



**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής & Πολυμέσων

Πτυχιακή Εργασία

«Ανάλυση Πλατφόρμας Ηλεκτρονικού Εμπορίου»

Παπαντωνάτου Ελένη

Επιβλέπων Καθηγητής
Βασιλάκης Κώστας

Ηράκλειο Κρήτης
Νοέμβριος, 2006

Περιεχόμενα

1. Πρόλογος

2. Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

- 2.1. Το ιστορικό της Ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου
- 2.2. Τι είναι ηλεκτρονικό εμπόριο
- 2.3. Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου
 - 2.3.1. Εσωτερικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο
 - 2.3.2. Ηλεκτρονικό Εμπόριο Μεταξύ Επιχειρήσεων
 - 2.3.3. Ηλεκτρονικό Εμπόριο Μεταξύ Επιχείρησης και Καταναλωτή
- 2.4. Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου B2C
 - 2.4.1. Διαφήμιση
 - 2.4.2. Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι
 - 2.4.3. Ηλεκτρονικές Εκδόσεις
 - 2.4.4. Τραπεζικές Υπηρεσίες
 - 2.4.5. Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες
- 2.5. Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου B2B
 - 2.5.1. Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange).
 - 2.5.2. Σχεδιασμός Επιχειρησιακών Πόρων(ERP)
 - 2.5.3. Ηλεκτρονική Προμήθεια
 - 2.5.4. Εφαρμογές Intranet/ Extranet
- 2.6. Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου
- 2.7. Φραγμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου
- 2.8. Τεχνολογίες και τεχνολογικά πρότυπα
- 2.9. Απαντήσεις σε καίρια ερωτήματα που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο

3. Ανάλυση Πλατφόρμας Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- 3.1. Ορίζοντας την ανάλυση απαιτήσεων
- 3.2. Ανάγκες Απαιτήσεις Ηλεκτρονικού Καταστήματος Super-Market
 - 3.2.1. Ερωτηματολόγιο Πελάτη
- 3.3. Προδιαγραφές Συστήματος
 - 3.3.1. Επιλογή - Απαιτήσεις Πλατφόρμας
 - 3.3.2. Λειτουργίες πλατφόρμας osCommerce

- 4. Παραμετροποίηση Ηλεκτρονικού Καταστήματος**
 - 4.1. Διαμόρφωση Ηλεκτρονικού Καταστήματος
 - 4.1.1. Προσθήκες Κατηγοριών/ Προϊόντων/ Προσφορών/ Εικόνες/ Στοιχεία
 - 4.1.2. Αλλαγές Στην Σχεδίαση και Διάταξη(design & Layout) των σελίδων

- 5. Γέφυρα από την Εφαρμογή Μηχανοργάνωσης Eurofasma στην βάση δεδομένων του osCommerce**
 - 5.1. Εισαγωγή
 - 5.2. Οδηγίες Εγκατάστασης EasyPopulate 2.7.2
 - 5.3. Οδηγίες Εξαγωγής Αρχείων Eurofasma
 - 5.4. Σύνδεση βάσης osCommerce με τα αρχεία εξαγωγής Eurofasma
 - 5.5. Upload Βάσης Δεδομένων στο Ηλεκτρονικό Κατάστημα

- 6. Έλεγχος- Επαλήθευση σωστής λειτουργίας**

- 7. Οδηγίες Εγκατάστασης Πλατφόρμας osCommerce**
 - 7.1. Δημιουργία Βάσης Δεδομένων
 - 7.2. Upload των αρχείων του Ηλεκτρονικού Καταστήματος
 - 7.3. Αλλαγή Permissions (CHMOD 777) στα configuration files
 - 7.4. Εκκίνηση της Web Based εγκατάστασης
 - 7.5. Ορισμός εκ νέου των permissions και δημιουργία επιπλέον καταλόγων
 - 7.6. Rename του καταλόγου εγκατάστασης

- 8. Εγχειρίδιο Διαχείρισης osCommerce**
 - 8.1. Εγχειρίδιο Διαχείρισης OsCommerce
 - 8.2. Ρυθμίσεις
 - 8.3. Κατάλογος
 - 8.4. Μονάδες
 - 8.5. Πελάτες
 - 8.6. Τοποθεσίες/ Φόροι
 - 8.7. Ρυθμίσεις Τοποθεσίας
 - 8.8. Αναφορές
 - 8.9.Εργαλεία

- 9. Συντήρηση**

10. Συμπεράσματα

12. Παράρτημα

12.1. Γενική Λίστα Αρχείων

12.2. Τεχνική περιγραφή αρχείων

12.3. Προσδιορισμός Links αρχείων

12.4. Λίστα αρχείων ανά διαδικασία

12.5. PhpMyAdmin -Βάση Δεδομένων Πλατφόρμας osCommerce

12. Βιβλιογραφία

Πρόλογος

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι η ανάλυση μιας πλατφόρμας Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Η ανάλυση βασίζεται στην καταγραφή των απαιτήσεων, τον προσδιορισμό των προδιαγραφών μέσα από συνεντεύξεις, επισκέψεις και ερωτηματολόγια. Όλα αυτά συντελούν στη συλλογή του κατάλληλου υλικού και στην επιλογή του εργαλείου. Ο σχεδιασμός γίνεται με βάση την αξιολόγηση των στοιχείων της ανάλυσης και τον προσδιορισμό της δομής της βάσης δεδομένων. Σε αυτή τη φάση θα γίνει ο σχεδιασμός αποθήκευσης και παρουσίασης του περιεχομένου, και θα καθοριστεί ο τρόπος λειτουργίας και επικοινωνίας με το χρήστη. Για την υλοποίηση παραθέτουμε τον κώδικα, και περιγράφουμε τις ενέργειες για εισαγωγή/ ανανέωση διαγραφές περιεχομένου. Στη συνέχεια περιγράφεται η διαδικασία εγκατάστασης και παραμετροποίησης της πλατφόρμας, και εξασφαλίζεται η σωστή λειτουργία της. Τέλος, παρατίθεται ένα εγχειρίδιο χρήσης για τη διαχείριση του καταστήματος και παρουσιάζονται τα τελικά συμπεράσματα, σχετικά με τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της πλατφόρμας.

2. Εισαγωγή Στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο σήμερα αναπτύσσεται με ταχύτετους ρυθμούς. Η εκρηκτική αυτή αύξηση του εμπορίου στο INTERNET έχει εξάψει την φαντασία του κοινού και δεν είναι δύσκολο να καταλάβουμε το γιατί. Ένα μεγάλο μέρος της έξαψης αυτής του κοινού με το Internet οφείλεται στις τεράστιες δυνατότητες που δημιουργούνται. Πολλοί οργανισμοί και ιδιώτες αναζητούν στο World Wide Web(Παγκόσμιος Ιστός) το μέλλον, μια σίγουρη πηγή πληροφόρησης, αγαθών ,υπηρεσιών και επικοινωνίας. Καθώς οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που διεξάγονται στο WWW αυξάνονται ,η ποσότητα των αγαθών, των υπηρεσιών και των πληροφοριών που ανταλλάσσονται στο Διαδίκτυο φαίνεται ότι διπλασιάζεται ή τριπλασιάζεται χρόνο με το χρόνο. Οι άνθρωποι βγάζουν λεφτά και μάλιστα πολλά. Σύμφωνα με μία πρόσφατη μελέτη που έγινε από την Cisco Systems, η οικονομία του Internet προβλέπεται να φτάσει τα \$507 δισεκατομμύρια. Το ηλεκτρονικό εμπόριο παράγει ήδη περισσότερα χρήματα από τις τηλεπικοινωνίες και τις αεροπορικές εταιρίες. Η Amazon, μια εταιρία που άρχισε να λειτουργεί πριν από μερικά χρόνια, πωλεί τώρα πέντε φορές περισσότερα βιβλία από όσα πωλεί το γνωστό βιβλιοπωλείο Barnes & Noble. Μικροί και μεγάλοι οργανισμοί, κερδοσκοπικού ή μη χαρακτήρα , ιδιωτικής ή δημόσιας διοίκησης, αναγκάζονται να αναπτύξουν δραστηριότητα στον ιστό λόγω της πίεσης που δέχονται τόσο από τους πελάτες όσο και από τους ανταγωνιστές. Σε ορισμένες περιπτώσεις οι παραδοσιακές επιχειρήσεις προσπαθούν να μείνουν πίσω και μπαίνουν στο παιχνίδι του ηλεκτρονικού εμπορίου, έστω και με κάποια καθυστέρηση. Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις το ηλεκτρονικό εμπόριο θα συνεχίσει να αναπτύσσεται και, συνεπώς, πολλοί οργανισμοί θα αναγκαστούν, είτε να δικτυωθούν ,είτε να κλείσουν.



2.1 Το Ιστορικό Ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Δεκαετία του 1970

Εμφανίζονται τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων (EFT) μεταξύ τραπεζών, που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα. Τα συστήματα EFT αλλάζουν τη μορφή των αγορών.

Δεκαετία του 1980

Οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων (συστήματα EDI και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) αποκτούν σημαντική διάδοση. Πολλές δραστηριότητες, που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με βασικό μέσο το χαρτί, μπορούν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος. Οι συναλλαγές, που παλαιότερα απαιτούσαν έντυπα, όπως παραγγελίες αγοράς, συνοδευτικά έγγραφα και επιταγές πληρωμής, μπορούν να γίνουν κατά ένα μέρος ή στο σύνολό τους ηλεκτρονικά με δομημένο τρόπο χάρη στα συστήματα EDI ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Τέλη της δεκαετίας του 1980 - αρχές της δεκαετίας του 1990

Τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing) και ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφορά αρχείων (FTP) κτλ. Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φθηνότερη λόγω της διεθνούς απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών.

Μέσα της δεκαετίας του 1990

Η εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού (WWW) στο Internet και η επικράτηση των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών (PC) που χρησιμοποιούν λειτουργικά συστήματα τύπου Windows, προσφέρουν μεγάλη ευκολία χρήσης λύνοντας το πρόβλημα της δημοσίευσης και της εύρεσης πληροφοριών στο Διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται ένας πολύ φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών, ενώ συγχρόνως διευκολύνει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, επιτρέποντας σε μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες, με πολύ ευνοϊκότερες προϋποθέσεις.

Τέλη της δεκαετίας του 1990

Η καθιέρωση μεθόδων κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα ηλεκτρονικών μηνυμάτων, καθώς και η σχετική προσαρμογή της νομοθεσίας στους τομείς των εισαγωγών-εξαγωγών και των επικοινωνιών, καθιστούν δυνατή την πραγματοποίηση ασφαλών διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

2.2 Τι Είναι Όμως το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Ο όρος e-commerce (ηλεκτρονικό εμπόριο) αναφέρεται στην διαδικασία αγοράς ή πώλησης ενός προϊόντος ή υπηρεσίας μέσω ενός ηλεκτρονικού δικτύου και το δημοφιλέστερο μέσο πάνω στο οποίο γίνεται το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το Internet. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, στην απλούστερη μορφή του είναι οποιαδήποτε επιχειρησιακή συναλλαγή πραγματοποιείται μέσω ψηφιακών διαδικασιών και δικτύων. Ωστόσο, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κάτι περισσότερο από την απλή αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια προωθητική τεχνολογία που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αυξήσουν την ακρίβεια και την αποτελεσματικότητά τους στην διεκπεραίωση των εμπορικών τους συναλλαγών και ένας τρόπος ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ οργανισμών, πελατών και πωλητών προς όφελος όλων. Με την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου αλλάζει ο τρόπος με τον οποίο τα προϊόντα, οι υπηρεσίες, ακόμη και οι πληροφορίες παρουσιάζονται, πωλούνται και ανταλλάσσονται- αλλάζει ο τρόπος με τον οποίο οι οργανισμοί αλληλεπιδρούν με τους πελάτες και τους συνεργάτες τους. Θα λέγαμε λοιπόν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολύ πιθανό να αντικαταστήσει την ανταλλαγή έντυπων πληροφοριών εντός και μεταξύ οργανισμών καθώς επίσης και μεταξύ οργανισμών και καταναλωτών.

2.3 Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προορίζεται να βελτιώσει την πραγματοποίηση εμπορικών συναλλαγών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών. Συγκεκριμένα, τέσσερα είναι τα συστατικά στοιχεία από τα οποία απαρτίζεται :

Επιχειρήσεις: το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η εφαρμογή της νέας τεχνολογίας προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.

Αγαθά και υπηρεσίες: τα αγαθά που πωλούνται μπορεί να είναι υλικά όπως για παράδειγμα ένα βιβλίο, ένα έπιπλο, ή άυλα όπως το δικαίωμα χρήσης ενός προγράμματος ή μιας φωτογραφίας. Μερικές φορές είναι δύσκολο να διακρίνουμε αν κάτι είναι αγαθό ή υπηρεσία. Και αυτό συμβαίνει συνήθως με τα νέα προϊόντα που πωλούνται στο Διαδίκτυο. Πολύ συχνά πωλείται ένα υβριδικό αγαθό-υπηρεσία όπως π.χ. αναλώσιμα που συνοδεύονται από τη στατιστική παρακολούθηση των αναλωσίμων της επιχείρησης αποδέκτη. Ο τελικός στόχος του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα αγαθών και υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.

Απόσταση: ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.

Επικοινωνία: ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων ή υπηρεσιών, και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών. Οι Επιχειρήσεις, δημόσιοι οργανισμοί και πελάτες μπορούν να συμμετέχουν σε ένα περιβάλλον ηλεκτρονικού εμπορίου.

Σε αυτό το πλαίσιο το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να διακριθεί σε τρία επίπεδα:

I. Εσωτερικό ηλεκτρονικό εμπόριο

Αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας για τις εσωτερικές λειτουργίες μιας επιχείρησης.

II. Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων (B2B)

Αφορά τις πωλήσεις από επιχειρήσεις σε επιχειρήσεις. Θα μπορούσαμε να το ονομάσουμε χονδρικό εμπόριο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι παραγγελίες και οι αγορές ενός εργοστασίου ή ενός εμπορικού οίκου από τους προμηθευτές του. Η διαδικασία είναι αμφίδρομη και συμπεριλαμβάνει την αγορά και την πώληση αλλά και στοιχεία που έχουν σημασία για τη λειτουργία της επιχείρησης όπως είναι η μελλοντική διαθεσιμότητα, οι όροι πληρωμής ή οι χρόνοι παράδοσης μιας παρτίδας.

III. Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C)

Αφορά τις πωλήσεις από επιχειρήσεις σε καταναλωτές. Κατά αναλογία θα το αποκαλούσαμε λιανικό ηλεκτρονικό εμπόριο. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι πωλήσεις βιβλίων, υπολογιστών ή ακόμη και συνδρομών περιοδικών.

2.3.1 Εσωτερικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Η εσωτερική χρήση εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει ως στόχο την αποτελεσματικότερη λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της. Οι εφαρμογές που συνήθως εντάσσονται στη λειτουργία ενός ενδο-δικτύου (εσωτερικού δια-δικτύου, intranet) μιας επιχείρησης είναι οι εξής:

Επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας

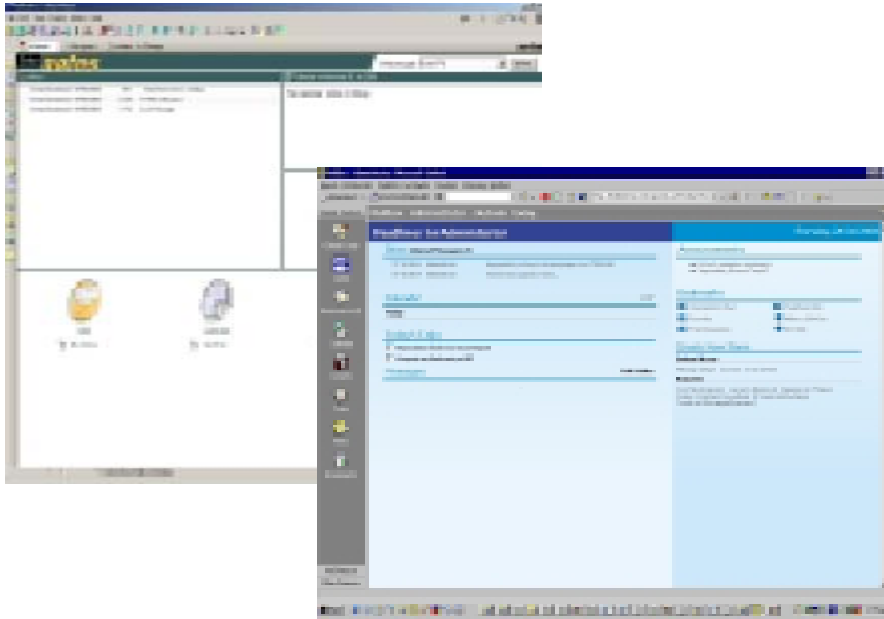
Οι εφαρμογές αυτές, όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), κλειστές ομάδες συζήτησης (discussion groups) και βιντεοσυνδιάσκεψη (video conference), επιτρέπουν το διοικητικό συντονισμό και τη συνεχή πληροφόρηση των ομάδων, αυξάνοντας τη ροή των πληροφοριών και βελτιώνοντας την απόδοση των ομάδων εργασίας.

Ηλεκτρονική δημοσίευση

Επιτρέπει την άμεση διανομή πληροφοριών όπως λειτουργικές διαδικασίες, προδιαγραφές προϊόντων, χρονοδιαγράμματα εργασιών και συναντήσεων, σε ηλεκτρονική μορφή, κυρίως μέσα από ιστοσελίδες. Στόχος της δημοσίευσης είναι η ολοκληρωμένη τεκμηρίωση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης για την αποφυγή λαθών. Η ηλεκτρονική δημοσίευση έχει σημαντικά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με την παραδοσιακή έντυπη διανομή πληροφοριών, όπως σχεδόν μηδενικό κόστος, ταχύτερη μετάδοση, συνεχής ενημέρωση και αυτόματη αντικατάσταση πληροφοριών που έχουν πάψει να ισχύουν.

Παραγωγικότητα πωλήσεων

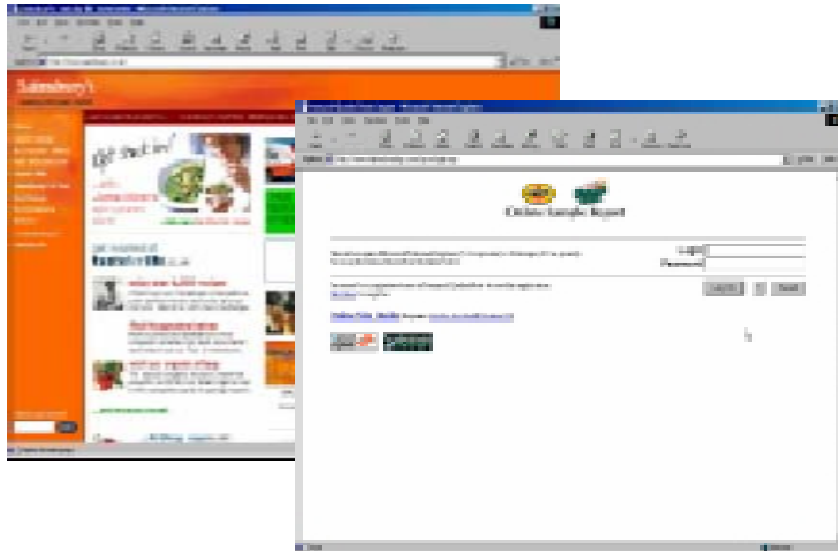
Οι εφαρμογές αυτής της κατηγορίας βελτιώνουν τη ροή των πληροφοριών ανάμεσα στην επιχείρηση και τη δύναμη πωλητών της, καθώς επίσης ανάμεσα στην επιχείρηση και τους πελάτες της. Η επικοινωνία ανάμεσα στη δύναμη πωλητών και όλες τις άλλες δραστηριότητες της επιχείρησης προσφέρει διπλό όφελος: καλύτερη γνώση των πωλητών για τις δυνατότητες των προϊόντων και συγχρόνως ενημέρωση όλων των τμημάτων της επιχείρησης για τη συμπεριφορά της αγοράς και των ανταγωνιστών. Οι πληροφορίες αυτές επιτρέπουν την ευέλικτη προσαρμογή της στρατηγικής και των προϊόντων της επιχείρησης στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Το εσωτερικό ηλεκτρονικό εμπόριο έχει δώσει μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη ενδο-δικτύων από επιχειρήσεις. Τα ενδο-δίκτυα χρησιμοποιούν την τεχνολογία του Internet για τη σύνδεση των ανεξάρτητων τοπικών δικτύων των διάφορων παραρτημάτων μιας επιχείρησης σε ένα ενιαίο κλειστό δίκτυο. Προς το παρόν η χρήση των ενδο-δικτύων περιορίζεται στη δημοσίευση ζωτικών πληροφοριών για τη λειτουργία της επιχείρησης, όπως: στοιχεία διοίκησης προσωπικού, επικοινωνία μεταξύ των υπαλλήλων, δεδομένα για την ανάπτυξη προϊόντων και το συντονισμό ομάδων εργασίας, εσωτερικοί κατάλογοι ,στοιχεία υποστήριξης πωλήσεων, απογραφή εξοπλισμού και προμηθειών, και πρόσβαση σε εταιρικές βάσεις δεδομένων. Η ύπαρξη ενός ενδο-δικτύου διευκολύνει επίσης σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη της παρουσίας μιας επιχείρησης στο Internet.



Εικόνα 1: Παραδείγματα Ενδο-δικτύων (intranets).

2.3.2. Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες των προμηθειών, το κόστος, την ταχύτερη αποστολή τους και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων. Επίσης κάνει ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και την παροχή καλύτερης εξυπηρέτησης σε πελάτες. Η διαχείριση των επαφών με εταιρους (διανομείς, μεταπωλητές, μετόχους) της επιχείρησης γίνεται πολύ πιο αποτελεσματική. Κάθε αλλαγή μπορεί να ανακοινώνεται μέσα από μια ιστοσελίδα και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, εκμηδενίζοντας την ανάγκη για ομαδικές επιστολές και άλλες δαπανηρές μορφές ειδοποίησης. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς, και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών, βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα. Οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο λάθος, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Μια επιχείρηση που εμπλέκεται σε αυτό τον τύπο ηλεκτρονικού εμπορίου είναι συνήθως λιγότερο ορατή στους καταναλωτές, και άρα στο μεγάλο κοινό. Ένα καλό παράδειγμα μιας επιχείρησης που εμπλέκεται σε αυτό τον τύπο ηλεκτρονικού εμπορίου είναι Cisco Systems. Η Cisco Systems δημιουργεί το μεγαλύτερο μέρος της υποδομής του Internet, που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να επικοινωνούν.



Εικόνα 2: Παραδείγματα ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων.

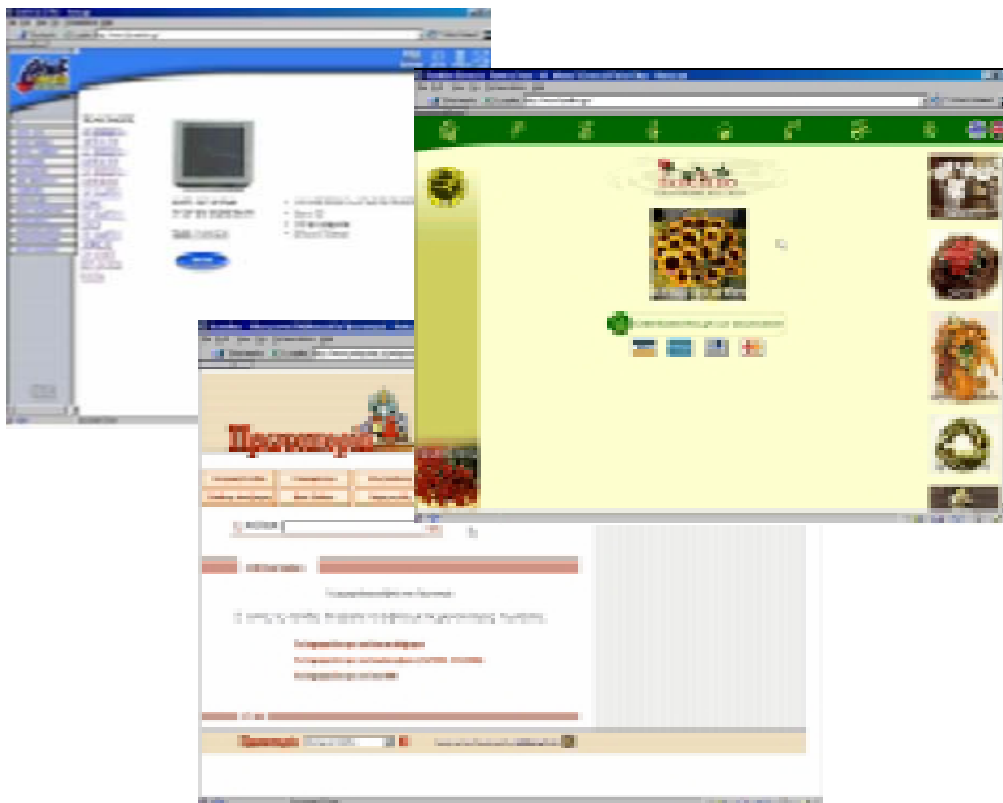
Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα αυξημένης πληροφόρησης σχετικά με τα αγοραζόμενα προϊόντα είτε από τους προμηθευτές είτε από ενδιαμέσους οργανισμούς, που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου. Ιδιαίτερα το πρωτόκολλο SET προβλέπει την παροχή λεπτομερών πληροφοριών για τα προϊόντα ως μέρος της σύμβασης για τη χρήση πιστωτικών καρτών, χρεωστικών και αγοραστικών καρτών, που έχουν αρχίσει να κάνουν την εμφάνισή τους. Πολλοί από τους παράγοντες αυτούς ισχύουν ανεξάρτητα από το μέγεθος της επιχείρησης, και έτσι οι μικρές επιχειρήσεις βαθμιαία αναγνωρίζουν τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου, ιδιαίτερα για τον περιορισμό του κόστους παραγωγής, διανομής και μάρκετινγκ. Τα περισσότερα έγγραφα που ανταλλάσσονται στα πλαίσια μιας συναλλαγής (παραγγελίες, τιμολόγια, επιταγές, εκθέσεις) μπορούν να παράγονται σε ηλεκτρονική μορφή και να εκτυπώνονται μόνο στο σημείο παραλαβής. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια ελκυστική εναλλακτική λύση απέναντι στη σημερινή διαδικασία της δακτυλογράφησης, ταχυδρομικής αποστολής, επαναδακτυλογράφησης, κτλ., που κοστίζει σε χρήμα, χρόνο και ανθρώπινα λάθη.

2.3.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών

Μια συναλλαγή μπορεί να γίνει ανάμεσα σε μία επιχείρηση και ένα καταναλωτή. Πράγματι όταν σκεφτόμαστε τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο, αυτός ο τύπος συναλλαγής είναι ο πρώτος που μας έρχεται στο μυαλό. Ένα παράδειγμα επιχείρησης που εκτελεί αυτό το είδος ηλεκτρονικού εμπορίου ανάμεσα σε επιχείρηση και καταναλωτή είναι η Amazon. Η Amazon αυτοδιαφημίζεται σαν το μέρος για να βρούμε και να

ανακαλύψουμε οτιδήποτε θέλουμε να αγοράσουμε ηλεκτρονικά, και πουλάει cd, βιβλία ηλεκτρονικά και βίντεο σε καταναλωτές. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς καταναλωτή μπορεί επίσης να περιλαμβάνει υπηρεσίες. Ένας συνδρομητικός δικτυακός τόπος που δεν πωλεί υλικά προϊόντα μπορεί επίσης να εμπλακεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι εφαρμογές B2C απευθύνονται στον μέσο καταναλωτή. Αυτός ο τύπος εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια, κυρίως μετά την ευρεία χρήση του διαδικτύου και την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω αυτού. Το Διαδίκτυο είναι κατάλληλο γι' αυτό το είδος του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς είναι ευρέως διαθέσιμο και μπορεί να προωθήσει αποτελεσματικά προϊόντα και υπηρεσίες σε όλους τους τύπους πιθανών πελατών. Οι καταναλωτές μπορούν ήδη να βρουν πληροφορίες για πολλά προϊόντα στο δίκτυο, μέσα από τις ιστοσελίδες ενός μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων, να αγοράσουν προϊόντα χρησιμοποιώντας πιστωτικές κάρτες ή συστήματα SET, ακόμη και να παραλάβουν αμέσως τα προϊόντα από το δίκτυο, αν αυτά μπορούν να αποσταλούν σε ψηφιακή μορφή. Προς το παρόν το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει μικρή διάδοση, αλλά με το σημερινό ρυθμό αύξησης των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των συνδρομητών στο Internet υπάρχει στις ΗΠΑ και στο μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης ένα υπολογίσιμο δυναμικό για τη δημιουργία μιας ηλεκτρονικής αγοράς, που θα επιτρέπει στους καταναλωτές να διαλέγουν προϊόντα και να ψωνίζουν από το σπίτι τους. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα επιχειρήσεων που προσφέρουν τη δυνατότητα αγορών μέσω του Internet, όπως σουπερ-μάρκετ, εμπορικά κέντρα και εταιρίες ταχυδρομικών παραγγελιών. Είναι θέμα χρόνου πότε οι καταναλωτές θα υιοθετήσουν την ιδέα της αγοράς μέσω του δικτύου. Η εκτίμηση αυτή επιβεβαιώνεται από τις εξής διαπιστώσεις:

- Οι καταναλωτές έχουν φανεί πάντοτε πρόθυμοι να υιοθετήσουν νέες μεθόδους αγοράς, αρκεί να τους προσφέρουν σαφή πλεονεκτήματα για παράδειγμα, οι ταχυδρομικές αγορές μέσα από έντυπους καταλόγους προϊόντων (όπως ο κατάλογος ARGOS στη Βρετανία) αποτελούν έναν εμπορικό κλάδο με πολύ μεγάλο κύκλο εργασιών.
- Τα γνωστότερα παραδείγματα επιχειρήσεων που έχουν εφαρμόσει το ηλεκτρονικό εμπόριο σημειώνουν τεράστια επιτυχία, όπως η Barclaysquare στη Βρετανία (<http://www.barclaysquare.co.uk>).
- Υπάρχουν πολλά επιτυχημένα παραδείγματα ηλεκτρονικού εμπορίου λιανικής πώλησης στους τομείς ηλεκτρονικών συσκευών και υπολογιστών π.χ. The Electronics Source (<http://www.electsource.com>) και Action Computer Supplies (<http://action.co.uk>).



Εικόνα 3: Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα,(www.protoporia.gr, www.fiorellino.gr, www.club-electric.gr)

- Οι καταναλωτές ζητούν πάντοτε μεγαλύτερη άνεση και μικρότερες τιμές για τις αγορές τους. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει αυτή την άνεση με διάφορες μεθόδους, από τη δημοσίευση τιμοκαταλόγων μέχρι την 24-ωρη πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς, ενώ συγχρόνως εξαλείφει το κόστος της φυσικής παρουσίας για την πραγματοποίηση των ίδιων δραστηριοτήτων με παραδοσιακούς τρόπους. Παράλληλα, το ηλεκτρονικό εμπόριο εξασφαλίζει στους παραγωγούς πολλές διευκολύνσεις, όπως η κατάργηση αρκετών ενδιάμεσων σταδίων στην αλυσίδα παραγωγής, η δυνατότητα συντονισμού των δραστηριοτήτων για τη μείωση του όγκου των αποθεμάτων, και ο περιορισμός του κόστους διανομής, που έμμεσα επιτρέπουν την προσφορά καλύτερων τιμών στους καταναλωτές.

2.4 Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου B2C

2.4.1 Διαφήμιση

Ο καθένας μπορεί να καταλάβει ότι όπου υπάρχει μεγάλη κίνηση, υπάρχει και διακίνηση διαφημιστικών μηνυμάτων. Η διαφήμιση και η διάδοση των πληροφοριών είναι στις μέρες μας οι μεγαλύτερες εμπορικές δραστηριότητες στον ιστό.

Τρόποι διαφήμισης στο διαδίκτυο υπάρχουν πολλοί...

- Ο «δικτυακός τόπος» κάθε οργανισμού, όπου βρίσκει κανείς πληροφορίες για τα προϊόντα και το προφίλ του οργανισμού.
- Διαφημιστικές λεζάντες που ενεργοποιούνται με ένα κλικ και μεταφέρουν το χρήστη σε ηλεκτρονικές τοποθεσίες άλλων οργανισμών ή σε άλλες τοποθεσίες με πληροφορίες.
- «Πύλες» ηλεκτρονικού εμπορίου όπως το www.yahoo.com
- Ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα όπως: <http://www.mini-mall.com>
- <http://www.emp.net/>
- http://www.pouliadis.gr/ver2/news/corp_12.asp

Ανεξάρτητα από τον τρόπο που θα αποφασίσει να ακολουθήσει κάθε διαφημιστής πρέπει να έχει υπ' όψιν ότι η διαφήμιση στο νέο αυτό μέσο είναι διαφορετική από την παραδοσιακή διαφήμιση και αυτό συμβαίνει κυρίως για δύο λόγους, την αλληλεπίδραση και την εξατομίκευση.

Αλληλεπίδραση: ο χρήστης μπορεί να αναζητά ενεργά πληροφορίες, να υποβάλει ερωτήσεις μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και να συμμετέχει σε διάφορες διαφημιστικές δραστηριότητες όπως σε ηλεκτρονικούς διαγωνισμούς. Επίσης η χρήση των πολυμέσων ενισχύει τη δύναμη του μέσου αυτού.

Η εξατομίκευση φαίνεται να είναι το επόμενο βήμα στη διαφήμιση: με ένα σύνολο εργαλείων ο διαφημιστής μπορεί να φτιάξει το προσωπικό προφίλ του πελάτη και να του προσφέρει εξαιρετικά εξειδικευμένα (σχεδόν εξατομικευμένα) διαφημιστικά μηνύματα. Μολονότι σε μερικές περιπτώσεις ενδέχεται να προκύψει θέμα προστασίας προσωπικών δεδομένων, οι εξατομικευμένες διαφημίσεις είναι πιο αποτελεσματικές από την μαζική διαφήμιση ή ακόμη και από τη διαφήμιση που στοχεύει σε συγκεκριμένο κοινό.

Καθώς οι υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκονται ακόμη σε πρώιμο στάδιο, είναι δύσκολο να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητα της ηλεκτρονικής διαφήμισης που στοχεύει σε συγκεκριμένο κοινό. Ο τομέας της ηλεκτρονικής διαφήμισης εξακολουθεί να αναπτύσσεται.

2.4.2 Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι

Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι είναι δικτυακές σελίδες που δίνουν πληροφορίες για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει η εταιρεία. Ένας ηλεκτρονικός κατάλογος περιέχει πληροφορίες όπως:

- Ιδιότητες και χαρακτηριστικά του προϊόντος,
- Συσκευασία
- Διαθεσιμότητα
- Τρόποι Πληρωμής
- Τιμή κ.λ.π

Η πραγματική ισχύς των ηλεκτρονικών καταλόγων σε σχέση με τους παραδοσιακούς καταλόγους έγκειται στην αλληλεπίδραση και τις δυνατότητες βελτιωμένης παρουσίασης (πολυμέσα). Η δυνατότητα αλληλεπίδρασης επιτρέπει στο χρήστη όχι μόνο να δει πληροφορίες για το προϊόν, αλλά να εντοπίσει και τα κοινά σημεία μεταξύ των διαφόρων προϊόντων μπορεί εύκολα να περιηγηθεί σε παρόμοια προϊόντα και να επιλέξει αυτά που καλύπτουν τις ανάγκες του.

Συνηθισμένες τεχνικές ηλεκτρονικών πωλήσεων είναι:

- Παράλληλη διάθεση παρόμοιων ή σχετικών μεταξύ τους προϊόντων προς πώληση σε πιθανούς πελάτες,
- Προσφορά προϊόντων υψηλότερης ποιότητας ή τιμής.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα, όταν κάποιος ψάχνει για αθλητικά παπούτσια, είναι πιθανόν να ενδιαφέρεται επίσης για κάλτσες ή κορδόνια. Τέλος οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι μπορούν να ανανεωθούν με ταχύτερο ρυθμό και μεγαλύτερη ευκολία, παρέχοντας στους πελάτες τις πιο πρόσφατες πληροφορίες.

2.4.3 Ηλεκτρονικές Εκδόσεις

Ο εκδοτικός τομέας ήταν από τους πρώτους που επένδυσαν σε νέες τεχνολογίες και ειδικά στο διαδίκτυο. Όλο και περισσότεροι εκδότες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο ως μέσο πληροφόρησης και επιδιώκουν την εμπορική τους εκμετάλλευση. Επιτυχημένες προσπάθειες ηλεκτρονικού εμπορίου σε σχέση με τις ηλεκτρονικές εκδόσεις είναι οι ηλεκτρονικές εφημερίδες και οι ανεξάρτητες εκδόσεις μέσω Διαδικτύου.

Ηλεκτρονικές Εφημερίδες

Με τον όρο ηλεκτρονική εφημερίδα (www.nafteboriki.gr) εννοούμε την αυτοματοποιημένη ηλεκτρονική δημοσίευση του περιεχομένου μιας εφημερίδας στον Ιστό. Αυτό σημαίνει ότι όλα τα άρθρα, οι φωτογραφίες κ.λ.π διατίθενται ηλεκτρονικά στους

χρήστες. Κατά την διάρκεια των περασμένων έξι ετών ο αριθμός των ηλεκτρονικών εφημερίδων σημείωσε σημαντική άνοδο και ειδικότερα οι εβδομαδιαίες εκδόσεις, όπου η ροή των πληροφοριών είναι διαφορετική και ο κύκλος ζωής τους μεγαλύτερος. Οι ηλεκτρονικές εφημερίδες προσφέρουν ένα σημαντικό πλεονέκτημα: Ενημερώνονται με ταχύτερο ρυθμό απ' ό,τι τα παραδοσιακά έντυπα και με αυτόν τον τρόπο ανταγωνίζονται άλλα μέσα, όπως την τηλεόραση. Επίσης όσοι βρίσκονται εκτός της γεωγραφικής περιοχής που καλύπτουν τα κανάλια διανομής των έντυπων εφημερίδων έχουν την ευκαιρία να βρίσκουν θέματα του ενδιαφέροντος τους(για παράδειγμα, επιχειρηματίες ή άτομα που διαμένουν ή εργάζονται μακριά από το σπίτι/ γραφείο). Πρέπει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες ηλεκτρονικές εφημερίδες έχουν στόχο να προωθήσουν κυρίως την έντυπη μορφή το, δίνοντας απλά μια εικόνα των ειδήσεων που καλύπτονται. Ωστόσο τα οφέλη και τα χρήματα που εξοικονομούνται από την διαφήμιση είναι σημαντικά. Παρολ' αυτά πολλές εφημερίδες(ειδικά αυτές που απευθύνονται σε μικρό εξειδικευμένο αναγνωστικό κοινό) έχουν μόνο ηλεκτρονική μορφή, αλλά οι περισσότερες από αυτές δεν φαίνεται να το μετανιώνουν , εφόσον τα έξοδα είναι σε σημαντικό βαθμό χαμηλότερα και δεν απαιτούνται οι παραδοσιακά μεγάλες επενδύσεις κεφαλαίου. Μερικοί Σύνδεσμοι για ηλεκτρονικές εφημερίδες παρουσιάζονται παρακάτω:

- www.ta-nea.dolnet.gr
- www.naftemporiki.gr
- www.the-news.net
- www.lemonde.fr

Μερικές από τις παρεχόμενες υπηρεσίες των ηλεκτρονικών εκδόσεων είναι οι εξής:

- **Ηλεκτρονική Ανάγνωση/ προβολή ιστοσελίδων:** Ο χρήστης μπορεί να διαβάσει τις ειδήσεις , επωφελούμενος από τα πλεονεκτήματα του υπερκειμένου.
- **Αναζήτηση Άρθρων:** Η ηλεκτρονική έκδοση προσφέρει εκτεταμένες μηχανές αναζήτησης που δεν θα βρει κανείς στην έντυπη μορφή. Βέβαια στην περίπτωση των βιβλίων ή των εβδομαδιαίων περιοδικών η αναζήτηση μπορεί να είναι ευκολότερη ή πιο εφικτή μέσω ευρετηρίου. Ωστόσο, οι ηλεκτρονικές εκδόσεις παραμένουν η καλύτερη λύση για την αναζήτηση ειδικών θεμάτων.
- **Πρόσβαση και χρήση ηλεκτρονικών αρχείων:** Πριν από μερικά χρόνια η διαδικασία αυτή ήταν αρκετά περίπλοκη, τώρα πλέον είναι εξαιρετικά εύκολη. Ειδικά στην περίπτωση των βιβλιογραφικών αναφορών και των απαντητικών άρθρων, αυτό μπορεί να γίνει μόνο ηλεκτρονικά.

- **Προσαρμοσμένες υπηρεσίες πληροφοριών:** Με τις ηλεκτρονικές εκδόσεις ο χρήστης μπορεί να ορίσει κάποια κριτήρια ανάλογα με τις προτιμήσεις του και να ζητήσει να λαμβάνει ειδήσεις ειδικού ενδιαφέροντος και όχι να κατακλύζεται από οτιδήποτε προσφέρει η έκδοση. Η δημιουργία προφίλ(σύνθεση του προφίλ του χρήστη ανάλογα με τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντα του) μπορεί να γίνει είτε με βάση τα κριτήρια που καθορίζονται από τον χρήστη ή σε πιο σύνθετες περιπτώσεις χρησιμοποιώντας μέσα συλλογής δεδομένων, οπότε η ηλεκτρονική εφημερίδα προσαρμόζεται στις ανάγκες και προτιμήσεις του χρήστη βάσει προηγούμενων επιλογών.

Από την άλλη πλευρά, τα οφέλη των ηλεκτρονικών εκδόσεων για τον εκδοτικό οργανισμό ποικίλλουν:

- **Αύξηση της αναγνωστικής βάσης** με υπηρεσίες που προσελκύουν αναγνώστες οι οποίοι στο παρελθόν δεν είχαν εκδηλώσει ενδιαφέρον ή δεν είχαν εντοπιστεί.
- **Συλλογή πληροφοριών για τις προτιμήσεις και τα χαρακτηριστικά των αναγνωστών και διεξαγωγή έρευνας αγοράς** ο οργανισμός αποκτά έτσι σαφέστερη εικόνα για το προφίλ των αναγνωστών και συνεπώς, θα είναι σε θέση να προσφέρει κατάλληλο περιεχόμενο.
- **Χρέωση του περιεχομένου της εφημερίδας ή των προηγμένων υπηρεσιών** ορισμένες εφημερίδες χρεώνουν ένα μικρό αντίτιμο και διανέμονται ηλεκτρονικά στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο των χρηστών.
- **Δωρεάν Διαφήμιση** και αξιοποίηση των σχετικών ευκαιριών. Η ηλεκτρονική εφημερίδα όχι μόνο προωθεί το έντυπο ,αλλά αποτελεί επίσης ένα νέο διαφημιστικό μέσο.

Ανεξάρτητες Εκδόσεις

Τέλος, μια αγορά που δείχνει να έχει μεγάλη δυναμική εξέλιξης είναι οι ανεξάρτητες εκδόσεις. Σχετικά πρόσφατα ένας διάσημος συγγραφέας έργων τρόμου προσέφερε το πρώτο του βιβλίο αποκλειστικά στο ιστό, παρακάμπτοντας τον παραδοσιακό τρόπο. Προσέφερε το πρώτο κεφάλαιο ως προεισοκόπηση και το υπόλοιπο μπορούσε να το κατεβάσει κανείς έναντι μικρού αντίτιμου(σημαντικά χαμηλότερου από την τιμή του αντίστοιχου τυπωμένου αντιγράφου). Αυτό είναι ένα μόνο εγχείρημα για την αποφυγή των παραδοσιακών καναλιών διανομής, καθώς το προϊόν δεν έχει υλική υπόσταση και μπορεί να μεταφέρεται ηλεκτρονικά. Παρόμοια εγχειρήματα αναμένεται να αλλάξουν την αγορά όχι μόνο στο χώρο των βιβλίων και της ανάγνωσης, αλλά και στην βιομηχανία της μουσικής και του βίντεο.

2.4.4 Τραπεζικές Υπηρεσίες

Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες, γνωστές επίσης και ως τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, εικονικές ή κατ' οίκον τραπεζικές υπηρεσίες, περιλαμβάνουν ποικίλες τραπεζικές δραστηριότητες που εκτελούνται από το σπίτι, το γραφείο, το δρόμο, ή οποιαδήποτε τοποθεσία πλην του χώρου της τράπεζας. Οι τραπεζικές υπηρεσίες περιλαμβάνουν από την απλή πληρωμή και τον έλεγχο υπολοίπου του λογαριασμού έως την εξασφάλιση ενός δανείου. Αυτές οι υπηρεσίες προσφέρονταν για αρκετό διάστημα αλλά εξαρτιόνταν από λογισμικό αποκλειστικής χρήσης και τις λύσεις ιδιωτικού δικτύου. Μετά την εμφάνιση του Διαδικτύου κατέστη δυνατό οι υπηρεσίες αυτές να προσφέρονται στο ευρύ κοινό.

Τα οφέλη είναι σημαντικά για τους συμμετέχοντες, τις τράπεζες και τους πελάτες:

Για την τράπεζα είναι ένας γρήγορος, οικονομικός τρόπος παροχής υπηρεσιών, που απαλλάσσει το προσωπικό από την γραφική εργασία και προσφέρει υπηρεσίες σε 24ωρη βάση, πράγμα αδύνατο για οποιοδήποτε παράρτημα. Κάτι τέτοιο μπορεί να οδηγήσει σε μείωση του αριθμού των παραρτημάτων. Ο ρόλος των παραρτημάτων που θα απομείνουν ενδεχομένως να αλλάξει, καθώς θα απαλλαγούν από ένα μέρος του φόρτου των συναλλαγών και θα έχουν την ευκαιρία να επικεντρωθούν σε πιο παραγωγικές δραστηριότητες, όπως η παροχή συμβουλών για χρηματοοικονομικά θέματα και άλλων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Για τον πελάτη είναι φτηνός, εύκολος και επί 24ωρου βάσης διαθέσιμος τρόπος για να διεκπεραιώνει τις υποθέσεις του. Όχι πια έντυπες φόρμες και ουρές. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους πελάτες περιλαμβάνουν:

- Πληρωμή Λογαριασμών
- Ηλεκτρονική Έκδοση επιταγών
- Έλεγχος Τραπεζικών λογαριασμών, πιστωτικών καρτών κ.λ.π
- Διαχείριση Αρχείου
- Υπολογισμός Φορολογίας
- Ηλεκτρονική Πώληση Μετοχών κ.λ.π

Φυσικά υπάρχει μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών που παρέχονται όχι μόνο από τις τράπεζες, αλλά και από εταιρείες που προσφέρουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, που μπορεί να περιλαμβάνουν κάποιες από αυτές που αναφέρθηκαν ή άλλες, ανάλογα με την ανάπτυξη των χρηματοοικονομικών προϊόντων. Πρέπει κανείς να λάβει υπόψιν ότι ο τομέας των τραπεζικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ήταν ανάμεσα στους πρώτους που χρησιμοποίησαν την τεχνολογία πληροφοριών για θέματα συναλλαγών. Λίγο έως πολύ, όλοι είμαστε εξοικειωμένοι με την χρήση των αυτόματων μηχανημάτων συναλλαγών(ATM).

2.4.5 Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες

Ο παγκόσμιος χαρακτήρας του Διαδικτύου ταιριάζει απόλυτα με τις ανάγκες των ταξιδιωτών και του ταξιδιωτικού κλάδου, ο οποίος αναπτύσσεται ραγδαία. Κάθε έμπειρος ταξιδιώτης γνωρίζει ότι ο επιμελής προγραμματισμός και η κράτηση θέσεων μπορούν να εξοικονομήσουν σημαντικά χρηματικά ποσά. Τα χρήματα που εξοικονομούνται προέρχονται από προσφορές της τελευταίας στιγμής, από ακυρώσεις ή περίσσιες θέσεις, καθώς και λόγω περιορισμού του επιπρόσθετου κόστους, εφόσον οι ταξιδιωτικοί πράκτορες παρακάμπτονται. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τα ηλεκτρονικά ταξιδιωτικά πρακτορεία περιλαμβάνουν:

Ηλεκτρονικούς Κατάλόγους, Υπηρεσίες αναζήτησης και υπηρεσίες κρατήσεων για ξενοδοχεία, κρουαζιέρες και ξεναγήσεις, εισιτήρια κ.λπ. Άλλες παρεχόμενες υπηρεσίες είναι ο Σχεδιασμός Ταξιδιών, Κοινοτικές Υπηρεσίες για την ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών, Δημοπρασία ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Πολλοί παροχείς υπηρεσιών, όπως η αεροπορική εταιρεία Easy Jet , που αποφάσισαν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους απευθείας στους πελάτες, βρήκαν στο διαδίκτυο το ιδανικό μέσο για την εφαρμογή της στρατηγικής τους.

2.5 Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου B2B

2.5.1 Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange)

Η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI) είναι μια τυπική μορφή ανταλλαγής επιχειρησιακών δεδομένων. Ένα μήνυμα EDI περιλαμβάνει μια σειρά από σύμβολα πληροφοριών, καθένα από τα οποία αντιπροσωπεύει ένα μοναδικό στοιχείο, όπως την τιμή, τον αριθμό μοντέλου του προϊόντος κ.ο.κ, χωρισμένα με οριοθέτες. Ολόκληρη η σειρά ονομάζεται τμήμα δεδομένων. Ένα ή περισσότερα τμήματα δεδομένων πλαισιωμένα από μια κεφαλίδα και ένα επίμετρο αποτελούν την μονάδα μεταφοράς EDI (ισοδύναμη με ένα μήνυμα), που συνήθως περιλαμβάνει το περιεχόμενο ενός τυπικού επιχειρησιακού εγγράφου ή φόρμας. Τα μέρη που ανταλλάσσουν δεδομένα EDI αναφέρονται ως εμπορικοί εταίροι. Τα μηνύματα EDI μπορούν να κρυπτογραφηθούν και να αποκρυπτογραφηθούν. Το EDI είναι μια μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου που περιλαμβάνει επίσης ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και φαξ.

2.5.2 Σχεδιασμός Επιχειρησιακών Πόρων(ERP)

Ο Σχεδιασμός Επιχειρησιακών Πόρων είναι ένας όρος που χαρακτηρίζει ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, οι οποίες υποστηρίζονται από λογισμικό πολλαπλών εφαρμογών και βοηθούν ένα παραγωγό ή μια επιχείρηση να διαχειριστεί σημαντικούς τομείς όπως:

- Σχεδιασμός Προϊόντος
- Αγορά Ανταλλακτικών
- Διατήρηση Αποθεμάτων
- Αλληλεπίδραση με τους προμηθευτές
- Παροχή υπηρεσίας εξυπηρέτησης πελατών
- Παρακολούθηση παραγγελιών

Το σύστημα ERP μπορεί επίσης να περιλαμβάνει μονάδες εφαρμογών για τα χρηματοοικονομικά θέματα μιας επιχείρησης και τον τομέα ανθρώπινου δυναμικού. Συνήθως ένα σύστημα ERP χρησιμοποιεί ή είναι ενσωματωμένο με ένα αντίστοιχο σύστημα βάσης δεδομένων. Η ανάπτυξη ενός συστήματος ERP μπορεί να περιλαμβάνει σημαντική ανάλυση των επιχειρησιακών διαδικασιών, επανεκπαίδευση του προσωπικού και νέες εργασιακές διαδικασίες.

2.5.3 Ηλεκτρονική Προμήθεια

Μια από τις σημαντικές δραστηριότητες ενός οργανισμού είναι η προμήθεια των διαφόρων απαραίτητων προϊόντων. Σε αυτά τα προϊόντα περιλαμβάνονται από πολύπλοκα εργαλεία παραγωγής μέχρι απλοί συνδετήρες από απλό υπολογιστή μέχρι μπαταρίες. Η παραδοσιακή διαδικασία προμηθειών μπορεί να είναι χρονοβόρα και να μην προσφέρει πάντα τις καλύτερες τιμές για τον οργανισμό. Με την χρήση των διαφόρων τεχνολογιών(πράκτορες EDI) οι προμήθειες έχουν πλέον αυτοματοποιηθεί για όλα τα είδη των προϊόντων και για οποιαδήποτε ποσότητα με πολύ μικρό κόστος. Οι εταιρείες χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερα συστήματα ηλεκτρονικών προμηθειών, ενώ εάν μια επιχείρηση δεν χρησιμοποιεί αυτή την υπηρεσία, μπορεί να υποστεί αρνητικές συνέπειες.

2.5.4 Εφαρμογές Intranet/ Extranet

Οι τυπικές εφαρμογές Intranet/ Extranet περιλαμβάνουν:

- Τηλεδιάσκεψη/ Βιντεοδιάσκεψη
- Λογισμικό Συλλογικής χρήσης που συμβάλλει στην συνεργασία ομάδων
- Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων
- Πρόσβαση σε Εταιρικές αποκλειστικές εφαρμογές και βάσεις Δεδομένων.
- Συστήματα Υποστήριξης αποφάσεων

2.6 Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

Θα μπορούσε κάποιος στην περίπτωση αυτή να αναρωτηθεί για το ποια είναι τα κίνητρα μιας επιχείρησης για να υιοθετήσει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Είναι λοιπόν δυνατό να απαριθμήσει κανείς έναν αριθμό δραστηριοτήτων που προσθέτουν αξία σε μια επιχείρηση μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως: μάρκετινγκ, πρόσβαση σε νέες αγορές, περιορισμός του άμεσου κόστους, ταχύτερη παράδοση προϊόντων, καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης, εκμάθηση της νέας τεχνολογίας, νέες σχέσεις με τους πελάτες, νέες δυνατότητες προϊόντων και νέα λειτουργικά μοντέλα. Όλα αυτά τα πλεονεκτήματα μπορούν να χωριστούν σε τρεις μεγάλες κατηγορίες: βελτίωση, μετασχηματισμός και αλλαγή προτύπων.

▪ **Βελτίωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει τη βελτίωση πολλών πλευρών της λειτουργίας μιας επιχείρησης, σε τομείς όπως: μάρκετινγκ, πρόσβαση σε νέες αγορές, περιορισμός του άμεσου κόστους, ταχύτερη παράδοση προϊόντων, καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης.

▪ **Μάρκετινγκ**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να βελτιώσει σε μεγάλο βαθμό την προώθηση των προϊόντων μέσα από την άμεση, πλούσια σε πληροφορίες και αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες. Τα ψηφιακά δίκτυα επιτρέπουν στους πωλητές να προσφέρουν αναλυτικές πληροφορίες για τα προϊόντα τους μέσα από τη δημοσίευση οδηγών και καταλόγων. Το πλεονέκτημα της ηλεκτρονικής δημοσίευσης σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα διαφήμισης είναι ότι το περιεχόμενο μπορεί να είναι εξατομικευμένο και να καθορίζεται με βάση τους χειρισμούς του ίδιου του πελάτη. Επίσης οι πληροφορίες μπορούν να αλλάζουν συχνά και είναι διαθέσιμες όλο το 24-ωρο σε όλο τον πλανήτη, με την προϋπόθεση ότι ο πελάτης διαθέτει την κατάλληλη πρόσβαση στο δίκτυο. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι πολύ σημαντικά σε ένα κόσμο όπου οι

υποψήφιοι πελάτες βομβαρδίζονται με διαφημιστικά μηνύματα, τα περισσότερα από τα οποία δεν τους ενδιαφέρουν και απλά τους ενοχλούν.

- **Πρόσβαση σε νέες αγορές**

Χάρη στην παγκόσμια διάδοση των ψηφιακών δικτύων και τον αμφίδρομο χαρακτήρα της επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιπροσωπεύει ένα νέο κανάλι για την πώληση υπαρχόντων προϊόντων. Αρκετοί υποστηρίζουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κατάλληλο για δυο μορφές προϊόντων, υλικά προϊόντα (π.χ. αλεύρι ή βιβλία) και προϊόντα που μπορούν να παραδοθούν μέσω του δικτύου (π.χ. πληροφορίες ή λογισμικό). Η άποψη αυτή είναι πολύ περιοριστική. Ένας πολύ μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στον τομέα των υπηρεσιών, και οι δυνατότητες χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου από τις επιχειρήσεις αυτές είναι προφανείς. Για παράδειγμα, οι αεροπορικές εταιρίες δεν πωλούν υλικά αγαθά, ούτε αυτό που προσφέρουν μπορεί να παραδοθεί μέσα από το δίκτυο. Παρέχουν μια υπηρεσία. Μπορούν όμως να χρησιμοποιήσουν το ψηφιακό δίκτυο για την κράτηση θέσεων, την πώληση εισιτηρίων, και φυσικά για το μάρκετινγκ των υπηρεσιών τους.

- **Περιορισμός του άμεσου κόστους**

Η χρήση ενός ψηφιακού δικτύου για τη δημοσίευση και τη μετάδοση πληροφοριών σε ηλεκτρονική μορφή μπορεί να μειώσει το κόστος σε σύγκριση με την επικοινωνία και τη δημοσίευση σε έντυπη μορφή. Ακόμη, η χρήση ενός δημόσιου δικτύου, όπως το Internet, έχει πολύ μικρότερο κόστος από τη δημιουργία και τη συντήρηση ενός ιδιωτικού δικτύου. Μερικοί τομείς όπου η μείωση του κόστους είναι άμεσα ορατή, είναι η ψηφιακή μετάδοση εγγράφων, η επικοινωνία μεταξύ τμημάτων της επιχείρησης και μεταξύ επιχείρησης και προμηθευτών, καθώς και η υποστήριξη των πελατών σε 24-ωρη βάση χωρίς την ανάγκη λειτουργίας ενός τηλεφωνικού κέντρου. Ένα πολύ καλό παράδειγμα πρόσθετης μείωσης του κόστους είναι η παράδοση προϊόντων σε ηλεκτρονική μορφή, όπως για παράδειγμα μια σύνθεση ενός γραφίστα ή μια έκθεση ενός συμβούλου επιχειρήσεων.

- **Ταχύτερη παράδοση προϊόντων**

Χάρη στην αμεσότητα της πρόσβασης στις νέες πληροφορίες, το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει τη συντόμευση του χρόνου που απαιτείται για την παραγωγή και την παράδοση πληροφοριών και υπηρεσιών. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε κλάδους που εξαρτώνται από την έγκαιρη παράδοση κρίσιμων πληροφοριών, όπως τα μέσα ενημέρωσης και η χρηματιστηριακή αγορά. Ειδικά στα μέσα ενημέρωσης, το ψηφιακό δίκτυο είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα μαζικής παραγωγής εξατομικευμένων

προϊόντων: οι ηλεκτρονικές εφημερίδες μπορούν να διαμορφώνουν το περιεχόμενό τους ανάλογα με τις προτιμήσεις που υποβάλλει κάθε συνδρομητής, και να του στέλνουν μόνο τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν, με αμεσότητα και ακρίβεια.

- **Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να βελτιώσει σε πολύ μεγάλο βαθμό την εξυπηρέτηση των πελατών, αυτοματοποιώντας τη διαδικασία απάντησης στις πιο συχνές και συνηθισμένες ερωτήσεις, και επιτρέποντας έτσι στο ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης να ασχοληθεί με τις περιπτώσεις που πραγματικά απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή. Η διαθεσιμότητα της υποστήριξης των πελατών σε 24-ωρη βάση και όλες τις ημέρες του χρόνου, είναι ένα πολύ ισχυρό ανταγωνιστικό εργαλείο. Παράλληλα, ένα μεγάλο μέρος της δραστηριότητας για την υποστήριξη των πελατών περνά στην ευθύνη των ίδιων των πελατών, που έχουν τη δυνατότητα να μελετήσουν τις ηλεκτρονικά δημοσιευμένες οδηγίες και προδιαγραφές των προϊόντων, ή να πάρουν αυτόματα απαντήσεις στις περισσότερες ερωτήσεις τους. Έτσι, μια σημαντική πηγή κόστους πρακτικά παύει να υπάρχει. Χάρη στην παγκόσμια πρόσβαση του δικτύου, μια μεγάλη επιχείρηση μπορεί με μικρό αριθμό προσωπικού να διατηρεί ένα μόνο κέντρο υποστήριξης με 24-ωρη δυνατότητα άμεσης απάντησης στα ερωτήματα εκείνα των πελατών, από όλο τον κόσμο, που δεν μπορούν να απαντηθούν αυτόματα από τη βάση δεδομένων του συστήματος. Από την άλλη πλευρά, η προσφορά πληροφοριών και εκτεταμένης υποστήριξης στους πελάτες μέσα από το δίκτυο, επιτρέπει στην επιχείρηση να αντλεί πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντα και τη συμπεριφορά των πελατών (π.χ. μελετώντας τις ερωτήσεις που υποβάλλονται από διαφορετικές ομάδες πελατών). Η γνώση αυτή είναι πολύτιμη και μπορεί να οδηγήσει στη βελτίωση προϊόντων ή στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Δυο γνωστές Αμερικανικές εταιρίες μεταφοράς δεμάτων, FederalExpress (www.fedex.com) και UPS (www.ups.com) χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό αυτή την προσέγγιση.

- **Βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να αποτελέσει ένα εξαιρετικά θετικό στοιχείο της δημόσιας εικόνας μιας επιχείρησης, ιδιαίτερα όταν η επιχείρηση αυτή απευθύνεται σε τμήματα της αγοράς με ευνοϊκή στάση απέναντι στη νέα τεχνολογία. Η δημόσια εικόνα (ή επωνυμία) είναι ένα από τα πολυτιμότερα άυλα κεφάλαια μιας επιχείρησης. Πολλές επιχειρήσεις επενδύουν τεράστια κεφάλαια για την καλλιέργεια και τη διατήρηση μιας ισχυρής επωνυμίας. Αυτό ισχύει κυρίως στις ανταγωνιστικές αγορές, όπου οι διαφορές μεταξύ των προϊόντων είναι βασικά μικρές και δεν επαρκούν για να κερδίσουν την

προτίμηση των καταναλωτών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να αποτελέσει ένα τρόπο για την ενίσχυση της δημόσιας εικόνας μιας επιχείρησης με πολύ μικρό σχετικό κόστος.

- **Μετασχηματισμός των επιχειρήσεων**

Εκτός από τη βελτίωση των παραπάνω δραστηριοτήτων, το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει ευκαιρίες για μετασχηματισμό των επιχειρήσεων.

- **Εκμάθηση της νέας τεχνολογίας**

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

- **Νέες σχέσεις με τους πελάτες**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο δημιουργεί ένα νέο τοπίο σχέσεων μεταξύ προμηθευτών και πελατών, με τη συχνή και άμεση επικοινωνία, την παροχή πλουσιότερων εξατομικευμένων πληροφοριών, και τη συλλογή στοιχείων για τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των πελατών. Η σχέση με τους πελάτες είναι ένα από τα πρώτα χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης που αλλάζουν με την εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εποχή που ο πελάτης έπρεπε να συμβιβαστεί με αυτά που διέθετε η επιχείρηση, έχει περάσει. Τώρα η επιχείρηση μπορεί να είναι πραγματικά ευαίσθητη στις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών, και να προσαρμόζει την παραγωγή ή τα αποθέματά της στις διακυμάνσεις της ζήτησης, τις οποίες πληροφορείται άμεσα από τις ερωτήσεις των πελατών μέσω του δικτύου. Πρόκειται για μια δραστηριότητα που προσθέτει αξία στο μάρκετινγκ της επιχείρησης. Ένας πελάτης που έχει συνηθίσει σε μια τέτοια ικανότητα ανταπόκρισης είναι δύσκολο να αλλάξει προμηθευτή, επειδή τότε θα πρέπει να περιμένει μέχρι ο νέος προμηθευτής να «μάθει τις συνήθειές του». Έτσι, η σχέση αυτή αυξάνει την αφοσίωση των πελατών.

- **Αλλαγή προτύπων**

Οι βελτιώσεις και οι μετασχηματισμοί που είδαμε παραπάνω αφορούν μικρές ή μεγάλες

αλλαγές μεμονωμένων δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης. Η αλλαγή προτύπων αποτελεί μια εντελώς διαφορετική κλίμακα αλλαγών, που οδηγούν σε νέα προϊόντα και νέες λειτουργικές δομές.

- **Νέες δυνατότητες προϊόντων**

Η ροή και επεξεργασία των πληροφοριών, που γίνεται δυνατή χάρη στη φύση του ηλεκτρονικού εμπορίου, επιτρέπει τη σύλληψη νέων προϊόντων ή την εξειδίκευση υπαρχόντων προϊόντων με πρωτοποριακούς τρόπους. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν προσφέρει μόνο την ευκαιρία πώλησης των υπαρχόντων προϊόντων από ένα νέο κανάλι διανομής, αλλά και τη δυνατότητα δημιουργίας και βελτίωσης προϊόντων. Η μαζική παραγωγή εξατομικευμένων προϊόντων είναι η μια πλευρά αυτής της δυνατότητας. Η δεύτερη είναι ότι ο πωλητής μπορεί να εμπλέξει τον αγοραστή πολύ νωρίς (μερικές φορές ακόμη και από το στάδιο του σχεδιασμού) στην αλυσίδα αξιών της επιχείρησης, με αποτέλεσμα την έγκαιρη προσαρμογή των υπαρχόντων προϊόντων και τη δημιουργία νέων προϊόντων σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών. Το κλειδί στη δραστηριότητα αυτή είναι η αυξημένη ροή πληροφοριών μεταξύ πωλητή και αγοραστή.

- **Νέα λειτουργικά μοντέλα**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, σε συνδυασμό με την αλλαγή των δομών της αγοράς, οδηγεί στην εμφάνιση νέων μοντέλων για τη λειτουργία επιχειρήσεων, που βασίζονται στην αφθονία των πληροφοριών και την άμεση διανομή τους στους πελάτες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, αλλά κυρίως μπορεί να οδηγήσει στην αναθεώρηση των μοντέλων που καθορίζουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Δεν υπάρχει ένα ενιαίο μοντέλο που να ισχύει για όλες τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο. Αντίθετα, υπάρχει ένα διαφορετικό μοντέλο για κάθε τύπο επιχείρησης. Το κέντρο βάρους όλων αυτών των μοντέλων είναι ο νέος ρόλος των ενδιαμέσων. Σε πολλούς κλάδους θα εξαφανιστούν οι παραδοσιακοί μεσάζοντες, ενώ θα εμφανιστούν νέες μορφές ενδιαμέσων, ιδιαίτερα σε σχέση με τη ψηφιακή υποδομή. Ως βάση για την ανάλυση της αναγκαιότητας και των πλεονεκτημάτων του ηλεκτρονικού εμπορίου για μια επιχείρηση, μπορεί να χρησιμοποιηθεί η παρούσα αξία των διάφορων συνιστωσών των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

- **Χαμηλότερες τιμές προϊόντων**

Η μείωση των τιμών είναι ένα έμμεσο αποτέλεσμα του χαμηλότερου κόστους συναλλαγής. Σύμφωνα με τη θεωρία του κόστους συναλλαγών, για κάθε δραστηριότητα της αλυσίδας αξιών μια επιχείρηση πρέπει να αποφασίσει αν θα την αναθέσει σε

εξωτερικό προμηθευτή ή αν θα την εκτελέσει η ίδια. Το κριτήριο της απόφασης αυτής είναι το σχετικό κόστος των δυο επιλογών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει την απλοποίηση και την αυτοματοποίηση πολλών δραστηριοτήτων, ιδίως αυτών που αφορούν την επικοινωνία με πελάτες ή προμηθευτές. Έτσι, ο συνολικός κύκλος από τη σχεδίαση του προϊόντος ως την παράδοση στον τελικό καταναλωτή απλοποιείται, πολλά στάδια που περιλάμβαναν τη χρήση ενδιάμεσων καταργούνται ή ενοποιούνται, και το κόστος παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων μειώνεται.

- **Αυξημένος ανταγωνισμός**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν γνωρίζει γεωγραφικά σύνορα. Ο καθένας μπορεί να δημιουργήσει μια «ιδεατή επιχείρηση», που μέσα από τη ψηφιακή υποδομή θα είναι προσιτή σε όλο τον κόσμο. Οι τοπικοί προμηθευτές κάθε περιοχής παύουν να προστατεύονται από τη γεωγραφική απόσταση, με αποτέλεσμα μια αύξηση του ανταγωνισμού, που συμπιέζει τις τιμές σύμφωνα με το νόμο της προσφοράς και της ζήτησης. Βέβαια η τιμή κάθε προϊόντος έχει ένα κατώτατο όριο, που εξαρτάται από το κόστος παραγωγής του. Αν οι τιμές έχουν ήδη πλησιάσει αρκετά αυτό το όριο, ο ανταγωνισμός μπορεί να ωθήσει τους πωλητές να προσφέρουν προϊόντα αυξημένης αξίας. Η πρόσθετη αξία μπορεί να έχει τη μορφή βελτιωμένης ποιότητας ή δωρεάν υπηρεσιών υποστήριξης.

