



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών

Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής & Πολυμέσων

Πτυχιακή εργασία

Εφαρμογή B2B:

**Ανάπτυξη συστήματος παραγγελιοληψίας βασισμένο στο
διαδίκτυο.**

Σπουδαστές: Μπεϊνόγλου Παναγιώτα Α.Μ. 1023
Χριστοδουλάκη Ζαφειρία Α.Μ. 1073

Επιβλέπων Καθηγητής: Βασιλάκης Κωνσταντίνος

Ηράκλειο Ιούνιος 2008

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Καταρχάς ευχαριστούμε τον επιβλέποντα καθηγητή μας Κώστα Βασιλάκη για την καθοδήγηση και τις πολύτιμες συμβουλές του κατά την εκπόνηση της εργασίας αυτής, που χωρίς την βοήθειά του δε θα ήταν εφικτή. Η συμβολή του ήταν πραγματικά ανεκτίμητη.

Θέλουμε επίσης να απευθύνουμε τις θερμές μας ευχαριστίες στον υπεύθυνο της εταιρίας ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Β.Ε.Τ.Ε κ.Αβερκάκη Μιχάλη για τις πολύτιμες πληροφορίες και στοιχεία που μας έδωσε σχετικά με την εταιρία.

Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειες μας για την ουσιαστική ψυχολογική υποστήριξη και κατανόηση που μας προσέφεραν καθ' όλη την διάρκεια της εργασίας.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	7
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	8
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	8
1.3 ΠΡΟΣΦΟΡΑ TCP/IP	9
1.4 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΙΣΤΟΣ (WORLD WIDE WEB) - HTML-MOSAIC-HTTP-URL	9
1.5 ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	10
1.6 ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΧΡΗΣΤΩΝ	11
1.7 ΤΟ INTERNET ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	12
1.8 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΛΕΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	14
2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	15
2.2 ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	17
2.2.1 <i>E-Commerce (Ηλεκτρονικό Εμπόριο)</i>	17
2.2.2 <i>E-Business (Ηλεκτρονικό Επιχειρείν)</i>	28
2.2.3 <i>E-Enterprise (Ηλεκτρονική Επιχείρηση)</i>	28
2.2.4 <i>M-Commerce (Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο)</i>	28
2.2.5 <i>E-Marketplace (Ηλεκτρονική Αγορά, B2B)</i>	29
2.2.6 <i>E-Malls (Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα)</i>	30
2.2.7 <i>E-Procurement (Σύστημα Ηλεκτρονικών Προμηθειών)</i>	31
2.2.8 <i>E-Auction (Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών)</i>	32
2.2.9 <i>E-Infobrokers (Μεσίτες Πληροφοριών)</i>	32
2.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	32
2.3.1 <i>Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τον Καταναλωτή</i>	32
2.3.2 <i>Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου για την εταιρία</i>	33
2.3.3 <i>Συγκεκριμένα για τους μηχανικούς</i>	34
2.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	37
3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	38
3.2 ΑΝΑΓΚΕΣ – ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Β.Ε.Τ.Ε	38
3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	38
3.4 ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ	40
3.5 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	42
3.5.1 ΑΡΑΧΗ HTTP ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΤΗΣ	42
3.5.2 MYSQL	43
3.5.3 PHP	43
3.5.3.1 <i>Επεκτάσεις αρχείων και διακομιστές</i>	44

3.5.3.2	<i>Ιστορία της PHP</i>	44
3.5.4	JOOMLA	45
3.5.5	VIRTUEMART	46
3.6	ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ	49
3.6.1	<i>Εγκατάσταση template και νέας γλώσσας</i>	50
3.6.1	<i>Εγκατάσταση νέου μενού</i>	54
3.6.1	<i>Εγκατάσταση νέου component</i>	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	68
4.1	ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ EASYPHP	69
4.2	ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ JOOMLA	73
4.5.1	<i>Απαραίτητα εργαλεία για την εγκατάσταση του Joomla</i>	74
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	80
ο	ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΧΡΗΣΗΣ.....	81
2.3.3	<i>Εγγραφή Χρήστη</i>	81
2.3.4	<i>Παραγγελία Μη Εγγεγραμμένου Χρήστη</i>	82
2.3.5	<i>Παραγγελία Εγγεγραμμένου Χρήστη</i>	88
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	99
3.3	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	100
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	104
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1	105
	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	105
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2	108
	ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	108
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3	117
	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	117
ΛΕΞΙΚΟ ΟΡΩΝ	119
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	122

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι επιχειρήσεις σήμερα αντιμετωπίζουν πολλές προκλήσεις λόγω του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος που προκύπτει από τις συνεχώς μεταβαλλόμενες τεχνολογίες και την παγκοσμιοποίηση της αγοράς.

