες δικτυακές υπηρεσίες (GNU/Linux, Apache κτλ.). Επιπλέον, ένα πρόβλημα που συναντιέται συχνά είναι ότι κάποιο λογισμικό αν και μπορεί να στηρίζεται σε μία πολύ καλή ιδέα, συνήθως δεν είναι αρκετά καλό στις πρώτες εκδόσεις του και δεν βελτιώνεται αισθητά έως ότου γίνει αρκετά δημοφιλές ώστε να διατεθούν αρετοί πόροι για την ανάπτυξή του.

Ε. Λόγοι για να προτιμηθεί το Open source σε επιχειρήσεις

Είναι η **λύση του Ανοικτού Κώδικα** η καλύτερη για μια επιχείρηση που χρειάζεται μια εφαρμογή λογισμικού; Σ' αυτή την ερώτηση δεν μπορεί να υπάρξει μια μονολεκτική απάντηση: οι ανάγκες και οι συγκεκριμένες συνθήκες είναι που θα οδηγήσουν σε αυτήν.

Στις παρακάτω γραμμές θα ήθελα να δώσω **πέντε λόγους για τους οποίους πολλοί προτιμούν τη λύση του Ανοικτού Κώδικα** για την επιχείρησή τους, και την

προτείνω και στους πελάτες τους. Στους λόγους αυτούς, **δεν συμπεριλαμβάνεται το ότι η χρήση του Ανοικτού Κώδικα είναι δωρεάν!**

1. Οι εφαρμογές Ανοικτού Κώδικα, όταν είναι πετυχημένες, αναπτύσσονται γρήγορα: μπαίνουν άμεσα σε χρήση, υπάρχει "διάλογος" χρηστών και κατασκευαστών, οι ατέλειες και οι αστοχίες διορθώνονται, οι δυνατότητες της εφαρμογής αναπτύσσονται.
2. Το να γράφει κάποιος κώδικα είναι σαν να γράφει ένα δοκίμιο: όσοι περισσότεροι το διαβάζουν πριν την έκδοση, τόσες περισσότερες ατέλειες και λάθη εντοπίζονται, τόσο βελτιώνεται. Είναι ανθρώπινο χαρακτηριστικό, οι ίδιοι να μην μπορούμε εύκολα να εντοπίσουμε το λάθος που (προφανώς) έχουμε κάνει, και αυτό στοιχίζει ακριβά σε αξιοπιστία στις εφαρμογές Κλειστού Κώδικα.
3. Οι εφαρμογές χωρίς πνοή και με αδυναμίες, στο χώρο του Ανοικτού Κώδικα δεν έχουν προοπτική και μέλλον. Εντοπίζονται γρήγορα, και εγκαταλείπονται. Δεν υπάρχει η δέσμευση σε μια συγκεκριμένη αρχιτεκτονική ανάπτυξης, σωστή ή λάθος, όπως υπάρχει σε Κλειστά Συστήματα. Στο χώρο του Ανοικτού Κώδικα δεν ισχύει το δόγμα των Κλειστών Συστημάτων "ζήσε μαζί του": αν κάτι δεν λειτουργεί με τον καλύτερο τρόπο, αργά ή γρήγορα μαραζώνει και στη θέση του αναπτύσσεται κάτι καλύτερο.
4. Ο κώδικας είναι κάθε στιγμή διαθέσιμος σε κάθε έρευνα, αλλά και τροποποίηση που θα κάνει την όποια εφαρμογή προσιτή στις ανάγκες μας, ως τελικών καταναλωτών. Δεν υπάρχει κανείς που να ορίζει περιοριστικά το πότε, με ποιόν τρόπο και πού θα χρησιμοποιηθεί η εφαρμογή Ανοικτού Κώδικα.
5. Δεν "δένομαι" με έναν προμηθευτή, ούτε εξαρτάται το μέλλον του λογισμικού από μια επιχειρηματική απόφαση. Η παραγωγή εφαρμογών Κλειστού Κώδικα εξαρτάται από τις αποφάσεις marketing και στρατηγικής του προμηθευτή, και οι αποφάσεις αυτές λαμβάνονται προφανώς με ιδιωτικο-οικονομικά κριτήρια. Και οι χρήστες είναι δέσμοι των αποφάσεων αυτών. Αν υιοθετηθεί μια άλλη τεχνολογία, ή εγκαταλειφθεί ένα προϊόν.

ΣΤ. Συμπεράσματα

Προσωπικά θεωρώ ότι τα πλεονεκτήματα της χρήσης open source λογισμικού σε οποιαδήποτε εφαρμογή εκτός από το Desktop (προς το παρόν) είναι τόσο μεγάλα που κάθε επιχείρηση πρέπει να τα μελετά πολύ σοβαρά. Κάθε επιχείρηση βέβαια έχει διαφορετικές απαιτήσεις, ανάγκες και προτεραιότητες. Ίσως λοιπόν το Open Source να μην είναι η πιο κατάλληλη λύση για την πλειοψηφία, αλλά προσφέρει τόσα πολλά στους χρήστες και έχει γρήγορο ρυθμό ανάπτυξης, κάτι που προμηνύει ένα θετικό μέλλον και σίγουρα θα πρέπει να μελετάται η χρησιμοποίησή του σε διάφορες εφαρμογές σαν εναλλακτική λύση.

Κεφάλαιο Τέταρτο

" Εγκατάσταση και ρυθμίσεις λογισμικού "

Εισαγωγή – Mambo, Δύναμη στην απλότητα

Το Mambo είναι ένα από τα καλύτερα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου Ανοικτού Κώδικα (Open Source Content Management System). Το Mambo κάνει εύκολη υπόθεση την επικοινωνία και την έκδοση στον παγκόσμιο ιστό (web). Θελήσατε ποτέ να σχεδιάσετε και να εκδώσετε το δικό σας ιστότοπο με την ευκολία της χρήσης του ποντικιού, αλλά ποτέ δεν καταλάβατε πώς να το καταφέρετε ;

Μη φοβάστε πλέον ! Το Mambo είναι το εισιτήριό σας γι' αυτή τη διαδρομή!

Το Mambo αναλαμβάνει να σας απαλλάξει από τη διαδικασία της κατανόησης δημιουργίας ενός ιστοτόπου με τεχνολογίες όπως οι : HTML, XML ή DHTML. Εάν γνωρίζετε τη χρήση ενός κοινού επεξεργαστή κειμένου, όπως το Microsoft Word ή το Writer της σουίτας εφαρμογών "Open Office", τότε εισάγετε το κείμενο σας, προσθέστε μια ή περισσότερες εικόνες και πατήστε το πλήκτρο της αποθήκευσης !

Απλά.... Γρήγορα.... Και πάνω απ' όλα Εύκολα !

Τι είναι το Mambo;

Το Mambo, είναι ένα απλό και ταυτόχρονα επαγγελματικό Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου Ανοικτού Κώδικα (στο εξής ΣΔΠ), το οποίο μπορεί να χρησιμοποιήσει οποιοσδήποτε για να διαχειριστεί εύκολα τον ιστότοπό του.

Είναι αρκετά απλό για μικρούς ιστοτόπους και ιδιαίτερα δυνατό για επαγγελματικούς ιστοτόπους μεγάλης κλίμακας.

Ακολουθούν μερικά από τα πλεονεκτήματα χρήσης του Mambo:

- Είναι εύκολο στην εγκατάσταση και τη χρήση.
- Διαθέτει ένα απλό και μοναδικό εργαλείο Διαχείρισης, για να διαχειριστείτε το περιεχόμενο του ιστοτόπου σας.
- Είναι αρκετά ευέλικτο για τη δημιουργία παραμετροποιημένων σχεδίων για ιστοτόπους, μέσω της χρήσης του συστήματος προτύπου ιστοτόπου (template system).
- Είναι εύκολο να προσθέσετε περιεχόμενο και εικόνες.
- Έχει σχεδιαστεί με γνώμονα την απλότητα και ευελιξία για τον καθένα. Από τους μη τεχνικά καταρτισμένους διαχειριστές ιστοτόπων (webmasters) μέχρι τους προχωρημένους προγραμματιστές, έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να κάνει απλή υπόθεση την προσθήκη περιεχομένου.

Τι είναι ο Ανοικτός Κώδικας;

Ο ανοικτός κώδικας είναι ένας πολύ γενικός όρος (όρος που περιλαμβάνει τα πάντα), που περιγράφει αρκετά τμήματα του κινήματος για την Ήδεια Ελεύθερου Λογισμικού. Παρατίθενται μερικοί οργανισμοί που έχουν συμβάλει στον προσδιορισμό των Αδειών Ανοικτού Κώδικα:

- The Free Software Foundation: <http://www.fsf.org/>
- The GNU Project (GNU's Not Unix): <http://www.gnu.org/>
- The Open Source Initiative: <http://www.opensource.org/>

Λήψη του mambo

Το κατέβασμα (download) του αρχείου του Mambo, είναι το πρώτο σημαντικό και απαραίτητο βήμα στην πορεία σας με το Mambo, ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου Ανοικτού Κώδικα, που πραγματικά θα λατρεύετε όπως εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο.

Το Mambo είναι ένα συνεχώς εξελισσόμενο σύστημα.

Την τελευταία έκδοσή του, μπορείτε να τη βρίσκετε πάντα μέσω του www.mamboserver.com.

Εναλλακτικά, μπορείτε να κατεβάζετε την τελευταία έκδοση από το: http://mamboforge.net/frs/?group_id=5

Το αρχείο που θα κατεβάσετε θα είναι συμπιεσμένο. Αυτό το καταλαβαίνετε από την κατάληξη .gz ή .zip που θα έχει.

Πριν το χρησιμοποιήσετε, θα πρέπει να αποσυμπιέσετε τα περιεχόμενα του αρχείου σε έναν κατάλογο, στο τοπικό σας σύστημα. Αποσυμπιεζόμενο το αρχείο θα δημιουργήσει αυτόματα, τη δομή υποκαταλόγων και αρχείων που απαρτίζουν το Mambo.

Στη συνέχεια θα πρέπει να μεταφέρετε τα αρχεία και τους υποκαταλόγους, χρησιμοποιώντας ένα πρόγραμμα FTP, στον εξυπηρετητή web που χρησιμοποιείτε.

Παράδειγμα:

Κατεβάζετε το αρχείο και το σώζετε στον κατάλογο c:\downloads\mambo

Χρησιμοποιώντας μία εφαρμογή σαν το winzip, αποσυμπιέζετε τα αρχεία τοπικά, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί η δομή των υποκαταλόγων και αρχείων που απαρτίζουν το Mambo.

Στη συνέχεια, με τη χρήση ενός προγράμματος FTP, μεταφέρετε αυτή τη δομή στον εξυπηρετητή web που σας φιλοξενεί. Μπορείτε να μεταφέρετε τα αρχεία απευθείας στον πηγαίο κατάλογο π.χ. www.mysite.com/, είτε σε κάποιον υποκατάλογο π.χ.

www.mysite.com/mambo.

Στην πρώτη περίπτωση, ο ιστότοπος, θα είναι προσπελάσιμος από το www.mysite.com και στη δεύτερη, μέσω του www.mysite.com/mambo.

Αν πρόκειται να εγκαταστήσετε το Mambo τοπικά, σε περιβάλλον Windows, τότε μπορείτε να ακολουθήσετε τις οδηγίες της ενότητας «Εγκατάσταση του Mambo σε περιβάλλον Windows» και να αποσυμπιέσετε το αρχείο που κατεβάσατε στον κατάλογο που σας προτείνει το εν λόγω άρθρο.

Εναλλακτικά, και αν έχετε πρόσβαση ως root στο λογαριασμό φιλοξενίας σας (συνήθως συμβαίνει όταν διαχειρίζεστε έναν dedicated ή VPS server), μπορείτε να μεταφέρετε, μέσω FTP, το συμπιεσμένο αρχείο και να το αποσυμπιέσετε απευθείας επάνω στον εξυπηρετητή web. Το αποτέλεσμα θα είναι το ίδιο. Δεν επεκτεινόμαστε περισσότερο, γιατί στην περίπτωση που διαχειρίζεστε έναν dedicated server ή έναν VPS, θα έχετε τις γνώσεις για να κάνετε αυτή τη μεταφορά.

Το μόνο που έχετε να κάνετε στη συνέχεια είναι η εκτέλεση της εφαρμογής εγκατάστασης.

Τοπική Εγκατάσταση στα Windows

Προετοιμασία των Windows με χρήση του XAMPP for Windows

Το XAMPP είναι ένα «πακέτο εγκατάστασης». Τα πακέτα εγκατάστασης είναι συνήθως εφαρμογές που επιτρέπουν την εύκολη και ταυτόχρονη εγκατάσταση όλων των εφαρμογών που χρειάζονται για να μετατρέψουν έναν υπολογιστή, που τρέχει Windows, σε έναν πλήρες web server κατά τα πρότυπα του Linux.

Το μόνο που έχετε να κάνετε είναι να κατεβάσετε και να τρέξετε μία εφαρμογή η οποία θα αναλάβει να κάνει τα πάντα για εσάς.

Συνιστάται το πακέτο εγκατάστασης **XAMPP Windows** (έκδοση 1.4.15 την ώρα που γράφονται αυτές οι γραμμές) το οποίο μπορείτε να κατεβάσετε από τη διεύθυνση: <http://www.apachefriends.org/en/xampp-windows.html>. Το πακέτο διατίθεται δωρεάν σε τρεις μορφές: ως Installer για Windows, σε exe μορφή και ως zip.

Προτιμήστε και κατεβάστε τη μορφή σε Installer. Πάνω σε αυτή βασίζονται οι οδηγίες.

Αφού κατεβάσετε το αρχείο εγκατάστασης xampp-win32-1.4.15-installer.exe, σώστε το σε έναν κατάλογο του υπολογιστή σας π.χ. c:\apache_friends.

Κάντε διπλό κλικ στο αρχείο για να ξεκινήσετε την εγκατάσταση. Αμέσως θα εμφανιστεί η οθόνη του σχήματος 1 που θα σας ζητά να επιλέξετε γλώσσα εγκατάστασης. Για το παράδειγμά μας επιλέξαμε τα Αγγλικά.



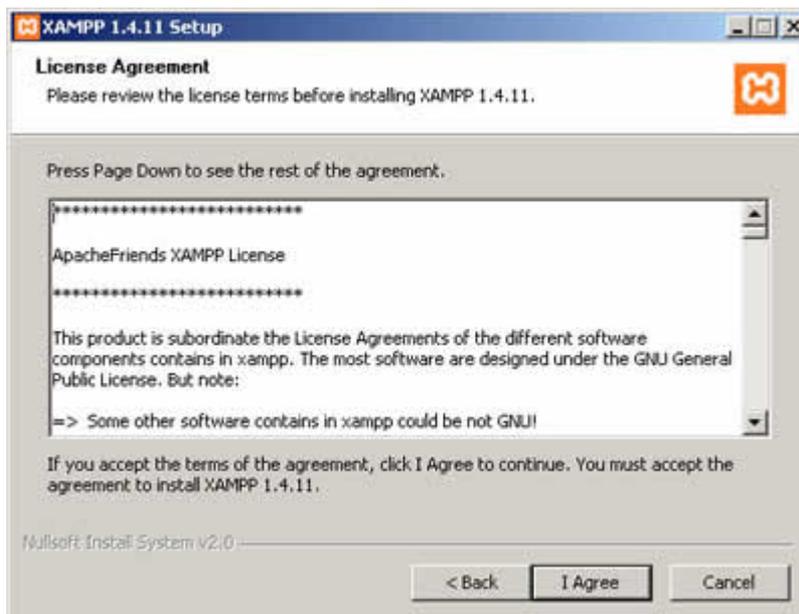
Εικόνα 1

Πατώντας OK, εμφανίζεται η οθόνη καλωσορίσματος (Εικόνα 2)



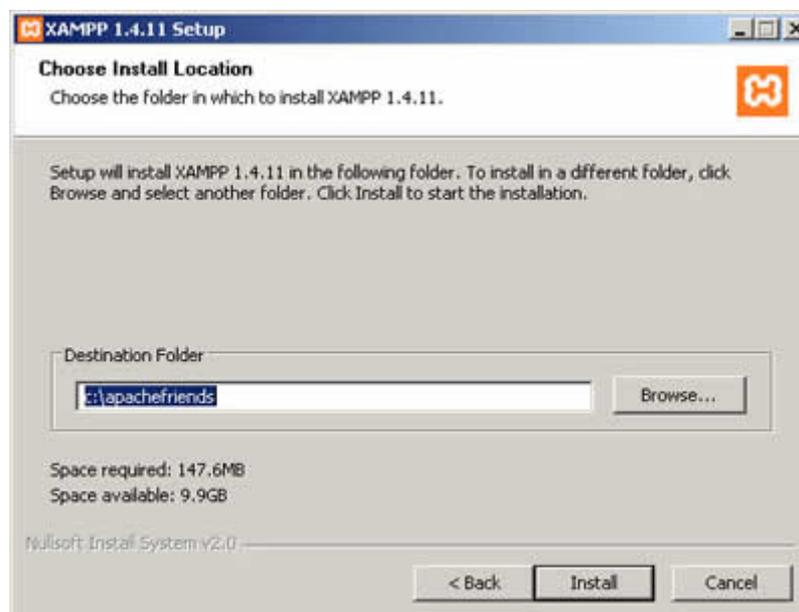
Εικόνα 2

Πατήστε Next και εμφανίζεται η οθόνη (Εικόνα 3) που σας ενημερώνει για την άδεια χρήσης της εφαρμογής. Καλό είναι πάντα να αφιερώσουμε λίγο χρόνο για να διαβάσουμε αυτά που μας επιτρέπει ή αυτά που δεν μας επιτρέπει ο κατασκευαστής της εφαρμογής. Πατήστε «I Agree» για να συνεχίσετε.



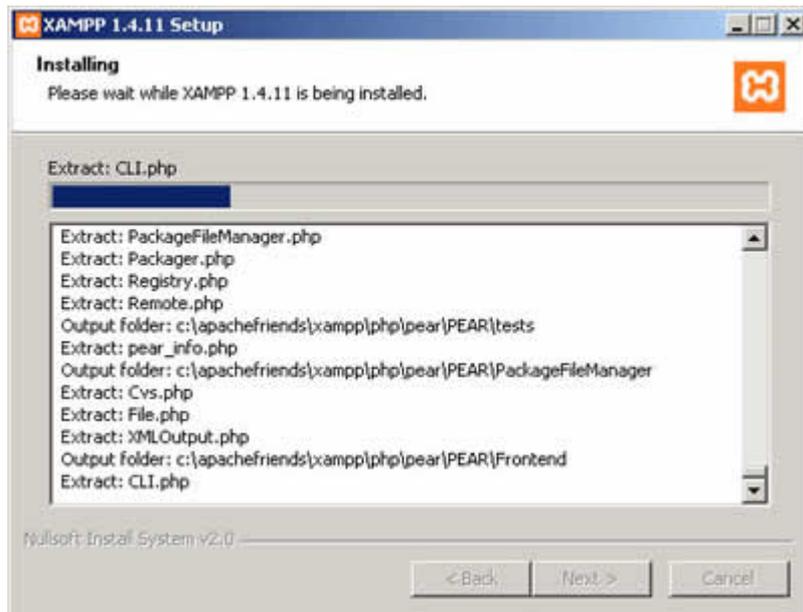
Εικόνα 3

Στην επόμενη οθόνη, σας ζητείται να επιλέξετε τη θέση στην οποία θα εγκατασταθεί η εφαρμογή (Εικόνα 4). Σας προτείνουμε να διατηρήσετε τη θέση που σας προτείνει το πρόγραμμα. Πρέπει επίσης να γνωρίζετε ότι κάτω από αυτή τη θέση θα εγκατασταθούν όλες οι εφαρμογές αλλά και ο φάκελος στον οποίο θα μπορείτε να «ανεβάζετε» τις εφαρμογές σας, όπως το Mambo.



Εικόνα 4

Πατώντας Install ξεκινά η εγκατάσταση της εφαρμογής, η οποία ανάλογα με τον υπολογιστή, μπορεί να κρατήσει από ένα μέχρι μερικά λεπτά (Εικόνα 5).



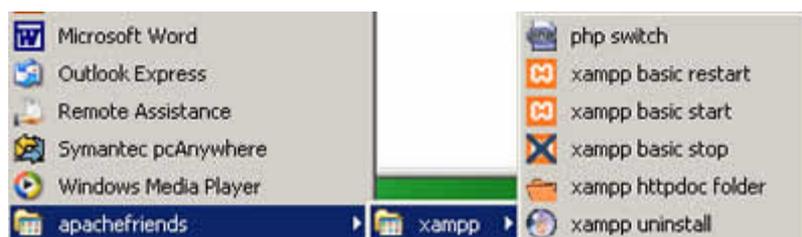
Εικόνα 5

Η εγκατάσταση ολοκληρώθηκε (Εικόνα 6). Πατήστε το Finish για να κλείσετε το παράθυρο.



Εικόνα 6

Τώρα κάτω από το μενού Έναρξη (Start) του υπολογιστή σας, έχει δημιουργηθεί ένας νέος κατάλογος εφαρμογών με το όνομα apachefriends, που περιέχει όλες τις εντολές που χρειάζεστε για να λειτουργήσετε την εφαρμογή (Εικόνα 7). Από εδώ μπορείτε να ξεκινήσετε ή να σταματήσετε όποτε θέλετε τη λειτουργία του xampp. Έτσι κάνοντας κλικ στο «xampp basic start» ξεκινάτε την εφαρμογή, κάνοντας κλικ στο «xampp basic stop» σταματάτε την εφαρμογή. Κάνοντας κλικ στο «xampp httpdoc folder» βλέπετε σε ποιο κατάλογο αποθηκεύονται τα αρχεία που δημιουργούν τις σελίδες σας. Σε αυτό τον κατάλογο θα πρέπει να εγκαταστήσετε και το Mambo!



Εικόνα 7

Κάθε φορά που εκτελείται το xampp και για όσο χρόνο εκτελείται, εμφανίζεται ένα παράθυρο εντολών στο παρασκήνιο. ΔΕΝ πρέπει να το κλείσετε.

Προσοχή: Σε έναν υπολογιστή μπορεί να χρησιμοποιείται μόνο ένας web server κάθε φορά. Έτσι εάν έχετε ήδη εγκατεστημένο και ενεργοποιημένο τον IIS θα πρέπει ή να τον απεγκαταστήσετε ή να τον απενεργοποιήσετε, χρησιμοποιώντας τη λειτουργία Services των Windows.

Για να τον απενεργοποιήσετε θα πρέπει να επιλέξετε να κάνετε stop στο service IIS Admin. Μαζί με αυτό θα σταματήσουν και όλα τα services που έχουν σχέση με τον IIS. Στη συνέχεια θα πρέπει να αλλάξετε τον τρόπο εκκίνησης αυτών των services και από automatic να τα θέσετε σε manual.

Μη ξεχνάτε ότι ο IIS τρέχει ως service στα Windows. Αν παράλληλα έχετε εφαρμογές γραμμένες σε ASP τις οποίες θέλετε να χρησιμοποιείτε, τότε συνιστάται η απενεργοποίηση του IIS και όχι η απεγκατάστασή του.

Μία ακόμη σημαντική παρατήρηση είναι η έκδοση της PHP που χρησιμοποιεί το xampp. Έρχεται με προεγκατεστημένη την PHP 5. Το Mambo δε λειτουργεί σωστά με αυτή την έκδοση της PHP. Ευτυχώς όμως, μπορείτε να ζητήσετε την αντικατάσταση της από την έκδοση 4.3.10. Η διαδικασία είναι πολύ απλή.

Πατώντας την εντολή «php switch» από το μενού της εικόνας 7 μπορείτε να επιλέξετε την έκδοση της PHP που θέλετε να χρησιμοποιήσετε. Εμφανίζεται ένα παράθυρο εντολών και πατώντας 4 ή 5 επιλέγετε την έκδοση της PHP με την οποία θέλετε να δουλέψετε. Δεν χρειάζεται να κάνετε τη διαδικασία κάθε φορά που τρέχετε το xampp, παρά μόνο όταν θέλετε να αλλάξετε την έκδοση της PHP

Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο είναι ότι μαζί με το xampp εγκαθίσταται αυτόματα

και η εφαρμογή **phpMyAdmin** για τη διαχείριση βάσεων δεδομένων MySQL που θα σας βοηθήσει πάρα πολύ στη διαχείριση του Mambo.

Τέλος θα προβούμε σε μερικές λεπτές ρυθμίσεις.

Ανοίξτε το αρχείο `c:\apachefriends\xampp\apache\bin\php.ini`.

Στη γραμμή 482 θα βρείτε την εξής εντολή:
`upload_tmp_dir="";c:\apachefriends\xampp\tmp"`

Στη γραμμή 877 θα βρείτε την εξής εντολή:
`session.save_path="";c:\apachefriends\xampp\tmp"`

Σημειώστε τη διαδρομή `c:\apachefriends\xampp\tmp` (στη δική σας εγκατάσταση μπορεί να είναι διαφορετική) που χρησιμοποιείται για την προσωρινή αποθήκευση αρχείων.

Στο κατάλογο `c:\apachefriends\xampp\tmp` θα πρέπει να δοθούν δικαιώματα εγγραφής στον χρήστη Internet Guest Account.

Στη γραμμή 370 αλλάξτε το:
`register_globals=On`
σε
`register_globals=Off`

Σώστε τις αλλαγές στο αρχείο `php.ini`.

Αν ήδη τρέχετε το xampp, τότε για να εφαρμοστούν οι αλλαγές θα πρέπει να εκτελέσετε το πρόγραμμα «xampp basic restart» από το Start -> Programs -> Apache Friends -> xampp.

Τώρα έχετε προετοιμάσει τα Windows για να μπορέσουν να τρέξουν το Mambo αλλά και άλλες εφαρμογές που χρησιμοποιούν Apache, PHP και MySQL.

Προσοχή! Η μέθοδος αυτή προσφέρεται μόνο για προσωπικές δοκιμές και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως λύση παραγωγής.

Προετοιμασία του XAMPP για να τρέξουμε το Mambo

Δημιουργία βάσης δεδομένων

Αρχικά με τη βοήθεια του phpMyAdmin πρέπει να δημιουργήσουμε τη βάση δεδομένων που θα χρησιμοποιήσει το Mambo.

Ανοίγουμε τον περιηγητή που χρησιμοποιούμε, και πληκτρολογούμε `http://localhost`.

Εμφανίζεται η πρώτη οθόνη του XAMPP. Επιλέγουμε ως γλώσσα τα Αγγλικά και αυτόματα μεταφερόμαστε στην επόμενη οθόνη.

Από το μενού στα αριστερά, επιλέγουμε, κάτω από την ενότητα tools, το phpMyAdmin το οποίο και εκτελείται.

Επιλέγουμε ως γλώσσα χρήσης (language) τα Greek (el-utf-8) και όλες οι εντολές εμφανίζονται στα Ελληνικά.

Στο πεδίο «Δημιουργία νέας βάσης» πληκτρολογούμε το όνομα της βάσης που θα φτιάξουμε για το Mambo π.χ. mambo451 και πατάμε το πλήκτρο «Δημιουργία».

Συγχαρητήρια! Μόλις δημιουργήσατε τη βάση που θα φιλοξενήσει τα δεδομένα του Mambo.

Που θα φιλοξενηθεί το Mambo;

Έχουμε δύο επιλογές για την εγκατάσταση του Mambo.

Η πρώτη είναι να φτιάξουμε έναν κατάλογο με το όνομα π.χ. mambo στη διαδρομή: c:\apachefriends\xampp\htdocs\mambo και μέσα σε αυτήν να μεταφέρουμε τα αρχεία που απαρτίζουν το Mambo. Το Mambo θα είναι προσπελάσιμο σαν <http://localhost/mambo>.

Η δεύτερη επιλογή είναι να το τοποθετήσουμε σε όποιο κατάλογο θέλουμε εμείς, π.χ. c:\mambo. Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να κάνουμε κάποιες προσθήκες στο αρχείο c:\apachefriends\xampp\apache\conf\httpd.conf. Συγκεκριμένα, ανοίγουμε το αρχείο και προσθέτουμε στο τέλος του τις εξής γραμμές:

```
Alias /mambo "c:/mambo/"
```

```
<Directory "c:/mambo">
  Options FollowSymLinks
  AllowOverride None
</Directory>
```

Αφού σώσουμε τις αλλαγές και κάνουμε επανεκκίνηση του Apache, θα μπορούμε να βλέπουμε το Mambo στη διεύθυνση <http://localhost/mambo>

Εγκατάσταση του Mambo

Κατεβάζουμε την τελευταία έκδοση του Mambo και την αποσυμπιέζουμε σε έναν από τους παραπάνω καταλόγους.

Ανοίγουμε τον περιηγητή που χρησιμοποιούμε και πληκτρολογούμε <http://localhost/mambo> ώστε να ξεκινήσει η διαδικασία της εγκατάστασης που περιγράφεται σε άλλο κεφάλαιο.

Τοπική Εγκατάσταση σε Linux

Προετοιμασία του Linux RED HAT 9

Οι οδηγίες που ακολουθούν αφορούν την εγκατάσταση των Apache 1.3.x, της PHP 4.3.10 και της MySQL 4.1.9 στο Red Hat 9 Linux, για τοπική χρήση. Η ίδια διαδικασία, παρακάμπτοντας κάποια βήματα που αφορούν ειδικά το Red Hat, μπορεί να εφαρμοστεί και σε άλλες διανομές Linux.

Δεν εγγυόμαστε ότι η παρακάτω διαδικασία θα λειτουργήσει απόλυτα σωστά και στο δικό σας Linux Server, καθώς οι πιθανές παραλλαγές στο περιβάλλον είναι πάρα πολλές. Σε κάθε περίπτωση, τα γενικά χαρακτηριστικά λειτουργούν αποτελεσματικά.

Εγκατάσταση του Apache 1.3.x

Το Red Hat Linux έρχεται με διαθέσιμο προς εγκατάσταση τον Apache 2.x. Αυτό που θα κάνουμε εμείς είναι να αντικαταστήσουμε την έκδοση 2.x του Apache με την έκδοση 1.3.x. Υποθέτουμε ότι έχετε ήδη εγκατεστημένο το Red Hat στον υπολογιστή σας και έχετε ήδη εγκαταστήσει τον Apache 2.x. Η ακριβής διαδικασία για αυτές τις ενέργειες είναι πέρα από το σκοπό αυτού του εγχειριδίου. Μπορείτε να την αναζητήσετε στα εγχειρίδια χρήσης που συνοδεύουν το Red Hat.

Αρχικά κατεβάζω την τελευταία έκδοση του Apache 1.3.x από τη διεύθυνση: <http://httpd.apache.org/download.cgi>. (Την ώρα που γράφονται αυτές οι γραμμές οι τελευταία έκδοση είναι η 1.3.33).

Σώζω το αρχείο σε έναν κατάλογο που έχω δημιουργήσει, π.χ.
/downloads/apacheinstall

Δημιουργώ τον κατάλογο /usr/local/apache, στον οποίο θα εγκαταστήσω τελικά τον Apache.

Από το terminal/console πηγαίνω στον κατάλογο: /downloads/apacheinstall

Εκτελώ την εντολή:

```
tar xzf apache_1.3.33.tar.gz
```

από τον κατάλογο /downloads/apacheinstall/ apache_1.3.33 στον οποίο βρίσκονται τα αρχεία που με ενδιαφέρουν.

Πάντα από το παράθυρο terminal/console, με την εντολή:

```
cd apache_1.3.33
```

μετακινούμαι μέσα σε αυτόν τον κατάλογο και εκτελώ την εξής εντολή:

```
--prefix=/usr/local/apache --enable-module=so
```

Μετά εκτελώ την εντολή:

```
make
```

και μετά την:

```
make install
```

Συγχαρητήρια, μόλις εγκαταστήσατε τον Apache 1.3.33 στο Red Hat!

Το Red Hat όμως δεν το γνωρίζει ακόμη αυτό. Έτσι, αν μείνετε μόνο σε αυτά τα βήματα, την επόμενη φορά που θα κάνετε επανεκκίνηση θα ξεκινήσει ο Apache 2.x αντί για τον 1.3.33 που θέλουμε. Για να το αλλάξουμε αυτό, θα πρέπει να κάνουμε αλλαγές και σε δύο ακόμα αρχεία του λειτουργικού.

Συγκεκριμένα, τροποποιώ το αρχείο `etc/rc.d/init.d/httpd`, ώστε να γίνει ως ακολούθως (για λόγους κατανόησης εμφανίζονται τα σχόλια που έχει το αρχικό αρχείο καθώς και τα σημεία του κώδικα που έχουν ενεργοποιηθεί ή απενεργοποιηθεί):

```
#!/bin/bash
#
# Startup script for the Apache Web Server
#
# chkconfig: - 85 15
# description: Apache is a World Wide Web server. It is used to serve \
#      HTML files and CGI.
# processname: httpd
# pidfile: /var/run/httpd.pid
# config: /etc/httpd/conf/httpd.conf

# Source function library.
./etc/rc.d/init.d/functions

if [ -f /etc/sysconfig/httpd ]; then
    ./etc/sysconfig/httpd
fi

# This will prevent initlog from swallowing up a pass-phrase prompt if
# mod_ssl needs a pass-phrase from the user.
INITLOG_ARGS=""

# Set HTTPD=/usr/sbin/httpd.worker in /etc/sysconfig/httpd to use a server
# with the thread-based "worker" MPM; BE WARNED that some modules may not
# work correctly with a thread-based MPM; notably PHP will refuse to start.

# Path to the apachectl script, server binary, and short-form for messages.
# changed by elias 16/01/2005
apachectl=/usr/local/apache/bin/apachectl
httpd=${HTTPD-/usr/local/apache/bin/httpd}
prog=httpd
RETVAL=0

# disabled by elias 16/01/2005
```

```

# after installing apache 1.3.33
# check for 1.3 configuration
#check13 () {
#  CONFFILE=/etc/httpd/conf/httpd.conf
#  GONE="(ServerType|BindAddress|Port|AddModule|ClearModuleList|"
#  GONE="$ {GONE} AgentLog|RefererLog|RefererIgnore|FancyIndexing|"
#  GONE="$ {GONE} AccessConfig|ResourceConfig)"
#  if grep -Eiq "^[[:space:]]*($GONE)" $CONFFILE; then
#    echo
#    echo 1>&2 " Apache 1.3 configuration directives found"
#    echo 1>&2 " please read /usr/share/doc/httpd-2.0.40/migration.html"
#    failure "Apache 1.3 config directives test"
#    echo
#    exit 1
#  fi
#}

# The semantics of these two functions differ from the way apachectl does
# things -- attempting to start while running is a failure, and shutdown
# when not running is also a failure. So we just do it the way init scripts
# are expected to behave here.
start() {
    echo -n $"Starting $prog: "
    #check13 || exit 1
    daemon $httpd $OPTIONS
    RETVAL=$?
    echo
    [ $RETVAL = 0 ] && touch /var/lock/subsys/httpd
    return $RETVAL
}
stop() {
    echo -n $"Stopping $prog: "
    killproc $httpd
    RETVAL=$?
    echo
    [ $RETVAL = 0 ] && rm -f /var/lock/subsys/httpd /var/run/httpd.pid
}
reload() {
    echo -n $"Reloading $prog: "
    check13 || exit 1
    killproc $httpd -HUP
    RETVAL=$?
    echo
}

# See how we were called.
case "$1" in
    start)
        start
        ;;

```

```

stop)
    stop
    ;;
status)
    status $httpd
    RETVAL=$?
    ;;
restart)
    stop
    start
    ;;
condrestart)
    if [ -f /var/run/httpd.pid ] ; then
        stop
        start
    fi
    ;;
reload)
    reload
    ;;
graceful|help|configtest|fullstatus)
    $apachectl $@
    RETVAL=$?
    ;;
*)
    echo $"Usage: $prog
{start|stop|restart|condrestart|reload|status|fullstatus|graceful|help|configtest}"
    exit 1
esac

exit $RETVAL

```

Το δεύτερο αρχείο που πρέπει να τροποποιήσω είναι το `etc/rc.d/rc.local`. Η τελική του μορφή είναι η ακόλουθη:

```

#!/bin/sh
#
# This script will be executed *after* all the other init scripts.
# You can put your own initialization stuff in here if you don't
# want to do the full Sys V style init stuff.

touch /var/lock/subsys/local
# Start Apache 1.3.33
/etc/init.d/httpd start
# Start MySQL
/usr/local/mysql/support-files/mysql.server start

```

Θα παρατηρήσετε ότι οι δύο τελευταίες γραμμές αναφέρονται στη MySQL, που δεν έχουμε εγκαταστήσει ακόμη, αλλά σε επόμενο βήμα.