- **Αυξημένη αγοραστική παραγωγικότητα**

Το μέτρο της παραγωγικότητας ενός αγοραστή είναι το κόστος και ο χρόνος που απαιτούνται για την επιλογή προμηθευτή-προϊόντος και τη λήψη της απόφασης αγοράς. Αν ο αγοραστής είναι μια επιχείρηση που παράγει προστιθέμενη αξία, η αύξηση της αγοραστικής παραγωγικότητας μεταφράζεται άμεσα σε μείωση του κόστους των δικών της προϊόντων ή υπηρεσιών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τη διερεύνηση της αγοράς και τον εντοπισμό του κατάλληλου προϊόντος στην κατάλληλη τιμή σε συντομότερο χρόνο και με σχεδόν μηδενικό κόστος.

- **Καλύτερη διαχείριση των πληροφοριών**

Η απόφαση σχετικά την ανάθεση μιας δραστηριότητας σε εξωτερικό προμηθευτή ή την εκτέλεσή της από την ίδια την επιχείρηση καθορίζεται κυρίως από τις πληροφορίες που είναι διαθέσιμες. Η ψηφιακή υποδομή αυξάνει τρομακτικά τον όγκο αλλά και τη δυνατότητα οργάνωσης και χρήσης των πληροφοριών, επιτρέποντας έτσι την τεκμηρίωση παρόμοιων αποφάσεων με ακρίβεια και αξιοπιστία. Πολλά διοικητικά στελέχη βλέπουν ευνοϊκά την προοπτική αυτή και προσπαθούν να ενσωματώσουν τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες στην καθημερινή τους δουλειά.

- **Καλύτερος έλεγχος αποθεμάτων**

Οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες επιταχύνουν την ολοκλήρωση των συναλλαγών, αυξάνοντας έτσι την ευελιξία στις προμήθειες των επιχειρήσεων. Πολλές επιχειρήσεις αξιοποιούν τη δυνατότητα αυτή με την εφαρμογή του συστήματος JIT (Just-In-Time, «Την τελευταία στιγμή»), που μειώνει τα περιθώρια ανανέωσης των αποθεμάτων, περιορίζοντας έτσι σημαντικά το κόστος παραγωγής/διάθεσης των προϊόντων τους. Στην πραγματικότητα ο μηδενισμός των αποθεμάτων δεν είναι κάτι εφικτό, και πάντοτε υπάρχει ανάγκη για ένα ελάχιστο απόθεμα ασφαλείας. Ο κρίσιμος παράγοντας, που επιτρέπει τον περιορισμό της ελάχιστης απαραίτητης ποσότητας αποθεμάτων, είναι ο χρόνος. Όσο λιγότερος χρόνος απαιτείται για την ολοκλήρωση μιας παραγγελίας, τόσο μικρότερο απόθεμα είναι υποχρεωμένη να κρατά μια επιχείρηση, ώστε να μην υπάρξει διακοπή στις δραστηριότητές της. Οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες κάνουν δυνατή τη στιγμιαία επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης και μεταξύ της επιχείρησης και των προμηθευτών της. Επίσης, η συνεχής παρακολούθηση των αποθεμάτων από το σύστημα μηχανογράφησης επιτρέπει την πραγματοποίηση προβλέψεων για το επίπεδο των αναγκών στο άμεσο μέλλον. Υπάρχει μάλιστα η δυνατότητα σύνδεσης των συστημάτων της επιχείρησης με αυτά του προμηθευτή, ώστε ο προμηθευτής να χρησιμοποιεί τις προβλέψεις για τον έλεγχο των δικών του αποθεμάτων και να καλύπτει αυτόματα (και έγκαιρα) τις ανάγκες της επιχείρησης.

2.7 Φραγμοί ηλεκτρονικού εμπορίου

Για την ευρύτερη υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι απαραίτητο να ξεπεραστούν ορισμένοι φραγμοί. Μερικοί από τους πιο σημαντικούς είναι οι ακόλουθοι:

- **Δυσκολία αναδιάρθρωσης επιχειρηματικών διαδικασιών**

Η προετοιμασία μιας επιχείρησης για την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι χρονοβόρα και δύσκολη. Η αντίσταση προς το ηλεκτρονικό εμπόριο συχνά είναι μια ένδειξη για τους πόρους που είναι αναγκαίο να επενδυθούν. Η μετατροπή σε ηλεκτρονική μορφή των υπάρχοντων εντύπων και διαδικασιών μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό φραγμό για την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι επίσης πιθανό να διαπιστώσουν πως ο υπάρχων εξοπλισμός τους σε Η/Υ και λογισμικό, οι τύποι αρχείων και οι προδιαγραφές τους, δεν είναι συμβατά με τη νέα τεχνολογία. Μπορεί επίσης να υπάρξουν οργανωτικοί φραγμοί. Τα τεχνολογικά προβλήματα γενικά μπορούν να ξεπεραστούν, με την προϋπόθεση ότι θα διατεθούν οι αναγκαίοι πόροι. Τα προβλήματα που οφείλονται στον ανθρώπινο παράγοντα είναι δυσκολότερο να λυθούν. Οι άνθρωποι συχνά αντιδρούν στις αλλαγές, όχι μόνο το

προσωπικό της ίδιας της επιχείρησης, αλλά επίσης οι πελάτες και οι προμηθευτές της. Ακόμη όμως και αν υπάρξει αντίσταση στην αλλαγή, τα αναμενόμενα πλεονεκτήματα μπορεί να βαρύνουν πολύ περισσότερο από την προσπάθεια που θα απαιτηθεί για την υλοποίησή της.

▪ **Δυσκολία της χρήσης πολύπλοκων ηλεκτρονικών συστημάτων πληροφορικής**

Η εκθετική αύξηση της ποσότητας των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες μέσα από τη ψηφιακή υποδομή, κάνει διαρκώς δυσκολότερο το διαχωρισμό και την ανεύρεση συγκεκριμένων πληροφοριών. Οι χρήστες επιθυμούν να μπορούν να βρουν πληροφορίες με την ελάχιστη δυνατή προσπάθεια, αλλά συχνά δεν διαθέτουν τα εργαλεία και τις γνώσεις που απαιτούνται για μια αποτελεσματική αναζήτηση. Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να στηρίξουν τις δραστηριότητές τους πάνω στη ψηφιακή υποδομή αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην επιλογή του κατάλληλου εξοπλισμού Η/Υ και λογισμικού, κάτι που όχι σπάνια οφείλεται στην απουσία ή στη συνεχή αλλαγή των προδιαγραφών. Επίσης, ακόμη και αν μια επιχείρηση έχει βρει τη «σωστή λύση», οι υποψήφιοι πελάτες της μπορεί να έχουν πρόβλημα να βρουν την επιχείρηση, μια τυπική περίπτωση φαύλου κύκλου.

▪ **Έλλειψη ασφάλειας στο δίκτυο Internet**

Όταν κάποιος χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο, προκύπτουν πολλά θέματα αξιοπιστίας, ασφάλειας και τυποποίησης. Αυτό οφείλεται στο πλήθος των διαφορετικών ανταγωνιστών στην αγορά του διαδικτύου, καθώς και στην φιλοσοφία ανάπτυξης του Διαδικτύου εν γένει. Το διαδίκτυο αναπτύχθηκε αρχικά για στρατιωτικούς και στην συνέχεια για εκπαιδευτικούς σκοπούς και λίγη προσοχή δόθηκε στους τρόπους ελέγχου του. Στην πραγματικότητα, αναμενόταν να είναι ανοιχτό και απλό και να έχει την δυνατότητα να συνεχίζει την λειτουργία του, ακόμη και αν κάποιο τμήμα του δεν λειτουργούσε προσωρινά ή είχε καταστραφεί. Μια πολύ σημαντική συνιστώσα του ηλεκτρονικού εμπορίου, σε σχέση με τη ψηφιακή υποδομή, είναι η δυνατότητα αποστολής ευαίσθητων πληροφοριών, όπως οι αριθμοί πιστωτικών καρτών, με ασφάλεια. Είναι επίσης απαραίτητο να μπορεί να επιβεβαιωθεί η ταυτότητα του αποστολέα ενός μηνύματος, ώστε ο αποδέκτης να είναι σίγουρος πως το μήνυμα προέρχεται πράγματι από αυτόν που το υπογράφει και δεν έχει παραποιηθεί ή πλαστογραφηθεί από κάποιον τρίτο.

▪ **Δυσκολία εκτίμησης των πλεονεκτημάτων έναντι του κόστους των νέων εφαρμογών**

Πολλές επιχειρήσεις εμφανίζονται αρνητικές ή διστακτικές όταν εξετάζουν τις δυνατότητες επέκτασής τους, και λαμβάνουν υπόψη μόνο το άμεσο κόστος και τα άμεσα

πλεονεκτήματα, αποτυγχάνοντας να δουν τα μακροπρόθεσμα οφέλη. Το κόστος της απαιτούμενης επένδυσης είναι γενικά ευδιάκριτο, αλλά τα πλεονεκτήματα μπορεί να απαιτούν ένα πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Έτσι είναι δυσκολότερο να εκτιμηθούν, και κατά συνέπεια είναι δύσκολο να δικαιολογηθεί η αρχική επένδυση. Επίσης, τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα συχνά βρίσκονται σε μάλλον «υποκειμενικούς» τομείς, όπως η εξυπηρέτηση των πελατών και η αποτελεσματικότητα των υπαλλήλων. Η σημασία αυτών των φραγμών αλλάζει με την πάροδο του χρόνου, λόγω της τεχνολογικής προόδου στους τομείς του ηλεκτρονικού εμπορίου και των συστημάτων πληροφορικής που χρησιμοποιούνται ως ψηφιακή υποδομή. Για παράδειγμα:

- Οι επιχειρήσεις βαθμιαία αναγνωρίζουν τα μακροπρόθεσμα πλεονεκτήματα, όπως η αυξημένη ικανοποίηση των πελατών που οδηγεί σε υψηλότερα κέρδη.

- Σχεδόν όλα τα τεχνικά προβλήματα μπορούν να λυθούν με το χρόνο. Αυτό βαθμιαία γίνεται φανερό στις επιχειρήσεις, με την εμφάνιση διάφορων μεθόδων ηλεκτρονικής πληρωμής και συστημάτων που επιλύουν τα προβλήματα ασφάλειας.

- Ο όγκος των διαθέσιμων πληροφοριών δεν θα σταματήσει να αυξάνεται. Η λύση ίσως βρίσκεται σε εργαλεία που αυτοματοποιούν τη διήθηση και την αναζήτηση των πληροφοριών. Η δημιουργία ευρετηρίων σε διάφορες μορφές παίζει ένα σημαντικό ρόλο προς την κατεύθυνση αυτή.

Οι τρεις από τους παραπάνω φραγμούς θα μπορέσουν σχετικά εύκολα να ξεπεραστούν. Αντίθετα, η αντίσταση που οφείλεται στον ανθρώπινο παράγοντα θα είναι μάλλον η πιο προβληματική.

- **Ανεπαρκές εύρος ζώνης επικοινωνίας(bandwidth)**

Το δίκτυο αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα κυκλοφορίας και έλλειψης επάρκειας στην μεταφορά δεδομένων λόγω της ραγδαίας αύξησης των συνδεδεμένων χρηστών. Επιπλέον, οι εφαρμογές πολυμέσων και οι αυξανόμενες ανάγκες για περισσότερο ψυχαγωγικό, πληροφοριακό, εκπαιδευτικό και άλλου είδους περιεχόμενο δυσχεραίνει τη γρήγορη πρόσβαση στις υπηρεσίες που παρέχονται μέσω διαδικτύου. Υπό πραγματικές συνθήκες είναι σαν να έχει κανείς να κατευθύνει 100 φορτηγά σε ένα μικρό δρόμο, ο οποίος ήταν αρχικά σχεδιασμένος για την διέλευση 20 επιβατηγών αυτοκινήτων ανά λεπτό. Μολονότι οι δικτυακές τεχνολογίες εξελίσσονται ταχέως, η ανάγκη για μεγαλύτερο εύρος ζώνης και επομένως ταχύτητα στην μεταφορά δεδομένων, αυξάνεται με ακόμη μεγαλύτερο ρυθμό, και ωστόσο αντιμετωπίζεται αυτό, τα προβλήματα σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών θα παραμένουν.

- **Δεν έχουν όλοι οι πελάτες πρόσβαση στο Διαδίκτυο**

Σε αρκετές χώρες, όπως οι Σκανδιναβικές ή τις Η.Π.Α το ποσοστό χρηστών του Διαδικτύου είναι αρκετά υψηλό. Ωστόσο, στις περισσότερες από τις άλλες χώρες (ακόμη και στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης) το ποσοστό χρηστών του Διαδικτύου είναι πολύ μικρότερο. Εάν ο κόσμος δεν έχει πρόσβαση στο Διαδίκτυο, τότε η προσπάθεια που γίνεται ουσιαστικά δεν φτάνει στον καταναλωτή. Βέβαια αυτό αναμένεται να αλλάξει σύντομα, καθώς ο αριθμός των συνδεδεμένων χρηστών αυξάνεται σημαντικά.

- **Υπάρχουν αρκετά άλυτα νομικά και ρυθμιστικά θέματα**

Η διεθνής και η εθνική νομοθεσία προσαρμόζονται σιγά σιγά στις αλλαγές που έχει επιφέρει η εμφάνιση αυτού του νέου είδους εμπορίου. Είναι αναγκαίο να τεθούν θέματα φορολογίας, ιδιοκτησίας και ηθικής. Για παράδειγμα, στην περίπτωση μιας εταιρείας όπως η amazon.com (www.amazon.com), πιθανόν να μην υπάρχει σαφής εικόνα νομικής ευθύνης, εφόσον η συγκεκριμένη εταιρεία έχει γραφεία στις Η.Π.Α, αποθήκες στην Ασία, ενώ διεκπεραιώνει τις συναλλαγές μέσω μιας τράπεζας στην Αυστραλία κ.λπ.

- **Έχουν προκύψει θέματα προσωπικών δεδομένων**

Πολλά άτομα είναι πρόθυμα να παρέχουν προσωπικές πληροφορίες, προκειμένου να έχουν εξατομικευμένες υπηρεσίες. Ωστόσο, με όλες τις σύγχρονες τεχνολογίες και τις εφαρμογές λογισμικού από την μια πλευρά και την έλλειψη τεχνολογικής ειδικευσης και γνώσεων από την άλλη, η λεπτή γραμμή των προσωπικών δεδομένων μπορεί να καταπατηθεί.

- **Οι περισσότεροι αντιστέκονται στην αλλαγή και δεν είναι συνηθισμένοι στις απρόσωπες συναλλαγές χωρίς την ύπαρξη εγγράφων.**

Οι περισσότεροι καταναλωτές είναι συνηθισμένοι να διεξάγουν συναλλαγές τύπου «βλέπω και αγγίζω». Είναι συνηθισμένοι να αγγίζουν και να εξετάζουν το προϊόν που θέλουν να αγοράσουν. Επίσης, η πρόσωπο με πρόσωπο επαφή είναι πολύ σημαντική στις επιχειρηματικές συμφωνίες και συναλλαγές, διότι έχει άμεση σχέση με την εμπιστοσύνη. Ωστόσο, στο νέο περιβάλλον των απρόσωπων συναλλαγών η έννοια της εμπιστοσύνης πρέπει να αναθεωρηθεί.

- **Ο κόσμος νιώθει την υπερβολή και γι' αυτό οι περισσότεροι είναι επιφυλακτικοί.**

Ο κόσμος δηλαδή πιστεύει ότι υπάρχει πολύς ενθουσιασμός, αλλά δεν υπάρχουν σαφείς αποδείξεις, ούτε συγκεκριμένα αποτελέσματα.

2.8 Τεχνολογίες και τεχνολογικά πρότυπα για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Οι τεχνολογίες του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι όλες νέες. Οι περισσότερες από αυτές χρησιμοποιούνται εδώ και αρκετά χρόνια από συγκεκριμένες επιχειρήσεις ή

κλάδους. Αυτό που τους έδωσε την απαιτούμενη ώθηση και έκανε την αντιμετώπιση τους ενιαία -κάτω από τη μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου- ήταν η αποδοχή διεθνών προτύπων και η ανάγκη για νέες μορφές οργάνωσης και λειτουργικής διαχείρισης. Έτσι, οι επιχειρήσεις θα μπορούσαν στο εξής να αντεπεξέλθουν στις συνθήκες που επιβάλλονται από τη διεθνοποίηση των αγορών, τις νέες καταναλωτικές αντιλήψεις και κοινωνικές συνθήκες.

Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI - Electronic Data Interchange)



Δημιουργήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '70. Η EDI είναι μια κοινή δομή αρχείων που σχεδιάστηκε ώστε να επιτρέψει σε μεγάλους οργανισμούς να μεταδίδουν πληροφορίες μέσα από μεγάλα ιδιωτικά δίκτυα. Πρόκειται για την ηλεκτρονική ανταλλαγή εμπορικών και διοικητικών δεδομένων από υπολογιστή σε υπολογιστή, με την ελάχιστη παρέμβαση χειρόγραφων διαδικασιών. Τα δεδομένα αυτά είναι οργανωμένα σε αυτοτελή μηνύματα (τιμολόγια, παραγγελίες, τιμοκατάλογοι, φορτωτικές κλπ.), το περιεχόμενο και η δομή των οποίων καθορίζονται από κάποιο κοινώς αποδεκτό πρότυπο. Τα πρότυπα που χρησιμοποιούνται σε παγκόσμιο επίπεδο προέρχονται από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών και καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα επικοινωνιακών αναγκών των εμπορικών εταιριών. Το πρότυπο αυτό είναι το EDIFACT (EDI For Administration, Commerce and Transportation).

Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL-Secure Sockets Layer)

Το πρωτόκολλο αυτό σχεδιάστηκε προκειμένου να πραγματοποιεί ασφαλή σύνδεση με τον εξυπηρετητή (server). Το SSL χρησιμοποιεί "κλειδί" δημόσιας κρυπτογράφησης, με σκοπό να προστατεύει τα δεδομένα καθώς "ταξιδεύουν" μέσα στο Internet.

Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions)

Το SET κωδικοποιεί τους αριθμούς της πιστωτικής κάρτας που αποθηκεύονται στον εξυπηρετητή του εμπόρου. Το πρότυπο αυτό, που δημιουργήθηκε από τη Visa και τη MasterCard, απολαμβάνει μεγάλης αποδοχής από την τραπεζική κοινότητα.

Γραμμωτός κώδικας (Barcode)

Η τεχνολογία του γραμμωτού κώδικα αποτελεί τμήμα του γενικότερου τομέα των τεχνολογιών αυτόματης αναγνώρισης (Auto ID Technologies). Είναι ένα σύγχρονο εργαλείο, το οποίο βοηθά καταλυτικά στην ομαλή διακίνηση και διαχείριση (logistics)

προϊόντων και υπηρεσιών. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας του γραμμωτού κώδικα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1960, με σκοπό να εξυπηρετήσει την πληρωμή προϊόντων στα καταστήματα τροφίμων. Οι πρώτες εφαρμογές σε βιομηχανικό περιβάλλον εμφανίστηκαν στα τέλη της ίδιας δεκαετίας σε μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες, για τον περιορισμό του κόστους εργασίας που σχετιζόταν με την παραγωγή. Εκτεταμένη χρήση παρουσιάστηκε μετά την ανάπτυξη των πρώτων προτύπων (λόγω των πιέσεων των αρκετών πλέον χρηστών - προμηθευτών, υποκατασκευαστών των μεγάλων βιομηχανιών) στα τέλη της δεκαετίας του 1970. Κατά τη δεκαετία του 1980 υπήρξε αλματώδης ανάπτυξη του εξοπλισμού, κατ' επέκταση και των τρόπων χρήσης της τεχνολογίας γραμμωτού κώδικα.

Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)

Οι "έξυπνες κάρτες" αποτελούν εξέλιξη των καρτών μαγνητικής λωρίδας (παθητικό μέσο αποθήκευσης, τα περιεχόμενα του οποίου μπορούν να διαβαστούν και να αλλαχθούν). Οι έξυπνες κάρτες μπορούν να αποθηκεύσουν μεγάλη ποσότητα δεδομένων και παρέχουν δυνατότητες κρυπτογράφησης και χειρισμού ηλεκτρονικών υπογραφών για την ασφάλεια των περιεχομένων τους. Η ιδέα της έξυπνης κάρτας ξεκίνησε στη Γαλλία το 1974. Το 1975 τα δικαιώματα ανάπτυξης πέρασαν σε μεγάλες εταιρίες ηλεκτρονικού εξοπλισμού. Η νέα αυτή τεχνολογία παρουσιάστηκε στο κοινό το 1981. Μια σειρά από πιλοτικά σχέδια ξεκίνησε αμέσως, και το 1984 με μια συλλογική αξιολόγησή τους εκδόθηκαν νέες ολοκληρωμένες προδιαγραφές. Σήμερα επικρατεί η λανθασμένη εντύπωση ότι οι Smart Cards είναι τραπεζικές ή πιστωτικές κάρτες, με αποτέλεσμα να μην αναγνωρίζεται το μεγάλο εύρος των δυνατοτήτων τους. Η τεχνολογία των έξυπνων καρτών προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες χρήσης στη βιομηχανία, το εμπόριο και τη δημόσια διοίκηση.



Πιστοποίηση και ασφάλεια :

Για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιούνται ευρέως τα firewalls. Το firewall αποτελεί λογισμικό ή υλικό, που επιτρέπει μόνο στους εξωτερικούς χρήστες που έχουν τα κατάλληλα δικαιώματα, να προσπελάσουν το προστατευόμενο δίκτυο. Ένα firewall επιτρέπει στους εσωτερικούς χρήστες να έχουν πλήρη πρόσβαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες, ενώ οι εξωτερικοί χρήστες πρέπει να πιστοποιηθούν. Υπάρχουν πολλοί τύποι firewalls, καθένας από τους οποίους παρέχει διαφορετικά επίπεδα προστασίας. Ο συνηθέστερος τρόπος χρησιμοποίησης ενός firewall είναι η

τοποθέτηση ενός υπολογιστή ή δρομολογητή μεταξύ συγκεκριμένου δικτύου και του Internet, και η παρακολούθηση όλης της κυκλοφορίας μεταξύ του εξωτερικού και του τοπικού δικτύου. Η εμπιστευτική πληροφορία που διακινείται στο δίκτυο μπορεί να προστατευθεί με κρυπτογράφηση και χρήση μυστικών κωδικών. Η ασφάλεια του ηλεκτρονικού εμπορίου βασίζεται κατεξοχήν στην κρυπτογράφηση, δηλαδή στην κωδικοποίηση του μεταδιδόμενου κειμένου κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί μόνο με τη χρήση του ειδικού κλειδιού αποκρυπτογράφησης. Η κρυπτογράφηση συνοδεύεται πολλές φορές και από την ψηφιακή υπογραφή του.



Επιχειρηματικά Μοντέλα για Ηλεκτρονικές Αγορές

Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει την ηλεκτρονική ανταλλαγή τόσο φυσικών προϊόντων (βιβλία, CDs, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, λογισμικό, εισιτήρια, κλπ.) όσο και άλλων μορφών αγαθών (πληροφορίες, υπηρεσίες, κλπ.). Συγκεκριμένα, περικλείει όλα τα βήματα των εμπορευματικών διαδικασιών όπως είναι το on-line μάρκετινγκ, η διαδικασία παραγγελίας, η διαδικασία πληρωμής, η τεχνική υποστήριξη, καθώς και η διανομή των προϊόντων. Στο ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί επίσης να ανήκει και η παροχή υπηρεσιών με ηλεκτρονικό τρόπο για παράδειγμα on-line νομικές συμβουλές ή ακόμα και η ηλεκτρονική υποστήριξη για συνεργασία μεταξύ διαφορετικών επιχειρήσεων. Κάποιες μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου είναι διαθέσιμες εδώ και περίπου είκοσι χρόνια, όπως είναι η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI - Electronic Data Interchange), σε τομείς όπως οι λιανικές πωλήσεις και η υποστήριξη κύκλου ζωής (lifecycle) με τη βοήθεια υπολογιστή στις μεγάλες βιομηχανίες. Αυτές οι μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου είχαν περιορισμένη διάχυση και αποδοχή. Τα τελευταία χρόνια όμως παρατηρείται μια ραγδαία ανάπτυξη στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σε αυτό συντέλεσαν φυσικά το Διαδίκτυο και ο Παγκόσμιος Ιστός που διευκόλυναν την πρόσβαση των χρηστών στα ηλεκτρονικά καταστήματα και προσέφεραν εύκολες, εύχρηστες και χαμηλού κόστους υπηρεσίες. Με τη βοήθεια του νέου μέσου, του Διαδικτύου, γίνεται λοιπόν εφικτή η ανάπτυξη νέων μεθόδων διεξαγωγής επιχειρηματικών συναλλαγών. Οι περισσότερες από αυτές τις μεθόδους είναι προσανατολιζόμενες στον πελάτη όπως για παράδειγμα η Amazon (<http://www.amazon.com>) και η Tesco (<http://www.tesco.com>). Λιγότερη δημοσιότητα ωστόσο έχει δοθεί στον τρόπο με τον οποίο το Διαδίκτυο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για B2B παρόλο που αυτός ο τύπος ηλεκτρονικού εμπορίου είναι

σήμερα μια πραγματικότητα. Τέτοια παραδείγματα είναι η εταιρία Cisco(<http://www.cisco.com>), η εταιρία Pirelli (<http://www.pirelli.com>) κλπ.

Ορισμός Επιχειρηματικού Μοντέλου

Τι είναι ένα επιχειρηματικό μοντέλο;

Ένα επιχειρηματικό μοντέλο είναι:

- Μια αρχιτεκτονική για τα προϊόντα, τη ροή πληροφορίας και τις υπηρεσίες, ενώ περιλαμβάνει επίσης και μια περιγραφή των διαφόρων επιχειρηματικών παιχτών καθώς και των ρόλων τους,
- Μια περιγραφή των πιθανών πλεονεκτημάτων και ωφελειών για τους διάφορους επιχειρηματικούς παίχτες,
- Μια περιγραφή των πηγών εσόδων.

Ένα επιχειρηματικό μοντέλο από μόνο του δεν αποσαφηνίζει πλήρως τον τρόπο με τον οποίο συνεισφέρει στην κατανόηση του επιχειρηματικού στόχου καμιάς από τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε αυτό. Είναι απαραίτητο δηλαδή να γνωρίζει κανείς τη στρατηγική του μάρκετινγκ της επιχείρησης ώστε να εκτιμηθεί η εμπορική του βιωσιμότητα. Συνεπώς είναι απαραίτητο να οριστούν εκτός από τα επιχειρηματικά μοντέλα και τα μοντέλα μάρκετινγκ (marketing model).

Τι είναι ένα μοντέλο marketing;

Ένα μοντέλο μάρκετινγκ είναι:

- Ένα επιχειρηματικό μοντέλο,
- Η στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης που βρίσκεται υπό θεώρηση.

Παρόλο που η παραπάνω προσέγγιση μπορεί να οδηγήσει σε ένα μεγάλο αριθμό από επιχειρηματικά μοντέλα, στην πράξη μόνο ένας μικρός αριθμός από αυτά υλοποιούνται. Παρακάτω θα παρουσιαστούν 10 τέτοια επιχειρηματικά μοντέλα ή γενικεύσεις συγκεκριμένων επιχειρηματικών μοντέλων. Πολλά φυσικά παραδείγματα μπορούμε να βρούμε στο διαδίκτυο. Μερικά από αυτά βρίσκονται ακόμα σε πειραματικό στάδιο ενώ άλλα σε πλήρη εμπορική λειτουργία.

Επιχειρηματικά μοντέλα

e-shop

Πρόκειται για το δικτυακό μάρκετινγκ μιας εταιρίας ή ενός καταστήματος. Σε πρώτη φάση αυτό γίνεται για να μπορέσει η εταιρία να προωθήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Στην πορεία προσθέτονται νέες δυνατότητες (π.χ. παραγγελία και αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών) που συχνά συνδυάζονται με παραδοσιακά κανάλια μάρκετινγκ. Τα άμεσα οφέλη για την εταιρία είναι η αυξημένη ζήτηση, η παγκόσμια παρουσία με χαμηλό κόστος και η μείωση εξόδων για διαφήμιση και πωλήσεις. Για τους καταναλωτές τα οφέλη είναι οι χαμηλότερες τιμές σε σύγκριση με το παραδοσιακό εμπόριο, περισσότερες επιλογές, καλύτερη πληροφόρηση, διαθεσιμότητα 24 ώρες το 24ώρο και ευκολία στην επιλογή, αγορά και παραλαβή. Στην περίπτωση επαναλαμβανόμενων επισκέψεων σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, το 1-προς-1 μάρκετινγκ βελτιώνει τη σχέση μεταξύ πελάτη και πωλητή και αυξάνει τα οφέλη και για τις δύο πλευρές. Τα έσοδα για τους πωλητές προέρχονται από τα μειωμένα έξοδα, τις αυξημένες πωλήσεις και από τη διαφήμιση. Τα περισσότερα εμπορικά web-sites είναι επιχείρηση- προς -καταναλωτή ηλεκτρονικά καταστήματα όπως για παράδειγμα ανθοπωλεία, βιβλιοπωλεία, πωλήσεις εισιτηρίων, κλπ. Ακολουθεί μια ενδεικτική λίστα e-shops ανθοπωλείων και βιβλιοπωλείων της ελληνικής αγοράς.

<u>Ανθοπωλεία</u>	<u>Βιβλιοπωλεία</u>
<ul style="list-style-type: none">• http://www.antonello.gr• http://www.florist.gr• http://www.fiorellino.gr• http://www.fiorissimo.gr• http://www.fleria.gr• http://www.fleurop.gr• http://www.valentine.gr	<ul style="list-style-type: none">• http://www.e-kivos.gr• http://www.floras.gr• http://www.paratiritis.gr• http://www.books-in-greek.gr• http://www.papasotiriou.gr• http://www.bookstore.gr• http://www.greekbooksonline.gr

e-procurement

Είναι η διαδικασία ηλεκτρονικής προσφοράς και προμήθειας αγαθών και υπηρεσιών. Μεγάλες εταιρίες και δημόσιες υπηρεσίες έχουν υλοποιήσει τέτοιες εφαρμογές στο Διαδίκτυο π.χ. PublicBuy.Net, http://www.ariba.net/solutions/procurement_overview.cfm , κλπ. Στα οφέλη περιλαμβάνονται η δυνατότητα μεγαλύτερης επιλογής από προμηθευτές που μπορεί με τη σειρά της να οδηγήσει σε χαμηλότερα έξοδα, καλύτερη

ποιότητα, βελτιωμένη διανομή και μειωμένα έξοδα προμηθειών (για παράδειγμα φυλλάδια προσφορών μπορούν να «κατεβάζονται» δικτυακά από τους προμηθευτές αντί να στέλνονται μέσω του συμβατικού ταχυδρομείου). Επιπλέον, οι ηλεκτρονικές διαπραγματεύσεις και συμβάσεις και ίσως και οι συνεργατικές εφαρμογές σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να οδηγήσουν σε ακόμη μικρότερους χρόνους και έξοδα και αυξημένη ευχρηστία. Για τους προμηθευτές τα πλεονεκτήματα είναι οι μεγαλύτερες ευκαιρίες προσφορών (πιθανότατα σε παγκόσμια κλίμακα), τα χαμηλότερα έξοδα υποβολής προσφορών και ίσως οι συνεργατικές προσφορές. Η κύρια πηγή εσόδων προέρχεται από τη μείωση των εξόδων (αυτοματοποιημένη διαδικασία προσφορών, περισσότερο αποδοτικές προσφορές).

Οι βασικές λειτουργίες αυτού του επιχειρηματικού μοντέλου είναι οι ακόλουθες:

- Παρουσίαση καταλόγων προϊόντων.
- Διαχείριση παραγγελιών.
- Διαχείριση πληρωμών.
- Μηχανισμός αξιολόγησης προσφορών.

e- auction

Αποτελούν υλοποίηση με ηλεκτρονικό τρόπο του μηχανισμού που είναι γνωστός από τις παραδοσιακές δημοπρασίες. Επιπλέον μπορεί να παρέχεται και μια πολυμεσική παρουσίαση των αγαθών. Συνήθως αυτού του είδους οι δημοπρασίες δεν περιορίζονται μόνο σε αυτές τις λειτουργίες. Έτσι, είναι δυνατόν να προσφέρουν ενσωμάτωση της δημοπρατικής διαδικασίας με τις διαδικασίες συμβάσεων, πληρωμών και παράδοσης. Οι πηγές εσόδων για τον παροχέα της δημοπρασίας σχετίζονται με την πώληση της πλατφόρμας τεχνολογιών, τις αμοιβές των συναλλαγών και τη διαφήμιση. Τα οφέλη για τους προμηθευτές και τους αγοραστές αφορούν την αυξημένη αποδοτικότητα και την εξοικονόμηση χρόνου, τη μεγάλη ποικιλία ενώ δεν είναι απαραίτητη η φυσική μεταφορά των συναλλασσόμενων παρά μόνο όταν η επιτευχθεί η συμφωνία μεταξύ τους. Λόγω των μειωμένων εξόδων γίνεται εφικτή η προσφορά πώλησης μικρότερων ποσοτήτων σε χαμηλές τιμές (π.χ. όταν υπάρχει πλεόνασμα αποθεμάτων). Οι προμηθευτές ωφελούνται καθώς ελαττώνεται το πλεονάζων στοκ τους, από τη μείωση των γενικών τους εξόδων ενώ επιτυγχάνεται καλύτερη χρησιμοποίηση του όγκου παραγωγής. Από την άλλη τα οφέλη για τους αγοραστές είναι η ελάττωση των γενικών εξόδων αγοράς καθώς και η μείωση των τιμών των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών. Παραδείγματα ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι το πρόγραμμα ESPRIT Infomar

(περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα προγράμματα ESPRIT και ACTS στη διεύθυνση <http://www.ispo.cec.be/ecommerce/ecomproj.htm> και το FastParts (www.fastparts.com). Άλλες πολύ γνωστές διευθύνσεις ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι οι ακόλουθες:

- <http://www.ebay.com>
- <http://auctions.yahoo.com>

e- mail

Μια ηλεκτρονική αγορά, στη βασική της μορφή αποτελείται από μια συλλογή από ηλεκτρονικά καταστήματα, συνήθως προσαρμοσμένα κάτω από την ίδια ομπρέλα, όπως είναι για παράδειγμα ένα πολύ γνωστό εμπορικό σήμα, ενώ είναι δυνατό να εμπλουτιστεί με μια διαδεδομένη και εγγυημένη μέθοδο πληρωμών. Ένα παράδειγμα είναι η ηλεκτρονική αγορά Bodensee (<http://www.emb.ch>), που παρέχει πρόσβαση σε πολλά ανεξάρτητα ηλεκτρονικά καταστήματα. Όταν τέτοιες ηλεκτρονικές αγορές ειδικεύονται σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα της αγοράς, μετατρέπονται σε βιομηχανικές αγορές, όπως η Industry.Net (<http://www.industry.net>), προσφέροντας υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (FAQ, φόρουμ συζητήσεων, κλειστές ομάδες χρηστών, κλπ.).

Ο διαχειριστής της ηλεκτρονικής αγοράς είναι πιθανό να μην ενδιαφέρεται για μια ανεξάρτητη επιχείρηση που φιλοξενείται στην αγορά. Αντίθετα μπορεί να αναζητήσει οφέλη μέσα από τις βελτιωμένες πωλήσεις των τεχνολογιών υποστήριξης (π.χ. η IBM - World Avenue). Εναλλακτικά οφέλη προκύπτουν μέσα από τις υπηρεσίες (π.χ. Barclays - BarclaySquare), από το διαφημιζόμενο χώρο και από τη χρήση του εμπορικού σήματος. Τέλος οφέλη προέρχονται από την ίδια τη φιλοξενία των ηλεκτρονικών καταστημάτων, δηλαδή από την αυξημένη δικτυακή κίνηση, με την προοπτική ότι η επίσκεψη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος πιθανότατα θα οδηγήσει το χρήστη να επισκεφτεί και κάποιο από τα γειτονικά του καταστήματα στην ηλεκτρονική αγορά. Τα οφέλη για τους πελάτες (πραγματικούς ή πιθανούς) είναι τα οφέλη για κάθε ανεξάρτητο ηλεκτρονικό κατάστημα (βλέπε παραπάνω) με την προστιθέμενη άνεση και ευκολία στην πρόσβαση και άλλων καταστημάτων και την ευχρηστία ενός κοινού περιβάλλοντος αλληλεπίδρασης. Αν η ηλεκτρονική αγορά βρίσκεται κάτω από ένα διαδεδομένο εμπορικό σήμα τότε επιτυγχάνεται μεγαλύτερη εμπιστοσύνη (etrust) και επομένως αυξημένη ετοιμότητα για αγορές. Τα οφέλη για τα μέλη των ηλεκτρονικών αγορών (τα καταστήματα δηλαδή) είναι η μείωση στα έξοδα και σε πολυπλοκότητα που απαιτούνται για τη δικτυακή παρουσία, με σύνθετες υπηρεσίες όπως είναι οι ηλεκτρονικές πληρωμές. Επίσης σημαντική είναι πρόσθετη κίνηση που δημιουργείται τόσο από τα γειτονικά

καταστήματα στην ηλεκτρονική αγορά όσο και από την εμπορική επωνυμία κάτω από την οποία φιλοξενούνται. Έσοδα προκύπτουν από τις αμοιβές συμμετοχής (που μπορεί να συμπεριλάβουν μια συνεισφορά σε υλικό/λογισμικό καθώς και έξοδα εγκατάστασης και ελέγχου-service), από διαφημίσεις καθώς και από αμοιβές κατά τις συναλλαγές (αν η ηλεκτρονική αγορά υποστηρίζει ηλεκτρονικές πληρωμές). Η εμπορική βιωσιμότητα του μοντέλου ηλεκτρονικών αγορών βρίσκεται υπό αμφισβήτηση και παραμένει υπό παρακολούθηση. Η IBM για παράδειγμα με το World Avenue, έχει αποτύχει. Ένας από τους πιθανούς λόγους μπορεί να είναι το γεγονός ότι η έννοια της «γειτονιάς» δεν μεταφράζεται σε φυσική απόσταση στον κυβερνοχώρο, όπου κάθε τοποθεσία βρίσκεται σε απόσταση ενός μόνο «κλικ». Έτσι δεν παρέχεται καμία πρόσθετη ευκολία κατά την αναζήτηση καταστημάτων. Επιπλέον, ο έμπειρος χρήστης (όπως είναι η πλειοψηφία των δικτυακών χρηστών) είναι ικανός να διαχειριστεί τα διάφορα περιβάλλοντα αλληλεπίδρασης μεταξύ αγοραστών-χρηστών και επομένως δεν έλκεται περισσότερο από ένα σταθερό και ομοιόμορφο περιβάλλον αλληλεπίδρασης. Από την άλλη πλευρά ωστόσο, υπάρχουν ενδείξεις ότι ένας αυξημένος αριθμός από εταιρίες επιθυμούν να χρηματοδοτήσουν τις δικτυακές τους λειτουργίες γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών ή των 3rd Party Marketplaces (βλέπε ενότητα 4.5). Έτσι μπορεί να εξηγηθεί και η μετατόπιση των επιχειρήσεων από απλή σε μαζική χρήση του Διαδικτύου.

Third Party Marketplace

Πρόκειται για ένα ανερχόμενο μοντέλο που είναι κατάλληλο στις περιπτώσεις εκείνες που οι εταιρίες επιθυμούν να παραχωρήσουν το δικτυακό τους μάρκετινγκ σε ένα τρίτο φορέα (πιθανότατα σαν μια επιπρόσθετη υπηρεσία στα υπόλοιπα κανάλια τους). Το κοινό τους σημείο είναι ότι προσφέρουν τουλάχιστον ένα περιβάλλον αλληλεπίδρασης στους καταλόγους προϊόντων των προμηθευτών τους. Πολλά επιπρόσθετα χαρακτηριστικά όπως εμπορικό σήμα, πληρωμές, λογιστικά, παραγγελίες και σχεδόν όλα τα στοιχεία των ασφαλών συναλλαγών προστίθενται στις Third Party αγορές. Ένα παράδειγμα στο χώρο του επιχείρηση-προς- καταναλωτή ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η παροχή κοινής πρακτικής μάρκετινγκ σχετικά με ένα ιδιαίτερο γεγονός που περιγράφεται μέσα από διαδεδομένα εμπορικά σήματα, όπως το πρόσφατο πείραμα e-Christmas. Οι παροχείς δικτυακών υπηρεσιών μπορεί να χρησιμοποιήσουν το μοντέλο αυτό για επιχείρηση-προς- επιχείρηση ηλεκτρονικό εμπόριο χρησιμοποιώντας την τεχνογνωσία τους σε Δικτυακό σχεδιασμό και υλοποίηση. Επίσης, μπορεί να κεντρίσει το ενδιαφέρον τραπεζών και άλλων φορέων στην αλυσίδα αξιών. Έσοδα δη-

μιουργούνται από τις αμοιβές συμμετοχής, αμοιβές υπηρεσιών, συναλλαγών ή από ποσοστό επί της αξίας συναλλαγών. Τέτοια παραδείγματα είναι το TradeZone (<http://tradezone.onyx.net>) και το FedExVirtualOrder (<http://www.fedex.com>)

Virtual Communities

Η μεγαλύτερη αξία των εικονικών κοινοτήτων προέρχεται από τα μέλη τους (πελάτες οι συνεργάτες), οι οποίοι προσθέτουν τις πληροφορίες τους σε ένα βασικό περιβάλλον το οποίο παρέχεται από την εικονική κοινότητα. Οι αμοιβές συμμετοχής καθώς και οι διαφημίσεις δημιουργούν έσοδα. Επίσης οι εικονικές κοινότητες μπορούν να αποτελέσουν ένα επιπρόσθετο εργαλείο στις υπάρχουσες πρακτικές τους μάρκετινγκ έτσι ώστε να χτίσουν μια σχέση εμπιστοσύνης με τους πελάτες τους και να πάρουν πληροφορίες ανατροφοδότησης από αυτούς. Εικονικές κοινότητες βρίσκονται σε αφθονία σε εξειδικευμένους τομείς αγοράς όπως για παράδειγμα:

- Amazon.com (<http://www.amazon.com>),
- Apparel/ garment (<http://apparelex.com/bbs/index.htm>),
- Steel industry (<http://www.indconnect.com/steelweb>),
- Nanotechnology (<http://www.nanothinc.com>) και πολλές άλλες.

Η Firefly παρέχει μια ενδιαφέρουσα περίπτωση δημιουργίας εικονικής κοινότητας, προσθέτοντας αξία στην κοινότητα με τη δημιουργία προφίλ για τους πελάτες (<http://www.firefly.net>). Οι εικονικές κοινότητες έχουν εξελιχθεί σαν μια επιπρόσθετη λειτουργία που συμπληρώνει και καθιστά πιο ελκυστικά τα διάφορα άλλα επιχειρηματικά μοντέλα που καταγράφηκαν στην ενότητα.

Value Chain Service Provider

Το μοντέλο αυτό ειδικεύεται σε μια συγκεκριμένη λειτουργία της αλυσίδας αξιών, όπως είναι οι ηλεκτρονικές πληρωμές ή τα λογιστικά, με την πρόθεση να την καταστήσουν ένα ξεχωριστό και ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα. Οι τράπεζες για παράδειγμα ανήκουν σε αυτή την περίπτωση. Μπορούν όμως να βρουν νέες ευκαιρίες χρησιμοποιώντας τα δίκτυα. Επίσης νέες προσεγγίσεις αρχίζουν να αναδύονται στον τομέα διαχείρισης παραγωγής όπου η εξειδικευμένη τεχνογνωσία που απαιτείται για την ανάλυση και σωστή λειτουργία της παραγωγής προσφέρεται από νέους ενδιάμεσους.

Value Chain Integrators

Το συγκεκριμένο μοντέλο εστιάζει στην ενοποίηση πολλαπλών βημάτων στην αλυσίδα αξιών με την προοπτική να εκμεταλλευτεί τη ροή πληροφορίας μεταξύ των βημάτων

αυτών καθώς προστίθεται αξία. Κέρδη θα προκύψουν από αμοιβές συμβουλών και από αμοιβές που θα προέλθουν από πιθανές συναλλαγές. Παράδειγμα ενός Value chain integrator είναι το πρόγραμμα ESPRIT TRANS2000 στην περιοχή πολλαπλών μεταφορών. Ο διαχειριστής προσφέρει στους πελάτες προστιθέμενη αξία από την ανταλλαγή πληροφοριών, όπως αυτή παρέχεται από ενδοδικτυακές λύσεις όπως είναι τα PartnerNet και MarshallNet. Ένα μέρος από τους παροχείς Third Party αγορών έχουν αρχίσει να μετακινούνται προς αυτή την κατεύθυνση.

Collaboration Platforms

Οι πλατφόρμες συνεργασίας παρέχουν όλα τα απαραίτητα εργαλεία καθώς και το περιβάλλον πληροφοριών για την συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να γίνεται είτε για συγκεκριμένες λειτουργίες, όπως είναι το συνεργατικό σχέδιο, είτε παρέχοντας υποστήριξη μέσω μιας εικονικής ομάδας συμβούλων. Επιχειρηματικές δυνατότητες προκύπτουν κατά τη διαχείριση της πλατφόρμας (αμοιβές συμμετοχής και χρησιμοποίησης) και κατά την πώληση εξειδικευμένων εργαλείων (π.χ. για σχεδίαση, ροή πληροφοριών, διαχείριση κειμένων, κλπ.). Παραδείγματα υπάρχουν στα προϊόντα και υποπροϊόντα προγραμμάτων από Παγκόσμιο Δίκτυο Μηχανολογίας (Global Engineering Network) όπως είναι το Deutsche Telecom/Globana's ICS, το πρόγραμμα ESPRIT GENIAL και άλλα ερευνητικά προγράμματα για τρισδιάστατες συνεργατικές σχεδιάσεις και εξομοιώσεις.

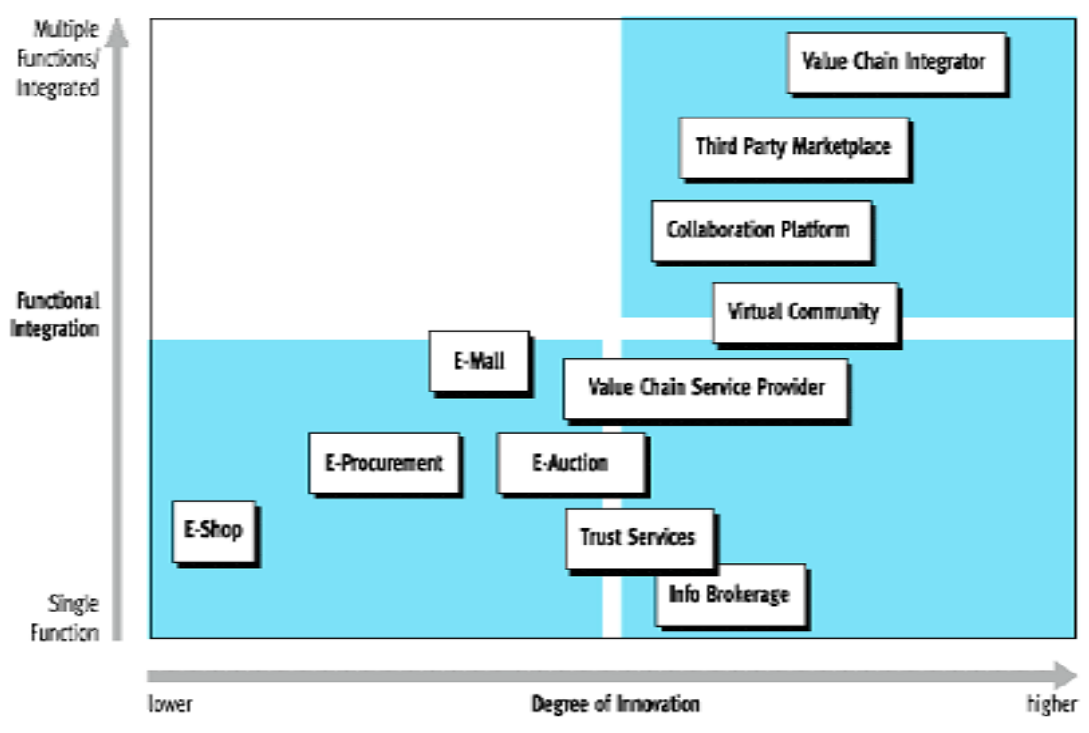
Information Brokerage, Trust and other Services

Ένα μεγάλο εύρος από νέες υπηρεσίες πληροφόρησης έχει δημιουργηθεί ώστε να προσθέσει αξία στα τεράστια ποσά δεδομένων που είναι διαθέσιμα στα ανοικτά δίκτυα, ή που προέρχονται από ενδοεπιχειρησιακές λειτουργίες όπως είναι η αναζήτηση πληροφοριών π.χ. το Yahoo (<http://www.yahoo.com>), δημιουργία προφίλ πελατών, συμβουλές για επενδύσεις, κλπ. Συχνά οι συμβουλές και πληροφορίες πρέπει να πληρώνονται άμεσα είτε μέσω συνδρομής ή με πληρωμή ανάλογη της χρήσης (pay-per-use), παρόλο που διαφημιστικά σχήματα είναι επίσης δυνατόν να υπάρξουν. Μια πιο ειδική κατηγορία είναι η υπηρεσίες εμπιστοσύνης, όπως αυτές παρέχονται από διάφορες αρχές πιστοποίησης, από ηλεκτρονικούς συμβολαιογράφους και από έμπιστους τρίτους φορείς. Έσοδα προκύπτουν από συνδρομές και αμοιβές από τη χρήση των υπηρεσιών καθώς και από πωλήσεις λογισμικού ή ακόμα και συμβουλών. Παράδειγμα παροχέα έμπιστων υπηρεσιών είναι η Belsign (<http://www.belsign.be>). Διάφορες εταιρίες συμβούλων και έρευνας αγορών προσφέρουν σήμερα υπηρεσίες πληροφοριών για

εμπορικές επιχειρήσεις μέσω Διαδικτύου. Η μηχανές αναζήτησης είναι μια ειδική κατηγορία υπηρεσιών πληροφόρησης, που βασίζονται στη διαφήμιση σαν βασική πηγή εσόδων. Μεσιτικές υπηρεσίες πληροφόρησης για υποστήριξη διαπραγματεύσεων μεταξύ των επιχειρήσεων έχουν αναπτυχθεί από τα προγράμματα ESPRIT CASBA και MEMO.

Ταξινόμηση επιχειρηματικών μοντέλων

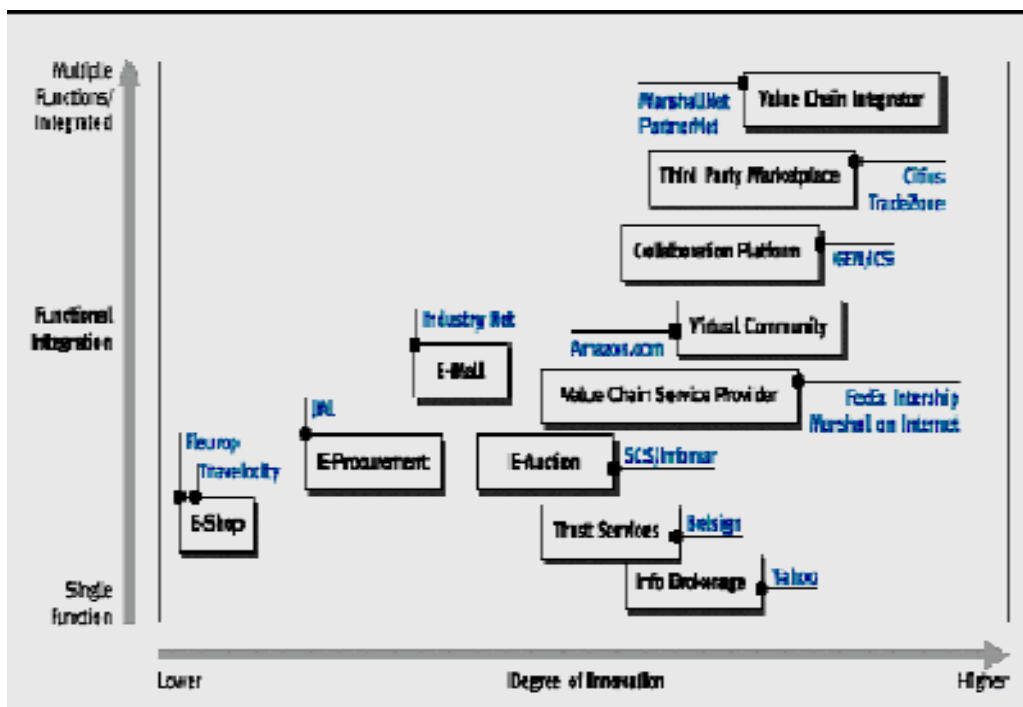
Ολοκληρώνουμε με μια ποιοτική χαρτογράφηση των 10 επιχειρηματικών μοντέλων σε δύο διαστάσεις (εικόνα 1). Η πρώτη διάσταση δίνει το βαθμό καινοτομίας. Αυτός κυμαίνεται ουσιαστικά από μια ηλεκτρονική έκδοση του παραδοσιακού τρόπου του «επιχειρείν» σε πιο καινοτόμους τρόπους, π.χ. την εξωτερικευση μέσω του διαδικτύου εργασιών οι οποίες πραγματοποιούνταν παλαιότερα σε μια εταιρία ή προσφέροντας λειτουργίες οι οποίες δεν υπήρχαν παλιότερα. Η δεύτερη διάσταση είναι ο βαθμός ενοποίησης λειτουργιών ,που κυμαίνονται από επιχειρηματικά μοντέλα απλών λειτουργιών (π.χ. ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία προσφέρουν μόνο τη δυνατότητα αγορών μέσω του διαδικτύου), μέχρι και πλήρως ενοποιημένες λειτουργίες π.χ. ενοποίηση της αλυσίδας αξιών.



Εικόνα 1: Ταξινόμηση επιχειρηματικών μοντέλων

Στην αριστερή κάτω γωνία βρίσκονται βασικά ηλεκτρονικά καταστήματα, τα οποία αποτελούν την ηλεκτρονική έκδοση των παραδοσιακών τρόπων πώλησης. Στο άλλο άκρο, το πάνω μέρος της δεξιάς γωνίας, υπάρχει η ενοποίηση της αλυσίδας αξιών, η

οποία δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί με τον παραδοσιακό τρόπο, βασίζεται εξ' ολοκλήρου στην τεχνολογία της πληροφορικής για να επιτρέψει τη ροή των πληροφοριών μέσω των δικτύων και προσθέτει μεγαλύτερη αξία από την ενοποίηση των ροών πληροφορίας. Στο ενδιάμεσο βρίσκονται επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία συχνά συναντούν κάποιο βαθμό αναλογίας με τις μη-ηλεκτρονικές επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, υπηρεσίες εμπιστοσύνης παρέχονται από παλιότερα χρόνια από συμβολαιογράφους ή από βιομηχανικούς παράγοντες. Η λειτουργικότητα τους υλοποιείται ξανά από ηλεκτρονικές υπηρεσίες εμπιστοσύνης. Ωστόσο, την ίδια χρονική στιγμή προστίθεται λειτουργικότητα εμπιστοσύνης, η οποία ουσιαστικά απαιτεί υποστήριξη από νέες τεχνολογίες, όπως κρυπτογράφηση και διαχείριση δημοσίου και ιδιωτικού κλειδιού. Το ίδιο ισχύει και για την εφαρμογή υπηρεσίας αλυσίδας αξιών, όπως π.χ. υποστήριξη ηλεκτρονικών πληρωμών: εν μέρει αυτό είναι ένα ζήτημα του να προσφέρει κανείς ηλεκτρονικά οτιδήποτε προσφέρεται ήδη μη ηλεκτρονικά (συμβατικά) όπως π.χ. διαχείριση λογαριασμών. Ταυτόχρονα προσφέρεται νέα λειτουργικότητα όπως Internet smart card, για την αγορά καρτών για συναλλαγές επιχείρησης προς επιχείρηση. Η εικόνα 2 συνοψίζει την κατηγοριοποίηση ενός αριθμού παραδειγμάτων που αναφέρονται παραπάνω. Φαίνεται πως υπάρχει μια τάση σταδιακής μετακίνησης προς ενισχυμένη ενοποίηση των ροών πληροφορίας.



Εικόνα 2: Παραδείγματα επιχειρηματικών μοντέλων

2.9 Απαντήσεις σε καίρια ερωτήματα που αφορούν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πόσο προσοδοφόρο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο;

Αρκετές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο το ηλεκτρονικού εμπορίου δεν παρουσιάζουν ικανοποιητικά κέρδη. Ορισμένες, μάλιστα, έρευνες κάνουν λόγο για το ένα τρίτο των online εμπορών. Από την άλλη πλευρά όμως, οι μελέτες δείχνουν ότι οι περισσότεροι χρήστες του Internet ενημερώνονται για ένα προϊόν online και στη συνέχεια το αγοράζουν από αλλού. Έτσι, ακόμη κι αν ένα δικτυακό κατάστημα δεν σημειώνει αρκετές πωλήσεις, μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην αύξηση των αγορών μέσα από άλλα κανάλια. Όσον αφορά στις εταιρίες που εστιάζουν στην ανάπτυξη επιχειρηματικών σχέσεων με άλλες εταιρίες μέσα από το ηλεκτρονικό εμπόριο, στόχος τους δεν είναι τόσο η άντληση οικονομικού κέρδους, όσο η περικοπή των εξόδων και η βελτίωση των υπηρεσιών προς τους πελάτες.

Είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο ασφαλές για τις επιχειρήσεις;

Κανείς δεν είναι 100% ασφαλής online. Επιτήδεις πάντοτε υπάρχουν, αλλά η κρυπτογράφηση και τα συστήματα ασφαλείας αναπτύσσονται συνεχώς. Ωστόσο, επενδυτές και αναλυτές συμφωνούν ότι οι συναλλαγές είναι λιγότερο επικίνδυνες στο Internet συγκριτικά με το "φυσικό" κόσμο. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι περισσότερο ασφαλές από ένα "πραγματικό" κατάστημα, το οποίο μπορεί να λεηλατηθεί, να καεί, να πλημμυρίσει. Η δυσκολία έγκειται στο να κάνουν τους πελάτες να εξοικειωθούν με την ιδέα ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ασφαλές γι' αυτούς.

Είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο ασφαλές για τους πελάτες;

Μολονότι θεωρείται ότι οι συναλλαγές μέσω πιστωτικής κάρτας στο Internet δεν είναι ασφαλείς, οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι online συναλλαγές εν γένει είναι ασφαλέστερες από τις αγορές με πιστωτικές κάρτες σε "φυσικά" καταστήματα. Κάθε φορά που ο πελάτης πληρώνει με πιστωτική κάρτα σε ένα κατάστημα ή εστιατόριο και κάθε φορά που πετά την απόδειξη μιας πιστωτικής κάρτας γίνεται περισσότερο ευάλωτος στην απάτη.

Πώς προσελκύνονται πελάτες online;

Τα «μυστικά» για μια επιτυχημένη παρουσία στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι τα εξής:

- Ο δικτυακός κόμβος πρέπει να είναι πάντοτε ενημερωμένος.
- Ο κόμβος πρέπει να πληροί όλες τις προϋποθέσεις για τις ασφαλέστερες δυνατές συναλλαγές. Επίσης πρέπει να φαίνεται επαγγελματικός και να λειτουργεί άψογα.
- Ο δικτυακός κόμβος οφείλει να είναι απλός, εύχρηστος και γρήγορος. Απλή πρέπει να είναι και η διαδικασία εύρεσης συγκεκριμένων προϊόντων. Οι σελίδες πρέπει να "κατεβαίνουν" γρήγορα. Στο καταναλωτικό κοινό δεν αρέσει να περιμένει περισσότερο από όσο περιμένει σε μια μικρή σειρά.
- Πάντοτε βοηθά η παροχή online επιλογών συγκρίσιμων με οτιδήποτε προσφέρεται αλλού. Είναι προτιμότερη η πώληση προϊόντων που ο κόσμος θέλει να τα αγοράσει online. Αν ένα προϊόν είναι επιτυχημένο στις πωλήσεις μέσω ταχυδρομικών καταλόγων, θα πουλήσει εξίσου καλά και στο Internet.
- Οι τιμές πρέπει να παραμένουν στα χαμηλότερα δυνατά επίπεδα.

Πιο είναι το μέλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου;

Το μέλλον βρίσκεται στην έννοια της ηλεκτρονικής επιχείρησης (σε αντίθεση με το "απλό" μοντέλο του ηλεκτρονικού καταστήματος) όπου οι συναλλαγές και οι διεργασίες της επιχείρησης μεταβάλλονται ώστε να γίνονται με ηλεκτρονικά μέσα. Σημαντικό κομμάτι για τη σωστή διαχείριση της επιχείρησης δεν είναι η διαχείριση των αγαθών όσο της πληροφορίας και η καλύτερη δυνατή οργάνωση και ολοκλήρωσή της με τελικό στόχο τις καλύτερες δυνατές παρεχόμενες υπηρεσίες προς τον πελάτη. Η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και των αγαθών είναι από τους βασικότερους παράγοντες αυτής της αλλαγής, όπως και η συνεχής παρακολούθηση των αιτημάτων των πελατών. Για τον ελλαδικό χώρο, ως πλέον σημαντική εμφανίζεται η αύξηση των καναλιών διάθεσης των προϊόντων και του εύρους της αγοράς. Παγκοσμιοποίηση των αγορών συντελείται μέσα από την αξιοποίηση των ψηφιακών επιχειρήσεων.

3. Ανάλυση Πλατφόρμας Ηλεκτρονικού Εμπορίου

3.1 Ορίζοντας την Ανάλυση Απαιτήσεων

Η ανάλυση απαιτήσεων είναι μία διαδικασία κατάρτισης μιας λίστας, όπου αναφέρονται οι προδιαγραφές που πρέπει να πληροί το προϊόν (η λύση) πληροφορικής που πρόκειται να δημιουργηθεί ή να εγκατασταθεί. Το προϊόν μπορεί να είναι μία νέα εφαρμογή που αναπτύσσεται κατά παραγγελία, η εγκατάσταση ενός έτοιμου προγράμματος, η δημιουργία ενός δικτυακού τόπου, ηλεκτρονικού καταστήματος κ.λπ. Οι προδιαγραφές που προσδιορίζονται μπορεί να είναι τεχνολογικές, επιχειρηματικές, λειτουργικές, να σχετίζονται με την μορφή, το κόστος, τη διάρκεια απόσβεσης κ.α. Η ανάλυση απαιτήσεων θα πρέπει να προηγείται της δημιουργίας δικτυακού τόπου, ειδικά όταν αυτός προορίζεται για την άσκηση ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο ορθολογικός σχεδιασμός, η μακρόπνοη στρατηγική και η ορθή εκτίμηση των προοπτικών θα συμβάλλουν στην δημιουργία ενός site που θα έχει όλα τα εχέγγυα για να θεωρείται επιτυχημένο. Ας δούμε λοιπόν αναλυτικά πως μπορούν να διαρθρωθούν οι απαιτήσεις - ανάγκες για το ηλεκτρονικό κατάστημα Super Market το οποίο πρόκειται να υλοποιήσουμε.

3.2 Ανάγκες - Απαιτήσεις Ηλεκτρονικού Καταστήματος Super-Market

3.2.1 Ερωτηματολόγιο Πελάτη

Ένας τρόπος για να κατανοήσουμε τις ανάγκες - απαιτήσεις ενός e-Supermarket είναι η συλλογή πληροφορίας μέσα από ερωτηματολόγια και συνεντεύξεις με τον πελάτη του ηλεκτρονικού καταστήματος. Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί περιλαμβάνει μια σειρά από επιχειρηματικά, τεχνικά και λειτουργικά ζητήματα που πρέπει καλυφθούν.

Επιχειρηματικά Ζητήματα

✓ **Ποιο ή ποια είναι τα προϊόντα που θέλουμε να εμπορευόμαστε;**

Επιθυμούμε να δημιουργήσουμε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για να εμπορευόμαστε 3000 περίπου προϊόντα. Το ηλεκτρονικό κατάστημα αναπτύσσεται για μια επιχείρηση Super-Market και τα προϊόντα που περιλαμβάνει είναι όλων των κατηγοριών.

Οι κατηγορίες αυτές φαίνονται παρακάτω:

- Τυροκομικά-Γαλακτοκομικά
- Αλλαντικά
- Αλίπαστα-Ελιές
- Βιολογικά προϊόντα
- Αρτοσκευάσματα
- Παιδικές Τροφές-Είδη
- Κάβα-Snacks
- Ιχθυοπωλείο
- Κρεοπωλείο
- Είδη Νοικοκυριού
- Είδη Παντοπωλείου-Τρόφιμα
- Χαρτικά
- Λαχανικά-Φρούτα

✓ **Τι μεθόδους διανομής και πληρωμής θα ακολουθήσουμε ;**

Το e-shop αναπτύσσεται σε τοπικό επίπεδο. Το κατάστημα Super-Market στεγάζεται στην Κεφαλονιά και θα εξυπηρετεί τις ανάγκες των κατοίκων της. Η παράδοση των προϊόντων θα γίνεται με μεταφορικά μέσα της εταιρίας σε όλους τους προορισμούς του νησιού . Οι τρόποι πληρωμής που επιθυμούμε να διαθέτει το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι με αντικαταβολή ή και άμεση εξόφληση με την παράδοση των προϊόντων.

✓ **Ποιο είναι το στοχευόμενο κοινό(target group) στο οποίο θ' απευθυνθούμε ;**

Το κοινό στο οποίο θέλουμε να απευθυνθούμε απαρτίζεται από πελάτες:

- Που διαθέτουν στοιχειώδη γνώση χρήσης του Υπολογιστή.
- Που αποδέχονται τις τεχνολογικές εξελίξεις σε όλους τους τομείς
- Που επιθυμούν την εξοικονόμηση χρόνου
- Που επιθυμούν την εξοικονόμηση χρημάτων
- Που επιθυμούν να αγοράζουν χωρίς κόπο
- Με οικονομική Άνεση
- Με οικολογική ευαισθησία
- Που επιθυμούν Ποικιλία Προϊόντων

- ✓ Τι μέτρα θα λάβουμε για την ασφάλεια των συναλλαγών και των προσωπικών δεδομένων;
Μας ενδιαφέρει τόσο η ασφάλεια του πελάτη όσο και αυτή του ηλεκτρονικού καταστήματος . Επιθυμούμε για τον λόγο αυτό κάποιο προηγμένο σύστημα για την ταυτοποίηση των χρηστών και την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων.
- ✓ Θα επιθυμούσαμε την ύπαρξη διαφημίσεων;
Αν και δεν είναι κάτι που μας ενδιαφέρει άμεσα, ναι θα θέλαμε να είχαμε την δυνατότητα να προσθέτουμε διαφημιστικά banner σε διακριτικά σημεία της σελίδας μας.
- ✓ Ποιος είναι ο μέγιστος αριθμός πελατών που θα μπορούν να εξυπηρετούνται ηλεκτρονικά ταυτόχρονα;
Θα επιθυμούσαμε να εξυπηρετούμε το μεγαλύτερο δυνατό πλήθος πελατών. Βέβαια όπως προαναφέραμε επειδή το ηλεκτρονικό κατάστημα λειτουργεί σε τοπικό επίπεδο και μάλιστα σε επίπεδο νησιού, σίγουρα ο αριθμός των πελατών δεν θα είναι τόσο μεγάλος έτσι ώστε να αναζητήσουμε κάποια ακριβή λύση ή να αντιμετωπίσουμε κάποιον περιορισμό.
- ✓ Ποια πολιτική θα ακολουθηθεί σε ότι αφορά τα έξοδα αποστολής και τους χρόνους παράδοσης των προϊόντων;
Τα έξοδα αποστολής θα είναι εις βάρος της επιχείρησης εφόσον το σύνολο της αξίας των προϊόντων ξεπερνά κάποιο χρηματικό ποσό. Για την περίπτωση που κάποιος άλλος τρόπος πληρωμής χρειαστεί να προστεθεί στο κατάστημα τότε και μόνο θέλουμε να υπάρχει η δυνατότητα να μπορεί να χρεωθεί ο πελάτης κάποιο ποσό σε μεταφορικά. Οι χρόνοι παράδοσης θα παρουσιάζονται σε κάποιο σχετικό πίνακα ανακοινώσεων από την στιγμή που επαληθευτεί η παραγγελία. Σε μακρινούς προορισμούς του νησιού θα θέλαμε να υπάρχει σχετική ενημέρωση του πελάτη για το πότε η εταιρεία θα πραγματοποιήσει δρομολόγιο προς αυτή την κατεύθυνση.
- ✓ Τι ποσό μπορούμε να επενδύσουμε για την ανάπτυξη του καταστήματος;
Για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού καταστήματος μπορούμε να διαθέσουμε ως και 3000 Ευρώ

Τεχνικά Ζητήματα

- ✓ Ποια προκατασκευασμένη πλατφόρμα θα χρησιμοποιηθεί ή το ηλεκτρονικό κατάστημα θα αναπτυχθεί εκ του μηδενός;

Δεν μας απασχολεί αν θα επιλεγεί μια έτοιμη πλατφόρμα ή αν θα κατασκευαστεί κάποια εξ' αρχής. Αυτό που θέλουμε είναι να παρέχει ένα εύχρηστο και φιλικό περιβάλλον για τον πελάτη αλλά και για εμάς. Από μια περιήγηση σε αντίστοιχα ηλεκτρονικά καταστήματα στο Internet θα μπορούσα να παραθέσω τα εξής:

<http://www.megamarket.gr/>

<http://bibliopolio.gr/shop/index.php>

- ✓ Που θα φιλοξενηθεί (hosting) το ηλεκτρονικό κατάστημα;

Δεν συνεργαζόμαστε με κάποια συγκεκριμένη εταιρία φιλοξενίας. Αυτό που μας ενδιαφέρει είναι η αξιοπιστία και η διασφάλιση της ομαλής λειτουργίας της εφαρμογής.