Η διείσδυση του Internet σε προσωπικά αλλά και επαγγελματικά περιβάλλοντα δίνει νέες ευκαιρίες σ' αυτούς που υιοθετούν και καταλαβαίνουν την τεχνολογία αλλά ενέχει και κινδύνους για αυτούς που αποτυγχάνουν να τη συμπεριλάβουν έγκαιρα στις δομές και στις διαδικασίες τους.

Το Internet και το World Wide Web έχουν δημιουργήσει μία νέα πραγματικότητα, η οποία αποτελείται από ηλεκτρονικές επιχειρήσεις που απευθύνονται σε καταναλωτές (B2C) αλλά και σε άλλες επιχειρήσεις (B2B).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Ορισμός Διαδικτύου

Όροι όπως "κυβερνοχώρος"(cyberspace), "Διαδίκτυο"(internet), "Δίκτυο"(the Net), "η Λεωφόρος των Πληροφοριών"(Information superhighway) και ο "Παγκόσμιος Ιστός"(World Wide Web) χρησιμοποιούνται εναλλακτικά για να περιγράψουν το υπάρχον κολοσσιαίο δίκτυο υπολογιστών που αλληλοσυνδέονται μέσω της τηλεπικοινωνιακής υποδομής. Ένας ορισμός του Διαδικτύου είναι ότι είναι ένα δίκτυο υπολογιστών διασυνδεδεμένο μέσω ενός παγκοσμίως μοναδικού χώρου διεύθυνσης, που βασίζεται στο πρωτόκολλο του ίντερνετ(Internet Protocol-IP), ικανό να υποστηρίζει επικοινωνίες με τη χρήση του Transmission Transfer Protocol/Internet Protocol(TCP/IP) και παρέχει υπηρεσίες σε διαδοχικά επίπεδα του, επικοινωνίες και σχετική υποδομή.

(http://www soi.city.ac.uk/~pw/ji_lit.html.)

1.2 Ιστορική αναδρομή του διαδικτύου

Το Internet, όμως, δεν έχει από την αρχή τη μορφή με την οποία το γνωρίζουμε σήμερα. Στα μέσα της δεκαετίας του 1960 και κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου, που διεξάγεται ανάμεσα στις ΗΠΑ και στη Σοβιετική Ένωση, το αμερικανικό Πεντάγωνο επιθυμεί τη δημιουργία ενός δικτύου ελέγχου και διοίκησης ανθεκτικό σε περίπτωση πυρηνικού πολέμου, την οποία αναθέτει στη διεύθυνση ARPA(Advanced Research Projects Agency). Στόχος της είναι η προώθηση τεχνολογιών με στρατιωτική χρησιμότητα. Η έρευνα έχει ως αποτέλεσμα την αποστολή δεδομένων από τον έναν υπολογιστή στον άλλο σε φέτες ή αλλιώς πακέτα, τα οποία ακολουθούν διαφορετική πορεία αλλά φθάνοντας στον προορισμό τους συναρμολογούνται ξανά στη σωστή σειρά(packet switching, διαμεταγωγή πακέτων).

Από τη χρήση του ARPANET, που αποκαλείται ο πρόδρομος του ίντερνετ, αντλούνται κάποια συμπεράσματα που οδηγούν στη δημιουργία ενός νέου μοντέλου επικοινωνίας μεταξύ των υπολογιστών, το λεγόμενο TCP/IP(Transmission Control Protocol/Internet Protocol), το οποίο δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στη δυνατότητα διασύνδεσης επιμέρους τοπικών δικτύων και γίνεται επίσημο πρωτόκολλο επικοινωνίας του ARPANET και των δικτύων που συνδέονται σ' αυτό την 1^η Ιανουαρίου του 1983. Στη χρονιά αυτή το ARPANET διασπάται στο στρατιωτικό MILNET, στο οποίο η πρόσβαση είναι αυστηρά ελεγχόμενη και στο ακαδημαϊκό ARPANET με

πρόσβαση από ένα ευρύτερο κοινό. Στη δεκαετία του 1980 τα επιμέρους δίκτυα που συναποτελούν το ARPANET, το NSFNET και άλλα δίκτυα συγκεντρώνονται σε ένα Διαδίκτυο(internetwork) και όλοι μιλούν για το Διαδίκτυο(Internet).