Οι εντολές για τον έλεγχο του Apache, δίνονται από την οθόνη terminal και είναι:

```
/etc/init.d/httpd start   εκκίνηση
/etc/init.d/httpd stop   σταμάτημα
/etc/init.d/httpd restart επανεκκίνηση
```

Εγκατάσταση της MySQL

Το Red Hat έρχεται με προεγκατεστημένη μία παλαιότερη έκδοση της MySQL. Για να προχωρήσουμε στην εγκατάσταση της τελευταίας έκδοσης, θα πρέπει πρώτα να προχωρήσουμε στην απεγκατάσταση της ήδη υπάρχουσας. Η απεγκατάσταση μπορεί να γίνει από το System Settings -> Add Remove Programs

Κατεβάζω από το: <http://dev.mysql.com/downloads/mysql/4.1.html> την τελευταία έκδοση 4.1.9 (Standard) της MySQL και τη σώζω στον κατάλογο /downloads που έφτιαξα στην προηγούμενη ενότητα.

Πηγαίνω στον κατάλογο /downloads με την εντολή: `cd /downloads`

και εκτελώ την εντολή:

```
tar xfz mysql-standard-4.1.9-pc-linux-gnu-i686.tar.gz
```

με αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός νέου καταλόγου του /downloads/ mysql-standard-4.1.9-pc-linux-gnu-i686.tar.gz και την αποσυμπίεση των αρχείων μέσα σε αυτό.

Δημιουργώ ένα νέο κατάλογο /usr/local/mysql με τις εντολές:

```
cd /usr/local
mkdir mysql
```

Μεταφέρω σε αυτό τον κατάλογο τα αρχεία της MySQL.

Δημιουργώ μία νέα ομάδα και ένα νέο χρήστη:

```
groupadd mysql
useradd -g mysql mysql
```

Πηγαίνω στο /usr/local/mysql με `cd /usr/local/mysql` και τρέχω το:

```
scripts/mysql_install_db --user=mysql
```

Εκτελώ:

```
cd /usr/local/mysql
chown -R root .
chown -R mysql data
chown -R mysql .
```

Τροποποιώ το αρχείο /etc/my.cnf ώστε να περιέχει την εντολή:

```
[mysqld]
```

datadir=/usr/local/mysql

Τέλος πρέπει να δώσετε δικαιώματα εγγραφής στο κατάλογο /usr/local/mysql/data για το λογαριασμό mysql. Διαφορετικά θα πάρετε μήνυμα λάθους για το αρχείο: hosts.rh9.tst.pid

Οι εντολές για τον έλεγχο της MySQL, δίνονται από την οθόνη terminal και είναι:
 /usr/local/mysql/support-files/mysql.server start εκκίνηση
 /usr/local/mysql/support-files/mysql.server stop σταμάτημα
 /usr/local/mysql/support-files/mysql.server restart επανεκκίνηση

Εγκατάσταση PHP 4.3.10

Το Red Hat έρχεται με προεγκατεστημένη μία παλαιότερη έκδοση της PHP. Για να προχωρήσουμε στην εγκατάσταση της τελευταίας έκδοσης 4.3.10, θα πρέπει πρώτα να προχωρήσουμε στην απεγκατάσταση της ήδη υπάρχουσας. Η απεγκατάσταση μπορεί να γίνει από το System Settings -> Add Remove Programs -> Web Server

Πριν προχωρήσουμε στην εγκατάσταση της PHP θα πρέπει πρώτα να κατεβάσουμε από τη διεύθυνση <http://gr.php.net/get/php-4.3.10.tar.gz/from/a/mirror> το αρχείο php-4.3.10.tar.gz.

Κατεβάζω το αρχείο στον κατάλογο /downloads που είχα ήδη δημιουργήσει κατά την εγκατάσταση του Apache.

Πηγαίνω στο /downloads και εκτελώ:

```
tar xzf php-4.3.10.tar.gz
```

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός νέου καταλόγου, του /downloads/ php-4.3.10.tar.gz όπου βρίσκονται πλέον τα αρχεία της PHP.

Φτιάχνω ένα νέο κατάλογο τον /usr/local/php και σε αυτόν μεταφέρω όλα τα αρχεία από τον κατάλογο /downloads/ php-4.3.10.tar.gz

Σε αυτή τη φάση σταματώ τον Apache με την εντολή `/etc/init.d/httpd stop`

Πηγαίνω στον κατάλογο /usr/local/php με την εντολή `cd /usr/local/php` και εκτελώ τις ακόλουθες εντολές:

```
./configure --with-mysql=/usr/local/mysql --with-gd --enable-gd-native-ttf --with-zlib=/usr --with-curl --enable-ftp --with-apxs=/usr/local/apache/bin/apxs --with-config-file-path=/usr/local/php-ini
```

```
make
```

```
make test
```

Μετονομάζω το αρχείο /usr/local/php-ini_recommended σε /usr/local/php.ini

Τώρα, πρέπει να ενημερώσω τον Apache ώστε να καταλαβαίνει πώς να αντιμετωπίζει τα αρχεία php.

Ανοίγω το αρχείο: `/usr/local/apache/conf/httpd.conf` για αλλαγές.

Στο τέλος του αρχείου προσθέτω την γραμμή:

```
Include /usr/local/apache/conf/apache_virtualhosts.conf
```

Σώζω τις αλλαγές. Με αυτό τον τρόπο κατάφερα να έχω σε ένα ανεξάρτητο αρχείο τις αλλαγές που πρόκειται να κάνω στο αρχείο `http.conf` και κατ' επέκταση στην παραμετροποίηση του Apache.

Δημιουργώ το αρχείο `/usr/local/apache/conf/apache_virtualhosts.conf` και γράφω μέσα σε αυτό τις ακόλουθες εντολές:

```
LoadModule php4_module libexec/libphp4.so
AddType application/x-httpd-php .php
DirectoryIndex index.php
# 192.168.1.133 = η IP διεύθυνση του Linux server, εδώ θα βάλετε τη δική σας
# διεύθυνση NameVirtualHost 192.168.1.133
```

```
<VirtualHost my.mambo452.tst:80>
  ServerName my.mambo452.tst
  DocumentRoot /user/local/apache/htdocs/mambo452
  DirectoryIndex index.php index.php4 index.html index.htm
  LogLevel Debug
  HostNameLookups off
  AccessFileName .htaccess
  <Directory /usr/local/apache/htdocs/mambo452>
    order allow,deny
    allow from all
  </Directory>
</VirtualHost>
```

Αυτό που όρισα στις προηγούμενες γραμμές είναι ότι, όταν ζητώ το `my.mambo452.tst` URL, θα εμφανίζονται τα περιεχόμενα του καταλόγου `/user/local/apache/htdocs/mambo452`

Φτιάχνω τον κατάλογο `/user/local/apache/htdocs/mambo452`, που θα φιλοξενήσει το Mambo, και ενημερώνω τα περιεχόμενα του αρχείου `/etc/hosts` ώστε να περιέχει το νέο ιστότοπο (site), προσθέτοντας την γραμμή:

```
192.168.1.133    my.mambo452.tst
```

Για να ισχύσουν οι παραπάνω αλλαγές θα πρέπει να σταματήσω και να ξεκινήσω τον Apache χρησιμοποιώντας τις εντολές:

```
/etc/init.d/httpd stop και  
/etc/init.d/httpd start
```

Για να δοκιμάσω την επιτυχία των αλλαγών μου, δημιουργώ το αρχείο:
/user/local/apache/htdocs/mambo452/index.php με περιεχόμενο την εντολή:

```
<?php phpinfo(); ?>
```

Αν, ανοίγοντας τον περιηγητή μου και πληκτρολογώντας <http://my.mambo452.tst>, εμφανίζεται η σελίδα πληροφοριών της PHP, τότε η εγκατάσταση της PHP και η παραμετροποίηση του Apache ήταν επιτυχής!

Εγκατάσταση phpMyAdmin

Το phpMyAdmin είναι μία από τις πιο διαδεδομένες εφαρμογές διαχείρισης της MySQL και απαραίτητο εργαλείο για τη δημιουργία και τον έλεγχο της βάσης δεδομένων που θα χρησιμοποιήσει το Mambo. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να το εγκαταστήσουμε.

Κατεβάζω την τελευταία έκδοση του phpMyAdmin από το:
http://www.phpmyadmin.net/home_page/downloads.php

Δημιουργώ ένα νέο κατάλογο στο: /usr/local/apache/htdocs/phpmyadmin και μεταφέρω τα αρχεία που εξήγαγα από το αρχείο που κατέβασα.

Προσθέτω στο αρχείο /etc/hosts μία νέα γραμμή, την:

```
192.168.1.133    my.phpmyadmin.tst
```

και στο αρχείο /usr/local/apache/conf/apache_virtualhosts.conf, προσθέτω τις γραμμές:

```
<VirtualHost my.phpmyadmin.tst:80>  
    ServerName my.phpmyadmin.tst
```

```
DocumentRoot /user/local/apache/htdocs/phpmyadmin  
    DirectoryIndex index.php index.php4 index.html index.htm  
    LogLevel Debug  
    HostNameLookups off  
    AccessFileName .htaccess  
<Directory /usr/local/apache/htdocs/phpmyadmin>  
    order allow,deny  
    allow from all
```

```
</Directory>
</VirtualHost>
```

Σώζω τις αλλαγές, σταματώ και ξεκινώ τον Apache, ώστε να ενημερωθεί για το νέο ιστότοπο.

Ανοίγω το αρχείο /usr/local/apache/htdocs/phpmyadmin/config.inc.php και αλλάζω τη μεταβλητή:

```
$cfg['PmaAbsoluteUri']=''
```

σε

```
$cfg['PmaAbsoluteUri']='my.phpmyadmin.tst'
```

Σώζω τις αλλαγές.

Ξεκινώ τον περιηγητή και πληκτρολογώ <http://my.phpmyadmin.tst>. Εμφανίζεται η σελίδα του phpMyAdmin, από τον οποίο δημιουργώ τη βάση δεδομένων mambo452, που θα χρησιμοποιήσω για το Mambo.

Εγκατάσταση Mambo

Κατεβάζω και αποσυμπιέζω τα αρχεία που αποτελούν το Mambo στον κατάλογο /usr/local/apache/htdocs/mambo452 και φροντίζω ώστε αυτά να βρίσκονται μέσα σε αυτόν τον κατάλογο και όχι σε κάποιον υποκατάλογο.

Ανοίγω τον περιηγητή και πληκτρολογώ, <http://my.mambo452.tst>, ώστε να ξεκινήσει η διαδικασία της εγκατάστασης που περιγράφεται στη συνέχεια.

4.5.2 - Διαχείριση του ιστοτόπου

Γενικές Ρυθμίσεις (Global Configuration)

Οι Γενικές Ρυθμίσεις είναι το κύριο κέντρο ρυθμίσεων του Mambo. Οι αλλαγές σε αυτή την περιοχή, ενημερώνουν το αρχείο configuration.php. Το αρχείο αυτό θα πρέπει να είναι εγγράψιμο (writable) ώστε να μπορούν να αποθηκευτούν οι αλλαγές. Για να κάνετε το αρχείο configuration.php εγγράψιμο, ακολουθήστε τις ακόλουθες οδηγίες:

Ανοίξτε το FTP πρόγραμμα που χρησιμοποιείτε και πηγαίστε στον πηγαίο κατάλογο του ιστοτόπου σας.

chmod το αρχείο configuration.php σε 777 (πλήρη δικαιώματα)

Αφού κάνετε τις αλλαγές, αλλάξτε τα δικαιώματα του αρχείου σε 644. Το βήμα αυτό είναι απαραίτητο για λόγους ασφαλείας. Επιπλέον πληροφορίες για την εντολή chmod και τα δικαιώματα των αρχείων, μπορείτε να βρείτε στα:

<http://catcode.com/teachmod> και
http://www.evolt.org/article/A_quick_and_dirty_chmod_Tutorial/18/541

Το «Γενικές Ρυθμίσεις» περιλαμβάνει τις ακόλουθες 10 καρτέλες για τον έλεγχο των επιλογών σας:

- Site (Ιστότοπος)
- Locale (Εντοπιότητα)
- Content (Περιεχόμενο)
- Database (Βάση δεδομένων)
- Server (Εξυπηρετητής)
- Metadata
- Mail (Αλληλογραφία)
- Cache (Προσωρινή μνήμη)
- Statistics (Στατιστικά)
- SEO (Βελτιστοποίηση για Μηχανές Αναζήτησης)

Language Manager (Διαχειριστής Γλώσσας)

Ο Διαχειριστής Γλώσσας, σας επιτρέπει να συντηρείτε τα εγκατεστημένα αρχεία γλωσσών στο Mambo.

Site Languages (Γλώσσες Ιστότοπου)

Αυτή η λίστα παρουσιάζει όλες τις εγκατεστημένες στο Mambo γλώσσες, με ένα τικ δίπλα στην τρέχουσα. Μπορείτε να έχετε εγκατεστημένες πολλές γλώσσες, αλλά μόνο μία μπορεί να είναι η τρέχουσα. Αυτή με το τικ.

Install (Εγκατάσταση)

Από εδώ μπορείτε να εγκαταστήσετε νέα αρχεία γλώσσας στο Mambo. Η εγκατάσταση μπορεί να γίνει είτε με ανέβασμα των αρχείων από τον υπολογιστή σας είτε με μεταφορά των αρχείων στον εξυπηρετητή και την εγκατάστασή τους τοπικά. Ο πιο συνηθισμένος τρόπος είναι ο πρώτος.

Media Manager (Διαχειριστής Πολυμέσων)

Η αρχική οθόνη του Διαχειριστή Πολυμέσων (ΔΠ από εδώ και πέρα) παρουσιάζει όλους τους διαθέσιμους καταλόγους πολυμέσων και τις εικόνες στο πηγαίο κατάλογο του ΔΠ, καθώς και τρία πεδία κειμένου. Ο πηγαίος κατάλογος είναι ο /images/stories. Ο ΔΠ σας επιτρέπει να εκτελείτε τρεις βασικές εργασίες:

1. Να δημιουργείτε και να διαγράφετε καταλόγους για τα αρχεία πολυμέσων που χρησιμοποιείτε.
2. Να ανεβάζετε αρχεία πολυμέσων σε όποιο κατάλογο του ΔΠ θέλετε, ή να διαγράφετε τα υπάρχοντα αρχεία.

Να ανακτάτε τον κώδικα, πλήρες URL, που απαιτείται, αν θέλετε να χρησιμοποιήσετε απευθείας την εικόνα στον ιστότοπό σας.

Για να δημιουργήσετε ένα νέο κατάλογο

Στο πλαίσιο κειμένου Create Directory (Δημιουργία Καταλόγου), εισάγετε το όνομα του νέου καταλόγου και μετά πατήστε το εικονίδιο Create (Δημιούργησε) στη γραμμή εργαλείων. Αμέσως μετά, ο κατάλογος θα είναι διαθέσιμος σε εσάς για την αποθήκευση των αρχείων σας. Ο κατάλογος θα είναι ένας υποκατάλογος κάτω από τον πηγαίο κατάλογο (αρχική εικόνα). Θα εμφανίζεται σαν ένας νέος φάκελος στο παράθυρο του Διαχειριστή Πολυμέσων.

Σημείωση: Η δημιουργία καταλόγων είναι εφικτή μόνο αν ο εξυπηρετητής σας έχει τη ρύθμιση της PHP, safe mode στη θέση off. (Μπορείτε να ελέγξετε αυτή τη ρύθμιση από το Help -> System Info -> Ενότητα Relevant PHP Settings. Εάν αυτή η ρύθμιση είναι ON, τότε θα πρέπει να δημιουργήσετε τους καταλόγους που χρειάζεστε με το FTP πρόγραμμα που χρησιμοποιείτε. Αυτή η ρύθμιση ελέγχεται από την εταιρεία που σας φιλοξενεί. Μπορείτε να συνηγορηθείτε μαζί τους για την προσαρμογή της. Συνήθως όμως αρνούνται τις αλλαγές.

Μπορείτε να διαγράψετε έναν κατάλογο, πατώντας το εικονίδιο του σκουπιδοτενεκέ που βρίσκεται κάτω από αυτόν. Πατώντας, αυτόν καθ'αυτόν το φάκελο θα σας παρουσιαστούν τα περιεχόμενά του.

Ανεβάζοντας ένα αρχείο

Για να ανεβάσετε ένα αρχείο, έχετε δύο επιλογές. Μπορείτε να γράψετε την πλήρη διαδρομή του αρχείου στον τοπικό σας δίσκο στο πεδίο Upload (Ανέβασμα), π.χ. c:\images\test.jpg ή να χρησιμοποιήσετε το κουμπί Browse (περιήγηση) για να επιλέξετε μέσα από το παράθυρο που ανοίγει, το αρχείο εικόνας που επιθυμείτε να ανεβάσετε. Από το παράθυρο του ΔΠ, επιλέξτε το φάκελο στον οποίο θέλετε να ανεβάσετε το αρχείο και πατήστε το εικονίδιο Upload (Ανέβασε) από τη γραμμή εργαλείων. Η εικόνα ή το αρχείο σας θα ανέβει και θα είναι διαθέσιμο και ορατό στον ΔΠ. Για να διαγράψετε ένα αρχείο, πατήστε το εικονίδιο του σκουπιδοτενεκέ που βρίσκεται κάτω από αυτό.

Ανάκτηση της Υπερσύνδεσης (HyperLink) ενός αρχείου

Πατώντας στην εικόνα ενός αρχείου, στο παράθυρο του ΔΠ, θα εμφανιστεί στο πεδίο Code (Κώδικα) ο κώδικας που απαιτείται για την ενσωμάτωση του αρχείου στις σελίδες σας. Αυτός ο κώδικας μπορεί να χρησιμοποιηθεί, με την μέθοδο της αντιγραφής και επικόλλησης, για την εμφάνιση του αρχείου σε κάποια αντικείμενο νέων, άρθρο κ.λπ. Αν χρησιμοποιείτε κάποιο WYSIWYG επεξεργαστή κειμένου για τη συγγραφή του περιεχομένου των σελίδων, η ευκολία αυτής της μεθόδου περιορίζεται καθώς αυτοί περιέχουν ευκολίες για την εισαγωγή του αρχείου, χωρίς όλη αυτή τη διαδικασία.

Σημείωση: Βεβαιωθείτε ότι χρησιμοποιείτε το σωστό επίθεμα ανάλογα με τον τύπο του αρχείου. Μην χρησιμοποιείτε σαν επίθεμα το .jpg όταν το αρχείο σας είναι της μορφής .gif.

Preview (Προεπισκόπηση)

Από εδώ σας δίνεται η δυνατότητα να κάνετε μία προεπισκόπηση του ιστοτόπου σας, χωρίς να εγκαταλείψετε τον πίνακα ελέγχου.

In New Window (Σε νέο παράθυρο)

Μπορείτε να δείτε τον ιστότοπό σας σε ένα νέο παράθυρο, που θα ανοίξει πατώντας αυτή την επιλογή.

Inline (Εσωτερικά)

Η προεπισκόπηση γίνεται μέσα στο χώρο του Πίνακα Ελέγχου, χωρίς να ανοίξει νέο παράθυρο. Το μενού και η γραμμή εργαλείων παραμένουν ορατά.

Inline with positions (Εσωτερικά με θέσεις)

Γίνεται εσωτερική προεπισκόπηση του ιστότοπου, όπου όμως -και εδώ είναι η μεγάλη ευκολία- εμφανίζονται οι διαθέσιμες θέσεις που καθορίζονται από το πρότυπο εμφάνισης (template). Αξίζει να το δοκιμάσετε!

Statistics (Στατιστικά)

Υπάρχουν διαθέσιμες τρεις αναφορές ανάλυσης στατιστικών: Browser, OS, Domain (Περιηγητής, Λειτουργικό Σύστημα, Όνομα χώρου)

Σημείωση: Η εμφάνιση των στατιστικών εξαρτάται από τη ρύθμιση στο Global Configuration -> Statistics -> Statistics που πρέπει να είναι NAI.

Browser Statistics (Στατιστικά Περιηγητών)

Αυτά τα στατιστικά παρουσιάζονται στην πρώτη καρτέλα. Εξ ορισμού, τα στατιστικά ταξινομούνται βάσει του ονόματος του περιηγητή σε αύξουσα σειρά. Δίπλα στον τίτλο της καρτέλας υπάρχει ένα εικονίδιο που καθορίζει τη σειρά ταξινόμησης. Πατώντας το, εναλλάσσετε τη σειρά ταξινόμησης από αύξουσα σε φθίνουσα και τανάπαλιν.

Μπορείτε επίσης να ταξινομήσετε τα αποτελέσματα, βάσει του ποσοστού, πατώντας το αντίστοιχο εικονίδιο.

Operating System Statistics (Στατιστικά Λειτουργικού Συστήματος)

Αυτά τα στατιστικά εμφανίζονται στη δεύτερη καρτέλα. Μπορείτε να ταξινομήσετε τα αποτελέσματα με τρόπο παρόμοιο με αυτόν των Στατιστικών Περιηγητών (είτε κατά Λειτουργικό Σύστημα, είτε κατά Ποσοστό).

Domain Statistics (Στατιστικά Ονομάτων Χώρου)

Αυτά τα στατιστικά εμφανίζονται στην τρίτη καρτέλα. Μπορείτε να ταξινομήσετε τα αποτελέσματα με τρόπο παρόμοιο με αυτόν των Στατιστικών Περιηγητών (είτε κατά Όνομα χώρου, είτε κατά Ποσοστό).

Page Impressions (Εμφανίσεις Σελίδων)

Αυτή η αναφορά εμφανίζει τα αντικείμενα περιεχομένου που έχουν ζητηθεί / εμφανιστεί τις περισσότερες φορές.

Search Text (Κείμενο Αναζητήσεων)

Αυτή η αναφορά παρουσιάζει σε αύξουσα σειρά τις λέξεις ή εκφράσεις που χρησιμοποιήθηκαν για την αναζήτηση περιεχομένου από τους επισκέπτες, που έκαναν χρήση της λειτουργίας αναζήτησης. Οι στήλες παρουσιάζουν το κείμενο, το πλήθος των αναζητήσεων και το πλήθος των αποτελεσμάτων που έχουν επιστραφεί.

Η ανάλυση αυτών των αποτελεσμάτων θα σας βοηθήσει να βελτιστοποιήσετε τον ιστότοπό σας, ώστε να βοηθάτε τους επισκέπτες σας να βρίσκουν περιεχόμενα που έχουν λανθασμένη τοποθέτηση ή μοιάζουν να είναι κρυμμένα. Για παράδειγμα, λέξεις με λάθος ορθογραφία, στον πληθυντικό ή στον ενικό, μπορούν να προστεθούν στα MetaData (Keywords ή Description – Λέξεις Κλειδιά ή Περιγραφή) προς υποστήριξη φράσεων ή λέξεων που περιέχονται στα αντικείμενα περιεχομένου και τα άρθρα του ιστότοπού σας.

Θα ήταν χαζό να γράφατε ένα άρθρο με έναν τρόπο παρόμοιο με τον ακόλουθο: 'Έχουμε διαθέσιμες τις ακόλουθες θέσεις/θεσεις/θαισεις εργασίας...'. Αντί γι' αυτό μπορείτε να προσθέσετε τις λέξεις 'θέσεις', 'θεσεις', 'θαισεις' στα Metadata του αντικειμένου περιεχομένου για να βελτιώσετε τα χαρακτηριστικά αναζήτησης.

Template Manager (Διαχειριστής Προτύπων Εμφάνισης)

Ο διαχειριστής προτύπων εμφάνισης αποτελεί το σημείο από το οποίο γίνεται εγκατάσταση και διαχείριση των προτύπων εμφάνισης (templates) του Mambo. Αυτοί που μπορούν να αλλάξουν τις ρυθμίσεις του πρότυπου εμφάνισης είναι οι Διαχειριστές και οι Χρήστες με ειδικά δικαιώματα. Η αρχική εικόνα σας παρέχει μία λίστα με τα ήδη εγκατεστημένα πρότυπα εμφάνισης. Ένα πράσινο τικ εμφανίζεται δίπλα στο όνομα του πρότυπου εμφάνισης που είναι δημοσιευμένο (χρησιμοποιείται για την εμφάνιση του ιστότοπου). Επίσης εμφανίζονται κάποιες επιπλέον πληροφορίες για κάθε πρότυπο εμφάνισης.

Επιπλέον, μπορείτε να ορίσετε διαφορετικά πρότυπα εμφάνισης για διάφορα τμήματα του ιστοτόπου σας. Έτσι μπορείτε να έχετε περισσότερα από ένα πρότυπα εμφάνισης εγκατεστημένα και να εκμεταλλεύεστε αυτή τη δυνατότητα, χρησιμοποιώντας περισσότερα από ένα πρότυπα εμφάνισης για τη διαμόρφωση της εμφάνισης του ιστοτόπου σας. Μπορείτε να επιλέξετε σε ποιες σελίδες θα εμφανίζεται κάποιο πρότυπο εμφάνισης και σε ποιες κάποιο άλλο.

Το κύριο πρότυπο εμφάνισης είναι το default (εξ ορισμού) και τα υπόλοιπα τα αναθέτετε (assign) στις ενότητες (sections) του ιστοτόπου σας.

Όταν επιλέξετε ένα πρότυπο εμφάνισης για ανάθεση, θα σας παρουσιαστεί μία λίστα από σελίδες για να επιλέξετε σε ποιες από αυτές θα κάνετε την ανάθεση. Με άλλα λόγια για την εμφάνιση ποιων από αυτές θα χρησιμοποιείται το συγκεκριμένο πρότυπο εμφάνισης. Όταν κάποιος επισκέπτης του ιστοτόπου σας βλέπει αυτές τις σελίδες, αυτές θα εμφανίζονται βάσει του προτύπου που τους έχει ανατεθεί, παρακάμπτοντας το εξ ορισμού πρότυπο εμφάνισης.

Για να αναιρέσετε την ανάθεση ενός προτύπου σε μία ή περισσότερες σελίδες, επιλέξτε της σελίδες στις οποίες αυτό έχει ανατεθεί, χρησιμοποιώντας το κουμπί επιλογής στα αριστερά τους, και πατήστε το εικονίδιο Ανάθεση (assign) από την γραμμή εργαλείων (toolbar). Τώρα μπορείτε είτε να απο-επιλέξετε τις σελίδες που δεν θέλετε να εμφανίζονται πλέον με αυτό το πρότυπο εμφάνισης, είτε επιλέξετε το «κανένα» ("none") ώστε να αφαιρέσετε πλήρως την ανάθεση του προτύπου από όλες αυτές τις σελίδες. Αυτόματα αυτές οι σελίδες θα παρουσιάζονται με το εξ ορισμού (default) πρότυπο εμφάνισης.

Ο Διαχειριστής Προτύπων, σας επιτρέπει επίσης να αλλάξετε το εξ ορισμού (default) πρότυπο εμφάνισης, χρησιμοποιώντας το κουμπί default, το οποίο εμφανίζεται σε όλες τις σελίδες για τις οποίες δεν έχει γίνει κάποια συγκεκριμένη ανάθεση. Σημειώστε εδώ ότι αν χρησιμοποιείτε στον ιστότοπό σας, το module επιλογής template, τότε η επιλογή που θα κάνετε μέσω αυτού, αντικαθιστά οποιαδήποτε ρύθμιση έχει γίνει από εδώ.

Δείτε αυτή την Οθόνη Βοήθειας για να μάθετε πώς μπορείτε να επεξεργαστείτε και να δημοσιεύσετε τόσο πρότυπα εμφάνισης για τον ιστότοπο, όσο και για τον πίνακα ελέγχου:
Help Screen: Template Manager

Δείτε αυτή την Οθόνη Βοήθειας για να μάθετε πώς μπορείτε να εγκαθιστάτε και να απεγκαθιστάτε πρότυπα εμφάνισης για τον ιστότοπο και για τον πίνακα ελέγχου:
Help Screen: Install/Uninstall a Language or Template

Σημείωση: Τα πρότυπα διαχείρισης του πίνακα ελέγχου, μπορούν να επιλεγούν πατώντας το κουμπί Δημοσίευση (Publish), αλλά σε αντίθεση με τα πρότυπα του ιστοτόπου, δεν μπορούν να ανατεθούν σε συγκεκριμένες σελίδες.

Θέσεις Modules και προεπισκόπηση θέσεων (Module Positions)

Η σελίδα των Θέσεων Modules σας επιτρέπει να εισάγετε λεπτομέρειες για τις θέσεις των Modules που χρησιμοποιείτε στα templates σας. Όλες οι εξ ορισμού θέσεις των Modules είναι ήδη συμπληρωμένες, και συνήθως δεν χρειάζεται να τις αλλάξετε.

Χρησιμοποιείτε τη λειτουργικότητα αυτής της οθόνης, όταν χρειάζεται να προσθέσετε θέσεις modules που δεν υπάρχουν στην αρχική εγκατάσταση του Mambo. Σε αυτή την περίπτωση μπορείτε να προσθέσετε το όνομα της νέας θέσης και αν θέλετε μία σύντομη περιγραφή.

Η σειρά εμφάνισης των θέσεων των modules σε αυτή τη σελίδα δεν έχει καμία σημασία.

Για να μπορέσετε να χρησιμοποιήσετε τη νέα θέση θα πρέπει αυτή να ορίζεται στο αρχείο /templates/[όνομα του template]/index.php. Ο ορισμός της θέσης γίνεται με PHP κώδικα της μορφής: `<?php mosLoadModules ('position'); ?>` όπου position είναι το όνομα της νέας θέσης που έχετε ορίσει σε αυτή τη σελίδα.

Μπορείτε να δείτε τις θέσεις και τα ονόματα των θέσεων των modules στο template που χρησιμοποιείται ως εξ ορισμού, από την εντολή Site -> Preview -> Inline with Position

Δείτε αυτή την Οθόνη Βοήθειας για να μάθετε για τις διάφορες θέσεις των modules
Help Screen: Module Positions

Διαχειριστής Απορριμμάτων (Trash Manager)

Στο διαχειριστή απορριμμάτων, έχετε στη διάθεσή σας, δύο καρτέλες: Content Items και Menu Items (Αντικείμενα Περιεχομένου και Αντικείμενα Μενού), και δύο επιλογές Restore ή Delete (Επαναφορά ή Διαγραφή).

Επαναφορά (Restore): Μπορείτε να επαναφέρετε όσα αντικείμενα θέλετε με μία κίνηση. Επιλέξτε τα αντικείμενα που θέλετε να επαναφέρετε και μετά πατήστε το εικονίδιο Restore. Στη συνέχεια θα δείτε ένα πλαίσιο διαλόγου που θα σας ρωτά αν θέλετε να συνεχίσετε. Πατήστε ΝΑΙ και το/τα αντικείμενα θα εμφανιστούν ξανά στην ενότητα και κατηγορία στην οποία ανήκαν αρχικά, χωρίς όμως να είναι δημοσιευμένα.

Διαγραφή (Delete): Μπορείτε να διαγράψετε όσα αντικείμενα θέλετε με μία κίνηση. Επιλέξτε τα αντικείμενα που θέλετε να διαγράψετε και μετά πατήστε το εικονίδιο Delete. Θα οδηγηθείτε στη σελίδα

επιβεβαίωσης διαγραφής. Εδώ θα παρουσιάζονται τα ονόματα και ο αριθμός των αντικειμένων που πρόκειται να διαγραφούν. Αν θέλετε να σταματήσετε τη διαδικασία διαγραφής μπορείτε να πατήσετε το εικονίδιο Cancel. Αν θέλετε να συνεχίσετε με τη διαγραφή, πατήστε το Delete.

Πατώντας το Delete, εμφανίζεται μία τελευταία προειδοποίηση. Μετά την επιβεβαίωση, ενημερώνεστε ότι το/τα αντικείμενα έχουν διαγραφεί μόνιμα.

Γενικά, όταν διαγράψετε ένα αντικείμενο στο Mambo, αυτό δεν διαγράφεται μόνιμα αλλά μεταφέρεται στη διαχείριση απορριμμάτων. Αυτό συμβαίνει, όπως καταλαβαίνετε, για λόγους ασφάλειας, ώστε να αποφευχθεί η λανθασμένη διαγραφή κάποιου αντικειμένου. Η παραπάνω λειτουργία ισχύει για τα αντικείμενα που ανήκουν στις κατηγορίες Περιεχόμενο (Content), Κατηγορίες (Categories), Ενότητες (Sections) και Αντικείμενα Μενού (Menu Items).

Αν διαγράψετε ένα Mambot, Component ή Module δεν μπορείτε να το ανακτήσετε μέσω του Διαχειριστή Απορριμμάτων.

Δείτε αυτή την Οθόνη Βοήθειας για να μάθετε περισσότερα για το Διαχειριστή Απορριμμάτων Help Screen: Trash Manager

Διαχείριση Χρηστών (User Manager)

Μέσα από τη Διαχείριση Χρηστών, μπορείτε να προσθέτετε, διαχειρίζεστε και να αφαιρείτε χρήστες του ιστοτόπου σας. Ως χρήστες νοούνται οι επισκέπτες που έχουν εγγραφεί ως μέλη αλλά και όσους έχετε προσθέσει εσείς οι ίδιοι ως διαχειριστές του ιστοτόπου.