- ✓ Αν επιλεγεί προκατασκευασμένη πλατφόρμα θα είναι κλειστού ή ανοιχτού κώδικα και γιατί;

Αυτό που μας ενδιαφέρει είναι η διαχείριση του περιεχομένου να γίνεται εύκολα, να μην απαιτείται εξειδικευμένη συντήρηση και να συνεργάζεται με την βάση της μηχανογραφικής εφαρμογής που χρησιμοποιούμε στη επιχείρηση.

- ✓ Ποιες ακριβώς λειτουργίες θέλουμε να επιτελεί και τι δυνατότητες θέλουμε να προσφέρει στους χρήστες;

- Λογαριασμοί πελατών
- Βιβλίο διευθύνσεων του πελάτη
- Αρχείο παραγγελιών
- Κατάλογος αναζήτησης για προϊόντα κατασκευαστών
- Αναφορές προϊόντων από τους πελάτες
- E-mail ειδοποιήσεις
- Διαδικασία checkout παραγγελία
- Ασφαλής Συναλλαγές
- Ένδειξη του αριθμού των προϊόντων
- Λίστα Bestseller
- Καλάθι Αγορών
- Προϊόντα σε Προσφορά
- Ηλεκτρονικός κατάλογος

- Ενημέρωση πελάτη με πίνακα ανακοινώσεων
 - Διαχείριση του καταστήματος
- ✓ *Σε ποιους φυλλομετρητές (browsers) θέλουμε να είναι καλύτερα προσβάσιμο ;*
Μας ενδιαφέρει να υποστηρίζει βέλτιστα browsers που διαθέτουν οι περισσότεροι χρήστες όπως ο Internet Explorer , Mozilla....
 - ✓ *Θέλουμε να συνεργάζεται με κάποια συγκεκριμένη βάση δεδομένων και με ποια ;*
Αυτό που θέλουμε είναι να μπορεί να συνεργάζεται με την βάση της εφαρμογής back office που διαθέτει η επιχείρηση.
 - ✓ *Θα προτιμούσαμε κάποιο εισαγωγικό με animation (κινούμενη εικόνα) ;*
Ναι, με δυνατότητα αλλαγής από το διαχειριστή.
 - ✓ *Συνεργασία της εφαρμογής με μηχανογραφικά συστήματα διαχείρισης της επιχείρησης.*
Θέλουμε να συνεργάζεται η εφαρμογή με το μηχανογραφικό σύστημα της επιχείρησης, ώστε να περαστούν τιμές και προϊόντα στην βάση του ηλεκτρονικού καταστήματος.
 - ✓ *Πόσο γρήγορα θ' ανοίγουν οι σελίδες που καλούνται μέσω αργών συνδέσεων;*
Θέλουμε οι σελίδες να ανοίγουν γρήγορα ακόμη και στους επισκέπτες που δεν διαθέτουν γρήγορες συνδέσεις.
 - ✓ *Επιθυμία για δημιουργία και ξενόγλωσση έκδοση του site ;*
Επιθυμούμε το site να υποστηρίζει προς το παρόν μόνο ελληνικά αλλά να υπάρχει η δυνατότητα για υποστήριξη επιπλέον γλωσσών.
 - ✓ *Γεωγραφική εμβέλεια του καταστήματος ;*
Όπως προαναφέραμε η γεωγραφική εμβέλεια του super-market είναι σε τοπικό επίπεδο και άρα δεν θα υποστηρίζει πανελλαδική εξυπηρέτηση.
 - ✓ *Φροντίδα και πρόβλεψη αποθεμάτων*
Επιθυμούμε να υπάρχει δυνατότητα ενημέρωσης του πελάτη για την διαθεσιμότητα των προϊόντων. Επίσης θέλουμε να υπάρχει η ίδια δυνατότητα και στην περίπτωση προϊόντων που δεν έχουν παραληφθεί ακόμη από το κατάστημα.

✓ Δυνατότητα παρακολούθησης της κίνησης των πελατών και του site;

Θα θέλαμε με κάποιον τρόπο να ελέγχουμε τους πελάτες που βρίσκονται στο κατάστημά μας οποιαδήποτε στιγμή και γενικότερα οποιονδήποτε επισκέπτεται το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Επίσης θα θέλαμε να παίρνουμε κάποιες αναφορές ή στατιστικά της κίνησης των πελατών αλλά και του ηλεκτρονικού καταστήματος.

✓ Πως επιθυμούμε να γίνεται η διαχείριση του περιεχομένου και η συντήρηση του site;

Θα επιθυμούσαμε να υπάρχει κάποια σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος για να διαχειριζόμαστε εμείς αλλαγές/ εισαγωγές/ προσφορές προϊόντων και τιμών. Επίσης μας ενδιαφέρει η ακεραιότητα της βάσης σε περίπτωση απροσδόκητου προβλήματος. Τέλος θα θέλαμε μια σελίδα διαχείρισης εύχρηστη και αξιόπιστη.

Λειτουργικά Ζητήματα

✓ Επιθυμείτε καταγραφή λογαριασμών πελατών;

Θεωρούμε απαραίτητη την καταγραφή προσωπικών στοιχείων του πελάτη με στοιχεία όπως το φύλλο, το όνομα, το επώνυμο, η ημερομηνία γέννησης και η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

✓ Κατάλογος Αποθηκευμένων διεθύνσεων πελατών;

Απαραίτητη επίσης η καταγραφή των στοιχείων διεύθυνσης του πελάτη. Μας ενδιαφέρει η ακριβής διεύθυνση και η περιοχή. Επίσης θα θέλαμε ο πελάτης να έχει την δυνατότητα να αποθηκεύει περισσότερες από μια διευθύνσεις.

✓ Ιστορικό παραγγελιών;

Δυνατότητα προβολής όλων των παραγγελιών πελατών για τον διαχειριστή.

- Παραγγελίες σε εξέλιξη
- Παραγγελίες που έχουν ολοκληρωθεί
- Παραγγελίες σε αναμονή.

Δυνατότητα επίσης του πελάτη να βλέπει το ιστορικό των παραγγελιών του.

✓ Κατάλογος προϊόντων -Αναζήτηση Προϊόντων ;

Μας ενδιαφέρει η αναζήτηση των προϊόντων να γίνεται:

- Με κάποιον βασικό κατάλογο προϊόντων που είναι δομημένος σε κατηγορίες.
- Με αναζήτηση δίνοντας στοιχεία της περιγραφής του προϊόντος
- Με αναζήτηση του προϊόντος με βάση τον κατασκευαστή.

✓ Αξιολόγηση προϊόντων από πελάτες ;

Ναι, μας ενδιαφέρει η γνώμη του πελάτη, και θα θέλαμε αυτή να καταγράφεται αφού μας δίνει δυνατότητες βελτίωσης.

✓ Ενημερώσεις μέσω E-mail;

Επιθυμούμε την αποστολή email σε πελάτες ή σε πελάτη.

✓ Καλάθι αγορών και πλήρης επεξεργασία του;

Θέλουμε ο πελάτης ανά πάσα στιγμή να μπορεί να ελέγξει και να μεταβάλλει τα περιεχόμενα του καλαθιού του όπως αυτός επιθυμεί.

✓ Αριθμός διαθέσιμων Προϊόντων (stock)

Ναι, θέλουμε να υπάρχει η δυνατότητα παρακολούθησης της αποθήκης.

3.3 Προδιαγραφές του Συστήματος

Για να καλύψουμε από τα παραπάνω τις απαιτήσεις του πελάτη, αλλά και τις ανάγκες που δημιουργούνται για την σωστή παρουσία του ηλεκτρονικού καταστήματος Supermarket στο παγκόσμιο ιστό καταλήξαμε στις προδιαγραφές που ακολουθούν.

3.3.1 Επιλογή - Απαιτήσεις Πλατφόρμας

Το ηλεκτρονικό κατάστημα Supermarket θα κάνει χρήση μιας προκατασκευασμένης πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου. Η πλατφόρμα αυτή είναι η πλατφόρμα του osCommerce. Το **osCommerce** είναι μια πλατφόρμα ανοικτού κώδικα (open-source) κατάλληλη για την υλοποίηση online e-shops. Τελεί υπό συνεχή αναβάθμιση και εξέλιξη από την **κοινότητα ανοικτού κώδικα** και επιτρέπει στους διαχειριστές της ηλεκτρονικής επιχείρησης εύκολη εγκατάσταση, εκτέλεση και συντήρηση με ελάχιστο κόπο και - κυρίως- δωρεάν! Το osCommerce συνδυάζει λύσεις ανοικτού κώδικα ώστε να παρέχει μια δωρεάν και ανοικτή πλατφόρμα ΗΕ. Οι λύσεις αυτές περιλαμβάνουν την ισχυρή

γλώσσα σεναρίου (web scripting language) **PHP**, το σταθερό **Apache** web server και τον αξιόπιστο και γρήγορο **MySQL** database server. Χωρίς περιορισμούς ή ειδικές απαιτήσεις, το osCommerce μπορεί να εκτελεστεί σε οποιονδήποτε web server που υποστηρίζει PHP, και σε οποιοδήποτε περιβάλλον (λειτουργικό σύστημα) που υποστηρίζει PHP και MySQL, συμπεριλαμβανομένων των Linux, Solaris, BSD, Mac OS X, και Microsoft Windows. Για τη εγκατάσταση και την λειτουργία της πλατφόρμας του δικτυακού Supermarket είναι επίσης απαραίτητο να επιλέξουμε μια εταιρία φιλοξενίας, ικανή να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της.

Πακέτο Φιλοξενίας (Web Hosting) για το www.f2dnet.com

Για την φιλοξενία του δικού μας δικτυακού Supermarket απευθυνθήκαμε στην εταιρία φιλοξενίας ιστοσελίδων και υπηρεσιών internet **Freedom to Design**, και η οποία μεσολάβησε για την φιλοξενία του ηλεκτρονικού μας καταστήματος, σ' ένα αυστριακό WebServer (www.clever-servers.com) ο οποίος λειτουργεί σε περιβάλλον **Linux**.

Στην ηλεκτρονική διεύθυνση που ακολουθεί:

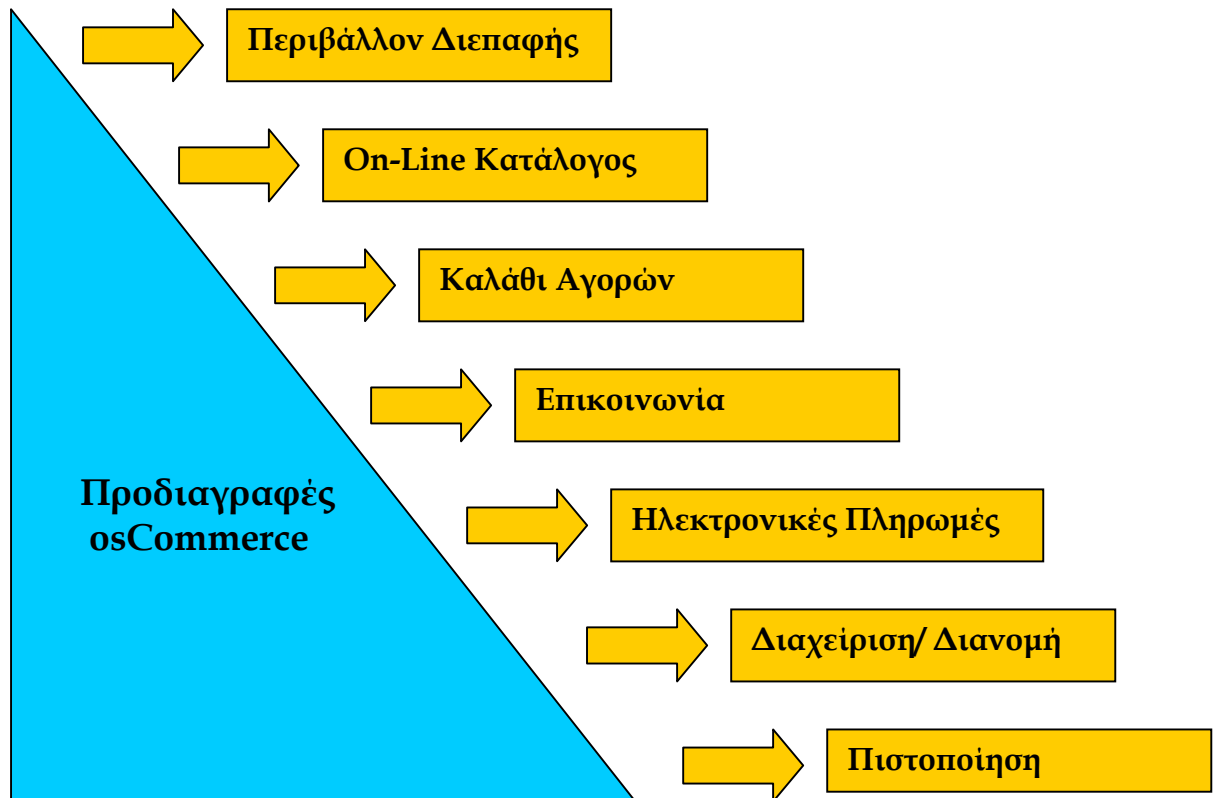
<https://makis.clever-servers.com:8443/client> βρίσκεται το control panel του πακέτου φιλοξενίας μας.

Στο Control Panel αυτό δημιουργήσαμε :

- Email Accounts
- Χρήστες/Users
- DB/Βάση Δεδομένων
- Χρήστες Βάσης Δεδομένων
- Password για την σελίδα διαχείρισης του e-shop

3.3.2 Λειτουργίες Πλατφόρμας osCommerce

Για να περιγράψουμε τις λειτουργίες του ηλεκτρονικού καταστήματος, χωρίσαμε τις προδιαγραφές της πλατφόρμας σε επτά βασικά μέρη (σχήμα 2), τα οποία αναλύουμε παρακάτω.



Σχήμα 2. Οι βασικές Λειτουργίες για περιπτώσεις B2B και B2C.

Περιβάλλον Διεπαφής

Το περιβάλλον διεπαφής ενός e-shop είναι εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας και καθορίζει κατά πόσο η παρουσία του είναι επιτυχής ή όχι.

Για να καλυφθεί με πληρότητα ο σχεδιασμός πάνω στην πλατφόρμα του osCommerce, έγινε κατάτμηση των προδιαγραφών ανάπτυξης του περιβάλλοντος διεπαφής σε επιμέρους κατηγορίες. Αυτές είναι :

Προδιαγραφές Λειτουργικότητας

Προδιαγραφές Πλοήγησης

Προδιαγραφές Παρουσίασης

Προδιαγραφές Πληροφοριών

Προδιαγραφές Λειτουργικότητας

- Ύπαρξη δυνατότητας δωρεάν εγγραφής μέλους στο ηλεκτρονικό κατάστημα, χωρίς απαραίτητα να υπάρξει αγορά. Στην επόμενη επίσκεψη, ο πελάτης θα μπορεί να προβεί σε αγορές χωρίς να επαναλάβει την επίπονη διαδικασία συμπλήρωσης στοιχείων, εισάγοντας απλά ένα email/password.

Στην πλατφόρμα του ηλεκτρονικού καταστήματος **F2dNet.com** η καταχώρηση νέου πελάτη περιλαμβάνει την συμπλήρωση φόρμας. Στην κεντρική σελίδα του καταστήματος υπάρχει ένα σύνδεσμος (link) που οδηγεί τον νέο πελάτη στην σελίδα καταχώρησης των προσωπικών του στοιχείων (http://www.f2dnet.com/create_account.php?osCsid=86222acceb484fbdea6b30f12b78362e) (Εικόνα 1).

Στοιχεία Λογαριασμού



ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Αν έχετε ήδη λογαριασμό, παρακαλώ συνδεθείτε στο κατάστημα [εδώ](#).

Προσωπικά Στοιχεία

* Απαιτούμενη πληροφορία

Φύλο: Άνδρας Γυναίκα *

Όνομα: *

Επώνυμο: *

Ημ/νία Γέννησης: * (π.χ. 21/05/1970)

Διεύθυνση E-Mail: *

Στοιχεία Εταιρείας

Όνομα Εταιρείας:

Διεύθυνση

Διεύθυνση: *

T.K.: *

Πόλη: *

Χώρα: *

Στοιχεία Επικοινωνίας

Τηλέφωνο: *

Fax:

Επιλογές

Newsletter:

Κωδικός Πρόσβασης

*

Εικόνα.1 Φόρμα εγγραφής νέου πελάτη

Στην σελίδα αυτή ο πελάτης ενημερώνεται για τα υποχρεωτικά πεδία που πρέπει να συμπληρώσει. Μετά την σωστή συμπλήρωση των στοιχείων ο χρήστης οδηγείται στην σελίδα <http://www.f2dnet.com/login.php?osCsid=86222acceb484fbdea6b30f12b78362e> προκειμένου να δώσει τα στοιχεία του και να συνδεθεί στο κατάστημα.

Καλωσήλθατε, παρακαλώ συνδεθείτε



Νέος Πελάτης

Είμαι νέος πελάτης.

Με τη δημιουργία λογαριασμού στο Online Super-Market - www.f2dnet.com θα έχετε τη δυνατότητα να ψωνίζετε πιο γρήγορα, να είστε ενημερωμένοι για την κατάσταση των παραγγελιών σας, και να κρατάτε αρχείο των παραγγελιών που έχετε κάνει.



Πελάτης μέλος

Είμαι μέλος.

Διεύθυνση E-Mail:

Κωδικός:

Ξεχάσατε το κωδικό πρόσβασης σας? Πατήστε εδώ.



- Δυνατότητα αποστολής password του πελάτη με email στην περίπτωση που ο πελάτης ξεχάσει το password.
- Δυνατότητα σύνθεσης και αποθήκευσης παραγγελίας ώστε να ολοκληρωθεί σε μεταγενέστερο στάδιο.
- Επιβεβαίωση λήψης της παραγγελίας μέσω τοποποιημένου email(σχήμα.2) που στέλνεται αυτόματα από το σύστημα με τα εξής στοιχεία:
 - Αριθμός παραγγελίας
 - Αναλυτική κατάσταση με τα προϊόντα
 - Αναλυτικά στοιχεία τιμολόγησης / απόδειξης
 - Ημερομηνία παραγγελίας
 - Αναλυτικές τιμές που συνοδεύουν το προϊόν
 - Συνολική αξία παραγγελίας
 - Τρόπος Πληρωμής
 - Διεύθυνση αποστολής προϊόντων
 - Διεύθυνση αποστολής Λογαριασμού

▪ Στοιχεία Πελάτη

Online Super-Market - www.f2dnet.com

Αριθμός Παραγγελίας: 16

Στοιχεία Τιμολογίου: http://www.f2dnet.com/account_history_info.php/order_id/16

Ημερομηνία παραγγελίας: Πέμπτη 26 Οκτώβριος, 2006

Προϊόντα

1 x ADVANCE MHLO ΜΑΡΑΝΑΝΑ (12150) = 0.94EUR

2 x ΜΠΕΙΚΟΝ ΡΟΛΟ ROUND EUROFOOD (12355) = 2.34EUR

1 x ΒΟΤΚΑ ABSOLUT 700ML (11809) = 12.15EUR

Υπό-σύνολο: 15.43EUR

Σύνολο: 15.43EUR

Διεύθυνση Αποστολής

ΜΑΡΙΕΤΤΑ ΠΑΠΑΝΤΩΝΑΤΟΥ

Σουηδίας

Αργοστόλι, 28100

GREECE

Διεύθυνση Αποστολής Λογαριασμού

ΜΑΡΙΕΤΤΑ ΠΑΠΑΝΤΩΝΑΤΟΥ

Σουηδίας

Αργοστόλι, 28100

GREECE

Τρόπος Πληρωμής

Αντικαταβολή

Σχήμα.2 Τυποποιημένο email για την επιβεβαίωση παραγγελίας που αποστέλλεται στο πελάτη μετά την επιτυχή ολοκλήρωση των αγορών του.

Το τυποποιημένο αυτό email έχει την δυνατότητα να τροποποιηθεί από τον κώδικα της πλατφόρμας ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη.

- Εναλλακτικές λύσεις ηλεκτρονικών πληρωμών. Οι διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι:
 - Αντικαταβολή
 - Pay pal
 - Πιστωτική Κάρτα
 - iPayment
 - NOCHEX
 - 2Checkout
 - PsiGate
 - SecPay

Η εγκατάσταση τους είναι πλήρως αυτοματοποιημένη και γίνεται από την σελίδα διαχείρισης του osCommerce. Ο χρήστης έχει την δυνατότητα να εγκαταστήσει όλους ή μερικούς από τους παραπάνω τρόπους πληρωμής και να ορίσει την σειρά παρουσίασης στην σελίδα του πελάτη.

- Δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας (backup) από τον διαχειριστή του e-shop σε τακτά χρονικά διαστήματα.

Το osCommerce δίνει την δυνατότητα στο διαχειριστή να παίρνει ασφαλή αντίγραφα της βάσης δεδομένων του καταστήματος όποτε αυτός επιθυμεί (εικόνα.3). Τα αντίγραφα αυτά αποθηκεύονται σ' ένα φάκελο που έχουμε ορίσει εμείς μετά την εγκατάσταση της πλατφόρμας στο web Server. Ο διαχειριστής μπορεί επίσης μέσω ενός ftpClient να κατεβάσει το αρχείο backup και να το αποθηκεύσει τοπικά στο δίσκο του.

Κονσόλα Ρυθμίσεων Υποστήριξη σελίδας | Online Κατάλογος | Κονσόλα ρυθμίσεων

Διαχείριση Αντιγράφων Ασφαλείας

Τίτλος	Ημερομηνία	Μέγεθος	Ενέργεια
db_mysql9d473cb66f423e3e8bc4f888762-20051218103350.sql	18/12/2005 20:15:25	2,271,230 bytes	▶
db_mysql9d473cb66f423e3e8bc4f888762-20051218103350.zip	18/12/2005 20:27:18	114,322 bytes	ⓘ
db_new_db-20051122183022.sql	18/12/2005 23:41:16	2,295,244 bytes	ⓘ
db_supermarket-20060307125552.sql	07/03/2006 12:55:58	2,146,771 bytes	ⓘ
db_supermarket-20060617211845.sql	17/06/2006 21:18:50	2,470,438 bytes	ⓘ
db_supermarket-20060819172447.sql	19/08/2006 17:24:53	2,021,652 bytes	ⓘ

Κατάλογος Αντιγράφων : /home/vhosts/f2dnet.com/var/www/html/admin/backups/ Ασφαλές Αντίγραφο Επαναφορά

Εικόνα 3. Αντίγραφα ασφαλείας από την σελίδα διαχείρισης

▪ Στατιστικά Επισκεψιμότητας

Η επισκεψιμότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος δίνεται με μια σειρά από στατιστικά τα οποία καλύπτουν κάθε πιθανή απαίτηση. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε στατιστικά που σχετίζονται με τον αριθμό επισκέψεων, αναζητήσεων, παραγγελιών, κτλ. Στην διαχείριση του ηλεκτρονικού καταστήματος Super-Market στην ενότητα «Αναφορές» ο διαχειριστής μπορεί να δει τα εξής:

- Αναφορές για τα πιο δημοφιλή προϊόντα
- Αναφορές για το ποια προϊόντα προτιμούν περισσότερο οι πελάτες
- Αναφορές για τις παραγγελίες καλύτερων πελατών και προβολή αυτών (εικόνα.4).

Στην κύρια σελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος υπάρχει επίσης ένας δείκτης επισκεψιμότητας για το site από τους πελάτες του. Ο δείκτης αυτός δείχνει τον αριθμό των επισκέψεων στο ηλεκτρονικό κατάστημα από την ημέρα έναρξης λειτουργίας του. Μια τελευταία δυνατότητα που δίνεται στον διαχειριστή είναι η δυνατότητα ελέγχου για το ποιοι πελάτες είναι συνδεδεμένοι στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Μπορεί να δει από πού συνδέεται ο πελάτης, ποια είναι η IP του και σε ποια σελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος βρίσκεται ανά πάσα στιγμή (εικόνα 5).

Κονσόλα Ρυθμίσεων Υποστήριξη σελίδας | Online Κατάλογος | Κονσόλα ρυθμίσεων

Παραγγελίες Καλύτερων Πελατών-Σύνολο

Αρ.	Πελάτες	Σύνολο Αγορών
01.	ΜΑΡΙΕΤΤΑ ΠΑΠΑΝΤΩΝΑΤΟΥ	21.05EUR

Εμφάνιση 1 ως 1 (από 1 πελάτες) Σελίδα 1 από 1

E-Commerce Engine Copyright © 2003 osCommerce
osCommerce provides no warranty and is redistributable under the GNU General Public License
Powered by osCommerce

Εικόνα 4. Στατιστικά με τους καλύτερους πελάτες του καταστήματος

Κονσόλα Ρυθμίσεων Υποστήριξη σελίδας | Online Κατάλογος | Κονσόλα ρυθμίσεων

Ποιός είναι Online

Online	ID	Όνοματεπώνυμο	Διεύθυνση IP	Ώρα εισόδου	Τελευταίο Click	Τελευταίο URL	Καλάθι αγορών του χρήστη
00:09:20	0	Guest	66.249.66.169	23:21:09	23:21:09	/product_info.php/products_id/2215?osCsid=7ae42ea5c2f88735207a16	

Αυτή τη στιγμή υπάρχουν 1 πελάτες Online

E-Commerce Engine Copyright © 2003 osCommerce
osCommerce provides no warranty and is redistributable under the GNU General Public License
Powered by osCommerce

Εικόνα 5. Παρακολούθηση online πελατών

▪ Ολοκληρωμένη διαχείριση

Οποιαδήποτε προσθήκη ή τροποποίηση που σχετίζεται με το ηλεκτρονικό κατάστημα γίνεται μέσω ενός πλήρους και εύχρηστου διαχειριστικού προγράμματος, που λειτουργεί σε περιβάλλον Web ώστε να μπορεί να γίνει από οποιοδήποτε μέρος και σε κάθε χρονική στιγμή. Κάθε έμπορος έχει πλήρη πρόσβαση στα στοιχεία του καταστήματός του και μπορεί εύκολα και γρήγορα να τα αλλάξει. Από το διαχειριστικό περιβάλλον μπορεί να δει για παράδειγμα τις παραγγελίες που έχει, τους πελάτες που έχουν εγγραφεί, να επικοινωνήσει μαζί τους, να εισάγει νέα προϊόντα, να δει τα στατιστικά κτλ .Στην διεύθυνση www.f2dnet.com/admin βρίσκεται το web interface διαχείρισης του ηλεκτρονικού super-Market.

▪ Αναζήτηση προϊόντων

Η αναζήτηση προϊόντων μπορεί να γίνει με συνδυασμό ενός μεγάλου αριθμού παραμέτρων όπως π.χ. κατηγορία, κατασκευαστή, εύρος τιμών, ειδικά χαρακτηριστικά κτλ. Η αναζήτηση είναι γρήγορη και μπορεί να προσαρμοσθεί στις ανάγκες κάθε καταστήματος. Στην πλατφόρμα του osCommerce η διαδικασία αναζήτησης χωρίζεται στην βασική και την προχωρημένη. Στην εικόνα 1 που ακολουθεί φαίνεται η διαδικασία της προχωρημένης αναζήτησης

The screenshot shows the e-Super Market website interface. At the top, there is a logo for 'e-Super Market' with the URL 'www.f2dnet.com'. Navigation links include 'Account', 'Basket Contents', and 'Checkout'. The main navigation bar shows 'Αρχική Σελίδα >> Κατάλογος >> Προχωρημένη Αναζήτηση'. The search section is titled 'Προχωρημένη Αναζήτηση' and includes a search bar, a 'Kρήρια Αναζήτησης' section, and a 'Βοήθεια Αναζήτησης' link. The search criteria are:

- Κατηγορίες: Όλες οι κατηγορίες (dropdown menu)
- Περιέχει Υποκατηγορίες:
- Κατασκευαστές: Όλοι οι κατασκευαστές (dropdown menu)
- Τιμή Από: [input field]
- Τιμή Μέχρι: [input field]
- Ημερομηνία Από: dd/mm/yyyy
- Ημερομηνία Μέχρι: dd/mm/yyyy

 A 'Βοήθεια Αναζήτησης' link is also present. The left sidebar contains a 'Κατάλογος' menu and a 'Bestsellers - Τα καλύτερα' list of products.

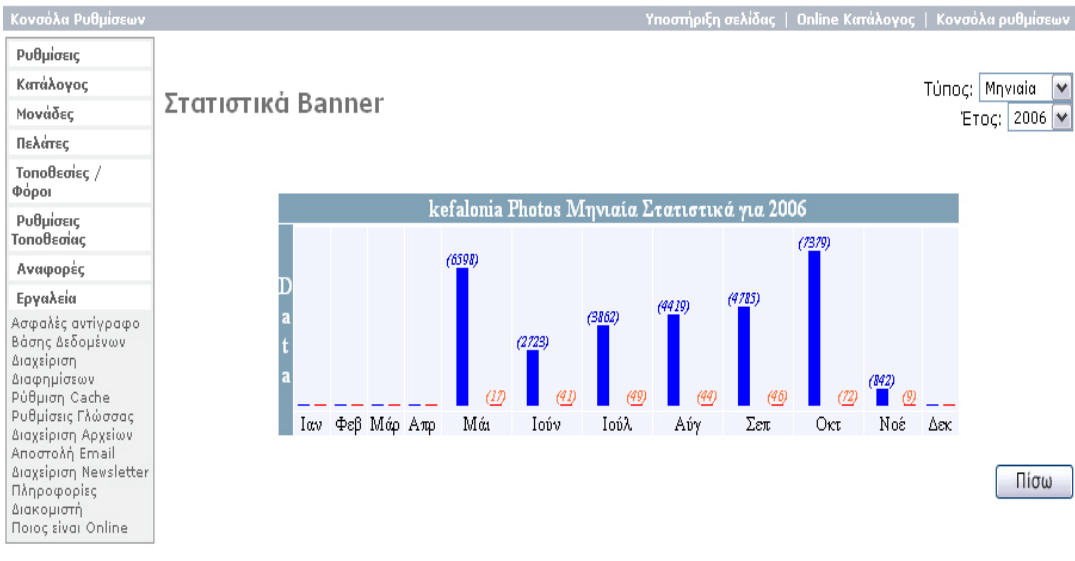
Εικόνα1. Διαδικασία σύνθετης αναζήτησης

- Πρόσθετο πληροφοριακό υλικό

Επειδή κάθε εταιρεία θέλει μέσα στο ηλεκτρονικό της κατάστημα να ενσωματώνει και διάφορες άλλες πληροφοριακές σελίδες (π.χ. στοιχεία εταιρείας, νέα , κτλ), προσφέρεται ειδικό τμήμα διαχείρισης περιεχομένου (content management) με το οποίο μπορούν να δημιουργηθούν απεριόριστες επιπλέον σελίδες. Η δημιουργία των σελίδων δεν απαιτεί ειδικές γνώσεις μιας και παρέχεται διορθωτής που μοιάζει με επεξεργαστή κειμένου, για εύκολη δημιουργία και διαμόρφωση κάθε σελίδας.

- Υποστήριξη για στατικά και δυναμικά banner με πλήρη στατιστικά

Η πλατφόρμα του oscommerce υποστηρίζει στατικά και δυναμικά banner. Η διαδικασία εισαγωγής γίνεται πολύ εύκολα από την σελίδα διαχείρισης. Στο ηλεκτρονικό κατάστημα του super market έχουμε τοποθετήσει ένα τέτοιο banner και το οποίο βλέπουμε στην σελίδα www.f2dnet.com/index.php



- **Αυτόματος υπολογισμός ΦΠΑ κατά την διαδικασία της τιμολόγησης**

Από την διαχείριση του ηλεκτρονικού καταστήματος έχουμε την δυνατότητα να ορίσουμε τους φόρους ανάλογα με την γεωγραφική περιοχή, έτσι ώστε να υπολογίζεται αυτόματα από το κατάστημα.

Προδιαγραφές Πλοήγησης

Δεδομένου του γεγονότος ότι κάποιοι χρήστες μπορεί να εισέρχονται στο site μέσω των μηχανών αναζήτησης, οι σελίδες του website πρέπει να περιέχουν σε εμφανή σημεία συνδέσμους που καθοδηγούν την πλοήγηση στην κύρια σελίδα του καταστήματος, στην κεντρική σελίδα της συγκεκριμένης κατηγορίας.

Στο ηλεκτρονικό supermarket μας υπάρχουν τέτοιοι σύνδεσμοι στην κορυφή της σελίδας που μας καθοδηγούν καθώς κινούμαστε μέσα στις σελίδες του καταστήματος.



Επίσης οι σύνδεσμοι πρέπει να οδηγούν σε υπαρκτές σελίδες στο site ώστε να μην δημιουργούν σύγχυση στους πελάτες. Στο ηλεκτρονικό κατάστημα έχουμε ελέγξει τους συνδέσμους αυτούς με την βοήθεια εργαλείων που περιγράφουμε στην ενότητα «Έλεγχος επαλήθευση Σωστής Λειτουργίας».

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας πλοήγησης στο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι η δυνατότητα του πελάτη να μπορεί να πλοηγηθεί στο κατάστημα πριν αρχίσει την διενέργεια αγορών. Να μην είναι δηλαδή απαραίτητη η εγγραφή μέλους ως προϋπόθεση για την έναρξη πλοήγησης. Στο ηλεκτρονικό κατάστημα του oscommerce ο χρήστης έχει την δυνατότητα:

- Να πλοηγηθεί στο κατάστημα χωρίς να συνδεθεί
- Να ξεκινήσει την διαδικασία αγοράς χωρίς να συνδεθεί
- Αν αποφασίσει να ολοκληρώσει την αγορά του να εγγραφεί σαν νέο μέλος και με την σύνδεση του να αντιστοιχηθούν τα περιεχόμενα του καλαθιού αγορών του.

Προδιαγραφές Παρουσίασης :

Η παρουσίαση του περιεχομένου στην πλατφόρμα του osCommerce βασίζεται σε βασικές αρχές σχεδιασμού ιστοσελίδων, λαμβάνοντας υπόψη τις σχεδιαστικές ιδιαιτερότητες ενός e-shop και στην δική μας περίπτωση τις ανάγκες του ηλεκτρονικού καταστήματος supermarket. Η παρουσίαση της πλατφόρμας περιλαμβάνει :

- Υιοθέτηση χαρακτηριστικής δομής για όλες τις ιστοσελίδες, ομοιογενής και εύκολα αφομοιώσιμη από τον πελάτη.
- Το περιεχόμενο παρουσιάζεται απλά και δομημένα χωρίς μεγάλο αριθμό επιλογών, άτακτα διεσπαρμένων ανά σελίδα.
 - Επιλογή κοινής γκάμας χρωμάτων
 - Συνεπές μοίρασμα της οθόνης σε γραφικά και κείμενο
- Συνεπή γραφική αναπαράσταση χαρακτηριστικών εικονιδίων σε όλη την έκταση του e-shop π.χ. ενιαία μορφοποίηση πλήκτρων πλοήγησης.

Η πλατφόρμα του oscommerce είναι πλήρως παραμετροποιήσιμη (open source). Έχουμε την δυνατότητα να επεμβούμε στο κώδικα για να προσθέσουμε boxes ,banners, extra σελίδες κτλ. Ένα μέρος της παρουσίασης του περιεχομένου μπορεί να διαμορφωθεί επίσης από την σελίδα διαχείρισης. Η διαμόρφωση αυτή περιλαμβάνει μέγεθος εικόνων , την σειρά ταξινόμησης στις κατηγορίες, στα προϊόντα και στις προσφορές. Επίσης

υπάρχει η δυνατότητα να διαμορφώσουμε την λίστα των προϊόντων μιας κατηγορίας (ονόματα και θέση στηλών).

Λόγω των ιδιαίτερα διαδεδομένων δυνατοτήτων της πλατφόρμας, πολλά websites παρέχουν έτοιμα template προσαρμοσμένα στην πλατφόρμα oscommerce και μάλιστα ανάλογα και με το τι εμπορεύεται το κατάστημα (templates για ανθοπωλεία, βιβλιοπωλεία, καταστήματα Η/Υ κτλ). Ένα τέτοιο website από το οποίο πήραμε και το template που έχουμε εγκαταστήσει στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα είναι το <http://www.templatemonster.com/oscommerce-templates.php>.

Προδιαγραφές Πληροφοριών :

Πληροφορίες για το e-shop που αντανακλούν την αξιοπιστία του.

- Ιστορικό ,έδρα τοποθεσίες των φυσικών καταστημάτων, δραστηριότητες(οθόνη1).
- Χώρος ενημέρωσης πελατών και σχετικής νομοθεσίας, οδηγίες αλληλεπίδρασης με το e-shop, πολιτική ασφαλείας, όροι χρήσης (οθόνη 2, οθόνη 3).
- Στοιχεία επικοινωνίας: τηλέφωνο, fax, email ταχυδρομική διεύθυνση (οθόνη 1).
- Ακριβής πληροφόρηση για το χρονοδιάγραμμα διανομών των προϊόντων αλλά και για τα μεταφορικά έξοδα που επιβαρύνουν τις αγορές (οθόνη 1 , οθόνη 3).
- Συλλογή απαραίτητων στοιχείων πελατών που προχωρούν σε ηλεκτρονικές αγορές (οθόνη 4).
- Επαρκής πληροφόρηση για τα προϊόντα (περιγραφή, κριτικές πελατών ,εικόνες κτλ) που θα ανανεώνεται τακτικά (οθόνη 5).
- Δυνατότητα απλής και σύνθετης αναζήτησης προϊόντων, εμφάνιση καλαθιού αγορών κα συνολικού ποσού αγοράς, διαγραφή προϊόντων από το καλάθι, ακύρωση αγορών, αλλαγή ποσοτήτων των ειδών (οθόνη 6).
- Προώθηση προϊόντων με προσφορές , ψώνια συνολικής αξίας πάνω από κάποιο όριο.

Η πλατφόρμα oscommerce καλύπτει τις παραπάνω προδιαγραφές όπως φαίνεται και στις οθόνες που ακολουθούν. Οι αλλαγές στο ηλεκτρονικό κατάστημα έγιναν με αλλαγή στο κώδικα της πλατφόρμας καθώς επίσης και από την σελίδα διαχείρισης.

Αναζήτηση

Προχωρημένη αναζήτηση

Κατηγορίες

- ▶ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ-ΤΥΡΙΑ->
- ▶ ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ->
- ▶ ΑΛΙΠΑΣΤΑ-ΕΛΙΕΣ->
- ▶ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ->
- ▶ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ->
- ▶ ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ->
- ▶ ΚΑΒΑ - ΣΝΑΚΣ->
- ▶ ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΙΧΘΥΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΤΡΟΦΙΜΑ->
- ▶ ΕΙΔΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ->
- ▶ ΧΑΡΤΙΚΑ->


Καλάθι αγορών

Άδειο καλάθι


Bestsellers-Τα καλύτερα

01. ΖΑΧΑΡΗ ΛΕΥΚΗ 1Kg
02. ΜΙΛΥΡΑ 5ΦΡΟΥΤΑ
03. ΝΟΥΝΟΥ ΚΡΕΜΑ 400+ΠΕΤΣΕΤΑ
04. JOHNSON ΛΟΣΙΟΝ ΠΑΙΔΙΚΗ 200ML
05. NUTELLA FERRERO ΟΙΚΟΓ.ΣΥΖΚ.750
06. 4*4 ΓΕΜΙΣΤΑ ΒΑΝΙΛΙΑ
07. ΒΑΚΑΛΑΟΣ ΡΟΛΟ ΦΙΛΕΤΟ ΣΤ.ΒΑΡ.80
08. ΑΥΓΑ 4ΑΔΑ ΒΙΟ-3
09. ΜΠΕΙΚΟΝ ΡΟΛΟ ROUND EUROFOOD
10. ΡΟΜ GROQUETTES LUTOSA 1KG

Κρτικές



Αποστολές & Επιστροφές



Αποστολές...

Αγαπητοί καταναλωτές θα θέλαμε να σας ενημερώσουμε ότι τα έξοδα αποστολής και επιστροφής θα επιβαρύνουν το κατάστημα και όχι εσάς.

Δρομολόγια Εκτός Αργοστολίου


Δρομολόγια για Σάμη-Ληξούρι-Πόρο θα πραγματοποιούνται κάθε Δευτέρα Τετάρτη Σάββατο από τις 12:00μμ - 17:00μμ

Οι παραγγελίες με προορισμό εκτός Αργοστολίου πρέπει να έχουν καταχωρηθεί μέχρι και τις 23:00μμ της προηγούμενης ημέρας από την ημέρα διανομής.

Τηλ. Επικοινωνίας: 26710 28465

fax:26710 29165

Διεύθυνση καταστήματος : Σουηδίας 29 Αργστόλι Κεφαλλόνια.



Οθόνη 1

Προχωρημένη αναζήτηση

Κατηγορίες

- ▶ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ-ΤΥΡΙΑ->
- ▶ ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ->
- ▶ ΑΛΙΠΑΣΤΑ-ΕΛΙΕΣ->
- ▶ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ->
- ▶ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ->
- ▶ ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ->
- ▶ ΚΑΒΑ - ΣΝΑΚΣ->
- ▶ ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΙΧΘΥΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΤΡΟΦΙΜΑ->
- ▶ ΕΙΔΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ->
- ▶ ΧΑΡΤΙΚΑ->

Καλάθι αγορών

Άδειο καλάθι

Bestsellers-Τα καλύτερα

01. ΖΑΧΑΡΗ ΛΕΥΚΗ 1Kg
02. ΜΙΛΥΡΑ 5ΦΡΟΥΤΑ
03. ΝΟΥΝΟΥ ΚΡΕΜΑ 400+ΠΕΤΣΕΤΑ
04. JOHNSON ΛΟΣΙΟΝ ΠΑΙΔΙΚΗ 200ML
05. NUTELLA FERRERO ΟΙΚΟΓ.ΣΥΖΚ.750
06. 4*4 ΓΕΜΙΣΤΑ ΒΑΝΙΛΙΑ
07. ΒΑΚΑΛΑΟΣ ΡΟΛΟ ΦΙΛΕΤΟ ΣΤ.ΒΑΡ.80
08. ΑΥΓΑ 4ΑΔΑ ΒΙΟ-3
09. ΜΠΕΙΚΟΝ ΡΟΛΟ ROUND EUROFOOD
10. ΡΟΜ GROQUETTES LUTOSA 1KG

Κρτικές



Korifaia poiotta ahladiou.Poli kala kai gia himo kai gia gi ..

★★★★★

Πληροφορίες

Αποστολές & Δρομολόγια
Όροι ασφάλειας
Όροι χρήσεως
Επικοινωνία

Γλώσσες

Όροι Προστασίας Δεδομένων



Κάνετε τις αγορές σας από το γραφείο σας ή από το σπύι σας όλο το 24ωρο

- Διαβάστε τις οδηγίες και τους όρους λειτουργίας του On Line καταστήματος.
- Καταχωρείστε τα απαραίτητα στοιχεία στη φόρμα εγγραφής νέου μέλους.
- Χρησιμοποιήστε τον φιλικό ομαδοποιημένο κατάλογο προϊόντων ή τις επιλογές γρήγορης και εξειδικευμένης αναζήτησης για να βρείτε τα προϊόντα που θέλετε και γεμίστε το καρότσι σας.
- Ελέγξτε την παραγγελία σας.
- Ολοκληρώστε την παραγγελία σας με το πλήκτρο "Ολοκλήρωση Αγοράς", επιλέγοντας στην ηλεκτρονική φόρμα που ακολουθεί τον τρόπο πληρωμής, τον τόπο και...χαλαρώστε....

Όταν εσείς ξεκουράζεστε εμείς δουλεύουμε για σας..

- Η παραγγελία σας θα δρομολογηθεί αυτόματα, στον τόπο παράδοσης που μας υποδείξατε
- Ο εκπαιδευμένος συλλογέας θα επιμεληθεί την παραγγελία σας, σαν να ψώνιζε για το σπύι του, διαλέγοντας τα καλύτερα και πιο φρέσκα προϊόντα.
- Η παραγγελία σας θα ελεγχθεί και θα συσκευαστεί προσεκτικά σε κιβώτια και ειδικές συσκευασίες για νωπά και κατεψυγμένα προϊόντα
- Στην προεπιλεγμένη από εσάς διεύθυνση παράδοσης, ένας χαμογελαστός οδηγός θα παραδώσει στα χέρια σας την παραγγελία σας, και θα επιληφθεί για τις λεπτομέρειες της πληρωμής.

Ασφάλεια Συναλλαγών

Θέλουμε να νιώθετε ασφαλείς, κάνοντας τις αγορές σας στο "Online Super-Market".

Τα προσωπικά στοιχεία που θα μας εμπιστευθείτε μόνο στην αρχική σας επίσκεψη για αγορές, θα είναι On line μόνο στην διάθεσή σας για να τα διαγράψετε ή να τα τροποποιήσετε.

Πολιτική Διαχείρισης Στοιχείων "Προσωπικού Χαρακτήρα".

Οθόνη 2

Προχωρημένη αναζήτηση

Κατηγορίες

- ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ-ΤΥΡΙΑ->
- ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ->
- ΑΛΙΠΑΣΤΑ-ΕΛΙΕΣ->
- ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ->
- ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ->
- ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ->
- ΚΑΒΑ - ΣΝΑΚΣ->
- ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ->
- ΙΧΘΥΟΠΩΛΕΙΟ->
- ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΙΟ->
- ΤΡΟΦΙΜΑ->
- ΕΙΔΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ->
- ΧΑΡΤΙΚΑ->

Καλάθι αγορών

Άδειο καλάθι

Bestsellers-Τα καλύτερα

- ΖΑΧΑΡΗ ΛΕΥΚΗ 1Kg
- MILURA 5ΦΡΟΥΤΑ
- ΝΟΥΝΟΥ ΚΡΕΜΑ 400+ΠΕΤΣΕΤΑ
- JOHNSON ΛΟΣΙΟΝ ΠΑΙΔΙΚΗ 200ML
- NUTELLA FERRERO ΟΙΚΟΓ.ΣΥΣΚ.750
- 4*4 ΓΕΜΙΣΤΑ ΒΑΝΙΛΙΑ
- ΒΑΚΑΛΑΟΣ ΡΟΛΟ ΦΙΛΕΤΟ ΣΤ.ΒΑΡ.80
- ΑΥΓΑ 4ΑΔΑ ΒΙΟ-3
- ΜΠΕΙΚΟΝ ΡΟΛΟ ROUND EUROFOOD
- ΡΟΜΙ GROSQUETTES ΛΥΤΟΣΑ 1KG

Κριτικές

i kaliteri timi pou eho dei pote.to pio ftino pou irarhei ... *********

Πληροφορίες

Αποστολές & Δρομολόγια
Όροι ασφάλειας
Όροι χρήσεως
Επικοινωνία

Γλώσσες

Euro

Όροι Χρήσης



Κατώτερα όρια αγορών

Για να λειτουργήσει επωφελώς το "On Line Super Market" και για το μέλος και για την εταιρεία πρέπει να τηρηθούν ορισμένες προϋποθέσεις, απλές και κατανοητές:

1. Το μέλος έχει απεριόριστο όριο σε αξία για να παραγγείλει.

2. Ως ελάχιστο όριο ορίζεται το ποσό των 50 ευρώ

3. Αν η παραγγελία σας δεν συμπληρώνει ένα από τα παραπάνω όρια, δεν μπορεί να ολοκληρωθεί και αυτόματα ακυρώνεται από το σύστημα.

Τρόποι πληρωμής

Η πληρωμή γίνεται:

1. Μετρητοίς, με αντικαταβολή κατά την παράδοση.

Κατά την παράδοση πρέπει υπογράψετε στον αρμόδιο υπάλληλο την απόδειξη συναλλαγής.

Ο υπάλληλος της εταιρείας μας, ελέγχει αν ο αριθμός και τα στοιχεία του τιμολογίου-απόδειξης αντιστοιχούν με αυτά που έχετε δηλώσει στο email της ηλεκτρονικής σας παραγγελίας και που για δική σας ευκολία έχετε εκτυπώσει. Σε περίπτωση διαφωνίας,η παραγγελία ακυρώνεται.

Η υπογραφή του δελτίου χρέωσης γίνεται απαραίτητα από το ίδιο τον κάτοχο.

Εκτέλεση παραγγελίας - Παράδοση.

Η σύλλογή των προϊόντων της παραγγελίας σας θα γίνει μέσα στα χρονικά όρια 4ωρών, η παράδοση θα ολοκληρώνεται εντός της ημέρας και στην διεύθυνση που εσείς ορίσατε.

ΣΗΜ:Οι παραδόσεις των παραγγελιών σας, θα γίνονται μόνο τις εργάσιμες καθημερινές ημέρες (Δευτέρα έως και Σάββατο)

Για δρομολόγια εκτός Αργοστολίου θα υπάρχουν συγκεκριμένες ημέρες

Οθόνη 3

Προχωρημένη αναζήτηση

Κατηγορίες

- ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ-ΤΥΡΙΑ->
- ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ->
- ΑΛΙΠΑΣΤΑ-ΕΛΙΕΣ->
- ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ->
- ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ->
- ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ->
- ΚΑΒΑ - ΣΝΑΚΣ->
- ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ->
- ΙΧΘΥΟΠΩΛΕΙΟ->
- ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΙΟ->
- ΤΡΟΦΙΜΑ->
- ΕΙΔΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ->
- ΧΑΡΤΙΚΑ->

Καλάθι αγορών

Άδειο καλάθι

Bestsellers-Τα καλύτερα

- ΖΑΧΑΡΗ ΛΕΥΚΗ 1Kg
- MILURA 5ΦΡΟΥΤΑ
- ΝΟΥΝΟΥ ΚΡΕΜΑ 400+ΠΕΤΣΕΤΑ
- JOHNSON ΛΟΣΙΟΝ ΠΑΙΔΙΚΗ 200ML
- NUTELLA FERRERO ΟΙΚΟΓ.ΣΥΣΚ.750
- 4*4 ΓΕΜΙΣΤΑ ΒΑΝΙΛΙΑ
- ΒΑΚΑΛΑΟΣ ΡΟΛΟ ΦΙΛΕΤΟ ΣΤ.ΒΑΡ.80
- ΑΥΓΑ 4ΑΔΑ ΒΙΟ-3
- ΜΠΕΙΚΟΝ ΡΟΛΟ ROUND EUROFOOD
- ΡΟΜΙ GROSQUETTES ΛΥΤΟΣΑ 1KG

Κριτικές

Οι καλύτερες που έχω δοκιμάσει...!!! αξιόπραστες...- *********

Πληροφορίες

Αποστολές & Δρομολόγια
Όροι ασφάλειας
Όροι χρήσεως
Επικοινωνία

Γλώσσες

Στοιχεία Λογαριασμού



ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Αν έχετε ήδη λογαριασμό, παρακαλώ συνδεθείτε στο κατάστημα [εδώ](#).

Προσωπικά Στοιχεία

* Απαιτούμενη πληροφορία

Φύλο: Άνδρας Γυναίκα *

Όνομα: *

Επώνυμο: *

Ημ/νία Γέννησης: * (π.χ. 21/05/1970)

Διεύθυνση E-Mail: *

Στοιχεία Εταιρείας

Όνομα Εταιρείας:

Διεύθυνση

Διεύθυνση: *

T.K.: *

Πόλη: *

Χώρα: Επιλέξτε *

Στοιχεία Επικοινωνίας

Τηλέφωνο: *

Fax:

Επιλογές

Newsletter:

Κωδικός Πρόσβασης

Κωδικός: *

Επαλήθευση Κωδικού: *

Συνέχεια

Οθόνη 4



e-Super Market

www.f2dnet.com

Account Basket Contents Checkout

Αρχική Σελίδα » Κατάλογος » ΤΡΟΦΙΜΑ » ΓΑΛΑΤΑ » ΕΒΑΠΟΡΕ ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΑ » 13062
Ο λογαριασμός μου | Περιεχόμενα καλαθιού | Ολοκλήρωση αγοράς

Αναζήτηση

Προχωρημένη αναζήτηση

Κατηγορίες

- ▶ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ-ΤΥΡΙΑ->
- ▶ ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ->
- ▶ ΑΛΙΠΑΣΤΑ-ΕΛΙΕΣ->
- ▶ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ->
- ▶ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ->
- ▶ ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ->
- ▶ ΚΑΒΑ - ΣΝΑΚΣ->
- ▶ ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΙΧΘΥΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΤΡΟΦΙΜΑ->
- ▶ ΓΑΛΑΤΑ->
- ▶ ΕΒΑΠΟΡΕ ΠΑΙΔΙΚΑ
- ▶ ΕΒΑΠΟΡΕ

ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΑ

- ▶ ΦΡΕΣΚΑ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΑ
- ▶ ΦΡΕΣΚΑ ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΑ
- ▶ ΓΛΥΚΙΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ
- ▶ ΠΡΩΪΝΑ->
- ▶ ΡΟΦΗΜΑΤΑ->
- ▶ ΕΤΟΙΜΑ ΦΑΓΗΤΑ
- ▶ ΧΥΜΟΙ - ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ - ΝΕΡΑ->
- ▶ ΕΙΔΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ->
- ▶ ΧΑΡΤΙΚΑ->

Καλάθι αγορών →

Άδειο καλάθι

Ειδοποιήσεις →

Θέλω να λαμβάνω ειδοποιήσεις για αλλαγές/ανανεώσεις

ΓΑΛΑ ΒΛΑΧΑΣ ΕΒΑΠ.410ΓΡ [13062] 0.70EUR

Γάλα πλήρες συμπυκνωμένο, πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά, σε ιδανική ισορροπία μεταξύ τους. Nestle Γάλα Βλάχας μεγαλώνει γερά παιδιά στο σώμα και το πνεύμα. Διατίθεται σε συσκευασίες 410 γρ., 170 γρ., μερίδες των 15 γρ. και πρακτική συσκευασία 6 τεμαχίων.



Επιλέξτε για μεγέθυνση

Αυτό το προϊόν προστέθηκε στον κατάλόγο μας την Σάββατο 20 Οκτώβριος, 2001.

Κριτικές
Πρόσθεσε στο Καλάθι



Οθόνη 5



e-Super Market

www.f2dnet.com

Account Basket Contents Checkout

Αρχική Σελίδα » Κατάλογος
Ο λογαριασμός μου | Περιεχόμενα καλαθιού | Ολοκλήρωση αγοράς

Αναζήτηση

Προχωρημένη αναζήτηση

Κατηγορίες

- ▶ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ-ΤΥΡΙΑ->
- ▶ ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ->
- ▶ ΑΛΙΠΑΣΤΑ-ΕΛΙΕΣ->
- ▶ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ->
- ▶ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ->
- ▶ ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ->
- ▶ ΚΑΒΑ - ΣΝΑΚΣ->
- ▶ ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΙΧΘΥΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΙΟ->
- ▶ ΤΡΟΦΙΜΑ->
- ▶ ΕΙΔΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ->
- ▶ ΧΑΡΤΙΚΑ->

Καλάθι αγορών →

Άδειο καλάθι

Bestsellers-Τα καλύτερα

01. ΖΑΧΑΡΗ ΛΕΥΚΗ 1Kg

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

←

Καλώς Ήρθατε στο Ηλεκτρονικό Super-Market μας!

Ψωνίστε όλο το 24ωρο, επιλέξτε ό,τι θέλετε και υποδεχτείτε τα οφέλη της τεχνολογίας. Ψωνίζοντας ηλεκτρονικά, κάνετε τις αγορές σας γρήγορα, χωρίς άγχος και μετακίνηση και έχετε δωρεάν παράδοση στο χώρο που εσείς επιθυμείτε! Καθημερινά το ηλεκτρονικό μας κατάστημα έχει πολλά προϊόντα σε προσφορές. Σας συνηγορούμε να επισκέπτεστε συχνά την σελίδα των προσφορών για να επωφεληθείτε από αυτές. Το κατάστημα απαιτεί την εισαγωγή των προσωπικών σας στοιχείων, ώστε να σας παρέχει προσωπικές υπηρεσίες. Τα στοιχεία αυτά χρησιμοποιούνται μόνο από το κατάστημα μας, δεν διατίθενται σε τρίτους και δεν γίνεται χρήση τους για διαφημιστικούς σκοπούς. Αν έχετε ήδη δημιουργήσει λογαριασμό πατήστε [Εδώ](#) για να εισέλθετε στο σύστημα! Αν δεν είσατε πελάτης του καταστήματος μας, πατήστε [Εγγραφή](#) για να δημιουργήσετε ένα καινούργιο λογαριασμό.

Νέα Προϊόντα Για Οκτώβριος



NUTRICIA KREMA BANILIA 400G -0
4 07EUR



ΑΡΑΚΑΣ 1ΚΛ 250ΔΩΡΟ
2 04EUR

Οθόνη 6

On-Line Κατάλογος

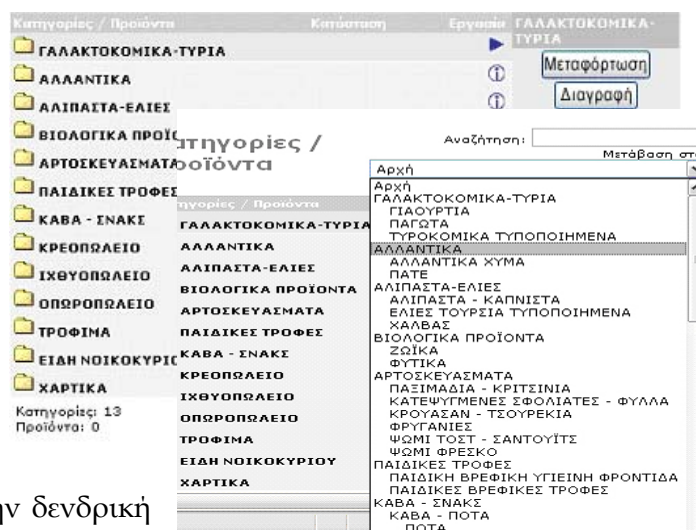
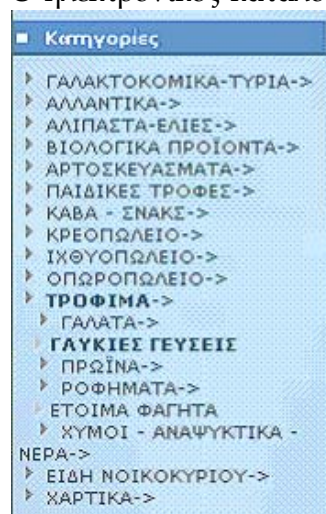
Ο ηλεκτρονικός κατάλογος του oscommerce είναι διασυνδεδεμένος με όλες τις σελίδες του καταστήματος. Περιλαμβάνει τα προϊόντα του καταστήματος σωστά κατηγοριοποιημένα, συνοδευόμενα από αναλυτικές τιμές, εικόνες, επακριβή χαρακτηριστικά, σύντομη και σχετική περιγραφή, σχόλια και κριτικές από άλλους πελάτες που έχουν αγοράσει το προϊόν. Επιτρέπει στους χρήστες πελάτες να δουν τα αγαθά που μπορούν να επιλέξουν χωρίς να χρησιμοποιήσουν κάποια μηχανή αναζήτησης. Η κατασκευή του καταλόγου γίνεται από την σελίδα διαχείρισης του καταστήματος, στην ενότητα «Κατάλογος» και περιλαμβάνει αναλυτικά:

▪ Απεριόριστες κατηγορίες / υποκατηγορίες προϊόντων

Κάθε κατάσταση μπορεί να περιλαμβάνει κατηγορίες οποιουδήποτε βάθους, ακολουθώντας δενδρική μορφή. Βασικές λειτουργίες αποτελούν η δημιουργία, η μεταβολή, η διαγραφή κατηγοριών ενώ ακόμα υποστηρίζεται η μετακίνηση μιας ολόκληρης κατηγορίας κάτω από κάποια άλλη. Από το μενού της διαχείρισης δίνεται επίσης η δυνατότητα για μια πιο εύκολη και σημαντικά πιο γρήγορη πλοήγηση μέσα στις κατηγορίες με την βοήθεια ενός drop-down μενού που απεικονίζει την δενδρική μορφή των κατηγοριών.

▪ Προϊόντα καταστήματος

Κάθε προϊόν έχει ένα πλήθος από βασικές παραμέτρους (π.χ τίτλο, σύντομη και αναλυτική περιγραφή, τιμή, βάρος,url ,κατασκευαστή, ποσότητα, μοντέλο, τρόπο φορολόγησης, εικόνες, κατάσταση προϊόντος(ενεργό ή ανενεργό)) που υποστηρίζει. Τα χαρακτηριστικά όμως ενός προϊόντος μπορούν να εμπλουτισθούν και με άλλα, ανάλογα με τις απαιτήσεις του καταστήματος, χωρίς να χρειάζεται κάθε φορά να γίνονται



αλλαγές στο κατάστημα. Υποστηρίζονται χαρακτηριστικά κάθε είδους και πολυπλοκότητας (π.χ. τα διαθέσιμα χρώματα ενός προϊόντος). Υπάρχουν οι εξής δυνατότητες(για τον πελάτη αλλά και για το κατάστημα):



- Δημιουργία και ανανέωση ήδη καταχωρημένων προσφορών.
- Παρουσίαση και εισαγωγή νέων προϊόντων που δεν έχουν ακόμη αφιχθεί στο ηλεκτρονικό κατάστημα (αναμενόμενα προϊόντα).
- Παρουσίαση και εισαγωγή κριτικών από τους πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος για το/τα προϊόν/ντα.
- Παρουσίαση νέων προϊόντων που προτείνει το κατάστημα(προσφορές και τα πιο δημοφιλή προϊόντα κ.τ.λ)
- Υποστήριξη προϊόντων με παραγγελία, αλλά και προϊόντων που παραδίδονται άμεσα(download).
- Εύκολη και φιλική προς τον χρήστη αναζήτηση.

Βασικές λειτουργίες και εδώ αποτελούν η δημιουργία, η μεταβολή, η διαγραφή, η μετακίνηση και η αντιγραφή προϊόντων.

Καλάθι Αγορών

Καλάθι αγορών παρέχουν όλα τα σύγχρονα συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου. Η χρήση του αφορά την συλλογή των προϊόντων που προκάλεσαν το ενδιαφέρον του πελάτη. Είναι απαραίτητο για την διενέργεια αγορών, και σχετίζεται με τις διαδικασίες της παραγγελίας και της πληρωμής. Το καλάθι της πλατφόρμας του osCommerce είναι διαθέσιμο στον πελάτη ανά πάσα στιγμή για να ελέγξει τα περιεχόμενα του .Εδώ πρέπει να επισημάνουμε ότι στο καλάθι του ηλεκτρονικού μας καταστήματος επιτρέπονται διαδικασίες πλήρης διαχείρισης, δηλαδή εισαγωγής ,διαγραφής, αλλαγής, αναζήτησης πληροφοριών, υπολογισμού του συνολικού κόστους , μεταβολή της ποσότητας αγοράς, πλήρες άδειασμα και επίσπευση της διαδικασίας αγοράς. Η πλατφόρμα έχει επίσης την δυνατότητα να αποθηκεύει το session id του καλαθιού αγορών για τον κάθε χρήστη που θα συνδεθεί και άρα να διαφυλάσσει τα προϊόντα που έχουν τοποθετηθεί σε αυτό

ακόμα και αν ο χρήστης εγκαταλείψει το ηλεκτρονικό κατάστημα προσωρινά και συνδεθεί σε αυτό κάποια άλλη χρονική στιγμή. Επίσης στην περίπτωση που ο χρήστης ξεκινήσει την διαδικασία αγοράς χωρίς να συνδεθεί ,προσθέτοντας είδη στο καλάθι αγορών του και αποφασίσει να ολοκληρώσει την αγορά του - τότε - με την εισαγωγή των προσωπικών username και password γίνεται αυτόματη αντιστοίχιση των προϊόντων που υπάρχουν στο καλάθι με τα στοιχεία του πελάτη που μόλις συνδέθηκε. Δίνεται επίσης η δυνατότητα εφόσον ο πελάτης τοποθετήσει ένα προϊόν στο καλάθι του να προσθέσει ή να δει την κριτική άλλου πελάτη για το ίδιο προϊόν. Τέλος δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να υπάρχουν στιγμιότυπα του καλαθιού από παλιότερες αγορές του(ιστορικό παραγγελιών).

Επικοινωνία

Η επικοινωνία του ηλεκτρονικού καταστήματος με την πελατειακή του βάση είναι ένας παράγοντας που κρίνει σε μεγάλο βαθμό τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.

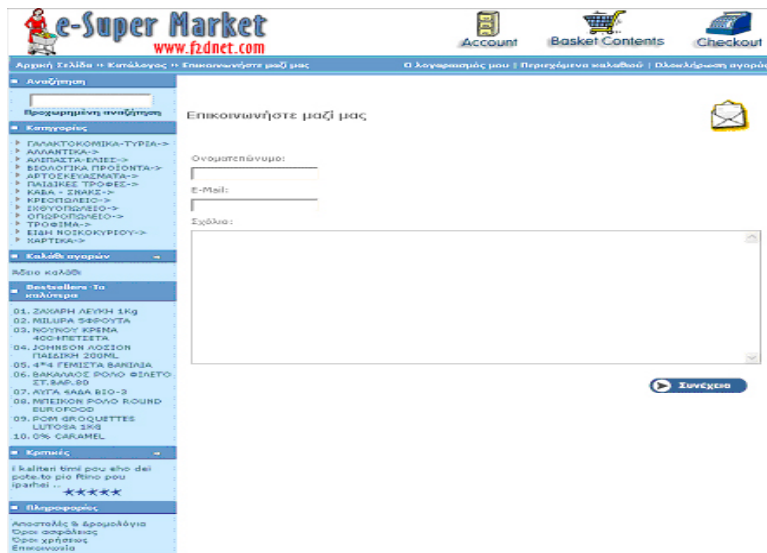
- **E-mail**

Ένας από τους κλασσικούς τρόπους για επικοινωνία με την επιχείρηση είναι με τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Είναι ένα μέσο το οποίο κοστίζει σχετικά φθηνά και επιπλέον δεν απαιτείται η δέσμευση αφοσιωμένου προσωπικού για την διαχείριση των αιτημάτων, όπως γίνεται στα τηλεφωνικά κέντρα. Φυσικά το τελευταίο εξαρτάται και από τον όγκο της αλληλογραφίας που διαχειρίζεται η επιχείρηση. Η πλατφόρμα του oscommerce παρέχει επικοινωνία από και προς το κατάστημα.

Επικοινωνία προς το κατάστημα:

Για τους πελάτες που θέλουν να αποστείλουν email υπάρχει ο σύνδεσμος (link) «Επικοινωνία» στην πρώτη σελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Ο χρήστης στην φόρμα αποστολής που εμφανίζεται συμπληρώνει :

- ονοματεπώνυμο
- διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- το μήνυμα /σχόλια



Εικόνα.1 Φόρμα αποστολής email στο ηλεκτρονικό κατάστημα

Επικοινωνία από το κατάστημα:

Εδώ η επικοινωνία με το κατάστημα μπορεί να γίνει είτε για επιβεβαίωση παραγγελίας είτε για ενημέρωση του πελάτη είτε για την επιτυχή εγγραφή του πελάτη στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Επιβεβαίωση Παραγγελίας

Όταν ολοκληρωθεί μια διαδικασία αγοράς, η παραγγελία του πελάτη καταχωρείται στην βάση δεδομένων του ηλεκτρονικού καταστήματος και αυτόματα ένα email αποστέλλεται στον πελάτη σαν αποδεικτικό της επιτυχούς ηλεκτρονικής αγοράς του.

Αποστολή email στον πελάτη

Στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος στην ενότητα «Πελάτες» ο διαχειριστής του ηλεκτρονικού καταστήματος έχει την δυνατότητα να στείλει email σε οποιοδήποτε πελάτη είναι καταχωρημένος στο αρχείο πελατών του.

Μαζική αποστολή email

Μια ακόμη λειτουργία της πλατφόρμας που στηρίζει την επικοινωνία με τον πελάτη είναι η μαζική αποστολή email. Αυτό γίνεται από την ενότητα «Εργαλεία» στην επιλογή αποστολή email.

Αποστολή Newsletter

Από την ίδια ενότητα της πλατφόρμας υπάρχει η επιλογή αποστολή newsletter, η δυνατότητα δηλαδή να ενημερωθεί ο πελάτης για νέα προϊόντα, προσφορές και γενικά για ότι νέο υπάρχει στο ηλεκτρονικό κατάστημα .