Στη συνέχεια το δίκτυο αναπτύσσεται με σημαντικά έντονους ρυθμούς. Το 1990 το Διαδίκτυο περιέχει 3.000 δίκτυα και 200.000 υπολογιστές ενώ το 1992 συνδέεται ο πρώτος εκατομμυριοστός υπολογιστής στο δίκτυο. Το 1995 υπάρχουν πολλαπλά κεντρικά δίκτυα, εκατοντάδες γεωγραφικά δίκτυα, δεκάδες τοπικά δίκτυα, δεκάδες εκατομμύρια χρήστες, οι οποίοι διπλασιάζονται περίπου κάθε χρόνο. (« Το Δίκτυο», Το Βήμα Οκτώβριος 2000.)

1.3 Προσφορά TCP/IP

Οι τέσσερις βασικές υπηρεσίες που προσφέρει το Διαδίκτυο είναι οι εξής: E-mail, News(USENET), Remote login και Μεταφορά δεδομένων. Με τη βοήθεια του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου οι χρήστες μπορούν να στέλνουν και να λαμβάνουν ηλεκτρονικά μηνύματα, τα οποία διακινούνται κάθε μέρα κατά δισεκατομμύρια μέσω του SMTP πρωτοκόλλου. Η δεύτερη υπηρεσία του Διαδικτύου είναι οι ομάδες συζήτησης(newsgroups), όπου χρήστες με κοινά ενδιαφέροντα κάνουν ανταλλαγή μηνυμάτων. Προγράμματα όπως το telnet και το rlogin δίνουν στο χρήστη τη δυνατότητα να μπαίνει σε οποιαδήποτε μηχανή εφόσον διαθέτει ένα λογαριασμό χρήσης. Τέλος, το πρωτόκολλο FTP(File Transfer Protocol) έδωσε το όνομά του στο πρόγραμμα ftp, με το οποίο είναι εφικτή η αντιγραφή αρχείων από μια μηχανή στο Διαδίκτυο σε άλλη. (« Το Δίκτυο», Το Βήμα Οκτώβριος 2000.)

1.4 Παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) - Html-Mosaic-Http-Url

Το Ευρωπαϊκό Εργαστήριο Φυσικής Υψηλών Ενεργειών(European Laboratory for Particle Physics) στην Ελβετία, γνωστό ως CERN, το αρκτικόλεξο του γαλλικού του ονόματος, και το Εθνικό Κέντρο Υπερπληροφοριακών Εφαρμογών(National Center for Supercomputing Applications, NCSA),στο Πανεπιστήμιο του Ιλινόις(University of Illinois), επινοούν τον World Wide Web(WWW), μια σειρά πρωτοκόλλων για την ανταλλαγή δεδομένων καθώς και τη γλώσσα Html(Hypertext Markup Language), που επιτρέπει την εύκολη ανταλλαγή και τη

σύνδεση κειμένων. Το NCSA ανέπτυξε και το Mosaic, ένα πρόγραμμα που επιτρέπει στους χρήστες να βλέπουν κείμενα γραμμένα σε γλώσσα Html σε ευχάριστη γραφική μορφή. Και με τα δύο, Html και Mosaic, είναι εύκολο να βλέπουμε φωτογραφίες και ζωγραφιές, να ακούμε ήχο και βιντεοκλίπ. (Brian S. Brooks, 1997:39)

Το πρωτόκολλο Http διευκολύνει την επικοινωνία ανάμεσα σε προγράμματα που διαβάζουν τις σελίδες του web και στους εξυπηρέτες που προμηθεύουν το ανάλογο υλικό. Ανάμεσα στις σελίδες υπάρχουν σύνδεσμοι επικοινωνίας που είναι τα λεγόμενα links. Η έννοια Uniform Resource Locator(URL) είναι μια γενικευμένη διεύθυνση που βοηθά ώστε να ορίζεται η τοποθεσία των εικόνων και σελίδων στις οποίες γίνεται αναφορά καθώς οι διασυνδεδεμένες σελίδες βρίσκονται σκορπισμένες σε διάφορα μέρη στον κόσμο.