Νέος Χρήστης (New User)

Υπάρχουν δύο τρόποι με τους οποίους μπορούν να δημιουργηθούν Χρήστες στον ιστοτόπό σας. Οι επισκέπτες σας μπορούν να δημιουργούν το δικό τους λογαριασμό, εγγραφόμενοι ως μέλη του ιστοτόπου, μέσω της φόρμας εγγραφής (login form), ή εσείς μπορείτε να προσθέσετε τους δικούς σας χρήστες, εάν επιθυμείτε κάποια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων να επισκέπτεται τον ιστοτόπό σας, ή να έχουν πρόσβαση σε επιλεγμένες σελίδες. Τέλος υπάρχει η δυνατότητα συνδυασμού των δύο προηγούμενων τρόπων δημιουργίας νέων χρηστών.

Ομάδες Χρηστών (User Groups)

Οι διαθέσιμες ομάδες χρηστών είναι σταθερές και δεν μπορούν αλλάξουν, αλλά έχουν διαφορετικά επίπεδα ελέγχου του ιστοτόπου.

Υπάρχουν διαθέσιμες τέσσερις (4) ομάδες χρηστών για τον ιστοτόπο (Frontend), Τα μέλη αυτών των ομάδων έχουν τον έλεγχο του ιστοτόπου μόνο μέσα από το δημόσιο κομμάτι και δεν έχουν πρόσβαση στο Πίνακα Ελέγχου (Control Panel ή Administration Panel) του ιστοτόπου:

Εγγραμμένος (Registered) – Τα μέλη αυτής της ομάδας μπορούν να εγγραφούν στον ιστοτόπο. Δεν έχουν κανένα έλεγχο πάνω στα περιεχόμενα του ιστοτόπου

Συγγραφέας (Author) – Τα μέλη αυτής της ομάδας, μπορούν να αποστείλουν περιεχόμενο προς δημοσίευση, συνήθως μέσω ενός δεσμού που βρίσκεται στον ιστοτόπο. Δεν έχουν πρόσβαση στον Πίνακα Ελέγχου.

Συντάκτης (Editor) – Τα μέλη αυτής της ομάδας μπορούν να αποστείλουν περιεχόμενο και να επεξεργαστούν τα άρθρα που είναι ήδη δημοσιευμένα στον ιστοτόπο. Δεν έχουν πρόσβαση στον Πίνακα Ελέγχου.

Εκδότης (Publisher) – Τα μέλη αυτής της ομάδας μπορούν να αποστείλουν, επεξεργαστούν και δημοσιεύσουν οποιοδήποτε περιεχόμενο απευθείας από τον ιστοτόπο. Δεν έχουν πρόσβαση στον Πίνακα Ελέγχου.

Υπάρχουν επιπλέον τρεις ομάδες χρηστών που έχουν πρόσβαση στον Πίνακα Ελέγχου του Mambo, μπορούν δηλαδή να διαχειριστούν τον ιστοτόπο.

Διευθυντής (Manager): Τα μέλη αυτής της ομάδας έχουν πρόσβαση στις λειτουργίες δημιουργίας περιεχομένου και σε πληροφορίες για το σύστημα.

Διαχειριστής (Administrator): Τα μέλη αυτής της ομάδας έχουν πρόσβαση στις περισσότερες λειτουργίες του Πίνακα Ελέγχου.

Υπέρ-Διαχειριστής (Super Administrator): Τα μέλη αυτής της ομάδας ελέγχουν απόλυτα το Mambo. Έχουν πρόσβαση σε όλες της λειτουργίες του Πίνακα Ελέγχου.

Σημείωση: Υπάρχουν προς το παρόν δύο ομάδες χρηστών οι οποίες δε συνεισφέρουν τίποτα, αλλά υπάρχουν για μελλοντική αξιοποίηση. Αυτές είναι η **Public Frontend, (Δημόσιος Ιστοτόπος)** και **Public Backend (Δημόσιο Περιβάλλον Διαχείρισης)**. Στο μέλλον θα καθορίζουν τα εξ ορισμού επίπεδα πρόσβασης για τους ανώνυμους χρήστες του ιστοτόπου αλλά και του περιβάλλοντος διαχείρισης.

Δείτε αυτήν την Οθόνη Βοήθειας για να μάθετε πώς να διαχειρίζεστε, προσθέτετε και επεξεργάζεστε τη

λίστα των εγγεγραμμένων χρηστών.
Help Screen: User Manager: Add and Edit Users

Ενεργοποίηση της Εγγραφής ενός Χρήστη

Εξ ορισμού όταν ένας χρήστης θέλει να δημιουργήσει ένα λογαριασμό (να εγγραφεί μέλος) στον ιστότοπό σας, θα πρέπει να συμπληρώσει μία φόρμα, όπου θα του ζητηθούν τα εξής στοιχεία:

Όνομα (Name)
Ψευδώνυμο (Username)
E-mail
Συνθηματικό (Password)

Όταν ο επισκέπτης υποβάλει την αίτηση εγγραφής, ο λογαριασμός δημιουργείται αυτόματα, αλλά ο χρήστης δεν μπορεί να κάνει εισαγωγή στο σύστημα (login), μέχρι αυτός να ενεργοποιηθεί (activated). Του στέλνεται αυτόματα ένα email με το δεσμό ενεργοποίησης, στη διεύθυνση που έχει δηλωθεί ως έγκυρη διεύθυνση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (email). Όταν ο χρήστης λάβει αυτό το email και πατήσει το δεσμό ενεργοποίησης, τότε ο λογαριασμός του ενεργοποιείται και αυτός μπορεί να κάνει εισαγωγή στο σύστημα και να έχει πρόσβαση στις προστατευμένες περιοχές του ιστότοπου.

Η παραπάνω μεθοδολογία έχει κάποια σημαντικά πλεονεκτήματα:
Επιβεβαιώνει ότι ο χρήστης είναι υπαρκτός και έχει ένα έγκυρο email.
Δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να επιλέξει το συνθηματικό του (password).
Δίνει τη δυνατότητα στο Διαχειριστή του Ιστότοπου, μιας εμποπτικής εικόνας των ενεργοποιημένων και μη ενεργοποιημένων λογαριασμών. Ένας μη ενεργοποιημένος λογαριασμός θα εμφανίζεται σαν μπλοκαρισμένος και χωρίς ποτέ να έχει κάνει εγγραφή. Έτσι εύκολα μπορεί να τους ανακαλύψει και να τους διαγράψει.

Η επιλογή για την Ενεργοποίηση της Εγγραφής (Registration Activation), βρίσκεται κάτω από τις Γενικές Ρυθμίσεις (Global Configuration) και στην καρτέλα Ιστότοπος (Site). Συγκεκριμένα είναι η επιλογή: "Use New Account Activation".

Εάν αυτή η επιλογή δεν είναι ενεργοποιημένη, επιτρέπεται στους χρήστες να συνδέονται αμέσως αφού δημιουργήσουν ένα νέο λογαριασμό.

Η παράμετρος του Ειδικού Χρήστη (Special User)

Ίσως σε αυτό το σημείο δε γίνει απόλυτα κατανοητός ο ρόλος ύπαρξης αυτής της παραμέτρου. Τη συναντάτε όχι μέσα από τις γενικές ρυθμίσεις (global configuration) αλλά όταν ρυθμίζετε σε ποιες ομάδες θα είναι ορατό ένα module π.χ. (Modules -> Site Modules -> [όνομα module]: Παράμετρος Επίπεδο πρόσβασης (Access Level), αλλά και δεσμοί μενού, άρθρα, αντικείμενα περιεχομένου, συχνές ερωτήσεις κ.λπ..

Όποιος χρήστης ανήκει στις ομάδες των Συγγραφέων (Authors), Συντακτών (Editors), Εκδοτών (Publishers), Διευθυντών (Managers), Διαχειριστών (Administrators) ή Υπερ-Διαχειριστών (Super Administrators), θεωρείται ως Ειδικός Χρήστης.

Ο Διαχειριστής τους έχει δώσει το δικαίωμα να υποβάλλουν Ειδήσεις (news), Άρθρα (Articles), Συχνές Ερωτήσεις (FAQs) και Δεσμούς (Web Links).

Αυτοί οι Ειδικό Χρήστες είναι οι μόνοι που μπορούν να έχουν πρόσβαση -να βλέπουν- τα αντικείμενα, στα οποία η παράμετρος «Επίπεδο Πρόσβασης» (Access Level) έχει οριστεί στη τιμή Special.

Μαζική Αλληλογραφία (Mass Mail)

Η σελίδα της μαζικής αλληλογραφίας σας επιτρέπει να στέλνετε μηνύματα μέσω email σε έναν ή περισσότερους χρήστες ή ομάδες χρηστών. Είναι προσπελάσιμο από το Components -> Mass Mail.

Ομάδα (Group)

Επιλέξτε από τη λίστα την ομάδα χρηστών στην οποία θα αποσταλεί το μήνυμα. Αν επιλέξετε "All User Groups" το μήνυμα θα σταλεί σε όλους τους χρήστες.

Αποστολή στις υποομάδες (Mail to child groups)

Τσεκάρτε αυτή την επιλογή, αν θέλετε το μήνυμα να σταλεί αυτόματα σε όλες τις υποομάδες της επιλεγμένης, στην προηγούμενη επιλογή, ομάδας.

Θέμα (Subject)

Πληκτρολογήστε το θέμα του μηνύματος

Μήνυμα (Message)

Εδώ πληκτρολογείτε το μήνυμά σας. Όταν είστε έτοιμος/η πατήστε το εικονίδιο Δημοσίευση (Publish) για να στείλετε το μήνυμα ή το εικονίδιο Άκυρο (Cancel) για να ακυρώσετε την αποστολή.

Δείτε αυτή την Οθόνη Βοήθειας για να μάθετε πώς να στέλνετε μηνύματα στους εγγεγραμμένους χρήστες του ιστοτόπου σας.

Help Screen: Mass Mail Users

Σημείωση: Μόνο ένας χρήστης που ανήκει στην ομάδα Υπερ-Διαχειριστές (Super Administrators) έχει πρόσβαση σε αυτή τη λειτουργία.

4.5.2 - Διαχείριση Περιεχομένου

Αρχικά είναι σημαντικό να γίνουν κατανοητές οι έννοιες «ενότητες» (sections), «κατηγορίες» (categories) και «αντικείμενα» (items) καθώς και η σχέση και ιεραρχία μεταξύ τους.

Θα προσπαθήσω να το εξηγήσω με ένα απλό παράδειγμα:

Έστω ότι υπάρχει μια πόλη (ο ιστότοπός σας), στην οποία υπάρχουν σπίτια (οι ενότητες σας). Κάθε σπίτι έχει δωμάτια (οι κατηγορίες σας) και κάθε δωμάτιο έχει έπιπλα (τα αντικείμενά σας).

Δηλαδή, η ιεραρχία είναι:

Πόλη - Ιστότοπος
 Σπίτι - Ενότητα
 Δωμάτιο - Κατηγορία
 Έπιπλα – Αντικείμενα

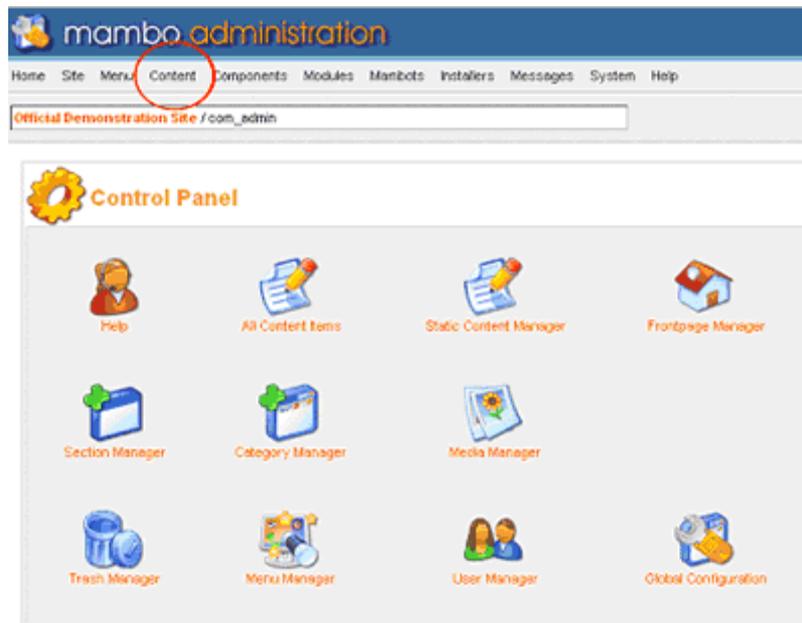
Αυτόματα καταλαβαίνετε ότι ένα αντικείμενο μόνο του δεν μπορεί να υφίσταται αν δεν ανήκει σε κάποια κατηγορία, η οποία κατηγορία ανήκει σε κάποια ενότητα.

Το αντικείμενο εν τέλει είναι το τελικό μέσο αποθήκευσης πληροφοριών, ενώ οι ενότητες και οι κατηγορίες αποτελούν τη δομή (breadcrumb) κάτω από την οποία εντάσσεται το αντικείμενο.

Υπάρχουν βέβαια εξαιρέσεις τις οποίες θα δείτε στην συνέχεια.

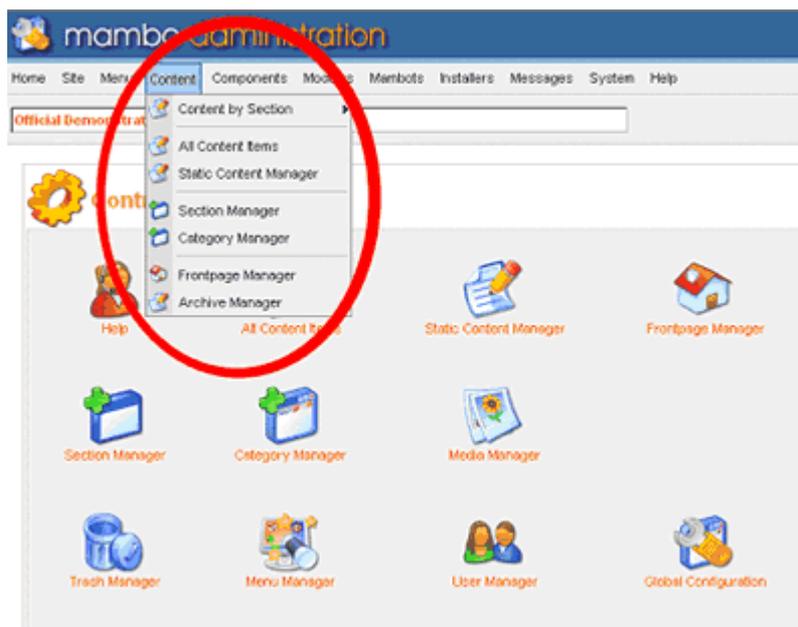
Αφού κατανοήσατε τις παραπάνω έννοιες είναι ώρα να δείτε και πως μπορείτε να δημιουργήσετε και να διαχειριστείτε μια τέτοια δομή.

Στο μενού του περιβάλλοντος διαχείρισης υπάρχει η επιλογή Content στην οποία θα βρείτε τα εργαλεία (Content Managers) του mambo CMS που θα σας βοηθήσουν (Σχ.6.1).



Σχ.6.1

Τα εργαλεία αυτά διαχωρίζονται στη διαχείριση περιεχομένου ανά Ενότητα (Section), ανά Αντικείμενα (items), Στατικού περιεχομένου, στη διαχείριση των Ενότητων (Section Manager) και των Κατηγοριών (Category Manager), στη διαχείριση του Εξωφύλλου (FrontPage Manager) και στη διαχείριση Αρχείου περιεχομένων (Archive Manager) (Σχ. 6.2).



Σχ. 6.2

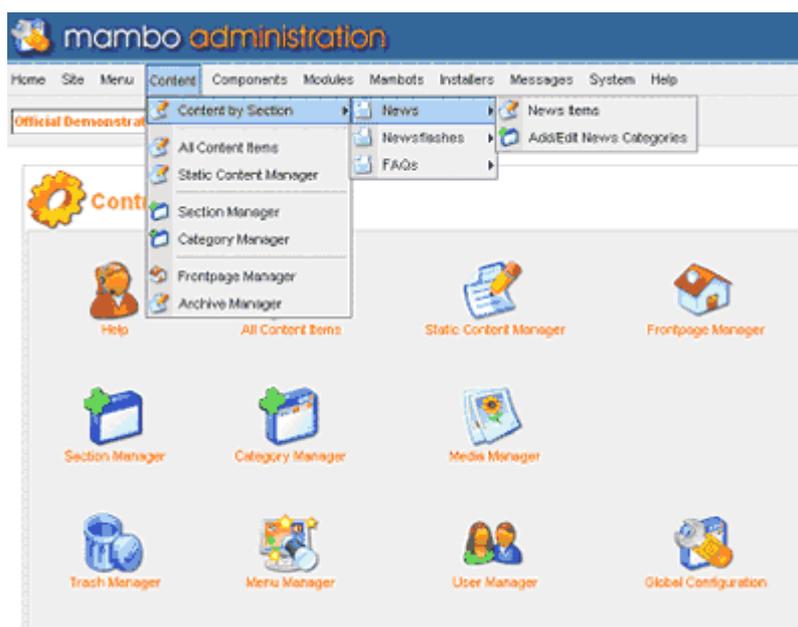
Ας δούμε πιο αναλυτικά τι μπορείτε να βρείτε κάτω από την επιλογή Content του μενού.

Περιεχόμενα ανά ενότητα - (Content By Section)

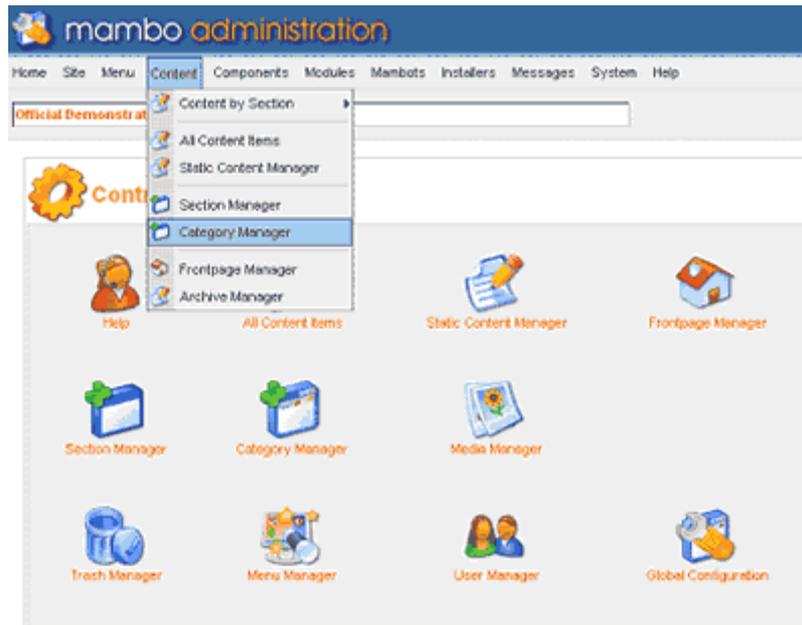
Ενότητα νέων (News Section):

Με την εγκατάσταση του Mambo αυτόματα δημιουργείται μια ενότητα Νέα (News), στην οποία ανήκει μια κατηγορία με όνομα Τελευταία Νέα (Latest News).

Για να προσθέσετε ή να αλλάξετε τις κατηγορίες της συγκεκριμένης ενότητας θα πρέπει να επιλέξετε στο μενού Content>Content by Section>News>Add/Edit News Categories (Σχ. 6.3). ή να χρησιμοποιήσετε το εργαλείο διαχείρισης κατηγοριών (Content Manager) που βρίσκεται στο μενού Content>Category Manager (Σχ. 6.4).

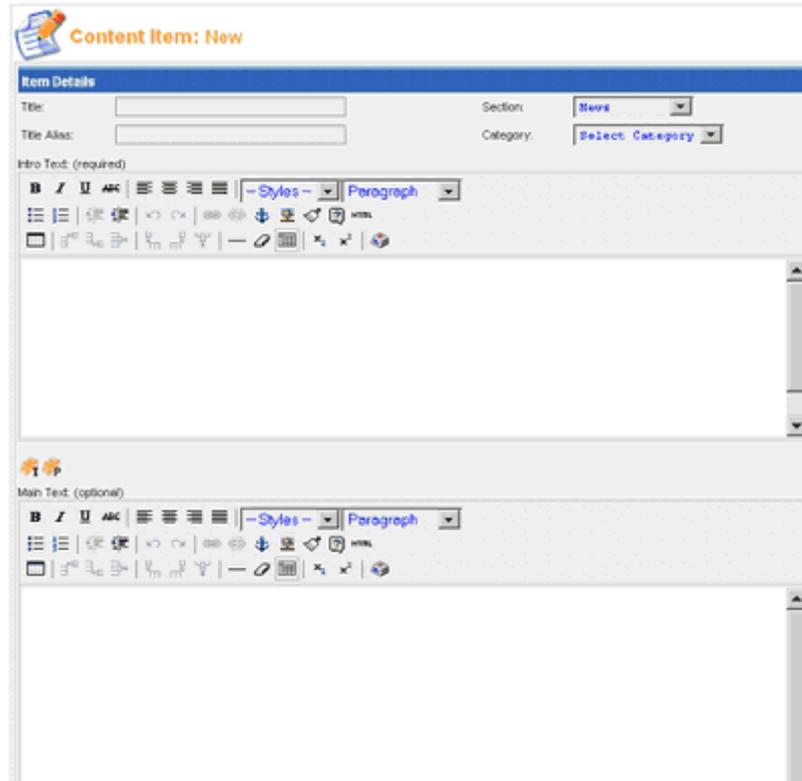


(Σχ. 6.3)



Σχ. 6.4

Κάθε κατηγορία περιέχει τα αντικείμενα που θεωρείτε ότι πληροφοριακά ανήκουν σε αυτή. Η δομή των πληροφοριών που μπορείτε να καταχωρίσετε είναι συγκεκριμένη και ίδια για κάθε αντικείμενο οποιασδήποτε κατηγορίας. Μπορείτε να εισάγετε Τίτλο, Εναλλακτικό τίτλο, Εισαγωγικό κείμενο και Κυρίως κείμενο (Σχ. 6.5).



Σχ. 6.5

Τα αντικείμενα Νέων που εισάγετε και δημοσιεύετε (Σχ. 6.6) στην κατηγορία Τελευταία Νέα θα

εμφανισθούν στην υπομονάδα (module) «ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΝΕΑ» στον ιστότοπό σας.

Publishing Info
 Show on Frontpage:
 Published:
 Access Level: Public
 Author Alias:
 Change Creator: Administrator
 Ordering: New Items default to the first place. Ordering can be changed after this item is saved.
 Override Created Date: ...
 Start Publishing: 2005-03-26 ...
 Finish Publishing: Never ...
 State: Published
 Hits: 0
 Revised: 0 times
 Created: New document
 Last Modified: Not modified

Σχ. 6.6

Ενότητα Newsflash:

Αντίστοιχα με την ενότητα των Νέων, μπορείτε να κάνετε και τη διαχείριση των Newsflash. Η διαφορά έγκειται στη εμφάνιση των αντικειμένων της συγκεκριμένης ενότητας, που αντίστοιχα θα εμφανισθούν στην υπομονάδα (module) Newsflash στον ιστότοπό σας.

Ενότητα FAQs (Συχνές Ερωτήσεις):

Με την εγκατάσταση του Mambo αυτόματα δημιουργείται μια ενότητα FAQs στην οποία ανήκει μια κατηγορία με όνομα FAQs Παραδείγματα (Example FAQs), η οποία περιλαμβάνει αντικείμενα με συχνές ερωτήσεις και τις αντίστοιχες απαντήσεις αναφορικά με τον ιστότοπό σας.

Αντίστοιχα με τις παραπάνω ενότητες, μπορείτε να προσθέσετε ή να αλλάξετε τις κατηγορίες της συγκεκριμένης ενότητας, αν επιλέξετε στο μενού Content>Content by Section>FAQs>Add/Edit FAQs Categories ή αν χρησιμοποιήσετε το εργαλείο διαχείρισης κατηγοριών (Content Manager) που βρίσκεται στο μενού Content>Category Manager.

All Content Items (Όλα τα αντικείμενα περιεχομένου):

Στην ενότητα αυτή, που θα βρείτε στο μενού Content>All Content Items, μπορείτε να δείτε όλα τα καταχωρημένα αντικείμενα ανεξάρτητα της κατηγορίας στην οποία ανήκουν. Επίσης μπορείτε να πραγματοποιήσετε αναζήτηση με κριτήρια λέξη, φράση, κατηγορία, υποκατηγορία και συγγραφέα (Σχ. 6.7).

#	Title	Published	Front Page	Author	Order	Access	Section	Category	Author	Date
1	Example FAQ Item 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	1	Public	FAQs	Example FAQs	Administrator	05/12/04
2	Example FAQ Item 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Web Master	2	Public	FAQs	Example FAQs	Web Master	05/12/04
3	Welcome to Mambo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	1	Public	News	Label News	Administrator	06/12/04
4	Example News Item 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	2	Public	News	Label News	Administrator	07/07/04
5	Example News Item 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	3	Public	News	Label News	Administrator	07/07/04
6	Example News Item 3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	4	Public	News	Label News	Administrator	04/12/04
7	Example News Item 4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	5	Public	News	Label News	Administrator	07/07/04
8	Newsflash 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	1	Public	Newsflash	Newsflash	Administrator	08/03/04
9	Newsflash 3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	2	Public	Newsflash	Newsflash	Administrator	08/03/04
10	total	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Administrator	3	Public	Newsflash	Newsflash	Administrator	08/03/04

Ενότητα Στατικού Περιεχομένου (Static Content Manager):

Στην ενότητα αυτή μπορείτε να διαχειριστείτε αντικείμενα τα οποία έχετε ταξινομήσει στα Στατικά (Static). Στατικά θεωρούμε τα αντικείμενα τα οποία αλλάζουν σπάνια και τα οποία μπορεί να επεξεργαστεί μόνο ο Διαχειριστής.

Στην ενότητα Στατικού περιεχομένου ανήκουν όλα τα αντικείμενα τα οποία δεν θέλετε να ακολουθούν την ιεραρχική δομή «ενότητα/ κατηγορία/ αντικείμενο» που περιγράφηκε παραπάνω.

Οι περιορισμοί που έχετε στην περίπτωση που ορίσετε ένα αντικείμενο ως Στατικό είναι:

- Όλα τα Στατικά αντικείμενα ανήκουν στο ίδιο επίπεδο και όχι σε κατηγορία. Συνεπώς δεν ισχύει η ιεραρχική δομή «ενότητα/ κατηγορία/ αντικείμενο».
- Τα Στατικά αντικείμενα δεν εμφανίζονται στο εργαλείο διαχείρισης Εξωφύλλου.

Δεν μπορείτε να ορίσετε υπομονάδα (module) σε μια ιστοσελίδα η οποία προβάλλει Στατικό περιεχόμενο.

Διαχείριση Ενότητων (Section Manager):

Το εργαλείο διαχείρισης ενότητων σας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσετε νέες ενότητες και να επεξεργαστείτε ή να διαγράψετε τις ήδη υπάρχουσες.

Οι ενότητες που δημιουργείτε δεν είναι ορατές στον ιστότοπό σας αν δεν είναι δημοσιευμένες και δεν ανήκει σε αυτές τουλάχιστον μια δημοσιευμένη κατηγορία, η οποία να περιλαμβάνει ένα δημοσιευμένο αντικείμενο.

Μπορείτε να δείτε την κατάσταση (status) της ενότητας (δημοσιευμένο / μη δημοσιευμένο) στην σελίδα διαχείρισης ενότητων Content>Section Manager (Σχ. 6.8).

#	Section Name	Published	Reorder	Order	Access
1	Section Nouvelle Name (Nouvelles)			1	Public
2	The News (News)			2	Public
3	Newsflashes (Newsflashes)			3	Public
4	Frequently Asked Questions (FAQs)			4	Public

Διαχείριση Κατηγοριών (Category Manager):

Το εργαλείο διαχείρισης κατηγοριών σας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσετε νέες κατηγορίες και να επεξεργαστείτε ή να διαγράψετε τις ήδη υπάρχουσες.

Οι κατηγορίες που δημιουργείτε δεν είναι ορατές στον ιστότοπό σας αν δεν ανήκουν σε μια δημοσιευμένη ενότητα και δεν ανήκει σε αυτές τουλάχιστον ένα δημοσιευμένο αντικείμενο.

Μπορείτε να δείτε την κατάσταση (status) της κατηγορίας (δημοσιευμένο / μη δημοσιευμένο) στην σελίδα διαχείρισης κατηγοριών Content>Category Manager.

Διαχείριση Εξωφύλλου (Frontpage Manager):

Η υποεφαρμογή (Component) διαχείρισης Εξωφύλλου σας επιτρέπει να δείτε όλα τα δημοσιευμένα αντικείμενα του ιστότοπού σας, τα οποία έχετε ορίσει προς «Εμφάνιση στο Εξώφυλλο» (δείτε τη «Δημιουργία Αντικειμένων» για περισσότερες πληροφορίες).

Το πλεονέκτημα της εμφάνισης αντικειμένων στο Εξώφυλλο του ιστοτόπου σας είναι ότι μπορείτε να επιλέξετε προς εμφάνιση οποιοδήποτε αντικείμενο ανεξάρτητα από την κατηγορία και την ενότητα στην οποία ανήκει. Συνεπώς δεν περιορίζετε στην εμφάνιση αντικειμένων, για παράδειγμα, μόνο της ενότητας Νέων.

Προσθήκη Περιεχομένου στο Εξώφυλλο (Adding content to the Frontpage):

Για να προσθέσετε αντικείμενα στο Εξώφυλλο θα πρέπει να επιλέξετε το αντίστοιχο εικονίδιο στην περιοχή διαχείρισης του αντικειμένου.

Στο Σχ. 6.9 μπορείτε να δείτε και να ορίσετε εύκολα αν κάποιο αντικείμενο έχει επιλεγεί προς εμφάνιση στην πρώτη σελίδα.

Published	Front Page	Reorder	Order	Access
			1	Public
			2	Public
			3	Public
			4	Public
			5	Public

Σχ. 6.9

Φυσικά μπορείτε να ορίσετε ένα αντικείμενο να εμφανίζεται στο Εξώφυλλο του ιστοτόπου σας και από τη σελίδα εισαγωγής πληροφοριών του, επιλέγοντας το «Εμφάνιση στην πρώτη σελίδα» (Show on Frontpage), Σχ. 6.10.

Διαχείριση Αντικειμένων (Manage Items):

Στις σελίδες του περιβάλλοντος διαχείρισης, όπου εμφανίζονται τα καταχωρημένα αντικείμενα, έχετε τη δυνατότητα εύκολα να τα Δημοσιεύσετε, να τα απο-Δημοσιεύσετε, να τα ορίσετε ως Αρχείο πληροφοριών, να τα διαγράψετε, να αλλάξετε τη σειρά εμφάνισής τους στον ιστότοπο και να τα αφαιρέσετε ή να τα προσθέσετε στο εξώφυλλο του ιστότοπου σας.

Ρυθμίσεις Εξωφύλλου (Configuring the Frontpage):

Μπορείτε να διαμορφώσετε την εμφάνιση του Εξωφύλλου στον ιστότοπό σας σύμφωνα με τα αντικείμενα που έχετε επιλέξει.

Πιο συγκεκριμένα μπορείτε να ρυθμίσετε:

- Το συνολικό πλήθος των αντικειμένων που θα εμφανίζονται
- Το πλήθος των αντικειμένων που θα εμφανίζονται μαζί με το εισαγωγικό τους κείμενο
- Το κείμενο που θα παρουσιάζεται ως επικεφαλίδα σε κάθε αντικείμενο του εξωφύλλου

- Το κείμενο που θα εμφανίζεται στην περίπτωση που δεν υπάρχουν επιλεγμένα αντικείμενα προς εμφάνιση στο Εξώφυλλο

Τη σειρά εμφάνισης των αντικειμένων στο εξώφυλλο

Αρχείο Περιεχομένου(Archive Manager):

Το εργαλείο διαχείρισης των Αρχείων περιεχομένου που μπορείτε να βρείτε στο Content>Archive Manager παρουσιάζει όλα τα αντικείμενα τα οποία έχετε ορίσει ως 'Αρχείο'. Σε περίπτωση που το επιθυμείτε μπορείτε να επαναφέρετε τα αντικείμενά σας στην κανονική κατάσταση ή ακόμα και να τα διαγράψετε.

Διαχείριση των Μενού σας

Η πρόσβαση/Διαχείριση των περιεχομένων στο Mambo γίνεται μέσω των μενού. Τα 'Menus' στο Mambo είναι ομάδες από δεσμούς (links) σε ενότητες (sections), κατηγορίες (categories), αντικείμενα περιεχομένου (content items), υποεφαρμογές (components) ή εξωτερικές σελίδες. Αυτές οι συνδέσεις είναι τα στοιχεία που απαρτίζουν το ή τα Μενού και ονομάζονται 'Αντικείμενα Μενού' ('Menu Items').

Κάθε μενού πρέπει να έχει ένα διακριτικό όνομα που χρησιμοποιείται εσωτερικά από το Mambo.

Ένα μενού εμφανίζεται στον ιστότοπο μόνο εάν υπάρχει κάποιο δημοσιευμένο module που αναφέρεται σ' αυτό.

Ένα μενού στο Mambo καθορίζεται από 4 τύπους παραμέτρων.

Δύο παράμετροι είναι προσβάσιμοι μόνο από τον Διαχειριστή Μενού (Menu Manager):

* Το όνομα του μενού (αυτό είναι ένα όνομα αναγνώρισης που χρησιμοποιείται από το Mambo για να αναγνωρίζει αυτό το μενού μέσα στον κώδικα.

Πρέπει να είναι μοναδικό. Προτείνεται να μη χρησιμοποιείτε κενά στο όνομά του. Αυτό το όνομα δεν εμφανίζεται μέσα στον ιστότοπο.)

* Τα αντικείμενα του μενού (Menu Items) που σχετίζονται με το συγκεκριμένο μενού. Αυτά είναι οι συνδέσεις προς τα διάφορα είδη τύπων περιεχομένου μέσα στον ιστότοπό σας.

Μια παράμετρος μπορεί να δημιουργηθεί από το Menu Manager και μπορεί να αλλαχθεί από το τμήμα διαχείρισης modules 'Modules Manager [site]': Modules->Site Modules:

* Το Module Title (ο τίτλος του mod_mainmenu Menu Module όπως θα εμφανιστεί στην σελίδα εάν επιλέξετε να είναι ορατό.)

Κάθε μενού που δημιουργείτε στο Mambo γίνεται ορατό μέσω ενός module (ένα 'module' στο Mambo είναι ένας φορέας περιεχομένων που μπορεί να προβληθεί οπουδήποτε του έχει οριστεί να παρουσιαστεί μέσα στο template .)

Μία σειρά από παραμέτρους αφορούν το ίδιο το Module του Menu.

* Είναι προσβάσιμες από το 'Modules Manager[site]': Modules->Site Modules.