Αποστολή email στον πελάτη μετά από εγγραφή στο ηλεκτρονικό κατάστημα

Αμέσως μετά την πρώτη επιτυχή εισαγωγή των προσωπικών στοιχείων του πελάτη στο ηλεκτρονικό κατάστημα η πλατφόρμα αποστέλλει αυτόματα ένα email που καλωσορίζει και ευχαριστεί τον πελάτη για την εγγραφή του στο ηλεκτρονικό κατάστημα κ.τ.λ.

Οι λογαριασμοί ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για το super market www.f2dnet.com δημιουργήθηκαν στο control panel του web server που φιλοξενεί το site μας. Στην σελίδα διαχείρισης του καταστήματος, στην ενότητα «Ρυθμίσεις» ορίσαμε τα email accounts τα οποία θα χρησιμοποιούνται από το e-shop.

info@f2dnet.com & sales@f2dnet.com

Τα παραπάνω email χρησιμοποιούνται για την ενημέρωση των πελατών αλλά και για την επιβεβαίωση των παραγγελιών.

Πίνακες Ανακοινώσεων

Οι πίνακες ανακοινώσεων είναι μια ακόμα μέθοδος αλληλεπιδραστικής επικοινωνίας των πελατών με το κατάστημα. Είναι ειδικές γωνίες της ιστοσελίδας του καταστήματος όπου:

- Αναρτώνται ανακοινώσεις από την εταιρεία σχετικές με τις δραστηριότητές της
- Παρέχονται απαντήσεις στα ερωτήματα των πελατών από το προσωπικό της επιχείρησης
- Οι χρήστες μπορούν ανά πάσα στιγμή να ανατρέξουν στους πίνακες ανακοινώσεων και είτε να υποβάλλουν τα δικά τους ερωτήματα είτε να ψάξουν για απάντηση στις ήδη αναρτημένες ανακοινώσεις.

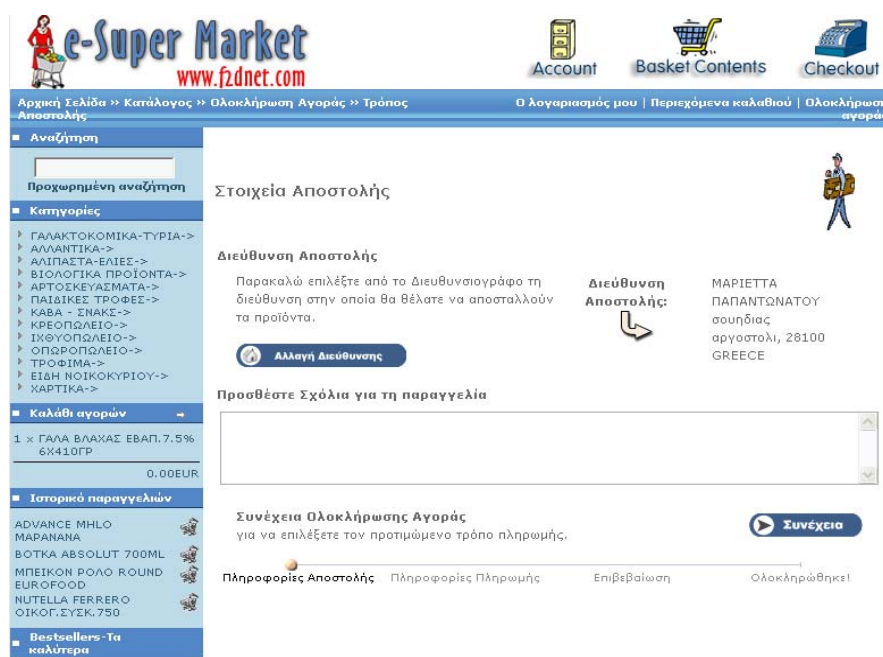
Στο ηλεκτρονικό κατάστημα της πλατφόρμας oscommerce στο σημείο της ιστοσελίδας «πληροφορίες» και με παρέμβαση στο κώδικα του oscommerce παραθέτουμε μια

μορφή πίνακα ανακοινώσεων για τα δρομολόγια, τις αποστολές προϊόντων ,τους όρους χρήσης και γενικά για την ασφάλεια του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Παραγγελία & Πληρωμή

Όταν ο πελάτης τελειώσει την πλοήγηση του στο κατάστημα και έχει επιλέξει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν, ολοκληρώνει την συναλλαγή με την παραγγελία των προϊόντων, συμπληρώνει ή μεταβάλλει τα προσωπικά του στοιχεία μαζί με τον τόπο προορισμού και τον τρόπο αποστολής και διάθεσης που επιθυμεί και καταβάλλει το αντίτιμο με έναν από τους υπάρχοντες ηλεκτρονικούς τρόπους πληρωμής που διαθέτει το ηλεκτρονικό κατάστημα.

Στην πλατφόρμα του oscommerce η ολοκλήρωση της συναλλαγής περιλαμβάνει τα εξής στάδια:



The screenshot shows the 'e-Super Market' website interface. The top navigation bar includes 'Account', 'Basket Contents', and 'Checkout'. The main content area is titled 'Στοιχεία Αποστολής' (Shipping Details). It features a search bar, a category list on the left, and a shipping address form. The address form includes a 'Διεύθυνση Αποστολής' (Shipping Address) section with a 'ΜΑΡΙΕΤΤΑ ΠΑΠΑΝΤΩΝΑΤΟΥ' address in Greece. Below this is a 'Προσθέστε Σχόλια για τη παραγγελία' (Add comments for the order) section. At the bottom, there are links for 'Πληροφορίες Αποστολής', 'Πληροφορίες Πληρωμής', 'Επιβεβαίωση', and 'Ολοκληρώθηκε!'. The page also displays a shopping cart summary with '1 x ΓΑΛΑ ΒΛΑΧΑΣ ΕΒΑΠ.7.5% 6X410ΓΡ' for a total of '0.00EUR'.

Στάδιο 1:

Ο πελάτης επιλέγει «ολοκλήρωση αγορών» . Οδηγείται στην σελίδα ελέγχου των στοιχείων αποστολής. Εδώ έχει την δυνατότητα να τσεκάρει / μεταβάλλει τα στοιχεία διεύθυνσης όπου θα αποσταλούν τα προϊόντα ή ακόμη και να προσθέσει τυχόν σχόλια για την παραγγελία.

Στάδιο 2:

Ο πελάτης συνεχίζει την διαδικασία ολοκλήρωσης αγοράς. Οδηγείται στην σελίδα ελέγχου των στοιχείων πληρωμής. Εδώ έχει την δυνατότητα να τσεκάρει/ μεταβάλλει τα στοιχεία διεύθυνσης όπου θα αποσταλεί το τιμολόγιο/ απόδειξη και να επιλέξει ένα από τους διαθέσιμους τρόπους πληρωμής του καταστήματος. Η πλατφόρμα του oscommerce υποστηρίζει πολλούς τρόπους πληρωμής, οι οποίοι ενεργοποιούνται από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος και μπορούν πολύ εύκολα να εγκατασταθούν. Το ηλεκτρονικό κατάστημα super-Market που υλοποιούμε υποστηρίζει μόνο πληρωμή με αντικαταβολή και για το λόγο αυτό στην σελίδα ελέγχου των στοιχείων πληρωμής είναι πάντα επιλεγμένος ο τρόπος πληρωμής με αντικαταβολή.

Στάδιο 3:

Ο πελάτης συνεχίζει την διαδικασία ολοκλήρωσης αγοράς. Οδηγείται στην σελίδα τελικού ελέγχου της παραγγελίας. Εδώ έχει την δυνατότητα να τσεκάρει/ μεταβάλλει τα στοιχεία διεύθυνσης που θα σταλούν τα προϊόντα, τα στοιχεία της διεύθυνσης που θα παραλάβει το τιμολόγιο/ απόδειξη, τον τρόπο πληρωμής και τα περιεχόμενα του καλαθιού του. Τέλος θα ενημερωθεί για την τελική χρέωση της παραγγελίας του.

Στάδιο 4:

Η παραγγελία έχει ολοκληρωθεί και αποθηκευτεί επιτυχώς! Ο πελάτης έχει παραλάβει ένα email με τα στοιχεία και το αριθμό της παραγγελίας του, όπως αυτά έχουν καταχωρηθεί στην βάση του ηλεκτρονικού καταστήματος. Στο σημείο αυτό μπορεί εάν το επιθυμεί να λαμβάνει ενημερώσεις για τα προϊόντα που έχει επιλέξει. Τέλος μπορεί να αποσυνδεθεί ή να συνεχίσει τις αγορές του.

Μερικοί Διαθέσιμοι Τρόποι Πληρωμής στο osCommerce και πως ορίζονται στην σελίδα διαχείρισης.

- Αντικαταβολή

Enable Cash On Delivery Module(**Ενεργοποιεί η όχι το module**)

Do you want to accept Cash On Delivery payments?

True

False

Payment Zone(**Επιλέγουμε αν αυτός ο τρόπος πληρωμής θα είναι ενεργός σε κάποια ζώνη**)

If a zone is selected, only enable this payment method for that zone.

--κανένα--

Set Order Status(**Επιλέγουμε την κατάσταση παραγγελίας γι'αυτό τον τρόπο πληρωμής**)

Set the status of orders made with this payment module to this value

Σε εξέλιξη

Sort order of display.(**Σειρά εμφάνισης του συγκεκριμένου τρόπου πληρωμής στη διαδικασία πληρωμής**)

Sort order of display. Lowest is displayed first.

- Ταχυδρομική Επιταγή

Enable Check/Money Order Module(**Ενεργοποιεί η όχι το module**)

Do you want to accept Check/Money Order payments?

True

False

Payment Zone(**Επιλέγουμε αν αυτός ο τρόπος πληρωμής θα είναι ενεργός σε κάποια ζώνη**)

If a zone is selected, only enable this payment method for that zone.

--κανένα--

Set Order Status(**Επιλέγουμε την κατάσταση παραγγελίας γι'αυτό τον τρόπο πληρωμής**)

Set the status of orders made with this payment module to this value

προεπιλογή

Sort order of display. .(**Σειρά εμφάνισης του συγκεκριμένου τρόπου πληρωμής στην διαδικασία πλήρωμής**)

Sort order of display. Lowest is displayed first.

0

Make Payable to: .(**Σειρά εμφάνισης του συγκεκριμένου τρόπου πληρωμής στην διαδικασία πλήρωμής**)

Who should payments be made payable to?

- Πιστωτική Κάρτα

Enable Credit Card Module (Ενεργοποιεί η όχι το module)
Do you want to accept credit card payments?

True

False

Split Credit Card E-Mail Address

If an e-mail address is entered, the middle digits of the credit card number will be sent to the e-mail address (the outside digits are stored in the database with the middle digits censored)

Payment Zone (Επιλέγουμε αν αυτός ο τρόπος πληρωμής θα είναι ενεργός σε κάποια ζώνη)

If a zone is selected, only enable this payment method for that zone.

Set Order Status. (Επιλέγουμε την κατάσταση παραγγελίας γι'αυτό τον τρόπο πληρωμής)

Set the status of orders made with this payment module to this value

Sort order of display. .(Σειρά εμφάνισης του συγκεκριμένου τρόπου πληρωμής στην διαδικασία πληρωμής)

Sort order of display. Lowest is displayed first.

- PayPal

Enable PayPal Module(Ενεργοποιεί η όχι το module)
Do you want to accept PayPal payments?

True

False

E-Mail Address (Η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που χρησιμοποιούμε για το PayPal)

The e-mail address to use for the PayPal service

Transaction Currency(Νόμισμα με το οποίο γίνονται οι συναλλαγές)

The currency to use for credit card transactions

Selected Currency

Only USD

Only CAD

Only EUR

Only GBP

Only JPY

Payment Zone(Επιλέγουμε αν αυτός ο τρόπος πληρωμής θα είναι ενεργός σε κάποια ζώνη)

If a zone is selected, only enable this payment method for that zone.

Set Order Status. (Επιλέγουμε την κατάσταση παραγγελίας γι'αυτό τον τρόπο πληρωμής)

Set the status of orders made with this payment module to this value

Sort order of display. .(Σειρά εμφάνισης του συγκεκριμένου τρόπου πληρωμής στην διαδικασία πλήρωμης)

Sort order of display. Lowest is displayed first.

Διανομή

Η διανομή των προϊόντων μπορεί να γίνει είτε φυσικά ή με ηλεκτρονικό τρόπο. Στην πρώτη μέθοδο χρησιμοποιούνται όλοι οι υπάρχοντες τρόποι όπως το ταχυδρομείο (air-mail, συστημένο, απλό), το courier ή ακόμη κάποια υπηρεσία διανομής που να ανήκει στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Με την δεύτερη μέθοδο όταν το αγαθό είναι είτε λογισμικό είτε κάποια υπηρεσία μπορεί να χρησιμοποιηθεί είτε το email είτε το download από το παγκόσμιο ιστό (www). Τα στοιχεία της διανομής πρέπει να είναι ακριβή τόσο όσον αφορά το κόστος που προστίθεται στην τιμή του αγαθού όσο και τον χρόνο μέχρι την παραλαβή. Ο συνδυασμός αυτών των δύο είναι ο βασικότερος για την επιλογή από τον πελάτη του τρόπου διανομής. Τέλος το ηλεκτρονικό κατάστημα διαθέτει όλους τους τρόπους διανομής αφού κάτι τέτοιο το φέρνει σε πλεονεκτικότερη θέση από ένα κατάστημα με περιορισμένες επιλογές στη παράδοση των προϊόντων.

Στο ηλεκτρονικό κατάστημα του super market :

- η διανομή των προϊόντων γίνεται με αυτοκίνητο της επιχείρησης το οποίο φαίνεται στο πίνακα ανακοινώσεων του καταστήματος.
- Τα έξοδα αποστολής επιβαρύνουν εξολοκλήρου το ηλεκτρονικό κατάστημα(η πλατφόρμα έχει την δυνατότητα να χρεώνει τα έξοδα αποστολής αν το επιθυμούμε από την σελίδα διαχείρισης).
- Υπάρχει ενημέρωση για την ακριβή ώρα παράδοσης
- Υπάρχει ενημέρωση για τα δρομολόγια εκτός έδρας
- Υπάρχει ενημέρωση για το ελάχιστο κόστος αγοράς(Ρυθμίζεται από την σελίδα διαχείρισης)
- Υπάρχει ενημέρωση για την διαδικασία ακύρωσης παραγγελίας
- Υπάρχει ενημέρωση για την ασφάλεια των προσωπικών σας στοιχείων.

Πιστοποίηση

Ένα από τα πρώτα βήματα που πρέπει να κάνει μια επιχείρηση που προτίθεται να δραστηριοποιηθεί εμπορικά στο διαδίκτυο είναι να αποταθεί προς μια από τις εγγυήτριες αρχές και να πιστοποιηθεί η δυνατότητά της για πραγματοποίηση δοσοληψιών. Τέτοιες εταιρείες είναι η VeriSign, η GlobalSign, η Nortel , οι οποίες πιστοποιούν ότι ο έμπορος που διατηρεί το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι

αυτός που υποδηλώνει η επιχείρησή του και δεν πρόκειται για κάποιον ο οποίος τυχαίνει να έχει υποκλέψει την επωνυμία του με δόλια μέσα. Επιπλέον οι εγγυήτριες αυτές αρχές, επιβεβαιώνουν ότι ο συγκεκριμένος έμπορος έχει τη δυνατότητα να προβαίνει σε ηλεκτρονικές δοσοληψίες. Το oscommerce κάνει χρήση του πρωτοκόλλου SSL προκειμένου να εξασφαλίσει ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Για τον λόγο αυτό χρειάζεται να βρούμε μια εταιρεία πιστοποιητικών από την οποία μπορούμε να αγοράσουμε ένα πιστοποιητικό SSL. Αφού δώσουμε κάποια απαραίτητα στοιχεία του site μας η διαδικασία που πρέπει να εκτελεστεί στο oscommerce είναι να ορίσουμε την διαδρομή για `https://` στην διαδρομή `/includes/configure.php` ενεργοποιώντας το SSL. Τα υπόλοιπα γίνονται από τον κώδικα της πλατφόρμας

```
// Define the webserver and path parameters
// * DIR_FS_* = Filesystem directories (local/physical)
// * DIR_WS_* = Webserver directories (virtual/URL)
define('HTTP_SERVER', 'http://www.yourdomain.com'); // eg, http://localhost -
should not be empty for productive servers
define('HTTPS_SERVER', 'https://yourdomain.com'); // eg, https://localhost - should
not be empty for productive servers
define('ENABLE_SSL', true); // secure webserver for checkout procedure?
define('HTTP_COOKIE_DOMAIN', 'www.yourdomain.com');
define('HTTPS_COOKIE_DOMAIN', 'yourdomain.com');
define('HTTP_COOKIE_PATH', '/catalog/');
define('HTTPS_COOKIE_PATH', '/catalog/');
define('DIR_WS_HTTP_CATALOG', '/catalog/');
define('DIR_WS_HTTPS_CATALOG', '/catalog/');
```

4. Παραμετροποίηση Ηλεκτρονικού Καταστήματος

4.1. Διαμόρφωση Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Παρακάτω παρουσιάζουμε τις αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν στην πλατφόρμα του ηλεκτρονικού καταστήματος για να πάρει την μορφή με την οποία αυτό παρουσιάζεται στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.f2dnet.com. Για την διαμόρφωση της σχεδίασης και του layout του ηλεκτρονικού καταστήματος τροποποιήσαμε τα αρχεία `greek.php & stylesheet.css`. Για την προσθήκη κατηγοριών, προϊόντων, εικόνων και σχολίων χρησιμοποιήσαμε το site διαχείρισης του ηλεκτρονικού μας καταστήματος καθώς και προγράμματα επεξεργασίας εικόνας και κατασκευής ιστοσελίδων όπως το adobe Photoshop και το Macromedia Dreamweaver.

4.1.1. Προσθήκες Κατηγοριών/ Προϊόντων/ Προσφορών/ Εικόνες/ Στοιχεία

Πριν προχωρήσουμε στην αλλαγή της σχεδίασης του ηλεκτρονικού καταστήματος πραγματοποιήσαμε τις εξής αλλαγές:

- I. Δημιουργία ,προσθήκη κατηγοριών
- II. Προσθήκη Προϊόντων – Εικόνες

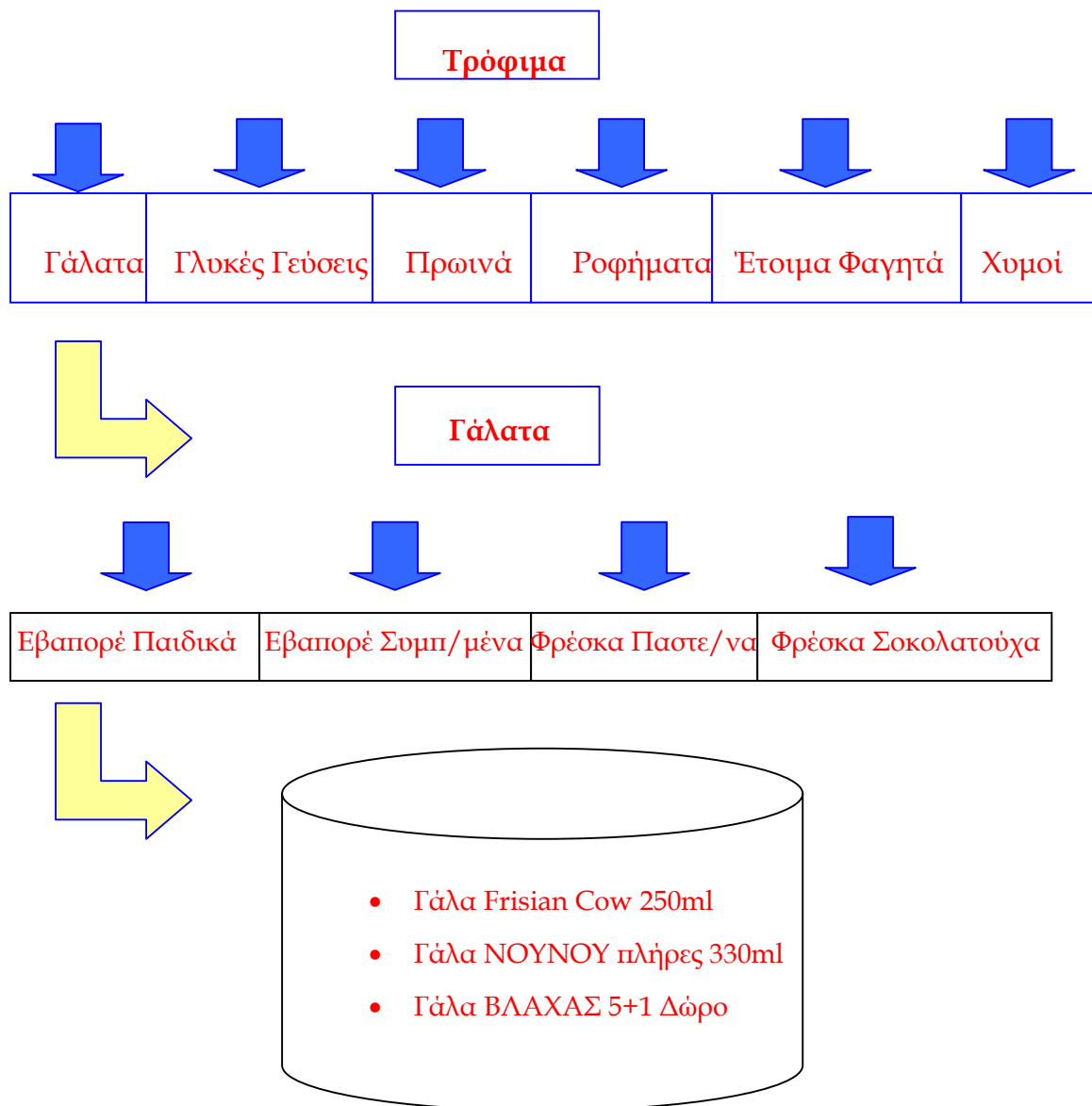
Η δημιουργία και η προσθήκη κατηγοριών έγινε από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος www.f2dnet.com/admin. Συγκεκριμένα κάνοντας κλικ στην επιλογή **Κατάλογος** που βρίσκεται στην πρώτη σελίδα επιλογών του ηλεκτρονικού καταστήματος μεταφερόμαστε στο παρακάτω link: http://www.f2dnet.com/admin/categories.php?selected_box=catalog. Στην σελίδα αυτή πατάμε το κουμπί ΝΕΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ και με την ανανέωση της σελίδας, στα δεξιά έχουν εμφανιστεί οι επιλογές που πρέπει να συμπληρώσουμε:

- **Όνομα κατηγορίας**
- **Εικόνα Κατηγορίας**
- **Αρ.Ταξινόμησης**

Το όνομα κατηγορίας έχει να κάνει με το όνομα που θα φαίνεται στο κατάλογο με την λίστα των κατηγοριών στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Το πεδίο εικόνα είναι το στοιχείο με το οποίο μπορούμε να παρουσιάσουμε την κατηγορία. Ο αριθμός ταξινόμησης μας δίνει την δυνατότητα να ταξινομήσουμε τις κατηγορίες μας, δηλαδή να καθορίσουμε την σειρά εμφάνισή τους. Αφού συμπληρώσουμε τα παραπάνω πεδία πατάμε το κουμπί «Αποθήκευση» για να καταχωρήσουμε τα στοιχεία ή το κουμπί «Ακύρωση» για να διακόψουμε την διαδικασία. Στο ηλεκτρονικό κατάστημα του Super-Market μας κατασκευάσαμε με αυτό τον τρόπο τις εξής κατηγορίες:

- Αλλαντικά
- Αλίπαστα-Ελιές
- Βιολογικά Προϊόντα
- Αρτοσκευάσματα
- Παιδικές Τροφές
- Κάβα-Σνακ
- Τρόφιμα
- Κρεοπωλείο
- Ιχθυοπωλείο
- Οπωροπωλείο
- Τυροκομικά - Γαλακτοκομικά
- Είδη νοικοκυριού
- Χαρτικά

Σε μερικές από αυτές τις κατηγορίες περιλαμβάνεται επιπλέον κατηγοριοποίηση. Για την περίπτωση που θελήσουμε να δημιουργήσουμε μια επιπλέον κατηγορία σε μία ήδη υπάρχουσα κατηγορία ακολουθούμε την εξής διαδικασία: Στην σελίδα δημιουργίας κατηγορίας http://www.f2dnet.com/admin/categories.php?selected_box=catalog επιλέγουμε την ήδη υπάρχουσα κατηγορία και «μπαίνουμε» σ' αυτήν. Εκεί ακολουθούμε την διαδικασία δημιουργίας νέας κατηγορίας όπως περιγράψαμε παραπάνω. Με τον τρόπο αυτό δημιουργούμε υποκατηγορίες μέσα σε κατηγορίες. Στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα μία τέτοια κατηγορία είναι αυτή που αναφέρεται ως «Τρόφιμα». Η κατηγορία αυτή έχει την εξής ανάπτυξη:

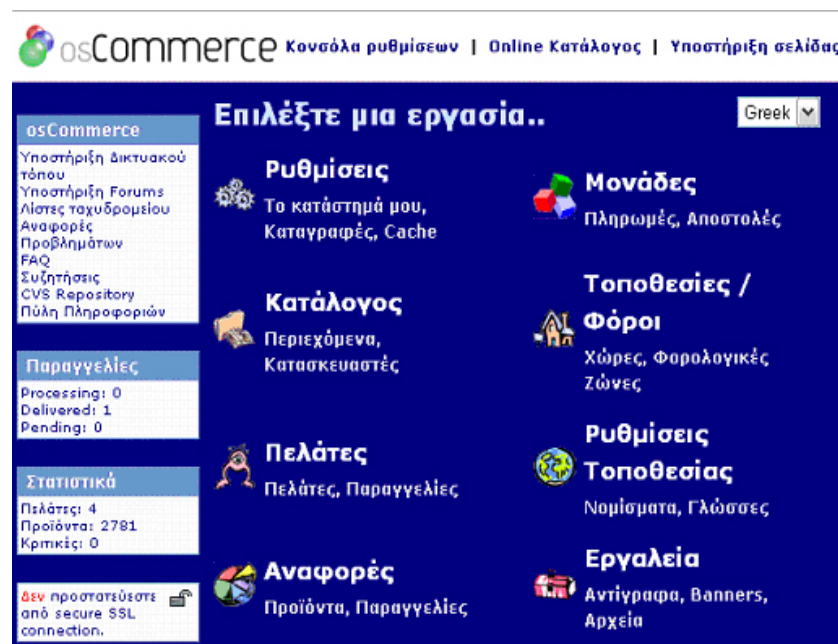


Αφού ολοκληρώσουμε την δημιουργία κατηγοριών και υποκατηγοριών με τον τρόπο που περιγράψαμε παραπάνω είμαστε έτοιμοι να προσθέσουμε προϊόντα στις κατηγορίες μας. Η προσθήκη Νέων προϊόντων γίνεται επίσης από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος <http://www.f2dnet.com/admin/categories.php?cPath=&cID=71>. Στην σελίδα που εμφανίζεται πατάμε το κουμπί «Νέο Προϊόν» και οδηγούμαστε στην σελίδα εισαγωγής των στοιχείων νέου προϊόντος. Συμπληρώνουμε τα πεδία, επιλέγουμε «Προεπισκόπηση» και στην σελίδα που φορτώνει επιλέγουμε «Εισαγωγή» για την τελική προσθήκη του προϊόντος στην κατηγορία που έχουμε επιλέξει. Στην σελίδα εισαγωγής νέου προϊόντος και συγκεκριμένα στην εισαγωγή των στοιχείων έχουμε την δυνατότητα να εισάγουμε την φωτογραφία του προϊόντος. Στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα έχουμε εισάγει ενδεικτικά ένα πλήθος φωτογραφιών προϊόντων τις οποίες έχουμε επεξεργαστεί με την βοήθεια του Adobe Photoshop. Πρέπει να επισημάνουμε ότι πριν την εισαγωγή του αρχείου εικόνας στην σελίδα καταχώρησης

νέου προϊόντος είχαμε ήδη καθορίσει το μέγεθος των εικόνων των προϊόντων του ηλεκτρονικού καταστήματος. Στο σύνδεσμο που ακολουθεί <http://www.f2dnet.com/admin/configuration.php?gID=4> ορίσαμε τα μεγέθη όλων των εικόνων που περιλαμβάνονται στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Αλλαγές στην Σελίδα Διαχείρισης

Στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος του Super-Market μας πραγματοποιήσαμε τις εξής αλλαγές:



Ενότητα «Ρυθμίσεις»

Το Κατάστημα μου

STORE NAME	Online Super-Market-www.f2dnet.gr
STORE OWNER	Online Super-Market ΠΑΠΑΝΤΩΝΑΤΟΥ ΕΛΕΝΗ
E-MAIL ADDRESS	sales@f2dnet.com
E-MAIL FROM	info@f2dnet.com
COUNTRY	GREECE
ZONE	ΕΛΛΗΝΙΚΗ
EXPECTED SORT ORDER	ASCENDING

EXPECTED SORT FIELD	DATE EXPECTED
SWITCH TO DEFAULT LANGUAGE CURRENCY	FALSE
SEND EXTRA ORDERS EMAILS TO	-
USE SEARCH ENGINE SAFE URL'S	TRUE
DISPLAY CART AFTER ADDING PRODUCT	TRUE
ALLOW GUEST TO TELL A FRIEND	TRUE
DEFAULT SEARCH OPERATOR	OR
STORE ADDRESS AND PHONE	e-Super-Market,Σουηδίας 29 Αργοστόλι - Κεφαλονιά 2671028465
SHOW CATEGORY COUNTS	FALSE
TAX DECIMAL PLACES	0
DISPLAY PRICES WITH TAX	TRUE

Ελάχιστες Τιμές...

FIRST NAME	2
LAST NAME	2
DATE OF BIRTH	8
E-MAIL ADDRESS	6
STREET ADDRESS	5
COMPANY	2
POST CODE	4
CITY	3
STATE	2
TELEPHONE NUMBER	10
PASSWORD	5
CREDIT CARD OWNER NAME	ΔΕΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΕ
CREDIT CARD NUMBER	ΔΕΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΕ
REVIEW TEXT	50
BEST SELLERS	1
ALSO PURCHASED	1

Μέγιστες Τιμές...

ADDRESS BOOK ENTRIES	5
SEARCH RESULTS	20
PAGE LINKS	5
SPECIAL PRODUCTS	12
NEW PRODUCTS MODULE	21
PRODUCTS EXPECTED	10
MANUFACTURERS LIST	0
MANUFACTURERS SELECT SIZE	2
LENGTH OF MANUFACTURERS NAME	15
NEW REVIEWS	6
SELECTION OF RANDOM REVIEWS	5
SELECTION OF RANDOM NEW PRODUCTS	2
SELECTION OF PRODUCTS ON SPECIAL	5
CATEGORIES TO LIST PER ROW	10
NEW PRODUCTS LISTING	21
BEST SELLERS	10
ALSO PURCHASED	6
CUSTOMER ORDER HISTORY BOX	15
ORDER HISTORY	10

Εικόνες...

SMALL IMAGE WIDTH	100
SMALL IMAGE HEIGHT	80
HEADING IMAGE WIDTH	57
HEADING IMAGE HEIGHT	60
SUBCATEGORY IMAGE WIDTH	50
SUBCATEGORY IMAGE HEIGHT	60
CALCULATE IMAGE SIZE	FALSE
IMAGE REQUIRED	FALSE

Στοιχεία Πελάτη...

GENDER	TRUE
DATE OF BIRTH	TRUE
COMPANY	TRUE
SUBURB	FALSE
STATE	FALSE

Αποστολή/ Μεταφορά...

COUNTRY OF ORIGIN	GREECE
POSTAL CODE	28100
ENTER THE MAXIMUM PACKAGE WEIGHT YOU WILL SHIP	50
PACKAGE TARE WEIGHT	3
LARGER PACKAGES- PERCENTAGE INCREASE	0

Κατάλογος Προϊόντων...

DISPLAY PRODUCT IMAGE	1
DISPLAY PRODUCT MANUFACTURER NAME	0
DISPLAY PRODUCT MODEL	0
DISPLAY PRODUCT NAME	2
DISPLAY PRODUCT PRICE	3
DISPLAY PRODUCT QUANTITY	0
DISPLAY PRODUCT WEIGHT	0
DISPLAY BUY NOW COLUMN	1
DISPLAY PRODUCT/MANUFACTURER FILTER(0=DISABLE, 1=ENABLE)	0
LOCATION OF PREV/NEXT NAVIGATION BAR(1=TOP,2=BOTTOM,3=BOTH)	1

Αποθήκη...

CHECK STOCK LEVEL	FALSE
SUBTRACT STOCK	TRUE
ALLOW CHECKOUT	FALSE
MARK PRODUCT OUT OF STOCK	***
STOCK RE-ORDER LEVEL	5

Logging...

STORE PAGE PARSE TIME	FALSE
LOG DESTINATION	VAR/LOG/WWW/TEP/PAGE_PARSE_TIME.LOG
LOG DATE FORMAT	%d/%m/%y%H:%M:%D
DISPLAY THE PAGE PARSE TIME	TRUE
STORE DATABASE QUERIES	FALSE

Cache...

USE CACHE	FALSE
CACHE DIRECTORY	/TEMP/

Ιδιότητες Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου...

E-MAIL TRANSPORT METHOD	SEND MAIL
E-MAIL LINE FEEDS	LF
USE MIME HTML WHEN SENDING EMAILS	FALSE
VERIFY EMAIL ADDRESSES THROUGH DNS	TRUE
SEND E-MAILS	TRUE

Download...

ENABLE DOWNLOAD	FALSE
DOWNLOAD BY REDIRECT	FALSE
EXPIRY DELAY(DAYS)	7
MAXIMUM DAYS OF DOWNLOADS	5

Συμπίεση GZip...

ENABLE GZIP COMPRESSION	TRUE
COMPRESSION LEVEL	5

Sessions...

SESSION DIRECTORY	/TEMP
FORCE COOKIES USE	FALSE
CHECK SSL SESSION ID	FALSE
CHECK USER AGENT	FALSE
CHECK IP ADDRESS	FALSE
PREVENT SPIDER SESSIONS	FALSE
RECREATE SESSION	FALSE

Ενότητα «Κατάλογος»

Κατηγορίες/Προϊόντα...

Στην ενότητα αυτή κατασκευάσαμε και προσθέσαμε τις κατηγορίες ,τις υποκατηγορίες και τα προϊόντα του ηλεκτρονικού καταστήματος με τον τρόπο που περιγράφεται στην παράγραφο 4.1.1.

Στοιχεία Προϊόντων...

Την ενότητα αυτή δεν την χρησιμοποιήσαμε στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Παραθέτουμε ενδεικτικά ένα προϊόν το οποίο θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί μέσα από αυτή την ενότητα.

Easy Populate...

Η λειτουργία του Easy Populate περιγράφεται αναλυτικά στην ενότητα «Γέφυρα από την εφαρμογή Μηχανοργάνωσης EUROFASMA στην πλατφόρμα του OsCommerce». Πρόκειται για ένα εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για να περάσουμε τα προϊόντα από την εφαρμογή μηχανοργάνωσης του Super-Market στην βάση δεδομένων του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Κατασκευαστές...

Στην ενότητα αυτή συμπεριλάβαμε όλους τους κατασκευαστές των προϊόντων του ηλεκτρονικού καταστήματος. Ο τρόπος εισαγωγής ενός νέου κατασκευαστή είναι απλός και ακολουθεί σε γενικές γραμμές τον τρόπο με τον οποίο εισάγουμε όλες τις νέες εγγραφές στην πλατφόρμα του osCommerce.

Διαδικασία εισαγωγής νέου κατασκευαστή:

Πατάμε το πλήκτρο **ΕΙΣΑΓΩΓΗ** που βρίσκεται χαμηλά και δεξιά στο παράθυρο διαλόγου της σελίδας διαχείρισης της πλατφόρμας του osCommerce. <http://www.f2dnet.com/admin/manufacturers.php> & οδηγούμαστε στην <http://www.f2dnet.com/admin/manufacturers.php?page=1&mID=6&action=new>. Στα δεξιά συμπληρώνουμε τα απαραίτητα πεδία:

- Όνομα Κατασκευαστή
- Εικόνα Κατασκευαστή
- URL Κατασκευαστή

Π.χ ΦΑΓΕ, photo.jpg, www.fage.gr

Και αμέσως μετά πατάμε **Αποθήκευση**.

Για να επεξεργαστούμε ή να διαγράψουμε το όνομα ενός κατασκευαστή, χρησιμοποιούμε το πεδίο **Μεταφόρτωση** και **Διαγραφή** αντίστοιχα και αποδεχόμαστε τις αλλαγές.

Κριτικές...

Στην ενότητα αυτή έχουμε την δυνατότητα προβολής μόνο, των κριτικών που καταγράφονται από τους πελάτες του ηλεκτρονικού super-market.

Προσφορές...

Στις ενότητες αυτές εισάγαμε τις προσφορές.

Διαδικασία εισαγωγής νέας προσφοράς:

Πατάμε στο κουμπί **ΝΕΟ ΠΡΟΪΟΝ** και μεταφερόμαστε στην σελίδα <http://www.f2dnet.com/admin/specials.php?page=1&action=new>. Εκεί επιλέγουμε από την λίστα με τα προϊόντα (το drop down αυτό μενού περιλαμβάνει τη λίστα με όλα τα προϊόντα του super-market) το προϊόν εκείνο που θέλουμε να εισάγουμε σαν προσφορά. Αμέσως μετά δίνουμε την τιμή, την ημερομηνία λήξης της προσφοράς και αποθηκεύουμε την εγγραφή πατώντας το πλήκτρο **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**. Στην σελίδα προσφορών του site διαχείρισης <http://www.f2dnet.com/admin/specials.php> υπάρχει το πεδίο

κατάσταση, που μας ενημερώνει για τον αν το προϊόν σε προσφορά είναι ενεργό ή όχι. Η επιλογή αυτή μας βοηθά στην περίπτωση που κάποιον προϊόν χρειαστεί να ξαναμπεί σε προσφορά, αφού δεν χρειάζεται να εκτελέσουμε την διαδικασία που αναφέραμε παραπάνω αλλά απλά να θέσουμε τον προϊόν σε κατάσταση **Ενεργό**.

Αναμενόμενα Προϊόντα...

Στην ενότητα αυτή βλέπουμε τα αναμενόμενα προϊόντα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Αναμενόμενα είναι εκείνα τα προϊόντα τα οποία έχουμε καταχωρήσει με ημερομηνία διαθεσιμότητας μεταγενέστερη από την ημερομηνία του συστήματος. Η καταχώρηση αυτών γίνεται από τον κατάλογο προϊόντων, όπως ακριβώς θα καταχωρούσαμε ένα καινούργιο προϊόν. Στην σελίδα http://www.f2dnet.com/admin/categories.php?cPath=&action=new_product εισάγουμε τα στοιχεία του νέου προϊόντος και στο πεδίο ημερομηνία διαθεσιμότητας συμπληρώνουμε την ημερομηνία για την οποία το προϊόν θα παύει να είναι αναμενόμενο και θα είναι διαθέσιμο προς αγορά από τους πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος. Έχουμε την δυνατότητα να αλλάξουμε την κατάσταση των αναμενόμενων προϊόντων από «μη διαθέσιμα» σε «διαθέσιμα» από http://www.f2dnet.com/admin/products_expected.php πατώντας το κουμπί μεταφόρτωση που ουσιαστικά μας μεταφέρει στην σελίδα καταχώρησης του προϊόντος-όπου του ορίζουμε -ότι είναι διαθέσιμο.

Ενότητα «Μονάδες»

Μονάδες Πληρωμής...

Η πλατφόρμα oscommerce υποστηρίζει πολλούς τρόπους πληρωμής. Εμείς χρησιμοποιήσαμε την αντικαταβολή. Όλους τους υπόλοιπους τρόπους πληρωμής τους κάναμε ανενεργούς από την σελίδα διαχείρισης. Στον τρόπο πληρωμής με αντικαταβολή ορίσαμε:

Enable Cash On Delivery Module

Do you want to accept Cash On Delivery payments?

True

False

Payment Zone

If a zone is selected, only enable this payment method for that zone.

--κανένα--

Set Order Status

Set the status of orders made with this payment module to this value

προεπιλογή

Sort order of display.

Sort order of display. Lowest is displayed first.

0

Πατώντας το κουμπί «Ανανέωση» αποθηκεύουμε τις επιλογές μας.

Μονάδες Αποστολής...

Εδώ ορίζουμε τις χρεώσεις για τους διαθέσιμους τρόπους πληρωμής. Για την αντικαταβολή ορίζουμε ένα σταθερό τέλος αποστολής.

Enable Flat Shipping

Do you want to offer flat rate shipping?

True

False

Shipping Cost

The shipping cost for all orders using this shipping method.

Tax Class

Use the following tax class on the shipping fee.

Shipping Zone

If a zone is selected, only enable this shipping method for that zone.

Sort Order

Sort order of display.

Πατώντας το κουμπί «Ανανέωση» αποθηκεύουμε τις επιλογές μας.

Κόστος ελάχιστης Αγοράς

Display Low Order Fee

Do you want to display the low order fee?

true

false

Sort Order

Sort order of display.

Allow Low Order Fee

Do you want to allow low order fees?

true

false

Order Fee For Orders Under

Add the low order fee to orders under this amount.

Order Fee

Low order fee.

Attach Low Order Fee On Orders Made

Attach low order fee for orders sent to the set destination.

national

international

both

Tax Class

Use the following tax class on the low order fee.

Αποστολές

Display Shipping

Do you want to display the order shipping cost?

- true
 false

Sort Order

Sort order of display.

Allow Free Shipping

Do you want to allow free shipping?

- true
 false

Free Shipping For Orders Over

Provide free shipping for orders over the set amount.

Provide Free Shipping For Orders Made

Provide free shipping for orders sent to the set destination.

- national
 international
 both

Υπό Σύνολο

Display Sub-Total

Do you want to display the order sub-total cost?

true

false

Sort Order

Sort order of display.

ΦΠΑ

Display Tax

Do you want to display the order tax value?

true

false

Sort Order

Sort order of display.

Σύνολο

Display Total

Do you want to display the total order value?

true

false

Sort Order

Sort order of display.

Ρυθμίσεις Τοποθεσίας...

Νομίσματα

Στην ενότητα αυτή ορίζουμε το νόμισμα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Από <http://www.f2dnet.com/admin/currencies.php> επιλέγουμε «Νέο Νόμισμα» και στην σελίδα που ανοίγει συμπληρώνουμε τα παρακάτω:

Τίτλος:

Κώδικός:

Συμβολο Αριστερά:

Σύμβολο Δεξιά:

Δεκαδικό σύμβολο:

Σύμβολο Χιλιάδων:

Δεκαδικα ψηφία:

Τιμή:

Αφού συμπληρώσουμε τα στοιχεία πατάμε «Ανανέωση». Οι επιλογές μας έχουν αποθηκευτεί επιτυχώς και στην λίστα με τα διαθέσιμα νομίσματα φαίνεται η επιλογή μας. Αν θελήσουμε να αλλάξουμε την ισοτιμία αρκεί να επιλέξουμε το κουμπί «Ανανέωση Ισοτιμιών».

Γλώσσες...

Στο ηλεκτρονικό κατάστημα του super-market μας ,διαθέσιμη γλώσσα είναι τα ελληνικά. Από default επιλογή η πλατφόρμα υποστηρίζει αγγλικά. Για την εγκατάσταση της ελληνικής γλώσσας ακολουθήσαμε την εξής διαδικασία:

Από την σελίδα υποστήριξης της πλατφόρμας <http://www.oscommerce.com/community/contributions/category,7>

- Κατεβάζουμε το αρχείο Greek Translation 2.2 CVS και κάνουμε εξαγωγή των zip αρχείων.
- Χρησιμοποιώντας ένα πρόγραμμα FtpClient ανεβάζουμε τα αρχεία αυτά στην διαδρομή /includes/languages/greek
- Από την σελίδα διαχείρισης του site, στην ενότητα γλώσσες, αφού πατήσουμε το κουμπί «Εισαγωγή» συμπληρώνουμε τα εξής:

Όνομα:

Κωδικός:

Εικόνα:

Φάκελος:

Αρ.Ταξινόμησης:

Αποθηκεύουμε τις επιλογές μας πατώντας «Εισαγωγή»

Κατάσταση Παραγγελιών...

Σ' αυτήν την ενότητα ορίσαμε την κατάσταση των παραγγελιών. Έτσι δημιουργήσαμε 3 καταστάσεις:

- Σε αναμονή
- Σε εξέλιξη
- Ολοκληρωμένη

Δημιουργήσαμε αυτές τις 3 καταστάσεις πατώντας στο κουμπί «**Εισαγωγή**». Στην σελίδα που φορτώνει πληκτρολογούμε το όνομα στο πεδίο με λεκτικό «**Κατάσταση Παραγγελιών**» και αποθηκεύουμε την επιλογή μας.

Οι υπό αναμονή παραγγελίες περιλαμβάνουν όλες εκείνες τις παραγγελίες που έχουν καταχωρηθεί αλλά που δεν έχει ξεκινήσει η διαδικασία συλλογής και τιμολόγησης.

Οι υπό εξέλιξη παραγγελίες περιλαμβάνουν όλες εκείνες τις παραγγελίες στις οποίες έχει ξεκινήσει η διαδικασία συλλογής (έλεγχος διαθεσιμότητας) και τιμολόγησης.

Οι ολοκληρωμένες παραγγελίες περιλαμβάνουν τις παραγγελίες που έχουν τιμολογηθεί και έχει ξεκινήσει γι' αυτές η διαδικασία παράδοσης στους πελάτες.

Ενότητα «Εργαλεία»

Ασφαλές Αντίγραφο Βάσης Δεδομένων...

Στην ενότητα αυτή έχουμε την δυνατότητα λήψης αντιγράφων ασφαλείας της βάσης. Για την επιτυχή ολοκλήρωση αυτής της διαδικασίας χρειάζεται να δημιουργήσουμε ένα φάκελο backups. Με το ftpclient πρόγραμμα που χρησιμοποιούμε δημιουργούμε τον φάκελο **backups** ορίζοντας παράλληλα τα αντίστοιχα δικαιώματα write-read. Τον φάκελο αυτό τον δημιουργούμε στην διαδρομή `/home/vhosts/f2dnet.com/var/www/html/admin/backups/`.

Στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος πατώντας το κουμπί «**Ασφαλές Αντίγραφο**» ξεκινά η διαδικασία λήψης αντιγράφου της βάσης στον φάκελο που δημιουργήσαμε παραπάνω. Η επιλογή «**επαναφορά**» είναι η διαδικασία restore της βάσης μας σε περίπτωση που κάποιο απροσδόκητο σφάλμα συμβεί.

Διαχείριση Διαφημίσεων...

Στην ενότητα αυτήν έχουμε την δυνατότητα να εισάγουμε διαφημιστικά banners στο site μας. Για την εισαγωγή banner ακολουθούμε την εξής διαδικασία:

Επιλέγουμε Νέος Banner

Τίτλος Banner: * Απαιτούμενο
Banner URL:
Ομάδα Banner: , ή εισάγετε μία νέα ομάδα παρακάτω

Εικόνα: , η εισάγετε ένα τοπικό αρχείο παρακάτω

Εικόνα προορισμού (Αποθήκευση σε):

Κείμενο HTML:

Προγραμματισμένο την:
(dd/mm/yyyy)

Λήγει την: , ή σε
 εντυπώσεις/views.

Συμπληρώνουμε τα παραπάνω πεδία και αποθηκεύουμε τις αλλαγές μας.

Διαχείριση Newsletter...

Στην ενότητα αυτή έχουμε την δυνατότητα να αποστέλλουμε στους πελάτες του ηλεκτρονικού μας καταστήματος ενημερωτικά δελτία. Η δημιουργία και η διαχείριση αυτών γίνεται μέσα από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος <http://www.f2dnet.com/admin/newsletters.php?action=new>.

Η διαδικασία προσθήκης ενός ενημερωτικού δελτίου περιλαμβάνει τα εξής:

- Στην σελίδα διαχείρισης newsletter <http://www.f2dnet.com/admin/newsletters.php> πατάμε στο κουμπί «**Νέο Newsletter**»
- Στην σελίδα που ανοίγει συμπληρώνουμε :
 - **ΜΟΝΑΔΑ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ** : Newsletter ή Product Notification.
 - **ΤΙΤΛΟΣ NEWSLETTER** : Δίνουμε ένα τίτλο για το μήνυμά μας.
 - **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ** : Περιγράφουμε με τρόπο αναλυτικό τα στοιχεία για τα οποία θέλουμε να ενημερωθεί ο πελάτης μας.
- Αποθηκεύουμε πατώντας το κουμπί «**Αποθήκευση**».
- Στην σελίδα <http://www.f2dnet.com/admin/newsletters.php?page=1&nID=2> πατάμε «**Κλειδώμα**» έτσι ώστε να ενεργοποιηθεί η επιλογή «**Αποστολή**» και να σταλεί στους πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Ενότητα «Τοποθεσίες Φόροι»

Χώρες...

Στην ενότητα αυτή διαγράψαμε το πλήθος των χωρών που είχε από default η πλατφόρμα. Default χώρα είναι η Ελλάδα. Η διαγραφή των χωρών έγινε από το rhrMyAdmin μαζί. Εναλλακτικός τρόπος διαγραφής θα ήταν να διαγράψουμε μια τις χώρες από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Ζώνες...

Στην ενότητα αυτή πραγματοποιήσαμε τις ίδιες αλλαγές με την ενότητα χώρες, ορίζοντας δηλαδή νέα ζώνη. Πατώντας το κουμπί «**Νέα Ζώνη**» συμπληρώνουμε

- Όνομα Ζώνης
- Κωδικό Ζώνης
- Χώρα Ζώνης

Έτσι για την Ελλάδα ορίσαμε :

- Κεφαλονιά
- GR
- Ελλάδα

Σημείωση: Το πεδίο «**Όνομα Ζώνης**» στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα δεν είναι ακριβής όσον αφορά την σημασία του. Επειδή το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει γεωγραφική ισχύ στα όρια του νομού Κεφαλληνίας προσαρμόσαμε αυτό το πεδίο στις δικές μας ανάγκες.

Φορολογικές Κλάσεις...

Στην ενότητα αυτή ορίζουμε τις φορολογικές κατηγορίες. Ορίζουμε:

- Νέα φορολογική κλάση

Στην νέα αυτή φορολογική κλάση δίνουμε:

- Όνομα της φορολογικής κλάσης
- Περιγραφή της φορολογικής κλάσης
- Αποθηκεύουμε πατώντας **«Ανανέωση»**.

Επαναλαμβάνουμε την διαδικασία όσες φορές χρειαστεί. Εμείς ορίσαμε δύο φορολογικές κλάσεις. Αυτές είναι:

- **Φορολογική Κλάση 9%**
- **Φορολογική Κλάση 19%**

Φορολογικές Ζώνες...

Στην ενότητα αυτή δημιουργούμε καινούργια φορολογική ζώνη. Η διαδικασία που ακολουθούμε περιγράφεται παρακάτω:

- Πατάμε **«Εισαγωγή»** για την εισαγωγή νέας φορολογικής ζώνης.
- Δίνουμε **όνομα** και **περιγραφή Ζώνης** (εμείς εδώ δώσαμε Ελλάδα, Φορολογική ζώνη Ελλάδας αντίστοιχα)
- Αποθηκεύουμε πατώντας **«Εισαγωγή»**
- Στην νέα φορολογική ζώνη που δημιουργήσαμε πατάμε το κουμπί **«Λεπτομέρειες»** και αμέσως μετά **«εισαγωγή»**.
- Στην σελίδα που ανοίγει δίνουμε σαν χώρα την Ελλάδα και σαν ζώνη αυτή που δημιουργήσαμε παραπάνω.
- Αποθηκεύουμε τα παραπάνω πατώντας **«Εισαγωγή»**

Φορολογικοί Συντελεστές...

Ορίζουμε τους φορολογικούς συντελεστές του ηλεκτρονικού καταστήματος. Η διαδικασία περιλαμβάνει τα εξής βήματα:

- Εισαγωγή νέου φορολογικού συντελεστή από το κουμπί **«Νέος Φορ/κός Συντελεστής»**
- Συμπληρώνουμε τα εξής:
- Τίτλος Φορ/κής Κλάσης: **Φορολογική Κλάση 19%** ή **Φορολογική Κλάση 9%**
Φορολογική Ζώνη: Ελλάδα

Φορολογικός Συντελεστής: 19% ή 9%

Προτεραιότητα: 1(στο δεύτερο φορολογικό συντελεστή δίνουμε διαφορετική προτεραιότητα)

- Αποθηκεύουμε πατώντας «Ανανέωση»

Επαναλαμβάνουμε την διαδικασία για την προσθήκη και δεύτερου φορολογικού συντελεστή με ποσοστό 9%.

4.2 Αλλαγές Στην Σχεδίαση και Διάταξη(design & Layout) των σελίδων

Αλλαγή logo στο ηλεκτρονικό κατάστημα

Στην επάνω και αριστερή γωνία του ηλεκτρονικού μας καταστήματος υπάρχει το default λογότυπο του oscommerce. Για την αντικατάσταση του από κάποιο δικό μας θα χρειαστούμε ένα ftpclient και το λογότυπο που εμείς επιθυμούμε.

Εμείς με την βοήθεια του [AdobePhotoshop](#) κατασκευάσαμε ένα τέτοιο λογότυπο και το αποθηκεύσαμε με την ονομασία **logo.jpg**



Επειτα με την βοήθεια του ftpclient προγράμματος το ανεβάζουμε στην διαδρομή `var/www/html/images`.

Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι , το logo που κατασκευάστηκε με την βοήθεια του adobe Photoshop αποθηκεύτηκε με την ίδια ονομασία που είχε αρχικά, έτσι ώστε να μη χρειαστεί να κάνουμε αλλαγές στον κώδικα της πλατφόρμας.

Αλλαγή Μηνύματος & εικόνας Εισαγωγής στο Ηλεκτρονικό Κατάστημα.

Στην διαδρομή `var/www/html/` κατεβάζουμε το αρχείο **index.php**. Με την βοήθεια του Macromedia Dreamweaver ανοίγουμε την σελίδα και στην γραμμή κώδικα 294 πραγματοποιούμε τις παρακάτω αλλαγές:

```

<td width="100%" valign="top"><table border="0" width="100%" cellspacing="0"
cellpadding="0">
<tr>
<td><table border="0" width="100%" cellspacing="0" cellpadding="0">
<tr>
<td class="pageHeading"><?php echo 'Καλώς Ήρθατε στο Ηλεκτρονικό Super-
Market μας!'; ?></td>
<td class="pageHeading" align="right"><?php echo tep_image(DIR_WS_IMAGES .
'table_background_default.gif', HEADING_TITLE, HEADING_IMAGE_WIDTH,
HEADING_IMAGE_HEIGHT); ?></td>
</tr>
</table></td>

```

Αποθηκεύουμε τις αλλαγές στο αρχείο και με την βοήθεια του ftpClient προγράμματος μας ανεβάζουμε ξανά την **index.php** στην διαδρομή **var/www/html**. Επίσης μέσω ftpClient ανεβάζουμε μια εικόνα που θα συνοδεύει το κείμενο εισαγωγής μας. Την εικόνα αυτή την κάνουμε upload στην διαδρομή **var/www/html/images/** με όνομα **table_background_default.gif**. Μετά από ανανέωση της σελίδας μας το αποτέλεσμα φαίνεται στην εικόνα 1 που ακολουθεί.

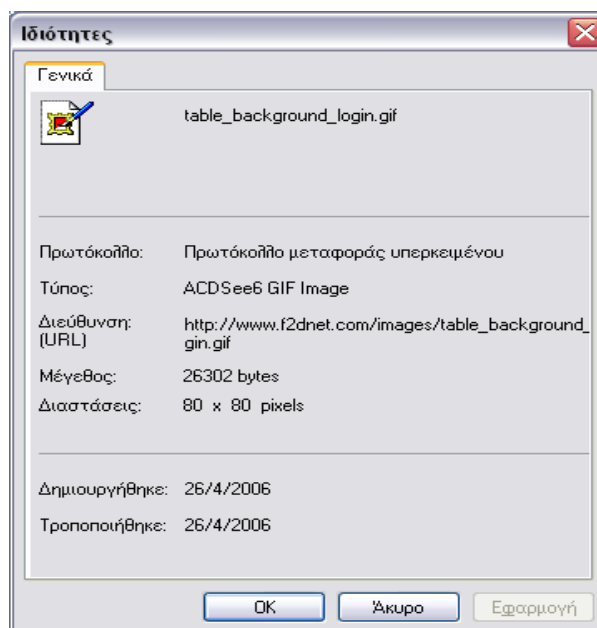


Εικόνα 1

Αλλαγή Εικόνων στο Ηλεκτρονικό Κατάστημα

Στο ηλεκτρονικό κατάστημα αλλάξαμε αρκετές από τις ήδη υπάρχουσες εικόνες. Δεν είναι αναγκαίο να αναφέρουμε τις εικόνες αυτές, υποδεικνύουμε τον τρόπο αντικατάστασής τους. Με δεξί κλικ στην εικόνα που μας ενδιαφέρει να αλλάξουμε,

επιλέγουμε **Ιδιότητες**. Στο παράθυρο που ανοίγει κοιτάζουμε την διαδρομή(**Διεύθυνση URL**) που είναι αποθηκευμένη η εικόνα, όπως φαίνεται και στην εικόνα που ακολουθεί



Με την βοήθεια ενός ftpClient ανεβάζουμε στην διαδρομή `var/www/html/images` την εικόνα που θέλουμε. Προσέχουμε να έχουμε αποθηκεύσει την νέα εικόνα με το ίδιο όνομα που είχε και η παλιά, ώστε να γίνει overwrite και να μην χρειαστεί να επέμβουμε στο κώδικα για να αλλάξουμε την ονομασία της εικόνας.

Αλλαγή κειμένου

Από την διαδρομή `var/www/html/includes/languages/greek.php` στην γραμμή κώδικα 301 πραγματοποιούμε τις παρακάτω αλλαγές:

`define('TEXT_GREETING_GUEST', 'Ψωνίστε όλο το 24ωρο, και υποδεχθείτε τα οφέλη της τεχνολογίας! Ψωνίζοντας ηλεκτρονικά, κάνετε τις αγορές σας γρήγορα, χωρίς άγχος και μετακινήσεις και έχετε δωρεάν παράδοση στο χώρο που εσείς επιθυμείτε! Καθημερινά το ηλεκτρονικό μας κατάστημα έχει πολλά προϊόντα σε προσφορές. Σας συνιστούμε να επισκέπτεστε συχνά τη σελίδα των προσφορών για να ενημερώνεστε και να επωφελείστε από αυτές.`

Το κατάστημα απαιτεί την εισαγωγή των προσωπικών σας στοιχείων, ώστε να σας παρέχει προσωπικές υπηρεσίες. Τα στοιχεία αυτά χρησιμοποιούνται μόνο από το κατάστημά μας, δεν διατίθενται σε τρίτους, και δεν γίνεται χρήση τους για διαφημιστικούς σκοπούς. Αν έχετε ήδη δημιουργήσει λογαριασμό πατήστε `<a`

href=\"%s\"><u>Εδώ</u> για να εισέλθετε στο σύστημα! Αν δεν είσατε πελάτης του καταστήματος μας πατήστε <u>Εγγραφή</u> για να δημιουργήσετε ένα καινούργιο λογαριασμό);'

Μετά την αποθήκευση έχουμε το εξής αποτέλεσμα στην σελίδα του ηλεκτρονικού μας καταστήματος



Εισαγωγή Template

Για την μορφοποίηση του ηλεκτρονικού μας καταστήματος κάναμε χρήση template. Για την εγκατάσταση του ακολουθήσαμε τα εξής:

1. Αντιγράφουμε τα αρχεία από το φάκελο με τα αρχεία του template (φάκελοι include , images και το αρχείο stylesheet.css εκτός του φακέλου psd και του font) στους αντιστοιχούς καταλόγους του server που φιλοξενεί το site μας.

2. Προσθέτουμε τις εξής γραμμές κώδικα στο **configure.php** που βρίσκεται στην διαδρομή **var/www/html/includes/configure.php**.

// STS: ADD: Define Simple Template System files

```
define('STS_START_CAPTURE', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_start_capture.php');
```

```
define('STS_STOP_CAPTURE', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_stop_capture.php');
```

```
define('STS_RESTART_CAPTURE', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_restart_capture.php');
```

```

define('STS_TEMPLATE_DIR', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_templates/');

define('STS_DEFAULT_TEMPLATE', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_template.html');

define('STS_DISPLAY_OUTPUT', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_display_output.php');

define('STS_USER_CODE', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_user_code.php');

define('STS_PRODUCT_INFO', DIR_WS_INCLUDES . 'sts_product_info.php');

// STS: EOADD

```

Πρέπει να προσέξουμε τους παραπάνω φακέλους να μην τους αντιγράψουμε στο τμήμα του admin. Ξαναφορτώνουμε την σελίδα μας www.f2dnet.com .

Όροι Χρήσεως

Στην σελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος στο box «Πληροφορίες» πρέπει να συμπληρώσουμε τους Όρους Χρήσεως του Ηλεκτρονικού καταστήματος. Η διαδικασία που πρέπει να ακολουθήσουμε περιγράφεται παρακάτω:

Με την βοήθεια ενός ftpclient κατεβάζουμε το αρχείο **conditions.php** από την διαδρομή **/var/www/html/** και πραγματοποιούμε τις παρακάτω αλλαγές:

```

define('NAVBAR_TITLE', 'Όροι Χρήσης');
define('HEADING_TITLE', 'Όροι Χρήσης');

define('TEXT_INFORMATION', '<tr>
<td colspan="3" valign="top">
<br><p font size="11" align="justify" class=normal_black>
<b>Κατώτερα όρια αγορών</b><br><br>

```

Για να λειτουργήσει επωφελώς το "On Line Super Market" και για το μέλος και για την εταιρεία πρέπει να τηρηθούν ορισμένες προϋποθέσεις, απλές και κατανοητές:

- 1. Το μέλος έχει απεριόριστο όριο σε αξία για να παραγγείλει.

- 2. Ως ελάχιστο όριο ορίζεται το ποσό των 50 ευρώ

- 3. Αν η παραγγελία σας δεν συμπληρώνει ένα από τα παραπάνω όρια, δεν μπορεί να ολοκληρωθεί και αυτόματα ακύρώνεται από το σύστημα.

Τρόποι πληρωμής

Η πληρωμή γίνεται:

1. Μετρητοίς, με αντικαταβολή κατά την παράδοση.

Κατά την παράδοση πρέπει υπογράψετε στον αρμόδιο υπάλληλο την απόδειξη συναλλαγής .

Ο υπάλληλος της εταιρείας μας, ελέγχει αν ο αριθμός και τα στοιχεία του τιμολογίου-απόδειξης αντιστοιχούν με αυτά που έχετε δηλώσει στο email της ηλεκτρονικής σας παραγγελίας και που για δική σας ευκολία έχετε εκτυπώσει. Σε περίπτωση διαφωνίας,η παραγγελία ακυρώνεται.

Η υπογραφή του δελτίου χρέωσης γίνεται απαραίτητα από το ίδιο τον κάτοχο.

Εκτέλεση παραγγελίας - Παράδοση.

Η σύλλογή των προϊόντων της παραγγελίας σας θα γίνει μέσα στα χρονικά όρια 4ωρών, η παράδοση θα ολοκληρώνεται εντος της ημερας και στην διεύθυνση που εσείς ορίσατε.

ΣΗΜ:Οι παραδόσεις των παραγγελιών σας, θα γίνονται μόνο τις εργάσιμες καθημερινές ημέρες (Δευτέρα έως και Σάββατο)

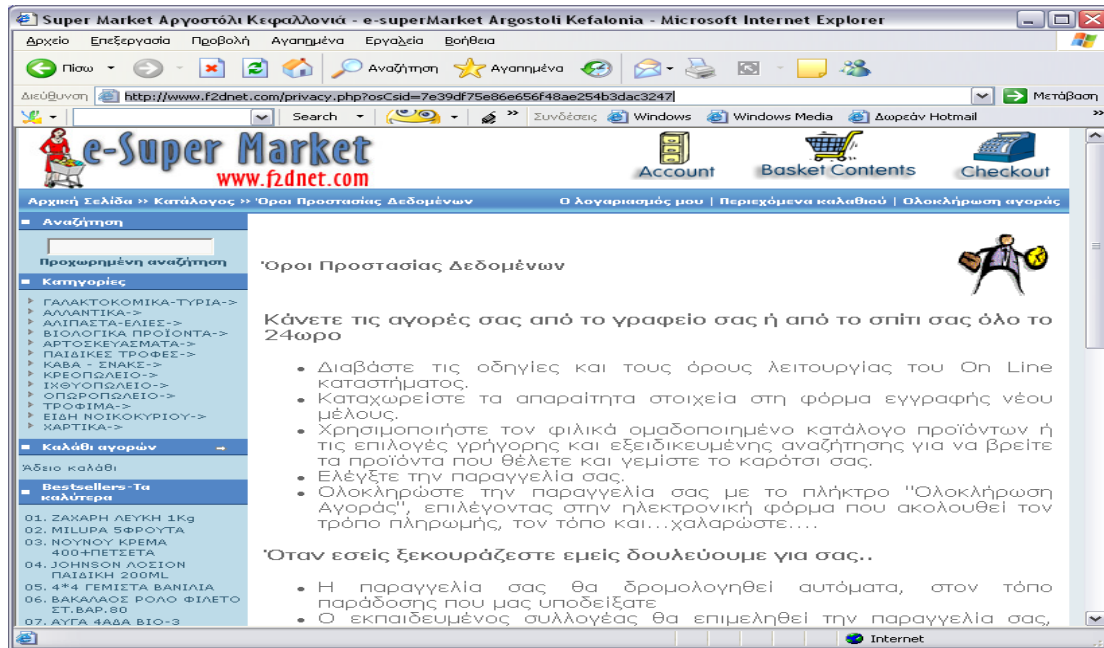
Για δρομολόγια εκτός Αργοστολίου θα υπάρχουν συγκεκριμένες ημέρες διανομής και για το λόγο αυτό παρακαλώ να ενημερώνεστε από το μενού "Αποστολές και Επιστροφές" για τις ακριβής ημερες.

Μετά την ολοκλήρωση της παραγγελίας και εφόσον έχει σταλεί ενημερωτικό email στον πελάτη δεν μπορεί να ακυρωθεί η παραγγελία. Στην περίπτωση που ο πελάτης θέλει να ακυρώσει την παραγγελία

θα πρέπει να επικοινωνήσει με το γραφείο του ηλεκτρονικού SUPER MARKET εντός 3 ωρών και να ακυρώσει τηλεφωνικά την παραγγελία δίνοντας τον αριθμό της και τα προσωπικά στοιχεία του κατόχου της.

Όροι ασφαλείας

Με τον ίδιο τρόπο ενημερώνουμε και την σελίδα **privacy.php** στην διαδρομή **/var/www/html/** την οποία μπορούμε να δούμε στην σελίδα <http://www.f2dnet.com/privacy.php?osCsid=7e39df75e86e656f48ae254b3dac3247>.



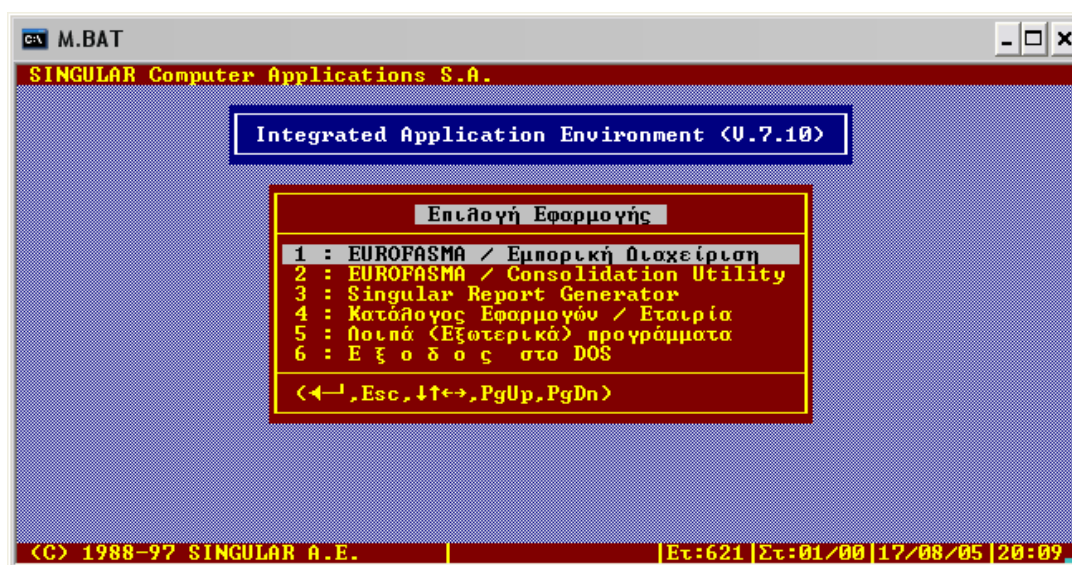
Αποστολές & Δρομολόγια

Με τον ίδιο τρόπο ενημερώνουμε και την σελίδα [shipping.php](#) στην διαδρομή `/var/www/html/` την οποία μπορούμε να δούμε στην σελίδα <http://www.f2dnet.com/shipping.php>



5. Γέφυρα από την Εφαρμογή Μηχανοργάνωσης Eurofasma στην βάση δεδομένων του osCommerce.