Το Web προσφέρει έναν εύχρηστο τρόπο ενοποίησης πολλών πρωτοκόλλων και υπηρεσιών που το κάνει ιδιαίτερα δημοφιλές. "Το Web και τα προγράμματα με τα οποία διαβάζει κανείς σελίδες άνοιξαν τις πόρτες του Διαδικτύου στον απλό χρήστη. (« Το Δίκτυο», Το Βήμα Οκτώβριος 2000.)

1.5 Μέγεθος και Ανάπτυξη Διαδικτύου

Δύο μέθοδοι που έχουν χρησιμοποιηθεί για τη μέτρηση του μεγέθους και της ανάπτυξης του Διαδικτύου είναι η μέτρηση του αριθμού των κεντρικών υπολογιστών δικτύου(host) και αριθμού των χρηστών(users). Σύμφωνα με τον ορισμό του Gray(1996), που είναι γενικά αποδεκτός, "host" είναι μια διεύθυνση πρωτοκόλλου internet(IP address). Τα στατιστικά στοιχεία που αφορούν τις διευθύνσεις πρωτοκόλλου ίντερνετ παρουσιάζουν ραγδαία ανάπτυξη του internet, από μόλις τέσσερις συνδεδεμένους στο internet υπολογιστές του ARPANET, στο Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας, σε 16,1 εκατομμύρια παγκοσμίως τον Ιανουάριο του 1997.

Οι Batty και Barr(1994), παρουσιάζουν στοιχεία σχετικά με τη γεωγραφική κατανομή των "hosts" και τα συνδέουν με τους εθνικούς πληθυσμούς καταλήγοντας σε ένα υπολογισμό βασιζόμενο στον αριθμό των "hosts" ανά 1000 άτομα. Με βάση αυτά τα στοιχεία, η βόρεια Ευρώπη και η Ελβετία παρουσιάζουν την πιο συχνή σύνδεση. Οι υψηλοί αριθμοί σχετικά με τη Νορβηγία, την Ισλανδία και τις Σκανδιναβικές χώρες οδηγούν τους συγγραφείς να γενικεύσουν

τα υψηλά επίπεδα της ανάπτυξης του internet ως "ένα φαινόμενο των μικρών απομονωμένων χωρών."

Πιο πρόσφατα ο αριθμός των σελίδων στον Παγκόσμιο Ιστό χρησιμοποιείται ως ένδειξη του μεγέθους του internet. Υποστηρίζεται ότι το 1997 υπάρχουν 30 εκατομμύρια σελίδες στον παγκόσμιο ιστό ενώ το 1993 μόλις 130.000(Keegan, 1997).

Ο αριθμός των χρηστών του internet είναι ακόμη πιο δύσκολο να μετρηθεί. Μια σύνδεση δεν σημαίνει απαραίτητα χρήση και μια σύνδεση μπορεί να σημαίνει τη συμμετοχή πολλών χρηστών. Το περιοδικό "IT Link" υποστηρίζει ότι ακόμη και οι αξιόπιστες πηγές διαφέρουν στους υπολογισμούς τους για τους χρήστες του διαδικτύου παγκοσμίως και κυμαίνονται από τα 15 έως τα 60 εκατομμύρια.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διεθνείς συγκρίσεις που υποστηρίζουν πως στη Γερμανία δύο εκατομμύρια άνθρωποι έχουν πρόσβαση στο internet από τη δουλειά τους και στη Γαλλία ο αριθμός είναι ένα εκατομμύριο για την πρόσβαση από τη δουλειά και εκατό χιλιάδες από το σπίτι. Τα νούμερα στις Ηνωμένες Πολιτείες υπολογίζονται μεταξύ 15 και 28 εκατομμυρίων και αναμένεται να τα υπερβεί η Ιαπωνία με 30 εκατομμύρια χρήστες το 2000(1997).