Οι παράμετροι που μπορούν να διαμορφωθούν στο module είναι οι Title (τίτλος), Position (θέση του μενού στην σελίδα), Access (ομάδα πρόσβασης), Publishing (κατάσταση δημοσίευσης), Menu Name (ποιο μενού από το Menu Manager σχετίζεται με αυτό το module), Style, σε ποιες σελίδες θέλετε να φαίνεται κ.τ.λ.

Εάν υπάρχουν πολλαπλά αντίγραφα ενός Menu Module που σχετίζονται με το ίδιο μενού και σβηστούν όλα, το μενού όπως έχει αυτό οριστεί στο Menu Manager δεν θα σβηστεί (περιλαμβανομένων και τα 'menu Items').

Αυτό σημαίνει πως μπορείτε να συσχετίσετε ένα Menu με διαφορετικά Menu Modules παρουσιάζοντας τα ίδια Menu Items.

Ο Διαχειριστής Μενού (Menu Manager)

Menu->Menu Manager.

Όταν εγκαθιστάτε το Mambo, δημιουργούνται αυτόματα κάποια μενού, τα οποία μπορείτε να δείτε εδώ.

Χρησιμοποιώντας τον Διαχειριστή Μενού, μπορείτε να δημιουργήσετε τα δικά σας.

Πρόσθεση/Επεξεργασία Αντικείμενων Μενού (Add/Edit Menu Items)

Μπορείτε να προσθέσετε ή να επεξεργαστείτε όλα τα Menu Items που εμφανίζονται στη λίστα του Menu Manger.

Από το παράθυρο Menu Manager, κάντε κλικ στο εικονίδιο κάτω από την επικεφαλίδα 'Menu Items' για να διαμορφώσετε το σχετικό menu, ή εναλλακτικά πηγαίνατε στο 'Menu'->επιλέξτε-το-σχετικό- μενού (όλα τα μενού στη λίστα κάτω από το 'Menus' έχουν αυτήν την δυνατότητα).

Ένα παράθυρο του 'Menu Manager[το-menu-προς- διαμόρφωση]' θα εμφανίσει μια λίστα με όλα τα Αντικείμενα Μενού που σχετίζονται με αυτό το μενού.

Κάθε Αντικείμενο Μενού λειτουργεί ανεξάρτητα από τα υπόλοιπα του μενού, και αντίστοιχα ανεξάρτητες είναι και οι παράμετροι του κάθε ενός.

Προσθέτοντας ένα Αντικείμενο Μενού (Menu Item)

1. Κάντε κλικ στο εικονίδιο 'New' από την μπάρα εργαλείων (toolbar)

Ανοίγει ένα νέο 'Menu Item' παράθυρο με μια λίστα από τους διαθέσιμους τύπους των Αντικειμένων Μενού. Κάνοντας mousover πάνω από το εικονίδιο Information υπάρχει περιγραφή για το καθ' ένα από αυτά.

2. Αφ' ότου γίνει η επιλογή και έχει πατηθεί το 'Next', ανοίγει ένα νέο παράθυρο με τον τίτλο 'Add Menu Item :: Τύπος-που- επιλέξατε'

Αυτό το παράθυρο είναι χωρισμένο σε 2 κύρια μέρη: 'Λεπτομέρειες' (Details) και 'Παράμετροι' (Parameters).

Αυτά ποικίλουν σε λειτουργία, ανάλογα τον τύπο του Αντικειμένου Μενού που επιλέχθηκε. Μερικές παράμετροι του 'Details' μπορούν να διαμορφωθούν και μετέπειτα από το Menu Manager όπως προαναφέρθηκε, κάτω από την επικεφαλίδα 'Headings'.

Κάποιοι παράμετροι μπορεί να εμφανιστούν μόνο μετά από το κλικ στο εικονίδιο 'Εφαρμογή' (Apply) (ή Αποθήκευση/Save, αλλά αυτό δεν είναι και τόσο βολικό, καθώς θα πρέπει να επεξεργαστείτε ξανά το Αντικείμενο Μενού από τον Διαχειριστή Μενού)

Διαθέσιμοι τύποι Αντικειμένων Μενού

Περιεχόμενο (Content):

Blog - Content Category

Παρουσίαση αντικειμένων περιεχομένου μιας κατηγορίας με τη μορφή blog (εισαγωγή του άρθρου και δεσμός προς το κύριο σώμα του άρθρου)

Blog - Content Category Archive

Παρουσίαση αντικειμένων περιεχομένου αρχείου, μιας κατηγορίας με τη μορφή blog (εισαγωγή του άρθρου και δεσμός προς το κύριο σώμα του άρθρου)

Blog - Content Section

Παρουσίαση των αντικειμένων περιεχομένου μιας ενότητας με τη μορφή blog (εισαγωγή του άρθρου και δεσμός προς το κύριο σώμα του άρθρου)

Blog - Content Section Archive

Παρουσίαση των αντικειμένων περιεχομένου αρχείου, μιας ενότητας με τη μορφή blog (εισαγωγή του άρθρου και δεσμός προς το κύριο σώμα του άρθρου)

Link - Content Item

Δεσμός προς ένα συγκεκριμένο αντικείμενο περιεχομένου (π.χ. άρθρο)

Link - Static Content

Δεσμός προς ένα συγκεκριμένο στατικό αντικείμενο περιεχομένου (π.χ. άρθρο)

Table - Content Category

Πίνακας με τα αντικείμενα περιεχομένου που ανήκουν σε μία κατηγορία

Table - Content Section

Πίνακας με τις κατηγορίες που ανήκουν σε μία ενότητα

Υποεφαρμογές (Components):

Component

Παρουσιάζει το δημόσιο interface ενός component, αν υπάρχει

Link - Component Item

Δημιουργεί ένα δεσμό προς ένα component

Link - Contact Item

Δημιουργεί ένα δεσμό προς ένα αντικείμενο επαφής

Link - Newsfeed

Δημιουργεί ένα δεσμό προς ένα δελτίο τύπου

Table - Contact Category

Παρουσιάζει με τη μορφή πίνακα της επαφές που ανήκουν σε μία κατηγορία επαφών

Table - Newsfeed Category

Παρουσιάζει με τη μορφή πίνακα τα δελτία τύπου που ανήκουν σε μία κατηγορία δελτίων τύπου

Table - Weblink Category

Παρουσιάζει με τη μορφή πίνακα τους δεσμούς προς ιστοσελίδες που ανήκουν σε μία κατηγορία δεσμών

Δεσμοί (Link):

Link - Component Item

Δημιουργεί ένα δεσμό προς ένα component

Link - Contact Item

Δημιουργεί ένα δεσμό προς ένα αντικείμενο επαφής

Link - Content Item

Δεσμός προς ένα συγκεκριμένο αντικείμενο περιεχομένου (π.χ. άρθρο)

Link - Newsfeed

Δημιουργεί ένα δεσμό προς ένα δελτίο τύπου

Link - Static Content

Δεσμός προς ένα συγκεκριμένο στατικό αντικείμενο περιεχομένου (π.χ. άρθρο)

Link - Url

Δεσμός προς ένα URL που καθορίζουμε. Το URL μπορεί να είναι εντός του ιστότοπού μας ή εξωτερικό.

Διάφορα (Miscellaneous):

Separator / Placeholder

Δημιουργεί ένα απλό διαχωριστικό ανάμεσα στα αντικείμενα μενού. Δρα απλά οργανωτικά και αισθητικά.

Wrapper

Περιτύλιγμα. Χρησιμοποιώντας το μπορούμε να παρουσιάσουμε τα περιεχόμενα ενός άλλου ιστότοπου μέσα από τον δικό μας

4.5.2 - Διαχείριση Components (υποεφαρμογών)

Το mambo CMS (Content Management System) είναι ένα έτοιμο πακέτο διαχείρισης και προβολής απλού περιεχομένου, αλλά πολλές φορές υπάρχει η ανάγκη στον ιστότοπό σας, για την προβολή ιδιαίτερου περιεχομένου (π.χ. photo gallery) με χαρακτηριστικά που δεν καλύπτονται με μια πρώτη ματιά από τις δυνατότητες του mambo CMS.

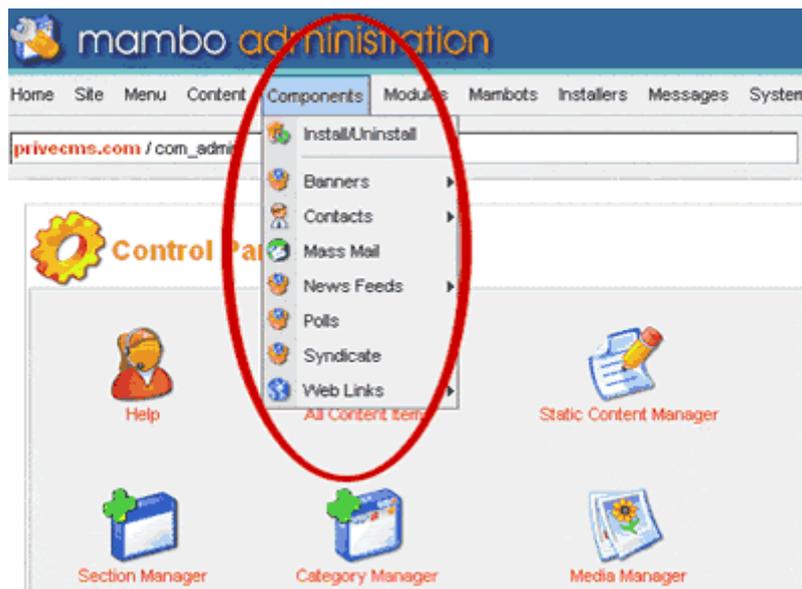
Γι αυτό το λόγο υπάρχουν πολλές υποεφαρμογές (components) ανοιχτού κώδικα οι οποίες έχουν αναπτυχθεί ανεξάρτητα από το mambo CMS, αλλά κατά τέτοιο τρόπο ώστε να προσαρμόζονται στην φιλοσοφία του. Στον ιστότοπο www.mamboforge.net μπορείτε να βρείτε πάρα πολλές υποεφαρμογές (components), με περίληψη για τις δυνατότητες κάθε μιας, για να προσαρμόσετε στον ιστότοπό σας αυτή που επιθυμείτε (υποεφαρμογές τρίτων κατασκευαστών).

Κάθε υποεφαρμογή τρίτου κατασκευαστή περιλαμβάνει συνήθως και εγχειρίδιο βοήθειας για το διαχειριστή.

Το mambo CMS διαθέτει κάποιες υποεφαρμογές (components) μαζί με την εγκατάσταση και μπορείτε να τις δείτε από το περιβάλλον διαχείρισης στην λίστα επιλογών "Components"

Πιο συγκεκριμένα θα βρείτε τις υποεφαρμογές (components):

- Banners
- Contacts
- Mass Mail
- News Feeds
- Polls
- Syndication
- Weblinks



Διαφημίσεις (Banners)

Με τη βοήθεια της συγκεκριμένης υποεφαρμογής (component) έχετε τη δυνατότητα να προβάλετε στον ιστότοπό σας εναλλασσόμενες διαφημίσεις (banners) σε προκαθορισμένα – σύμφωνα με το εικαστικό του ιστοτόπου σας – σημεία.

Η διάρκεια προβολής της διαφήμισης μπορεί να είναι είτε χωρίς όρια, είτε να προκαθορίσετε συγκεκριμένο αριθμό εμφανίσεων (impressions) (Σχ. 4, πεδίο Impressions Purchased). Η υποεφαρμογή (component) μετράει τα Impressions και όταν φτάσουν στο όριο που έχετε δηλώσει, το banner απενεργοποιείται αυτόματα και δεν εμφανίζεται πλέον στον ιστότοπό σας.

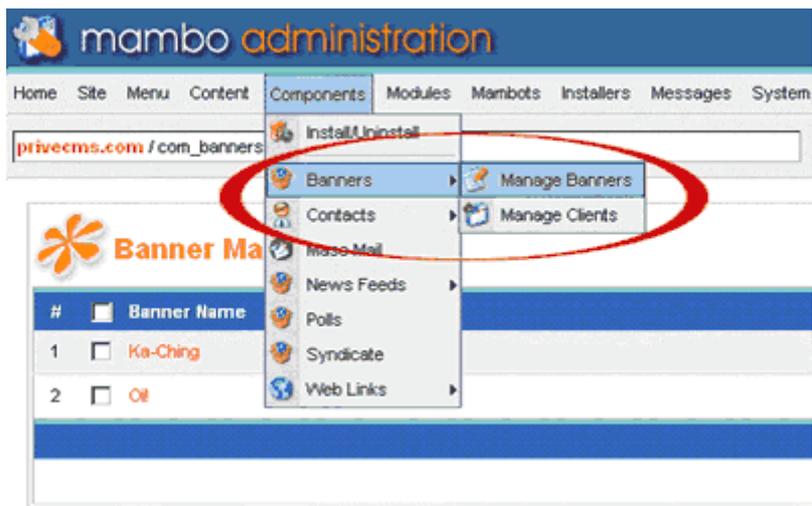
Επίσης η υποεφαρμογή αυτή σας δίνει τη στατιστική πληροφορία των click που έχουν πραγματοποιηθεί στο διαφημιστικό και έτσι μπορείτε να συμπεράνετε πόσο δημοφιλές ήταν.

Σε περίπτωση που η διαφήμιση δεν είναι απλό γραφικό (.gif, .jpg) υπάρχει κατάλληλο πεδίο για παραμετροποίηση κώδικα, όπου μπορείτε, για παράδειγμα, να δηλώσετε ένα διαφημιστικό σε τεχνολογία flash, ή ένα διαφημιστικό του οποίου τα στατιστικά μετράει κάποια εξειδικευμένη εταιρία με javascript κώδικα (Σχ. 4, πεδίο Custom Banner Code).

Σε κάθε περίπτωση διαφήμισης, εφόσον ολοκληρώσετε την καταχώρισή της, θα εμφανισθεί στον ιστότοπό σας αφότου τη δημοσιεύσετε (Σχ. 4, πεδίο Show Banner). Πολύ σημαντικό είναι να γνωρίζετε ότι έχετε τη δυνατότητα γενικής (global) ενεργοποίησης ή απενεργοποίησης των διαφημιστικών από τις γενικές ρυθμίσεις του περιβάλλοντος διαχείρισης που υπάρχουν στην λίστα επιλογών Site>Global Configuration

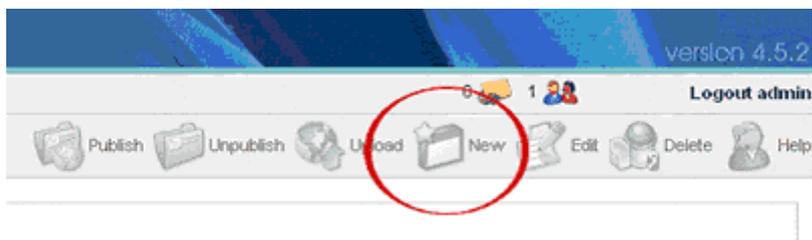
Έχετε τη δυνατότητα να διαχειριστείτε τις διαφημίσεις που θα προβάλετε στον ιστότοπό σας επιλέγοντας από την λίστα επιλογών.

Components>Banners>Manage Banners (Σχ. 2).

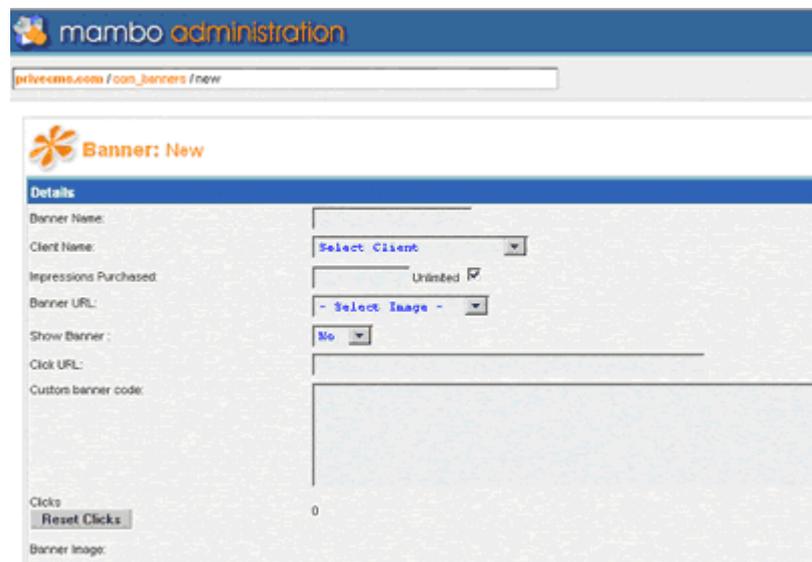


Σχ. 2

Στην συνέχεια θα πρέπει να πατήσετε το κουμπί 'NEW' (Σχ. 3), και θα εμφανισθεί η σελίδα εισαγωγής νέου διαφημιστικού. (Σχ. 4)



Σχ. 3



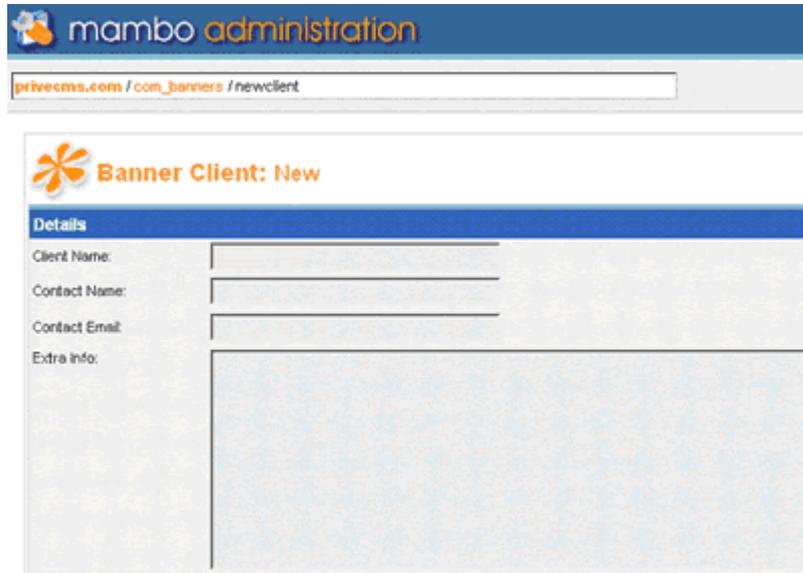
Σχ. 4

Μπορείτε να εισάγετε όσα διαφημιστικά επιθυμείτε και να ενεργοποιήσετε όσα από αυτά επιθυμείτε. Αντίστοιχα έχετε και τη δυνατότητα απενεργοποίησής τους.

Διαγράφοντας ένα διαφημιστικό δε μπορείτε να το ξαναχρησιμοποιήσετε και θα πρέπει να γίνει και πάλι καταχώριση και δημοσίευση ώστε να εμφανισθεί στον ιστότοπό σας.

Διαχείριση πελατών διαφήμισης (Banner Client Manager)

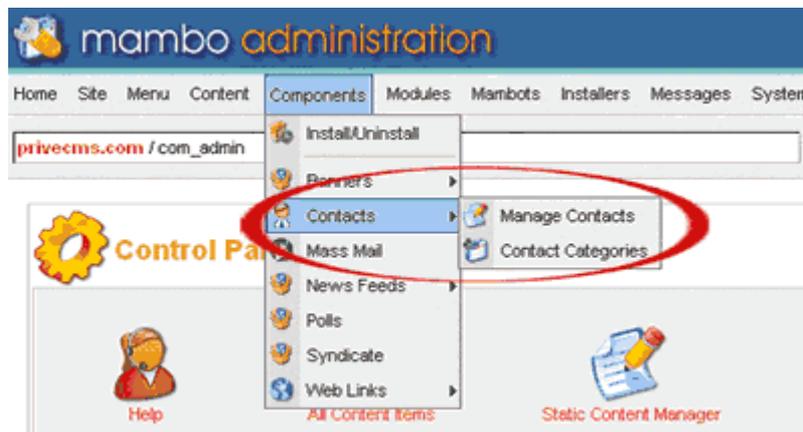
Στην ενότητα διαχείρισης πελατών διαφήμισης-την οποία θα βρείτε στην λίστα επιλογών Components>Banners>Client Manager – έχετε τη δυνατότητα να καταχωρίσετε ορισμένα στοιχεία του πελάτη που επιθυμεί να διαφημιστεί στον ιστότοπό σας (Σχ. 5).



Σχ. 5

Διαχείριση Επαφών (Contact Manager)

Μπορείτε να βρείτε τη σελίδα διαχείρισης επικοινωνίας επιλέγοντας στη λίστα επιλογών Components > Contact (Σχ. 6).



Σχ. 6

Η υποεφαρμογή (component) Contact σας επιτρέπει να καταχωρίσετε πληροφορίες για ένα ή περισσότερα άτομα για την περίπτωση που ο επισκέπτης του ιστοτόπου επιθυμεί να επικοινωνήσει με αυτούς.

Πιο συγκεκριμένα από τη λίστα επιλογών Contacts>Manage Contacts, πατώντας το κουμπί 'New', μπορείτε να καταχωρήσετε τις πληροφορίες που φαίνονται στο Σχ. 7.

Σχ. 7

Ο επισκέπτης θα μπορεί να δει τις πληροφορίες αυτές και να επικοινωνήσει με τον αρμόδιο άνθρωπο, συμπληρώνοντας με απλό τρόπο μια φόρμα επικοινωνίας με τα απαραίτητα στοιχεία. Τα στοιχεία της φόρμας θα σταλούν με email σε προκαθορισμένο από το διαχειριστή λογαριασμό ταχυδρομείου.

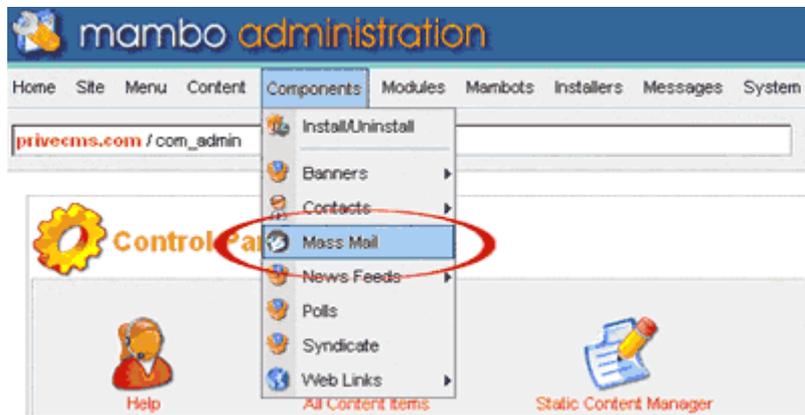
Σε περίπτωση που τα στοιχεία επικοινωνίας είναι περισσότερα του ενός θα εμφανίζεται αυτόματα ένα αναδυόμενο μενού με πρώτη επιλογή το άτομο που έχετε επιλέξει σαν διαχειριστή. (Σχ. 8) Ο επισκέπτης θα μπορεί να επιλέξει με ποιο αρμόδιο άτομο επιθυμεί να επικοινωνήσει.

Σχ. 8

Για παράδειγμα μια εταιρία μπορεί να διαχωρίσει τις πληροφορίες επικοινωνίας ανά τμήμα πωλήσεων, λογιστηρίου, υποστήριξης κτλ.

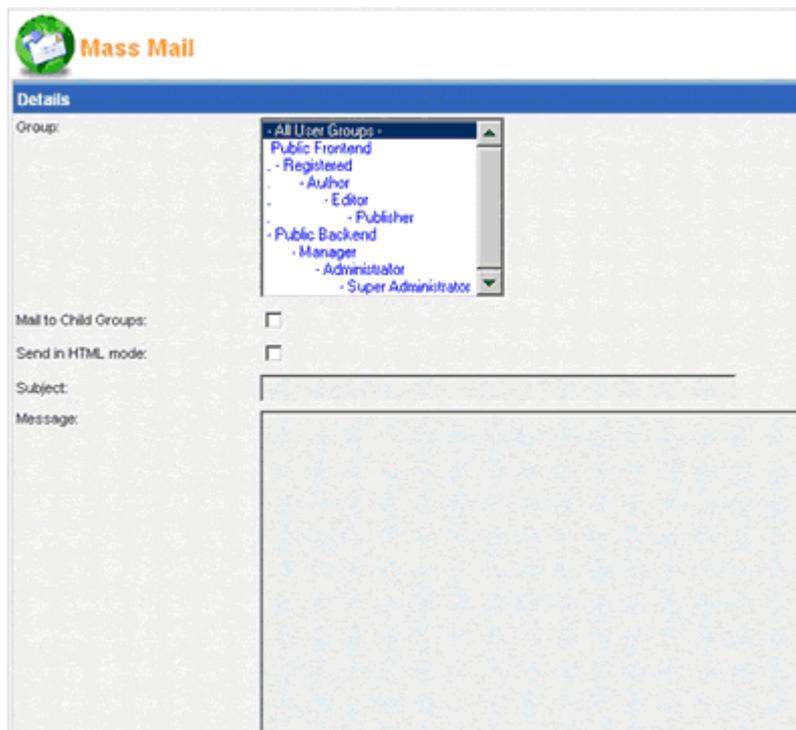
Mass Mail

Ο διαχειριστής με τη βοήθεια της υποεφαρμογής (component) έχει τη δυνατότητα να αποστείλει μαζικά ηλεκτρονικό μήνυμα σε όλους τους εγγεγραμμένους επισκέπτες επιλέγοντας από τη λίστα επιλογών Components>Mass Mail (Σχ. 9).



Σχ. 9

Ο διαχειριστής μπορεί να επιλέξει το group των εγγεγραμμένων επισκεπτών στους οποίους επιθυμεί να αποστείλει ηλεκτρονικό μήνυμα, συμπληρώνοντας το θέμα και το μήνυμα στα αντίστοιχα πεδία του ηλεκτρονικού μηνύματος (Σχ. 10).



Σχ. 10

Δελτία τύπου (Newsfeeds)

Με την υποεφαρμογή (component) Newsfeeds έχετε τη δυνατότητα να μοιράζετε περιεχόμενα με άλλους ιστότοπους. Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός παροχών πληροφορίας (content providers) οι οποίοι μοιράζονται κομμάτια περιεχομένου τους μέσω RSS newsfeed.

Για παράδειγμα αν υπάρχει κάποιος παροχέας πληροφοριών για αθλητικά, θα μπορούσατε να έχετε σε οποιοδήποτε σημείο του ιστοτόπου σας επιθυμείτε, τη βαθμολογία και τους αγώνες της ομάδας σας.

Δεν θα έχετε τη δυνατότητα κάποιες φορές να επέμβετε στον τρόπο εμφάνισης της πληροφορίας μιας και την καθορίζει ο παροχέας. Δεν θα μπορείτε δηλαδή, να ενσωματώσετε τις πληροφορίες στο εικαστικό του ιστοτόπου σας και να αλλάξετε χρώματα. Ακόμα και στην περίπτωση που η πληροφορία που παίρνετε περιλαμβάνει συνδέσμους (links), δεν θα έχετε τη δυνατότητα ελέγχου στο πού οδηγούν τον επισκέπτη του ιστοτόπου σας.

Φυσικά, οποιαδήποτε στιγμή θέλετε μπορείτε να αλλάξετε παροχέα ή να προσθέσετε κάποιον νέο χωρίς κανένα περιορισμό.

Για να εισάγετε ένα νέο παροχέα θα πρέπει από τη λίστα επιλογών να επιλέξετε Components>News Feeds>Manage News Feed και θα μεταφερθείτε στη σελίδα (βλέπε σχ. 11) για να συμπληρώσετε τα απαραίτητα στοιχεία.

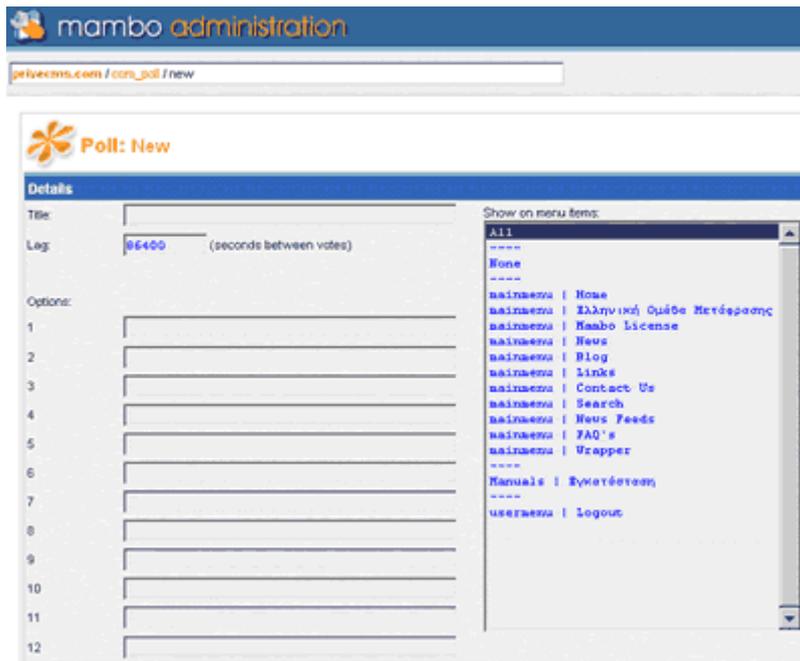
Σχ. 11

Τέλος μπορείτε κι εσείς να γίνεται παροχέας πληροφοριών προσαρμόζοντας το module Newsfeed στον δικό σας ιστότοπο και παρέχοντας πληροφορία σε οποιονδήποτε επιθυμεί να τη μοιραστεί μαζί σας. Δεν έχετε έλεγχο στο ποιος θα πάρει την πληροφορία, εφόσον τη διαθέτετε μέσω του ιστοτόπου σας και συγκεκριμένα με το module RSS Newsfeed.

Δημοσκοπήσεις (Polls)

Η υποεφαρμογή (component) δημοσκοπήσεων (poll), σας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσετε μία ή περισσότερες δημοσκοπήσεις, για τους επισκέπτες του ιστοτόπου σας. Μπορείτε να δημιουργήσετε - με κατάλληλες ερωτήσεις - δημοσκοπήσεις, ώστε να μαζέψετε στατιστικές πληροφορίες που σας ενδιαφέρουν. Τα αποτελέσματα της ψηφοφορίας θα είναι ορατά και στους επισκέπτες με κατάλληλο σύνδεσμο (link).

Μπορείτε να δημιουργήσετε νέα Δημοσκόπηση επιλέγοντας από τη λίστα επιλογών Components>Polls και πατώντας το κουμπί 'New' (Σχ. 12).

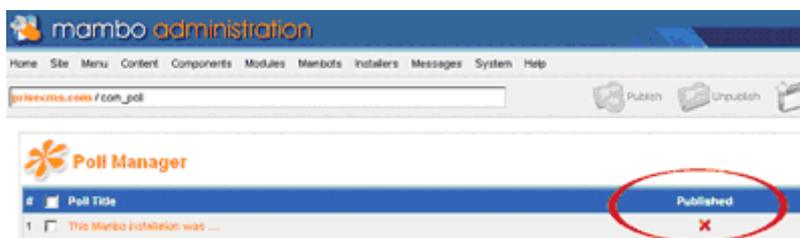


Σχ. 12

Στο πεδίο title θα πρέπει να συμπληρώσετε την ερώτηση της δημοσκόπησης, ενώ κάθε ένα εκ των 12 πεδίων πρέπει να περιλαμβάνει μια εκ των απαντήσεων.

Στο δεξί μέρος της οθόνης μπορείτε να επιλέξετε σε ποιες σελίδες επιθυμείτε να εμφανίζεται η δημοσκόπηση.

Αφού επιλέξετε σε ποια σημεία του ιστοτόπου σας επιθυμείτε να εμφανίζεται, θα πρέπει να τη δημοσιεύσετε (Σχ. 13).



Σχ. 13

Κέντρο διανομής (Syndication)

Η υποεφαρμογή Syndication είναι χρήσιμη για την περίπτωση που επιθυμείτε να δημοσιεύσετε αντικείμενα νέων τα οποία είναι ήδη δημοσιευμένα στο εξώφυλλο του ιστοτόπου σας.

Για να διαχειριστείτε τις ρυθμίσεις της συγκεκριμένης υποεφαρμογής (component) θα πρέπει να επιλέξετε από το μενού επιλογών Components>Syndication (Σχ. 14). Αφού ολοκληρώσετε τις επιθυμητές αλλαγές στις ρυθμίσεις πατάτε το εικονίδιο 'Save' στο πάνω δεξί μέρος της σελίδας και οι ρυθμίσεις θα αποθηκευθούν.

Σχ. 14

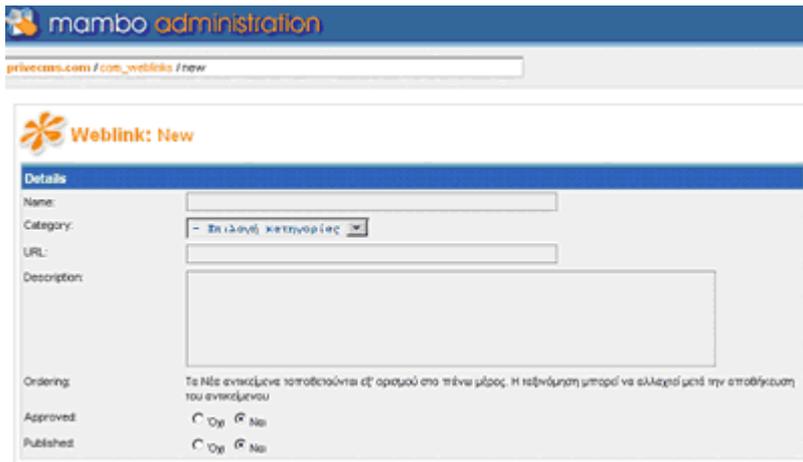
Σύνδεσμοι (Weblinks)

Εάν επιθυμείτε να προβάλλετε τους αγαπημένους σας συνδέσμους (links) στον ιστότοπό σας, μπορείτε να το πραγματοποιήσετε με τη βοήθεια της υποεφαρμογής (component) weblinks.

Έχετε τη δυνατότητα να δημοσιεύσετε όσους συνδέσμους επιθυμείτε και το Mambo CMS μπορεί να σας δώσει στατιστικά επιλογής – δηλαδή πόσοι επισκέπτες έκαναν click - για καθένα από αυτούς.