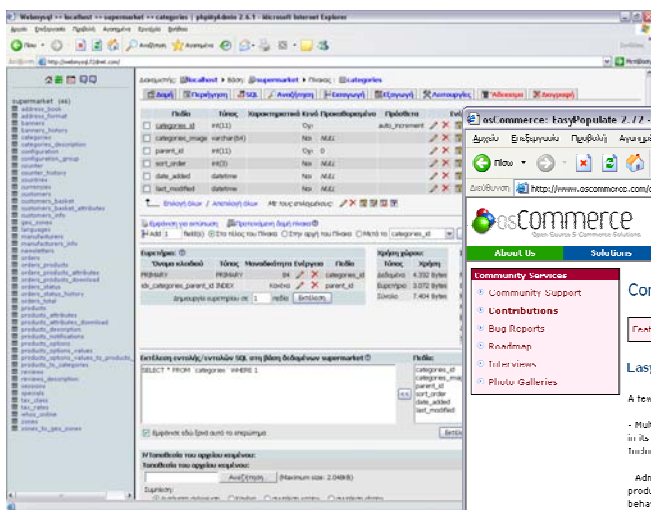
Το κατάστημα Super-Market για το οποίο γίνεται ανάπτυξη της πλατφόρμας osCommerce κάνει χρήση μιας μηχανογραφικής εφαρμογής προκειμένου να διεκπεραιώνει και να πληροφορεί με κάθε λεπτομέρεια τις καθημερινές συναλλαγές της επιχείρησης, δίνοντας ταυτόχρονα προς τη διοίκηση επεξεργασμένη πληροφόρηση, διευκολύνοντας και ουσιαστικά υποβοηθώντας τη διαδικασία απόφασης. Αυτή η εμπορική εφαρμογή ,το Eurofasma που λειτουργεί σε περιβάλλον DOS αποτελεί μια καταξιωμένη οικογένεια εφαρμογών διοίκησης και ανάπτυξης για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, και καλύπτει την εμπορική και οικονομική λειτουργία τους, αλλά και μια σειρά ειδικών λειτουργιών. Σ' αυτή την σειρά ειδικών λειτουργιών που περιλαμβάνεται στο Eurofasma στηριχτήκαμε για να πραγματοποιήσουμε κατά το ήμισυ μια γέφυρα μεταξύ της MySql βάσης Δεδομένων στο osCommerce και της βάσης δεδομένων της εφαρμογής back office που χρησιμοποιεί η επιχείρηση.



Εικόνα 1: Αρχική Οθόνη Εισόδου ,επιλογή εφαρμογής

Η δομή της Βάσης Δεδομένων του osCommerce(<http://webmysql.f2dnet.com>) δεν συμπίπτει μ' αυτήν της μηχανογραφικής εφαρμογής της επιχείρησης. Αυτό καθιστά αδύνατη την άμεση μεταφορά των δεδομένων από την μια στην άλλη. Πρέπει να αναζητήσουμε έναν τρόπο για να συνδέσουμε τις δυο βάσεις δεδομένων και να καταφέρουμε να ενημερώσουμε τους κατάλληλους πίνακες στην βάση του oscommerce που βρίσκεται στον «αέρα». Αναζητήσαμε λοιπόν λύσεις τόσο από την πλευρά του ηλεκτρονικού καταστήματος -στο τι δεδομένα μπορούμε να «τραβήξουμε» από αυτό-

όσο και από την πλευρά της εμπορικής εφαρμογής. Στην πρώτη περίπτωση επισκεφτήκαμε το δικτυακό τόπο υποστήριξης της πλατφόρμας <http://www.oscommerce.com>. Βρήκαμε το **EasyPopulate**, το οποίο και εγκαταστήσαμε στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Με το εργαλείο αυτό μπορούσαμε να εξαγάγουμε ένα tab-delimited txt αρχείο της βάσης και να διαχειριστούμε την βάση δεδομένων του ηλεκτρονικού καταστήματος (κατηγορίες, προϊόντα, κατασκευαστές, ποσότητες, και τιμές).



Εικόνα 2. Βάση Δεδομένων



Εικόνα 3. Ιστοσελίδα υποστήριξης osCommerce

Στην δεύτερη περίπτωση εξετάσαμε την εμπορική εφαρμογή, ως προς τα δεδομένα τα οποία μπορεί να εξαγάγει. Το Eurofasma μπορούσε να εξαγάγει επίσης οροθετημένα αρχεία excel. Πως όμως θα ήταν δυνατό να τραβήξουμε από το αρχείο εξαγωγής του Eurofasma -το οποίο περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα- μόνο τα προϊόντα μιας συγκεκριμένης κατηγορίας, για παράδειγμα τα γαλακτοκομικά και στην συνέχεια να τα εισάγουμε στην αντίστοιχη κατηγορία που έχουμε φτιάξει στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα αν σκεφτούμε την διαφορετική δομή των δυο βάσεων; Και αν βρισκαμε λύση σε αυτό, μήπως ήταν αρκετά επίπονο και χρονοβόρο;

Η διαδικασία να εξαγάγουμε όλα τα προϊόντα από το Eurofasma σε ένα αρχείο ήταν απλή. Στην πορεία όμως, όταν προσπαθήσαμε να εισάγουμε αυτά τα προϊόντα με τη βοήθεια του EasyPopulate στην βάση του osCommerce διαπιστώσαμε αρκετά προβλήματα. Ενδεικτικά αναφέρω δύο από αυτά:

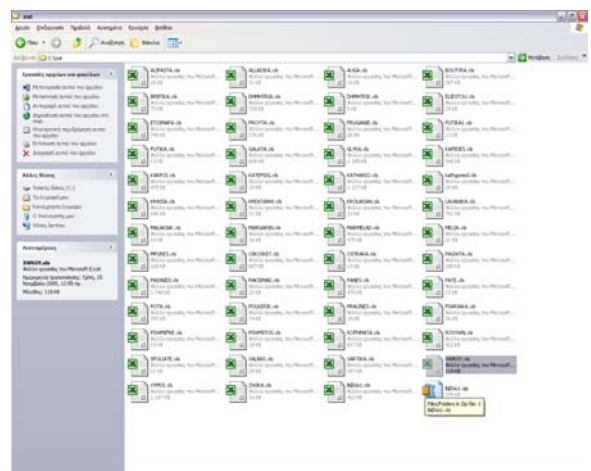
- Όλα τα προϊόντα είχαν περάσει σε μία κατηγορία από αυτές που είχαμε κατασκευάσει στην σελίδα διαχείρισης του site

- Μερικά από τα προϊόντα ενώ φαίνονταν σαν εγγραφές στην βάση δεν εμφανίζονταν στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Φανταστείτε δηλαδή (αν ξεπερνούσαμε το πρόβλημα με τις χαμένες εγγραφές) πόσο δύσκολη θα ήταν η διαδικασία ανεύρεσης ενός προϊόντος από τον πελάτη, μέσα από μια κατηγορία στην οποία θα υπήρχαν όλα τα προϊόντα του e-Shop!!! Φυσικά κάτι τέτοιο δεν ήταν καθόλου επιθυμητό. Για την αντιμετώπιση των παραπάνω καθώς και άλλων προβλημάτων ακολουθήσαμε την διαδικασία που ακολουθεί:

1. Εξαγωγή των προϊόντων από την εμπορική εφαρμογή ανά κατηγορίες.

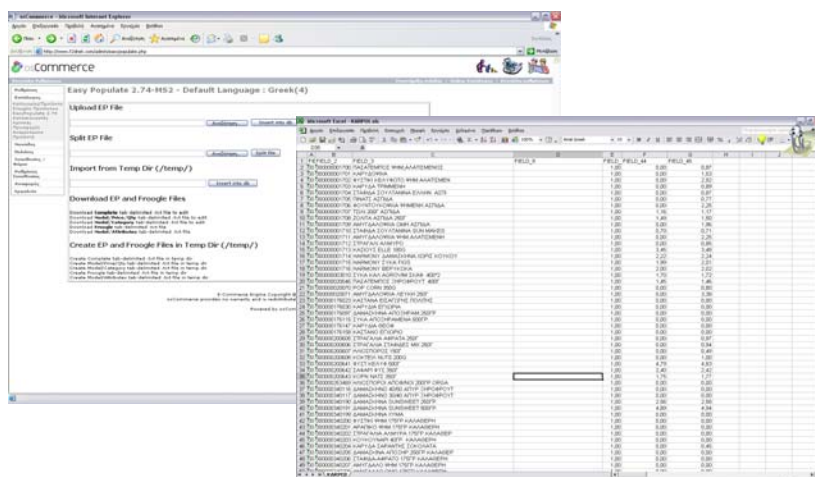
Αν για παράδειγμα είχαμε στο ηλεκτρονικό κατάστημα μια κατηγορία «αναψυκτικά» εξάγαμε από το Eurofasma όλα τα προϊόντα που ήταν αναψυκτικά. Ο διαχωρισμός των προϊόντων μέσα από το αρχείο ειδών του Eurofasma ήταν εφικτός αφού η μηχανογράφηση της επιχείρησης είχε διαχωρίσει ήδη τα προϊόντα της σε κατηγορίες και έτσι εμείς με την βοήθεια κάποιων φίλτρων «τραβήξαμε» τα ζητούμενα.



Εικόνα 4: Αρχεία Εξαγωγών

2. Σύνδεση βάσης osCommerce με τα αρχεία εξαγωγής του Eurofasma.

Μέσω του EasyPopulate <<κατεβάσαμε>> την βάση του osCommerce και με την βοήθεια της MsAccess την συνδέσαμε με τα αρχεία εξαγωγής του Eurofasma.



Εικόνα 5: Αρχεία εξαγωγών eurofasma, easyPopulate

3. Upload της βάσης στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Με την βοήθεια του easy Populate και ενός ftp client προγράμματος ανεβάζουμε την βάση δεδομένων. Παρακάτω περιγράφουμε αναλυτικά όλη την διαδικασία , την εγκατάσταση του

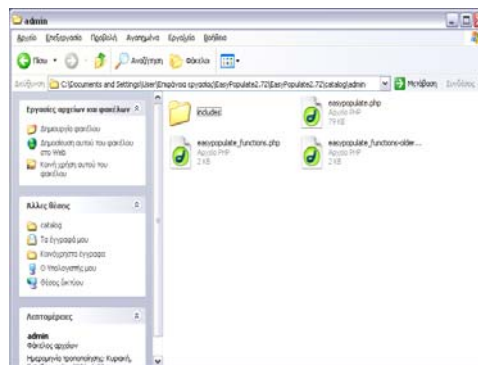
Easypopulate, την εξαγωγή αρχείων από το Eurofasma, την σύνδεση της βάσης με τα αρχεία αυτά και τέλος την τελική ενημέρωση της βάσης του osCommerce.

5.1. Οδηγίες Εγκατάστασης Easy Populate

1. Λήψη αρχείων EasyPopulate

Από την σελίδα υποστήριξης κατεβάζουμε το zip file που περιλαμβάνει τα αρχεία του easypopulate. Τα αρχεία αυτά είναι:

- easypopulate.php – ο κώδικας
- easypopulate_functions.php
- easypopulate_functions-
oldersnaps.php
- easypopulate.php - Languages. -



Υποστήριξη αγγλικής και ισπανικής γλώσσας (ίδιο όνομα, διαφορετικό path)

1. Αντιγραφή Αρχείων

Με την βοήθεια του ftp προγράμματος που χρησιμοποιούμε ανεβάζουμε τα αρχεία easypopulate.php και easypopulate_functions.php στο φάκελο var/www/html/admin/.

2. Προσθήκη Link στην σελίδα διαχείρισης

Για την προσθήκη link στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος, πρέπει να αλλάξουμε το αρχείο στην διαδρομή admin/includes/boxes/catalog.php προσθέτοντας την παρακάτω γραμμή κώδικα:

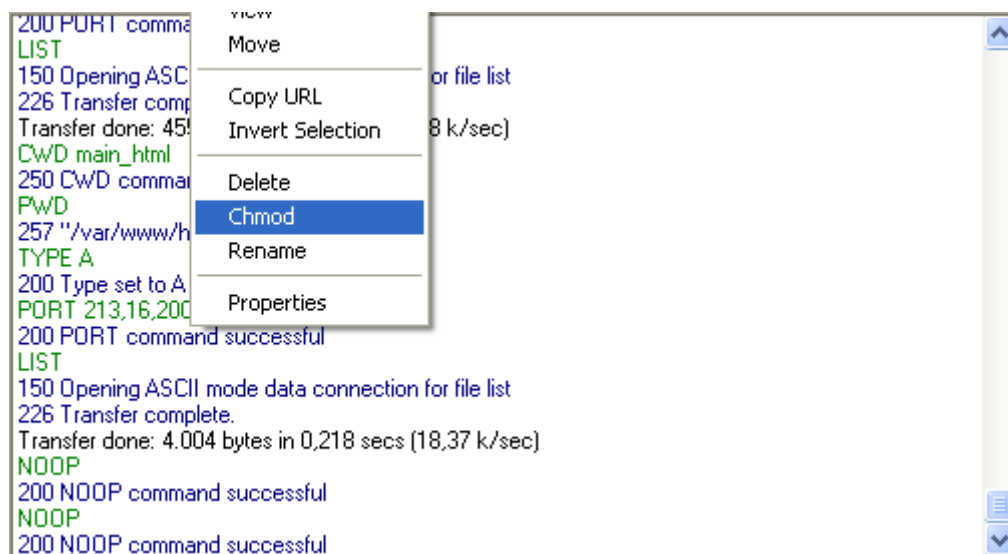
```
'<a href="" . tep_href_link('easypopulate.php', '', 'NONSSL') . ""  
class="menuBoxContentLink">Easy Populate</a><br>'
```

Μετά:

```
'<a href="" . tep_href_link(FILENAME_PRODUCTS_ATTRIBUTES, "", 'NONSSL') . "'  
  
class="menuBoxContentLink">  
BOX_CATALOG_CATEGORIES_PRODUCTS_ATTRIBUTES .  
  
'</a><br>'
```

3. Δημιουργία καταλόγου για την αποθήκευση του αρχείου που δημιουργείται από το EasyPopulate

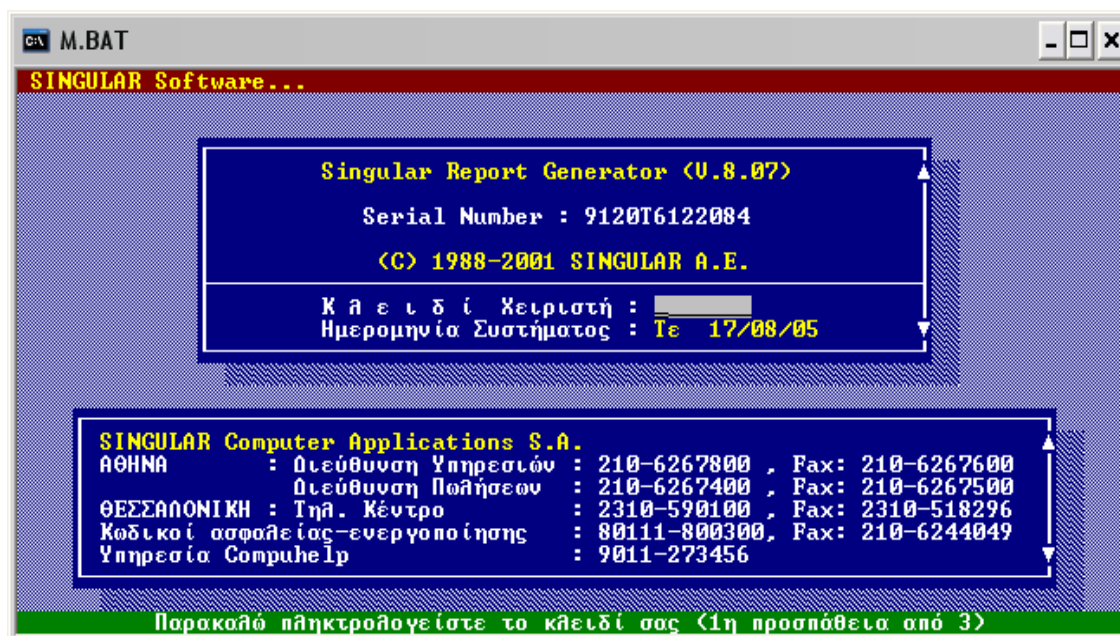
Πρέπει να δημιουργήσουμε ένα φάκελο(temp) στη διαδρομή var/www/html/temp, και να ορίσουμε τα δικαιώματα τέτοια ώστε να μας επιτρέπεται ανάγνωση και εγγραφή (στο ftp client που χρησιμοποιούμε, και ενώ βρισκόμαστε στο φάκελο temp , εκτελούμε "chmod 777 temp").



Μετά τα παραπάνω βήματα το Easy Populate είναι πλέον εγκατεστημένο και φαίνεται από την σελίδα διαχείρισης www.f2dnet.com/admin/easypopulate.php .

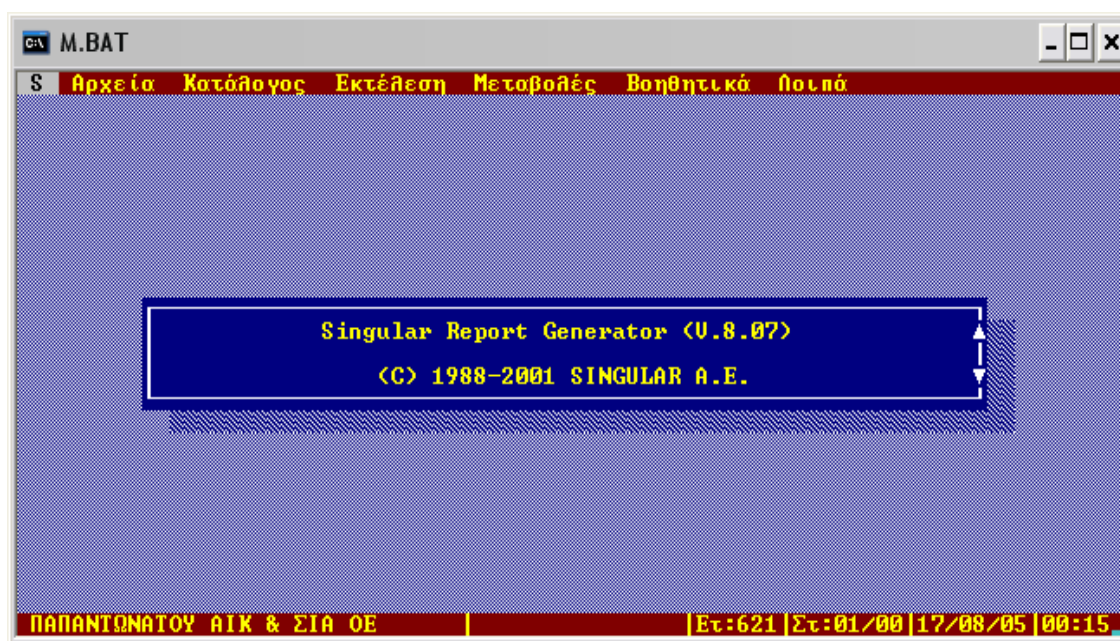
5.2 Οδηγίες Εξαγωγής Αρχείων Eurofasma

Παρακάτω περιγράφουμε με αναλυτικά βήματα την διαδικασία εξαγωγής εγγραφών μέσω του utility **S.R.G - Singular Report Generator** από την εφαρμογή backoffice.



Εικόνα 4: Αρχική Οθόνη Εισόδου ,εισαγωγή στοιχείων χρήστη και επιλογή εταιρείας

ΒΗΜΑ 1: Από την αρχική οθόνη της εφαρμογής επιλέγουμε **S.R.G - Singular Report Generator** -utility της εφαρμογής με το οποίο θα δημιουργήσουμε reports για την εξαγωγή των ειδών. Στην συνέχεια δίνουμε το κλειδί χειριστή και ακολουθούμε τη διαδικασία εισόδου στην εφαρμογή (εικόνα4).



Εικόνα 5

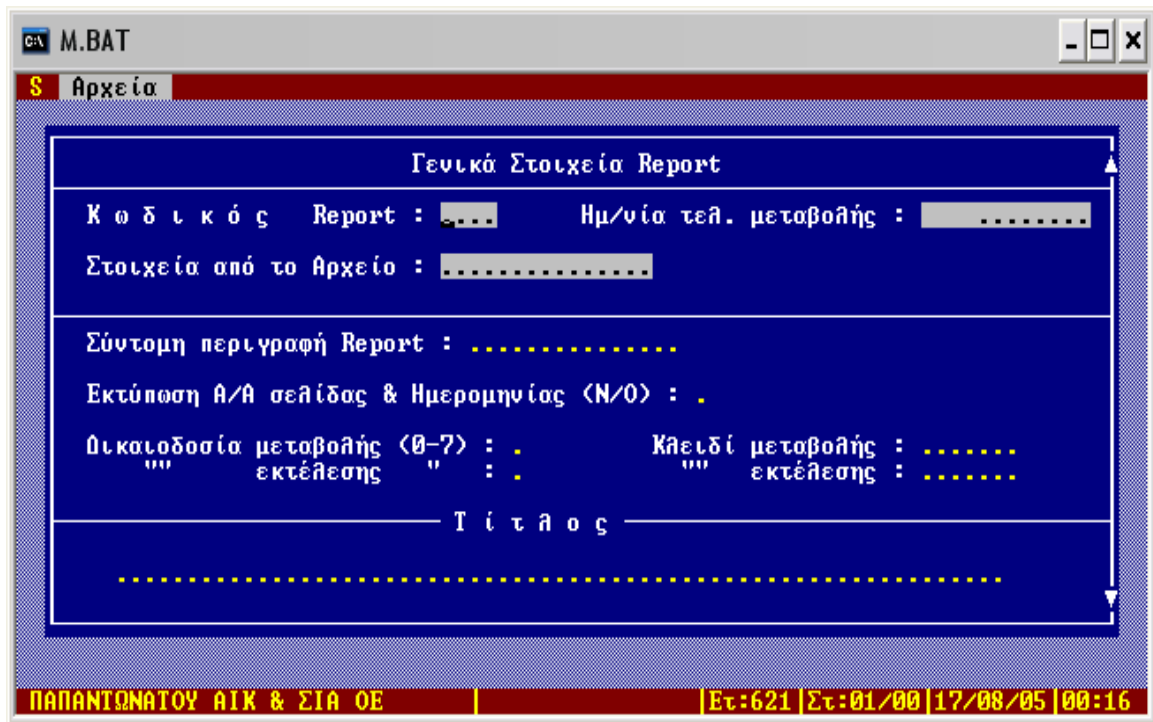
ΒΗΜΑ 2^ο: Από την επιλογή



κατασκευάζουμε ένα καινούργιο report και ορίζουμε τις παραμέτρους για την κατάλληλη επιλογή εγγραφών (Εικόνα5).

Συγκεκριμένα δίνουμε τα εξής στοιχεία:

- ✓ **Κ ω δ ι κ ό ς Report** : Στο πεδίο αυτό δίνουμε ένα κωδικό με τον οποίο θα κάνουμε ανεύρεση και εκτέλεση του report. Ο κωδικός αυτός πρέπει να είναι μοναδικός και μπορεί να αποτελείται τόσο από αριθμούς όσο και από χαρακτήρες.
- ✓ **Στοιχεία από το αρχείο** : Επιλέγουμε το είδος των εγγραφών από το αντίστοιχο αρχείο της εφαρμογής. Για το ηλεκτρονικό μας κατάστημα αυτό που μας ενδιαφέρει είναι να ενημερώσουμε τα είδη και για το λόγο αυτό το αρχείο που θα επιλεγεί στο Eurofasma είναι το Αρχείο Ειδών και συγκεκριμένα το Βασικό αρχείο Ειδών Αποθήκης.
- ✓ **Σύντομη περιγραφή Report**: Δίνουμε μια σύντομη περιγραφή για την λειτουργία του report. Μπορεί να είναι οποιοδήποτε σχόλιο μας!

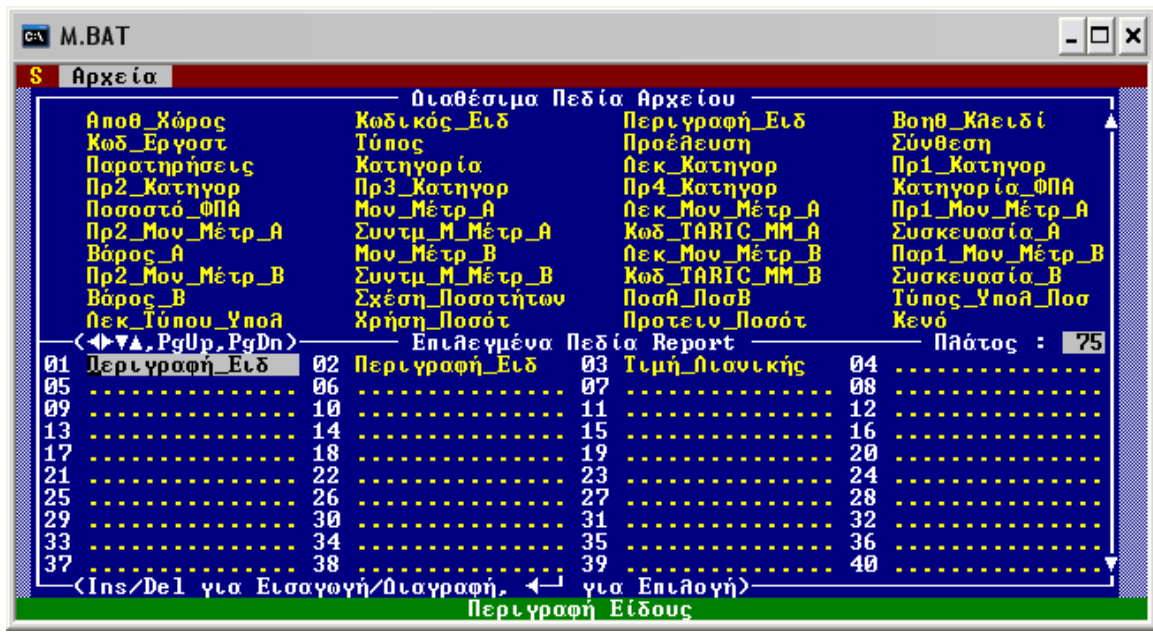


Εικόνα 6: Παράθυρο κατασκευής report

ΒΗΜΑ 3ε: Αφού συμπληρώσουμε τα γενικά στοιχεία του report, πατάμε F10 και στο παράθυρο που εμφανίζεται επιλέγουμε την δεύτερη εργασία **2 : Επιλογή Πεδίου Αρχείου** όπως φαίνεται στην εικόνα 7 που ακολουθεί.



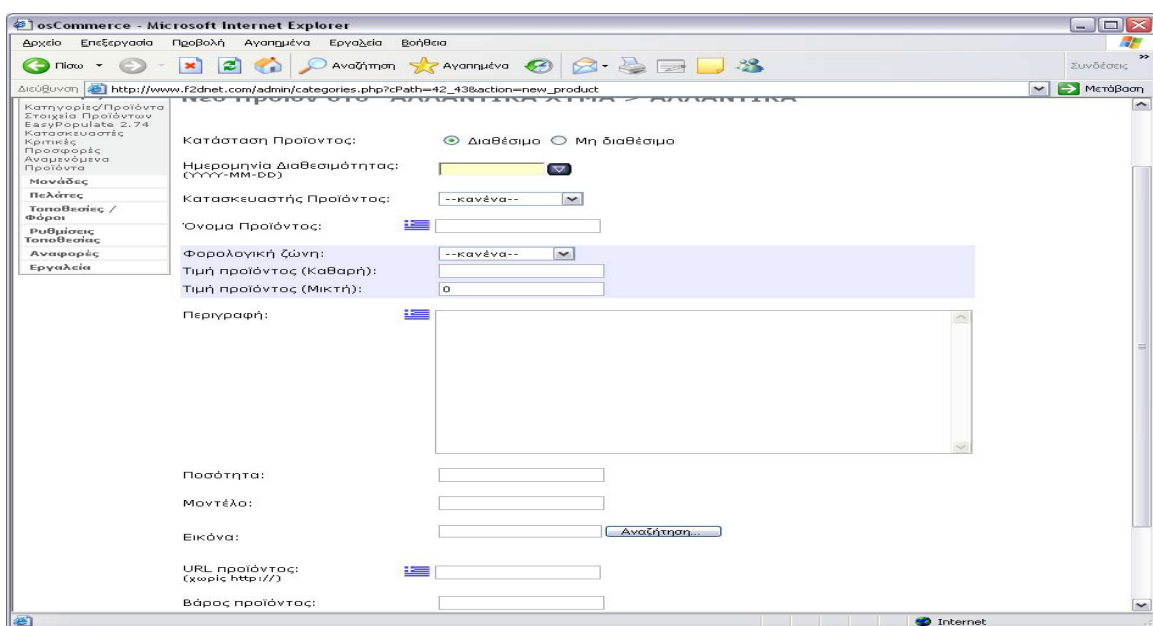
Εικόνα 7



Εικόνα 8: Επιλογή πεδίων αρχείου ειδών αποθήκης

ΒΗΜΑ 4ο: Βρισκόμαστε στην οθόνη επιλογής πεδίων του αρχείου ειδών. Παρατηρούμε ότι χωρίζεται σε δυο μέρη. Στο πρώτο έχουμε τα διαθέσιμα Πεδία του αρχείου και στο δεύτερο έχουμε τα Επιλεγμένα Πεδία του Report (Εικόνα 8).

Στο site διαχείρισης του ηλεκτρονικού μας καταστήματος www.f2dnet.gr/admin ,στο κατάλογο προϊόντων και συγκεκριμένα στην καταχώρηση νέου προϊόντος μπορούμε να δούμε τα πεδία που είναι απαραίτητα για την εισαγωγή του είδους στην βάση δεδομένων του osCommerce.



Εικόνα 9:Εισαγωγή νέου είδους από το site διαχείρισης

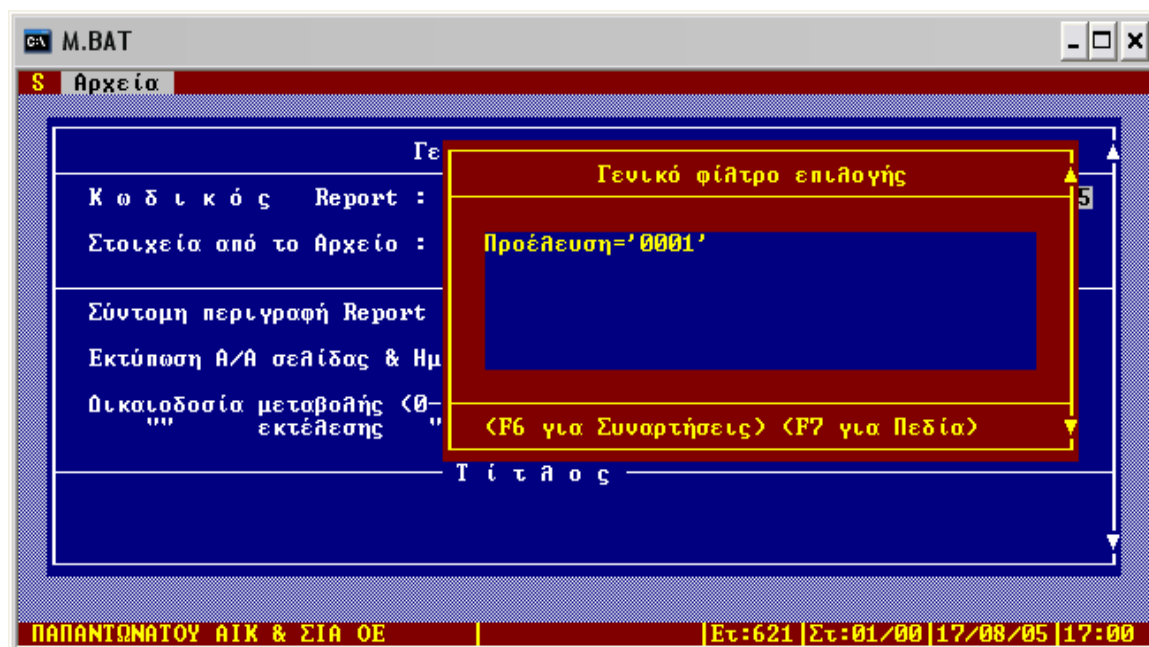
Σύμφωνα με την δομή της βάση δεδομένων της πλατφόρμας oscommerce (Εικόνα 9) χρειαζόμαστε τα εξής πεδία:

➤ Περιγραφή Είδους
➤ Κατασκευαστή Προϊόντος
➤ Φορολογική Ζώνη
➤ Ονομασία Προϊόντος
➤ Τιμή Λιανικής Πώλησης
➤ Τιμή Χονδρικής Πώλησης
➤ Ποσότητα
➤ Μοντέλο
➤ Εικόνα
➤ URL προϊόντος
➤ Βάρος

Από το Eurofasma μπορούμε να «τραβήξουμε» αρκετά από αυτά τα πεδία, όπως η περιγραφή είδους, οι τιμές λιανικής και χονδρικής πώλησης και η ποσότητα. Άλλα πεδία όπως η εικόνα και το URL δεν είναι διαθέσιμα από την εφαρμογή και για το λόγο αυτό, όπως θα δούμε στην συνέχεια, θα τα εισάγουμε στην βάση χειροκίνητα. Ας επιστρέψουμε όμως στο Eurofasma. Από την οθόνη επιλογής πεδίων που ακολουθεί πατώντας INSERT μεταφερόμαστε στο πρώτο τμήμα του παραθύρου (Διαθέσιμα Πεδία Αρχείου) όπου και επιλέγουμε τα ζητούμενα. Αφού τελειώσουμε με την επιλογή πεδίων πατάμε F10 και επιλέγουμε την εργασία 6: Γενικό Φίλτρο Report.



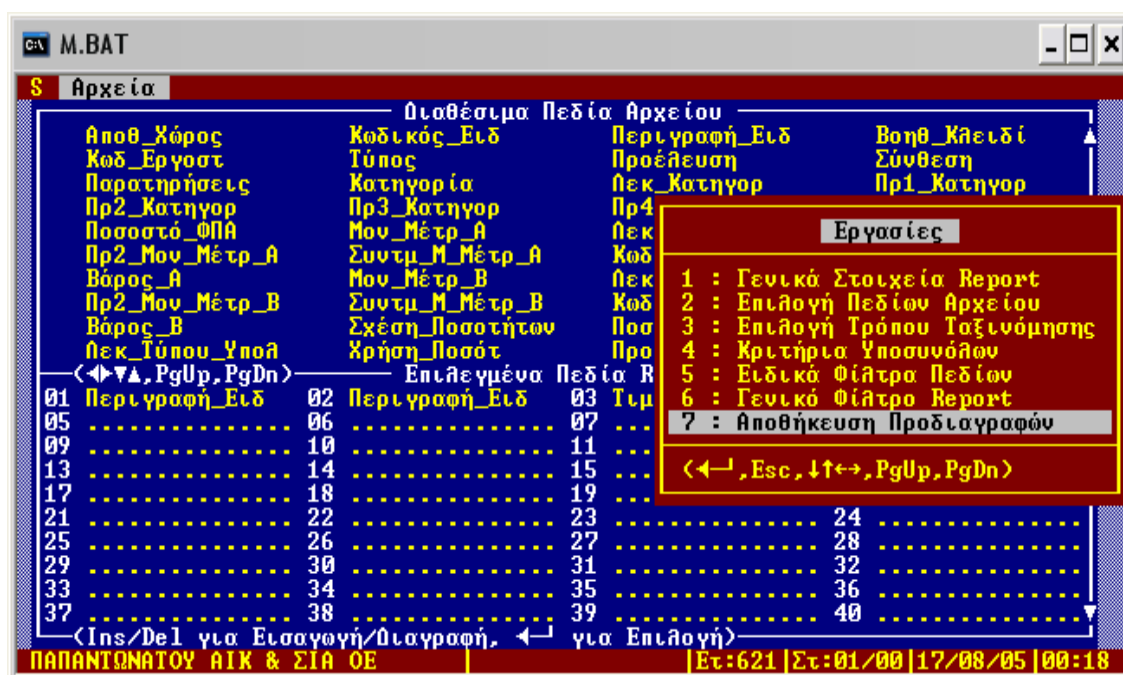
Στην οθόνη που εμφανίζεται θα κατασκευάσουμε ένα φίλτρο με το οποίο θα τραβήξουμε όλα τα προϊόντα που ανήκουν σε μια κατηγορία.



Με F7 εμφανίζονται τα διαθέσιμα πεδία για την δημιουργία του φίλτρου. Επιλέγουμε το πεδίο προέλευση. Το πεδίο αυτό χρησιμοποιείται από την επιχείρηση σαν πεδίο διαχωρισμού των κατηγοριών. Για παράδειγμα έχει οριστεί στην εφαρμογή ότι το πεδίο προέλευση με τιμή '0001' αντιστοιχεί στην κατηγορία Γαλακτοκομικά. Έτσι στο Γενικό φίλτρο επιλογής γράφουμε Προέλευση='0001', αποθηκεύουμε με F10 και επιστρέφουμε στο βασικό μενού.

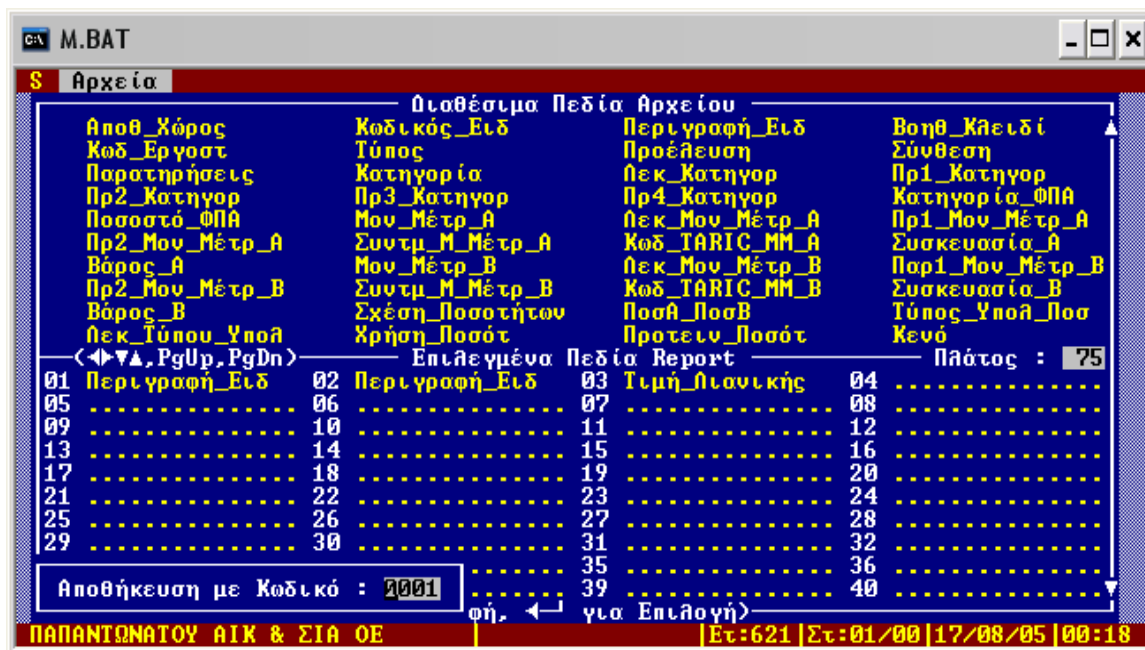


Όταν ολοκληρώσουμε την διαδικασία επιλογής πεδίων, με F10 ανοίγουμε το παράθυρο επιλογών και επιλέγουμε Αποθήκευση Προδιαγραφών.



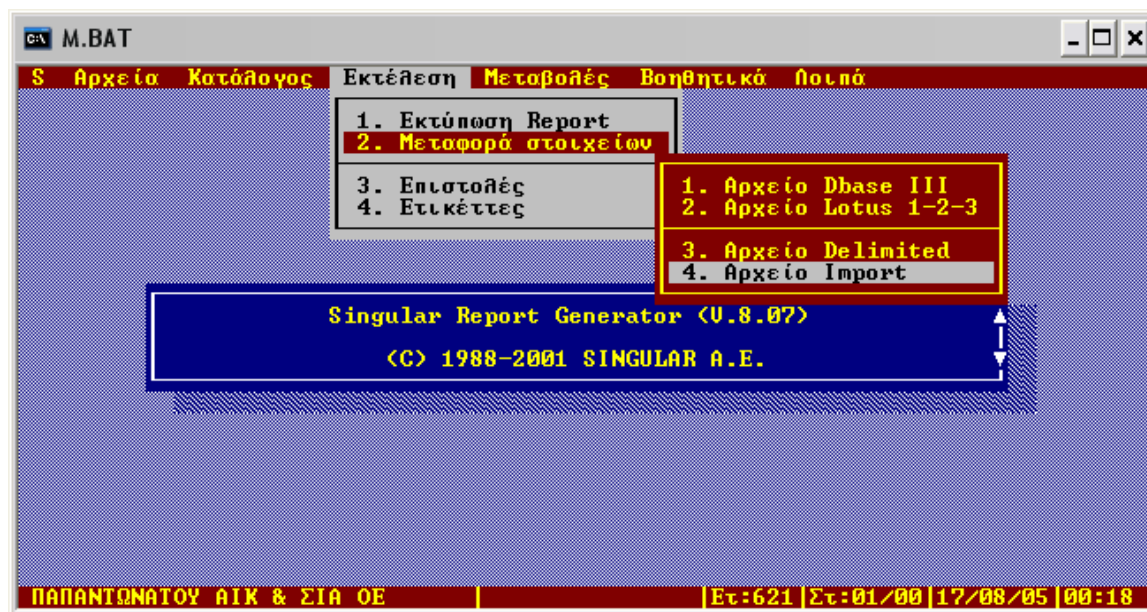
Εικόνα 10: Οθόνη Αποθήκευσης Επιλεγμένων εγγραφών Report

ΒΗΜΑ 5^ο: Τέλος μας ζητείται να αποθηκεύσουμε εκ νέου τις προδιαγραφές του report με τον κωδικό που δώσαμε και στην αρχή σαν επαλήθευση της διαδικασίας. Μετά την αποθήκευση επιστρέφουμε στη αρχική οθόνη επιλογών του S.R.G.(Εικ.11)



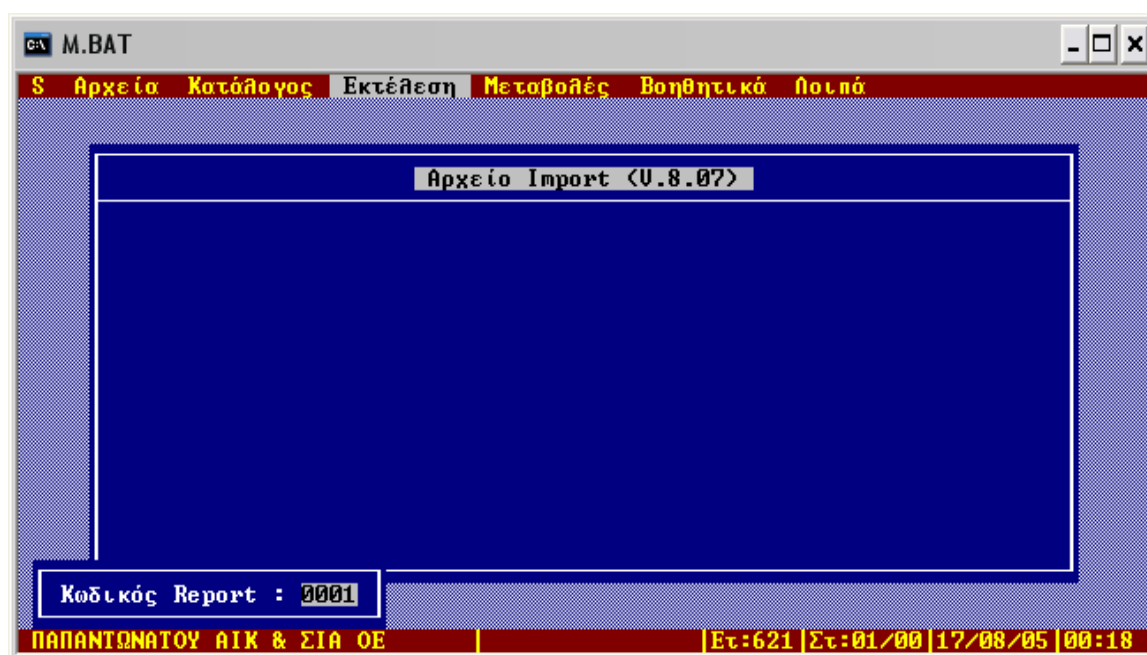
Εικόνα 11: Οθόνη επιλογής Πεδίων & Τελική αποθήκευση του Report

ΒΗΜΑ 6ο: Είμαστε έτοιμοι να εξάγουμε τα αρχεία σε μορφή .xls και τα οποία θα επεξεργαστούμε κατάλληλα για να τα περάσουμε στην βάση δεδομένων του ηλεκτρονικού καταστήματος. Επιλέγουμε Εκτέλεση, Μεταφορά στοιχείων, Αρχείο Import όπως φαίνεται και στην οθόνη που ακολουθεί.(Εικόνα 12)



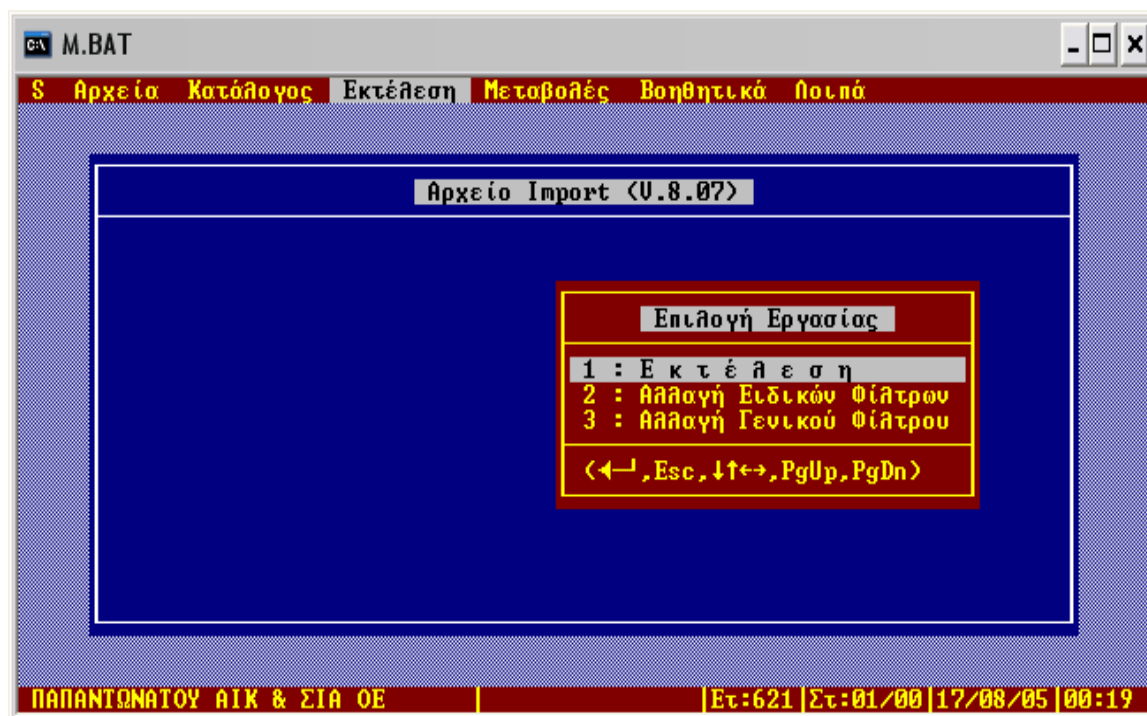
Εικόνα 12

ΒΗΜΑ 7ο: Δίνουμε τον κωδικό του Report που δημιουργήσαμε προηγουμένως (Εικόνα 13).



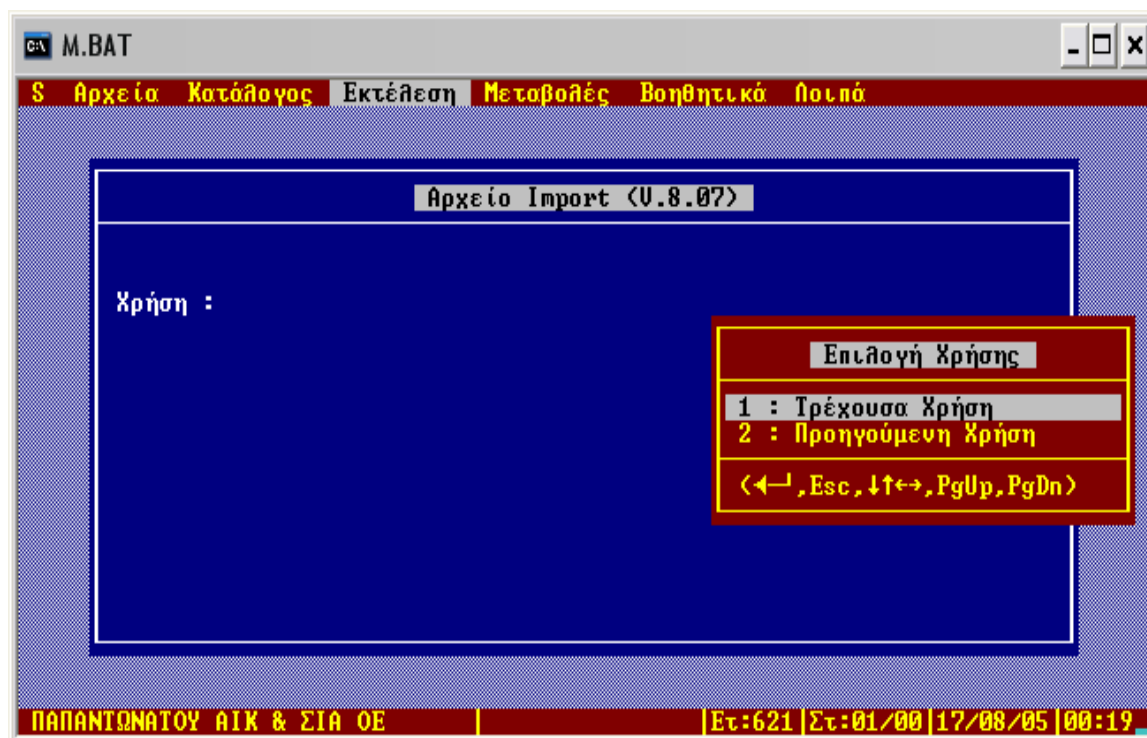
Εικόνα 13

ΒΗΜΑ 8ο: Επιλέγουμε Εκτέλεση (Εικόνα 14).



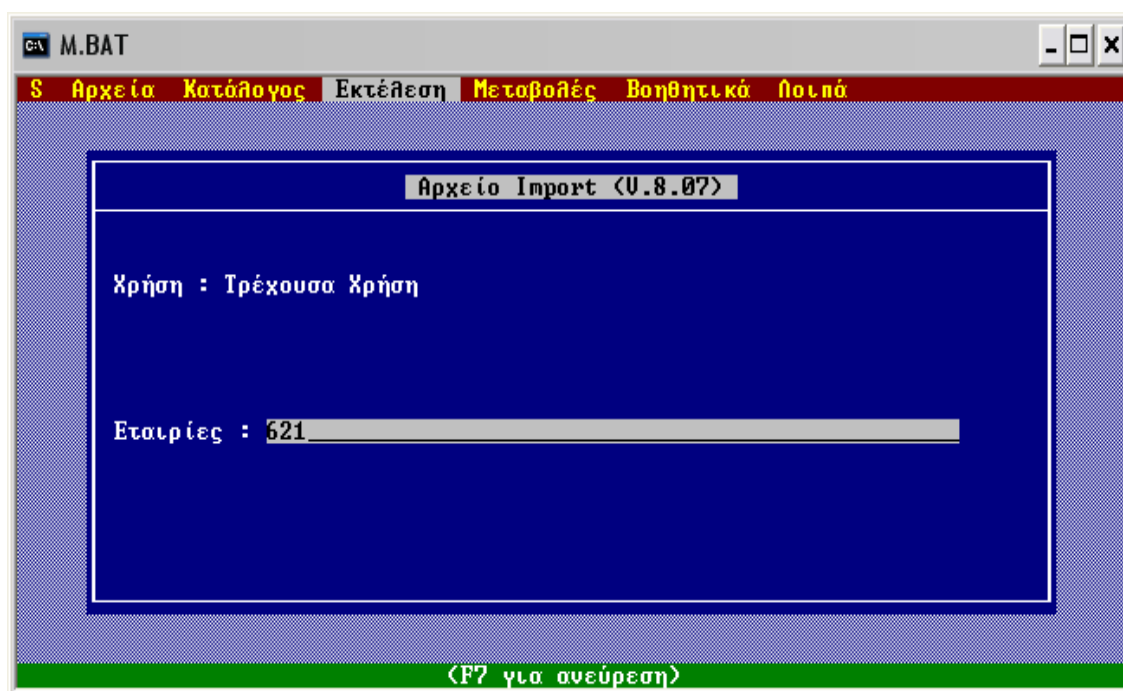
Εικόνα 14

ΒΗΜΑ 9ο: Επιλέγουμε την τρέχουσα χρήση της εταιρίας μας. Ο όρος Τρέχουσα Χρήση έχει να κάνει με τα οικονομικά στοιχεία του τρέχοντος έτους της εταιρίας.



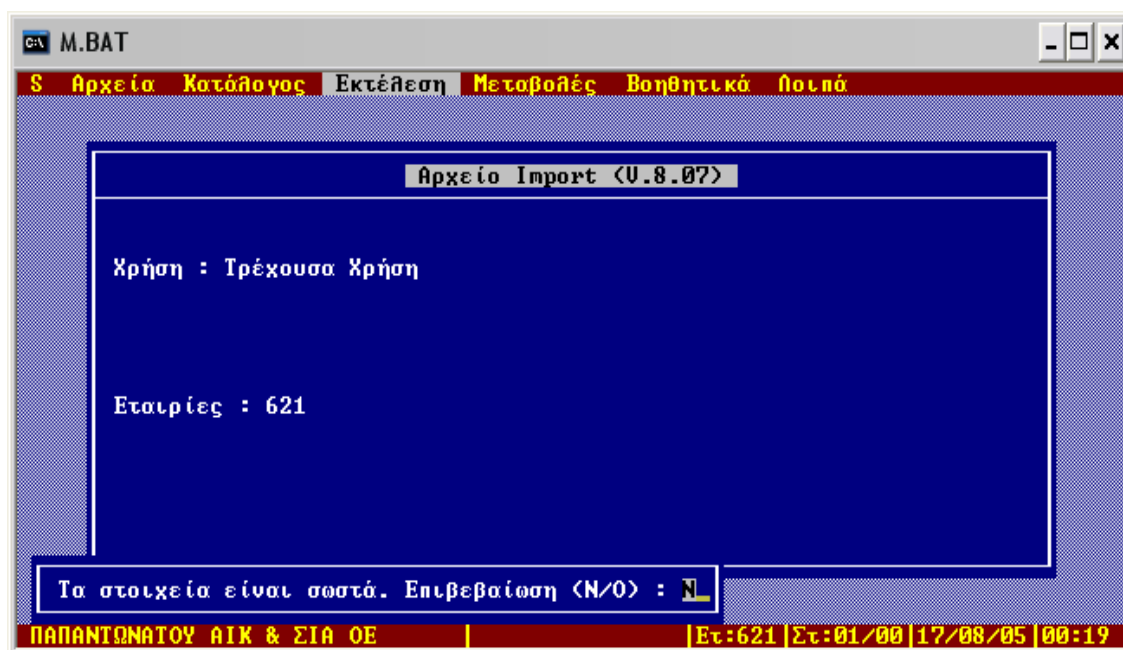
Εικόνα 15

ΒΗΜΑ 10ο: Επιλέγουμε την εταιρία μας.



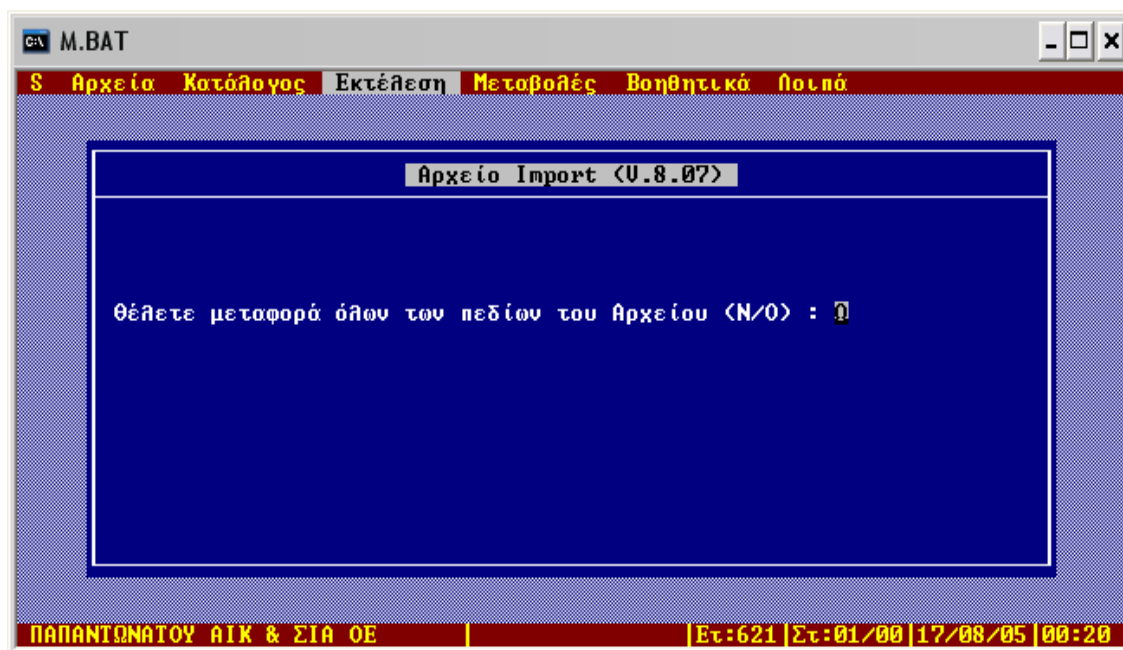
Εικόνα 16

ΒΗΜΑ 11ο: Μας ζητάει επιβεβαίωση για τα στοιχεία που πρόκειται να εξαχθούν. Επιβεβαιώνουμε και πατάμε N.



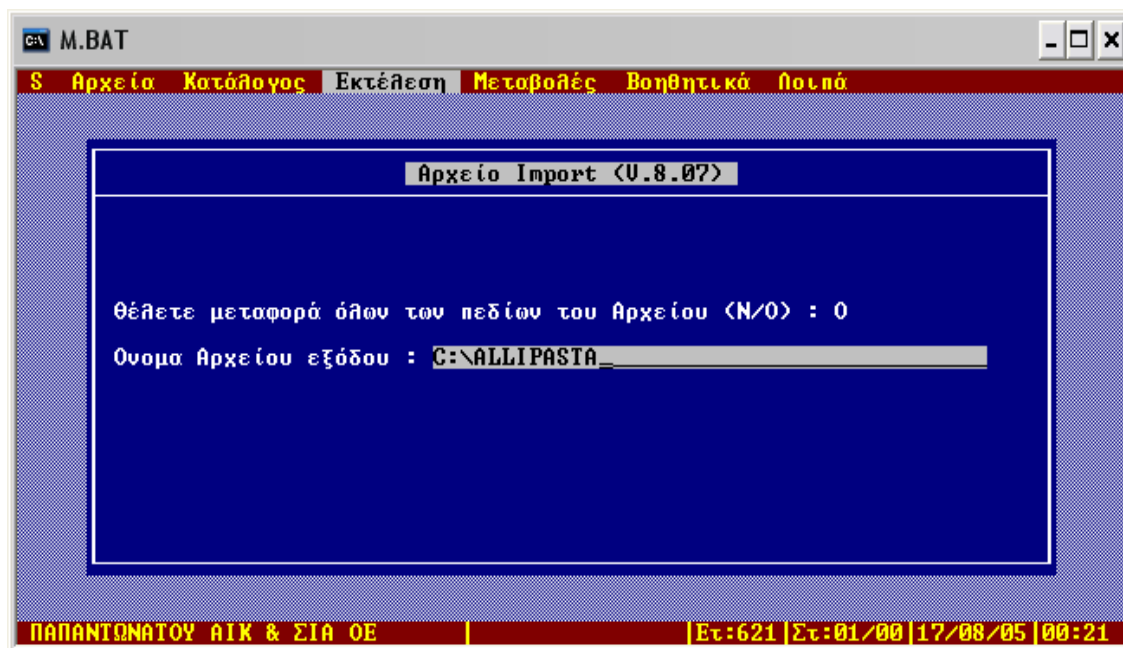
Εικόνα 17

ΒΗΜΑ 12: Ακολουθεί μια σειρά ερωτήσεων, τις οποίες αποδεχόμαστε ή όχι ανάλογα με το τι ακριβώς θέλουμε να εξάγουμε. Στην πρώτη ερώτηση επιλέγουμε ΝΑΙ.



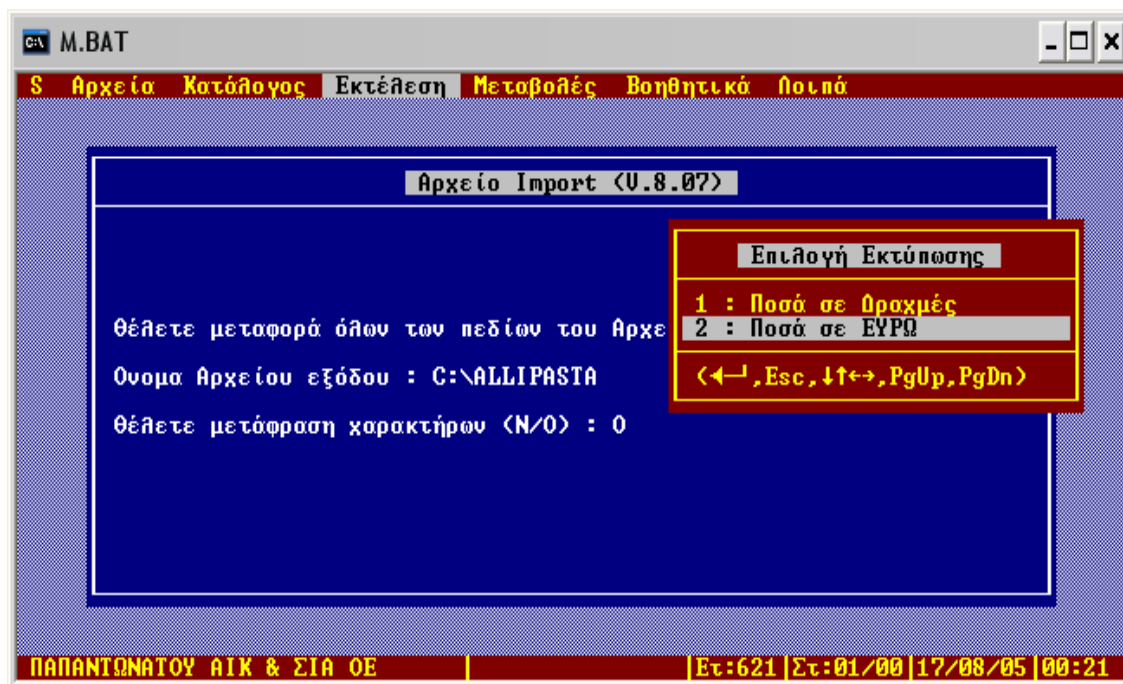
Εικόνα 18

ΒΗΜΑ 13: Δίνουμε την διαδρομή και το όνομα του αρχείου εξόδου.



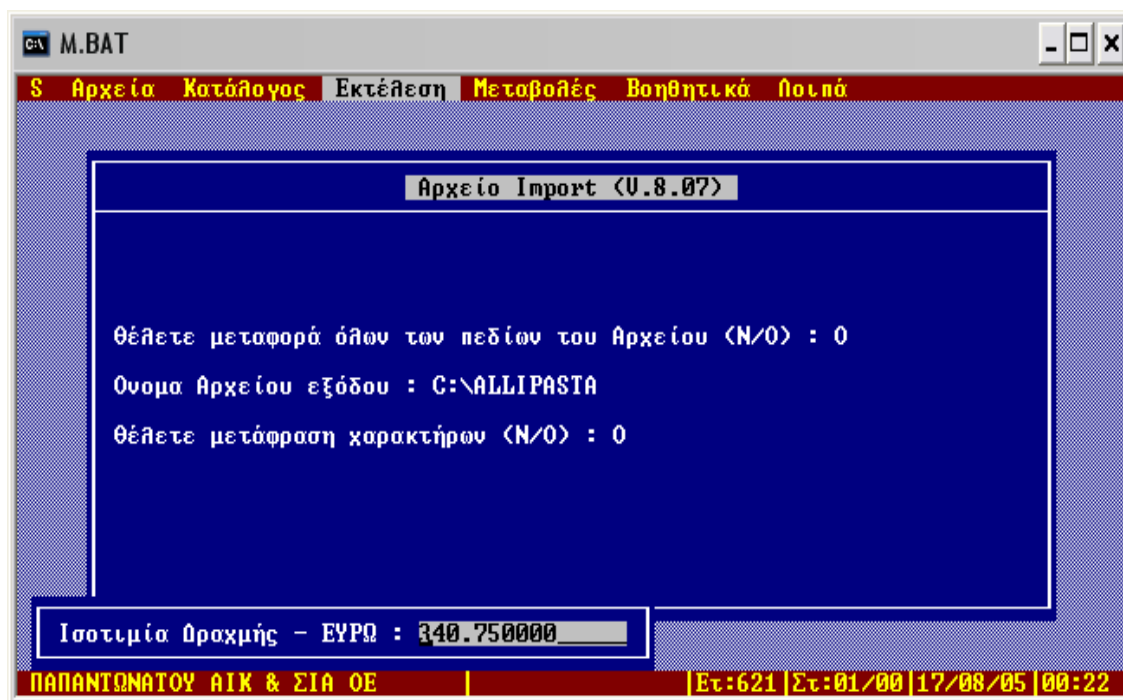
Εικόνα 19

ΒΗΜΑ 14^ο: Στην μετάφραση χαρακτήρων επιλέγουμε ΟΧΙ ,ενώ στην επιλογή εκτύπωσης επιλέγουμε Ευρώ.



Εικόνα 20

ΒΗΜΑ 15^ο: Ορίζουμε την ισοτιμία δραχμής- Ευρώ: 340,75.



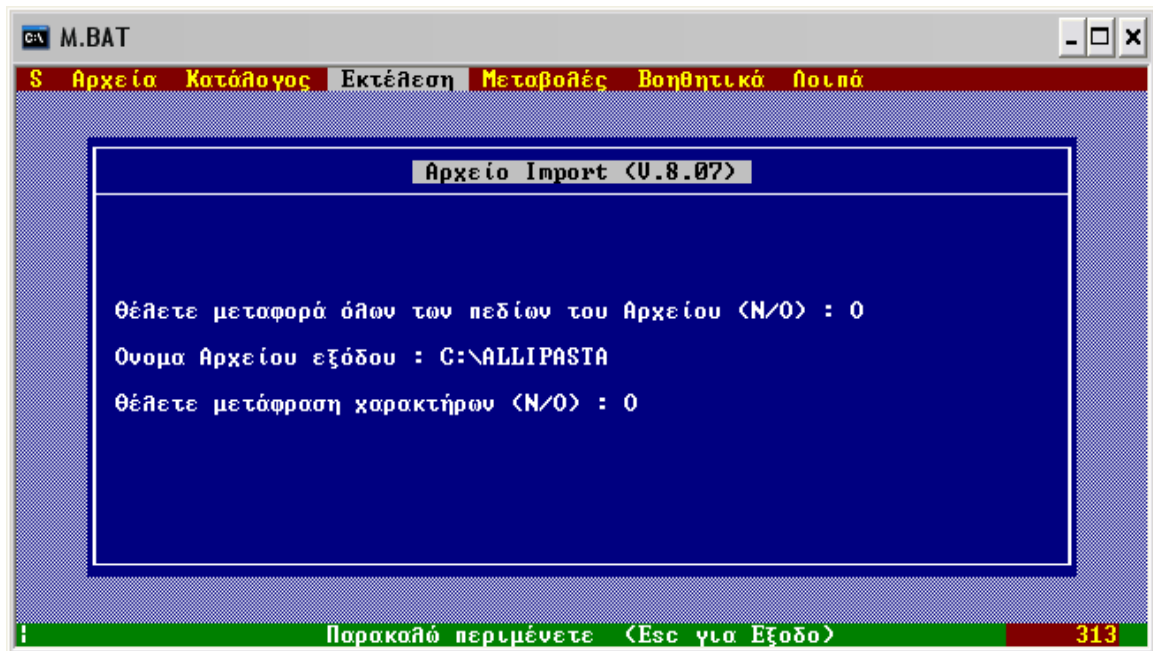
Εικόνα 21

ΒΗΜΑ 16^ο: Επιβεβαιώνουμε πληκτρολογώντας ΝΑΙ.