Ένας άλλος τρόπος μελέτης της χρήσης του διαδικτύου είναι να εξετάσουμε τις επισκέψεις των χρηστών. Σύμφωνα με έρευνα της IBM, τα πιο δημοφιλή sites είναι αυτά που στοχεύουν στον καταναλωτή αλλά και τα ακαδημαϊκά/επιχειρησιακά sites παρουσιάζουν εντυπωσιακά επίπεδα χρήσης και ανάπτυξης. (http://www soi.city.ac.uk/~pw/ji_lit.html .)

1.6 Μορφές χρήσης και χαρακτηριστικά χρηστών

Υπάρχουν δύο μορφές χρήσης, η καταναλωτική χρήση/χρήση από το σπίτι και η επαγγελματική/επιχειρησιακή χρήση. Η πρώτη είναι το κύριο χαρακτηριστικό του Internet καθώς τα καταναλωτικά sites είναι εκείνα που επισκέπτονται πιο συχνά οι χρήστες. Σύμφωνα με έρευνα των Pitkow και Kehoe(1996), το 63,6% των ανταποκρινόμενων συνδέθηκε με το δίκτυο από το σπίτι. Η καταναλωτική χρήση αυξάνεται ραγδαία. Η εφημερίδα Sunday Times υποστηρίζει το 1997 ότι στο τέλος του αιώνα θα υπάρχουν 32 εκατομμύρια χρήστες που θα συνδέονται από το σπίτι σε σύγκριση με τα 14 εκατομμύρια των χρηστών που θα συνδέονται από τις επιχειρήσεις.

Όσον αφορά την επαγγελματική χρήση, μελέτες και από τις δύο πλευρές του Ατλαντικού συμφωνούν ότι παρουσιάζει σημαντική αύξηση, πχ. Από 17,4 σε 24 εκατομμύρια στους 6 μήνες από το Μάιο έως το Σεπτέμβριο του 1996, δηλαδή αύξηση της τάξης του 32% στις ΗΠΑ και αύξηση της τάξης του 27% στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Σχετικά με τα χαρακτηριστικά των χρηστών, οι σχολιαστές διεθνώς υποστηρίζουν ότι το φύλο επηρεάζει τη χρήση του internet. Οι πιο πολλοί χρήστες είναι άνδρες αλλά οι γυναίκες τους πλησιάζουν με γρήγορο ρυθμό. Σύμφωνα με έρευνες(1994, 1996), οι χρήση από γυναίκες αυξήθηκε από 5% τον Ιανουάριο του 1994 σε 31,4% τον Νοέμβριο του 1996. Όπως διατείνονται οι Pitkow και Kehoe, το ποσοστό των γυναικών χρηστών σε σχέση με το σύνολο είναι ιδιαίτερα υψηλό, πάνω από 40%, είναι από τις ΗΠΑ ενώ από τους Ευρωπαίους χρήστες μόνο το 19,8% είναι γυναίκες. Πάντως, τα στοιχεία της μελέτης του CommerceNet δείχνουν ότι ο αριθμός των γυναικών χρηστών θα αυξηθεί.

Μακροχρόνια ανάλυση των Pitkow και Kehoe σχετικά με την ηλικία των χρηστών του internet δείχνει ότι ενώ ο μέσος χρήστης του Διαδικτύου είναι σχετικά νέος η ηλικία αυτή σταδιακά αυξάνεται φτάνοντας το 1996 τα 34,9 χρόνια. Επιπλέον, το 1996 τα παιδιά που είναι χρήστες στις ΗΠΑ φτάνουν 1,5 εκατομμύριο(Computer Technology Index of Computer Intelligence, 1997). Όσον αφορά το επάγγελμα, οι μισοί από όσους είναι μεταξύ 19 και 25 χρόνων σπουδάζουν ενώ αυτοί που είναι μεγαλύτεροι είναι πολύ πιθανόν να ασχοληθούν με επαγγέλματα που έχουν σχέση με υπολογιστές.

Η CommerceNet προειδοποιεί ότι το προφίλ του τυπικού χρήστη του διαδικτύου αλλάζει. Το Σεπτέμβριο του 1996, λιγότεροι χρήστες θεωρούν τους εαυτούς τους επαγγελματίες της πληροφορικής(11% νεοεισερχόμενοι σε σχέση με το 23% των παλιών χρηστών) και λίγοι από τους νεοεισερχόμενους έχουν δουλέψει με υπολογιστές τα τελευταία πέντε χρόνια(59% από 70%), λιγότεροι έχουν κάποιο πτυχίο κολεγίου(72% από 88%) και λιγότεροι ζουν σε σπίτια με εισόδημα \$80.000(17% από 27%).