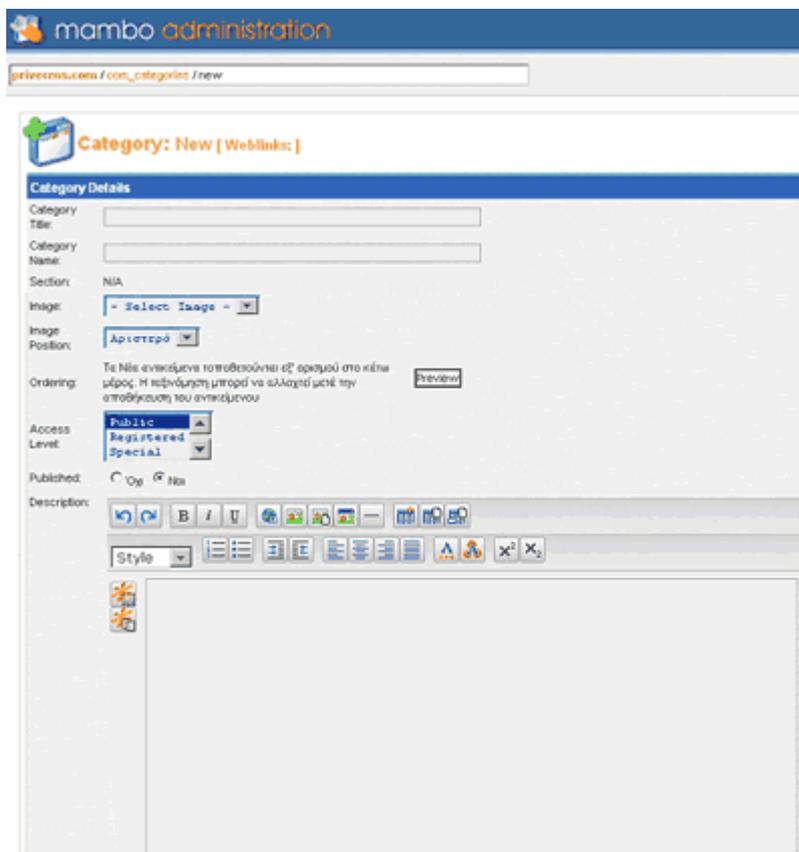
Κάθε εγγεγραμμένος επισκέπτης μπορεί να εισάγει το δικό του αγαπημένο σύνδεσμο σε περίπτωση που το επιθυμεί.

Για να δημοσιεύσετε συνδέσμους θα πρέπει να επιλέξετε από το μενού επιλογών Components>Web Links>Web Link Items και να πατήσετε το κουμπί 'New'(Σχ, 15).



Σχ. 15

Έχετε τη δυνατότητα να κατηγοριοποιήσετε τους συνδέσμους δημιουργώντας κατηγορίες από την επιλογή Components>Web Links>Weblink Categories και πατώντας το κουμπί 'New'(Σχ, 16).



Σχ. 16

Σε περίπτωση που επιθυμείτε να εμφανισθούν οι σύνδεσμοι στον ιστότοπό σας, θα πρέπει να δημιουργήσετε μια επιλογή στη λίστα επιλογών (μενού) και να εντάξετε τη συγκεκριμένη υποεφαρμογή (component).

4.5.2 - Τι είναι η γενική αποδέσμευση (Global Checkin);

Γενική αποδέσμευση

Όταν ένας χρήστης επεξεργάζεται ένα αρχείο, το Mambo αλλάζει την κατάσταση του αρχείου αυτού σε "Δεσμευμένο". Ως επακόλουθο της ενέργειας αυτής το αρχείο κλειδώνεται και μόνο ο χρήστης που το έχει δεσμεύσει έχει άδεια για να εργασθεί με αυτό. Αυτή η δικλείδα ασφαλείας αποτρέπει δύο χρήστες από την ταυτόχρονη επεξεργασία του ίδιου αρχείου καθώς και την απώλεια δεδομένων κατά την αποθήκευση.

Το αρχείο παραμένει "Δεσμευμένο" έως ότου ο χρήστης πατήσει "Αποθήκευση" ή "Ακύρωση", οπότε και το αρχείο αποδεσμεύεται. Ωστόσο, εάν υπάρχει σφάλμα σύνδεσης, δηλ. ο χρήστης πατήσει το εικονίδιο "Επιστροφή" στον περιηγητή του ή επιλέξει ένα άλλο αντικείμενο μενού χωρίς να αποθηκεύσει ή να ακυρώσει την υπό εξέλιξη εργασία, το αρχείο παραμένει δεσμευμένο. Αυτό σημαίνει πως κανείς δεν μπορεί να το επεξεργαστεί. Αυτό συνήθως γίνεται αντιληπτό όταν οι χρήστες αδυνατούν να επεξεργαστούν ή να αποκτήσουν πρόσβαση σε αντικείμενα και μπορεί να ελεγχθεί κοιτάζοντας τη στήλη "Δεσμευμένο" στην λίστα Ενοτήτων, Κατηγοριών ή Αντικειμένων.

Το Mambo έχει ένα πρωτόκολλο που ονομάζεται "Γενική αποδέσμευση", που επιτρέπει στον διαχειριστή να ξεκλειδώνει όλα τα δεσμευμένα αρχεία.

Για την εκτέλεση της "Γενικής αποδέσμευσης" επιλέξτε Σύστημα > Γενική αποδέσμευση από το οριζόντιο μενού διαχείρισης.

Μετά την εκτέλεση της "Γενικής Αποδέσμευσης" το Mambo επιστρέφει μία λίστα στην οποία εμφανίζονται πόσα αντικείμενα και από ποιους πίνακες αποδεσμεύτηκαν.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Δείξτε πολύ προσοχή σε αυτό καθώς, οποιοσδήποτε επεξεργάζεται ένα έγγραφο εκείνη τη δεδομένη στιγμή, μπορεί να χάσει τις αλλαγές του.

Πληροφορίες Συστήματος

Η σελίδα Πληροφορίες συστήματος παρέχει αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με το σύστημα στο οποίο ο Mambo ιστότοπός σας είναι ανεπτυγμένος.

Αυτή εμπεριέχει πληροφορίες έκδοσης του λειτουργικού, της MySQL, της PHP, του εξυπηρετητή φιλοξενίας και του Mambo. Επίσης περιέχει τις σχετικές ρυθμίσεις της PHP.

Οι πληροφορίες σε αυτή τη σελίδα είναι πολύ χρήσιμες σε προγραμματιστές του Mambo όταν προσπαθούν να σας βοηθήσουν να διορθώσετε μία δυσλειτουργία του Mambo. Γι' αυτό το λόγο είναι καλή τακτική η επικοινωνία αυτών των πληροφοριών μαζί με αναφορές δυσλειτουργιών ή αιτήσεων υποστήριξης στις αγορές του Mambo.

Οι πληροφορίες συστήματος μπορούν να ληφθούν επιλέγοντας "Βοήθεια" από μενού διαχείρισης και κατόπιν "Πληροφορίες συστήματος" στο ευρετήριο που εμφανίζεται.

4.5.2 - Όλα για τις παραμέτρους

Εισαγωγή

Η παράμετρος είναι μία λειτουργία που επιτρέπει σε ένα διαχειριστή να αλλάζει τις μεταβλητές ενός αρχείου κώδικα (script) εντός της περιοχής του πίνακα ελέγχου διαχειριστή, επιτρέποντας έτσι την εκτέλεση αλλαγών χωρίς να απαιτείται το άνοιγμα και η τροποποίηση του PHP script ή των αρχείων ρυθμίσεων.

Αυτή η δυναμική προσέγγιση είναι μία απλή και αποτελεσματική μέθοδος εκτέλεσης αλλαγών σε μία τιμή εντός μιας συγκεκριμένης υπομονάδας (module), mambot ή αρχείου ρυθμίσεων. Εφαρμόζοντας αλλαγές μέσω μίας παραμέτρου, γλιτώνετε χρόνο, κόπο και μηδενίζετε την ανάγκη ανοίγματος ενός αρχείου κώδικα, εύρεσης της μεταβλητής που χρειάζεται αλλαγή, τροποποίησης, αποθήκευσης και αποστολής του αρχείου ξανά στον εξυπηρετητή.

Οι παράμετροι επίσης εξαλείφουν πιθανά σφάλματα προερχόμενα από χειροκίνητη επεξεργασία και δίνουν λύση σε όσους στερούνται της ικανότητας επεξεργασίας ενός αρχείου κώδικα PHP.

Ο τομέας των παραμέτρων εντός των ποικίλων περιοχών ρυθμίσεων και περιεχομένου είναι ένα σημαντικό ζήτημα στη γενική ρύθμιση και διαχείριση του Mambo ιστότοπού σας. Μέσω τέτοιων

ρυθμίσεων παραμετροποιήσιμων μεταβλητών, αποδεσμεύουμε την αληθινή ισχύ και ευκολία χειρισμού του συστήματος διαχείρισης περιεχομένου Mambot.

Καρτέλα Παραμέτρων

Η καρτέλα παραμέτρων βρίσκεται σε διάφορες περιοχές ρυθμίσεων στον πίνακα διαχείρισης του mambot σας, συμπεριλαμβανομένων των ακολούθων χωρίς όμως να περιορίζεται σε αυτές:

Mambot
Υπομονάδες (Modules) ιστότοπου
Υπομονάδες (Modules) διαχειριστή
Υποεφαρμογές (components)
Διαχειριστές μενού
Άλλοι διαχειριστές

Ενώ κάποιες υπομονάδες, υποεφαρμογές, mambot και περιοχές ρυθμίσεων έχουν μία καρτέλα παραμέτρων ή την ικανότητα αλλαγής μιας λειτουργίας ενός script, άλλες δεν έχουν. Για να είναι διαθέσιμη αυτή η επιλογή θα πρέπει ο προγραμματιστής σε κάθε περίπτωση να προγραμματίζει την υπομονάδα ώστε να είναι ικανή να τη χειρίζεται.

Παραδείγματα παραμέτρων

Παρακάτω έχουμε δύο παραδείγματα.

Το παράδειγμα Α σκιαγραφεί παραμέτρους περιεχομένου.

Το Β σκιαγραφεί παραμέτρους υπό-εφαρμογών (components) σχετιζόμενων με την υπό-εφαρμογή κέντρου διανομής (syndicate).

A: Παράδειγμα περιεχομένου

/ com_content / edit

Τροποποιήσεις μπορούν να γίνουν στα ακόλουθα:

Καρτέλα Παραμέτρων:

com_syndicate

Τροποποιήσεις μπορούν να γίνουν στα ακόλουθα:

Έλεγχος παραμέτρων:

[Κατάληξη κλάσης σελίδας - Page Class Suffix](#)

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει την ανεξάρτητη μορφοποίηση σελίδων. Δίνοντας μία κλάση σε αυτή την παράμετρο και τροποποιώντας το CSS σας με τις αλλαγές που κάνετε εδώ, μπορείτε να έχετε δύο διαφορετικούς τρόπους εμφάνισης για μεμονωμένες σελίδες.

[Κομβίο επιστροφής - Back Button](#)

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του κομβίου επιστροφής που επιτρέπει την επιστροφή σε προηγούμενη σελίδα. Το κομβίο επιστροφής συνήθως συναντάται στο κάτω τμήμα των σελίδων σας ανάλογα με τη σχεδίαση του προτύπου εμφάνισης που χρησιμοποιείτε.

[Τίτλος σελίδας - Page Title](#)

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του τίτλου των αντικειμένων.

[Ζεύξιμο τίτλο - Lonked Titles](#)

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει να εμφανίζονται οι τίτλοι των αντικειμένων σας ως ζεύξεις εφόσον η παραπάνω παράμετρος Τίτλος Σελίδας ορίστηκε να δείχνει κάτι τέτοιο.

[Εισαγωγικό κείμενο - Intro Text](#)

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του εισαγωγικού κειμένου.

[Όνομα ενότητας - Section Name](#)

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του τομέα στον οποίο ανήκει το αντικείμενο.

[Ζεύξιμο όνομα τομέα - Section Name Linkable](#)

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει τη μετατροπή του κειμένου της ενότητας σε ζεύξη προς την

πραγματική σελίδα της ενότητας.

Όνομα κατηγορίας - Category Name

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη της κατηγορίας στην οποία ανήκει το αντικείμενο.

Ζεύξιμο όνομα κατηγορίας - Category Name Linkable

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει τη μετατροπή του κειμένου της κατηγορίας σε ζεύξη προς την πραγματική σελίδα της κατηγορίας.

Βαθμολόγηση αντικειμένου - Item Rating

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη της βαθμολογίας ενός αντικειμένου. Η επιλογή δεν αποτελεί γενική εφαρμογή για τον ιστότοπο, αλλά επιτρέπει την εφαρμογή των αλλαγών μόνο σε αυτή τη μεμονωμένη σελίδα.

Όνομα συγγραφέα - Author Names

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του συγγραφέα του αντικειμένου. Η επιλογή δεν αποτελεί γενική εφαρμογή για τον ιστότοπο, αλλά επιτρέπει την εφαρμογή των αλλαγών μόνο σε αυτή τη μεμονωμένη σελίδα.

Ημερομηνία και ώρα δημιουργίας - Created Date and Time

Εμφάνιση ή απόκρυψη ημερομηνίας δημιουργίας. Η επιλογή δεν αποτελεί γενική εφαρμογή για τον ιστότοπο, αλλά επιτρέπει την εφαρμογή των αλλαγών μόνο σε αυτή τη μεμονωμένη σελίδα.

Ημερομηνία και ώρα τροποποίησης - Modified Date and Time

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη της ημερομηνίας τροποποίησης ενός αντικειμένου. Η επιλογή δεν αποτελεί γενική εφαρμογή για τον ιστότοπο, αλλά επιτρέπει την εφαρμογή των αλλαγών μόνο σε αυτή τη μεμονωμένη σελίδα.

Εικονίδιο PDF - PDF Icon

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του κομβίου PDF ενός αντικειμένου. Η επιλογή δεν αποτελεί γενική εφαρμογή για τον ιστότοπο, αλλά επιτρέπει την εφαρμογή των αλλαγών μόνο σε αυτή τη μεμονωμένη σελίδα.

Εικονίδιο εκτύπωσης - Print Icon

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του κομβίου εκτύπωσης ενός αντικειμένου. Η επιλογή δεν αποτελεί γενική εφαρμογή για τον ιστότοπο, αλλά επιτρέπει την εφαρμογή των αλλαγών μόνο σε αυτή τη μεμονωμένη σελίδα.

Εικονίδιο ηλεκτρονικής αλληλογραφίας - Email Icon

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την εμφάνιση ή απόκρυψη του κομβίου ηλεκτρονικής αλληλογραφίας ενός αντικειμένου. Η επιλογή δεν αποτελεί γενική εφαρμογή για τον ιστότοπο, αλλά επιτρέπει την εφαρμογή των αλλαγών μόνο σε αυτή τη μεμονωμένη σελίδα.

B: Παράδειγμα Υπό-εφαρμογής (Component)

Προμνήμη - Cache

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει την απομνημόνευση των αρχείων τροφοδοσίας.

Χρόνος προμνήμης - Cache Time

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει τον ορισμό της προμνήμης ώστε να ανανεώνεται κάθε Χ δευτερόλεπτα.

#Αντικείμενα - #Items

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει τον ορισμό του προς διανομή αριθμού αντικειμένων.

Τίτλος - Title

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει την αλλαγή του τίτλου του κέντρου διανομής.

Περιγραφή - Description

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει την αλλαγή της περιγραφής του κέντρου διανομής.

Εικόνα - Image

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει σε μία εικόνα να συμπεριληφθεί στην τροφοδοσία.

Ετικέτα εικόνας - Image Alt

Αυτή η παράμετρος επιτρέπει την εμφάνιση ετικέτας κειμένου σε μία εικόνα.

Περιορισμός κειμένου - Limit Text

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει τον περιορισμό του μήκους του κειμένου ενός άρθρου στην τιμή που εμφανίζεται παρακάτω.

Μήκος κειμένου - Text Length

Αυτή η παράμετρος σας επιτρέπει την μεταβολή του αριθμού χαρακτήρων του κειμένου ενός άρθρου.

Τα άνωθεν παραδείγματα περιεχομένου και υπό-εφαρμογών δείχνουν ότι αλλαγές μεταβλητών μπορούν να συντελεστούν τόσο στην λειτουργία όσο και στην εμφάνιση του Mambo ιστότοπού σας. Η χρήση των παραπάνω παραμέτρων επιτρέπει την εφαρμογή αλλαγών χωρίς την δια χειρός τροποποίηση του περιβάλλοντος αρχείου κώδικα PHP.

Τροποποίηση παραμέτρων

Στην περίπτωση των δύο παραπάνω παραδειγμάτων, θα έχετε ένα κομβίο μετέωρων πληροφοριών τοποθετημένο στα δεξιά των περισσότερων τιμών παραμέτρων διαχείρισης. Αναφορές στην περιγραφή για λεπτομέρειες σχετικές με την τιμή της παραμέτρου είναι διαθέσιμες φέρνοντας και κρατώντας μετέωρο τον δείκτη του ποντικιού σας πάνω από αυτό το κουμπί. Η επιλογή ιδιοτήτων για κάθε παράμετρο μπορεί να τροποποιηθεί ώστε να προσαρμοστεί στις ανάγκες του Mambo ιστότοπού σας για καθεμία από τις τιμές της παραμέτρου.

Σε παραμέτρους που δεν προσφέρουν δυνατότητα επιλογής, συνήθως θα συναντήσετε ένα κενό πεδίο εγγραφής. Για αυτό τον τύπο παραμέτρου, για ορισμό μεταβλητής, θα πρέπει να διαβάσετε το σχετικό αρχείο `readme.txt` που ανήκει στην υπό-μονάδα, υπό-εφαρμογή κλπ. για επεξήγηση των διαθέσιμων επιλογών.

Συμπέρασμα

Ρίξαμε μία σύντομη ματιά στο πως το Mambo χρησιμοποιεί παραμέτρους και ρυθμίσεις μεταβλητών για τη βέλτιστη εκτέλεση του καθήκοντος τροποποίησης των εσωτερικών εργασιών του ιστοτόπου σας. Αυτή η μέθοδος ρύθμισης των μεταβλητών των παραμέτρων, βοηθά το διαχειριστή να επιτελεί το καθήκον της διαχείρισης του ιστότοπου μόνο με μερικά κλικ. Μόλις ορίσουμε όλες τις επιλογές, μπορούμε να αποθηκεύσουμε τις προτιμήσεις μας και να πιστοποιήσουμε τη λειτουργία τους. Αν οι ρυθμίσεις μας φαίνονται να δουλεύουν σύμφωνα με τις ανάγκες μας, δε δικαιολογούνται περισσότερες αλλαγές.

Κεφάλαιο Πέμπτο

" Ενναλακτικές Λύσεις "

Το λογισμικό το οποίο προτείνεται και στο οποίο βασίζεται η υλοποίηση της πτυχιακής εργασίας και πιο συγκεκριμένα, το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS), είναι ένα από τα πολλά που κυκλοφορούν είτε ως ελεύθερο λογισμικό είτε ως εμπορικό προϊόν. Κρίθηκε σκόπιμο να παρουσιαστούν ενναλακτικές λύσεις, δωρεάν και μη, μέσω μιας σύγκρισης των 'καλύτερων' Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου, αυτών δηλαδή με τα πληρέστερα χαρακτηριστικά και γενικότερα, αυτών που προτιμάνε οι περισσότεροι καταναλωτές.

Η σύγκριση των Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου καθώς και η επιλογή των σημαντικότερων, έγινε με τη βοήθεια της ιστοσελίδας www.cmsmatrix.org, η οποία είναι ένας δικτυακός τόπος όπου μπορούμε να βρούμε πληροφορίες για όλα τα CMS, να δούμε ποια είναι τα σημαντικότερα και δημοφιλέστερα και να συγκρίνουμε αυτά που επιθυμούμε εκείνη τη στιγμή.

Στους παρακάτω πίνακες επιλέξαμε να συγκρίνουμε το Mambo με άλλα εμπορικά και μη, CMS και γενικά αυτά που προτιμούν οι περισσότεροι χρήστες και διακρίνονται για τις δυνατότητες και τα χαρακτηριστικά τους. Στη σύγκριση αυτή, αναλύονται παράγοντες σημαντικοί (όπως η ευελιξία, η ασφάλεια κ.α.) για την αποτελεσματικότητα ενός CMS και έτσι ο καθένας μπορεί να επιλέξει το CMS επιθυμεί ανάλογα με τις απαιτήσεις του. Δεν θα μπούμε στη διαδικασία να πούμε ποιο είναι το καλύτερο απ' όλα, αφού τα CMS εξελίσσονται συνεχώς αλλά και η αξία του καθενός εξαρτάται από τις απαιτήσεις των χρηστών και τους λόγους που θέλουν να τα χρησιμοποιήσουν.

Ανάλογα με το CMS της παρακάτω σύγκρισης, κάποια από τα χαρακτηριστικά έχουν περιορισμούς, για άλλα απαιτείται επιπλέον κόστος ενώ πολλά από αυτά είναι δωρεάν (Free Add Ons) και μπορούν να προστεθούν / εγκατασταθούν με συνοπτικές διαδικασίες στο κάθε CMS.

Προϊόν	Artilloo Velocity	Jahia 4.1	Magnolia 2.1	Mambo 4.5.2	PHP Nuke 6	phpCMS 1.2.1pl2	UMI.CMS 2 2.0	WebGUI 6.7
Τελευταία αναβάθμιση	11/22/2004	7/14/2005	6/24/2005	4/26/2005	9/25/2002	8/31/2005	8/18/2005	8/26/2005
Απαιτήσεις συστήματος	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Application Server	PHP 4.3.0+	J2EE	J2EE	PHP 4.1.2+	mod_php	not needed	Apache	mod_perl ή FastCGI
Κόστος κατά προσέγγιση		5.000 – 10.000 £ / σέρβερ	Δωρεάν	Δωρεάν	Δωρεάν			Δωρεάν
Βάση Δεδομένων	MySQL 4.23.xx και πάνω	Postgres, Oracle, MySQL, MS SQL server, proprietary	Java Content Repository (JCR)	MySQL	MySQL, Postgres, mSQL, Interbase, Sybase	Flat file (δεν χρειάζεται βάση δεδομένων)	MySQL, Oracle	MySQL
Άδεια	GNU GPL	ημι - εμπορικό	GNU LGPL	GNU GPL	GNU GPL	GNU GPL	Εμπορικό	GNU GPL
Λειτουργικό Σύστημα	οποιοδήποτε	οποιοδήποτε	οποιοδήποτε	οποιοδήποτε	οποιοδήποτε	OS Independent	Windows, Unix	οποιοδήποτε
Γλώσσα Προγραμ/σμού	PHP 4.2.2 και πάνω	Java 1.4. +	Java	PHP	PHP	PHP4 ή PHP 5	PHP 5.0, XSLT	Perl 5.6+
Root Access	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι		Όχι	Όχι	Ναι
Shell Access	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι		Όχι	Όχι	Ναι
Web Server	Apache	Tomcat, Apache, IIS	οποιοδήποτε	Apache, IIS	Apache, IIS	Any php enabled server	Apache	Apache

Πίνακας 5.1 – Απαιτήσεις συστήματος

Ευκολία χρήσης	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Drag-N-Drop Περιεχόμενο	Ναι	Περιορισμένο	Ναι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Email To Discussion	Όχι	Extra Κόστος	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Φιλικά URLs	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι
Resizing Εικόνων		Όχι	Ναι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Γλώσσα Macro	Όχι	Περιορισμένο	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι
Μαζικό Upload		Ναι	Όχι	Όχι		Ναι	Ναι	Ναι
Prototyping		Όχι	Όχι	Όχι		Ναι	Όχι	Ναι
Server Page Language	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Free Add On
Έλεγχος ορθογραφίας	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Περιορισμένο
Συνδρομές	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Όχι		Όχι	Ναι	Ναι
Γλώσσα Template	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι
UI Επίπεδα	Όχι	Περιορισμένο	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι
Undo – Ανάρεση	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι		Όχι	Περιορισμένο	Ναι
WYSIWYG Editor	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι

Πίνακας 5.2 – Ευκολία χρήσης

Διαχείριση	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Διαχείριση Διαφημίσεων	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Ναι	Όχι
Διαχείριση Προτερημάτων	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι
Clipboard	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι
Προγραμματισμός Περιεχομένου	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι
Staging Περιεχομένου	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι		Ναι	Όχι	Όχι
Inline Διαχείριση	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι
Online Διαχείριση	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Package Deployment	Ναι	Περιορισμένο	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι
Sub-sites / Roots	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι
Themes / Skins	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Trash	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
Στατιστικά Web	Όχι	Περιορισμένο	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Web-based Style/Template Management	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Ναι	Ναι	Ναι
Web-based Translation Management	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Free Add On
Workflow Engine	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Περιορισμένο	Όχι

Πίνακας 5.3 – Διαχείριση

Υποστήριξη	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Certification Program	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Commercial Manuals	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
Commercial Support	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Περιορισμένο	Ναι
Commercial Training	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Περιορισμένο	Ναι
Developer Community	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι
Online Help	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι
Pluggable API	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Professional Hosting	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Περιορισμένο	Ναι
Professional Services	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι
Public Forum	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Ναι
Public Mailing List	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι
Third-Party Developers	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι
Users Conference	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι		Όχι	Όχι	Ναι

Πίνακας 5.4 – Υποστήριξη

Ευελιξία	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Υποστήριξη CGI-mode	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι
Επαναχρησιμοποίηση Περιεχομένου	Όχι	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι
Επεκτάσιμα Προφίλ Χρηστών	Όχι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι	Περιορισμένο	Ναι
Εντοπισμός διεπαφών	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Free Add On
Metadata	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι		Ναι	Ναι	Ναι
Πολυγλωσσικό Περιεχόμενο	Ναι	Ναι	Ναι	Free Add On		Free Add On	Ναι	Ναι
Ενσωμάτωση πολυγλωσσικού περιεχ.	Ναι	Ναι	Ναι	Free Add On		Free Add On	Όχι	Όχι

Multi-Site Ανάπτυξη	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On		Ναι	Ναι	Ναι
URL Rewriting	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι
Wiki Aware	Ναι	Ναι	Όχι	Περιορισμένο		Free Add On	Όχι	Περιορισμένο

Πίνακας 5.5 – Ευελιξία

Ενσωματωμένες Εφαρμογές	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Blog	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Όχι	Ναι
Chat	Όχι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On
Classifieds	Όχι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι
Διαχείριση Περιεχομένου	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Free Add On	Extra κόστος	Free Add On
Εισαγωγή Δεδομένων	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι
Αναφορές Βάσης Δεδομένων	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι
Discussion / Forum	Ναι	Ναι	Όχι	Free Add On	Ναι	Free Add On	Ναι	Ναι
Διαχείριση Εγγράφων	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι
Ημερολόγιο γεγονότων	Ναι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Ναι	Ναι
Αναφορές Εξόδων	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι
Διαχείριση FAQ	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Ναι	Ναι
Διανομή Αρχείων	Ναι	Ναι	Όχι	Free Add On	Ναι	Free Add On	Ναι	Ναι
Γραφικές παραστάσεις και διαγράμματα	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On		Free Add On	Όχι	Free Add On
Groupware	Όχι	Extra κόστος	Ναι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι
Βιβλίο φιλοξενουμένων	Ναι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Ναι	Ναι
Help Desk / Αναφορά Σφαλμάτων	Όχι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι
HTTP Proxy	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι
In/Out Board	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Όχι		Free Add On	Extra κόστος	Free Add On
Job Postings	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Extra κόστος	Ναι
Διαχείριση συνδέσμων	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Ναι	Ναι
Mail Form	Ναι	Extra κόστος	Ναι	Ναι	Όχι	Free Add On	Ναι	Ναι
My Page / Dashboard	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι
Newsletter	Ναι	Free Add On	Όχι	Όχι		Free Add On	Ναι	Ναι
Photo Gallery	Ναι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Ναι	Ναι
Ψηφοφορίες	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Ναι	Ναι
Διαχείριση προϊόντων	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι
Project Tracking	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On
Μηχανή αναζήτησης	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι		Ναι	Ναι	Ναι
Site Map	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι		Ναι	Ναι	Ναι
Έρευνες	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On	Extra κόστος	Ναι
Syndicated Content (RSS)	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Ναι	Ναι
Tests / Quizzes	Όχι	Extra κόστος	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι
Time Tracking	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Free Add On	Όχι	Free Add On
Συνεισφορές χρηστών	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Free Add On	Extra κόστος	Ναι
Web Services Front End	Όχι	Περιορισμένο	Όχι	Όχι	Όχι	Free Add On	Όχι	Ναι

Πίνακας 5.6 – Ενσωματωμένες Εφαρμογές

Απόδοση	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Advanced Caching	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι		Ναι	Ναι	Ναι
Database Replication	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Load Balancing	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Page Caching	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι		Ναι	Ναι	Ναι
Static Content Export	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι		Ναι	Ναι	Ναι

Πίνακας 5.7 – Απόδοση

Ασφάλεια	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Audit Trail	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι
Captcha		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Περιορισμένο	Ναι
Content Approval	Ναι	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Όχι	Ναι	Περιορισμένο
Email Verification		Όχι	Όχι	Ναι		Όχι	Ναι	Ναι
Granular Privileges	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Ναι	Ναι
Kerberos Authentication	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Free Add On
LDAP Authentication	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
Login History	Όχι	Ναι	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι
NIS Authentication	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Free Add On
NTLM Authentication	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Free Add On
Pluggable Authentication	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
Problem Notification	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Sandbox	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
Session Management	Όχι	Περιορισμένο	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
SMB Authentication	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Free Add On
SSL Compatible	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι		Όχι	Extra κόστος	Ναι
SSL Logins	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι		Όχι	Extra κόστος	Ναι
SSL Pages	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι		Όχι	Extra κόστος	Ναι
Versioning	Όχι	Ναι	Ναι	Περιορισμένο	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι

Πίνακας 5.8 – Ασφάλεια

Διαλειτουργικότητα	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Content Syndication (RSS)	Όχι	Ναι	Περιορισμένο	Ναι		Περιορισμένο	Ναι	Περιορισμένο
Υποστήριξη FTP	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι		Ναι	Όχι	Όχι
Υποστήριξη UTF-8	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι		Ναι	Ναι	Ναι
Συμβατό με WAI	Όχι	Περιορισμένο	Ναι	Περιορισμένο		Ναι	Όχι	Ναι
Υποστήριξη WebDAV	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι		Περιορισμένο	Όχι	Όχι
Συμβατό με XHTML	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι		Ναι	Ναι	Ναι

Πίνακας 5.9 – Διαλειτουργικότητα

Εμπόριο	Artilloo	Jahia	Magnolia	Mambo	PHP Nuke	phpCMS	UMI.CMS 2	WebGUI
Affiliate Tracking	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Διαχείριση αποθεμάτων		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Όχι
Pluggable Payments		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Pluggable Shipping		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Pluggable Tax		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Όχι
Point of Sale		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Όχι
Shopping Cart	Free Add On	Extra Κόστος	Όχι	Free Add On	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
Subscriptions		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Ναι
Wish Lists		Όχι	Όχι	Όχι		Όχι	Όχι	Όχι

Πίνακας 5.10 – Εμπόριο

Κεφάλαιο Έκτο

" Το μέλλον των ηλεκτρονικών καταστημάτων "

A. Εκρηξη" του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, περιμένουν οι αναλυτές

Ακόμα και σήμερα, ο "τυπικός" Έλληνας μικρομεσαίος επιχειρηματίας βρίσκεται σε κατάσταση σύγχυσης όσον αφορά την εικόνα που έχει στο μυαλό του για όρους όπως "ηλεκτρονικό εμπόριο" και "νέες τεχνολογίες". Παράγοντες όπως η οικονομική ύφεση, οι αβέβαιες παγκόσμιες οικονομικές εξελίξεις, ο βομβαρδισμός του από την τεχνολογική επανάσταση, η όξυνση του ανταγωνισμού, διαμορφώνουν δυσνόητες συνθήκες, οι οποίες αφήνουν λιγοστά περιθώρια για εκτίμηση των μελλοντικών εξελίξεων και προσαρμογή σε αυτές από τους μικρομεσαίους Έλληνες επιχειρηματίες.

Ο προβληματισμός του κάθε Έλληνα επιχειρηματία είναι το κατά πόσον όλα αυτά που γίνονται δίπλα του είναι σημαντικά και ποιες αναμένονται να είναι οι επιπτώσεις που θα υποστεί στο μέλλον εάν δεν προσαρμοστεί στις εξελίξεις.

Ωστόσο, τον τελευταίο ενάμιση χρόνο έχουν γίνει τα πρώτα βήματα στην υιοθέτηση στρατηγικών B2B (Business-to-Business) στην Ελλάδα. Ήδη, περισσότερες από 5 στις 100 επιχειρήσεις έχουν δυνατότητα να δεχθούν παραγγελίες είτε από μεμονωμένους χρήστες είτε από επιχειρήσεις, γεγονός που αποτελεί ένα ουσιαστικό πρώτο βήμα για την πλήρη ανάπτυξη του διεπιχειρησιακού Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Το ποσοστό αυτό είναι ίσο με της Ισπανίας, λίγο χαμηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό του Καναδά και υψηλότερο σε σχέση με την Ιταλία και την Πορτογαλία.

Παράγοντες της αγοράς υποστηρίζουν πως, το γεγονός ότι έκλεισαν πολλές θυγατρικές εταιρείες που είχαν μπει στην υπό διαμόρφωση διαδικτυακή αγορά της Ελλάδας, προκαλώντας πολύ μεγάλες ζημιές σε μητρικές εισηγμένες εταιρείες, δεν σημαίνει ότι οι online πωλήσεις δεν έχουν προοπτικές, το αντίθετο μάλιστα. Επίσης δεν υπάρχει αμφιβολία, ότι πολλές ιστοσελίδες που δημιουργήθηκαν είναι πλέον ανενεργές, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι δεν θα δημιουργηθούν νέες, βιώσιμες, που θα αντανακλούν μια οικονομία η οποία μακροχρόνια θα αναπτύσσεται με ετήσιους ρυθμούς πολλαπλάσιους από αυτούς της εξω-διαδικτυακής οικονομίας και αγοράς.

Οι εταιρείες που ενδιαφέρονται πραγματικά να δραστηριοποιηθούν στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, θα πρέπει να ξεκαθαρίσουν ότι η στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθήσουν θα είναι σαφής και θα έχει ξεκάθαρους αναπτυξιακούς στόχους:

Επικέντρωση εργασιών σε μια γεωγραφικά καθορισμένη αγορά.

Παροχή σαφώς συγκεκριμένων υπηρεσιών και προϊόντων με την online πώληση σε τιμές που θα αφήνουν έστω και κάποιο οριακό καθαρό κέρδος, εφόσον η ταχεία ανάπτυξη των πωλήσεων επιτρέπει και τη διάθεση επαρκών εσόδων για την κάλυψη του κόστους επενδύσεων επέκτασης στις online πωλήσεις.

Τιμολόγηση των προσφερομένων online πωλήσεων προϊόντων και υπηρεσιών με βάση τις δυνατότητες απορρόφησής τους από μια νέα αναπτυσσόμενη αγορά, με τους χρήστες να διακατέχονται από μια δικαιολογημένη "δυσπιστία".