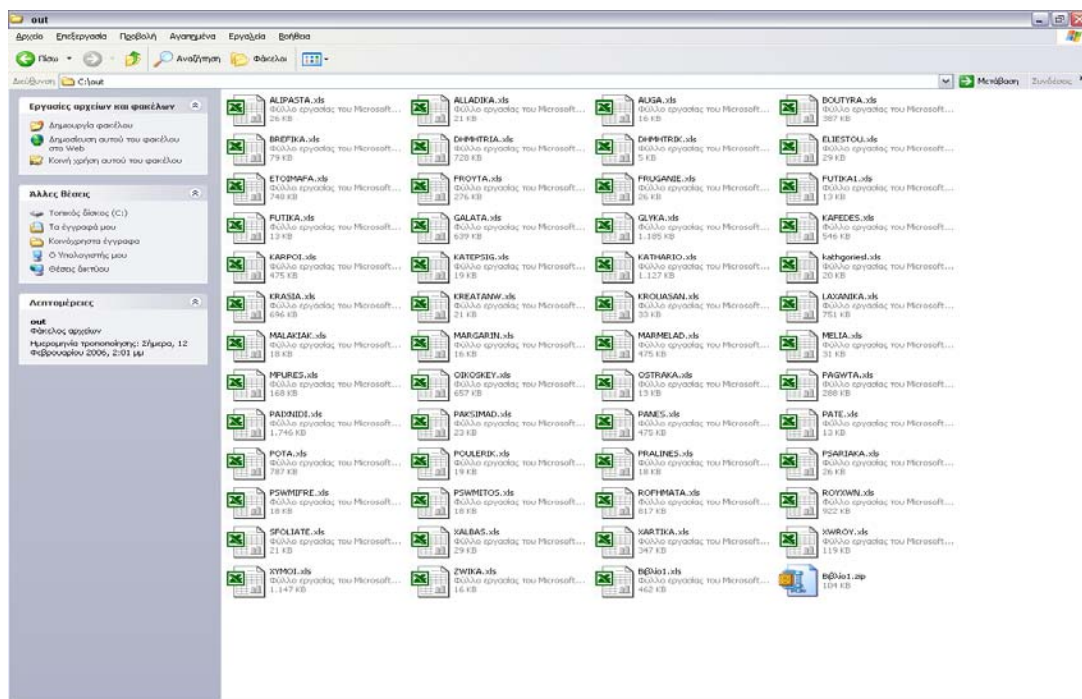
Εικόνα 22

ΒΗΜΑ 17ο: Η διαδικασία εξαγωγής έχει πλέον ξεκινήσει. Περιμένουμε να ολοκληρωθεί η διαδικασία με τον σχετικό μήνυμα για επιτυχημένη εξαγωγή.



Εικόνα 23

ΒΗΜΑ 18ο: Ακολουθώντας την διαδρομή εξόδου που ορίσαμε παραπάνω μπορούμε να ανοίξουμε σε excel τα αρχεία που τραβήξαμε από το Eurofasma.



Εικόνα 24

Εδώ φαίνονται τα προϊόντα μιας κατηγορίας όπως αυτά έχουν εξαχθεί από το Eurofasma.

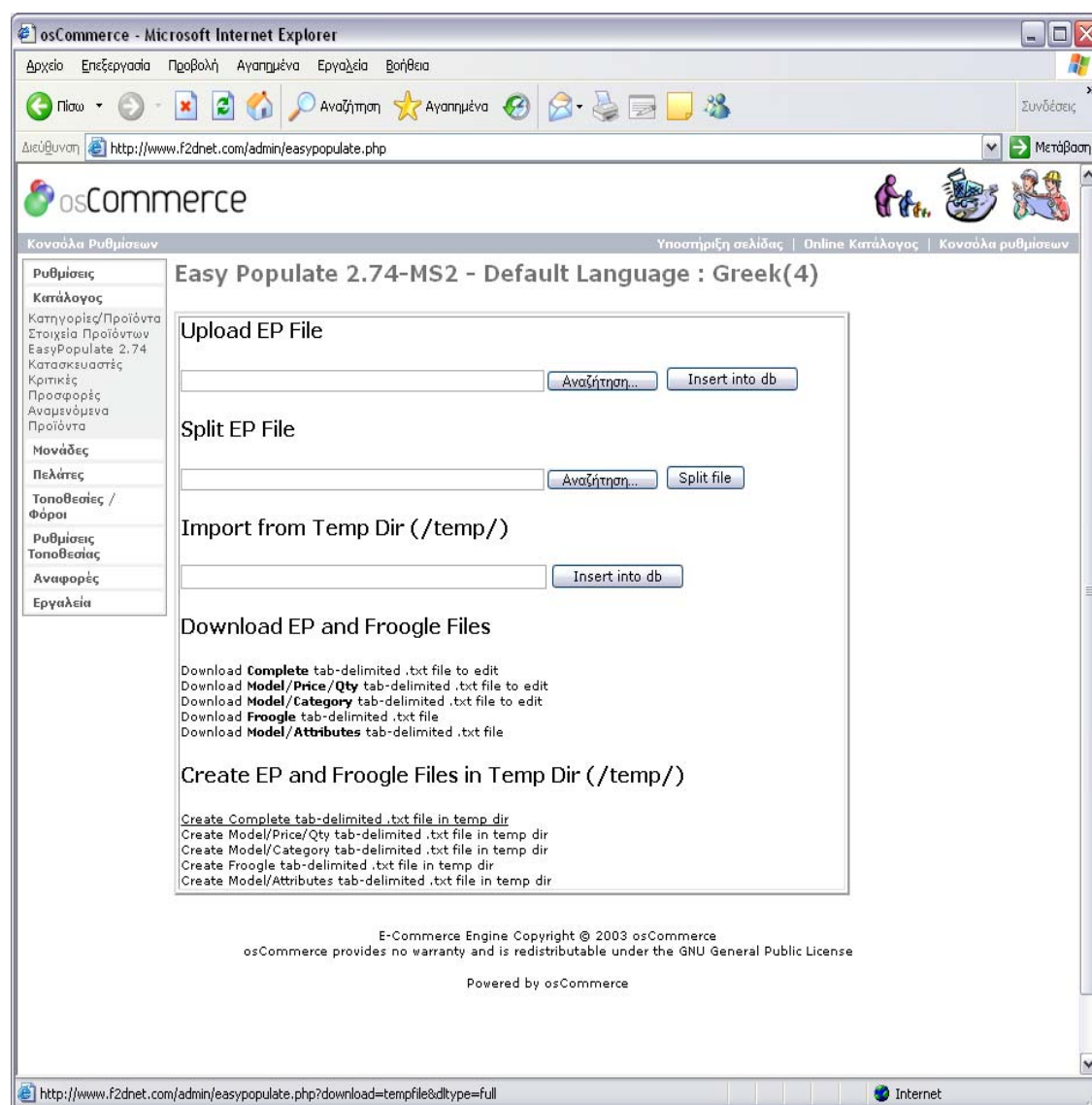
	FIELD 3	FIELD 43
2	ΤΟΝΟΛΑΚΕΡΔΑ ΦΙΛΕΤΟ ΣΕ ΦΥΤΙ	3,65
3	ΡΕΓΓΕΣ ΚΑΝΑΔΑ ΚΑΠΝΙΣΤΕΣ CO/	1,25
4	ΡΕΓΓΕΣ ΧΡΥΣΟΚΑΠΝ.POLAR 8.6	3,25
5	ΣΚΟΥΜΠΡΙ ΚΑΠΝΙΣΤΟ ΑΚΕΦΑΛΟ	2,85
6	ΣΚΟΥΜΠΡΙ ΤΟΜΑΤ.240 FLOKOS	1,15
7	ΡΕΓΓΕΣ ΣΑΛΤΣΑ ΜΟΥΣΤΑΡΔΑΣ 20	3,54
8	ΡΕΓΓΕΣ ΣΕ ΣΑΛΤΣΑ ΚΡΑΣΙΟΥ 190	2,20
9	ΛΑΚΕΡΔΑ ΣΕ ΛΑΔΙ	4,85
10	ΣΑΡΔΕΛΑ ΠΙΚΑΝΤΙΚΗ ΤΡΑΤΑ 100	0,90
11	ΣΑΡΔΕΛΕΣ ΑΚΕΦΑΛΕΣ	6,39
12	ΛΑΚΕΡΔΑ ΦΙΛΕΤΟ ΣΚΑΦΑΚΙ	2,65
13	ΚΑΠΝΙΣΤ.ΦΕΤΕΣ ΜΙΜΙΚΟΣ 170	1,55
14	ΚΑΠΝΙΣΤΟ ΧΟΙΡΙΝΟ ΓΙΑ ΤΟΣΤ ΝΙΚ	4,89

Εικόνα 25

Επαναλαμβάνουμε την διαδικασία από το **βήμα 2^ο** μέχρι και το **βήμα 17^ο** τόσες φορές όσες είναι οι κατηγορίες τροφίμων που θέλουμε να εξαγάγουμε.

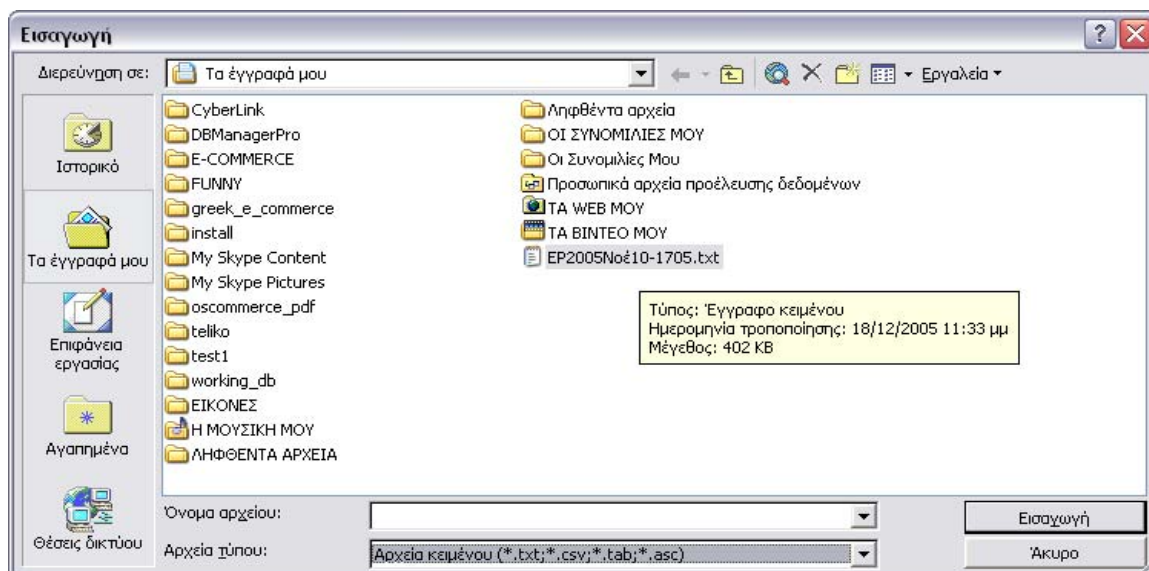
5.3. Σύνδεση βάσης osCommerce με τα αρχεία εξαγωγής Eurofasma

Ανοίγουμε την τοποθεσία www.f2dnet.com/admin/easypopulate.php και πατάμε στην επιλογή **Download complete tab-delimited.txt file to edit**. Ξεκινά η διαδικασία δημιουργίας ενός tab-delimited.txt αρχείου το οποίο αποθηκεύεται στον κατάλογο /temp που δημιουργήσαμε προηγουμένως. Με τον τρόπο αυτό παίρνουμε ένα αντίγραφο της βάση osCommerce που βρίσκεται στον αέρα.



Εικόνα 26

Αυτό το tab-delimited.txt αρχείο τον ανοίγουμε με την βοήθεια της MsAccess. Συγκεκριμένα ανοίγουμε ένα αρχείο της Access και από την επιλογή Αρχείο→ Λήψη Εξωτερικών Δεδομένων→ Εισαγωγή αναζητούμε αρχεία τύπου *.txt, *.csv, *.tab, *.asc. Επιλέγουμε το αρχείο που κατεβάσαμε με την βοήθεια του Easy Populate και πατάμε Εισαγωγή.



Εικόνα 27

Στην επόμενη οθόνη που μας εμφανίζεται επιλέγουμε :

- Οριοθετημένα. Χαρακτήρες όπως το κόμμα ή ο στηλοθέτης χωρίζουν τα πεδία.

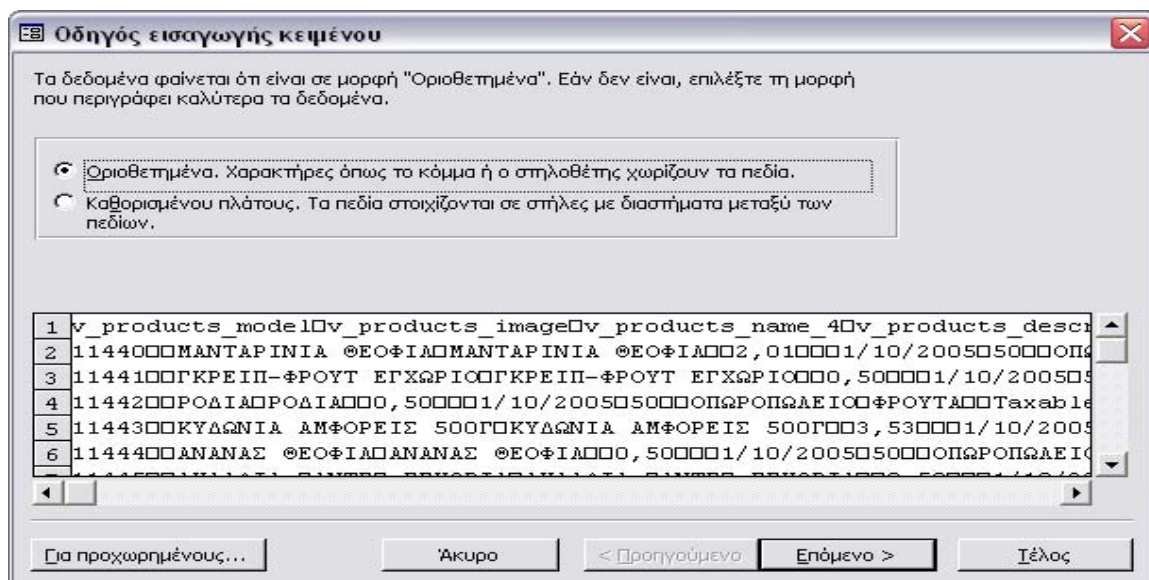
Πατάμε την επιλογή για προχωρημένους και ορίζουμε:

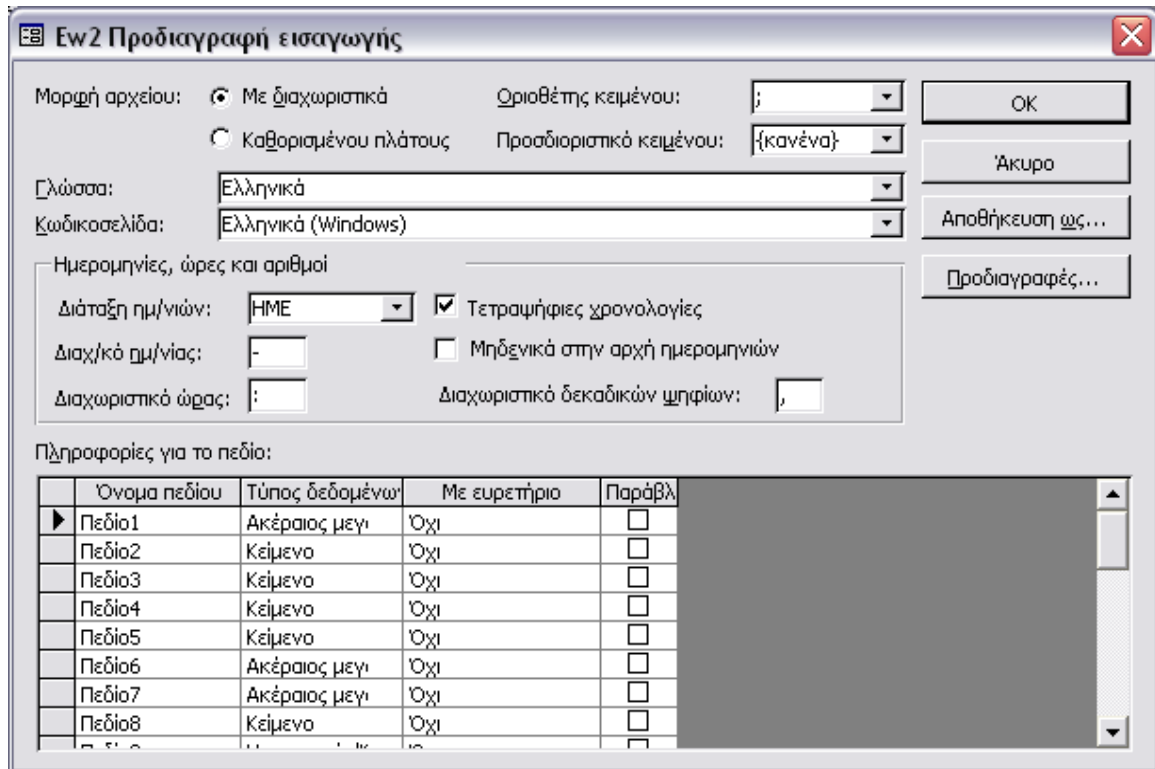
Οριοθέτη κειμένου το χαρακτήρα “ ; ”

Γλώσσα και κωδικοσελίδα με ελληνικά

Διάταξη Ημ/νίων: ΕΜΗ , Διαχ/κό Ημ/νίας “ - “ , Διαχ/κό Ωρας “ : “

Διαχ/κό Δεκαδικών Ψηφίων “ . “



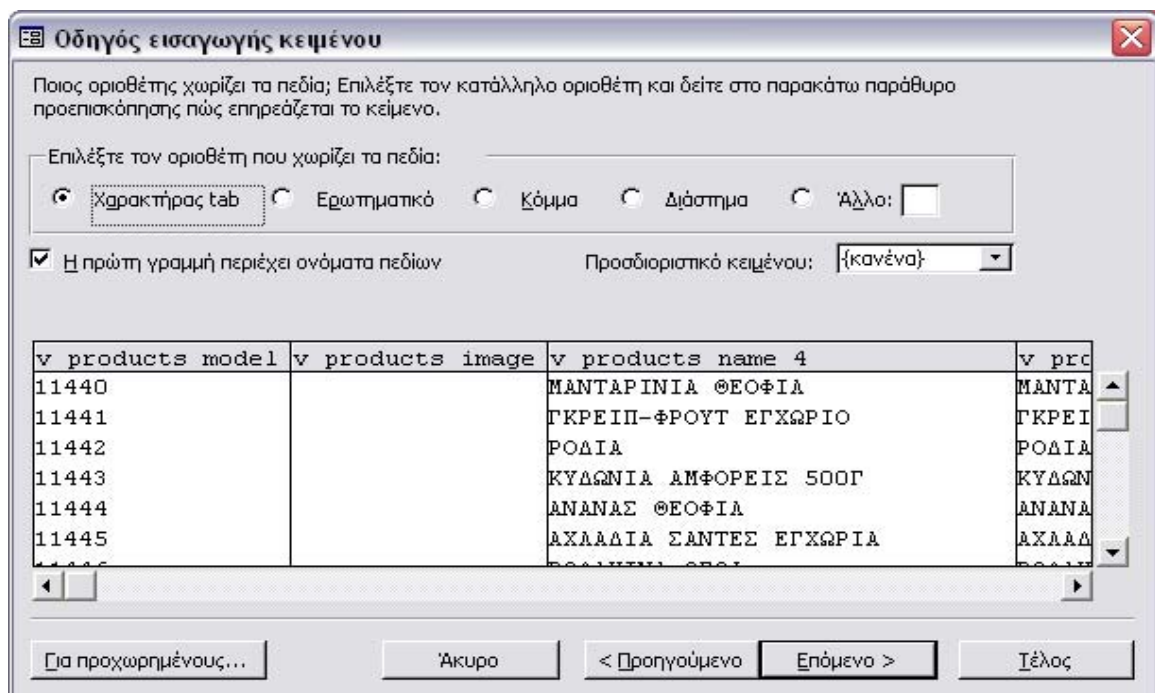


Εικόνα 28

Ορίζουμε:

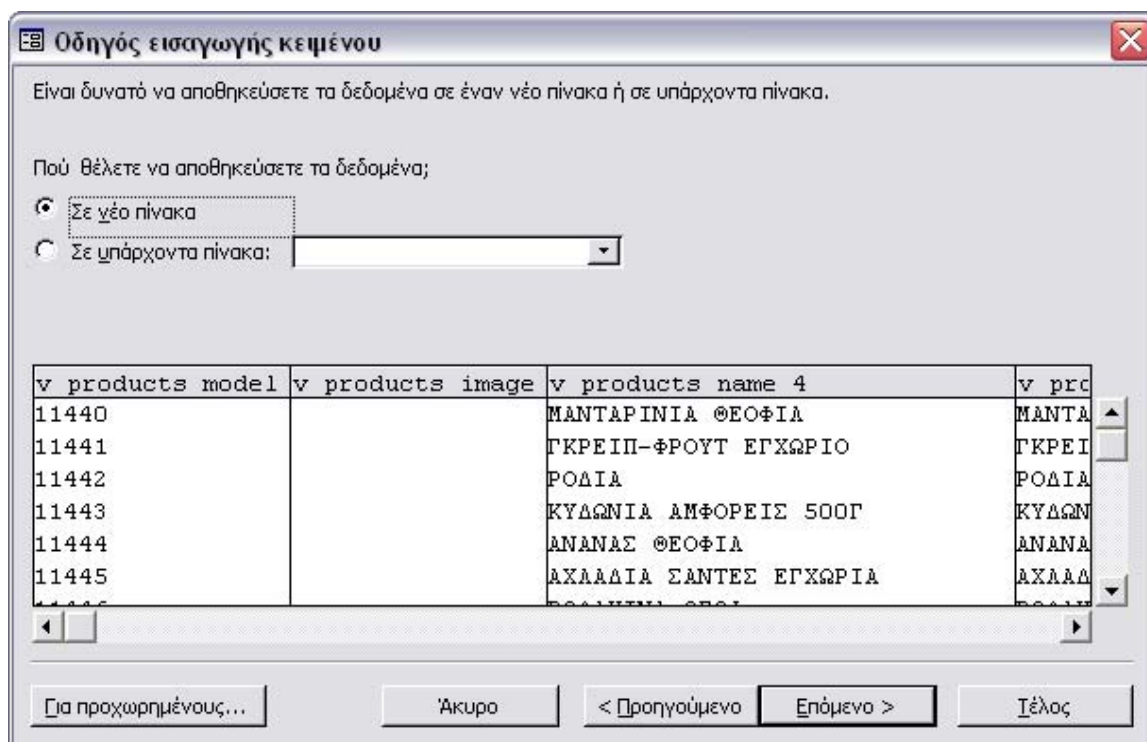
- Οριοθέτη που χωρίζει τα πεδία τον :χαρακτήρα ερωτηματικό,
- Προσδιοριστικό κειμένου: κανένα
- Τσεκάρουμε την επιλογή: Η πρώτη γραμμή περιέχει ονόματα πεδίων

Όπως φαίνεται και στην εικόνα που ακολουθεί.

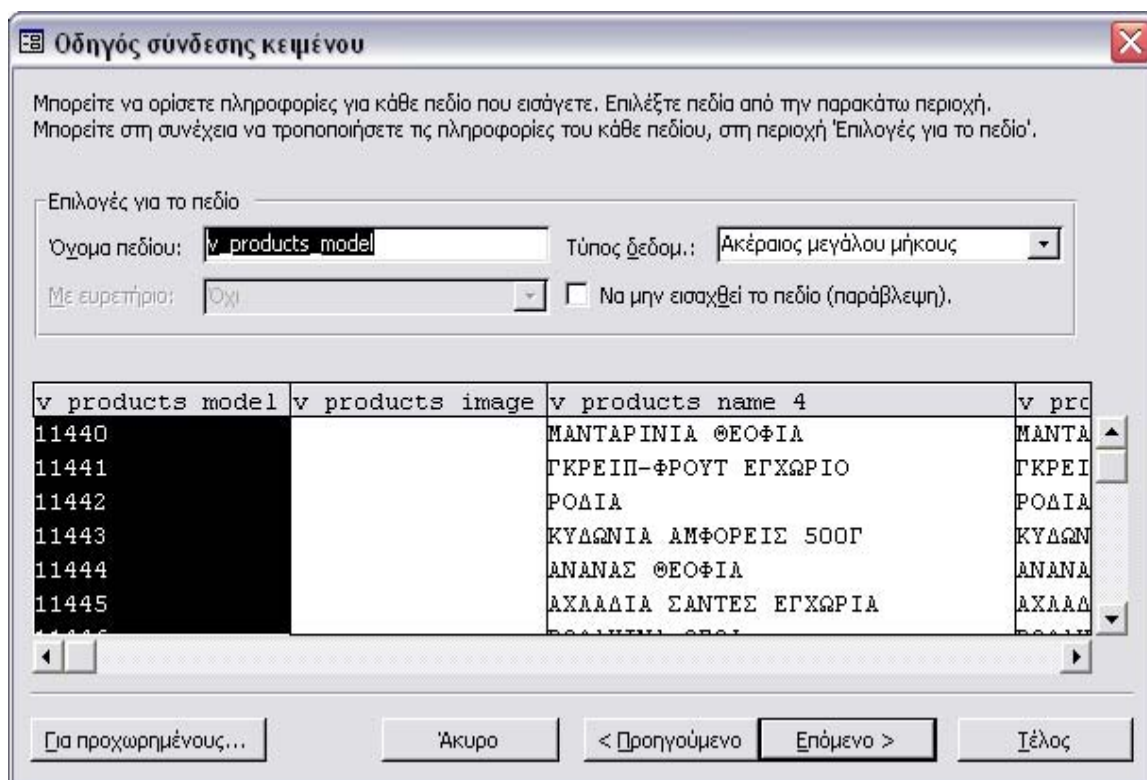


Εικόνα 29

Αμέσως μετά επιλέγουμε ότι η αποθήκευση των δεδομένων θα γίνει σε νέο πίνακα.
Πατάμε Επόμενο.



Εικόνα 30



Εικόνα 31

Πατάμε Επόμενο



Εικόνα 32

Ολοκληρώνετε η διαδικασία εισαγωγής με την επιλογή μας Τέλος. Είμαστε έτοιμη να ανοίξουμε την βάση. Με την παραπάνω διαδικασία ουσιαστικά «διαβάζουμε» και μετατρέπουμε το .sql αρχείο της βάσης του ηλεκτρονικού μας καταστήματος σε μια κατάλληλα οριοθετημένη ΒΔ μέσω της σύνδεσης που δημιουργούμε με την MsAccess και που καθιστά εφικτή πλέον την δυνατότητα να έχουμε όλους τους πίνακες που ενημερώνονται με την καταχώρηση ενός προϊόντος στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Έτσι σε συνδυασμό με τα αρχεία excel που έχουμε βγάλει από το Eurofasma θα καταφέρουμε να ενημερώσουμε τα αντίστοιχα πεδία και να επιτύχουμε την εισαγωγή των προϊόντων στην βάση του ηλεκτρονικού μας καταστήματος (εικόνα 33).

v_products_id	v_products_name	v_products_description	v_products_unit	v_products_price	v_products_availability
1	δοκιμαστικό	δοκιμαστικό προϊόν	1	10000	0
2	CHOCO GOAL MI	CHOCO GOAL MIRC.	158	0	20
3	TREIO ΔΗΜΗΤΡ ΚΑ ΤREIO ΔΗΜΗΤΡ ΚΑΡΥ		199	0	15
4	TASTY CORN FLZ	TASTY CORN FLAKI	2	0	20
5	KELLOGGS CRUI	KELLOGGS CRUNC	205	0	5
6	WEETABX WEEI	WEETABX WEETO	2	0	12
7	MINIBX FRUIT&N	MINIBX FRUIT&NUT	2	0	10
8	BECEL MARIPTAR	BECEL MARIPTAR 34	0,96		
9	N BITAM ΣΟΦΤ 1H	N BITAM ΣΟΦΤ 1ΚΑ	2,68		
10	ΒΟΥΤΥΡΟ ΗΠΕΙΡ	ΒΟΥΤΥΡΟ ΗΠΕΙΡΟΣ	5,24		
11	ΒΟΥΤΥΡΟ ΔΑΔΩΝΗ	ΒΟΥΤΥΡΟ ΔΑΔΩΝΗ	5,74		
12	ΒΟΥΤ. ΙΡΑΝΑΝ Κ	ΒΟΥΤ. ΙΡΑΝΑΝ Κ&R	2,22		
13	ΒΟΥΤ. ΔΑΝΙΑΣ ΛΥ	ΒΟΥΤ. ΔΑΝΙΑΣ ΛΥRE	3,85		
14	ΒΟΥΤ. ΑΝΑΛΑΤΟ	ΒΟΥΤ. ΑΝΑΛΑΤΟ ΛΥ	1,3		
15	ΒΟΥΤ. ΦΙΛΑΝΑ	Μ ΒΟΥΤ. ΦΙΛΑΝΑ, ΜΙΔΙ	2,1		
16	ΔΑΔΩΝΗ ΑΓΕΛΑ	ΔΑΔΩΝΗ ΑΓΕΛΑ 1	2,01		
17	ΔΑΔΩΝΗ ΠΡΟΒΕ	ΔΑΔΩΝΗ ΠΡΟΒΕΙΟ	2,01		
18	ADORO 225GR B	ADORO 225GR BOY	2,29		
19	CALVE ΚΟΙΚΚΟΛ	CALVE ΚΟΙΚΚΟΛΗΣ	4,53		
20	ΠΟΛΤΟΣ ΑΠΟ ΑΡ	ΠΟΛΤΟΣ ΑΠΟ ΑΡΑΧ	4,18		
21	BECEL PRO-ACT	BECEL PRO-ACTIV	5,99		
22	ΒΟΥΤΥΡΟ S.FRE	ΒΟΥΤΥΡΟ S.FRESH	0,76		
23	ΒΟΥΤ. S.FRESKO	ΒΟΥΤ. S.FRESKO ΣΙ	2,59		
24	ΒΟΥΤ. S.FRESCO	ΒΟΥΤ. S.FRESKO ΣΙ	4,94		
25	ΒΟΥΤ. S.FRESCO	ΒΟΥΤ. S.FRESKO ΣΙ	0		
26	ΒΟΥΤ. ΧΟΡΤΑΡΙΚ	ΒΟΥΤ. ΧΟΡΤΑΡΙΚΑ 1	1,87		
27	ΒΟΥΤ. ΣΚΟΡΔΟ 1	ΒΟΥΤ. ΣΚΟΡΔΟ 1ΣΙ	1,97		
28	ΒΟΥΤ. S.FRESKO	ΒΟΥΤ. S.FRESKO 2Ε	0,76		
29	ΒΟΥΤΥΡΟ BRIO	ΒΟΥΤΥΡΟ BRIO ΣΟ	0		
30	ΒΟΥΤΥΡΟ BRIO	ΒΟΥΤΥΡΟ BRIO ΣΟ	0		
31	ΒΟΥΤΥΡΟ ΑΛΤΙΣ	ΒΟΥΤΥΡΟ ΑΛΤΙΣ ΣC	1,5		
32	ΒΟΥΤΥΡΟ ΦΑΝΕ	ΒΟΥΤΥΡΟ ΦΑΝΕΡΑ	0,95		
33	ΒΟΥΤ. FAST CLAS	ΒΟΥΤ. FAST CLASSI	0		
34	ΒΟΥΤ. FAST CLAS	ΒΟΥΤ. FAST CLASSI	0,73		
35	ΒΟΥΤ. FAST CLAS	ΒΟΥΤ. FAST CLASSI	0		
36	ΒΟΥΤ. FAST CLAS	ΒΟΥΤ. FAST CLASSI	0		
37	ΒΟΥΤ. FAST CLAS	ΒΟΥΤ. FAST CLASSI	0		
38	ΒΟΥΤ. FAST ME F	ΒΟΥΤ. FAST ME FIA	1,36		
39	ΒΟΥΤ. FAST SOF	ΒΟΥΤ. FAST SOFT 2	0		
40	ΒΟΥΤ. FAST SOF	ΒΟΥΤ. FAST SOFT 4	1,2		
41	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST ME	0		
42	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST ME	1,43		
43	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST ME	0		
44	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST SC	0		
45	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST	ΒΟΥΤΥΡΟ FAST SC	0		
46	ΒΟΥΤ. FAST SOF	ΒΟΥΤ. FAST SOFT 2	0		
47	ΒΟΥΤ. FAST SOF	ΒΟΥΤ. FAST SOFT 2	0		

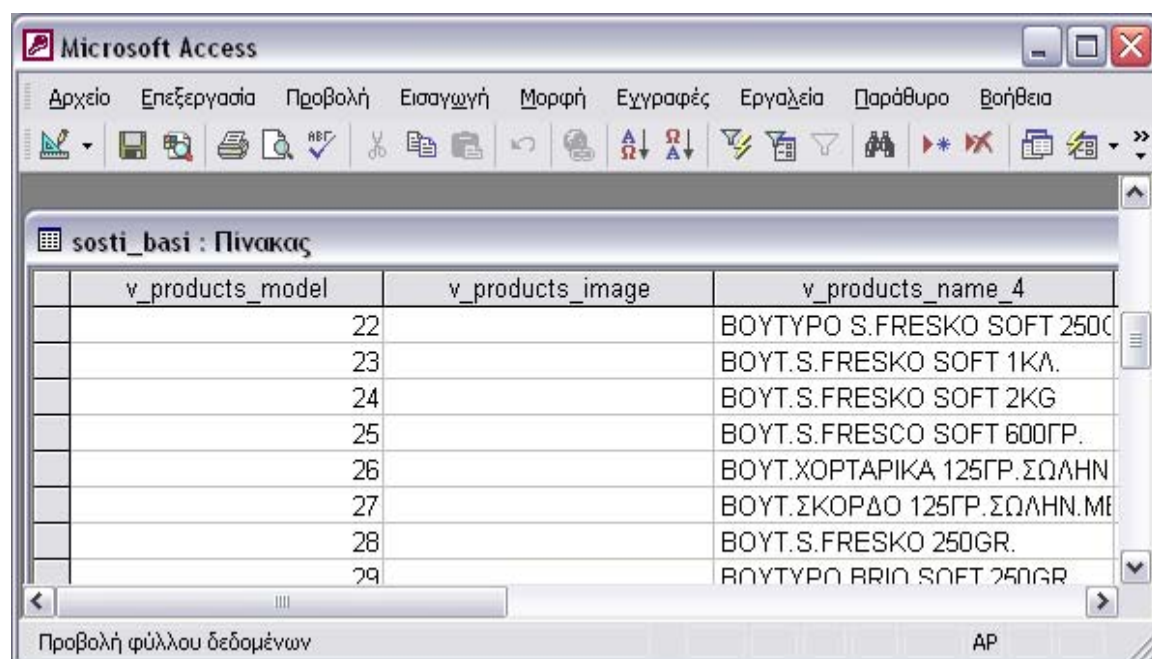
Εικόνα 33

Στην βάση αυτή έχουν περαστεί όλα τα πεδία που ενημερώνουν μια νέα εγγραφή στην καταχώρηση ενός νέου προϊόντος. Ενδεικτικά αναφέρω:

v_products_model	v_products_quantity
v_products_image	v_manufacturers_name
v_products_name_4	v_categories_name_1
v_products_description_4	v_categories_name_2
v_products_url_4	v_categories_name_3
v_products_price	v_tax_class_title
v_products_weight	v_status
v_date_avail	EOREOR

Ο πίνακας που ανοίγει με τη Microsoft Access περιλαμβάνει όλους τους πίνακες της MySql που ενημερώνονται με την προσθήκη ενός νέου προϊόντος στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Όλα αυτά τα πεδία του πίνακα που έχουμε ανοίξει εμείς με την βοήθεια της access και που φαίνονται τμηματικά στις παρακάτω εικόνες, τα ενημερώνουμε με τα αρχεία excel του Eurofasma.

Πίνακας βάσης Δεδομένων της MySql όπως αυτός φαίνεται μετά την επεξεργασία του με την βοήθεια της MsAccess.



Εικόνα 34

Στον πίνακα 1 που ακολουθεί βλέπουμε τα πεδία που χρειάζεται να ενημερώσουμε για να εισάγουμε τα προϊόντα από το μηχανογραφική εφαρμογή της επιχείρησης στην βάση του ηλεκτρονικού καταστήματος.

v_products_model	
v_products_image	Στο πεδίο αυτό δίνουμε το path της εικόνας του προϊόντος.
v_products_name_4	Συμπληρώνουμε το όνομα του προϊόντος.
v_products_description_4	Συμπληρώνουμε την περιγραφή του προϊόντος.
v_products_url_4	Συμπληρώνουμε το url του προϊόντος
v_products_price	Συμπληρώνουμε την τιμή του προϊόντος
v_products_weight	Συμπληρώνουμε το βάρος του προϊόντος.
v_date_avail	Συμπληρώνουμε την ημέρα διαθεσιμότητας του προϊόντος.
v_manufacturers_name	Συμπληρώνουμε το όνομα του κατασκευαστή του προϊόντος.
v_categories_name_1	Συμπληρώνουμε το όνομα της κατηγορίας
v_categories_name_2	Συμπληρώνουμε το όνομα της κατηγορίας
v_categories_name_3	Συμπληρώνουμε το όνομα της κατηγορίας
v_tax_class_title	Δίνουμε την φορολογική ζώνη
v_status	Την κατάσταση του προϊόντος(ενεργό ή απενεργοποιημένο)
EOREOR	

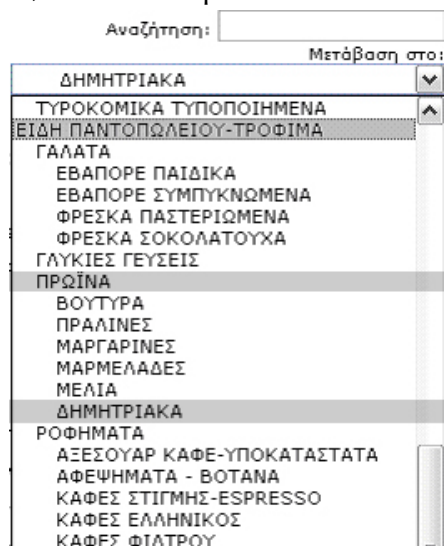
Πίνακας 1.

Πρέπει να αναφέρουμε το εξής:

Πριν ξεκινήσουμε την διαδικασία μεταφοράς, των εγγραφών του Eurofasma στο πίνακα της MsAccess που φαίνεται παραπάνω, είναι απαραίτητο να ορίσουμε από την σελίδα διαχείρισης του osCommerce τις κατηγορίες. Αν δώσουμε μια ματιά στον Πίνακα 1 παραπάνω μπορούμε να δούμε ότι υπάρχουν τα εξής πεδία:

v_categories_name_1
v_categories_name_2
v_categories_name_3

Το πρώτο πεδίο έχει να κάνει με την κύρια κατηγορία, ενώ τα επόμενα δυο είναι οι υποκατηγορίες της κύριας κατηγορίας. Όταν ορίζουμε την δομή του καταλόγου στην σελίδα διαχείρισης του osCommerce αυτόματα στο phpMyAdmin δημιουργούνται οι αντίστοιχες εγγραφές. Για παράδειγμα στο ηλεκτρονικό κατάστημα του Super-Market υπάρχει η κύρια κατηγορία «Είδη Παντοπωλείου Τρόφιμα» στην οποία περιλαμβάνεται η υποκατηγορία «Πρωινά» και σε αυτήν την υποκατηγορία περιλαμβάνεται η υποκατηγορία «Δημητριακά». Όταν εμείς



δημιουργήσαμε την κύρια κατηγορία και στην συνέχεια τις υποκατηγορίες αυτής δημιουργήθηκαν στο phpMyAdmin δυο επιπλέον πεδία, το **v_categories_name_2** που χαρακτήριζε την υποκατηγορία «Πρωινά» και το **v_categories_name_3** που χαρακτήριζε την υποκατηγορία «Δημητριακά». Κατεβάζοντας στην συνέχεια με την βοήθεια του Easy Populate το sql αρχείο της βάσης, αυτό εμπειρείχε τα τρία αυτά πεδία των κατηγοριών και των υποκατηγοριών έτσι ώστε μετά να μπορούσαμε να εισάγουμε τα προϊόντα στις αντίστοιχες κατηγορίες. Αν αυτό δεν είναι κατανοητό, σκεφτείτε και απαντήστε το εξής:

Τι θα γινόταν αν δεν είχαμε δημιουργήσει καμία κατηγορία στο osCommerce και κατεβάζαμε το tab-delimited.txt αρχείο;

Προφανώς το αρχείο θα κατέβαινε κανονικά, μόνο που όταν θα το ανοίγαμε με την βοήθεια της MsAccess όπως περιγράψαμε παραπάνω δεν θα βλέπαμε κανένα πεδίο κατηγορίας με αποτέλεσμα μετά όταν θα θέλαμε να τοποθετήσουμε ένα προϊόν σε μια κατηγορία αυτό να είναι ανέφικτο. Δηλαδή όλα τα προϊόντα θα ήταν σε μια κατηγορία. Εφόσον έχουμε εξασφαλίσει ότι οι κατηγορίες μας είναι σωστά ορισμένες στην σελίδα διαχείρισης του osCommerce, είμαστε έτοιμοι να περάσουμε τις εγγραφές του Eurofasma στα πεδία της Access. Από το Eurofasma εξάγαμε την περιγραφή, την τιμή και την ποσότητα(αν και δεν θα παρακολουθούμε αποθήκη). Τις τιμές αυτών των πεδίων τις περνάμε στην Access.

Στην Access τα πεδία **v_categories_name_4**, **v_categories_name_3**, **v_categories_name_2** μπορούν να συμπληρωθούν με δύο τρόπους :

1ο Τρόπος:

Από την προβολή σχεδίασης του πίνακα ορίζουμε γι'αυτά τα πεδία Combo Box .Οι λίστες τιμών αυτών των πεδίων θα είναι τα ονόματα των κατηγοριών. Π.χ στο πεδίο **v_categories_name_1** οι διαθέσιμες τιμές θα είναι :

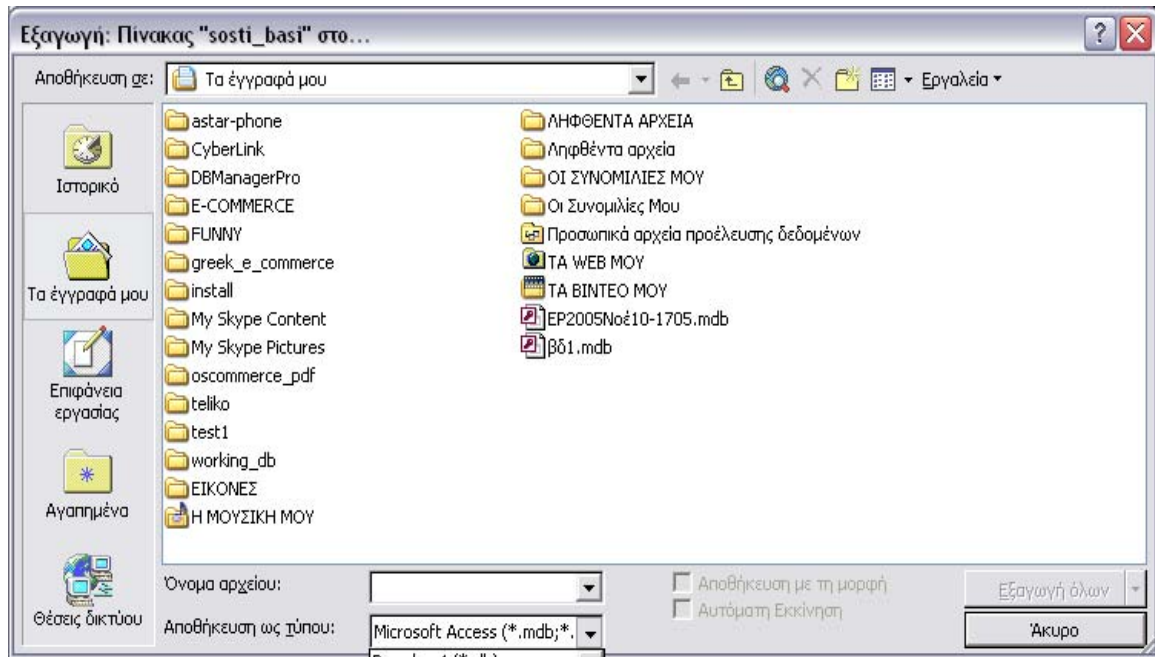
- Είδη Παντοπωλείου
 - Αλλαντικά
 - Κρεοπωλείο
 - Ιχθυοπωλείο
 -
 -
 -
- κ.ο.κ

Για το πεδίο **v_categories_name_2** οι διαθέσιμες τιμές θα είναι αντίστοιχα:

- Πρωινά
 - Αλλαντικά Χύμα
 - Κρέατα Νωπά
 - Ψάρια Κατεψυγμένα
 -
 -
 -
- κ.ο.κ

2ο Τρόπος:

Ο τρόπος αυτός περιλαμβάνει ομαδοποίηση των προϊόντων των κατηγοριών και στην συνέχεια με απλό copy-paste να περαστεί το όνομα της κατηγορίας σε όλα τα επιμέρους προϊόντα. Μ ε τον ίδιο τρόπο ενημερώσαμε και το πεδίο **v_date_added**. Ορίσαμε στην προβολή σχεδίασης στο συγκεκριμένο πεδίο τον τύπο δεδομένων σε ημερομηνία/ώρα και στην συνέχεια στις ιδιότητες αυτού του πεδίου δώσαμε προκαθορισμένη τιμή. Με παρόμοιο τρόπο συμπληρώσαμε και άλλα πεδία εκμεταλλευόμενοι τις λειτουργίες της Access και των αρχείων του Eurofasma. Αφού ολοκληρώσουμε τις παραπάνω εργασίες αποθηκεύουμε. Από την επιλογή **Αρχείο-> Εξαγωγή** εξάγουμε τον πίνακας μας σαν αρχείο τύπου κειμένου *.txt, *.CSV κ.λ.π σε κάποιο σημείο του τοπικού μας δίσκου.



4.4 Upload Βάσης Δεδομένων στο Ηλεκτρονικό Κατάστημα

Από το ftp client πρόγραμμα που χρησιμοποιούμε κάνουμε upload το αρχείο που εξάγαμε στο φάκελο /temp/. Από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος, από το τμήμα Κατάλογος επιλέγουμε το εργαλείο EasyPopulate. Στην σελίδα που ανοίγει ,στο πεδίο **Import from Temp Dir (/temp/)** δίνουμε το όνομα του αρχείου που εξάγαμε από την Access και στην συνέχεια πατάμε **Insert Into db**.

Περιμένουμε λίγο και αμέσως μετά εμφανίζεται μια σελίδα όπου μας ενημερώνει ότι η βάση δεδομένων του ηλεκτρονικού μας καταστήματος ενημερώθηκε με νέες εγγραφές. Η διαδικασία έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς. Το μόνο που χρειάζεται είναι να επισκεφτούμε την τοποθεσία www.f2dnet.com και να δούμε τα προϊόντα του ηλεκτρονικού καταστήματος.

6. Έλεγχος- Επαλήθευση σωστής λειτουργίας

Για τον έλεγχο και την επαλήθευση σωστής λειτουργίας της πλατφόρμας ακολουθήσαμε τις εξής διαδικασίες:

- Για τον έλεγχο συμβατότητα των ιστοσελίδων με κάποιους browsers και την ταχύτητα φόρτωσης των σελίδων επισκεφτήκαμε την τοποθεσία http://www.netmechanic.com/cobrand/zd_dev/ . Στην ιστοσελίδα αυτή δώσαμε μια σειρά από σελίδες του ηλεκτρονικού καταστήματος για έλεγχο και επαλήθευση σωστής λειτουργίας. Οι αναφορές που πήραμε φαίνονται παρακάτω:

URL	Rating	Summary	Details
http://www.f2dnet.com/	★★★★★	0 bad links	Detailed Report
http://www.f2dnet.com/index.php?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390	★★★★★	0 bad links	Detailed Report
http://www.f2dnet.com/shopping_cart.php?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390	★★★★★	0 bad links	Detailed Report
http://www.f2dnet.com/advanced_search.php?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390	★★★★★	0 bad links	Detailed Report
http://www.f2dnet.com/index.php/cPath/37?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390	★★★★★	0 bad links	Detailed Report






Line	Tag	Links to...	Image Size	Status
12	CSS	stylesheet.css		ok(200)
24	HREF	http://www.f2dnet.com/index.php?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
24	IMG	images/logo.jpg	10811	ok(200)
25	HREF	http://www.f2dnet.com/account.php?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
25	IMG	images/header_account.gif	2767	ok(200)
25	HREF	http://www.f2dnet.com/shopping_cart.php?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
25	IMG	images/header_cart.gif	4108	ok(200)
25	IMG	images/header_checkout.gif	3431	ok(200)

42	IMG	images/infobox/corner_right_left.gif	54	ok(200)
44	IMG	images/pixel_trans.gif	43	ok(200)
54	HREF	http://www.f2dnet.com/advanced_search.php?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
69	IMG	images/infobox/corner_left.gif	54	ok(200)
81	IMG	images/cat_arrow_right.gif	66	ok(200)
81	HREF	http://www.f2dnet.com/index.php/cPath/37?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
81	HREF	http://www.f2dnet.com/index.php/cPath/42?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
81	HREF	http://www.f2dnet.com/index.php/cPath/61?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
81	HREF	http://www.f2dnet.com/index.php/cPath/65?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)
81	HREF	http://www.f2dnet.com/index.php/cPath/49?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390		ok(200)

Misspelled Words				
Word	Context	Line(s)	Suggestions	
CRETA	390">ΔΑÑÉÆÁ ÓÓÓÊÄÖÁÓÍÁÍÇ CRETA FARM</td></tr><tr><tr><t	145	CRETE, GRETA, CORETTA	
GRx	>ÊÄÖÅÓ NESCAFE IRISH 18.5GRx10Ô 0.00EUR</td>	342	Gr, Rx, Griz	
KâèçìãñéíÛ	KâèçìãñéíÛ öi çëâêôñííééü iáo éáôÛó	305	Kauai, Kaia, Kacie	
NESCAFE	0317cc9a03a6ab390">ÊÄÖÅÓ NESCAFE IRISH 18.5GRx10Ô 	342	SCARF, NSC, NSF	
Online	<title>Online Super-Market</title><bas	6	On line, On-line, Aniline	
SMIRNOF	0317cc9a03a6ab390">ÂÏÔÊÁ SMIRNOF MULE 275ML 0.00EU	338	SMIRNOFF, SMIRNOFF'S, SMURF	
kefalonía	ogo.gif" border="0" alt="kefalonía Photos" title=" kefaloní	396	Kalina, Catalonia, Kellina	
ÁËÁÔÉ	>ÂÏÔ.×ÑÓÓ.ÌÉÍÃÑÁÁ 250ÃÑ.ÁËÁÔÉ 0.93EUR</td>	337	no suggestions.	
ÁËËΔÁÓÓÁ	127f9626f5ec0317cc9a03a6ab390">ÁËËΔÁÓÓÁ-ÀËËÁÓ- > 	81	no suggestions.	

ΆΈΈΆΐΌΈΈΆ	f9626f5ec0317cc9a03a6ab390">ΆΈΈΆΐΌΈΈΆ- > <img src=	81	no suggestions.
ΆΈΈΈΐΐ	b390">ΆΐΌΌ.ΈΌΐΐΆΐΐ 300Άΐ.ΆΈΈΈΐΐ 0.00EUR</td>	343	no suggestions.
ΆΐÇ	5ec0317cc9a03a6ab390">ÆÁ×ΆΐÇ 1Kg</td></tr><td>ËΆΌΈÇ	145, 332, 332	no suggestions.
ΆΐΌΈΈΆ	index.php/cPath/33?osCsid=4df127f9626f5ec0317cc9a03a6ab3	81	no suggestions.

Other Reports For This Page

Load Time		37.11 seconds, height/width problems
HTML Check & Repair		0 errors
Browser Compatibility		1 problem
Spell Check		275 possible errors
Link Check		0 bad links

Λάθη που εντοπίστηκαν:

Πολλές εικόνες ήταν μεγάλες σε μέγεθος. Διορθώσαμε αρκετές από αυτές και τις ξανακάναμε upload στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Επίσης δώσαμε τιμές για το πλάτος και το ύψος των εικόνων. Αυτό βοήθησε αρκετά στη γρήγορη φόρτωση των σελίδων.

Για τις σελίδες που δώσαμε, ο έλεγχος του HTML κώδικα δεν έφερε πίσω σφάλματα.

Για dead links ο έλεγχος δεν μας έφερε επίσης πίσω σφάλματα.

Οι παραπάνω έλεγχοι έγιναν για αρκετές σελίδες του ηλεκτρονικού μας καταστήματος. Τα περισσότερα λάθη αφορούσαν τα μεγέθη των εικόνων καθώς και πιθανά προβλήματα spell check.

▪ Ένας άλλος τρόπος για να εξετάσουμε την σωστή λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος ήταν να δημιουργήσουμε έναν λογαριασμό πελάτη για το ηλεκτρονικό κατάστημα και να περιηγηθούμε σε αυτό πραγματοποιώντας μια ηλεκτρονική αγορά. Με την διαδικασία αυτή εξετάσαμε όλα τα στάδια αγοράς στο ηλεκτρονικό super-market μας.

Είσοδος στο ηλεκτρονικό κατάστημα(login πελάτη)

Για ήδη καταχωρημένο πελάτη γίνεται έλεγχος των στοιχείων του (email και password)

Η πλατφόρμα συγκεκριμένα ελέγχει :

- Εάν η διεύθυνση είναι καταχωρημένη στην βάση.
- Την ορθότητα των στοιχείων (διεύθυνση email και password)

Στην περίπτωση που τα στοιχεία αυτά είναι σωστά οδηγούμαστε στην σελίδα του πελάτη. Συνεχίζουμε προσθέτοντας και αφαιρώντας προϊόντα από το ηλεκτρονικό καλάθι καθώς κινούμαστε μέσα στις κατηγορίες.

Ολοκληρώνοντας την αγορά μας ελέγχουμε και επεξεργαζόμαστε τα στοιχεία μας ως πελάτης του ηλεκτρονικού καταστήματος. Εξετάζουμε τα έξοδα αποστολής, τους τρόπους αποστολής και πληρωμής σύμφωνα με αυτά που ορίσαμε στη σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος. Επίσης ελέγχουμε την δυνατότητα επεξεργασίας των ήδη καταχωρημένων στοιχείων του πελάτη. Πραγματοποιούμε αλλαγές και επαναλαμβάνουμε την διαδικασία.

Για καινούργιο πελάτη εξετάζουμε εάν γίνονται σωστά οι απαραίτητοι έλεγχοι (εγκυρότητα email μέσω DNS) στα πεδία καταχώρησης των στοιχείων του. Για κάθε ένα από τα απαιτούμενα πεδία που δεν είναι σωστά η πλατφόρμα ενημερώνει τον χρήστη με σχετικό μήνυμα λάθους . Εάν ξεπεράσουμε όλους τους ελέγχους και καταχωρήσουμε τα στοιχεία μας επακολουθεί είσοδος σαν εγγεγραμμένος πελάτης και περιήγηση στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Επίσης εξετάσαμε και την περίπτωση που κάποιος πελάτης δεν συνδεθεί καθόλου στο ηλεκτρονικό κατάστημα ως πελάτης αλλά ξεκινήσει την διαδικασία αγοράς. Στην περίπτωση αυτή ο πελάτης έχει την δυνατότητα να ξεκινήσει την διαδικασία αγοράς χωρίς να συνδεθεί αλλά αν θέλει να ολοκληρώσει τις αγορές του πρέπει υποχρεωτικά να δώσει τα στοιχεία του και να συνδεθεί.

Επίσης για την περίπτωση που κάποιος χρήστης ξεκινήσει την διαδικασία αγοράς χωρίς να συνδεθεί στο κατάστημα, η πλατφόρμα μπορεί να αντιστοιχίσει το καλάθι αγορών του GUEST πελάτη με τον λογαριασμό ενός ήδη εγγεγραμμένου πελάτη, εφόσον βέβαια αποφασίσει να συνδεθεί σαν εγγεγραμμένος χρήστης. Με το τρόπο αυτό το καλάθι αγορών του δεν χάνεται.

Έλεγχος email

Μετά την ολοκλήρωση των αγορών του ο πελάτης λαμβάνει ένα email συνοδευτικό της παραγγελίας του όπως φαίνεται παρακάτω

e-SUPER MARKET

Αριθμός Παραγγελίας: 6

Στοιχεία Τιμολογίου:

http://www.f2dnet.com/account_history_info.php/order_id/6

Ημερομηνία παραγγελίας: Wednesday 31 May, 2006

Προϊόντα

1 x 0% CAMEL (12100) = 0.93EUR

2 x ΑΥΓΑ 4ΑΔΑ ΒΙΟ-3 (12475) = 1.86EUR

1 x ΖΑΧΑΡΗ ΛΕΥΚΗ 1Kg () = 0.89EUR

2 x 4*4 ΓΕΜΙΣΤΑ ΒΑΝΙΛΙΑ (12106) = 1.86EUR

Υπό-σύνολο: 5.54EUR

Σταθερό Τέλος Αποστολής (Προτεινόμενος τρόπος): 0.00EUR

Σύνολο: 5.54EUR

Διεύθυνση Αποστολής

elenh paradoantou

σουηδίας

αργοστολι, 28100

κεφαλλονίας,

Διεύθυνση Αποστολής Λογαριασμού

elenh paradoantou

σουηδίας

αργοστολι, 28100

κεφαλλονίας,

Τρόπος Πληρωμής

Αντικαταβολή

Το συνοδευτικό αυτό email αναγράφει τον αριθμό, τα προϊόντα, την αξία και τον τρόπο πληρωμής της παραγγελίας καθώς επίσης και τα στοιχεία του πελάτη.

Έλεγχος Παραγγελιών στην πλατφόρμα Διαχείρισης

Αμέσως μετά την ολοκλήρωση των αγορών του πελάτη, η παραγγελία έχει καταχωρηθεί και εύκολα από την πλατφόρμα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος μπορούμε

να ελέγξουμε τόσο τα στοιχεία του πελάτη όσο και τα περιεχόμενα της παραγγελίας του όπως φαίνεται και στην εικόνα που ακολουθεί.

Υποστήριξη σελίδας | Online Κατάλογος | Κοινά ρυθμίσεων

Παραγγελίες

[Πίσω](#)

Πελάτης: **Διευθυνση Αποστολής:** **Billing Address:**

Τηλέφωνο: 2671028465
Διεύθυνση E-Mail: separaden@yahoo.gr

Τρόπος πληρωμής: Αντικαταβολή

Προϊόντα	Μονάδα	Φόρος	Τιμή (εκ)	Τιμή (inc)	Σύνολο (εκ)	Σύνολο (inc)
1 x 0% CARAMEL	12100	0%	0.93EUR	0.93EUR	0.93EUR	0.93EUR
2 x ΑΥΓΑ 4ΑΔΑ ΒΙΟ-3	12475	0%	0.93EUR	0.93EUR	1.87EUR	1.86EUR
1 x ΖΑΧΑΡΗ ΛΕΥΚΗ 1Kg		0%	0.89EUR	0.89EUR	0.89EUR	0.89EUR
2 x 4*4 ΓΕΜΙΣΤΑ ΒΑΝΙΛΙΑ	12106	0%	0.93EUR	0.93EUR	1.87EUR	1.86EUR

Υπό-σύνολο: 5.54EUR
Σταθερό Τέλος Αποστολής (Προτεινόμενος τρόπος): 0.00EUR
Σύνολο: 5.54EUR

Η Ημερομηνία Προστέθηκε	Ο πελάτης ειδοποιήθηκε	Κατάσταση	Σχόλια
31/05/2006 19:43:34	<input checked="" type="checkbox"/>	Αναμονή	

Σχόλια

Κατάσταση: [Ανανέωση](#)

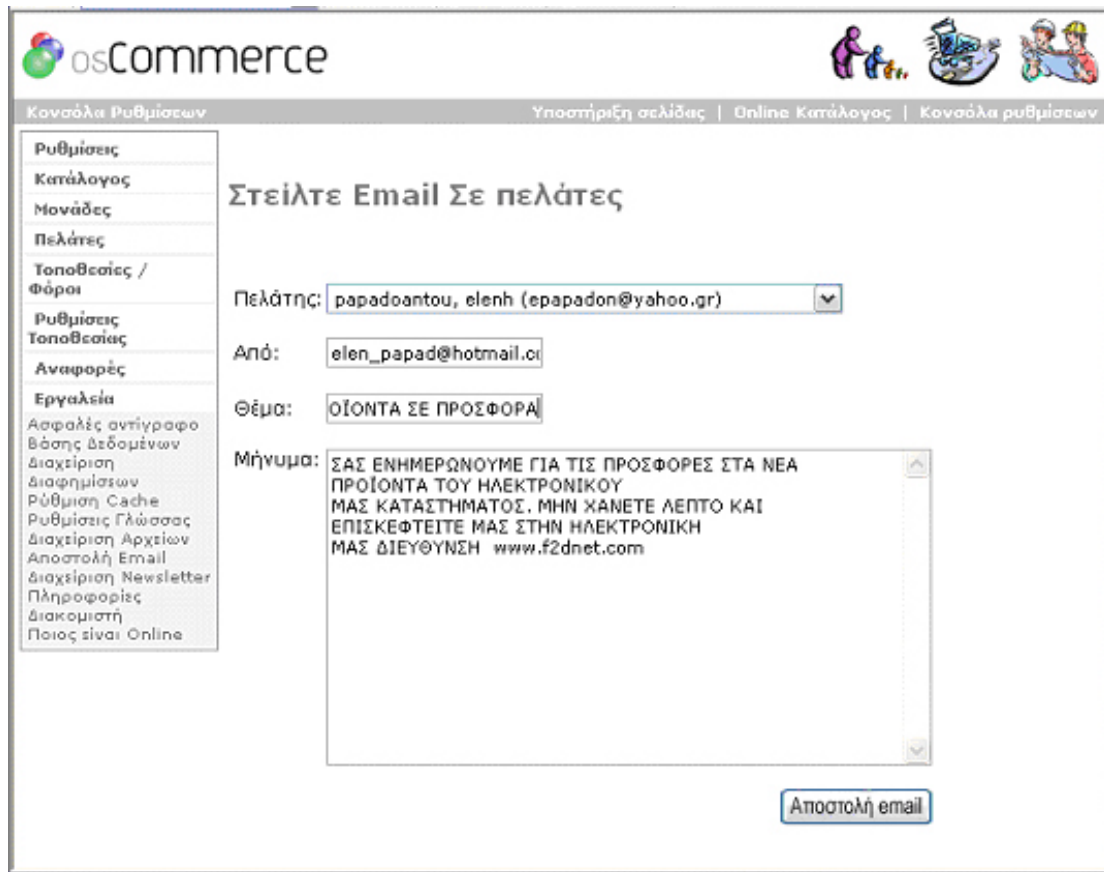
Ειδοποίηση Πελάτη: **Επισύναψη σχολίων:**

[Τιμολόγιο](#) [Δελτίο Αποστολής](#) [Πίσω](#)

Παρατηρούμε ότι όλα τα προϊόντα έχουν καταχωρηθεί και τιμολογηθεί σωστά. Στο πλαίσιο σχόλια μπορούμε να προσθέσουμε τυχόν διευκρινίσεις για την παραγγελία. Τα σχόλια αυτά πατώντας το πλήκτρο ανανέωση θα σταλούν με ένα ενημερωτικό email στον πελάτη. Επίσης αλλάζοντας το πεδίο «Κατάσταση» ελέγχουμε ένα στάλθηκε ενημερωτικό email στον πελάτη.

Έλεγχος αποστολής email στο πελάτη από την σελίδα διαχείρισης

Στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος στην ομάδα Εργαλεία ελέγξαμε την σωστή λειτουργία της επιλογής «Αποστολή Email»



Η διαδικασία που ακολουθήσαμε καταγράφεται παρακάτω:

- ο Επιλογή πελάτη από το drop-down μενού
 Στον έλεγχο μας δώσαμε π.χ paradoantou, elenh (f2dmarket@yahoo.gr) .
 Εμφανίστηκαν σωστά όλα τα ονόματα των καταχωρημένων πελατών μας.

✓ Έλεγχος Επιτυχής

- ο Το πεδίο «Από» είναι συμπληρωμένο σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουμε δώσει από την ενότητα «Ρυθμίσεις» στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος. Στην ενότητα Ρυθμίσεις είχαμε ορίσει την διεύθυνση του ηλεκτρονικού μας ταχυδρομείου. Στο έλεγχο μας εμφάνισε αυτή την ηλεκτρονική διεύθυνση δηλαδή το f2dmarket@yahoo.com

✓ Έλεγχος Επιτυχής

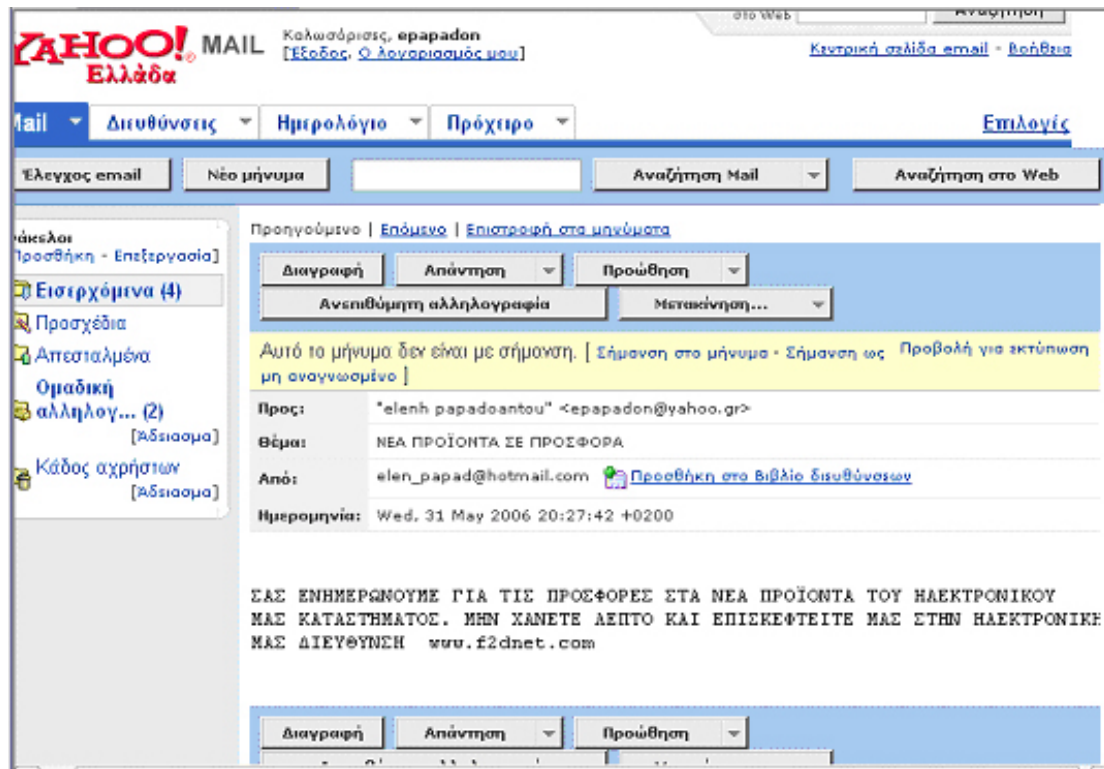
- ο Πληκτρολογούμε το θέμα του μηνύματος μας. Δίνουμε το θέμα του μηνύματος μας. Παρατηρούμε ότι αυτό εμφανίζεται στο email που στείλαμε.

✓ Έλεγχος Επιτυχής

- ο Πληκτρολογούμε το μήνυμα μας.

Το περιεχόμενο του μηνύματος μας είναι σωστό.

✓ Έλεγχος Επιτυχής



Έλεγχος επιτυχημένου Backup από την σελίδα διαχείρισης του Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Στην σελίδα διαχείρισης στο τμήμα εργαλεία υπάρχει η επιλογή «**Ασφαλές Αντίγραφο**». Πατώντας το κουμπί ασφαλές αντίγραφο ξεκινά η διαδικασία λήψης backup. Μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία, ένα αντίγραφο με ακριβή στοιχεία για το μέγεθος της βάσης, την ημερομηνία και την ώρα λήψης αποθηκεύεται στο φάκελο backup και συγκεκριμένα στην διαδρομή `var\ www\html\admin\backups`. Δοκιμάσαμε να επαναφέρουμε το αντίγραφο από το κουμπί «**επαναφορά**» στην σελίδα διαχείρισης. Η επαναφορά του αρχείου backup ολοκληρώθηκε επιτυχώς!