1.7 Το Internet στην Ελλάδα

Μέχρι και το 1992, στο διαδίκτυο είχαν πρόσβαση μερικές εκατοντάδες άτομα που αποτελούνταν από φοιτητές και μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας. Το διαδίκτυο άνοιξε τις πύλες του στο ευρύ κοινό, το οποίο απέκτησε πρόσβαση με συνδρομή, στις αρχές του 1993. Η

ανάπτυξη του δικτύου δεν επήλθε με πολύ γρήγορους ρυθμούς αφού μόλις το 1998 ξεπεράστηκε ο αριθμός των εκατό χιλιάδων συνδρομητών. Δύο χρόνια μετά όμως, τον Ιούνιο του 2000, οι έλληνες χρήστες άγγιξαν τον αριθμό των εξακοσίων χιλιάδων και για το 2001 εκτιμάται ότι θα διπλασιαστούν.

Οι ηλικίες των Ελλήνων που τους έχει κερδίσει σε μεγαλύτερο βαθμό ο κυβερνοχώρος κυμαίνονται από 20 έως 40 χρόνια χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι μικρότεροι ή μεγαλύτεροι σε ηλικία δεν έλκονται από αυτόν. Βέβαια, υπάρχουν ακόμη αρκετές χιλιάδες άνθρωποι που τρομάζουν στην ιδέα ότι θα πρέπει μια μηχανή να παίζει το ρόλο του διαμεσολαβητή και να τους εξυπηρετήσει σε μια εργασία τους κάνοντάς τους έτσι κατά κάποιο τρόπο να αισθάνονται εξαρτημένοι απ' αυτή. Άλλωστε, στην Ελλάδα, πριν από μία δεκαετία, εξαιτίας του φόβου που προκαλούσαν οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, οι άνθρωποι που ασχολούνταν με την πληροφορική θεωρούνταν αντικοινωνικοί και εσωστρεφείς. Σήμερα όμως, στοιχεία ερευνών δείχνουν ότι οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν το Δίκτυο είναι εξωστρεφείς.

(http://pacific.jour.auth.gr/seralidou/ase2d.htm#_ftn7)

1.8 Ορισμός Τηλεϋπηρεσίας

Είναι ο τύπος τηλεπικοινωνιακής υπηρεσίας, ο οποίος με τη χρήση της τερματικής συσκευής και των λειτουργιών της παρέχει στους χρήστες ένα τρόπο επικοινωνίας καθορισμένο από πρωτόκολλα επικοινωνίας, που έχουν συμφωνηθεί μεταξύ του χρήστη και του τηλεπικοινωνιακού οργανισμού ή μεταξύ των χρηστών.

Οι τηλεϋπηρεσίες προσεγγίζουν εννοιολογικά τις υπηρεσίες τηλεματικής. Η προσφορά της τηλεϋπηρεσίας καθορίζεται από το δίκτυο, την τερματική συσκευή (τερματικό) και το χρήστη.

(http://dtps.unipi.gr/files/notes/2006/eksamino_8/dioikhsh_plhroforiakwn_systhmatwn_kai_diktywn/section_05.pdf)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Ως ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζεται το εμπόριο που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα βασίζεται δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έκφραση των λεγόμενων υπηρεσιών εξ αποστάσεως.

Ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια ολοκληρωμένη συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω του διαδικτύου χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, δηλαδή του πωλητή και του αγοραστή, οι οποίοι μπορούν να βρίσκονται ακόμα και σε διαφορετικές χώρες. Είναι οποιαδήποτε συναλλαγή που ενέχει διαδικτυακή δέσμευση για αγορά ή πώληση αγαθών ή υπηρεσιών.

Ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρούνται επίσης και οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου και φαξ. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο. Ο πρώτος όρος χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο.