Πολλοί υποστηρίζουν επίσης ότι, η Ελλάδα θα μπορούσε να γεφυρώσει με ταχύτερους ρυθμούς το "ψηφιακό χάσμα" που την χωρίζει από τους Ευρωπαίους εταίρους, εν όψει των μεγάλων έργων που θα υλοποιηθούν υπό το πλαίσιο του προγράμματος "Κοινωνία της Πληροφορίας". Το εν λόγω πρόγραμμα περιλαμβάνει πλήθος έργων για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, συμπεριλαμβανομένων δράσεων για το e-procurement (ηλεκτρονικές προμήθειες). Η ολοκλήρωση τέτοιων σημαντικών έργων αναμένεται να οδηγήσει περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις στο ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς ένα πολύ μεγάλος αριθμός τους συναλλάσσεται σε καθημερινή βάση με το Δημόσιο.

B. Εκτιμήσεις διαφόρων αναλυτών

Οι εκτιμήσεις των αναλυτών Jupiter research: Ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης για τις online αγορές των Ελλήνων χρηστών του Διαδικτύου προβλέπει η Jupiter Research, σύμφωνα με την οποία οι δαπάνες για ηλεκτρονικές αγορές θα αυξάνονται ετησίως κατά 42% έως το 2007. Η αναμενόμενη ετήσια αύξηση των δαπανών για online αγορές στην Ελλάδα είναι πολύ υψηλότερη από τον αντίστοιχο μέσο όρο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπου η ανάπτυξη δεν θα ξεπεράσει το 32%. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι εκτός από την Ελλάδα, εντυπωσιακή αύξηση θα παρουσιάσει η Ισπανία και η Πορτογαλία, με ετήσιο ρυθμό 40% και 45% αντίστοιχα.

Την ίδια στιγμή, ο αριθμός των χρηστών Internet στην Ελλάδα διαμορφώνεται σε 1,4 εκατ.

Ο αριθμός αυτός, ωστόσο, αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά με την υλοποίηση, έστω και καθυστερημένα, των έργων του προγράμματος Κοινωνία της Πληροφορίας, το οποίο προβλέπει τη διασύνδεση με το διαδίκτυο της πλειοψηφίας των δημοσίων φορέων.

Οι προβλέψεις αυτές αποδεικνύουν ότι παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα, μαζί με την Ισπανία και την Πορτογαλία, είναι ουραγοί της ΕΕ σε ό,τι αφορά τη διείσδυση του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου, έχουν εισέλθει σε περίοδο ανάπτυξης η οποία θα οδηγήσει σε μείωση του "ψηφιακού χάσματος".

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, έως το 2007 το 56% των χρηστών διαδικτύου στην Ευρώπη θα πραγματοποιούν online αγορές. Έως τα τέλη του 2001 περισσότεροι από 36 εκατ. Ευρωπαίοι είχαν πραγματοποιήσει online αγορές προϊόντων και υπηρεσιών, αριθμός που αντιστοιχεί στο 30% του online πληθυσμού και στο 9% του συνολικού πληθυσμού της Γηραιάς Ηπείρου.

Την ίδια στιγμή, ο αριθμός των χρηστών Internet στην Ελλάδα διαμορφώνεται σε 1,4 εκατ. Ο αριθμός αυτός, ωστόσο, αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά με την υλοποίηση, έστω και καθυστερημένα, των έργων του προγράμματος Κοινωνία της Πληροφορίας,

το οποίο προβλέπει τη διασύνδεση με το διαδίκτυο της πλειοψηφίας των δημοσίων φορέων.

Παράλληλα, μικρότερη αλλά εξίσου σημαντική θα είναι και η συνεισφορά των προγραμμάτων που υλοποιεί το υπουργείο Ανάπτυξης με βασικό στόχο τη διείσδυση της τεχνολογίας στις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αντιστοιχούν σήμερα σε περισσότερο από το 90% της ελληνικής οικονομίας.

Σε ό,τι αφορά την αγορά των καταναλωτικών χρηστών, βασικό εμπόδιο για την ταχύτερη διείσδυση του διαδικτύου παραμένουν οι χαμηλές ταχύτητες και το υψηλό κόστος των ταχύτερων προσβάσεων.

Eurostat: Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στις χώρες της ΕΕ με τη μικρότερη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και Internet και τη μεγαλύτερη κινητών τηλεφώνων, εκτιμά από την πλευρά της η Eurostat.

Από έρευνά της προκύπτει ότι, ο αριθμός των προσωπικών υπολογιστών στην Κοινότητα αυξήθηκε κατά 9%, αλλά οι Σκανδιναβικές χώρες, το Λουξεμβούργο και η Ολλανδία εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά ανά 100 κατοίκους, ενώ η Ελλάδα (8 υπολογιστές ανά 100 κατοίκους) και η Πορτογαλία (12 ανά 100 κατοίκους) απέχουν πολύ από τον κοινοτικό μέσο όρο που φθάνει τους 31 υπολογιστές ανά 100 κατοίκους. Όσον αφορά τους χρήστες Διαδικτύου τα υψηλότερα ποσοστά συναντώνται στη Φινλανδία και την Ολλανδία (17,2 και 16,7 ανά 100 κατοίκους αντιστοίχως), ενώ στην Ελλάδα και την Ισπανία αναλογούν 1,4 χρήστες ανά 100 κατοίκους, στη Γαλλία 1,3 χρήστες και στην Ιταλία 1,2 χρήστες ανά 100 κατοίκους. Συγκριτικά, οι ΗΠΑ εμφανίζουν 39,1 χρήστες ανά 100 κατοίκους και η Ιαπωνία 5,6 χρήστες ανά 100 κατοίκους.

Forrester Research: Το 2006, μόλις το 10% του συνολικού εμπορίου στην Ελλάδα θα γίνεται ηλεκτρονικά τη στιγμή που ο αντίστοιχος μέσος όρος στη Γηραιά Ήπειρο θα ξεπερνά το 22%, επισημαίνει σε πρόσφατη έρευνά της η Forrester Research. Σύμφωνα με την έρευνα, το online εμπόριο στην Ευρωπαϊκή Ένωση θα εκτοξευθεί από μόλις 77 δισ. ευρώ το 2001 σε περισσότερο από 2,2 τρισ. ευρώ έως το 2006, αριθμός που αντιστοιχεί στο 22% του συνολικού εμπορίου.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ηλεκτρολογικού εξοπλισμού, χημικών και Logistics θα γνωρίσει πολύ μεγάλη ανάπτυξη το 2003. Ιδιαίτερα για τον ηλεκτρολογικό εξοπλισμό οι online πωλήσεις θα αυξηθούν από 4,3% σήμερα σε περισσότερο από 11,7% το 2003. Στον τομέα των χημικών και των logistics, περισσότερο από το 7% των πωλήσεων αναμένεται να διεκπεραιωθεί μέσω Διαδικτύου.

Εν τω μεταξύ, το εμπόριο μέσω διαδικτύου σε τομείς της βιομηχανίας, όπως τα βιομηχανικά μηχανήματα, η κατασκευή οχημάτων, τα μέταλλα και η ενέργεια θα διπλασιαστεί το 2003 και το 2004 σε σύγκριση με τα σημερινά επίπεδα. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στους βιομηχανικούς τομείς σε ολόκληρη την Ευρώπη θα έχει ως αποτέλεσμα πωλήσεις ύψους 945 δισ. ευρώ το 2004, ποσό που αντιστοιχεί στο 9,9% του συνολικού επιχειρηματικού εμπορίου.

Με βραδύτερους ρυθμούς θα προχωρήσει όμως η διείσδυση του ηλεκτρονικού εμπορίου σε τομείς όπως τα τρόφιμα, τα υφάσματα και τα είδη σπιτιού, που θα αρχίσουν να εμφανίζουν ικανοποιητικούς ρυθμούς ανάπτυξης από το 2005.

Σε παλαιότερη έρευνά της, η Forrester Research εκτιμούσε ότι οι online πωλήσεις στην Ελλάδα θα τριπλασιαστούν το 2002 φθάνοντας τα 51 εκατ. ευρώ, ενώ η ανάπτυξή τους θα συνεχισθεί με ταχύτερους ρυθμούς φθάνοντας τα 125 εκατ. ευρώ το 2003, τα 262 εκατ. ευρώ το 2004, τα 476 εκατ. ευρώ το 2005 και τα 772 εκατ. ευρώ το 2006.

Iobe: Σημαντικές κρίνονται οι προοπτικές ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου (H/E) στην Ελλάδα, αν και η υιοθέτησή του υστερεί έναντι των Ευρωπαϊκών εταιρών. Η διαπίστωση αυτή, προκύπτει από πρωτογενή έρευνα του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) και η οποία θέτει ως χρονικό ορίζοντα της ανοδικής χρήσης του H/E, τα επόμενα δύο έτη.

Παράλληλα, αρκετά υψηλά, είναι και τα ποσοστά των επιχειρήσεων που προγραμματίζουν χρήση του H/E στο μέλλον: 64,7% των επιχειρήσεων του εμπορίου, 59,6% της βιομηχανίας και 56,5% των υπηρεσιών.

Ο κυριότερος λόγος υιοθέτησης του H/E από τις επιχειρήσεις-χρήστες είναι η καλύτερη υποστήριξη των προμηθευτών και των πελατών τους, με ποσοστό 79,1%. Αντίθετα, για τις επιχειρήσεις - μελλοντικούς χρήστες, ο βασικότερος λόγος υιοθέτησης του, είναι η εύρεση νέων αγορών και πελατών, με ποσοστό που ανέρχεται στο 73,9%.

Για τις επιχειρήσεις που δεν είναι χρήστες, το σημαντικότερο εμπόδιο για την υιοθέτηση εφαρμογών H/E αποδεικνύεται η αναμονή εξελίξεων, με ποσοστό 70,4%. Ακολουθούν το κόστος υλοποίησης, με 20,4% και η ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, με ποσοστό 18,5%.

Gartner: Σύμφωνα με έρευνα της εταιρείας Gartner, το 2005 μέσω του B2B θα πραγματοποιείται το 8% των συνολικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων στην Ευρώπη. Παρ' όλα αυτά, μέχρι σήμερα, μόλις το 18,5% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων έχουν υιοθετήσει το συγκεκριμένο τρόπο προμηθειών, ενώ στα τέλη του 2003 το ποσοστό αυτό αναμένεται να εκτιναχθεί στο 73,6%. Είναι πλέον σαφές ότι το διεπιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο έχει ξεπεράσει κάθε προσδοκία και συνεχίζει την ανάπτυξή του αφήνοντας πολύ πίσω, από πλευράς πωλήσεων, το ηλεκτρονικό εμπόριο που απευθύνεται σε καταναλωτές (B2C). Στην προσπάθεια αυτή πρωτοστατούν οι μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες έχοντας τη δυνατότητα να αναπτύξουν συστήματα on-line παραγγελιών, θα υποχρεώσουν τους (μικρούς ή μεγαλύτερους) προμηθευτές τους να εναρμονίσουν τα συστήματά τους, προκειμένου να μειώσουν το κόστος.

Οι μικρομεσαίες στην πρώτη γραμμή των εξελίξεων

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει όμως η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στο χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύουν το 90% του συνόλου της ευρωπαϊκής αγοράς. Παρότι ο χαρακτηρισμός μιας επιχείρησης ως μικρομεσαίας διαφοροποιείται από χώρα σε χώρα, τα συμπεράσματα που

προκύπτουν για τις επιχειρηματικές πρακτικές των επονομαζόμενων μικρομεσαίων ευρωπαϊκών επιχειρήσεων στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι σημαντικά.

Ειδικότερα, όπως προκύπτει από πανευρωπαϊκή έρευνα της Grant Thornton:

Το 45% των μικρομεσαίων ευρωπαϊκών επιχειρήσεων διαθέτει στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις που έχουν στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκονται στην Ιρλανδία, τη Μ. Βρετανία και την Αυστρία, ενώ οι λιγότερες στο Βέλγιο και την Ιταλία. Η Ελλάδα εντάσσεται στο δεύτερο γκρουπ με τα δεύτερα υψηλότερα ποσοστά υιοθέτησης στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ο κυριότερος ενθαρρυντικός παράγοντας για την εφαρμογή στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η προσέγγιση νέων αγορών και πελατών.

Ο κυριότερος ανασχετικός παράγοντας για την εφαρμογή στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η άγνοια του μεγέθους της πελατειακής βάσης των επιχειρήσεων.

Οι επιχειρήσεις δεν έχουν μείνει πίσω στην επανάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Οι περισσότερες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν Internet και e-mail, ενώ οι εξελίξεις στην τεχνολογία της πληροφορικής και των επικοινωνιών αποτελούν το σημαντικότερο θέμα για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις του αιώνα.

Γ. Το μέλλον των Ηλεκτρονικών καταστημάτων, στατιστικά στοιχεία και προβλεψεις αναλυτών 5 χρόνια πριν

Υπάρχουν πολλές απόψεις που να αφορούν το μέλλον των ηλεκτρονικών καταστημάτων και γενικότερα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παρά το γεγονός ότι οι online πωλήσεις μεγαλώνουν εκθετικά, μερικοί αναλυτές πιστεύουν ότι το e-commerce οδεύει σε πτώση. Η Laurie Windham δικαιολογεί την άποψή της λέγοντας ότι όσο ο καιρός περνά, οι πωλήσεις θα μειώνονται αντί να αυξάνονται. Η Windham πιστεύει ότι οι καταναλωτές / πελάτες του Διαδικτύου είναι πολύ διαφορετικοί από πελάτες εμπορικών κέντρων ή πελάτες που ψωνίζουν μέσω καταλόγου. Επιπλέον, υποστηρίζει ότι τα ηλεκτρονικά καταστήματα καταστρέφουν από μόνα τους τις πιθανότητες τους να πουλήσουν επειδή έχουν ‘κακομάθει’ τους πελάτες τους σε τέτοιο σημείο ώστε να περιμένουν φτηνές τιμές και δώρα, που αν δεν πάρουν, τα αναζητούν σε άλλα sites. Το E-commerce, λέει η Windham, είναι ένας ‘κόσμος που μεταβάλλεται εύκολα’ με μικρή, αν υπάρχει, πίστη των πελατών. (Fortune, 2000).

Η Windham βρήκε μερικές ενδιαφέρουσες διαφορές μεταξύ τους online αγοραστές και τους συμβατικούς αγοραστές. Για παράδειγμα, το 34 % των online

αγοραστών περιγράφουν τους εαυτούς τους σαν ‘αγοραστές που συγκρίνουν τιμές – προϊόντα’ αλλά μόνο ένα 8 % των παραδοσιακών καταναλωτών περιγράφουν τον εαυτό τους με αυτό τον τρόπο. Μια επιπλέον σύγκριση είναι ότι μόνο 1 % των καταναλωτών του Ίντερνετ λένε ότι απεχθάνονται τα καταστήματα ενώ 10 % των παραδοσιακών καταναλωτών υποστηρίζουν το ίδιο. (Fortune, 2000). Αυτοί που αγοράζουν από το Ίντερνετ είναι συγκριτικά περισσότερο, καταναλωτές ευαίσθητοι στην τιμή. Η Windham, που ξόδεψε 2 χρόνια μελέτης των καταναλωτών που κάνουν online αγορές, είπε ότι όταν οι καταναλωτές, που δεν είναι καταρτισμένοι στον τομέα της πληροφορικής, προβούν σε ηλεκτρονικές αγορές, θα είναι περισσότερο επιφυλακτικοί από αυτούς που ήδη κάνουν ηλεκτρονικές αγορές. Επίσης, θα είναι ελαφρώς μεγαλύτεροι σε ηλικία από το κανονικό και περισσότερο προσεκτικοί και επιφυλακτικοί με θέματα ασφαλείας των συναλλαγών. Με άλλα λόγια, όσο αυτοί οι καταναλωτές αρχίζουν να χρησιμοποιούν το Ίντερνετ για τις αγορές τους, θα αποτελούν ένα περισσότερο συντηρητικό group από ότι οι άλλοι χρήστες. Είναι επίσης πιθανότερο να είναι λιγότερο ασταθείς στις επιλογές τους και περισσότερο πιστοί στις φήμες/ καταστήματα. (Fortune, 2000). Η Windham επισήμανε ότι υπήρχαν διάφορα προβλήματα με καταναλωτές που λάμβαναν ακριβώς ότι είχαν παραγγείλει online κατά τη διάρκεια της τελευταίας περιόδου διακοπών. Βασισμένη σε αυτό, υποστήριξε ότι οι πωλήσεις θα είναι μικρότερες αυτή τη χρονιά. (Fortune, 2000). Έρευνες που διεξήχθησαν μετά το πέρας της τελευταίας περιόδου διακοπών έδειξαν ότι οι online αγοραστές θα συνεχίσουν να αγοράζουν online. Μία έρευνα, για παράδειγμα, έδειξε ότι περισσότερο του 90 % των καταναλωτών ανέφεραν ότι πραγματοποιώντας online αγορές ικανοποίησε ή ακόμη και υπερέβη τις προσδοκίες τους. Το 80 % είπαν ότι θα αυξήσουν τις online αγορές τους στο 2000 (Rutledge, 2000). Μελέτες έδειξαν ότι η εμπιστοσύνη που έχουν οι καταναλωτές στη χρήση των ηλεκτρονικών καταστημάτων έφτασε υψηλά επίπεδα, το οποίο έγινε εξ αιτίας πολλών παραγόντων. Θετικά σχόλια από την οικογένεια ή φίλους αποτέλεσαν ένα από τους παράγοντες που παρότρυναν περισσότερους ανθρώπους στη χρησιμοποίηση αυτής της επιλογής. Καλύτερες επιλογές στα online καταστήματα έκαναν επίσης την εμπειρία πιο ικανοποιητική. Τελικά, το μέλλον για τις ασφαλείς συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες έπαιξε ένα σημαντικό ρόλο στην αύξηση των πωλήσεων. (Rutledge, 2000). Οι καταναλωτές δελεάστηκαν να δοκιμάσουν τις αγορές στα ηλεκτρονικά καταστήματα από μαζική εκστρατεία marketing το προηγούμενο έτος για καταστήματα λιανικής και χονδρικής. Περισσότερο από 70 % των ηλεκτρονικών

καταναλωτών ανέφεραν ότι έκαναν αγορές από sites που πρόσφερε δωρεάν αποστολή των παραγγελιών. Ένα 54 % ισχυρίστηκε ότι δελεάστηκε από τις εκπτώσεις που τους προσφέρθηκαν στην πρώτη τους online αγορά. Ένα 40 % χρησιμοποίησε online κουπόνια και 25 % ανταποκρίθηκε στην προσφορά δώρων για την online αγορά τους (Rutledge, 2000). Η Direct Marketing Association πρόβλεψε ότι οι πωλήσεις που προέκυψαν από καταλόγους και το ίντερνετ θα διπλασιαστούν τα επόμενα 4 χρόνια, φτάνοντας το ποσό των \$3.33 δις. (Entrepreneur, 2000). Μια μελέτη της Jupiter Communications συμφώνησε ότι οι πωλήσεις θα αυξηθούν αυτή την περίοδο διακοπών. Αυτή η μελέτη ανέφερε ότι οι καταναλωτές της περιόδου των διακοπών θα ξοδέψουν περίπου \$12 δις δολάρια σε online αγορές μεταξύ της 1^{ης} Νοεμβρίου και 31^{ης} Δεκεμβρίου αυτού του χρόνου, το οποίο αποτελεί μια 66 % αύξηση σε σχέση με την ίδια περίοδο ένα χρόνο πριν. Η αύξηση μεταξύ την εορταστική περίοδο του 1998 και του 1999 ήταν 126 %. Υπάρχει μια επιβράδυνση στον βαθμό της αύξησης αλλά ακόμα υπάρχει μια ουσιαστική αύξηση (Kontzner, 2000). Η Gartner Group προέβλεψε μια μεγαλύτερη αύξηση αυτή τη χρονιά, πωλήσεις περίπου του ύψους των \$19.5 δις δολαρίων. Επίσης υποστηρίζει ότι τα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν θα ξοδέψουν τόσα πολλά στη διαφήμιση αυτή τη χρονιά. Αντί γι αυτό, θα ξοδέψουν πόρους στη διατήρηση των πελατών (Kontzner, 2000). Δεδομένου ότι ένα νούμερο ηλεκτρονικών καταστημάτων κατέρρευσε κατά την διάρκεια της προηγούμενης χρονιάς, πολλοί λιανοπωλητές ένιωσαν ανακούφιση αλλά ήταν βραχυπρόθεσμη. Το πλήγμα του Διαδικτύου σε καταστήματα λιανικής πρόκειται να γίνει αξιοπρόσεχτο και επιβλαβές. Το Business Week, (2000) ανέφερε ότι υπάρχει μια εμπειροτεχνική μέθοδος η οποία λέει ότι μια 10 με 15 % ζημιά στις πωλήσεις εξαλείφει τα κέρδη ενός καταστήματος. Το 2000, οι online πωλήσεις των βιβλίων μόνο, θα αποτελούν το 11 % όλων των πωληθέντων βιβλίων. Το 1999 ήταν μόνο το 8.5 %. Τα CDs και τα videos θα υπερδιπλασιάσουν τις πωλήσεις από το 1999 και θα τις φέρουν στο 10 % του συνόλου της αγοράς. Το hardware και το software των Η/Υ ήδη αποτελούν περισσότερο από 18 % της αγοράς (Business Week, 2000). Προκειμένου να καταπολεμηθεί αυτή η τάση, μερικοί λιανοπωλητές προσπαθούν να δελεάσουν τους καταναλωτές στα online sites τους. Επίσης προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τα Web sites για να φέρουν κόσμο στα καταστήματά τους. Από τη στιγμή που το 94 % των online αγορών δεν είναι τίποτα από μια ‘στροφή’ από τα καταστήματα σε έναν πιο βολικό τρόπο αγορών, μερικές από αυτές τις στρατηγικές μπορούν να λειτουργήσουν. Οι πωλήσεις στο Web το λιγότερο διπλασιάζονται κάθε χρόνο (Business Week, 2000).

Τα γενικά έξοδα είναι πολύ λιγότερα για τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Πουλάνε από μια κεντρική αποθήκη και δεν χρειάζεται να διατηρούν χιλιάδες καταστήματα σ' όλη τη χώρα. Αυτό το γεγονός είναι τόσο ξεκάθαρο, ώστε η AMB Property Corp., μια εταιρεία επένδυσης ακίνητων περιουσιών στο San Francisco, πούλησε εμπορικά κέντρα αξίας \$560 εκατομ. δολλαρίων και επένδυσε τα έσοδα σε αποθήκες κοντά σε αστικά κέντρα. Οι προσδοκίες λένε ότι η ζήτηση θα είναι μεγαλύτερη για ιδιοκτησίες αποθηκών παρά για εμπορικά κέντρα. (Business Week, 2000). Η πρόβλεψη της Zona Research Corporation's είναι ότι οι πωλήσεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων θα εκτοξευθούν στα ύψη τα επόμενα δύο χρόνια. Η έρευνα των καταναλωτών προϊόντων από το Internet έδειξε ότι ο αριθμός των εταιρειών που χρησιμοποιούν πωλήσεις βασισμένες σε Internet πιθανόν να τετραπλασιαστούν τα επόμενα 2 χρόνια και να φτάσουν το 44 % από το τρέχων 10 %. Ο λόγος για την δραματική αύξηση είναι σχετικός σε διεθνή πρότυπα που θα ενώσει εκατομμύρια εταιρειών με δισεκατομμύρια πελατών (Menefee, 1998). Η Zona διαιρεί την 'ηλεκτρονική οικονομία' σε τρία τεχνολογικά κύματα. Το πρώτο κύμα ήταν ικανό να εξασφαλίσει στις εταιρείες χρήματα με εκδόσεις στο Ίντερνετ και το δεύτερο κύμα άνοιξε ' κέντρα κέρδους ' από online πωλήσεις. Ήταν το δεύτερο κύμα που έκανε το ηλεκτρονικό εμπόριο ένα συστατικό του συνόλου του εμπορίου (Menefee, 1998). Το τρίτο κύμα θα μεσολαβήσει ξανά σε αγοραστές και πωλητές μέσω της δημιουργίας τοποθεσιών στο Διαδίκτυο όπου θα βρίσκονται για να ανταλλάξουν προϊόντα και υπηρεσίες και να ολοκληρώνουν συναλλαγές αποκλειστικά στο internet και με ασφάλεια. Το τρίτο κύμα έχει σημαντική επιρροή στο πως μια εταιρεία διευθύνεται κανονικά. Σε κάποιο σημείο, το τρίτο κύμα θα είναι παρόμοιο με το μηχάνημα του fax, ή το λιγότερο με την σημαντικότητα που είχε το fax πολλά χρόνια πριν. Αν δεν έχει ένα, δεν μπορείς να διευθύνεις μια επιχείρηση (Menefee, 1998).

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ελπίζω να βρήκατε αυτήν την πτυχιακή εργασία χρήσιμη, να σας βοηθήσει σε πιθανή απόπειρά σας να υλοποιήσετε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα με τη χρήση του ανοικτού λογισμικού ώστε να γίνεται παραγωγικοί με αυτό, αφού το ανοικτό λογισμικό χρησιμοποιείται όλοένα και περισσότερο για εμπορικούς σκοπούς και προτιμάται από πληθώρα χρηστών.

Στα θεωρητικά κομμάτια της πτυχιακής εργασίας πιστεύω ότι με απλούς όρους αλλά και με τη χρήση στατιστικών και παραδειγμάτων, καθόρισα ποιες είναι οι απαιτήσεις ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, επιγραμματικά ανέφερα τα πλεονεκτήματα του Ανοικτού Λογισμικού, πρότεινα εναλλακτικές λύσεις και ανέφερα στοιχεία σχετικά με το παρελθόν, το παρόν αλλά και προβλέψεις για το μέλλον των ηλεκτρονικών καταστημάτων βασισμένες σε αναλύσεις και στατιστικά στοιχεία.

Όσον αφορά την υλοποίηση και το σχετικό λογισμικό, προσπάθησα να καλύψω όσο περισσότερα θέματα μπορούσα που αφορούν το λογισμικό που χρησιμοποίησα, προβάλλοντας παραδείγματα αλλά και πολλές λεπτομέρειες και ελπίζω να το πέτυχα. Παράλληλα φρόντισα να χρησιμοποιούνται και οι Ελληνικοί και οι Αγγλικοί όροι, ώστε να διευκολύνετε η εργασία και η εκμάθηση, ανεξάρτητα από τη γλώσσα διαχείρισης που έχει επιλέξει ο καθένας.

Υπάρχουν εκατοντάδες components, modules, mambots και templates για το συγκεκριμένο CMS, το Mambo CMS, (του οποίου οι καινούριες εκδόσεις από 1/9/2005 θα το μετονομάσουν σε Joomla CMS), μερικά από τα οποία είναι τόσο περίπλοκα που θα έπρεπε να αφιερωθούν βιβλία σε αυτά και δεν μπορούσα να αναφερθώ παρά μόνο επιγραμματικά ή περιληπτικά.

Το μέλλον του Mambo - Joomla CMS είναι λαμπρό και αναμένονται καινούριες εκδόσεις που θα το καταστήσουν καλύτερο και ισχυρότερο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **“ Ανακαλύψτε το Mambo CMS ”** του κ. Ηλία Αντωνόπουλου, Εκδόσεις Altermarket
- Linux magazine, October 2003, issue 35
- Linux magazine, February 2004, issue 39
- Fortune magazine, May 2005
- The Economist, June 2005

Τα URLs που χρησιμοποιήθηκαν στην εκπόνηση της Πτυχιακής Εργασίας (ebooks σε μορφή pdf - documentation):

- Ο κεντρικός ιστότοπος του λογισμικού Mambo: <http://www.mamboserver.com>,
- Το περιοδικό Linux magazine σε ηλεκτρονική μορφή: <http://www.linux-magazine.com>
- Το επίσημο ελληνικό portal του Mambo, <http://www.mamboportal.gr>
- Ο επίσημος ιστότοπος μετάφρασης του Mambo: <http://www.mambobook.gr>
- Η ιστοσελίδα του λογισμικού XAMPP: <http://www.apachefriends.org/en>
- Η ιστοσελίδα του component του Mambo: <http://www.mambo-phpshop.net>
- The Free Software Foundation: <http://www.fsf.org/>
- The GNU Project (GNU’s Not Unix): <http://www.gnu.org/>
- The Open Source Initiative: <http://www.opensource.org/>
- Λογισμικό Αν. Κώδικα – Ελεύθερο Λογισμικό στην Ελλάδα: www.open-source.gr
- The site that contains details for CMSes: <http://www.cmsmatrix.org>
- Similar as the above site: <http://www.opensourcecms.com>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

A. Ποια είναι η άδεια χρήσης του Mambo;

Το Mambo παρέχεται στους τελικούς χρήστες σύμφωνα με τους όρους της 'GNU General Public License' (GNU GPL). Η GNU GPL προσφέρει σε ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων, τη δωρεάν διανομή του Mambo, για παράδειγμα μπορεί να χρεωθεί το κόστος εγγραφής και διανομής του Mambo σε CDs, αλλά δεν μπορεί να χρεωθεί το ίδιο το λογισμικό. Το Mambo είναι ελεύθερο προς διαμοίραση και τροποποίηση, όμως η όποια τροποποίηση ή αλλαγή του Mambo, δεν σας δίνει το δικαίωμα να τροποποιήσετε την άδεια χρήσης ή να το πουλήσετε. Εάν κάνετε κάτι τέτοιο, τότε παραβιάζετε άμεσα τους όρους της GPL.

Διαβάστε περισσότερα τις σελίδες αυτές : GNU General Public License ή GNU GPL License Guidelines.

Σχετικά με το σεβασμό του Mambo, την GPL και τα πνευματικά δικαιώματα:

ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ το διανείμετε και να χρεώσετε γι' αυτή την υπηρεσία (όχι για το λογισμικό).

ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ το τροποποιήσετε, να προσθέσετε περιεχόμενο και να αλλάξετε το σχεδιασμό του (μέσω των προτύπων εμφάνισης) και ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ χρεώσετε γι' αυτό.

ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ μεταβάλλετε την άδεια χρήσης και ΔΕΝ πρέπει να μεταβάλλετε τα πνευματικά δικαιώματα του λογισμικού.

ΔΕΝ είναι απαραίτητη η εμφάνιση λογότυπου ή γραφικού που να αναφέρει 'Power By Mambo' ή 'Βασισμένο στο Mambo', καθώς δεν είναι απαιτούμενο από τη σημείωση πνευματικών δικαιωμάτων.

Με λίγα λόγια, ΔΕΝ πρέπει να υπαινιχθείτε ότι το Mambo είναι δικό σας, και ΔΕΝ πρέπει να χρεώσετε άλλους ανθρώπους γι' αυτό (ως αυτούσιο λογισμικό). Χρησιμοποιήστε το Mambo για να ενδυναμώσετε τον εαυτό σας και τους πελάτες σας, εξαφανίζοντας τη 'Μαύρη Μαγεία' που περιβάλλει την τοποθέτηση περιεχομένου στο Διαδίκτυο. Χρεώστε για την αξία που προσθέτετε και όχι για τη σκληρή δουλειά της Miro, της ομάδας Ανάπτυξης του Mambo και της Κοινότητας του Mambo που έχει συνεισφέρει στην ομάδα αυτή.

Σε ποιον ανήκουν τα πνευματικά δικαιώματα του Mambo;

Η Miro International Pty Ltd. διατηρεί τα πνευματικά δικαιώματα του πηγαίου κώδικα του Mambo. Ο ιστοτόπος της βρίσκεται στη διεύθυνση

<http://www.miro.com.au>.

Άδεια χρήσης του Mambo

Μάθετε για την άδεια χρήσης του Mambo και γιατί σας αφορά.

Περιλαμβάνει απαντήσεις σε ερωτήματα για το τι μπορείτε και τι δεν μπορείτε να κάνετε με το Mambo, από νομική άποψη (π.χ. μπορώ να χρεώσω για το Mambo;).

Το Mambo εκδίδεται βάσει της άδειας χρήσης GNU General Public license (GNU GPL). Η GNU GPL επιτρέπει σε ένα άτομο ή άτομα να διανείμουν το Mambo έναντι αμοιβής, όχι όμως χρεώνοντας για αυτό καθε αυτό το λογισμικό, γιατί το Mambo είναι δωρεάν - ελεύθερο. Το Mambo προσφέρεται ελεύθερα για να το μοιραστείτε ή να το τροποποιήσετε. Αν όμως το αλλάξετε κατά οποιοδήποτε τρόπο, μπορείτε να αλλάξετε την άδεια χρήσης του, και να το κάνετε εμπορικό; ΟΧΙ! Όλη η φιλοσοφία της GPL είναι αφιερωμένη στο να εξασφαλίζει ότι αυτό δεν θα συμβεί. Ο νόμος των πνευματικών δικαιωμάτων, ένας πιο αυστηρός και σαφής νόμος, εμποδίζει επίσης από το να συμβεί αυτό.

Έτσι σχετικά με το Mambo, η άδεια χρήσης GPL και τα πνευματικά δικαιώματα έχουν ως εξής:

Μπορείτε να το διανείμετε και να χρεώσετε για αυτή την υπηρεσία. **Μπορείτε** να το τροποποιήσετε, να προσθέσετε στον σχεδιασμό και το περιεχόμενό του και **Μπορείτε** να χρεώσετε αυτή την υπηρεσία. **ΔΕΝ** μπορείτε να τροποποιήσετε την άδεια χρήσης του και **ΔΕΝ** πρέπει να τροποποιήσετε τα πνευματικά του δικαιώματα. **ΔΕΝ** είναι υποχρεωτικό να περιλαμβάνετε την ένδειξη 'Powered by Mambo' 'Δημιουργημένο με το Mambo' ή παραπλήσιου νοήματος ενδείξεις, καθώς δεν αποτελούν σημείωμα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Με πιο απλά λόγια, ΔΕΝ πρέπει να υποκρίνεστε ότι το Mambo είναι δικό σας λογισμικό, και ΔΕΝ πρέπει να χρεώνετε για την απόκτηση του Mambo. Μπορείτε όμως να χρεώνετε για τις υπηρεσίες που παρέχετε για το Mambo.

Χρησιμοποιήστε το Mambo για να ενδυναμώσετε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα και αυτή των πελατών σας, αφαιρώντας το πέπλο της 'Μαύρης Μαγιάς' που καλύπτει τη προβολή περιεχομένου στο Internet. Χρεώστε για την προστιθέμενη αξία που δημιουργείτε με τη δουλειά σας και όχι για την σκληρή δουλειά που η εταιρεία Miro (www.miro.com.au), η Ομάδα Ανάπτυξης του Mambo και η κοινότητα του Mambo έχουν επενδύσει σε αυτό.

Κατευθυντήριες Γραμμές:

Το Mambo είναι ένα "ελεύθερο" και δωρεάν λογισμικό που κυκλοφορεί βασισμένο στην GNU General Public License (GPL) άδεια χρήσης.