Έλεγχος στοιχείων στην δημιουργία Νέου Λογαριασμού Πελάτη

Κατά την δημιουργία νέου λογαριασμού πελάτη γίνεται έλεγχος εγκυρότητας της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Αν για παράδειγμα προσπαθήσουμε να εισάγουμε μια μη έγκυρη ηλεκτρονική διεύθυνση και πατήσουμε το κουμπί «**Συνέχεια**» για καταχώρηση και ολοκλήρωση του νέου λογαριασμού ,ένα σχετικό μήνυμα μας

ενημερώνει ότι η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δεν είναι έγκυρη. Αυτός ο έλεγχος εγκυρότητας του email ορίζεται στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος

<http://www.f2dnet.com/admin/configuration.php?gID=12> στην επιλογή “Verify E-mail Addresses through DNS” όπου του δίνουμε τιμή **true**.

Έλεγχος Username και Password Πελάτη

Στην περίπτωση που κάποιος εγγεγραμμένος πελάτης προσπαθήσει να δημιουργήσει λογαριασμό με τα το ίδιο username(διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου), η πλατφόρμα του oscommerce θα τον ενημερώσει ότι το συγκεκριμένο username είναι ήδη καταχωρημένο.

Εφόσον το username του πελάτη είναι καταχωρημένο, ο χρήστης καλείται να δώσει τον κωδικό πρόσβασης και να εισέλθει στο κατάστημα. Στην περίπτωση που ο πελάτης έχει ξεχάσει το password μπορεί να ζητήσει βοήθεια πατώντας την επιλογή «**Ξεχάσατε το κωδικό πρόσβασης σας? Πατήστε εδώ.**» Δίνοντας ο πελάτης την διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου λαμβάνει ένα email με τα στοιχεία πρόσβασης του λογαριασμού του.

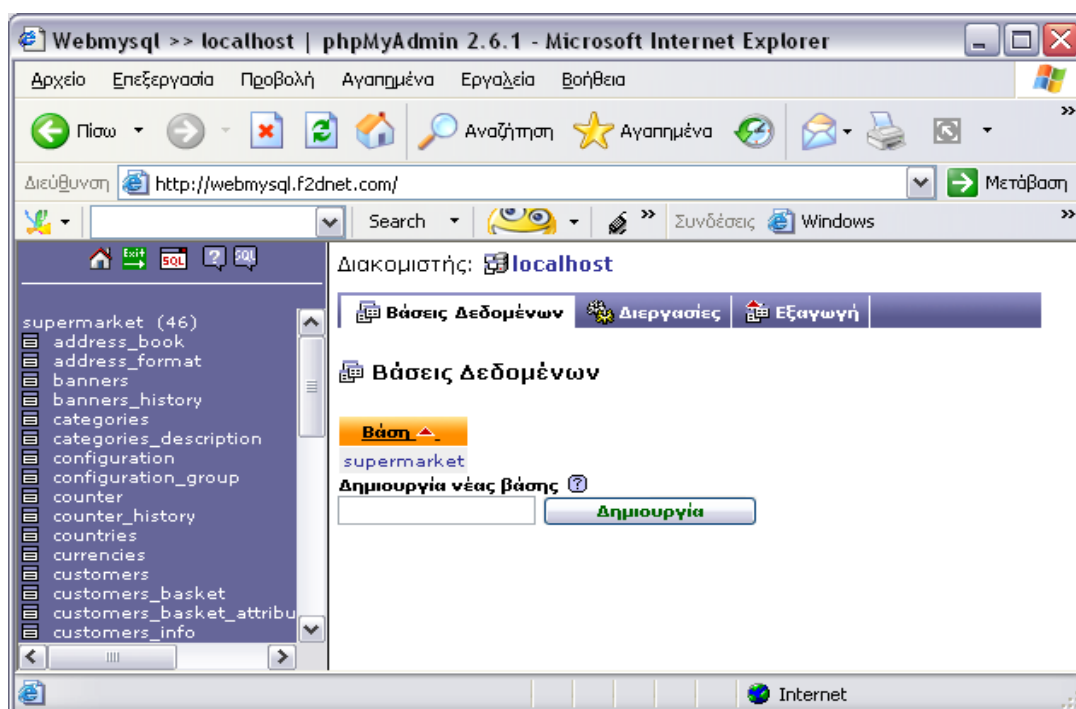
7. Οδηγίες Εγκατάστασης Πλατφόρμας osCommerce

Η εγκατάσταση της πλατφόρμας oscommerce περιλαμβάνει έξι στάδια τα οποία αναλύονται στις παραγράφους που ακολουθούν:

1. Δημιουργία της Βάσης Δεδομένων (<https://makis.clever-servers.com:8443/client>)
2. Upload των αρχείων που κατεβάζουμε από την σελίδα υποστήριξης της πλατφόρμας.
3. Αλλαγή των permissions (CHMOD 777) στα configuration αρχεία.
4. Εκκίνηση της Web-Based εγκατάστασης.
5. Ξανα Ορισμός στα permissions και δημιουργία επιπλέον καταλόγων
6. Rename του φακέλου εγκατάστασης

7.1 Δημιουργία Βάσης Δεδομένων.

Από την τοποθεσία <https://makis.clever-servers.com:8443/client> ξεκινάμε δημιουργία νέας βάσης δεδομένων(όνομα βάσης) και χρήστη(username & password). Αμέσως μετά πρέπει να συνδέσουμε τον χρήστη με την βάση που μόλις δημιουργήσαμε.



7.2 Upload των αρχείων του Ηλεκτρονικού Καταστήματος.

Κατεβάζουμε το zip αρχείο που περιέχει τον κώδικα του osCommerce (από <http://www.oscommerce.com/solutions/downloads>) και το αποσυμπίεζουμε σε ένα

κατάλογο τοπικά. Δημιουργείται αυτόματα μία δομή καταλόγων, μέσα στην οποία υπάρχει και ο υποκατάλογος 'catalog'.

Χρησιμοποιώντας κάποιον FTP client (<http://www.leapware.com/download.html>), «ανεβάζουμε» τον υποκατάλογο 'catalog' μέσα στον κατάλογο [main_html/](#) του server που θα φιλοξενήσει την ιστοσελίδα μας.

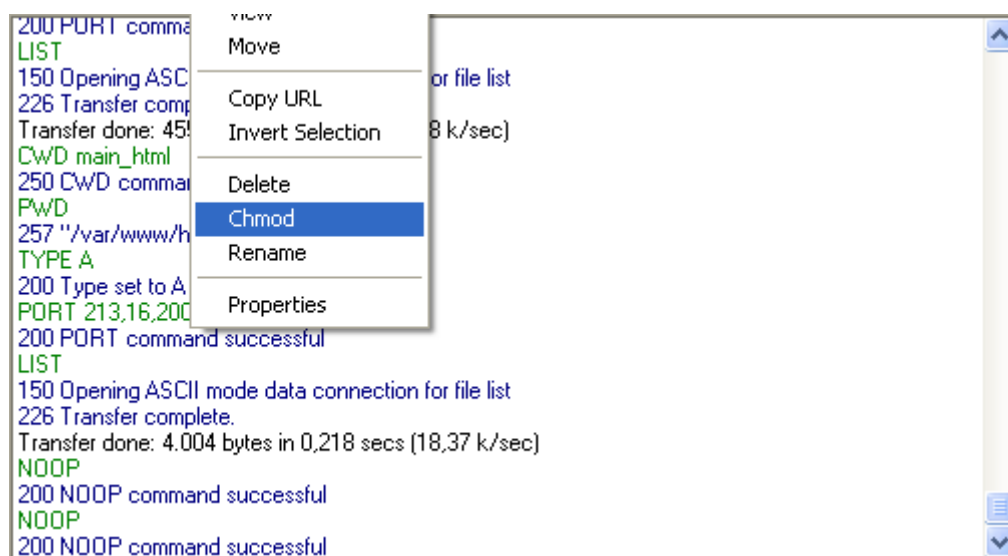
Περιμένουμε μέχρι να ολοκληρωθεί η διαδικασία.

Παρατήρηση: Όλα τα αρχεία πρέπει να ανέβουν σε ASCII μορφή και όχι binary.

7.3 Αλλαγή Permissions (CHMOD 777) στα configuration files.

Για να πραγματοποιήσουμε τις αλλαγές στα permissions θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε την εντολή CHMOD του FTP προγράμματος που χρησιμοποιούμε. (δεν υποστηρίζουν όλα τα προγράμματα CHMOD)

Αυτό γίνεται επιλέγοντας το αρχείο που θέλουμε να ορίσουμε ξανά δικαιώματα και πατώντας δεξί click.



Εμείς θα αλλάξουμε τα permissions (CHMOD 777) στα εξής αρχεία:

`/includes/configure.php`

`/admin/includes/configure.php`

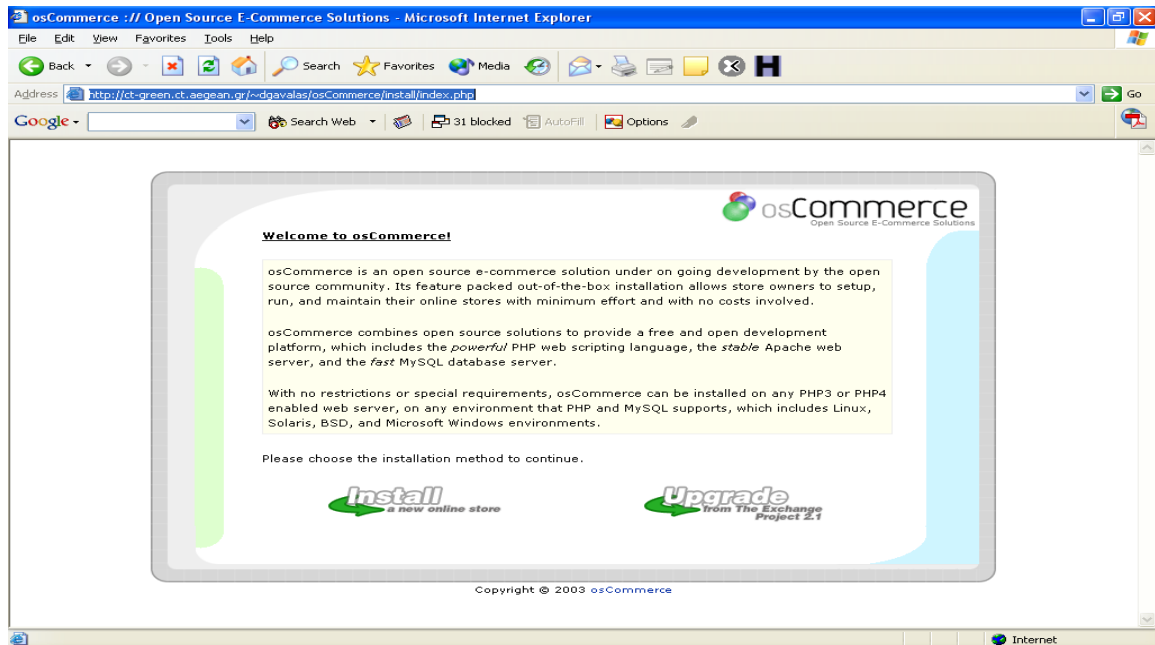
Ορίζοντας αυτά τα δικαιώματα επιτρέπουμε στο script της εγκατάστασης να «γράψει» στα configure.php αρχεία. Αν δεν ορίσουμε αυτά τα δικαιώματα πριν την εγκατάσταση είναι πολύ πιθανό να μας «χτυπήσει» σφάλμα.

7.4 Εκκίνηση της Web Based εγκατάστασης

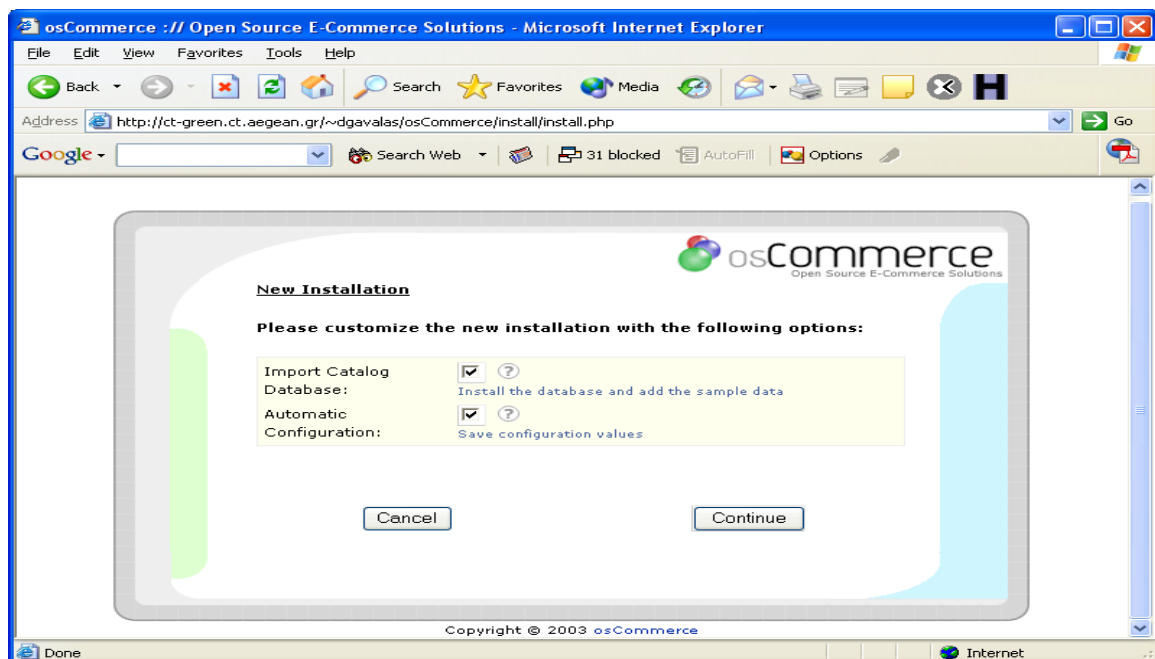
Ξεκινάμε τη web-based installation, πληκτρολογώντας στον browser την URL:

<http://www.f2dnet.com/install>

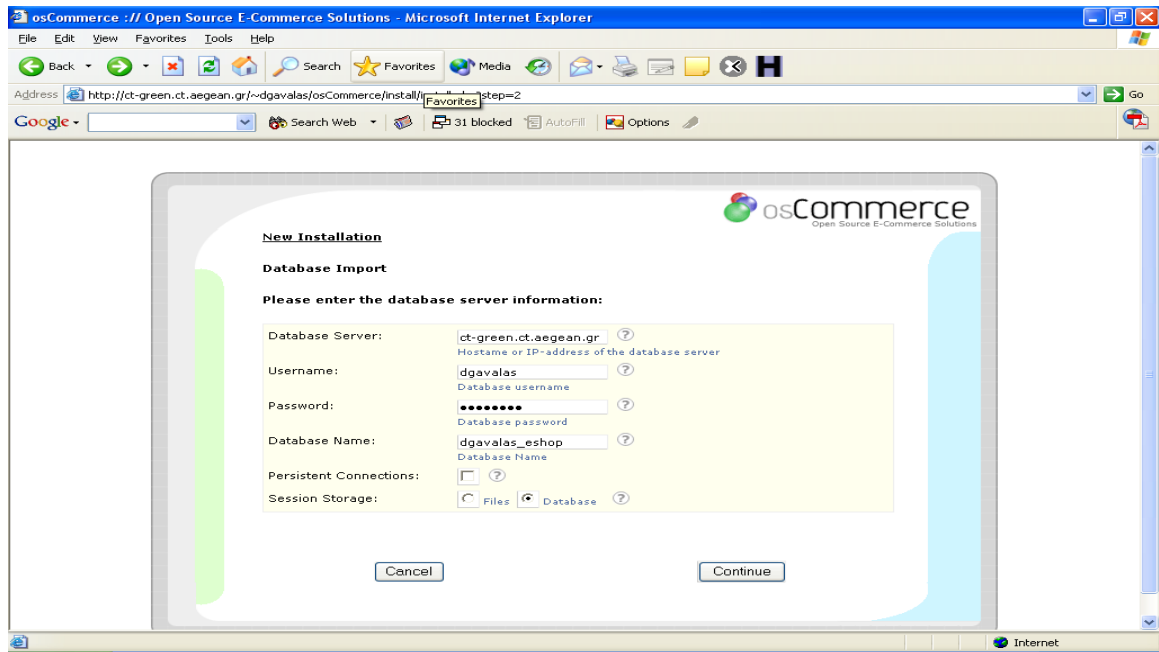
Θα οδηγηθούμε στην παρακάτω οθόνη:



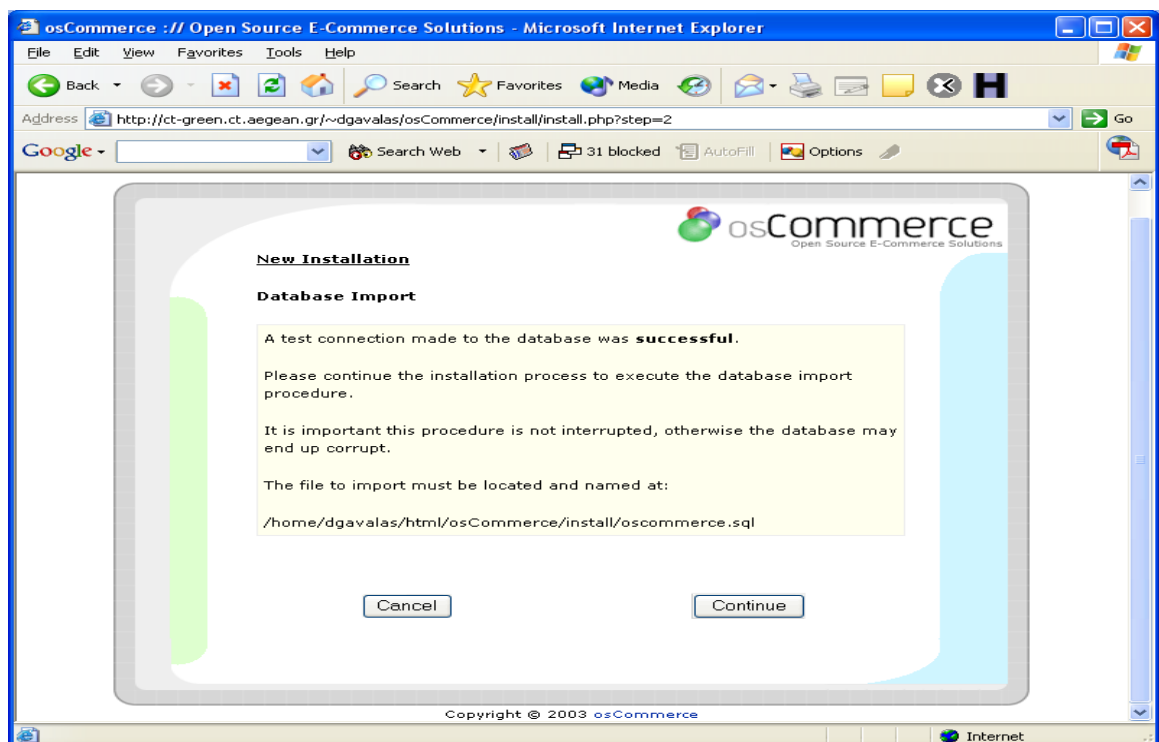
Κάνουμε κλικ στο πλήκτρο “Install”:



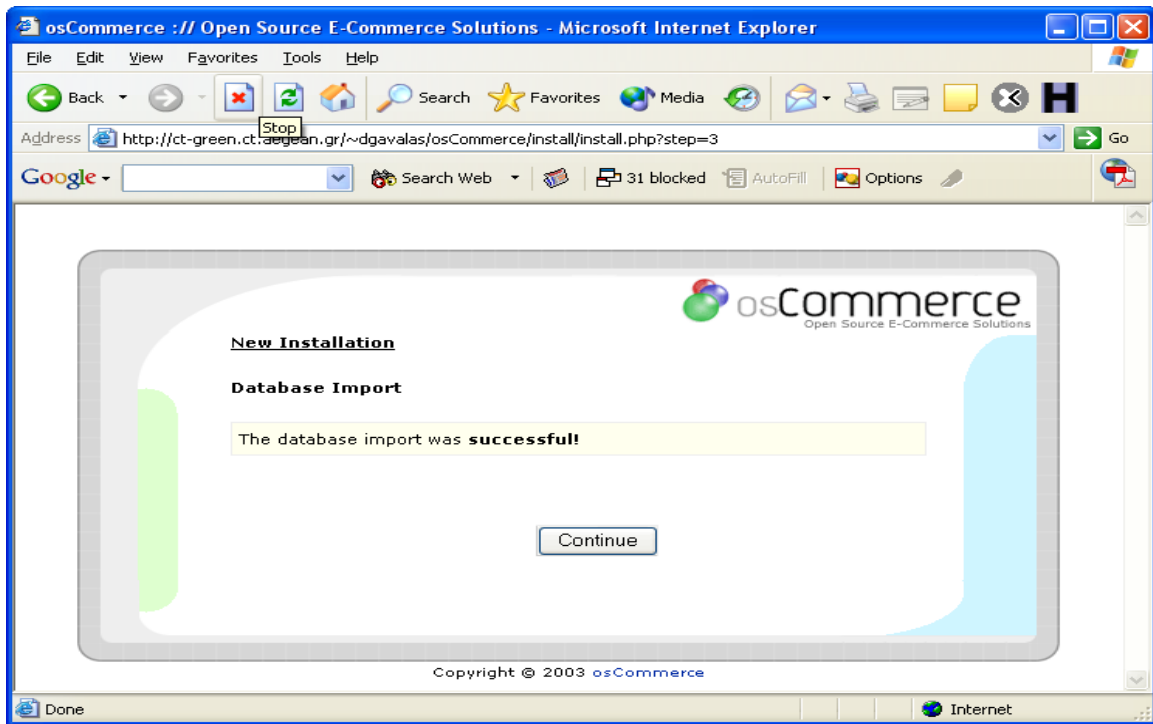
Κάνουμε κλικ και στα δύο checkboxes και στη συνέχεια στο πλήκτρο ‘Continue’



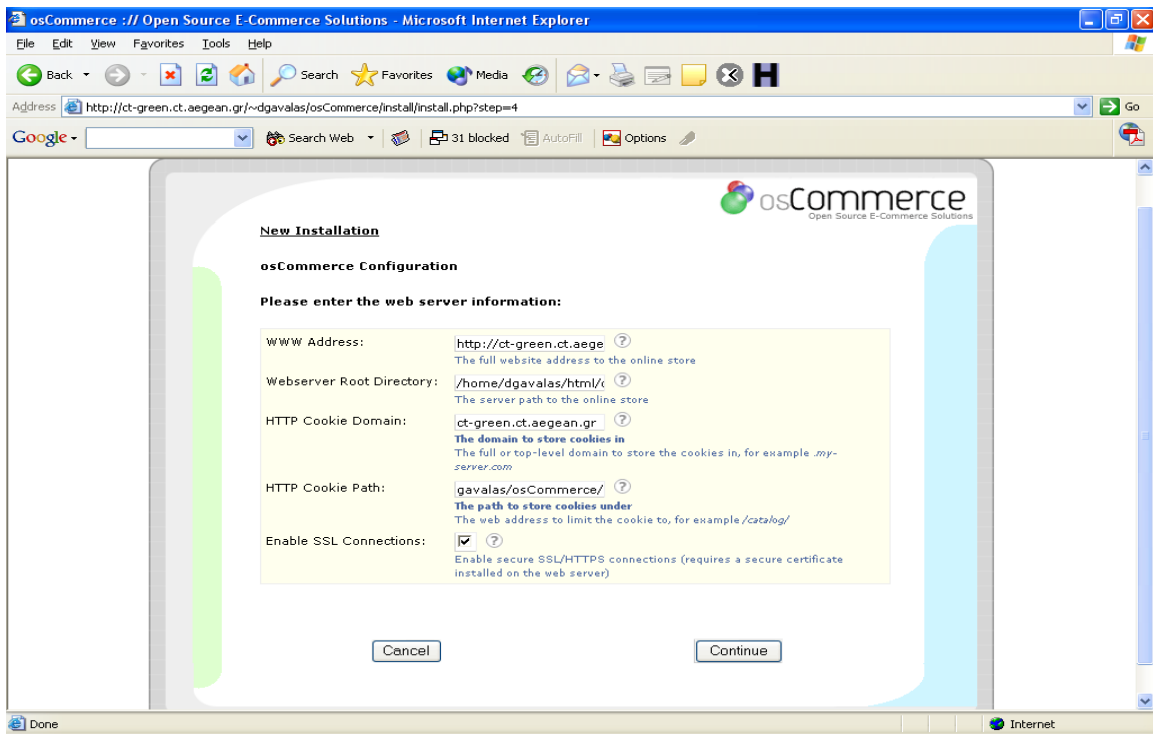
Συμπληρώνουμε το όνομα του database server "localhost" καθώς και το username (elen_papad) και το password (1234*) που μας έχει δοθεί. Στο 'Database name' δίνουμε το όνομα της βάσης μας "supermarket". Κάνουμε κλικ στο 'Continue'.



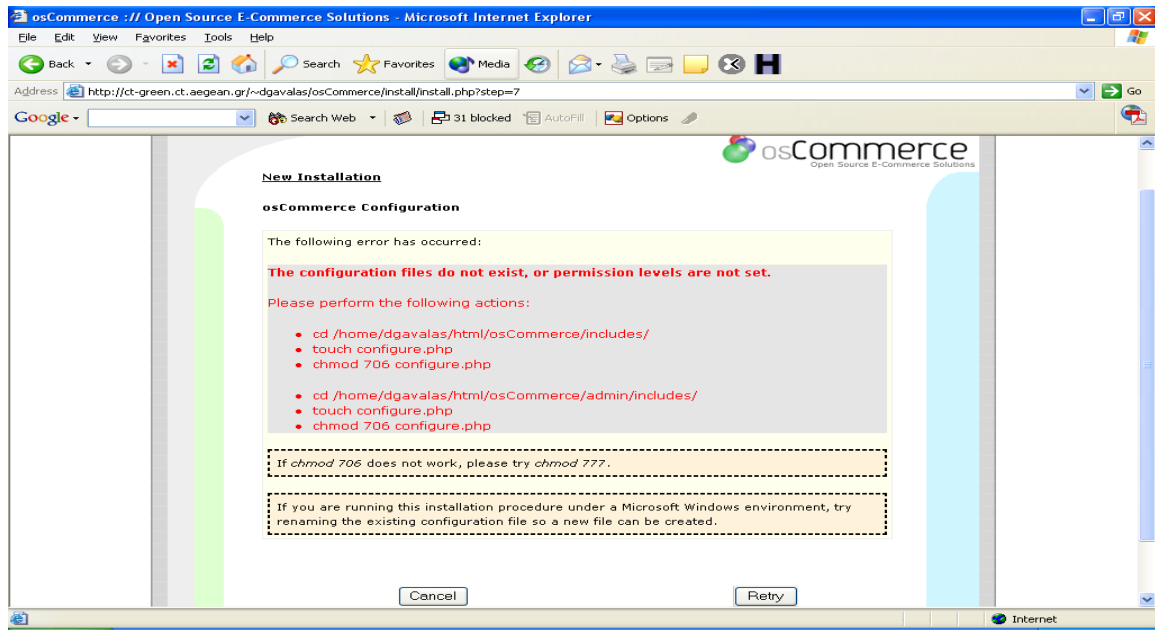
Κάνουμε κλικ στο 'Continue'.



Κάνουμε κλικ στο 'Continue':



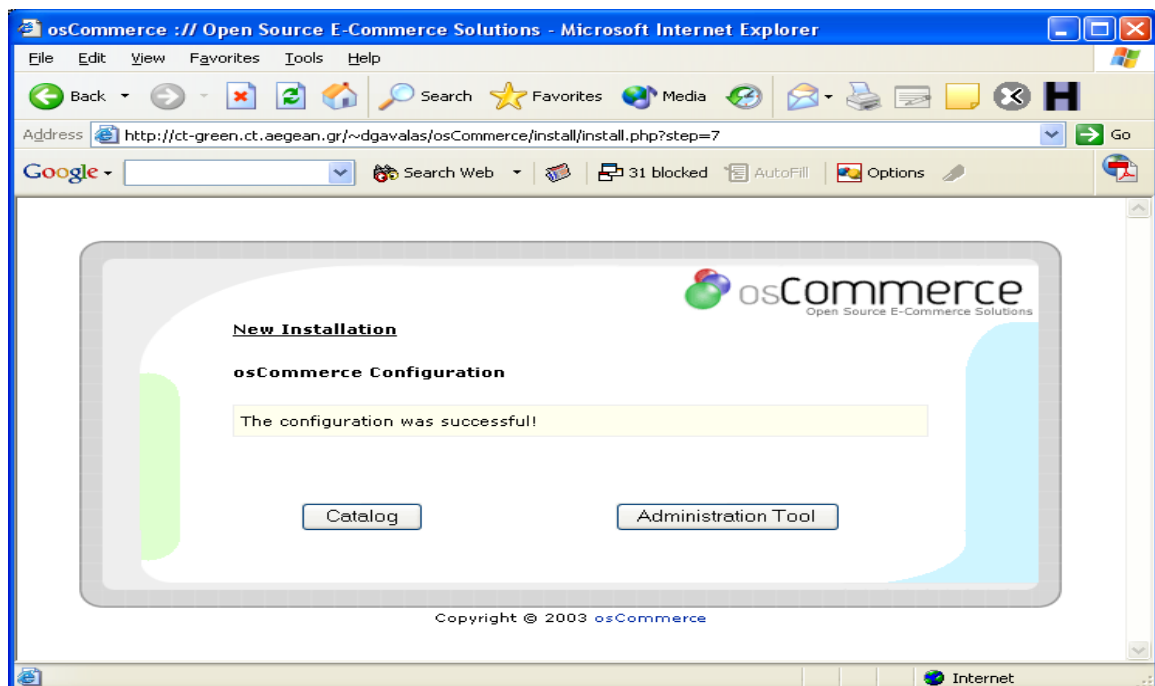
Κάνουμε κλικ στο 'Continue':



Σε περίπτωση που μας επιστραφεί η προηγούμενη οθόνη, θα πρέπει να αλλάξουμε τα δικαιώματα (permissions) κάποιων αρχείων ρυθμίσεων (configuration files).

Ακολουθώντας το path του αρχείου που έχει λάθος permissions και χρησιμοποιώντας την εντολή CHMOD μπορούμε να τα ορίσουμε εκ νέου με τον τρόπο που περιγράψαμε στο στάδιο 7.3 .

Αν δεν έχει προκύψει κάποιο απροσδόκητο πρόβλημα, η εγκατάσταση της πλατφόρμας osCommerce έχει πλέον ολοκληρωθεί με επιτυχία!!!



7.5 Ορισμός εκ νέου των permissions και δημιουργία επιπλέον καταλόγων.

Στην διαδρομή `/includes/configure.php` & `/admin/includes/configure.php`

Αλλάζω τα δικαιώματα σε **CHMOD 644**, κάνω εφαρμογή των αλλαγών και reload των files.

Στην διαδρομή `/root/images/` αλλάζω τα δικαιώματα σε **CHMOD 777** για να μπορέσουμε να ανεβάσουμε τις εικόνες από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Δημιουργώ στην διαδρομή `/admin/backups` φάκελο backups και ορίζω τα δικαιώματα σε **CHMOD 777**. Ο φάκελος αυτός χρησιμοποιείται για την λήψη αντιγράφων ασφαλείας της βάσης από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος.

7.6 Rename του κατάλογου εγκατάστασης.

Στην ρίζα με τα αρχεία του ηλεκτρονικού καταστήματος μετονομάζουμε τον φάκελο `install` π.χ `install_back`.

8. Εγχειρίδιο Διαχείρισης OSCommerce

Αυτό το εγχειρίδιο περιλαμβάνει το διαχειριστικό κομμάτι του osCommerce. Κάθε τμήμα καθώς και οι λειτουργίες του περιγράφονται εδώ.

osCommerce Κουσόλα ρυθμίσεων | Online Κατάλογος | Υποστήριξη σελίδας

Επιλέξτε μια εργασία.. Greek

osCommerce
Υποστήριξη δικτυακού τόπου
Υποστήριξη Forums
Λίστες ταχυδρομείου
Αναφορές Προβλημάτων
FAQ
Συζητήσεις
CVS Repository
Πύλη Πληροφοριών

Παραγγελίες
Processing: 0
Delivered: 1
Pending: 0

Στατιστικά
Πελάτες: 4
Προϊόντα: 2781
Κριτικές: 0

Άνεν προστατεύεται από secure SSL connection.

Ρυθμίσεις
Το κατάστημά μου, Καταγραφές, Cache

Κατάλογος
Περιεχόμενα, Κατασκευαστές

Πελάτες
Πελάτες, Παραγγελίες

Αναφορές
Προϊόντα, Παραγγελίες

Μονάδες
Πληρωμές, Αποστολές

Τοποθεσίες / Φόροι
Χώρες, Φορολογικές Ζώνες

Ρυθμίσεις Τοποθεσίας
Νομίσματα, Γλώσσες

Εργαλεία
Αντίγραφα, Banners, Αρχεία

8.1 Εγχειρίδιο Διαχείρισης OSCommerce

- **Ρυθμίσεις:** Αυτό το κομμάτι περιλαμβάνει τις βασικές ρυθμίσεις διαμόρφωσης του osCommerce.
- **Κατάλογος:** Αυτό το κομμάτι καλύπτει την διαχείριση του καταλόγου του ηλεκτρονικού καταστήματος, την κατασκευή κατηγοριών, την εισαγωγή προϊόντων και των ιδιοτήτων τους.
- **Μονάδες:** Αυτό το κομμάτι καλύπτει οποιοδήποτε επιπρόσθετες μονάδες και συγκεκριμένα τους συνήθεις τρόπους πληρωμής και αποστολής που συνοδεύουν το osCommerce.
- **Τοποθεσίες/ Φόροι:** Αυτό το κομμάτι περιλαμβάνει την ρύθμιση των φόρων και ζώνης του ηλεκτρονικού καταστήματος.
- **Ρυθμίσεις Τοποθεσίας:** Αυτό το κομμάτι περιλαμβάνει την ρύθμιση του νομίσματος, της γλώσσας και της κατάστασης των παραγγελιών των πελατών.

- **Αναφορές::** Σ' αυτήν την ενότητα παρουσιάζονται αναφορές για το πόσα προϊόντα έχουν δει ,αγοράσει οι πελάτες μας καθώς και το σύνολο της αξίας των παραγγελιών.
- **Εργαλεία::** Η ενότητα αυτή χρησιμοποιείται για την λήψη αντιγράφων (backup) της βάσης δεδομένων, για την διαχείριση διαφημιστικών banner, για την διαχείριση των σελίδων του site (file manager),για την αποστολή κάποιου e-mail ή ενημερωτικού δελτίου στους πελάτες, για να πάρουμε πληροφορίες του διακομιστή καθώς και για να δούμε ποιος είναι αυτή την στιγμή στο κατάστημα μας(who 's online).
- **Πελάτες::** Σ αυτήν την ενότητα έχουμε μια λίστα όλων των πελατών τους οποίους μπορούμε να επεξεργαστούμε.

8.2 Ρυθμίσεις

Κάνοντας κλικ στις ρυθμίσεις στην σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος ένα drop down μενού θα εμφανιστεί. Με αριστερό κλικ σε καθένα από αυτά τα μενού που βρίσκονται στα αριστερά της σελίδας μας ξετυλίγονται οι αντίστοιχες λίστες. Για να επεξεργαστούμε αυτές τις λίστες αρκεί να επιλέξουμε αυτό που θέλουμε και όταν η επιλογή μας μαρκαριστεί αρκεί να πατήσουμε το κουμπί «μεταφόρτωση» που βρίσκεται δεξιά.



My Store::

Store Name ::

Το όνομα του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Store Owner ::

Μπορεί να είναι το όνομα μας ή το όνομα του καταστήματος. Το όνομα που θα δώσουμε εμφανίζεται στο email στο πεδίο του αποστολέα όταν οι πελάτες λαμβάνουν το email που τους ενημερώνει για τις αγορές τους.

E-mail Address ::

Η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που φαίνεται στο πεδίο αποστολέα στον πελάτη.

E-mail From ::

Η βασική ηλεκτρονική διεύθυνση του καταστήματος μας.

Country ::

Η χώρα στην οποία βρισκόμαστε.

Zone ::

Η περιοχή ή η πολιτεία στην οποία βρίσκεται το κατάστημα μας. Είναι απαραίτητο για να ορίσουμε τους φόρους αργότερα.

Expected Sort Order ::

Η σειρά ταξινόμησης που χρησιμοποιούμε στο κουτί με τα αναμενόμενα προϊόντα.

Expected Sort Field ::

Η στήλη με την οποία γίνεται ταξινόμηση στο κουτί με τα αναμενόμενα προϊόντα.

Switch To default Language Currency ::

Αν το ηλεκτρονικό κατάστημα υποστηρίζει πολλά διαφορετικά νομίσματα με την επιλογή αυτή γίνεται αυτόματη αλλαγή του νομίσματος με την αλλαγή της γλώσσας.

Send Extra Order E-mails To ::

Η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην οποία θα λαμβάνονται οι παραγγελίες.

Use Search-Engine Safe URLs ::

Τεχνολογία που μετατρέπει τα δυναμικά URLs σε στατικά.

Display Cart After Adding Product ::

Αν το πεδίο οριστεί Αληθές, αυτό σημαίνει ότι θα εμφανίζεται η σελίδα με τα περιεχόμενα του καλαθιού κάθε φορά που προσθέτουμε κάποιο προϊόν στο καλάθι μας και ο πελάτης θα πρέπει να επιλέγει το κουμπί «Συνέχεια» για να επιστρέψει στην σελίδα με τον κατάλογο προϊόντων και να συνεχίσει τις αγορές του. Θα μπορεί επίσης ο πελάτης να δει τα πράγματα στο αντίστοιχο κουτί (cart box) με τα περιεχόμενα του καλαθιού. Αν το πεδίο οριστεί Ψευδές, τότε ο πελάτης θα μένει στην ίδια σελίδα του προϊόντος το οποίο βάζει στο καλάθι αγορών και θα μπορεί να δει τα προϊόντα στο αντίστοιχο κουτί που βρίσκεται στην επάνω και δεξιά στήλη του ηλεκτρονικού καταστήματος(ή οπουδήποτε αλλού έχουμε τοποθετήσει αυτό το κουτί).

Allow Guest To Tell A Friend ::

Επιτρέπει στον πελάτη ,κατά την διάρκεια των αγορών του, να ενημερώσει κάποιο φίλο του σχετικά με το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Υπάρχει το αντίστοιχο κουτί “Ενημερώστε κάποιο Φίλο”.

Default Search Operator ::

Μας επιτρέπει να χρησιμοποιήσουμε το «και» ή το «ή» για αναζήτηση.

Store Address and Phone ::

Το όνομα του καταστήματος μας, το τηλέφωνο και άλλες πληροφορίες που μπορεί να δει ο πελάτης.

Show Category Counts ::

Αν οριστεί Αληθές, μας δείχνει τον αριθμό των προϊόντων σε κάθε κατηγορία.

Αν οριστεί Ψευδές, δεν θα εμφανίζει τον αριθμό των προϊόντων σε κάθε κατηγορία.

Tax Decimal Places ::

Συμπληρώνει την φορολογική αξία με δεκαδικά ψηφία.

Display Prices with Tax ::

Αν οριστεί Αληθές, εμφανίζει τις τιμές των προϊόντων με το Φ.Π.Α

Αν οριστεί ψευδές, εμφανίζει τις τιμές των προϊόντων χωρίς Φ.Π.Α.

Minimum Values ::

Είναι οι ελάχιστες τιμές όλων των πεδίων που συμπληρώνονται από τον πελάτη. Συνήθως τις αφήνουμε όπως είναι.

First Name ::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το όνομα του πελάτη.

Last Name ::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το επώνυμο του πελάτη.

Minimum Values

Τίτλος	Τμήτ	Εργασία	First Name
First Name	2		Μεταφόρτωση
Last Name	2		
Date of Birth	10		Minimum length of first name
E-Mail Address	6		
Street Address	5		Ημερομηνία προσθήκης: 18/12/2005
Company	2		
Post Code	4		
City	3		
State	2		
Telephone Number	3		
Password	5		
Credit Card Owner Name	3		
Credit Card Number	10		
Review Text	50		
Best Sellers	1		
Also Purchased	1		

Date of Birth ::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για την ημερομηνία γέννησης του πελάτη.

E-mail Address::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το e-mail του πελάτη.

Street address ::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για την διεύθυνση του πελάτη.

Company ::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το όνομα της εταιρείας του πελάτη.

Post Code::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για τον ταχυδρομικό κωδικό του πελάτη.

City::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το όνομα της πόλης του πελάτη.

State::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το όνομα της περιοχής του πελάτη.

Telephone Number::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το τηλέφωνο του πελάτη.

Password::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το password του πελάτη.

Credit Card Owner Name::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για το όνομα στην πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Credit Card Number::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων αριθμού πιστωτικής κάρτας του πελάτη.

Review Text::

Ελάχιστος αριθμός χαρακτήρων για τις κριτικές του πελάτη.

Best Sellers::

Ελάχιστος αριθμός προϊόντων που προβάλλονται ως τα καλύτερα.

Also Purchased::

Ελάχιστος αριθμός προϊόντων που προβάλλονται στο κουτί «Προϊόντα που έχουν ήδη αγοραστεί από τον πελάτη».

Maximum Values ::

Περιλαμβάνονται οι μέγιστες τιμές των πεδίων σε διαφορετικές μονάδες στο κατάστημα.

Οι περισσότερες είναι αυτεξήγητες ...

Address Book Entries ::

Μέγιστος αριθμός εγγραφών διευθύνσεων που επιτρέπεται να έχει ένας πελάτης.

Maximum Values

Τίτλος	Τιμή	Εργαλεία	Address Book Entries
Address Book Entries	5	▶	Μεταφόρτωση
Search Results	20	⌵	
Page Links	5	⌵	Maximum address book entries a customer is allowed to have
Special Products	9	⌵	
New Products Module	9	⌵	
Products Expected	10	⌵	Ημερομηνία προσθήκης: 18/12/2005
Manufacturers List	0	⌵	
Manufacturers Select Size	2	⌵	
Length of Manufacturers Name	15	⌵	
New Reviews	6	⌵	
Selection of Random Reviews	10	⌵	
Selection of Random New Products	10	⌵	
Selection of Products on Special	10	⌵	
Categories To List Per Row	3	⌵	
New Products Listing	10	⌵	
Best Sellers	10	⌵	
Also Purchased	6	⌵	
Customer Order History Box	6	⌵	
Order History	10	⌵	

Search Results::

Μέγιστος αριθμός προϊόντων που θα παρουσιαστούν σαν λίστα σε μια σελίδα στο κατάστημα μας.

Page Links::

Μέγιστος αριθμός σελίδων που βλέπουμε στο κάτω μέρος της λίστας ενός από τα προϊόντα στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Special Products::

Μέγιστος αριθμός προϊόντων που φαίνονται σαν νέα προϊόντα.

New Products Module::

Μέγιστος αριθμός προϊόντων που φαίνονται σαν νέα προϊόντα σε μία κατηγορία.

Products Expected::

Μέγιστος αριθμός προϊόντων που παρουσιάζονται ως αναμενόμενα προϊόντα

Manufacturers Select Size ::

Χρησιμοποιείται στο κουτί του κατασκευαστή, όταν η τιμή του τεθεί σε '1' η κλασσική λίστα θα χρησιμοποιηθεί για το κουτί του κατασκευαστή, αλλιώς ένα αναδιπλούμενο μενού με συγκεκριμένο αριθμό από γραμμές θα εμφανιστεί.

Length of Manufacturers Name ::

Μέγιστο μήκος ονόματος κατασκευαστή.

New Reviews::

Μέγιστος αριθμός από κριτικές που θα προβληθούν.

Selection of Random Reviews ::

Μέγιστος αριθμός εγγραφών από τις οποίες επιλέγει τυχαία μια από τις κριτικές κάποιου προϊόντος.

Selection of Random New Products ::

Μέγιστος αριθμός εγγραφών από τις οποίες επιλέγει τυχαία να προβάλλει ένα νέο προϊόν.

Selection of products on Special ::

Μέγιστος αριθμός εγγραφών από τις οποίες επιλέγει για να προβάλλει ένα τυχαίο προϊόν σαν special.

Categories to List per Row ::

Πόσες κατηγορίες να εμφανίσει ανά γραμμή.

New Products Listing ::

Μέγιστος αριθμός από νέα προϊόντα που θα προβληθούν στην σελίδα με τα νέα προϊόντα.

Best Sellers ::

Μέγιστος αριθμός προϊόντων που προβάλλονται ως τα καλύτερα.

Also Purchased ::

Μέγιστος αριθμός από προϊόντα που παρουσιάζονται στο κουτί «Ο πελάτης έχει ήδη αγοράσει».

Customer Order History Box ::

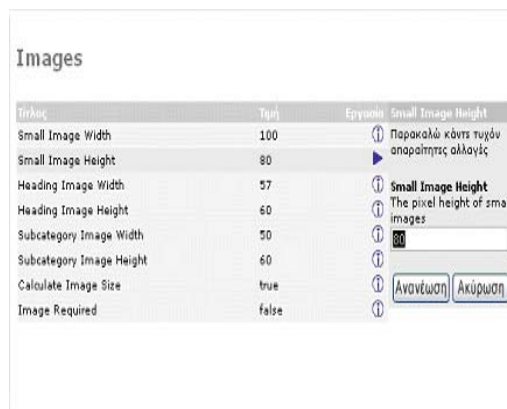
Μέγιστος αριθμός προϊόντων που εμφανίζονται στο ιστορικό παραγγελιών του πελάτη.

Order History ::

Μέγιστος αριθμός παραγγελιών που εμφανίζονται στην σελίδα με το ιστορικό των παραγγελιών.

Images::

Εδώ είναι οι ρυθμίσεις για όλες τις φωτογραφίες στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Μπορούμε να τις αλλάξουμε όπως εμείς επιθυμούμε.



Small Image Width ::

Μέγεθος εικόνας σε πλάτος για τα προϊόντα που εμφανίζονται στην σελίδα με τον κατάλογο προϊόντων.

Small Image Height ::

Μέγεθος εικόνας σε ύψος για τα προϊόντα που εμφανίζονται στην σελίδα με τον κατάλογο προϊόντων.

Heading Image Width ::

Μέγεθος εικόνας σε πλάτος για τα προϊόντα που ανεβάζουμε σε κάθε κατηγορία.

Heading Image Height ::

Μέγεθος εικόνας σε ύψος για τα προϊόντα που ανεβάζουμε σε κάθε κατηγορία.

Subcategory Image Width ::

Μέγεθος εικόνας σε πλάτος για τις υποκατηγορίες.

Subcategory Image Height ::

Μέγεθος εικόνας σε ύψος για τις υποκατηγορίες.

Calculate Image Size ::

Υπολογίζει το μέγεθος της εικόνας.

Image Required ::

Αν ενεργοποιήσουμε αυτή την επιλογή μας εμφανίζει «σπασμένες» φωτογραφίες.

Customers Details ::

Οι τιμές τις οποίες συμπληρώνει ένας πελάτης όταν κάνει εγγραφή στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Τις ενεργοποιούμε ή όχι όπως εμείς θέλουμε.

Gender ::

Εμφανίζει το φύλο του πελάτη στη καρτέλα λογαριασμού του. Ορίζουμε true ή False.

Customer Details

Τίτλος	Τιμή	Εργασία	Gender
Gender	true	▶	Μεταφόρτωση
Date of Birth	true	ⓘ	
Company	true	ⓘ	Display gender in the customers account
Suburb	true	ⓘ	
State	true	ⓘ	

Ημερομηνία προσθήκης: 18/12/2005

Date of birth ::

Εμφανίζει την ημερομηνία γέννησης στην καρτέλα λογαριασμού του πελάτη.

Company ::

Εμφανίζει το όνομα της εταιρείας στο λογαριασμό του πελάτη.

Suburb ::

Προβολή της περιοχής(προάστιο) στον λογαριασμό του πελάτη.

State ::

Προβολή της πολιτείας του πελάτη.

Shipping / Packaging::

Εδώ ορίζουμε τις βασικές πληροφορίες αποστολής που χρησιμοποιούνται στο τμήμα τρόποι αποστολής .

Country of Origin ::

Επιλέγουμε την χώρα προέλευσης που θα χρησιμοποιήσουμε στις αποστολές

Postal Code::

Εισάγετε τον ταχυδρομικό κωδικό (T.K) του καταστήματος που θα χρησιμοποιηθεί για τις αποστολές.

Enter the Maximum Package Weight You Will Ship ::

Εισάγουμε το μέγιστο βάρος ενός δέματος που θα αποστείλουμε . Οι μεταφορείς έχουνε ένα μέγιστο όριο βάρους για ένα δέμα που ισχύει για κάθε αποστολή. Χρησιμοποιείται εάν επιλέξουμε «αποστολή κατά βάρος» στον πίνακα Τμήμα\αποστολή.

Package Tare Weight ::

Ορίζουμε το βάρος του δέματος από τα μικρά στα μεσαίου μεγέθους πακέτα.

Larger Packages Percentages Increase ::

Ορίζουμε το ποσοστό αύξησης στην περίπτωση μεγάλου δέματος. Θα είναι ένα extra χρηματικό ποσό για μεγαλύτερα δέματα.

Product Listing::

Εδώ είναι οι ρυθμίσεις για το πώς θα εμφανίζεται ο κατάλογος με τα προϊόντα καθώς και οι επιπλέον πληροφορίες που μπορούν να προσαρτηθούν σ'αυτά.

Display Product Image ::

Εμφανίζει ή όχι την εικόνα του προϊόντος. Δίνουμε True ή False.

Product Listing

Τίτλος	Τιμή Έργασίας	Display Product Image
Display Product Image	1	<input checked="" type="checkbox"/>
Display Product Manufacturer Name	0	<input type="checkbox"/>
Display Product Model	0	<input type="checkbox"/>
Display Product Name	2	<input type="checkbox"/>
Display Product Price	3	<input type="checkbox"/>
Display Product Quantity	0	<input type="checkbox"/>
Display Product Weight	0	<input type="checkbox"/>
Display Buy Now column	4	<input type="checkbox"/>
Display Category/Manufacturer Filter (0=disable; 1=enable)	0	<input type="checkbox"/>
Location of Prev/Next Navigation Bar (1-top, 2-bottom, 3-both)	3	<input type="checkbox"/>

Display Product Manufacturer

Name ::

Εμφανίζει ή όχι το όνομα του κατασκευαστή του προϊόντος.

Display Product Model ::

Εμφανίζει ή όχι το μοντέλο του προϊόντος.

Display Product Name ::

Εμφανίζει ή όχι το όνομα του προϊόντος.

Display Product Price ::

Εμφανίζει ή όχι την τιμή του προϊόντος.

Display Product Quantity ::

Εμφανίζει ή όχι την ποσότητα του προϊόντος.

Display Product Weight ::

Εμφανίζει ή όχι το βάρος του προϊόντος.

Display Buy Now Column ::

Εμφανίζει ή όχι την στήλη «Αγόρασε το Τώρα»

Display Category /Manufacturer Filter (0=disable; 1=enable) ::

Επιλέγουμε εάν θέλουμε να εμφανίζεται το φίλτρο κατηγορίας \ κατασκευαστή (0=ανενεργό; 1=ενεργό)

Location of Prev /Next Navigation Bar (1-top, 2-bottom ,3-both) ::

Ορίζουμε την θέση της μπάρας Προηγούμενο\ Επόμενο. Οι διαθέσιμες τιμές είναι 1-κορυφή, 2-κατω μέρος, 3-και τα δυο.

Stock ::

Είναι ένας έλεγχος της αποθήκης.

Check stock Level ::

Το ενεργοποιούμε για να ελέγξουμε εάν το διαθέσιμο απόθεμα είναι ικανοποιητικό.

Subtract Stock ::

Το ενεργοποιούμε εάν θέλουμε να αφαιρείται το προϊόν στο απόθεμα από την ποσότητα στις παραγγελίες προϊόντων.

Allow Checkout ::

Επιτρέπει στο πελάτη να προχωρήσει στον έλεγχο των προϊόντων αγοράς του ακόμη και αν το επίπεδο stock είναι πολύ χαμηλό.

Mark Product Out of Stock ::

Χρησιμοποιούμε ένα σύμβολο για να τσεκάρουμε τα προϊόντα που είναι εκτός stock.

Stock Re-Order Level ::

Ορίζουμε το επίπεδο όπου το stock της αποθήκης μας θεωρείται χαμηλό προτού ξανά παραγγείλουμε.

Logging ::

Αυτό το τμήμα μας επιτρέπει να ρυθμίσουμε τις επιλογές σύνδεσης στο oscommerce που είναι χρήσιμοι για debugging.

Store Page Parse Time ::

Αποθηκεύουμε το χρόνο που χρειάζεται μια σελίδα για να αναλυθεί.

Log Destination ::

Φάκελος και όνομα αρχείου της σελίδας για την αποθήκευση log.

Log Date Format ::

Η μορφή της ημερομηνίας στο log.

Display The Page Parse Time ::

Εμφανίζει το χρόνο ανάλυσης της σελίδας(πρέπει να είναι ενεργοποιημένο).

Store Database Queries ::

Αποθηκεύει τα ερωτήματα της βάσης στο log ανάλυσης της σελίδας.

Cache

Το oscommerce στηρίζεται στην εναποθήκευση σελίδων που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να μειώσει σημαντικά το φορτίο των κεντρικών υπολογιστών και να αυξήσει την ταχύτητα του καλαθιού όταν χρησιμοποιείται. Εάν κάνουμε τις αλλαγές στο site μας θα πρέπει να διαγράψουμε τα περιεχόμενα του cache προκειμένου να δούμε τις αλλαγές.

Οποιαδήποτε στιγμή το cache directory μας δεν είναι ρυθμισμένο για το κατάστημα μας θα λαμβάνουμε ένα λάθος στην κορυφή της σελίδας μας ως εξής:

```
[code]
```

Error : cache directory δεν υπάρχει. Παρακαλούμε να το ορίσετε στις Ρυθμίσεις->cache.

```
[/code]
```

Use Cache ::

Το ενεργοποιούμε εάν θέλουμε να επιτρέψουμε εναποθήκευση.

Cache Directory ::

Ορίζουμε την διαδρομή για τον κατάλογο cache.

E-mail Options ::

Σ' αυτό το τμήμα ορίζουμε πως το oscommerce χειρίζεται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Εάν το email μας δεν λειτουργεί σωστά πρέπει να ελέγξουμε τις παρακάτω ρυθμίσεις.

E-mail Transport Method ::

Ορίζει εάν ο server μας χρησιμοποιεί μια τοπική σύνδεση για να στείλει email ή χρησιμοποιεί SMTP server μέσω TCP/IP.

E-mail Linefeeds ::

Η ακολουθία χαρακτήρων που χρησιμοποιείται για να τις επικεφαλίδες του mail πότε LF και πότε CRLF.

Use MIME HTML When Sending Emails ::

Ενεργοποιώντας αυτήν την επιλογή επιτρέπουμε την html μορφή του email.

Verify Email Addresses Through DNS ::

Ενεργοποιώντας αυτή την τιμή επαληθεύουμε την ηλεκτρονική διεύθυνση του πελάτη μέσω του DNS server.

Send Emails ::

Ενεργοποιεί ή απενεργοποιεί το σύστημα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στο oscommerce.

Downloads ::

Αυτό το τμήμα ορίζει τις ρυθμίσεις του oscommerce σε ότι αφορά τα προϊόντα που μπορούν να αποσταλούν μέσω internet(product downloading), π.χ φωτογραφίες.

Enable Download ::

Ενεργοποιούμε ή όχι τις λειτουργίες του Product Downloading.

Download by Redirect ::

Χρησιμοποιεί τον επαναπροσανατολισμό του browser για download. Απενεργοποιημένο για UNIX συστήματα.

Expiry Delay(days) ::

Ορίζουμε τον αριθμό ημερών για την λήξη του download link. 0= χωρίς όριο.

Maximum Number of Downloads ::

Ορίζουμε τον μέγιστο αριθμό Downloads. 0= δεν επιτρέπεται το Download

GZip Compression::

Αν ο server μας υποστηρίζει GZip Compression μπορούμε να ενεργοποιήσουμε αυτήν την επιλογή για να μειώσουμε αισθητά τις απαιτήσεις σε bandwidth. Το GZip Compression συμπιέζει κώδικα php εκτός πλευράς server, προτού στείλει την σελίδα πίσω στον χρήστη.

Μας βοηθά λοιπόν στο downloading των σελίδων στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Συνήθως είναι ορισμένο στο 5 αλλά αν έχουμε αρκετή κίνηση μπορούμε να θέσουμε την τιμή στο 9.

Enable GZip Compression ::

Ενεργοποιούμε ή όχι την επιλογή.

Compression Level ::

Ορίζουμε το επίπεδο συμπίεσης με ελάχιστη τιμή το 0 και μέγιστη το 9.

Sessions ::

Session Directory ::

Ορίζουμε τον κατάλογο όπου θα αποθηκεύονται τα αρχεία.

Check SSL Session ID ::

Επαληθεύει το SSL_SESSION_ID για κάθε ασφαλή HTTPS σελίδα.

Check User Agent ::

Επαληθεύει τον browser του πελάτη σε κάθε αίτηση σελίδας.

Check IP Address ::

Επαληθεύει την IP του πελάτη για κάθε αίτηση σελίδας (αλλαγή σελίδας).

Recreate Session ::

Επαναδημιουργεί την «θέση» για να παράγει ένα καινούργιο session id όταν ο πελάτης συνδέεται ή όταν δημιουργεί λογαριασμό.(Χρειάζεται έκδοση PHP μεγαλύτερη από 4.1).

8.3 Κατάλογος

Στο τμήμα κατάλογος του site διαχείρισης θα ελέγχουμε τα προϊόντα, τις κατηγορίες και τις ιδιότητες / χαρακτηριστικά των προϊόντων μας. Αυτό το κομμάτι είναι πολύ δυνατό και μας δίνει μεγάλη ευελιξία όταν δημιουργούμε και διαχειριζόμαστε τον κατάλογο προϊόντων μας.

Κατηγορίες/Προϊόντα ::

Εδώ εισάγουμε τις κατηγορίες και τα προϊόντα του ηλεκτρονικού μας καταλόγου. Υπάρχουν διάφορες λειτουργίες που μπορούμε να κάνουμε, αλλά πρώτα απ' όλα χρειάζεται να δημιουργήσουμε τουλάχιστον μια κατηγορία. Στην μέση του παραθύρου της σελίδας θα δούμε μια λίστα φακέλων. Κάθε φάκελος είναι μια κατηγορία. Αυτούς τους φακέλους έχουμε την δυνατότητα να τους επεξεργαστούμε κάνοντας κλικ επάνω τους και έτσι μπορούμε να δούμε τα προϊόντα τα οποία περιλαμβάνουν ή ακόμη και τις πιθανές υποκατηγορίες. Κάθε κατηγορία έχει 3 κύριες επιλογές

1-ΜΕΤΑΦΟΡΤΩΣΗ

2-ΔΙΑΓΡΑΦΗ

3-ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ

Κάθε επιλογή είναι αρκετά απλή. Θα αναλύσουμε τις επιλογές στην επεξεργασία των προϊόντων και συγκεκριμένα στην παράγραφο που δείχνουμε την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Προσθήκη Νέας Κατηγορίας

Στο κύριο παράθυρο προσθήκης κατηγορίας\προϊόντος για να προσθέσουμε μια καινούργια κατηγορία, κάνουμε κλικ στο κουμπί Νέα Κατηγορία. Κάνοντας κλικ εκεί η δεξιά στήλη για την προσθήκη της νέα κατηγορίας θα εμφανιστεί. Τα ακόλουθα πεδία πρέπει να συμπληρωθούν:

Όνομα Κατηγορίας ::

Πληκτρολογούμε το όνομα της νέα κατηγορίας. Αν υποστηρίζουμε πολλές γλώσσες θα δούμε ένα πεδίο που ανταποκρίνεται σε κάθε γλώσσα.

Εικόνα Κατηγορίας ::

Εισάγουμε την τοπική διαδρομή της εικόνας πατώντας στο κουμπί Αναζήτηση .

Σειρά Ταξινόμησης ::

Ελέγχουμε την σειρά που θα εμφανίζονται οι κατηγορίες, εδώ εισάγουμε ένα αριθμό. 1-πρώτη, 2-δεύτερη κ.ο.κ.

Αφού εισάγουμε λοιπόν την απαραίτητη πληροφορία κάνουμε κλικ στο κουμπί Αποθήκευση. Η νέα μας κατηγορία έχει πλέον αποθηκευτεί. Για να προσθέσουμε υποκατηγορία κάνουμε κλικ στη κύρια κατηγορία και αμέσως μετά κάνουμε κλικ στην δημιουργία νέας κατηγορίας.

Εισαγωγή Νέου Προϊόντος

Για να εισάγουμε ένα νέο προϊόν κάνουμε κλικ στο κουμπί Νέο Προϊόν. Εισάγουμε τις απαραίτητες πληροφορίες και σιγά σιγά γεμίζουμε τον κατάλογο μας. Τα πεδία που πρέπει να συμπληρωθούν είναι :

Κατάσταση Προϊόντος ::

Τσεκάρουμε αν το προϊόν είναι εντός ή εκτός λίστας.

Ημερομηνία Διαθεσιμότητας ::

Εισάγουμε την ημερομηνία που θα είναι διαθέσιμο το προϊόν.

Κατασκευαστής Προϊόντος ::

Επιλέγουμε τον κατασκευαστή του Προϊόντος από το αναδιπλούμενο μενού, εφόσον χρησιμοποιούμε κατασκευαστές.

Όνομα Προϊόντος ::

Εισάγουμε το όνομα του προϊόντος. Θα υπάρχει ένα πεδίο για κάθε γλώσσα εφόσον τον κατάσταση υποστηρίζει πολλές γλώσσες.

Περιγραφή Προϊόντος ::

Εισάγουμε την περιγραφή του προϊόντος. Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε HTML κώδικα για να μορφοποιήσουμε τον τρόπο που εμφανίζονται τα προϊόντα και οι σελίδες μας. Μπορούμε να εισάγουμε εικόνες στο πεδίο της περιγραφής, πίνακες, συνδέσμους κ.τλ.

Φορολογική ζώνη::

Ορίζουμε εάν το προϊόν φορολογείται ή όχι.

Τιμή προϊόντος (Καθαρή)::

Ορίζουμε την τιμή του Προϊόντος.

Ποσότητα::

Ορίζουμε την ποσότητα στην αποθήκη εφόσον παρακολουθούμε τα διαθέσιμα αποθέματα.

Μοντέλο::

Εισάγουμε το μοντέλο ή τον αριθμό του καταλόγου του προϊόντος.

Εικόνα::

Εισάγουμε την τοπική διαδρομή ή κάνουμε κλικ στο κουμπί Αναζήτηση. Η εικόνα θα εμφανιστεί αφού ολοκληρώσουμε την διαδικασία καταχώρησης.

Βάρος προϊόντος::

Ορίζουμε το βάρος του προϊόντος. Δεν πρέπει να το αφήσουμε λευκό γιατί θα έχουμε πρόβλημα στο checkout των αγορών με τον υπολογισμό του συνολικού βάρους του δέματος.

URL προϊόντος (χωρίς http://) ::

Μπορούμε να ορίσουμε ένα σύνδεσμο που να μας πηγαίνει στην σελίδα του κατασκευαστή του συγκεκριμένου προϊόντος.

Προεπισκόπηση::

Κάνουμε κλικ στην επιλογή αυτή για να δούμε μια προεπισκόπηση του προϊόντος.

Για να κινούμαστε και να επεξεργαζόμαστε εύκολα τα προϊόντα μέσα στις κατηγορίες, υπάρχει ένα κουτί «**Αναζήτηση**» (Search Box) και ένα «**Μετάβαση στο**» στο ίδιο κουτί επάνω και δεξιά στην σελίδα διαχείρισης.

Μετακίνηση φακέλων/ κατηγοριών

Για να μετακινήσουμε μια κατηγορία κάνουμε κλικ επάνω στην κατηγορία που θέλουμε και επιλέγουμε το κουμπί μετακίνηση που βρίσκεται δεξιά. Μπορούμε έτσι να μεταφέρουμε κατηγορίες μέσα σε άλλες κατηγορίες κ.ο.κ.

Μετακίνηση προϊόντων

Για να μετακινήσουμε ένα νέο προϊόν, το επιλέγουμε και αμέσως μετά κάνουμε κλικ στο κουμπί μετακίνηση που βρίσκεται δεξιά. Μόλις πατήσουμε το κουμπί μετακίνηση ,θα δούμε το εξής μήνυμα:

Μετακίνηση (όνομα προϊόντος) στο:

Επιλέγουμε το μέρος που θέλουμε να το μεταφέρουμε και πατάμε «μετακίνηση».

Αντιγραφή Προϊόντων

Για να αντιγράψουμε ένα νέο προϊόν, το επιλέγουμε και στην συνέχεια πατάμε το κουμπί «αντιγραφή» που βρίσκεται δεξιά. Πατώντας το πλήκτρο αυτό μας εμφανίζεται το εξής μήνυμα:

- Τρόπος αντιγραφής
- Link προϊόντος
- Διπλασιασμός προϊόντος

Επιλέγουμε Link προϊόντος εάν θέλουμε απλά να το αντιγράψουμε και διπλασιασμό εάν θέλουμε να προσθέσουμε ένα άλλο προϊόν.

Στοιχεία Προϊόντων

Σ αυτήν την περιοχή καθορίζουμε τα χαρακτηριστικά /ιδιότητες των προϊόντων. Εάν χρειαζόμαστε να έχουμε διαφορετικά νούμερα, επιλογές, χρώματα και διαφορετικές τιμές για κάθε επιλογή, όλα αυτά τα ορίζουμε εδώ.

Ας δούμε τον τρόπο τον τρόπο που λειτουργούν αυτές οι ιδιότητες.

Στην κύρια σελίδα με τις ιδιότητες των προϊόντων θα δούμε 3 τμήματα.

1. Επιλογές Προϊόντων
2. Τιμές Επιλογών
3. Ιδιότητες Προϊόντων

Παρακάτω περιγράφουμε τον τρόπο που κάθε μια από αυτές λειτουργεί έτσι ώστε να ρυθμίσουμε τις ιδιότητες των προϊόντων μας.

Επιλογές Προϊόντων

Σ' αυτό το τμήμα θα δημιουργήσουμε τις επιλογές που θέλουμε να έχουν τα προϊόντα μας. Οι επιλογές αυτές μπορεί να είναι το μέγεθος, το χρώμα , η τιμή, η έκδοση, το μοντέλο και γενικότερα οτιδήποτε άλλο χρειαζόμαστε για να περιγράψουμε τα προϊόντα μας. Για να δημιουργήσουμε μια ιδιότητα ενός προϊόντος, απλά πληκτρολογούμε το όνομα της

ιδιότητας στο αντίστοιχο κουτί κειμένου και αμέσως μετά πατάμε το κουμπί εισαγωγή. Δημιουργούμε δηλαδή μια κύρια λίστα επιλογών χωρίς τιμές.

Τιμές Επιλογών

Εδώ θα περάσουμε τιμές για τις ιδιότητες που δημιουργήσαμε προηγουμένως. Στο αναδιπλούμενο μενού επιλέγουμε την ιδιότητα , στο πεδίο που βρίσκεται ακριβώς δίπλα περνάμε την τιμή που θέλουμε γι' αυτή την ιδιότητα και τέλος πατάμε εισαγωγή. Με τον τρόπο αυτό εισάγουμε μια τιμή στη ιδιότητα. Με τον ίδιο τρόπο εισάγουμε και τις υπόλοιπες τιμές που θέλουμε να έχει η συγκεκριμένη ιδιότητα.

Ιδιότητες Προϊόντων

Εδώ αντιστοιχίζουμε τις ιδιότητες που δημιουργήσαμε παραπάνω με το προϊόν που θέλουμε. Στην σελίδα διαχείρισης βλέπουμε μια σειρά από αναδιπλούμενα μενού.

Το πρώτο περιέχει όλα τα προϊόντα του ηλεκτρονικού καταστήματος

- Επιλέγουμε το προϊόν που θέλουμε.

Το δεύτερο περιέχει όλες τις ιδιότητες που δημιουργήσαμε αρχικά,

- Επιλέγουμε την ιδιότητα γι' αυτό το προϊόν.

Το τρίτο περιέχει τις τιμές που δώσαμε στις ιδιότητες

- Επιλέγουμε την τιμή που θέλουμε να έχει η ιδιότητα γι' αυτό το προϊόν.