Άμεσο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται είτε με πιστωτικές κάρτες είτε με ηλεκτρονικό χρήμα με την αρωγή πάντα και τη σύμπραξη των τραπεζών. (http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=315)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο διεξάγεται για περισσότερα από 25 χρόνια σε ενδοεπιχειρησιακά δίκτυα, αξιοποιώντας τα συστήματα EDI (Electronic Data Interchange), που επιτρέπουν σχετικά απλές συναλλαγές μεγάλου όγκου δεδομένων. Τα τελευταία χρόνια όμως, η δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο ενός πολύ μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων και η επίτευξη συμβατότητας των εφαρμογών EDI με τις υπόλοιπες εφαρμογές που χρησιμοποιούν το Internet ως μέσο, έχουν οδηγήσει στην επόμενη γενιά του ηλεκτρονικού εμπορίου, που είναι η πραγματοποίηση επιχειρηματικών συναλλαγών ή ανταλλαγής πληροφοριών μέσα από τον Παγκόσμιο Δικτυακό Ιστό (World Wide Web). Σύμφωνα με τους Bauer, Grether και Leach¹, τα χαρακτηριστικά που συντελούν ώστε να αποτελεί ο WWW το πλέον σημαντικό κανάλι διακίνησης πληροφοριών και διανομής προϊόντων και υπηρεσιών, είναι:

- η συνεχής ανανέωση και η ταχύτατη μεταφορά τεραστίου όγκου πληροφοριών

- με χαμηλό κόστος
- η διαδραστικότητα του WWW, που συνίσταται στην αμφίδρομη επικοινωνία επιχειρήσεων και καταναλωτών
- η εξατομίκευση της επικοινωνίας, που συνεπάγεται την ικανοποίηση
- προσωπικών αναγκών των καταναλωτών
- η ενοποίηση επικοινωνίας και συναλλαγών.

Εκτός βέβαια από την τεχνολογία EDI και τον Παγκόσμιο Δικτυακό Ιστό, χρησιμοποιούνται και άλλα μέσα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών συναλλαγών, όπως τα δίκτυα Intranets, Extranets, η ψηφιακή τηλεόραση και η κινητή τηλεφωνία. (Πασχόπουλος, 2001)

Στο πρόσφατο παρελθόν οι συναλλαγές και οι αγορές των καταναλωτών και αντίστοιχα ο πωλήσεις των εμπορών γίνονταν με καθαρά συμβατικά μέσα. Οι καταναλωτές προκειμένου να αγοράσουν αυτό που επιθυμούσαν ή να δεχτούν μία υπηρεσία έπρεπε να μεταβούν στην έδρα του προμηθευτή των αγαθών ή των υπηρεσιών. Στις μέρες μας ο τρόπος διεξαγωγής των συναλλαγών έχει αλλάξει ριζικά.

Ένας από τους νέους και τάχιστους τρόπους εξυπηρέτησης των καταναλωτών είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο το οποίο αναπτύσσεται ραγδαία στο εξωτερικό αλλά και στην Ελλάδα με πιο αργούς όμως ρυθμούς.

Ενδεικτικό της καθυστερημένης ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα είναι οι δύο υπουργικές αποφάσεις 3035/B2-48.2001 και 7681/B2-255.2001 που προωθούν τη διενέργεια δοκιμαστικής έρευνας για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι αποφάσεις αυτές είναι του 2001, χρονιά που σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες ανθούσε το ηλεκτρονικό εμπόριο. Αλλά και οι υπουργικές αποφάσεις 4708/2003, 36/2003 και 10220/Γ3-571/2004 που καταδεικνύουν το ίδιο πράγμα. (http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=315)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί από τέσσερις διαφορετικές οπτικές γωνίες:

- **Επιχειρήσεις:** Ως εφαρμογή νέων τεχνολογιών προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.