Η λέξη "ελεύθερο" έχει δύο εξίσου βάσιμες νομικά έννοιες: μπορεί να αναφέρεται στην ελευθερία ή τη τιμή. Όταν αναφερόμαστε στο "ελεύθερο λογισμικό", αναφερόμαστε στην ελευθερία, όχι την τιμή. (Σκεφτείτε σα να λέμε "ελευθερία του λόγου", και όχι "δωρεάν μπύρα".)

Το ελεύθερο λογισμικό έχει να κάνει με την ελευθερία των χρηστών να εκτελούν, αντιγράφουν, διανέμουν, μελετούν, τροποποιούν και βελτιώνουν το λογισμικό. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρεται σε τέσσερα είδη ελευθερίας, για τους χρήστες του λογισμικού:

- Την ελευθερία να τρέχουν το πρόγραμμα, για οποιοδήποτε σκοπό.
- Την ελευθερία να μελετούν πως λειτουργεί το πρόγραμμα και να το προσαρμόζουν στις ανάγκες τους
Η πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα είναι απαραίτητη προϋπόθεση για αυτό.
- Την ελευθερία να διανέμουν αντίγραφα του προγράμματος, ώστε να βοηθούν τον πλησίον τους.
- Την ελευθερία να βελτιώνουν το πρόγραμμα, και να διανέμουν τις βελτιώσεις τους στο κοινό, έτσι ώστε να επωφελείτε όλη η κοινότητα.
- *Η πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα είναι απαραίτητη προϋπόθεση για αυτό*

1. Κάτω από ποια άδεια χρήσης διανέμετε το Mambo;

Το Mambo διανέμετε κάτω από την GNU GPL άδεια χρήσης. Ένα αντίγραφο της περιλαμβάνεται σε κάθε αντίγραφο του Mambo και μπορεί επίσης να τη βρείτε σε αυτή τη διεύθυνση <http://www.fsf.org/licenses/gpl.html>. Μη επίσημες μεταφράσεις μπορείτε να βρείτε στο <http://www.fsf.org/licenses/translations.html>.

2. Ποιος κατέχει τα πνευματικά δικαιώματα για το Mambo;

Τα πνευματικά δικαιώματα του Mambo τα κατέχει η εταιρεία Miro International Pty Ltd. Η εταιρεία Miro ήταν η αρχική συγγραφέας του Mambo και συνεχίζει να υποστηρίζει ενεργά την προσπάθεια.

3. Υπάρχουν περιορισμοί στη χρήση που μπορείτε να κάνετε στο Mambo;

Η άδεια χρήσης GNU GPL σας δίνει την ελευθερία να χρησιμοποιήσετε το λογισμικό για όποιο σκοπό θέλετε.

4. Μπορώ να χρεώσω χρήματα για το Mambo;

Η άδεια χρήσης GPL δίνει στους πάντες, το ελεύθερο να το κάνουν αυτό. Το δικαίωμα να χρεώνετε χρήματα για να διανείμετε το Mambo είναι τμήμα του ορισμού του "ελεύθερου" λογισμικού.

Όταν οι άνθρωποι σκέφτονται να "πουλήσουν λογισμικό", συνήθως φαντάζονται ότι θα το κάνουν με τον τρόπο που το κάνουν οι περισσότερες εταιρείες: κάνοντας το λογισμικό "ιδιόκτητο" και όχι ελεύθερο. Έτσι, για να αποφύγετε την ασάφεια, μπορείτε να χρεώνετε για τη διανομή του λογισμικού και για όποια άλλη υπηρεσία παρέχετε σχετική με το λογισμικό. Δεν επιτρέπεται να χρεώσετε το ίδιο το λογισμικό.

Θυμηθείτε ότι αν κάποιος πληρώσει το τίμημα που θα ζητήσετε, η άδεια χρήσης GPL, δίνει επίσης σε αυτόν ή αυτή την ελευθερία να δώσει στον επόμενο το λογισμικό με ή χωρίς τίμημα.

5. Μπορώ να αφαιρέσω τη φράση "powered by Mambo, Copyright Miro etc" από το υποσέλιδο των σελίδων μου;

Ναι μπορείτε, αν και ελπίζουμε ότι δεν θα το κάνετε, σαν φόρο τιμής προς αυτούς που έφτιαξαν το Mambo.

6. Μπορώ να αφαιρέσω τις δηλώσεις "πνευματικής ιδιοκτησίας" από τον πηγαίο κώδικα του Mambo;

Όχι, πρέπει να διατηρήσετε όλες τις δηλώσεις πνευματικής ιδιοκτησίας και τα σχόλια που εμφανίζονται στον πηγαίο κώδικα.

7. Η άδεια χρήσης GPL σημαίνει ότι και το περιεχόμενο του website μου υπόκειται στην GPL;

Όχι. Τα πνευματικά δικαιώματα και η άδεια χρήσης του Mambo δεν καλύπτουν το περιεχόμενο που δημιουργείτε. Η χρήση του Mambo δεν θέτει κανένα νομικό περιορισμό στην άδεια χρήσης ή τα πνευματικά δικαιώματα που χρησιμοποιείτε για το περιεχόμενο του website σας.

8. Έχω τροποποιήσει το Mambo για τις ανάγκες του δικού μου web site. Θα πρέπει να δημοσιεύσω αυτές τις μετατροπές;

Η άδεια χρήσης GPL επιτρέπει στον καθένα να φτιάξει μία τροποποιημένη έκδοση για δική του χρήση χωρίς την απαίτηση να την δημοσιεύσει ή να δώσει αυτές τις τροποποιήσεις σε άλλους.

9. Έχω κάνει μία αλλαγή (hack) στον κώδικα του πυρήνα του Mambo. Θα πρέπει να την δημοσιεύσω υπό την άδεια χρήσης GPL;

Εαν αποφασίσετε να διανεμίετε της τροποποιήσεις σας στους άλλους θα πρέπει να τις διανεμίετε κάτω από τους ίδιους όρους που λάβατε τον αρχικό κώδικα. Αυτό σημαίνει ότι οι μετατροπές σας θα πρέπει να διανεμηθούν κάτω από την GPL. Μπορείτε βέβαια σε αυτή τη περίπτωση να μεταβάλετε τις επικεφαλίδες του πηγαίου κώδικα ώστε να περιλαμβάνουν και τη δική σας δήλωση πνευματικής ιδιοκτησίας. Εάν το κάνετε θα πρέπει να σημειώσετε με σαφήνεια, στον πηγαίο κώδικα, τις αλλαγές, ή τροποποιήσεις που έχετε κάνει.

10. Έχω γράψει ένα Component, Module, Template για το Mambo. Θα πρέπει να το διανείμω βάσει της GPL;

Όχι. Η άδεια χρήσης GPL σας επιτρέπει να γράψετε τις δικές σας προσθήκες για το Mambo και να εκδώσετε αυτές τις προσθήκες κάτω από όποια άδεια χρήσης επιλέξετε.

11. Έχω γράψει ένα Component, Module, Template για το Mambo, το έχω εκδώσει κάτω από την άδεια χρήσης GPL και χρεώνω ένα τίμημα για αυτό. Το website X όμως το δίνει δωρεάν.

Εάν κάποιος πληρώσει αυτά που ζητάτε, η άδεια χρήσης GPL του δίνει επίσης το δικαίωμα να προωθήσει το λογισμικό ζητώντας ή όχι κάποιο τίμημα. Η τοποθέτηση ενός περιορισμού στη χρήση που κάνει κάποιος σε ένα λογισμικό υπό την άδεια χρήσης GPL, είναι παραβίαση της ίδιας της άδειας χρήσης GPL.

12. Μπορώ να αγοράσω ένα αντίγραφο του Mambo, από το οποίο έχουν αφαιρεθεί οι δηλώσεις πνευματικής ιδιοκτησίας;

Το Mambo δεν είναι διαθέσιμο με αυτό τον τρόπο. Μπορεί να ισχύει για κάποια άλλα προϊόντα βασισμένα στην άδεια χρήσης GPL.

13. Πιστεύω ότι το άτομο A παραβιάζει την άδεια χρήσης GPL. Τι πρέπει να κάνω;

Θα πρέπει να το αναφέρετε. Πρώτα συλλέξτε όλα τα στοιχεία και στη συνέχεια αναφέρετε το στέλνοντας ένα e-mail στο license-violation@mamboserver.com

14. Ποιος έχει την δύναμη να επιβάλει την άδεια χρήσης GNU GPL στο Mambo;

Μόνο ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων, δηλαδή η Miro International Pty Ltd, έχει τη δύναμη να το κάνει αυτό. Εάν η Ομάδα Ανάπτυξης του Mambo ανακαλύψει, ή πέσει στην αντίληψή της, παραβίαση της άδειας χρήσης GPL, θα το αναφέρουν στην Miro ώστε να προβούν στις κατάλληλες ενέργειες.

Η Miro αντιμετωπίζει την παράβαση πνευματικών δικαιωμάτων πολύ σοβαρά και θα διώξει ποινικώς στην πλήρη έκταση του νόμου.

15. Το website X χρησιμοποιεί, ή προσφέρει ένα δικό μου Component, Module, Template που δεν έχω εκδώσει κάτω από την άδεια χρήσης GPL, χωρίς την άδειά μου ή κατά παραβίαση της άδειας χρήσης του. Μπορείτε να με βοηθήσετε?

Παρόλο που αυτό δεν υπόκειται στην ευθύνη μας σχετικά με το Mambo μπορούμε να δράσουμε σαν ενδιαμέσοι σε αυτή την διαμάχη, για λογαριασμό σας. Στις περισσότερες περιπτώσεις, τέτοιες καταστάσεις προκύπτουν λόγω απλής παρανόησης και μπορούν να διευθετηθούν εξωδικαστικά. Θα πρέπει να στείλετε ένα e-mail με όλες τις λεπτομέρειες στο license-violation@mamboserver.com.

ΑΠΟΚΗΡΥΞΗ ΕΥΘΥΝΩΝ

Αυτό το έγγραφο αναφέρεται στο πρόγραμμα λογισμικού Mambo, Έκδοση 4.x και όλες τις μελλοντικές

εκδόσεις του, οι οποίες θα εκδοθούν υπό την άδεια χρήσης GNU General Public License και πνευματικά δικαιώματα της Miro International Pty Ltd.

Το παρόν έγγραφο υπόκειται σε προσθήκες, τροποποιήσεις και άλλες αλλαγές οποιαδήποτε στιγμή χωρίς ειδοποίηση.

Το παρόν έγγραφο δεν έχει καταρτιστεί από δικηγόρο. Θα πρέπει να συμβουλευθείτε έναν δικηγόρο πεπειραμένο στα πνευματικά δικαιώματα, τη χορήγηση αδειών και τη πνευματική ιδιοκτησία για όποια διευκρίνιση.

B. Γλωσσάρι Όρων

Category – Κάθε **κατηγορία** (Category) μπορούμε να την θεωρήσουμε ως μια αποθήκη ενός ή περισσοτέρων αντικειμένων περιεχομένου. Οι κατηγορίες ανήκουν στη μέση ακριβώς της ιεραρχικής φιλοσοφίας οργάνωσης των περιεχομένων Sections (Ενότητες) / Categories (Κατηγορίες) / Items (Αντικείμενα).

Content – Content θεωρούμε τα **περιεχόμενα** που απαρτίζουν έναν ιστότοπο, δηλαδή τα κείμενα και τις φωτογραφίες, σε αντιδιαστολή με τα χαρακτηριστικά εμφάνισης όπως το μέγεθος γραμμάτων, τα χρώματα, τη θέση κτλ. Η φιλοσοφία του Mambo είναι να επιτρέπει στον διαχειριστή να οργανώνει το περιεχόμενο του ιστότοπου χωρίς να τον απασχολεί ο εικαστικός τρόπος εμφάνισής του. Τα εικαστικά χαρακτηριστικά του ιστότοπου άλλωστε καθορίζονται από το πρότυπο εμφάνισης (template) που έχει επιλεγεί.

Content Item – Κάθε άρθρο ανήκει στο τελευταίο επίπεδο της ιεραρχικής δομής περιεχομένων και χρησιμοποιείται από το Mambo προκειμένου ο διαχειριστής να οργανώσει τα περιεχόμενα του ιστότοπού του. Τα **αντικείμενα περιεχομένων** (Content items) μπορούν να χωριστούν σε δυο βασικά κομμάτια: το 'Εισαγωγικό Κείμενο' (Intro Text) και το 'Κυρίως Κείμενο' (Main Text). Αυτός ο διαχωρισμός είναι χρήσιμος για τις περιπτώσεις που ο διαχειριστής θα επιλέξει να ορίσει την εμφάνιση του αντικειμένου ως 'blog' (συντομογραφία του 'weblog'), όπου θα εμφανίζεται στον ιστότοπο μια λίστα από αντικείμενα περιεχομένου και εμφανές στον επισκέπτη θα είναι μόνο το εισαγωγικό κείμενο. Εν συνεχεία, εφόσον ο επισκέπτης το επιθυμεί, πατώντας τον σύνδεσμο (link) για να δει περισσότερες πληροφορίες για το συγκεκριμένο αντικείμενο, θα εμφανισθούν όλες οι πληροφορίες του, συμπεριλαμβανομένου του εισαγωγικού και του κυρίως κειμένου. Σε περίπτωση που ο διαχειριστής επιλέξει διαφορετικό ύφος εμφάνισης του αντικειμένου στον ιστότοπο, τότε θα πρέπει να καταχωρίσει μόνο το εισαγωγικό κείμενο γιατί το κυρίως ούτως ή άλλως δεν θα εμφανισθεί.

Component - Οι **υποεφαρμογές** (components) είναι ένα σύνολο αρχείων με συγκεκριμένη λειτουργικότητα και χαρακτηριστικά, τα οποία μπορούν να ενσωματωθούν στις λειτουργίες του Mambo με μια απλή εγκατάσταση και τα οποία

δίνουν επιπλέον δυνατότητες στους διαχειριστές του mambo. Κάθε υποεφαρμογή περιλαμβάνει συνήθως ένα δικό της αρχείο ρυθμίσεων στο οποίο έχουν πρόσβαση οι διαχειριστές μέσω της επιλογής 'components' της λίστας επιλογών του περιβάλλοντος διαχείρισης και το οποίο κάποιες φορές συνεργάζεται με κάποια υπομονάδα (module) ή κάποιο Mambot για τον τρόπο εμφάνισης των περιεχομένων της υποεφαρμογής στον ιστότοπο. Για παράδειγμα η υποεφαρμογή, mambo-phpShop προσφέρει δυνατότητες e-commerce στον ιστότοπό που το χρησιμοποιεί αλλά για να έχει πρόσβαση κάθε επισκέπτης στη λίστα επιλογών του e-shop, θα πρέπει ο διαχειριστής να έχει εγκαταστήσει την κατάλληλη υπομονάδα (module).

Mambot – Τα mambot είναι **μικρά προγράμματα τα οποία εκτελούνται λίγο πριν εμφανισθεί κάποιο αντικείμενο περιεχομένου στον ιστότοπο**. Το mambot μπορεί να χειριστεί το τελικό αποτέλεσμα περιεχομένου και να αντικαταστήσει ειδικά σημεία ή tags τα οποία είναι ενσωματωμένα στα περιεχόμενα με κάποια συγκεκριμένη λειτουργία ή μορφοποίηση. Για παράδειγμα υπάρχει κάποιο mambot το οποίο καθορίζει ποια περιεχόμενα είναι ορατά στους επισκέπτες σύμφωνα με το επίπεδο πρόσβασης που έχουν. Υπάρχει επίσης ένα προεγκατεστημένο mambot το οποίο επιτρέπει στον διαχειριστή να εισάγει εικόνες στα περιεχόμενα. Τα Mambots εφαρμόζονται συνήθως στο περιεχόμενο με την παρεμβολή μιας ειδικής ετικέτας που οριοθετείται από τα curly braces και έχουν παραμέτρους που επιτρέπουν στον διαχειριστή να τις ρυθμίσει για να ορίσει τον τρόπο λειτουργίας τους.

Module – Η **υπομονάδα (module)** είναι ένα 'παράθυρο' ή τμήμα της οθόνης που χρησιμοποιείται για να παρουσιάσει κάποια μορφή περιεχομένου στον ιστότοπό. Οι υπομονάδες συνήθως εμφανίζονται στην άκρη της οθόνης ενώ το κυρίως περιεχόμενο εμφανίζεται στην μέση της οθόνης. Παραδείγματα υπομονάδων αποτελούν το πεδίο αναζήτησης περιεχομένου του mambo ιστότοπου, τα δημοψηφίσματα (Polls) και το who's online. Επίσης κάθε λίστα επιλογών εμφανίζεται μέσω μιας υπομονάδας.

Mosbot – Είναι ένας ακόμα όνομα για να χαρακτηρίσει τα **mambot**.

Section – Κάθε Section (**Ενότητα**) είναι ουσιαστικά μια αποθήκη που περιλαμβάνει μια ή περισσότερες κατηγορίες (categories). Οι ενότητες αποτελούν το πρώτο επίπεδο της ιεραρχικής δομής περιεχομένων που χρησιμοποιεί το Mambo για την οργάνωσή τους.

Template – Template (**πρότυπο εμφάνισης**) είναι ο εικαστικό τρόπος παρουσίασης του mambo ιστότοπου. Κάθε πρότυπο εμφάνισης περιλαμβάνει ένα αρχείο με όνομα index.php, το οποίο καθορίζει τον σκελετό και το στήσιμο όλων των σελίδων και ένα css (cascading style sheet) αρχείο όπου ορίζεται η μορφοποίηση που θα χρησιμοποιηθεί. Μπορείτε να ορίσετε διαφορετικό πρότυπο εμφάνισης ανά αντικείμενο λίστας επιλογής (menu) εφόσον επιθυμείτε σε ορισμένες σελίδες να αλλάξετε το εικαστικό. Το πρότυπο εμφάνισης καθορίζει σε ποιο σημείο της οθόνης θα εμφανισθεί κάθε υποεφαρμογή (module), ποια γραμματοσειρά θα χρησιμοποιηθεί, ποια χρώματα κτλ.

Γ. Εγκατάσταση του Mambo σε Web Server

Προετοιμασία/ Έλεγχος του Εξυπηρετητή Web

Οι οδηγίες που ακολουθούν αφορούν την εγκατάσταση του Mambo 4.5.2.1 (τελευταία έκδοση μέχρι τη στιγμή που γράφονται οι παρακάτω οδηγίες) σε έναν εξυπηρετητή web, ο οποίος έχει Linux ή FreeBSD για λειτουργικό σύστημα και έχει εγκατεστημένα τα εξής:

1. MySQL
2. PHP
3. και φυσικά Apache

Οι παρακάτω οδηγίες έγιναν δοκιμή σ' έναν εξυπηρετητή ο οποίος είχε τα εξής χαρακτηριστικά:

1. FreeBSD 4.9-RELEASE-p11
2. mysql Ver 12.22 Distrib 4.0.16
3. PHP 4.3.8
4. Apache 1.3.33

Αν τα χαρακτηριστικά του δικού σας εξυπηρετητή web διαφέρουν, δεν υπάρχει λόγος να ανησυχείτε. Το Mambo μπορεί να εγκατασταθεί σε οποιοδήποτε εξυπηρετητή, αρκεί να υπάρχουν τα στοιχεία της παραπάνω πρώτης λίστας.

Επίσης είναι πολύ σημαντικό να έχετε τουλάχιστον 10MB ελεύθερο χώρο για την αντιγραφή και εγκατάσταση των αρχείων του Mambo καθώς και μια βάση δεδομένων (η δημιουργία της είναι μια λειτουργία που έχουν οι περισσότεροι πίνακες ελέγχων των εταιριών που προσφέρουν υπηρεσίες φιλοξενίας).

Τέλος θα χρειαστείτε σίγουρα ένα πρωτόκολλο μεταφοράς αρχείων (FTP Client). Μπορείτε να βρείτε αρκετά στο διαδίκτυο δωρεάν ή να αγοράσετε κάποιο που σας αρέσει ή και ακόμα να χρησιμοποιήσετε το σύστημα διαχείρισης αρχείων που πιθανώς να σας προσφέρει ο πίνακας ελέγχου της εταιρίας που σας φιλοξενεί. Στη συγκεκριμένη περίπτωση χρησιμοποιήθηκε WS FTP Pro της IPswitch (<http://www.ipswitch.com/>).

Κατέβασμα του Mambo 4.5.2.1 (η οποιαδήποτε είναι η τελευταία έκδοση)

Ξεκινάμε την διαδικασία κατεβάζοντας την τελευταία έκδοση του Mambo από το <http://www.mamboserver.com>. Στην ουσία η συγκεκριμένη ζεύξη μας οδηγεί σε έναν άλλο ιστότοπο, τον <http://mamboforge.net/> που περιέχει πολλά και ενδιαφέροντα αρχεία που αφορούν το Mambo. Στον ιστότοπο αυτό μαζί με την τελευταία έκδοση του Mambo (MamboV4.5.2-Stable.tar.gz), θα βρούμε κι ένα ακόμα αρχείο το Patch_4.5.2_to_4.5.2.1.zip, το οποίο προσθέτει μια δικλίδα ασφαλείας του Mambo και έτσι έχουμε την έκδοση 4.5.2.1.

Ανάπτυγμα του Mambo 4.5.2.1

Με την προϋπόθεση ότι έχουμε πάντα εγκατεστημένο στον υπολογιστή μας το WinZip (αλλιώς μπορείτε να το κατεβάσετε από <http://www.winzip.com/>), ανοίγουμε το πρώτο αρχείο (MamboV4.5.2-Stable.tar.gz) και το αποσυμπιέζουμε στο σκληρό μας δίσκο. Αυτό δημιουργεί το φάκελο που τον ορίσαμε εμείς στο WinZip και

ανοίγοντας το συγκεκριμένο φάκελο, μπορούμε να δούμε τη δομή του Mambo.

Το δεύτερο βήμα που πρέπει να κάνουμε είναι να ανοίξουμε το δεύτερο αρχείο (Patch_4.5.2_to_4.5.2.1.zip) και να το αποσυμπιέσουμε ακριβώς στον ίδιο φάκελο που αποσυμπιέσαμε το πρώτο αρχείο, πάνω στη ήδη υπάρχουσα δομή. Εκεί αντιγράφονται κάποια αρχεία τα οποία «αλλάχθηκαν» για λόγους ασφαλείας και αντικαθιστούν τα παλιά.

Μετά από τις αποσυμπιέσεις των δύο αρχείων, υπάρχει πλέον στον υπολογιστή σας ολόκληρη η δομή του Mambo 4.5.2.1 περιμένοντας να μπει στο νέο της σπίτι&

Δημιουργία της βάσης δεδομένων

Το επόμενο στάδιο αφορά τη δημιουργία της βάσης δεδομένων που θα φιλοξενήσει τα δεδομένα του Mambo, καθώς και τη δημιουργία ενός χρήστη, ο οποίος θα έχει πρόσβαση στη συγκεκριμένη βάση. Ο χρήστης αυτός χρησιμοποιείται για τη δημιουργία πινάκων, εγγραφών κτλ καθώς και τη διαγραφή τους από τη βάση. Ο συγκεκριμένος χρήστης δεν έχει καμία σχέση με τους χρήστες που θα υπάρξουν αργότερα και θα έχουν ή όχι πρόσβαση στον πίνακα ελέγχου του Mambo.

Πηγαίνουμε λοιπόν στο πίνακα ελέγχου που μας παρέχει ο εξυπηρετητής web και πηγαίνουμε εκεί που είναι οι βάσεις δεδομένων. Δημιουργούμε μια καινούργια βάση δεδομένων (δίνοντας ένα οποιοδήποτε όνομα) και έναν καινούργιο χρήστη (δίνοντας πάλι ένα όνομα και ένα κωδικό), και του δίνουμε όλα τα δικαιώματα (permissions) στη συγκεκριμένη βάση (μερικά από αυτά είναι select, insert, update, delete, create, drop, index, alter).

Η διαδικασία δημιουργίας βάσης δεδομένων και χρήστη διαφέρει από εξυπηρετητή σε εξυπηρετητή web. Είναι μια απλή διαδικασία και δεν χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις, γιατί όλα είναι σχεδόν αυτόματα μέσα από τον πίνακα ελέγχου. Μετά το τέλος της δημιουργίας βάσης και του χρήστη, είμαστε έτοιμοι να «ανεβάσουμε» το Mambo μας στον εξυπηρετητή web που έχουμε.

Ανέβασμα του Mambo 4.5.2.1 στον εξυπηρετητή Web

Έφτασε λοιπόν η ώρα να ανεβάσουμε το Mambo στον εξυπηρετητή web που έχουμε. Ανοίγουμε το πρόγραμμα μεταφοράς αρχείων που έχουμε (ftp) και κάνουμε connect με τα στοιχεία (ψευδώνυμο και κωδικό) που έχουμε. Εδώ τώρα έχουμε 2 επιλογές. Είτε θα ανεβάσουμε το Mambo στο πηγαίο (root) φάκελο, είτε θα δημιουργήσουμε ένα νέο φάκελο. Και στις 2 περιπτώσεις το αποτέλεσμα θα είναι το ίδιο όσον αφορά τη δομή των αρχείων του Mambo. Στη συγκεκριμένη περίπτωση θα το ανεβάσουμε σ' ένα φάκελο που έχουμε ονομάσει mambo. Βρίσκουμε στον υπολογιστή μας το φάκελο που περιέχει τη δομή των αρχείων του Mambo που αποσυμπιέσαμε και τον μεταφέρουμε στον αντίστοιχο mambo φάκελο που βρίσκεται στο εξυπηρετητή web. Η διαδικασία αυτή θα διαρκέσει κάποιο χρονικό διάστημα, ανάλογα με τη σύνδεση που έχετε. Μόλις τελειώσει, είμαστε έτοιμοι να περάσουμε στο επόμενο στάδιο που είναι και το τελικό, την εγκατάσταση του Mambo.

Εγκατάσταση του Mambo 4.5.2.1 στον εξυπηρετητή Web

Αφού τελειώσετε με το ανέβασμα όλων των αρχείων στον ιστότοπό σας, πηγαίνετε στην αρχική σελίδα σας (<http://www.yoursite.com> ή <http://yoursite.com/mambofolder>). Πρέπει τώρα να δείτε μια σελίδα ελέγχου προ-εγκαταστάσεων που παράγεται από το Mambo. Εάν δε βλέπετε τη σελίδα ελέγχου παρακαλώ ελέγξτε τα εξής:

- Ανεβάσατε όλα τα αρχεία στον ιστότοπό σας;
- Αφαιρέσατε και κρατήσατε ένα αντίγραφο ασφαλείας του παλαιού σας ιστότοπου;
- Έχετε πραγματικά έναν εξυπηρετητή web με Apache / PHP / MySQL;
- Έχετε ένα αρχείο configuration.php στον φάκελο σας mambo;

Εάν επιβεβαιώσετε όλα τα παραπάνω, και ακόμα δε βλέπετε τη σελίδα ελέγχου, προσπαθήστε να πάτε στην σελίδα <http://www.yourpage.com/installation/index.php>. Αυτή είναι η άμεση διεύθυνση για τη σελίδα ελέγχου. Εάν δεν παρουσιάζεται, ή βλέπετε πολλά λάθη και κώδικα που δεν καταλαβαίνετε, πιθανώς δεν έχετε έναν εξυπηρετητή web με Apache / PHP / MySQL.

Η σελίδα ελέγχου προ-εγκαταστάσεων λειτουργεί σε τρία μέρη.

Το πρώτο ελέγχει ότι το σύστημά σας είναι σε θέση να τρέξει το Mambo. Το δεύτερο μέρος είναι κάποιες PHP ρυθμίσεις. Το τρίτο μέρος ελέγχει τα δικαιώματα κάποιων αρχείων και φακέλων.

Εάν είναι όλα εντάξει πατήστε στο "Next Button". Εάν υπάρχουν μερικά στοιχεία που τονίζονται με κόκκινο, παρακαλώ ζητήστε από τον εξυπηρετητή web σας να τα διορθώσει. Εάν δεν είναι δυνατόν να τα διορθώσετε μόνοι σας, μπορείτε ακόμα να πατήσετε στο "Next", και να δείτε τι θα συμβεί.

Η επόμενη σελίδα περιέχει τους όρους χρήσης για το Mambo. Εάν συμφωνείτε με τους όρους, πατήστε το τετραγωνίδιο δίπλα στο "I Accept the GPL License" και μετά το "Next" κουμπί. Δεν θα είστε σε θέση να προχωρήσετε εάν δε συμφωνήσετε με τους όρους χρήσης.

Η επόμενη σελίδα διαμορφώνει τη βάση δεδομένων MySQL και αποτελεί το πρώτο στάδιο της διαδικασίας εγκατάστασης.

Εισάγετε τις ρυθμίσεις της βάσης δεδομένων σας MySQL. Είναι όλα τα στοιχεία για τα οποία μιλήσαμε προηγουμένως (ψευδώνυμο, κωδικός, βάση δεδομένων). Το όνομα φιλοξενητή (hostname) της βάσης δεδομένων σας είναι συνήθως localhost. Αυτό σημαίνει ότι ο εξυπηρετητής της βάσης δεδομένων και ο εξυπηρετητής web τρέχουν στον ίδιο υπολογιστή. Στην περίπτωση που ο localhost δεν είναι ένας ενεργός εξυπηρετητής βάσεων δεδομένων, θα πρέπει να έρθετε σε επαφή με το διαχειριστή σας.

Σας δίνεται η επιλογή να διαγράψετε τους υπάρχοντες πίνακες στην ορισμένη βάση δεδομένων καθώς και να πάρετε ένα αντίγραφο ασφαλείας των πινάκων. Μπορείτε επίσης να εγκαταστήσετε κάποια δείγματα περιεχομένου.

Εάν αυτή είναι η πρώτη σας εγκατάσταση, σας συστήνουμε να διαλέξετε αυτή την επιλογή.

Όταν έχετε εισάγει τις ρυθμίσεις της βάσης δεδομένων σας κατάλληλα, πατήστε στο "Next" κουμπί. Θα κληθείτε να επιβεβαιώσετε την λειτουργία της βάσης δεδομένων. Πατήστε "OK" εάν είστε σίγουροι ότι οι ρυθμίσεις σας είναι σωστές και μπορείτε να προχωρήσετε. Η βάση δεδομένων θα ολοκληρωθεί μεταξύ αυτού και του επόμενου βήματος. Οποιαδήποτε λάθη προκύψουν κατά τη διάρκεια του ολοκλήρωσης της βάσης δεδομένων θα παρουσιαστούν στην επόμενη σελίδα.

Το επόμενο βήμα είναι απλά μια σελίδα όπου εισάγετε το όνομα του ιστότοπού σας. Εισάγετε ένα όνομα για τον ιστότοπό σας και πατήστε το "Next" κουμπί. Παρακαλώ σημειώστε ότι μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ειδικούς χαρακτήρες σε αυτήν την περιοχή.

Το τρίτο βήμα είναι μια σελίδα που επιβεβαιώσει τον φάκελο εγκατάστασης, το URL του ιστότοπου, τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σας και το συνθηματικό πρόσβασης του διαχειριστή.

Η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι για τον κεντρικό διαχειριστή. Αυτός ο λογαριασμός χρήστη δημιουργείται αυτόματα για σας. Το συνθηματικό που πληκτρολογείτε θα χρησιμοποιηθεί για τον λογαριασμό διαχειριστή. Το ψευδώνυμο για τον κεντρικό διαχειριστή είναι "admin". Μπορείτε να αλλάξετε το τυχαία παραγμένο συνθηματικό εάν το επιθυμείτε.

Τα δικαιώματα αρχείων και φακέλων θα χρησιμοποιηθούν εγκαθιστώντας το Mambo, από τους επιπλέον εγκαταστάτες του Mambo και από τον διευθυντή μέσω. Εάν είστε αβέβαιοι για τις ρυθμίσεις που χρειάζεστε, αφήστε τις προεπιλεγμένες ρυθμίσεις προς το παρόν. Μπορείτε ακόμα να αλλάξετε αυτές τις ρυθμίσεις αργότερα στη περιοχή γενικών ρυθμίσεων.

Πατήστε στο "Επόμενο" κουμπί. Η τελική σελίδα επιβεβαιώνει τη κατάσταση της εγκατάστασης καθώς και το ψευδώνυμο και συνθηματικό του κεντρικού διαχειριστή. Μην ξεχάσετε το ψευδώνυμο και το συνθηματικό του κεντρικού διαχειριστή δεδομένου ότι δεν είναι δυνατό να εισαχθείτε στο τμήμα διαχείρισης χωρίς αυτά. Εάν χάσετε αυτές τις πληροφορίες, πρέπει να ξεκινήσετε από την αρχή όλη την διαδικασία εγκατάστασης.

Για λόγους ασφάλειας σας υπενθυμίζουμε να διαγράψετε το φάκελο εγκατάστασης, και να ανανεώσετε έπειτα τη σελίδα. Μέχρι να γίνει αυτό, το Mambo δεν θα λειτουργεί.

Υπάρχουν δύο κουμπιά που θα σας πάνε είτε στον ιστότοπό σας Mambo είτε στην περιοχή διαχείρισης. Εάν αυτό είναι η πρώτη εγκατάστασή σας, τότε πατήστε το κουμπί "View Site". Εκεί θα δείτε τον Mambo ιστότοπό σας. Αφιερώστε μερικά λεπτά για να εξερευνήσετε μερικές επιλογές μενού. Όταν είστε έτοιμοι, πατήστε τη ζεύξη "Administrator" στο κυρίως μενού. Εισάγετε το ψευδώνυμο και το συνθηματικό όπως τα είδατε στην σελίδα του τέταρτου βήματος.

Εάν αυτή δεν είναι η πρώτη σας φορά στο Mambo, ξέρετε τι για να κάνετε τώρα.

Η εγκατάστασή σας έχει ολοκληρωθεί, και είστε έτοιμοι για το MAMBO!

Δ. Εγκατάσταση του Mambo στο Σχολικό Δίκτυο

Εισαγωγή

Το Σχολικό Δίκτυο ΣΔ είναι μια δωρεάν υπηρεσία του Υπουργείου Παιδείας, κυρίως, προς τα στελέχη της εκπαίδευσης, δασκάλους και καθηγητές ΜΕ και τις σχολικές μονάδες. Ανάμεσα στα άλλα που προσφέρει είναι χώρος για δημοσίευση ιστοσελίδων, στατικών και δυναμικών. Το κείμενο που ακολουθεί είναι οδηγός για την εγκατάσταση του Mambo στον εξυπηρετητή ιστοσελίδων του ΣΔ.

Στον εξυπηρετητή του ΣΔ χρησιμοποιούνται Apache, Php και Mysql, δυστυχώς όμως σε ασφαλή λειτουργία (Safe Mode ON). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην μπορεί να χρησιμοποιήσουμε το σενάριο εγκατάστασης (installation script) του Mambo και να πρέπει να κάνουμε χειροκίνητη εγκατάσταση.