Το επόμενο πεδίο είναι ένα κουτί κειμένου ,όπου δίνουμε την νομισματική αξία για την ιδιότητα. Στο τελευταίο πεδίο τοποθετούμε ένα + ή - ανάλογα με το αν θέλουμε να προσθέσουμε την αξία που δώσαμε προηγουμένως στην τιμή βάσης του προϊόντος .

Κατασκευαστές

Εδώ ορίζουμε τους κατασκευαστές για το κατάστημα μας. Αν δεν θέλουμε να ορίσουμε κατασκευαστές απλά αρκεί να διαγράψουμε οτιδήποτε υπάρχει από αυτή την περιοχή. Όλες οι ρυθμίσεις σ' αυτή την περιοχή περιγράφονται παρακάτω.

Εισαγωγή ::

Για να εισάγουμε ένα καινούργιο κατασκευαστή κάνουμε κλικ στο κουμπί εισαγωγή.

Όνομα Κατασκευαστή ::

Εισάγουμε το όνομα του κατασκευαστή.

Εικόνα Κατασκευαστή ::

Εισάγουμε την τοπική διαδρομή για το αρχείο εικόνας του κατασκευαστή ή το επιλέγουμε πατώντας το πλήκτρο Αναζήτηση.

URL Κατασκευαστή::

Εισάγουμε την ηλεκτρονική διεύθυνση για το website του κατασκευαστή.

Αποθήκευση::

Πατάμε αποθήκευση για να αποθηκεύσουμε την εγγραφή.

Για να μεταβάλλω τα στοιχεία ενός ήδη υπάρχοντα κατασκευαστή αρκεί να κάνω κλικ στο συγκεκριμένο κατασκευαστή και μετά να αλλάξω τιμή σε ένα από τα παραπάνω πεδία. Στο τέλος κάθε αλλαγής δεν ξεχνάω να αποθηκεύσω.

Για να διαγράψω ένα κατασκευαστή αρκεί να επιλέξω το κουμπί διαγραφή και να ακολουθήσω τις οδηγίες.

Κριτικές

Εδώ μπορούμε να δούμε , να επεξεργαστούμε και να διαγράψουμε κριτικές.

Ο τρόπος είναι απλός: Επιλέγουμε την κριτική την οποία θέλουμε να διαγράψουμε ή να επεξεργαστούμε και στην συνέχεια πατάμε το πλήκτρο της διαγραφής ή της επεξεργασίας αντίστοιχα που βρίσκεται στην δεξιά στήλη.

Προσφορές

Στο τμήμα αυτό εισάγουμε τις προσφορές και ορίζουμε τις ιδιότητες γι'αυτά τα προϊόντα. Το μόνο διαφορετικό σ'αυτό το σημείο της πλατφόρμας διαχείρισης είναι η ύπαρξη ενός κουμπού κατάστασης. Το κουμπί αυτό έχει δύο καταστάσεις: Ενεργό-> Πράσινη ένδειξη Απενεργοποιημένο-> Κόκκινη ένδειξη .Αν θέλουμε λοιπόν να φαίνεται κάποιο προϊόν σε προσφορά πρέπει να ενεργοποιήσουμε την πράσινη ένδειξη και κατά συνέπεια την κόκκινη ένδειξη εάν δεν θέλουμε να φαίνεται. Μπορούμε μ' αυτό τον τρόπο να επαναχρησιμοποιούμε τις προσφορές όποτε τις χρειαζόμαστε. Οι ρυθμίσεις για το τμήμα των προσφορών φαίνεται παρακάτω.

Νέο Προϊόν (Προσφορά)::

Χρησιμοποιούμε αυτό το κουμπί για να προσθέσουμε ένα καινούργιο προϊόν στην λίστα. Αμέσως μόλις το πατήσουμε θα μεταφερθούμε στην σελίδα για την προσθήκη

νέας προσφοράς. Αυτή η σελίδα είναι εύκολη στην διαχείριση αρκεί να ακολουθήσουμε τις οδηγίες.

Αναμενόμενα Προϊόντα

Αυτό το τμήμα θα προβάλλει όλα τα προϊόντα με μια μελλοντική ημερομηνία διαθεσιμότητας. Έχουμε την δυνατότητα σε αυτή την σελίδα να επεξεργαστούμε οποιοδήποτε προϊόν βλέπουμε εδώ. Αν δεν αναμένουμε καινούργια προϊόντα, αυτή η σελίδα θα είναι άδεια.

8.4 Μονάδες

Το oscommerce περιλαμβάνει διάφορους τρόπους πληρωμής και αποστολής. Αυτό το κομμάτι της διαχείρισης μας επιτρέπει να ενεργοποιήσουμε, απενεργοποιήσουμε και να διαμορφώσουμε τα επιμέρους τμήματα. Εδώ επιλέγουμε τις μεθόδους πληρωμής που θέλουμε να έχει το ηλεκτρονικό μας κατάστημα καθώς επίσης και τους τρόπους αποστολής των προϊόντων.

Πληρωμές

Εδώ είναι το κύριο τμήμα πληρωμών. Σ' αυτή την σελίδα θα δούμε όλους τους τρόπους πληρωμής του καταστήματος μας. Για τους ήδη εγκατεστημένους και ενεργοποιημένους τρόπους πληρωμής χρειάζεται να προσθέσουμε επιπλέον πληροφορίες. Η μεταβολή ενός τρόπου πληρωμής γίνεται αρκεί να πατήσουμε το κουμπί επεξεργασία στην αριστερή στήλη. Εκεί θα δούμε όλες τις διαθέσιμες επιλογές.

Αποστολή

Εδώ είναι η κύρια σελίδα αποστολών. Σ' αυτή την σελίδα θα δούμε όλους τους τρόπους αποστολής του καταστήματος. Για τους ήδη εγκατεστημένους και ενεργοποιημένους τρόπους αποστολής χρειάζεται να προσθέσουμε επιπλέον πληροφορίες. Η μεταβολή ενός τρόπου αποστολής γίνεται αρκεί να πατήσουμε το κουμπί επεξεργασία στην αριστερή στήλη. Εκεί θα δούμε όλες τις διαθέσιμες επιλογές.

8.5 Πελάτες

Πελάτες ::

Εδώ βλέπουμε την λίστα με τους λογαριασμούς όλων των πελατών μας, τους οποίους μπορούμε να επεξεργαστούμε πλήρως πλην του password.

Σε κάθε πελάτη σ' αυτό το τμήμα μπορούμε να στείλουμε email.

Παραγγελίες ::

Εδώ βλέπουμε την λίστα με τις παραγγελίες σε εξέλιξη. Κάνουμε κλικ στο κουμπί «Μεταφόρτωση» για να δούμε πλήρως την παραγγελία και για να αλλάξουμε την κατάσταση της ή να προσθέσουμε σχόλια και να ενημερώσουμε τον πελάτη για την εξέλιξη της.

8.6 Τοποθεσίες/Φόροι

Σ' αυτό το τμήμα ορίζουμε τους φόρους και την φορολογική ζώνη για το ηλεκτρονικό μας κατάστημα.

Χώρες::

Μας παρουσιάζεται μια λίστα με όλες τις διαθέσιμες φορολογικές ζώνες.

Φορολογικές Ζώνες ::

Η πολιτεία και η φορολογική περιγραφή του καταστήματος μας.

Φορολογικές Κλάσεις ::

Ο τίτλος της φορολογικής κλάσης και η περιγραφή αυτού του τίτλου.

Φορολογικοί συντελεστές ::

Ο φορολογικός συντελεστής που ανήκει το κατάστημα μας.

8.7 Ρυθμίσεις Τοποθεσίας

Νομίσματα ::

Εδώ ορίζουμε το/τα νόμισμα/τα που θα χρησιμοποιούμε στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Ο τρόπος εισαγωγής είναι απλός αρκεί να ακολουθήσουμε τις οδηγίες.

Γλώσσες ::

Εδώ ορίζουμε τις γλώσσες που θα χρησιμοποιούμε στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Ο τρόπος εισαγωγής είναι απλός αρκεί να ακολουθήσουμε τις οδηγίες.

Κατάσταση Παραγγελιών ::

Εδώ βλέπουμε τις διαθέσιμες καταστάσεις των παραγγελιών. Για να εισάγουμε καινούργια κατάσταση πατάμε τον κουμπί Εισαγωγή και ακολουθούμε τις οδηγίες. Εάν θέλουμε να μεταβάλλουμε κάποια υπάρχουσα εγγραφή πατάμε το κουμπί Μεταβολή.

8.8 Αναφορές

Δημοφιλή Προϊόντα ::

Μας παρουσιάζονται τα δημοφιλή προϊόντα του καταστήματος.

Αγορασμένα Προϊόντα ::

Μας παρουσιάζει τα προϊόντα που έχουν αγοραστεί από πελάτες.

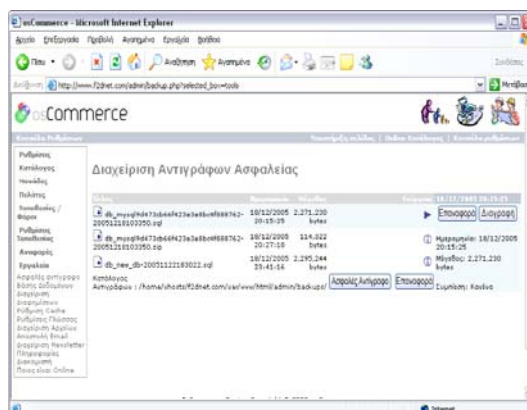
Παραγγελίες Πελατών- Σύνολο ::

Μας παρουσιάζει το σύνολο των παραγγελιών με την χρηματική αξία της παραγγελίας.

8.9 Εργαλεία

Ασφαλές Αντίγραφο Βάσης Δεδομένων ::

Για να πάρουμε ένα αντίγραφο της βάσης δεδομένων κάνουμε κλικ στο κουμπί ασφαλές αντίγραφο. Αμέσως μετά επιλέγουμε εάν θέλουμε συμπίεση.



Οι διαθέσιμες επιλογές είναι :

- καθαρή Sql χωρίς συμπίεση
- GZip
- ZIP

Αν τσεκάρουμε την επιλογή «Μόνο Μεταφόρτωση» τότε η βάση μας αποθηκεύεται τοπικά στο δίσκο του υπολογιστή, αλλιώς η βάση αποθηκεύεται στον διακομιστή (webserver) και συγκεκριμένα στην διαδρομή `home/vhosts/f2dnet.com/var/www/html/admin/backups`.

Διαχείριση Διαφημίσεων ::

Η διαχείριση διαφημίσεων μας επιτρέπει να τοποθετήσουμε διαφημίσεις στο κάτω μέρος του site μας καθώς επίσης να πάρουμε και στατιστικά από αυτά τα διαφημιστικά.

Ρυθμίσεις Cache ::

Ρυθμίσεις Γλώσσας

Διαχείριση Αρχείων ::

Μας παρουσιάζονται όλες οι σελίδες του ηλεκτρονικού μας καταστήματος όπως αυτές θα εμφανίζονταν μέσω ενός προγράμματος ftp Client.

Αποστολή Email ::

Μπορούμε να στείλουμε email σε ένα πελάτη, σε όλους τους πελάτες, ή στους συνδρομητές ενημερωτικών δελτίων.

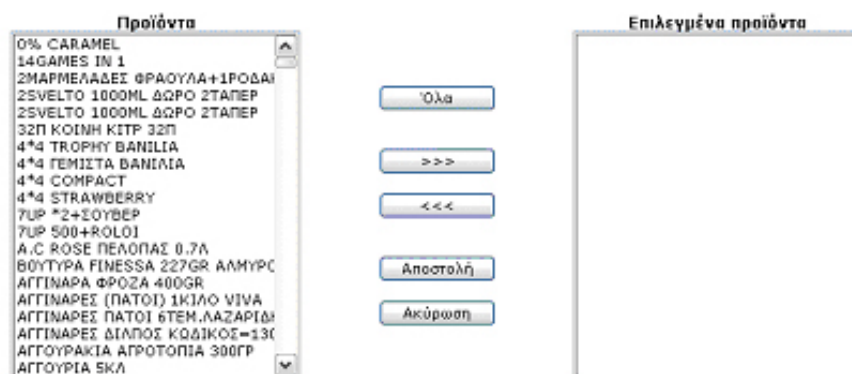
- Επιλέγουμε τον πελάτη ή τους πελάτες από το αναδιπλούμενο μενού.
- Πληκτρολογούμε ένα θέμα για το email μας.
- Πληκτρολογούμε το μήνυμα
- Πατάμε το κουμπί «Αποστολή»

Η οθόνη που εμφανίζεται μας παρουσιάζει το μήνυμα μας και μας επιτρέπει να κάνουμε τελικές διορθώσεις πριν το αποστείλουμε οριστικά. Αν είμαστε βέβαιοι, πατάμε αποστολή .

Διαχείριση Newsletter ::

- Κάνουμε κλικ στο κουμπί «Νέο Newsletter».
- Επιλέγουμε Newsletter στο αναδιπλούμενο μενού για να στείλουμε ένα απλό ενημερωτικό δελτίο .
- Επιλέγουμε Product_Notification στο αναδιπλούμενο μενού για να ενημερώσουμε τους πελάτες για κάποιο προϊόν.
- Επιλέγουμε έναν τίτλο για το Newsletter και πληκτρολογούμε το μήνυμα μας στο text box που ακολουθεί.
- Πατάμε αποθήκευση.
- Βρισκόμαστε στην αρχική σελίδα των Newsletter
- Πατάμε το κουμπί «Κλειδώμα» στα δεξιά της σελίδας μας.
- Τώρα μπορούμε να επεξεργαστούμε ,να διαγράψουμε, να στείλουμε ή και να ξεκλειδώσουμε το newsletter που φτιάξαμε.
- Για τα newsletter με την επιλογή Product_Notification πατάμε αποστολή.
- Στην επόμενη σελίδα επιλέγουμε τα προϊόντα που βρίσκονται στην αριστερή στήλη και τα μεταφέρουμε στο κουτί που βρίσκεται δεξιά.
- Τέλος κάνουμε κλικ στο κουμπί «Αποστολή».

Διαχειριστής Newsletter



©-Commerce Engine Copyright © 2003 osCommerce
osCommerce provides no warranty and is redistributable under the GNU General Public License

Powered by osCommerce

Πληροφορίες Διακομιστή ::

Παρουσιάζονται πληροφορίες για τον server που φιλοξενεί το site μας.

Πληροφορίες Διακομιστή

Όνομα Διακομιστή:	()	Διακομιστής Βάσης Λεδομένων:	localhost (127.0.0.1)
Λειτουργικό Διακομιστή:		Βάση Λεδομένων:	MySQL 3.23.50
Ημ./νία Διακομιστή:	07/02/2006 13:44:16	Ημερομηνία Βάσης Λεδομένων:	07/02/2006 13:44:16
Χρόνος Λειτουργίας:			
Διακομιστής HTTP:	Apache/2.0.51 (Fedora)		
Έκδοση PHP:	4.3.8 (Zend: 1.3.0)		



osCommerce 2.2-MS2

Ποιος είναι Online ::

Ένα εργαλείο που εκθέτει την κίνηση του καταστήματος μας, χρήσιμο εάν θέλουμε να ξέρουμε ποιος επισκέπτεται το site μας. Αν ένας πελάτης συνδεθεί στο κατάστημα μας μπορούμε να δούμε σε ποια σελίδα βρίσκεται και μάλιστα τι προϊόντα κοιτάζει απλά κάνοντας κλικ στο αντίστοιχο link.

9. Συντήρηση Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Η συντήρηση του ηλεκτρονικού καταστήματος www.f2dnet.com περιλαμβάνει:

- Έλεγχος σελίδων για broken links
- Δημιουργία username και password για την προστασία της σελίδας διαχείρισης
- Έλεγχος ταχύτητας φόρτωσης των σελίδων
- Εργαλείο backup της βάσης από την σελίδα διαχείρισης
- Ενημέρωση του κώδικα της πλατφόρμας από την σελίδα υποστήριξης (www.oscommerce.com) για αναβαθμίσεις που αφορούν την πλατφόρμα αλλά και εργαλείων που βοηθούν περισσότερο στην διαχείριση του ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Απασχόληση προσωπικού για τον έλεγχο των παραγγελιών ,της λήψης και της αποστολής email από και προς τους πελάτες.
- Αποθήκευση του κώδικα της πλατφόρμας και σε δεύτερο web server, έτσι ώστε σε περίπτωση προβλήματος, το ηλεκτρονικό κατάστημα να μην αντιμετωπίζει πρόβλημα εμφάνισης (down).

10. Συμπεράσματα

Στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.f2dnet.com παρουσιάζεται το ηλεκτρονικό Supermarket που υλοποιήθηκε με την βοήθεια της προκατασκευασμένης πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου osCommerce. Καταγράφοντας τις απαιτήσεις και προσδιορίζοντας τις προδιαγραφές ενός τέτοιου καταστήματος, συγκεντρώσαμε το κατάλληλο υλικό που μας καθοδήγησε για το τι ακριβώς θα πραγματοποιούσε αυτό το ηλεκτρονικό κατάστημα, ποιες ακριβώς ήταν οι ανάγκες του και ποιοι οι περιορισμοί του. Εγκαταστήσαμε την πλατφόρμα στο web Server της εταιρείας φιλοξενίας μας και ξεκινήσαμε την διαδικασία διαμόρφωσης του ηλεκτρονικού καταστήματος. Φτιάξαμε τις κατηγορίες του ηλεκτρονικού καταλόγου, εισάγαμε τα προϊόντα στις κατηγορίες αυτές μαζικά με την βοήθεια εργαλείων που ενσωματώσαμε στην πλατφόρμα, αλλάξαμε τον default τρόπο παρουσίασης της διεπαφής του πελάτη με το κατάστημα (τα χρώματα και την θέση των στοιχείων), παραμετροποιήσαμε από την σελίδα διαχείρισης τον τρόπο με τον οποίο θα λειτουργούσε το ηλεκτρονικό κατάστημα (διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής, γλώσσα, νόμισμα, έξοδα αποστολής, ελάχιστο κόστος αγοράς, καθορισμός στοιχείων επικοινωνίας, φορολογικούς συντελεστές, εικόνες προϊόντων, κ.α) και στην συνέχεια ελέγξαμε την ασφάλεια και την συντήρηση του ηλεκτρονικού καταστήματος προκειμένου να εξασφαλίσουμε την αξιοπιστία της πλατφόρμας για την διενέργεια ασφαλών ηλεκτρονικών αγορών .

Η ανάπτυξη ηλεκτρονικών καταστημάτων με την πλατφόρμα του oscommerce είναι σίγουρα μια πολύ ενδιαφέρουσα εμπειρία ειδικά για ανθρώπους που δραστηριοποιούνται ή που θέλουν να δραστηριοποιηθούν με την κατασκευή, ανάπτυξη και υποστήριξη ηλεκτρονικών καταστημάτων. Είναι μια πλατφόρμα που πραγματικά διαθέτει χαρακτηριστικά που την κάνουν μοναδική. Εν συγκρίσει με άλλες πλατφόρμες, λειτουργεί με ελάχιστες απαιτήσεις και σε σχεδόν όλα τα λειτουργικά συστήματα με php 4+ (μια γλώσσα προγραμματισμού ισχυρή και εύκολη ακόμη και γι' αυτούς που ξεκινούν από το μηδέν) , διατίθεται δωρεάν (open source) από την ιστοσελίδα www.oscommerce.com , εγκαθίσταται εύκολα μέσα από μια αυτοματοποιημένη διαδικασία, και κρύβει πίσω της μια μεγάλη ομάδα υποστήριξης.

Η πλατφόρμα oscommerce είναι αναμφισβήτητα μια από τις καλύτερες λύσεις για την κατασκευή online καταστημάτων. Είναι αξιόπιστη και αυτό φαίνεται και από μια μικρή περιήγηση στο παγκόσμιο ιστό, όπου ολοένα και περισσότερα καταστήματα είναι κτισμένα μ' αυτήν. Ο κώδικας της εμπλουτίζεται συνεχώς, διευκολύνοντας τόσο το έργο των εταιριών που αναλαμβάνουν την κατασκευή τέτοιων καταστημάτων όσο και το

έργο του τελικού πελάτη που θα διαχειρίζεται και θα ενημερώνει το ηλεκτρονικό κατάστημα. Στην σελίδα υποστήριξης αυτή την στιγμή υπάρχουν ήδη έτοιμες και δοκιμασμένες νεώτερες εκδόσεις της πλατφόρμας από αυτήν που χρησιμοποιούμε εμείς με επιπλέον στοιχεία που ενώ εμείς για να εγκαταστήσουμε ή να παραμετροποιήσουμε χρειάστηκε να επεμβούμε στο κώδικα της πλατφόρμας, πλέον γίνονται μέσα από το interface της σελίδας διαχείρισης.

Τέλος η πλατφόρμα του oscommerce εδώ στην Ελλάδα, έχει τροποποιηθεί από μία ομάδα προγραμματιστών και έχει δημιουργήσει μια «νέα» ελληνική πλατφόρμα oscommerce με απίστευτες δυνατότητες (π.χ τέτοιου ηλεκτρονικού καταστήματος www.voipsolutions.gr).

Το δικό μας ηλεκτρονικό κατάστημα είναι μια απλή παρουσίαση μερικών από τις δυνατότητες της πλατφόρμας και περιλαμβάνει τα βασικά στοιχεία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (καλάθι αγορών με πλήρη επεξεργασία των περιεχομένων του, ηλεκτρονικό κατάλογο, επικοινωνία, τρόπο πληρωμής με αντικαταβολή) προκειμένου να πραγματοποιηθεί μια ασφαλής ηλεκτρονική αγορά. Σίγουρα όμως έχει την δυνατότητα να ανέπτυχθει περισσότερο χρησιμοποιώντας τις ολοένα και μεγαλύτερες δυνατότητες της πλατφόρμας. Μερικές από αυτές είναι :

- Δυνατότητα να ενημερώνεται ο πίνακας ανακοινώσεων από την σελίδα διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος
- Να εγκατασταθούν επιπλέον τρόποι πληρωμής
- Δυνατότητα επιλογής των νέων προϊόντων που εμφανίζονται στην αρχική σελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος από τον διαχειριστή
- Να εγκατασταθούν όλες οι τελευταίες ενημερωμένες εκδόσεις της πλατφόρμας καθώς και των add-on στοιχείων που έχουμε εισάγει εμείς.

Πέρα όμως από τις αναμφισβήτητα δυνατές επιλογές της πλατφόρμας υπάρχουν και κάποια «κακά» σημεία όπως:

- Η εγκατάσταση των add-on modules για κάποιον που δεν έχει μεγάλη επάφη με το αντικείμενο μπορεί να γίνει χρονοβόρα.
- Δεν διαθέτει inbuilt τρόπο για να προστατεύεται η σελίδα διαχείρισης
- Έχει κάποιους περιορισμούς για μεγάλο αριθμό προϊόντων στον ηλεκτρονικό κατάλογο(φαίνεται όμως να διορθώνεται σε μεταγενέστερες εκδόσεις).
- Η παραμετροποίηση για την σχεδίαση του καταστήματος (design & layout) μπορεί να χρειαστεί την βοήθεια κάποιου developer.

Συνοψίζοντας τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα θα μπορούσαμε να πούμε με σιγουριά ότι η πλατφόρμα του oscommerce είναι μια από τις καλύτερες λύσεις για να κατασκευάσουμε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα οποιουδήποτε είδους , αρκετά εύκολα, γρήγορα ,χωρίς κόστος και με αποτέλεσμα σίγουρα εντυπωσιακό.

11. Παράρτημα

11.1 Γενική Λίστα Αρχείων βάσης δεδομένων osCommerce

- Αρχείο Διευθύνσεων Πελάτη (address_book)
- Αρχείο μορφής Διευθύνσεων (address_format)
- Αρχείο Διαφημίσεων
- Αρχείο Ιστορικού Διαφημίσεων
- Αρχείο Κατηγοριών
- Αρχείο Περιγραφής Κατηγοριών
- Αρχείο Ρυθμίσεων
- Αρχείο Ρυθμίσεων Ομάδας
- Αρχείο Μετρητή
- Αρχείο Ιστορικού Μετρητή
- Αρχείο Χωρών
- Αρχείο Νομισμάτων
- Αρχείο Πελατών
- Αρχείο Καλαθιού Πελάτη
- Αρχείο Ιδιοτήτων Καλαθιού Πελάτη
- Αρχείο Πληροφοριών Λογαριασμού Πελάτη
- Αρχείο Γεωγραφικών Ζωνών
- Αρχείο Γλωσσών
- Αρχείο Κατασκευαστών
- Αρχείο Πληροφοριών Κατασκευαστή
- Αρχείο Newsletter(Συνδρομητών)
- Αρχείο Παραγγελιών
- Αρχείο Παραγγελθέντων Ειδών
- Αρχείο Ιδιοτήτων Παραγγελθέντων Ειδών
- Αρχείο Ειδών Download
- Αρχείο Κατάστασης Παραγγελιών
- Αρχείο Ιστορικού Κατάστασης Παραγγελιών
- Αρχείο Αξίας Συνόλου Παραγγελιών
- Αρχείο Προϊόντων
- Αρχείο Χαρακτηριστικών Προϊόντων

- Αρχείο Ιδιοτήτων Προϊόντων Download
- Αρχείο Περιγραφής Προϊόντων
- Αρχείο Ανακοινώσεων Προϊόντων
- Αρχείο Ιδιοτήτων-Ρυθμίσεων Προϊόντων
- Αρχείο Τιμών Ιδιοτήτων Προϊόντων
- Αρχείο Αξίας Προϊόντων-Ιδιοτήτων Προϊόντων
- Αρχείο Ειδών-Κατηγορίας
- Αρχείο Κριτικών
- Αρχείο Περιγραφής Κριτικών
- Αρχείο Session
- Αρχείο Προσφορών
- Αρχείο Φορολογικής Κλάσης
- Αρχείο Φορολογικών Ποσοστών
- Αρχείο «Ποιος είναι online» στο κατάστημα
- Αρχείο Ζωνών
- Αρχείο Ζώνης - Γεωγραφικής Ζώνης

11.2 Τεχνική Περιγραφή Αρχείων

➤ Αρχείο Διευθύνσεων Πελάτη

Πεδίο	Τύπος(μέγεθος πεδίου)	Ερμηνεία
<u>address_book_id</u>	int(11)	Κωδ.Εγγραφής
customers_id	int(11)	Κωδ.πελάτη
entry_gender	char(1)	Φύλο πελάτη
entry_company	varchar(32)	Εταιρία πελάτη
entry_firstname	varchar(32)	Επώνυμο πελάτη
entry_lastname	varchar(32)	Όνομα Πελάτη
entry_street_address	varchar(64)	Διεύθυνση Πελάτη
entry_suburb	varchar(32)	Εισαγωγή προαστίου πελάτη
entry_postcode	varchar(10)	Εισαγωγή Τ.Κ
entry_city	varchar(32)	Εισαγωγή Πόλης
entry_state	varchar(32)	Εισαγωγή Πολιτείας
entry_country_id	int(11)	Κωδ. χώρας
entry_zone_id	int(11)	Κωδ. Ζώνης

➤ Αρχείο Format Διευθύνσεων

Πεδίο	Τύπος(μέγεθοςπεδίου)	Ερμηνεία
<u>address_format_id</u>	int(11)	Κωδ.εγγραφής
address_format	varchar(128)	Μορφή Στοιχείων Διεύθυνσης
address_summary	varchar(48)	Διεύθυνση

➤ Αρχείο Διαφημίσεων

Πεδίο	Τύπος(μέγεθοςπεδίου)	Ερμηνεία
<u>banners_id</u>	int(11)	Κωδ.Διαφημιστικού
banners_title	varchar(64)	Τίτλος Διαφημιστικού
banners_url	varchar(255)	Ηλεκτρ.Διεύθυνση Διαφημιστικού
banners_image	varchar(64)	Εικόνα Διαφημιστικού
banners_group	varchar(10)	Ομάδα Διαφημιστικών
banners_html_text	text	Κείμενο Διαφημιστικού
expires_impressions	int(7)	
expires_date	datetime	Ημερομηνία Λήξης
date_scheduled	datetime	
date_added	datetime	Ημερομηνία Προσθήκης
date_status_change	datetime	Ημερ. Αλλαγής Κατάστασης
status	int(1)	Κατάσταση(ενεργό ή μη)

➤ **Αρχείο Ιστορικού Διαφημίσεων**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>banners_history_id</u>	int(11)	Κωδ.Ιστορ.Διαφημιστικού
banners_id	int(11)	Κωδ.Διαφημιστικού
banners_shown	int(5)	Διαφ/στικά που έχουν προβληθεί
banners_clicked	int(5)	Αριθμός κλικ για κάποιο διαφημιστικό
banners_history_date	datetime	Ημερομηνία διαφημιστικού

➤ **Αρχείο Κατηγοριών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>categories_id</u>	int(11)	Κωδ. Κατηγορίας
categories_image	varchar(64)	Εικόνα Κατηγορίας
parent_id	int(11)	
sort_order	int(3)	Ταξινόμηση
date_added	datetime	Ημερομηνία Προσθήκης
last_modified	datetime	Τελευταία Τροποποίηση

➤ **Αρχείο Περιγραφής Κατηγοριών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>categories_id</u>	int(11)	Κωδ.κατηγορίας
<u>language_id</u>	int(11)	Γλώσσα Κατηγορίας
categories_name	varchar(32)	Όνομα Κατηγορίας

➤ **Αρχείο Ρυθμίσεων**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>configuration_id</u>	int(11)	Κωδ. Ρύθμισης
configuration_title	varchar(64)	Τίτλος Ρύθμισης
configuration_key	varchar(64)	Κλειδί Ρύθμισης
configuration_value	varchar(255)	Τιμή Ρύθμισης
configuration_description	varchar(255)	Περιγραφή Ρύθμισης
configuration_group_id	int(11)	Κωδ. ομάδας Ρυθμίσεων
sort_order	int(5)	Ταξινόμηση
last_modified	datetime	Τελευταία Τροποποίηση

date_added	datetime	Ημερομηνία Προσθήκης
use_function	varchar(255)	
set_function	varchar(255)	Ορισμός Λειτουργίας

➤ Αρχείο Ρυθμίσεων Ομάδας

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>configuration_group_id</u>	int(11)	Κωδ.ομάδας Ρυθμίσεων
configuration_group_title	varchar(64)	Τίτλος ομάδας ρυθμίσεων
configuration_group_description	varchar(255)	Περιγραφή ρυθμίσεων
sort_order	int(5)	Ταξινόμηση
visible	int(1)	Ορατό ή μη

➤ Αρχείο Μετρητή

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
startdate	char(8)	Ημερομηνία εκκίνησης μετρητή
counter	int(12)	Μετρητής

➤ Αρχείο Ιστορικού Μετρητή

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
month	char(8)	Μήνας Μετρήσεων
counter	int(12)	Μετρητής

➤ Αρχείο Χωρών

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>countries_id</u>	int(11)	Κωδ. Χώρας
countries_name	varchar(64)	Όνομα Χώρας
countries_iso_code_2	char(2)	Κωδ. ISO 2
countries_iso_code_3	char(3)	Κωδ. ISO 3
address_format_id	int(11)	Τύπος Διεύθυνσης

➤ Αρχείο Νομισμάτων

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
-------	-------	----------

<u>currencies_id</u>	int(11)	Κωδ.Νομίσματος
title	varchar(32)	Ονομασία Νομίσματος
code	char(3)	Κωδικός
symbol_left	varchar(12)	Σύμβολο Αριστερά
symbol_right	varchar(12)	Σύμβολο Δεξιά
decimal_point	char(1)	Ψηφίο Δεκαδικών
thousands_point	char(1)	Ψηφίο Χιλιάδων
decimal_places	char(1)	Δεκαδικές Θέσεις
value	float(13,8)	Τιμή Νομίσματος
last_updated	datetime	Τελευταία Ενημέρωση

➤ **Αρχείο Πελατών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>customers_id</u>	int(11)	Κωδ.Πελάτη
customers_gender	char(1)	Φύλο Πελάτη
customers_firstname	varchar(32)	Επώνυμο Πελάτη
customers_lastname	varchar(32)	Όνομα Πελάτη
customers_dob	datetime	Ημερομηνία Γέννησης
customers_email_address	varchar(96)	Ηλεκτρονική Διεύθυνση
customers_default_address_id	int(11)	Στοιχεία Διεύθυνσης
customers_telephone	varchar(32)	Τηλέφωνο Πελάτη
customers_fax	varchar(32)	Αριθμός Φαξ
customers_password	varchar(40)	Password Πελάτη
customers_newsletter	char(1)	Πελάτες Συνδρομητές

➤ **Αρχείο Καλαθιού Πελάτη**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>customers_basket_id</u>	int(11)	Κωδ Καλαθιού Πελάτη
customers_id	int(11)	Κωδ. Πελάτη
products_id	tinytext	Κωδ. Προϊόντος
customers_basket_quantity	int(2)	Ποσότητα Προϊόντων πελάτη
final_price	decimal(15,4)	Τελική Αξία
customers_basket_date_added	varchar(8)	Ημερομηνία Προσθήκης στο Καλάθι

➤ **Αρχείο Ιδιοτήτων Καλαθιού Πελάτη**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>customers_basket_attributes_id</u>	int(11)	Κωδ. Ιδιότη.Καλαθ.Πελάτη
customers_id	int(11)	Κωδ.Πελάτη

products_id	tinytext	Κωδ.Προϊόντος
products_options_id	int(11)	Κωδ.Ιδιότητας Προϊόντος
products_options_value_id	int(11)	Κωδ. Αξίας Ιδιότητας Προϊόντος

➤ Αρχείο Πληροφοριών Λογαριασμού Πελάτη

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>customers_info_id</u>	int(11)	Κωδ.Πελάτη(Λογαριασμού)
customers_info_date_of_last_logon	datetime	Ημερ.τελευταίας Εισόδου
customers_info_number_of_logons	int(5)	Πλήθος Εισόδων Πελάτη
customers_info_date_account_created	datetime	Ημερ. Δημ/γίας Λογα/μού
customers_info_date_account_last_modified	datetime	Ημερ. Τελευταίας Τροποποίησης
global_product_notifications	int(1)	

➤ Αρχείο Γεωγραφικών Ζωνών

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>geo_zone_id</u>	int(11)	Κωδ.Ζώνης
geo_zone_name	varchar(32)	Όνομα Ζώνης
geo_zone_description	varchar(255)	Περιγραφή Ζώνης
last_modified	datetime	Ημερ.Τελευταίας Τροπ.
date_added	datetime	Ημερομ.Προσθήκης

➤ Αρχείο Γλωσσών

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>languages_id</u>	int(11)	Κωδ.Γλώσσας
name	varchar(32)	Όνομα Γλώσσας
code	char(2)	Κωδικός
image	varchar(64)	Εικόνα Γλώσσας
directory	varchar(32)	Κατάλογος Αρχείων
sort_order	int(3)	Ταξινόμηση

➤ Αρχείο Κατασκευαστών

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>manufacturers_id</u>	int(11)	Κωδ.Κατασκευαστή
manufacturers_name	varchar(32)	Όνομα Κατασκευαστή
manufacturers_image	varchar(64)	Εικόνα Κατασκευαστή
date_added	datetime	Ημερ.Προσθήκης
last_modified	datetime	Τελευταία Τροποποίηση

➤ **Αρχείο Πληροφοριών Κατασκευαστή**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>manufacturers_id</u>	int(11)	Κωδ.Κατασκευαστή
languages_id	int(11)	Κωδ. Γλώσσας
manufacturers_url	varchar(255)	URL κατασκευαστή
url_clicked	int(5)	Αριθμός Κλικ στο Url
date_last_click	datetime	Ημερ. που έγινε το Τελευταίο Κλικ.

➤ **Αρχείο Newsletter(Συνδρομητών)**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>newsletters_id</u>	int(11)	Κωδ.Newsletter
title	varchar(255)	Τίτλος
content	text	Περιεχόμενο
module	varchar(255)	
date_added	datetime	Ημερ.Προσθήκης
date_sent	datetime	Ημερ.Αποστολής
status	int(1)	Κατάσταση()
locked	int(1)	Κλειδωμένο ή όχι

➤ **Αρχείο Παραγγελιών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>orders_id</u>	int(11)	Κωδ. Παραγγελίας
customers_id	int(11)	Κωδ. Πελάτη
customers_name	varchar(64)	Όνομα πελάτη
customers_company	varchar(32)	Εταιρεία Πελάτη
customers_street_address	varchar(64)	Διεύθυνση Πελάτη
customers_suburb	varchar(32)	
customers_city	varchar(32)	Πόλη Πελάτη
customers_postcode	varchar(10)	T.K πελάτη
customers_state	varchar(32)	Κατάσταση Πελάτη
customers_country	varchar(32)	Χώρα Πελάτη
customers_telephone	varchar(32)	Τηλέφωνο Πελάτη
customers_email_address	varchar(96)	Ηλεκτρονική Διευθ.Πελάτη
customers_address_format_id	int(5)	Κωδ. Τύπου Διευθ.Πελάτη
delivery_name	varchar(64)	Όνομα Πελάτη

delivery_company	varchar(32)	Όνομα Εταιρείας Πελάτη
delivery_street_address	varchar(64)	Διεύθυνση Παράδοσης
delivery_suburb	varchar(32)	Περιοχή Παράδοσης
delivery_city	varchar(32)	Πόλη Παράδοσης
delivery_postcode	varchar(10)	ΤΚ Περιοχής Παράδοσης
delivery_state	varchar(32)	Πολιτεία
delivery_country	varchar(32)	Χώρα Παράδοσης
delivery_address_format_id	int(5)	Κωδ.τύπου Διευθ.Παράδο
billing_name	varchar(64)	Όνομα Πελάτη(Στοιχεία)
billing_company	varchar(32)	Εταιρεία Πελάτη(Στοιχεία)
billing_street_address	varchar(64)	Διευθυνση (Τιμολόγησης)
billing_suburb	varchar(32)	
billing_city	varchar(32)	Πόλη Τιμολόγησης
billing_postcode	varchar(10)	Τ.Κ(τιμολόγησης)
billing_state	varchar(32)	Πολιτεία(τιμολόγησης)
billing_country	varchar(32)	Χώρα(Τιμολόγησης)
billing_address_format_id	int(5)	Κωδ.Διεύθ.τιμολογησης
payment_method	varchar(32)	Τρόπος Πληρωμής
cc_type	varchar(20)	
cc_owner	varchar(64)	
cc_number	varchar(32)	
cc_expires	varchar(4)	
last_modified	datetime	Ημερ. Τελ. Τροποποίησης
date_purchased	datetime	Ημερ.Αγοράς
orders_status	int(5)	Κατάσταση Παραγγελίας
orders_date_finished	datetime	Ημερ.Ολοκληρ.Παραγγελίας
currency	char(3)	Νόμισμα
currency_value	decimal(14,6)	Αξία Νομίσματος

➤ **Αρχείο Παραγγελθέντων Ειδών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>orders_products_id</u>	int(11)	Κωδ.προϊόντος παραγγελίας
orders_id	int(11)	Κωδ.Παραγγελίας
products_id	int(11)	Κωδ.Προϊόντος
products_model	varchar(12)	Μοντέλο Προϊόντος
products_name	varchar(64)	Όνομα Προϊόντος
products_price	decimal(15,4)	Τιμή Προϊόντος
final_price	decimal(15,4)	Τελική Τιμή
products_tax	decimal(7,4)	Φόρος Προϊόντος

products_quantity	int(2)	Ποσότητα Προϊόντος
-------------------	--------	--------------------

➤ **Αρχείο Ιδιοτήτων Παραγγελθέντων Ειδών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>orders_products_attributes_id</u>	int(11)	Κωδ.Ιδιότητας Παραγ. Ειδους
orders_id	int(11)	Κωδ.Παραγγελίας
orders_products_id	int(11)	Κωδ.Παραγ. Προϊόντος
products_options	varchar(32)	Επιλογές Προϊόντος
products_options_values	varchar(32)	Τιμές επιλογών Προϊόντος
options_values_price	decimal(15,4)	Τιμές των Ιδιοτήτων
price_prefix	char(1)	Τιμή

➤ **Αρχείο Ειδών Download**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>orders_products_download_id</u>	int(11)	Κωδ.Παραγγ.Προϊόντων
orders_id	int(11)	Κωδ.Παραγγελίας
orders_products_id	int(11)	Κωδ.Παραγ/ντοςΠροϊόντος
orders_products_filename	varchar(255)	Όνομα Παραγ/ντος Προϊο.
download_maxdays	int(2)	Μεγ. Αριθ. Ημερών για το Είδος
download_count	int(2)	Μετρητής

➤ **Αρχείο Κατάστασης Παραγγελιών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>orders_status_id</u>	int(11)	Κωδ. Κατά/σης Παραγ/ίας
<u>language_id</u>	int(11)	Κωδ. Γλώσσας
orders_status_name	varchar(32)	Ονομασία κατάστασης Παραγγελίας

➤ **Αρχείο Ιστορικού Κατάστασης Παραγγελιών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>orders_status_history_id</u>	int(11)	Κωδ. Ιστορικού Κατάστασης Παραγγελιών.
orders_id	int(11)	Κωδ.Παραγγελίας

orders_status_id	int(5)	Κωδ.κατάστασης παραγγελίας
date_added	datetime	Ημερομηνία Προσθήκης
customer_notified	int(1)	Ειδοποίηση πελάτη
comments	text	Σχόλια

➤ Αρχείο Αξίας Συνόλου Παραγγελιών

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>orders_total_id</u>	int(10)	Κωδ. Συνόλου Παραγγελίας
orders_id	int(11)	Κωδ.παραγγελίας
title	varchar(255)	Τίτλος
text	varchar(255)	Κείμενο
value	decimal(15,4)	τιμή
class	varchar(32)	κλάση
sort_order	int(11)	Σειρά ταξινόμησης

➤ Αρχείο Προϊόντων

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_id</u>	int(11)	Κωδ. Προϊόντος
products_quantity	int(4)	Ποσότητα Προϊόντος
products_model	varchar(12)	Μοντέλο Προϊόντος
products_image	varchar(64)	Εικόνα προϊόντος
products_price	decimal(15,4)	Τιμή προϊόντος
products_date_added	datetime	Ημερ.προσθήκης προϊόντος
products_last_modified	datetime	Ημερ.τελευταίας τροποποίησης
products_date_available	datetime	Ημερ. διαθεσιμότητας
products_weight	decimal(5,2)	Βάρος προϊόντος
products_status	tinyint(1)	Κατάσταση προϊόντος
products_tax_class_id	int(11)	Κωδ.φορολ/κής κατηγορίας προϊόντος
manufacturers_id	int(11)	Κωδ. Κατασκευαστή
products_ordered	int(11)	Παραγγελθέντα προϊόντα

➤ Αρχείο Χαρακτηριστικών Προϊόντων

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_attributes_id</u>	int(11)	Κωδ. ιδιοτήτων προϊόντων
products_id	int(11)	Κωδ. προϊόντος

options_id	int(11)	Ιδιότητα προϊόντος
options_values_id	int(11)	Κωδ. Τιμής ιδιότητας προϊόντος
options_values_price	decimal(15,4)	Τιμή ιδιότητας
price_prefix	char(1)	Καθορισμένη τιμή

➤ Αρχείο Ιδιοτήτων Προϊόντων Download

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_attributes_id</u>	int(11)	Κωδ. Ιδιότητας προϊόντος
products_attributes_filename	varchar(255)	Όνομα ιδιότητας
products_attributes_maxdays	int(2)	
products_attributes_maxcount	int(2)	

➤ Αρχείο Περιγραφής Προϊόντων

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_id</u>	int(11)	Κωδ.προϊόντος
<u>language_id</u>	int(11)	Κωδ.γλώσσας
products_name	varchar(64)	Όνομα προϊόντος
products_description	text	Περιγραφή προϊόντος
products_url	varchar(255)	url προϊόντος
products_viewed	int(5)	Προϊόντα που έχουμε ξαναδεί.

➤ Αρχείο Ανακοινώσεων Προϊόντων

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_id</u>	int(11)	Κωδ.Προϊόντος
<u>customers_id</u>	int(11)	Κωδ.Πελάτη
date_added	datetime	Ημερομηνία Προσθήκης

➤ Αρχείο Ιδιοτήτων-Ρυθμίσεων Προϊόντων

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_options_id</u>	int(11)	Κωδ. Ιδιοτητας προϊόντος
<u>language_id</u>	int(11)	Κωδ.Γλώσσας
products_options_name	varchar(32)	Ονομασία

➤ Αρχείο Τιμών Ιδιοτήτων Προϊόντων

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_options_values_id</u>	int(11)	Κωδ.Τιμής
<u>language_id</u>	int(11)	Κωδ.Γλώσσας
products_options_values_name	varchar(64)	

➤ **Αρχείο Αξίας Προϊόντων-Ιδιοτήτων Προϊόντων**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_options_values_to_products_options_id</u>	int(11)	
products_options_id	int(11)	
products_options_values_id	int(11)	

➤ **Αρχείο Ειδών-Κατηγορίας**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>products_id</u>	int(11)	Κωδ.Προϊόντος
<u>categories_id</u>	int(11)	Κωδ.Κατηγορίας

➤ **Αρχείο Κριτικών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>Reviews_id</u>	int(11)	Κωδ.Κριτικής
products_id	int(11)	Κωδ.Προϊόντος
customers_id	int(11)	Κωδ.Πελάτη
customers_name	varchar(64)	Όνομα πελάτη
Reviews_rating	int(1)	
date_added	datetime	Ημερ.Προσθήκης
last_modified	datetime	Ημερ.Τελευτα.Τροπ/σης
reviews_read	int(5)	Διαβασμένες Κριτικές

➤ **Αρχείο Περιγραφής Κριτικών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>reviews_id</u>	int(11)	Κωδ.Κριτικής
<u>languages_id</u>	int(11)	Κωδικός Γλώσσας
reviews_text	text	Κείμενο Κριτικής

➤ **Αρχείο Session**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
sesskey	varchar(32)	Κλειδι Session
expiry	int(11)	Λήξη
value	text	Τιμή

➤ **Αρχείο Προσφορών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>specials_id</u>	int(11)	Κωδ.Προσφοράς
products_id	int(11)	Κωδ.Προϊόντος
specials_new_products_price	decimal(15,4)	Τιμές Προϊόντων Προσφοράς
specials_date_added	datetime	Ημερομηνία Προσθήκης
specials_last_modified	datetime	Τελευταία Τροποποίηση
expires_date	datetime	Ημερομηνία Λήξης
date_status_change	datetime	Ημερ. Αλλαγής Κατάστασης
status	int(1)	Κατάσταση(ενεργό η μη)

➤ **Αρχείο Φορολογικής Κλάσης**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>tax_class_id</u>	int(11)	
tax_class_title	varchar(32)	
tax_class_description	varchar(255)	
last_modified	datetime	
date_added	datetime	

➤ **Αρχείο Φορολογικών Ποσοστών**

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
<u>tax_rates_id</u>	int(11)	Κωδ.Φορολ.Ποσοστού
tax_zone_id	int(11)	Φορολογική Ζώνη
tax_class_id	int(11)	
tax_priority	int(5)	
tax_rate	decimal(7,4)	Φορολο.Ποσοστό
tax_description	varchar(255)	Περιγραφή Φόρου
last_modified	datetime	Τελευταία Τροποποίηση
date_added	datetime	Ημερομηνία Προσθήκης

➤ Αρχείο «Ποιος είναι online» στο κατάστημα

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
customer_id	int(11)	Κωδ.Πελάτη
full_name	varchar(64)	Πλήρες Όνομα Πελάτη
session_id	varchar(128)	Σελίδα που Βρίσκεται
ip_address	varchar(15)	Διεύθυνση IP
time_entry	varchar(14)	Ώρα Εισόδου
time_last_click	varchar(14)	Τελευταίο Κλικ
last_page_url	varchar(64)	Τελευταία Σελ.Επίσκεψης

➤ Αρχείο Ζωνών

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
zone_id	int(11)	Κωδ. Ζώνης(Αρ.εγγραφής)
zone_country_id	int(11)	Κωδ. Ζώνης Χώρας
zone_code	varchar(32)	Κωδικός Ζώνης
zone_name	varchar(32)	Όνομα Ζώνης

➤ Αρχείο Ζώνης - Γεωγραφικής Ζώνης

Πεδίο	Τύπος	Ερμηνεία
association_id	int(11)	
zone_country_id	int(11)	
zone_id	int(11)	
geo_zone_id	int(11)	
last_modified	datetime	
date_added	datetime	

11.3 Προσδιορισμός Links των Αρχείων

Αρχείο Configuration

<u>configuration_group_id</u>	integer(5)
configuration_group_title	varchar(64)
configuration_group_description	varchar(255)
sort_order	integer(5)
visible	integer(1)

<u>configuration_id</u>	<u>integer(5)</u>
configuration_title	varchar(64)
configuration_key	varchar(64)
configuration_value	varchar(255)
configuration_description	varchar(255)
configuration_group_id	integer(5)
sort_order	datetime
last_modified	datetime
date_added	datetime
use_function	varchar(32)
set_function	varchar(32)

→ **Αρχείο Configuration group**

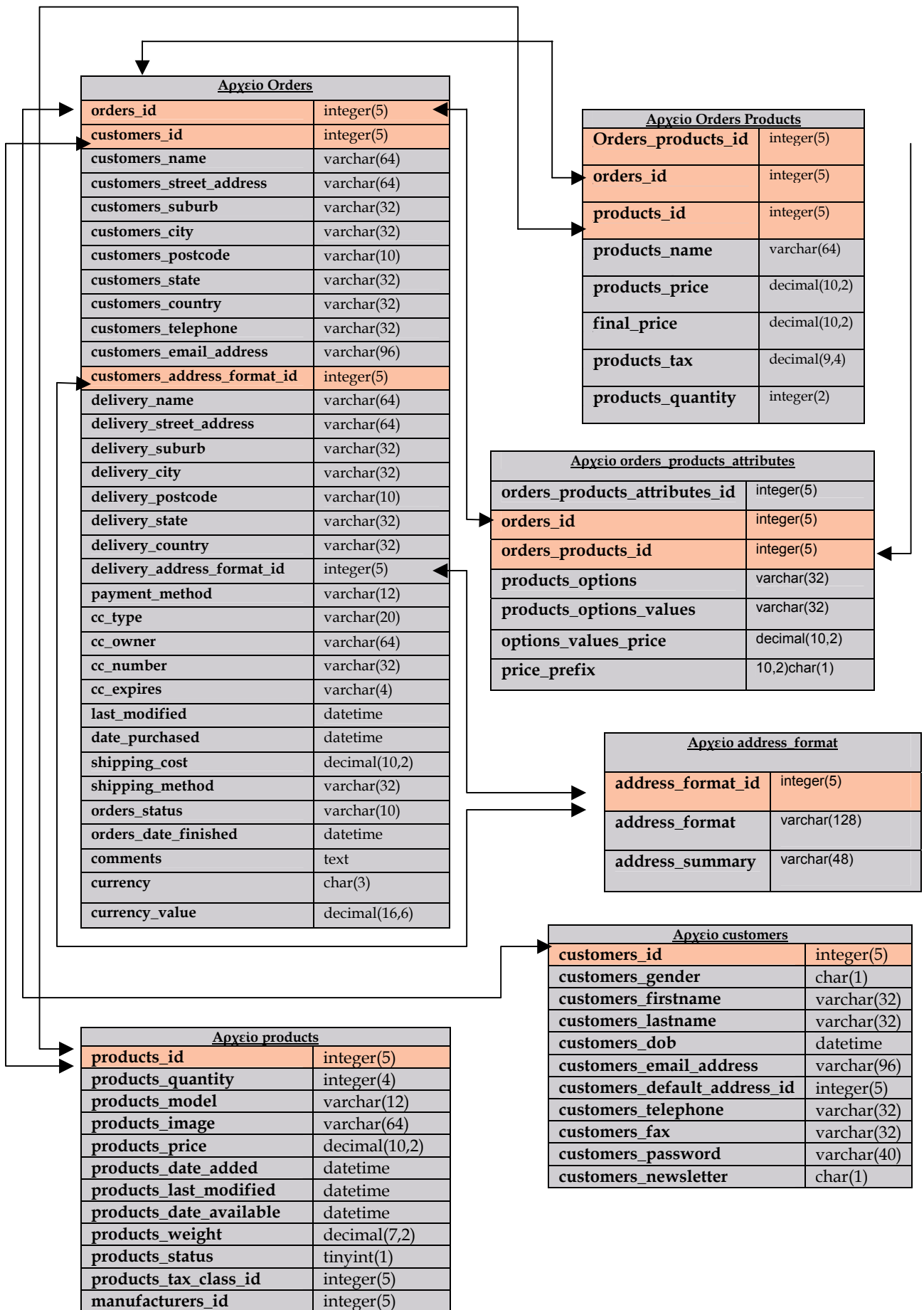
Αρχείο Ban

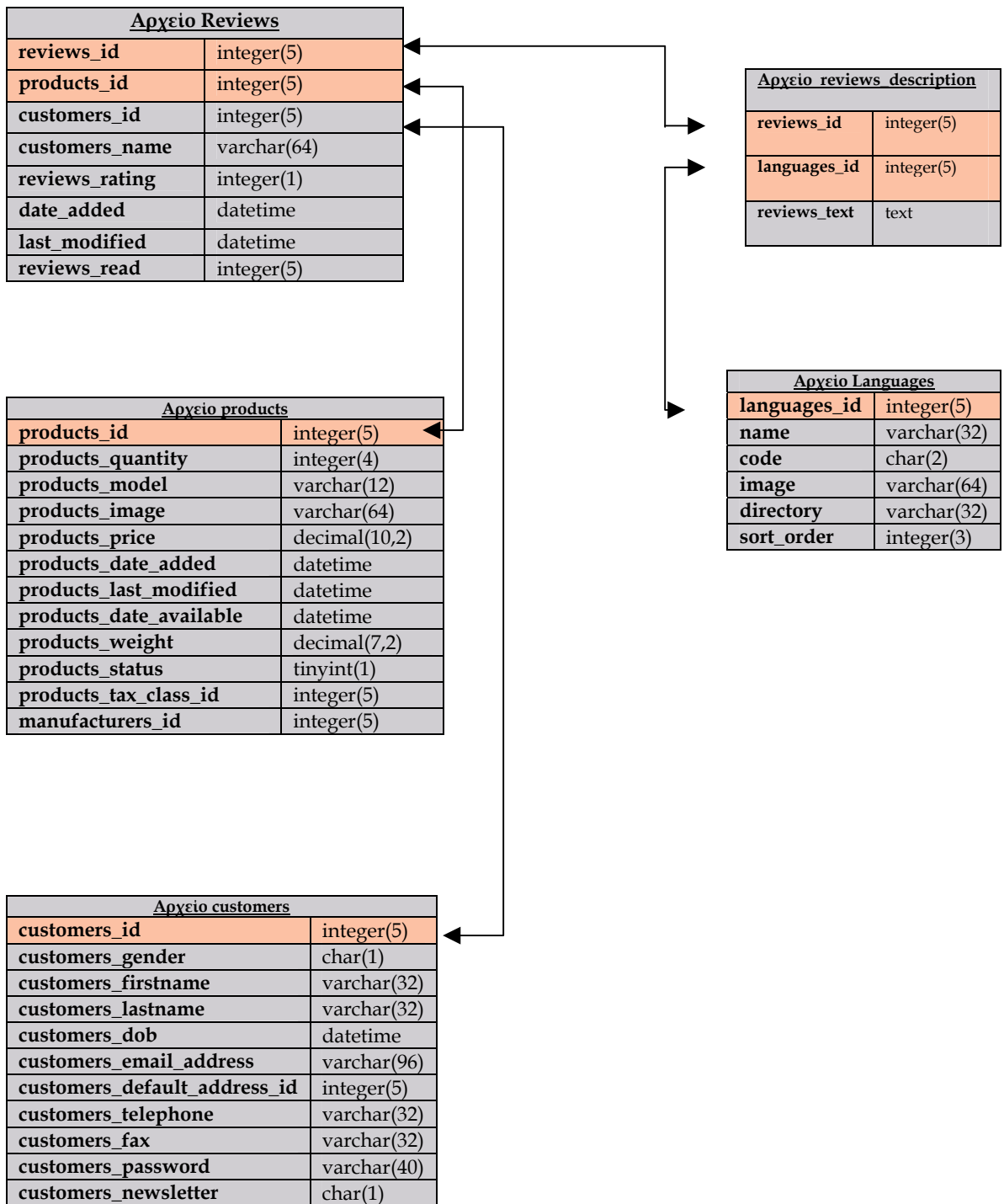
Αρχείο Banners

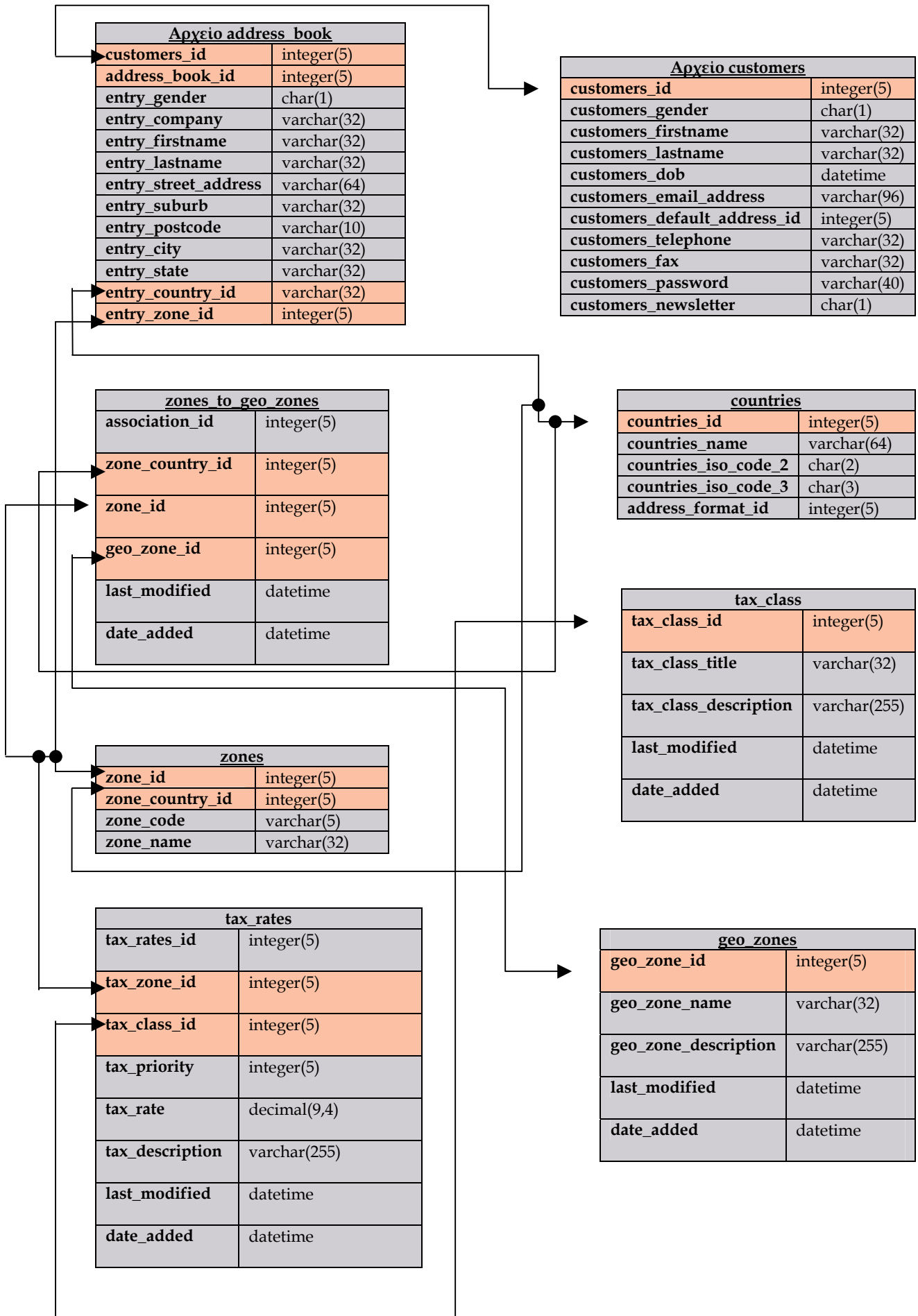
<u>banners_id</u>	<u>integer(5)</u>
banners_title	varchar(64)
banners_url	varchar(64)
banners_image	varchar(10)
banners_group	integer(7)
expires_impressions	datetime
expires_date	datetime
date_added	datetime
date_status_change	datetime
status	integer(1)

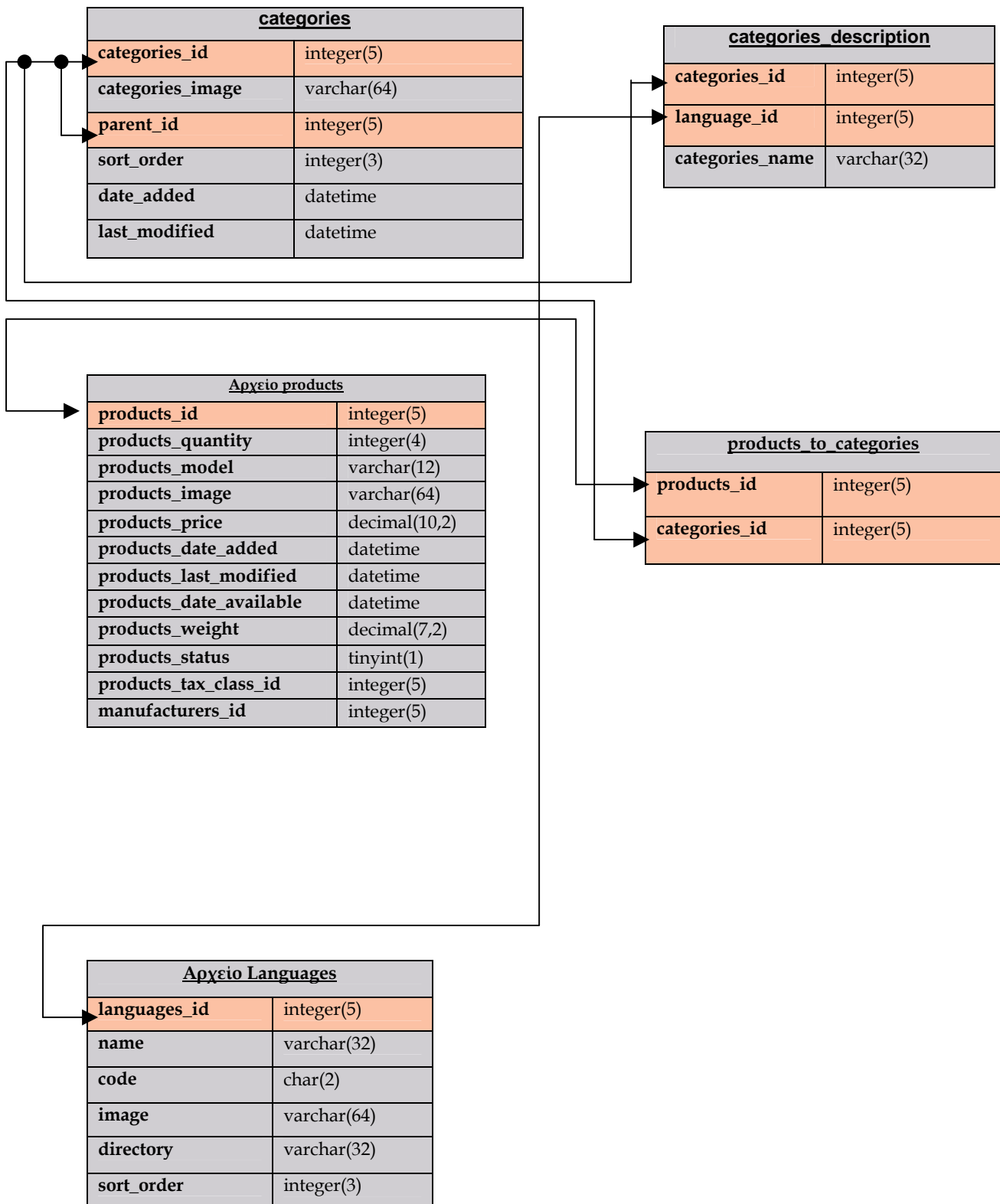
Αρχείο Banners History

<u>banners_history_id</u>	<u>integer(5)</u>
banners_id	integer(5)
banners_shown	integer(5)
banners_clicked	integer(5)
banners_history_date	datetime









Πρέπει να αναφέρουμε ότι η βάση του osCommerce αποτελείται από 46 πίνακες. Οι πίνακες αυτοί παρουσιάζονται στην γενική λίστα αρχείων. Στην παράγραφο **3.3 Προσδιορισμός Links των Αρχείων.**

παρουσιάζονται τα πεδία των πινάκων, ο τύπος δεδομένων των πεδίων αυτών και τέλος η σύνδεση των πινάκων μεταξύ τους. Το πλήθος των συνδέσεων είναι μεγάλο και για το λόγο αυτό επεκταθήκαμε στην παρουσίαση ενός μόνο μέρους αυτών.

11.4 Λίστα Αρχείων ανά Διαδικασία

Διαδικασία 1 :

Πληροφορίες για το ποιος είναι online στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

- Αρχείο Πελατών
- Αρχείο Πληροφοριών πελάτη
- Αρχείο «who 's online»

Διαδικασία 2 :

Πληροφορίες για τα προϊόντα σε προσφορά.

- Αρχείο Προσφορών
- Αρχείο Ειδών
- Αρχείο Κατηγοριών
- Αρχείο Ιδιοτήτων των Προϊόντων
- Αρχείο Περιγραφής Προϊόντων
- Αρχείο Περιγραφής Κατηγοριών

Διαδικασία 3 :

Πληροφορίες για τους πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος.

- Αρχείο Πελατών
- Αρχείο Πληροφοριών Λογαριασμού Πελάτη
- Αρχείο Διευθύνσεων Πελάτη
- Αρχείο Χωρών

Διαδικασία 4 :

Πληροφορίες για την καταγραφή παραγγελίας.

- Αρχείο Πελατών
- Αρχείο Πληροφοριών Λογαριασμού Πελάτη

- Αρχείο Ειδών
- Αρχείων Παραγγελιών
- Αρχείο Παραγγελθέντων ειδών
- Αρχείο Καλαθιού Πελάτη

Διαδικασία 5 :

Πληροφορίες για την καταχώρηση κριτικών στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

- Αρχείο Κριτικών
- Αρχείο Περιγραφής Κριτικών
- Αρχείο Πελατών

12.5 Λειτουργίες του phpMyAdmin:

Το phpMyAdmin είναι ένα ιδιαίτερα διαδεδομένο σύστημα ανοιχτού κώδικα για την διαχείριση βάσεων δεδομένων. Είναι διαθέσιμο για όλες σχεδόν τις πλατφόρμες OS (Open Source) και για όλους τους Internet Providers που διαθέτουν εγκατεστημένη την MySql σαν κομμάτι του πακέτου φιλοξενίας τους. Με το phpMyAdmin που μπορούμε να δούμε από την σελίδα <http://webmysql.f2dnet.com/> εκτελούμε μια σειρά από διεργασίες όπως:

- Αναζήτηση και αποσύνδεση ΒΔ, πινάκων, πεδίων και δεικτών
- Δημιουργία, αντιγραφή, μετονομασία και προβολή βάσεων, πινάκων πεδίων και δεικτών.
- Συντήρηση-κατάσταση server, βάσεων και πινάκων
- Εκτέλεση και επεξεργασία οποιασδήποτε SQL εντολής ή ερωτήματος.
- Φόρτωση αρχείων κειμένου μέσα σε πίνακες
- Εξαγωγή δεδομένων σε διάφορες μορφές, όπως .cvs, .xml, .pdf, .xls, .doc
- Διαχείριση χρηστών και δικαιωμάτων τους.
- Αναζήτηση δεδομένων σε ολόκληρη την βάση ή και σε συγκεκριμένα τμήματα αυτής.,
- Backup ολόκληρης της βάσης.

12. Βιβλιογραφία

- **Andrew S.Tanenbaum** : Δίκτυα Υπολογιστών 3^η Έκδοση.
- **Εμμ.Α.Γιακουμάκης** : Τεχνολογία Λογισμικού (απαιτήσεις, σχεδίαση λογισμικού), Τόμος Α.
- Δικτυακός Τόπος Υποστήριξης Πλατφόρμας osCommerce
<http://www.oscommerce.org>
- <http://www.go-online.gr/training/enot2/index.htm>
- Ελεύθερο Λογισμικό / Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα_ <http://www.ellak.gr/>
- ΟΠΑ-Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, «Το ηλεκτρονικό Επιχειρείν στις Μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις», Μάιος 2000.
- Philosophe.com, “Ecommerce : Introduction and Overview”
<http://www.philosophe.com/design/requirements.html>
- Forum υποστήριξης πλατφόρμας : <http://forums.oscommerce.com>
- PhpMyAdmin : http://www.phpmyadmin.net/home_page/docs.php/
- Installation help links :
<http://oscdox.com/index.php?op=modload&name=phpWiki&file=index&page name=Chapter%203%20Detailed%20Installation%20Instructions/>
- Εγχειρίδιο και βοήθεια για το phpmyadmin
<http://www.phpmyadmin.net/documentation/>
- Εγκατάσταση εργαλείου easy populate
- <http://www.oscommerce.com/community?contributions=&search=easypopulate&category=5>