Τι χρειαζόμαστε

Τα παρακάτω είναι αναγκαία για την εγκατάσταση του mambo:

- Το αρχείο MamboV4.5.2-Stable.tar.gz
- Διορθωτής κειμένου, π.χ. wordpad, όχι σημειωματάριο - Word.
- Πρόγραμμα αποσυμπίεσης αρχείων, π.χ. 7zip - winzip – winrar.
- Πρόγραμμα ftp, π.χ. flashfxp, το οποίο θα χρησιμοποιήσουμε για το παράδειγμα αυτό.

Τα βήματα που ακολουθούμε είναι τα εξής:

1. Δημιουργία της βάσης δεδομένων.

Το ΣΔ, ενώ παρέχει βάση δεδομένων, δεν τη δημιουργεί αυτόματα. Πρέπει να ζητήσει ο χρήστης τη δημιουργία της. Τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσουμε είναι τα εξής:

Πάμε στο <http://www.sch.gr/>

Συνδεόμαστε με όνομα χρήστη και κωδικό που χρησιμοποιούμε και για τη σύνδεση στο Internet μέσω του ΣΔ.

Κάνουμε, διαδοχικά, κλικ στο mysch, Ο δικτυακός μου τόπος και Στοιχεία δικτυακού τόπου.

Η οθόνη που βλέπουμε είναι η ακόλουθη.

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΧΟΛΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ
Το δίκτυο στην υπηρεσία της Εκπαίδευσης

Ο δικτυακός μου Τύπος

ΔΕΡ

Στοιχεία δικτυακού τύπου	
Διεύθυνση δικτυακού τύπου	users.sch.gr/zsdregas
Περιγραφή δικτυακού τύπου	
Διακομιστής δημοσίευσης Ιστοσελίδων	users.dod.sch.gr
Εμφάνιση στον κατάλογο του Π.Σ.Δ.	

Βάση δεδομένων	
Εξυπηρετητής (Host ή Server)	localhost
Όνομα χρήστη	zsdregas
Κωδικός πρόσβασης MySQL	δεν έχει δημιουργηθεί κωδικός πρόσβασης Δημιουργία
Όνομα βάσης δεδομένων	δεν έχει δημιουργηθεί βάση δεδομένων

Διαχείριση βάσης δεδομένων

Το Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο θίγει στην διάθεση των χρηστών του δικτυακό περιβάλλον για την ευκολότερη διαχείριση της βάσης δεδομένων.
[Παράδοση Βάσης Δεδομένων](#)

Οδηγίες για την δημοσίευση δυναμικών ιστοσελίδων στο Π.Σ.Δ.

Το Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο στην προσπάθειά του να εξυπηρετήσει με όσο το δυνατό καλύτερο τρόπο τους χρήστες που θέλουν να δημοσιεύσουν τις ιστοσελίδες τους στους Servers του, προσφέρει αναλυτικές οδηγίες σχετικά με τον τρόπο δημοσίευσης των ιστοσελίδων, την χρήση της PHP αλλά και της βάσης δεδομένων MySQL που πλέον μπορούν να χρησιμοποιούν οι χρήστες του Π.Σ.Δ. στις ιστοσελίδες τους.
[Οδηγίες Δημοσίευσης Δυναμικών Ιστοσελίδων](#)

Για να δημιουργήσουμε τη βάση κάνουμε κλικ στο *Δημιουργία*. Αυτό που θα δούμε μοιάζει με την παρακάτω εικόνα:

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΧΟΛΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ
Το δίκτυο στην υπηρεσία της Εκπαίδευσης

Ο δικτυακός μου Τύπος

ΔΕΡ

Στοιχεία δικτυακού τύπου	
Διεύθυνση δικτυακού τύπου	users.sch.gr/zsdregas
Περιγραφή δικτυακού τύπου	
Διακομιστής δημοσίευσης Ιστοσελίδων	users.dod.sch.gr
Εμφάνιση στον κατάλογο του Π.Σ.Δ.	

Αλλαγή

Βάση δεδομένων	
Εξυπηρετητής (Host ή Server)	localhost
Όνομα χρήστη	zsdregas
Κωδικός πρόσβασης MySQL	password Αλλαγή
Όνομα βάσης δεδομένων	zsdregas-db1

Διαχείριση βάσης δεδομένων

Το Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο θίγει στην διάθεση των χρηστών του δικτυακό περιβάλλον για την ευκολότερη διαχείριση της βάσης δεδομένων.
[Παράδοση Βάσης Δεδομένων](#)

Οδηγίες για την δημοσίευση δυναμικών ιστοσελίδων στο Π.Σ.Δ.

Το Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο στην προσπάθειά του να εξυπηρετήσει με όσο το δυνατό καλύτερο τρόπο τους χρήστες που θέλουν να δημοσιεύσουν τις ιστοσελίδες τους στους Servers του, προσφέρει αναλυτικές οδηγίες σχετικά με τον τρόπο δημοσίευσης των ιστοσελίδων, την χρήση της PHP αλλά και της βάσης δεδομένων MySQL που πλέον μπορούν να χρησιμοποιούν οι χρήστες του Π.Σ.Δ. στις ιστοσελίδες τους.
[Οδηγίες Δημοσίευσης Δυναμικών Ιστοσελίδων](#)

Τα στοιχεία που βλέπουμε στα παραπάνω πλαίσια τα σημειώνουμε γιατί θα μας χρειαστούν στη συνέχεια.

Τον κωδικό της Mysql που εμφανίζεται δεν μπορούμε να τον αλλάξουμε με κάποιο δικό μας. Γίνεται, μόνο, να αλλάξει αυτόματα πατώντας το σύνδεσμο *Αλλαγή* που βρίσκεται δεξιά από τον κωδικό στην ίδια σελίδα.

Παρατήρηση: Πρέπει να προσέξουμε ο κωδικός να μην περιέχει το χαρακτήρα \$

(δολάριο), γιατί μπορεί να προκαλέσει προβλήματα σύνδεσης στη βάση δεδομένων.

Τώρα είμαστε σε θέση να διαχειριστούμε τη βάση δεδομένων είτε από το σύνδεσμο Διαχείριση Βάσης Δεδομένων, είτε εισάγοντας κατευθείαν τη διεύθυνση www.onoma-nomou.sch.gr/rhpmadmin, (π.χ. www.dod.sch.gr/rhpmadmin αν είμαστε στο νομό Δωδεκανήσου), στη γραμμή διευθύνσεων του περιηγητή. Θα μας ζητήσει να εισάγουμε όνομα χρήστη και κωδικό και θα πρέπει να εισάγουμε το όνομα χρήστη και τον κωδικό της Mysql που μας δόθηκε παραπάνω.

2. Προετοιμασία των στοιχείων της Βάσης Δεδομένων

Κατεβάζουμε το MamboV4.5.2-Stable.tar.gz από το www.mamboportal.gr και το αποσυμπιέζουμε σε ένα φάκελο στο σκληρό μας δίσκο, π.χ. c:\mambo.

Πηγαίνουμε στο φάκελο c:\mambo\installation\sql και ανοίγουμε το αρχείο mambo.sql με το διορθωτή κειμένου. Αντικαθιστούμε όλα τα #__ (κάγκελο – κάτω παύλα – κάτω παύλα) με το mos_ (mos κάτω παύλα).

Εισάγουμε τις παρακάτω γραμμές στο τέλος του αρχείου:

```
INSERT INTO `mos_users` VALUES (62, 'Administrator', 'τι όνομα χρήστη θα έχει ο διαχειριστής', 'η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου', md5('κωδικός διαχειριστή'), 'superadministrator', 0, 1, 25, '2004-06-06 00:00:00', '0000-00-00 00:00:00', "", "");
INSERT INTO `mos_core_acl_aro` VALUES (62,'users','62',0,'Administrator',0);
INSERT INTO `mos_core_acl_groups_aro_map` VALUES (25,"",62);
```

Στο "τι όνομα χρήστη θα έχει ο διαχειριστής" βάζουμε ό,τι θέλουμε, π.χ. admin, superuser κλπ. Στο "κωδικός διαχειριστή" πάλι ό,τι θέλουμε π.χ. admin και συμπληρώνουμε και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να παίρνουμε emails.

Αποθηκεύουμε το αρχείο και κλείνουμε το πρόγραμμα.

3. Αρχείο Ρυθμίσεων

Το επόμενο βήμα έχει να κάνει με το φτιάξιμο του αρχείου ρυθμίσεων του Mambo.

Μαζί με το Mambo έρχεται το αρχείο configuration.php-dist, το οποίο βρίσκεται στο φάκελο όπου έχουμε αποσυμπιέσει το Mambo. Το μετονομάζουμε σε configuration.php και το ανοίγουμε με ένα διορθωτή κειμένου. Οι γραμμές που πρέπει να αλλάξουμε είναι οι εξής:

```

1. $mosConfig_user = "";           // MySQL username
2. $mosConfig_password = "";       // MySQL password
3. $mosConfig_db = "";             // MySQL database name
4. $mosConfig_live_site = 'http://your_mambo_site.com'; // No trailing slash
5. $mosConfig_sitename = 'Mambo';  // Name of Mambo site
6. $mosConfig_sendmail = '/usr/sbin/sendmail';
7. $mosConfig_absolute_path = '/path/to/mambo/install'; // No trailing slash
8. $mosConfig_cache_path = '/path/to/mambo/install/cache';

```

Το 1 είναι το όνομα χρήστη για τη βάση δεδομένων και είναι το ίδιο με το όνομα χρήστη για τη σύνδεση στο Internet μέσω του ΣΔ. Έτσι αν το όνομα χρήστη που έχουμε είναι zsdregas η γραμμή πρέπει να γίνει:

```
$mosConfig_user = 'zsdregas'; // MySQL username
```

Το 2 είναι ο κωδικός για τη βάση δεδομένων που μας έχει δοθεί από το βήμα 1. Η γραμμή αυτή πρέπει να είναι κάπως έτσι:

```
$mosConfig_password = 'naughtydog'; // MySQL password
```

Το 3 είναι το όνομα της βάσης δεδομένων, που έχει τη μορφή όνομαχρήστη-db1. Η γραμμή λοιπόν θα έχει τη μορφή

```
$mosConfig_db = 'zsdregas-db1'; // MySQL database name
```

Το 4 είναι η διεύθυνση του ιστοτόπου. Τη βρίσκουμε από το βήμα 1. Γενικά είναι της μορφής: <http://users.νομός.sch.gr/όνομαχρήστη>. Για παράδειγμα:

```
$mosConfig_live_site = 'http://users.dod.sch.gr/zsdregas'; // No trailing slash
```

Το 5 είναι το όνομα του ιστοτόπου. Π.χ.

```
$mosConfig_sitename = 'Η σελίδα μου'; // Name of Mambo site
```

Το 6 καταγράφει σε ποιο φάκελο βρίσκεται το πρόγραμμα sendmail, που είναι υπεύθυνο για την αποστολή των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του ιστοτόπου μας. Η γραμμή αυτή πρέπει να είναι:

```
$mosConfig_sendmail = '/usr/lib/sendmail -t -i';
```

Για να συμπληρώσουμε τις γραμμές 7 και 8 πρέπει να κάνουμε λίγη παραπάνω δουλειά. Ανοίγουμε το διορθωτή κειμένου και εισάγουμε τις ακόλουθες γραμμές σε ένα νέο έγγραφο:

Αποθηκεύουμε ως `phrinfo.php` και κλείνουμε το διορθωτή. Συνδεόμαστε στο internet, ανοίγουμε το πρόγραμμα ftp, και πάμε στο `ftp://users.νομός.sch.gr/όνομαχρήστη`, δίνοντας το όνομα χρήστη και τον κωδικό που έχουμε και για τη σύνδεση στο internet από στο ΣΔ.

Μεταφέρουμε το αρχείο phrinfo.php, που μόλις φτιάξαμε στον εξυπηρετητή.

Ανοίγουμε το περιηγητή και πάμε στη διεύθυνση <http://users.νομός.sch.gr/όνομαχρήστη/phrinfo.php> Αυτό που θα δούμε είναι οι ρυθμίσεις του διακομιστή Internet στον οποίο θα φιλοξενηθεί η σελίδα μας.

Ψάχνουμε να βρούμε τη γραμμή που περιέχει αριστερά το λεκτικό SCRIPT_FILENAME. Αυτό που θέλουμε βρίσκεται δεξιά του και έχει τη μορφή:

/users/νομός/σχολείο/χρήστης/public_html

για παράδειγμα:

SCRIPT_FILENAME	/users/dod/1tee-kalymn/zsdregas/public_html/phpinfo.php
-----------------	---

Αντιγράφουμε, λοιπόν, τη γραμμή αυτή από το /users μέχρι το public_html, χωρίς την κάθετο μετά το public_html. Αυτό βάζουμε στο 7 και 8, που γίνονται, αντίστοιχα:

```
$mosConfig_absolute_path = '/users/νομός/σχολείο/χρήστης/public_html';
$mosConfig_cachepath = '/users/νομός/σχολείο/χρήστης/public_html /cache';
```

Αποθηκεύουμε και κλείνουμε το πρόγραμμα.

4. Ανέβασμα της βάσης

Συνδεόμαστε στο phrmyadmin του ΣΔ όπως περιγράψαμε παραπάνω.

Κάνουμε κλικ στο όνομα της βάσης (όνομαχρήστη-db1) πάνω αριστερά. Μετά κλικ στο SQL, αναζήτηση, επιλέγουμε το αρχείο c:\mambo\mambo.sql που τροποποιήσαμε παραπάνω και πατάμε το κουμπί Εκτέλεση.

Η εναλλακτικά επιλέγουμε το παράθυρο υποερωτήματος και το εισαγωγή αρχείων.

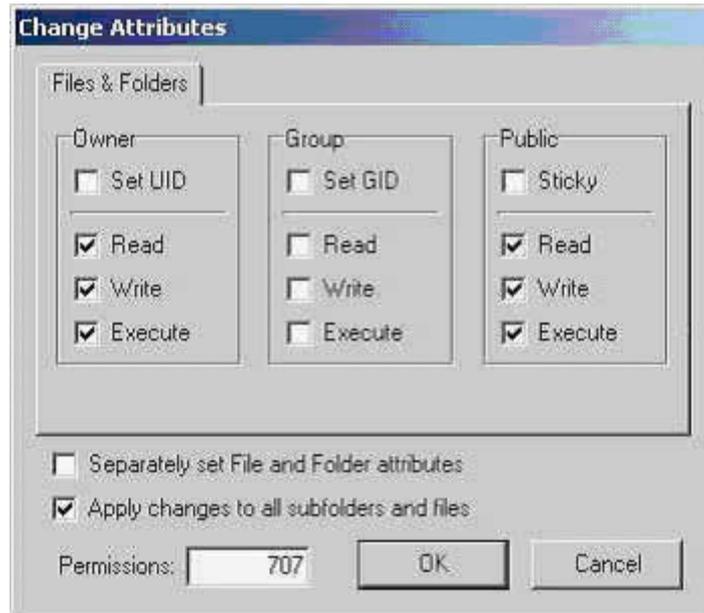
Αν θέλουμε εισάγουμε με το ίδιο τρόπο και το αρχείο c:\mambo sample_data.sql, για να έχουμε κάποια δεδομένα στη σελίδα μας. Αν εισάγουμε και το αρχείο αυτό, πρέπει να αντικαταστήσουμε όλα τα #__ με το mos_ όπως κάναμε και στο βήμα 2.

5. Ανέβασμα αρχείων στον εξυπηρετητή.

Χρησιμοποιώντας το πρόγραμμα FTP, ανεβάζουμε το φάκελο c:\mambo στον εξυπηρετητή του ΣΔ, εκτός του φακέλου installation. Η διεύθυνση είναι της μορφής:

ftp://users.νομός.sch.gr/όνομαχρήστη,
πχ ftp://users.dod.sch.gr/zsdregas

Μόλις τελειώσει το ανέβασμα, πρέπει να αλλάξουμε ιδιότητες (chmod) σε αρκετούς φακέλους, χρησιμοποιώντας πάλι το πρόγραμμα ftp. Στο flashfxp κάνουμε δεξιά κλικ σε κάθε φάκελο και πατάμε στο Attributes(CHMOD). Θα εμφανιστεί η ακόλουθη οθόνη.



Στο πεδίο Permissions γράφουμε 707, όπως φαίνεται παραπάνω, τσεκάρουμε και το Apply changes to all subfolders and files και πατάμε OK.

Δυστυχώς δεν υποστηρίζουν όλα τα προγράμματα ftp αυτήν την επιλογή, η οποία εφαρμόζει τις αλλαγές που θέλουμε άμεσα και σε όλους τους υποφακέλους και τα αρχεία του φακέλου του οποίου αλλάζουμε τα χαρακτηριστικά. Αν το πρόγραμμα μας δεν το υποστηρίζει θα πρέπει να το κάνουμε για κάθε υποφάκελο ξεχωριστά, πράγμα που θα πάρει αρκετά περισσότερο χρόνο.

Οι φάκελοι στους οποίους πρέπει να γίνει αυτή η διαδικασία είναι οι ακόλουθοι:

- images
- media
- components
- language
- modules
- templates
- administrator/backups
- administrator/components

Αλλάζουμε, τέλος, τις ιδιότητες του αρχείου configuration.php σε 744.

Αφού τελειώσουμε, ανοίγουμε στον περιηγητή τη σελίδα

<http://users.sch.gr/όνομαχρήστη/administrator/>

δίνουμε το όνομα χρήστη και τον κωδικό που βάλουμε στο βήμα 2 και είμαστε έτοιμοι να αρχίσουμε τη ρύθμιση του δικτυακού μας τόπου.

6. Ρυθμίσεις

Πρέπει πρώτα να ορίσουμε το template που θα χρησιμοποιήσουμε. Όπως φαίνεται και στην εικόνα



πάμε κατά σειρά στο Site -> template manager -> site templates και επιλέγουμε αυτό που θέλουμε.

Εδώ τελειώνει η βασική εγκατάσταση του Mambo στο ΣΔ και μπορούμε να αρχίσουμε τη ρύθμιση και ανάπτυξη του ιστοτόπου μας.

Ε. Websites που έχουν φτιαχτεί από Έλληνες με το Mambo CMS

Τα urls παρακάτω links των websites που έχουν φτιαχτεί από Έλληνες με το Mambo CMS μπορείτε να τα βρείτε στο www.mamboportal.gr. (Προσεχώς www.joomlaportal.gr εν όψη της αλλαγής του ονόματος του CMS).

 Harry Klynn Online ή Ουνλάϊν όπως θα έλεγε ο Τραμπάκουλας
Το επίσημο Site του εκπληκτικού Έλληνα κωμικού που μεγάλωσε 2 γενιές (περίπου) με τα αστεία του και τις πλάκες του. Αξίζει τον κόπο να το επισκεφτείτε μιας που αποτελεί ένα τρομερό δείγμα παραμετροποίησης και μεταμόρφωσης του Mambo.

 ΑΓΓΕΛΙΕΣ
Πόρταλ με μικρές αγγελίες, κατάλογο χρήσιμων web sites κ.α.

 KREMEDIA
Graphic Design and Marketing in Australia

 Greek forum
Greek forum - Ειδήσεις, Δημόσια Συζήτηση, Μουσική

 DAILY FRAPE
Ένας πολύ όμορφος ιστότοπος μας έρχεται από την Ομογένεια της Αμερικής, με πολύ νεοελληνικό τίτλο και πολύ μεράκι. Από τους Srigo και Κυριακος. Αξίζει!

 Δήμος Σούδας
Δήμος Σούδας website powered by mambo...

 MATHSFORYOU.GR
Μια ηλεκτρονική σελίδα αφιερωμένη στα μαθηματικά



Γέφυρες Παιδείας

Πύλη Παιδείας και Επικοινωνίας



Bookmaker.gr

Σελίδα αφιερωμένη στο στοίχημα



Οι τζέδες των Ιωαννίνων

Portal γενικής φύσεως που αφορά στα Γιάννενα. Αξίζει να ρίξετε μια ματιά στο λεξικό, δεν θα χάσετε...



SOULINCIDENT

Μουσική κοινότητα για τη προβολή της ανεξάρτητης Ελληνικής μουσικής



Club Daluz στην Κοζάνη

Web Site βασισμένο σε πλατφόρμα Mambo για το μεγαλύτερο night club της Βορείου Ελλάδος, στην Κοζάνη. Το Club Daluz.



Checkpoint

Όμιλος Κέντρων Τεχνικού Ελέγχου Οχημάτων Η CheckPoint (ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ & ΟΡΓΑΝΑ ΕΠΕ) ιδρύθηκε το 1989, και στοχεύει στην οργάνωση και ίδρυση ενός ομίλου Ιδιωτικών ΚΤΕΟ με σκοπό την επέκταση σε όλη την Ελλάδα έτσι ώστε να μπορούν να εξυπηρετούνται όλοι οι



Corfu Festival

Διεθνές Φεστιβάλ Κέρκυρας (Ενδιαφέρουσα σχεδίαση, Πολυγλωσσική υλοποίηση)



Γενικές πληροφορίες πάνω σε θέματα Εκκλησίας, Ιστορίας και Πληροφορικής



Μελωδία 106,6

Η ιστοσελίδα του Ραδιοφωνικού σταθμού Μελωδία 106,6 που εκπεμπει στο Ηρακλειο Κρήτης.



Κως

Ταξιδιωτικός οδηγός για το νησί Κω. Ιστορία και φωτογραφίες.



η Κλίκα

Διαδικτυακό περιοδικό για το λαϊκό τραγούδι



Απαράδεκτοι

Ελάτε στην πιο Απαράδεκτη παρέα!!! Φέρτε μαζί σας όρεξη και μεράκι για να στήσουμε μια μεγάλη δικτυακή κοινότητα!!!



creation.gr :: the web developers portal

Portal για το web development. Άρθρα, forum, συμβουλές κ.λπ.



Γενίτσαροι και Μπούλες

Χορευτικός Όμιλος Γενίτσαροι & Μπούλες Νάουσας



Ελληνική Ομάδα Μετάφρασης του Mambo

Επίσημος Ελληνικός ιστότοπος για το Mambo. Οδηγοί και αναλυτικές οδηγίες χρήσης του Mambo στα Ελληνικά. **Ποσοστό προσθήκης στα Αγαπημένα 99,5%** Ο Επίσημος Ιστότοπος της Ελληνικής Ομάδας Μετάφρασης του Mambo (EOMM)

 mad18

Μουσική, κουτσομπολίο, forum, αθλητικά, και πάνω από όλα ΤΡΕΛΑ!!!

 1ο ΣΕΚ ΣΤΑΥΡΟΥΠΟΛΗΣ

Η σελίδα του 1ου ΣΕΚ Σταυρούπολης Θεσσαλονίκης

 Next Level

Εταιρεία Τεχνικής Υποστήριξης & Εμπορίας Ειδών Πληροφορικής, στον Άγιο Νικόλαο Λασιθίου Κρήτης.

 tranzistor

Ηλεκτρονικό μηνιαίο μουσικό περιοδικό

 Τυπολόγος

Το προσωπικό website του δημοσιογράφου - συγγραφέα Ν. Μόσχοβου από τη Θεσσαλονίκη

 Αρης Καρπερού

Η επίσημη ιστοσελίδα του Αθλητικού συλλόγου Χασιών "Αρης Καρπερού"

 Άγιο Όρος - Ορθοδοξία

Ιστότοπος με περιεχόμενο για το Άγιο Όρος και την Ορθοδοξία.

 pixel-art

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ

 Αλέξανδρος Πέτρακας

Ευχάριστος δικτυακός τόπος με διάθεση γέλιου, ιστορίες, video από stand up comedy, φωτογραφίες, ημερίσιες σειρές με θέμα την Φιλτροχουάνα την παρθένα και πολλά ακόμα...

 Βιώσιμες Τεχνολογίες

Οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας στην Ελλάδα.

 Αραχνόπολις

Μια ακόμα Ελληνική πύλη

 Αίσιμον Ήμαρ

Η ιστοσελίδα του συγκροτήματος Αίσιμον Ήμαρ. (Σημείωση Ηλία: ΠΟΛΥ ΟΜΟΡΦΟ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΤΥΠΟ TEMPLATE!)

 1^ο Ενιαίο Λύκειο Αμαρουσίου

Ο δικτυακός τόπος του 1ου Ε. Λ. Αμαρουσίου

 Photo-Plugins

Δωρεάν photoshop plugins για επεξεργασία φωτογραφίας. (Στα Αγγλικά)

 Venus Student Server

Φοιτητικός Εξυπηρετητής Του ΤΕΙ Κρήτης. Πολύ καλές πληροφορίες για το Ελληνικό Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα!

 Προσωπική σελίδα Αρβανιτάκη Ιωάννη

Η προσωπική σελίδα του καθηγητή πληροφορικής Αρβανιτάκη Γιάννη

 DNA MAGAZINE

Ελληνικό e-zine. Βραβευμένο και ανανεωμένο!

 **Fight-Club.gr**

Το απόλυτο Club πολεμικών τεχνών και αθλημάτων. Νέα, θέματα, βιογραφίες, πανελλαδικός κατάλογος σχολών, downloads, TV, cinema και πολλά ακόμα για τους φίλους των πολεμικών τεχνών και αθλημάτων.

 **Γυμνάσιο Αμμοχωρίου**

Το site του Γυμνασίου Αμμοχωρίου Φλώρινας

 **3ο Γυμνάσιο Φλώρινας**

Και αυτό το site όπως και το αντίστοιχο του Γυμνασίου Αμμοχωρίου έχει υλοποιηθεί με το Mambo CMS

 **Paintland**

Εγκαταστάσεις paintball στην Ελλάδα & Κύπρο

 **onScreen**

Εφαρμογές έντυπης και ψηφιακής επικοινωνίας, ανάπτυξη και φιλοξενία δικτυακών τόπων, παρουσιάσεις πολυμέσων, αναπαραγωγή business card cd. Επαγγελματικές εφαρμογές σε mambo sites.

 **http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=70&id=46**

Το portal της Οιχαλίας Τρικάλων.

 **Τμήμα Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών Θεσσαλονίκης**

Ομορφο website

 **Αργώ (Γκαλερί)**

Η γκαλερί Αργώ από τα πρώτα δικτυακά της βήματα χρησιμοποιεί το mambo!

 **Easyclima.com**

Η εταιρεία Easyclima εισάγει, εξάγει και εμπορεύεται εξαρτήματα, ανταλλακτικά, όργανα που αφορούν την ψύξη, την θέρμανση, τον κλιματισμό και τον αερισμό. Το τεχνικό τμήμα έχει ως αντικείμενο την εκπόνηση μελετών και την εκτέλεση έργων κλιματισμού (Ψύ

 **WinGR**

Συστήματα λογισμικού για την προστασία της λειτουργίας των Η/Υ και πολλά άλλα...

 **The Home of Vent**

Test portal σε Mambo 4.5.1

 **e-Πύλη των Φιλολόγων**

Ενδιαφέρουσα προσπάθεια ενός e-φιλόλογου. Αξίζει να την επισκευθείτε!

 **Γραφείο ΣΕΠ Αμμοχωρίου**

Δουλειά με μεράκι! Ομορφο site με καλαίσθητη παραλλαγή του javabean template

 **http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=70&id=32**

Κρητικό site με θέμα την ορειβασία, στα Αγγλικά

 **http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=70&id=33**

Ειδήσεις σχετικά με γεγονότα και εκδηλώσεις που αφορούν την ηλεκτρονική μουσική στην Ελλάδα

 **Δήμος Βιλίων Αττικής**

Η επίσημη σελίδα του Δήμου Βιλίων. Βίλια, Πόρτο Γερμενό, Ψάθα, Αλεποχώρι.

 Σωματείο προστασίας αδέσποτων ζώων η γη των ζώων

Η «γη των ζώων» δραστηριοποιείται όπου υπάρχει ανάγκη, όπου υπάρχουν βασανισμένα, άρρωστα και παρατημένα ζώα.

 Cuba Club

Bar Restaurant στις Σέρρες. Ενδιαφέρουσα λύση για πανοραμική εικόνα

 Line Computers the e-shop company

 ERGO-TEL

 Mellios Plastics

 ΙΑΤΡΟΥ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ - ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΒΑΡΗΚΟΪΑΣ

 WebZone

 Kozani Wireless Network Portal

 Euroland Real Estate

 ΣΑΜΑΡΑΣ - 3 ALPHA

 PCR Studies

 IWS

 ΟΝΝΕΔ

 Σύλλογος Πρωτοβουλίας Σπουδαστών ΕΠΠ

 Ελληνικές σελίδες για PHP

 Τα πάντα για τον κήπο

 Σόκα

 Ελληνικό Κέντρο Περιθαλψής Άγριων Ζώων

 Transolar

 Holy Trinity Greek Orthodox Church

 Σχετικά με την Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία

 http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=70&id=11
Εναλλακτικό Ελληνικό portal

 http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=70&id=4
Τόπος συνάντησης όλων των Ελλήνων και Κυπρίων ανά τον κόσμο

 The Greek Webclubz mo Torcycling
Μοτοσυκλετισμός - εξορμήσεις - φωτογραφίες.

 Adeline Estate
Προώθηση 10 μοναδικών σπιτιών στην Αρχαία Επίδαυρο

 Ιωάννης Κογκαλίδης & Συνεργάτες
Οικονομικές Υπηρεσίες - Σύμβουλοι Επιχειρήσεων. Το περιεχόμενο στα Ελληνικά, Αγγλικά και Αραβικά

 http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=70&id=4
Η εταιρεία που ξεκίνησε την υποστήριξη του Mambo στην Ελλάδα και συντηρεί τα **mamboportal.gr**, **mambobook.gr** και **mamboclub.net**

ΣΤ. Websites από Ελληνικές εταιρείες έχουν φτιαχτεί με το Mambo CMS

Τα urls παρακάτω links των websites Ελληνικών εταιρειών που έχουν φτιαχτεί με το Mambo CMS μπορείτε να τα βρείτε στο www.mamboportal.gr. (Προσεχώς www.joomlaportal.gr εν όψη της αλλαγής του ονόματος του CMS).

 http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&tasks=view&catid=69&id=98
Φιλοξενία, ανάπτυξη και συντήρηση διαδικτυακών τόπων και εφαρμογών

 http://www.mamboportal.gr/portal/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=69&id=98
Φιλοξενία, ανάπτυξη και συντήρηση διαδικτυακών τόπων και εφαρμογών

 DataHellas Internet Services
Web hosting, κατασκευή λογισμικού, υπηρεσίες ασύρματης επικοινωνίας, αυτόματα συστήματα ελέγχου, κατασκευή λογισμικού για το mambo και άλλα scripts, πρωτοποριακές λύσεις και εφαρμογές για οτιδήποτε μπορεί να δουλέψει μέσω διαδικτύου.

 Webone
Web-design και development σε Mambo, SEO και email marketing στην Θεσσαλονίκη

 inmedia.gr
Εταιρία παροχής υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας με έδρα την Πάτρα. Εξειδικεύεται στη κατασκευή μεγάλων projects με τη χρήση του mambo. Επαγγελματικά templates και πολλά customizations.

 Swords Security
Εταιρικό site της ελληνικής εταιρίας παροχής υπηρεσιών ασφαλείας Swords Security.

 AlterMarketHosting
Η εταιρεία που ξεκίνησε την υποστήριξη του Mambo στην Ελλάδα και συντηρεί τα **mamboportal.gr**, **mambobook.gr** και **mamboclub.net**

 WorldOfWarcraft.GR – The Only Official Greek WoW Fan-Site
Το μόνο Ελληνικό Επίσημο fan-site του World Of Warcraft από την Blizzard.

 onScreen
Εφαρμογές έντυπης και ψηφιακής επικοινωνίας, ανάπτυξη και φιλοξενία δικτυακών τόπων, παρουσιάσεις πολυμέσων, αναπαραγωγή business card cd. Επαγγελματικές εφαρμογές σε mambo sites.

Ζ. Επίσημος Ιστότοπος Μεταφράσεων - Ελληνική Ομάδα Μετάφρασης του Mambo

Επίσημος Ιστότοπος Μεταφράσεων



Το mamboportal.gr αποτελεί πλέον **Επίσημο Ιστότοπο Μεταφράσεων για την Ελληνική γλώσσα**, αναγνωρισμένο από την **Ομάδα Ανάπτυξης του Mambo**.

Το λογότυπο χαρακτηρίζει, όπως και για κάθε άλλο ιστότοπο διεθνώς που το φέρει, ως επίσημο, το τμήμα των μεταφράσεων άρθρων, tutorials, γλώσσας, Οθονών Βοήθειας, Components και Modules και όχι όλο τον ιστότοπο.

Πληροφορία: Το λογότυπο που επιλέχθηκε τελικά και το οποίο βλέπετε στα δεξιά, είναι βασισμένο στην πρόταση της Τουρκικής Ομάδας Μετάφρασης του Mambo. Έχει μεταφραστεί σε όλες τις γλώσσες που εκπροσωπούνται στην Ομάδα Μετάφρασης του Mambo.

Ελληνική Ομάδα Μετάφρασης του Mambo



Η Ελληνική Ομάδα Μετάφρασης για το Mambo δημιουργήθηκε ως απάντηση στην πρόσκληση της Ομάδας Ανάπτυξης του Mambo για τη δημιουργία μίας ανά χώρα ομάδας, που θα αναλάβει τη μετάφραση του υπάρχοντος υλικού τεκμηρίωσης αλλά και τη δημιουργία νέου πρωτότυπου υλικού.

Η ομάδα δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2005 και αριθμεί αυτή τη στιγμή, 13 μέλη.

Την ομάδα στελεχώνουν **εθελοντές** (προγραμματιστές, σχεδιαστές, φιλόλογοι), που διακρίνονται για το υψηλό επίπεδο γνώσης τους και τη **διάθεση να προσφέρουν στα μέλη της Ελληνικής κοινότητας του Mambo**.

Την ομάδα αποτελούν οι ακόλουθοι:

- Ηλίας Αντωνόπουλος
- Γιώργος Σίμος
- Δέσποινα Στάμκου
- Θανάσης Καλαντζής
- Ιωάννης Καλαντζής
- Συμεών Ελευθεριάδης
- Ζαχαρίας Σδρέγας
- Κώστας Μπελιβάνης

- Χρήστος Τσίρκας
- Χρήστος Δρογκίδης
- Ηλίας Χόντος
- Βασίλης Ζαφείρης
- Κώστας Κατσιμπόκης

Τιμή σε όσους συνέφεραν και δεν συμμετέχουν πλέον ενεργά

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε για την προσφορά τους τα παλαιότερα μέλη της EOMM, που πλέον δεν μπορούν, λόγω άλλων υποχρεώσεων, να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στην ομάδα και την Ελληνική κοινότητα του Mambo:

- Δημήτρης Μακρής
- Ευάγγελος Αθανασιάδης
- Χρήστος Χριστοδούλου
- Λάζαρος-Γεώργιος Κοσμίδης
- Λεωνίδας Τσάρας
- Ιωάννης Σάννος
- Θωμάς Σοπιλίδης
- Γιώργος Κωνσταντινίδης
- Βάλια Μπινίκου
- Παναγιώτης Αρμαμέντος
- Γεράσιμος Μουρελάτος