- **Υπηρεσίες:** Ως μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.
- **Απόσταση:** Ως δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.
- **Επικοινωνία:** Ως δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων ή υπηρεσιών, και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

(http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=550)

2.2 Μορφές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Οι μορφές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι οι εξής:

2.2.1 E-Commerce (Ηλεκτρονικό Εμπόριο)

Μία τυπική συναλλαγή Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορεί να περιλαμβάνει :

- την παρουσίαση των εμπορευμάτων
- την προσέλκυση των πελατών (διαφήμιση, marketing)
- την αλληλεπίδραση με τον πελάτη (κατάλογοι εμπορευμάτων, πωλήσεις)
- τη διεκπεραίωση παραγγελιών-πωλήσεων (καταγραφή παραγγελιών, πληρωμές)
- την υποστήριξη των πελατών (after sales support, order tracking)
- την επικοινωνία με τους προμηθευτές

Κατηγοριοποίηση Όρων:

- Business-to-Business (B2B)
- Business-to-Government (B2Government)
- Business-to-Consumer (B2C)
- Individual-to-Government (C2G)

(π.χ. Amazon.com)

2.2.1.1 Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή (B2C)

Η κατηγορία Επιχείρηση προς Καταναλωτή σε ένα μεγάλο βαθμό αντιστοιχεί στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο. Είναι η κατηγορία στην οποία ανήκουν όλες οι εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου, οι οποίες αναπτύσσονται με στόχο την πώληση προϊόντων απευθείας στους τελικούς καταναλωτές.

Η κατηγορία αυτή εξαπλώθηκε γρήγορα με την ανάπτυξη του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web) και των τεχνολογιών πληρωμής μέσω Internet. Τώρα, υπάρχουν εμπορικά κέντρα σε όλο το Internet, τα οποία προσφέρουν κάθε είδος καταναλωτικών αγαθών, από γλυκά και κρασί μέχρι υπολογιστές και πίνακες ζωγραφικής.

Ειδικά, οι εταιρείες πληροφορικής, που ήταν οι πρώτες που εισέβαλαν σ' αυτό το χώρο ηλεκτρονικού εμπορίου, ίδρυσαν μια καινούρια αγορά μέσω του Internet και προσφέρουν on-line κάθε είδους προϊόντος λογισμικού, όπως επίσης και υπηρεσίες, αναβαθμίσεις και τεχνική υποστήριξη στους πελάτες τους.

2.2.1.2 Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση (B2B)

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο αυτής της μορφής αφορά την διενέργεια ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και αφορά κυρίως την αγορά προμηθειών.

Ένα παράδειγμα της κατηγορίας Επιχείρηση προς Επιχείρηση, μπορεί να είναι μια εταιρία, που χρησιμοποιεί ένα δίκτυο παραγγελίας για τους προμηθευτές της, λαμβάνοντας τιμολόγια και κάνοντας πληρωμές. Αυτή η κατηγορία ηλεκτρονικού εμπορίου λειτουργεί εδώ και αρκετά χρόνια, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα την τεχνολογία της **Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Εγγραφών** (Electronic Data Interchange - EDI).

Το τελευταίο διάστημα έχει αρχίσει να αναπτύσσεται ιδιαίτερα, μια άλλη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου της κατηγορίας επιχείρηση προς επιχείρηση, με τον όρο **ηλεκτρονικές αγορές B2B** (B2B marketplaces).

Η εξέλιξη των E-Marketplaces

Σήμερα οι συναλλαγές από επιχείρηση προς επιχείρηση (B2B) είναι οι κυριότερες ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές με ποσοστό που ξεπερνά το 70% της συνολικής αξίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Σε σχέση με το ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή (B2C), το ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρησης (B2B) το οποίο βρίσκεται σήμερα έκφραση μέσω των ηλεκτρονικών αγορών (Marketplaces) παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη και αυτό γιατί:

- Οι εμπορικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων είναι συνήθως μεγαλύτερου όγκου από τις συναλλαγές του λιανικού εμπορίου το οποίο προσομοιώνει η κατηγορία B2C. Παράδειγμα: Ένας ιδιώτης ηλεκτρονικός πελάτης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος που πουλά ηλεκτρονικά είδη, θα αγοράσει από το ηλεκτρονικό κατάστημα ένα κλιματιστικό για το σπίτι του. Ένα ξενοδοχείο το οποίο θέλει κλιματιστικά για τους χώρους του θα αγοράσει από μια ηλεκτρονική αγορά 40 κλιματιστικά για να καλύψει τις ανάγκες της επιχείρησης. Ενώ στις δύο περιπτώσεις έχουμε μία συναλλαγή, το μέγεθος της δεύτερης είναι κατά πολύ μεγαλύτερο της πρώτης.
- Η ανασφάλεια των πολιτών – αγοραστών είναι μικρότερη από ότι στην κατηγορία B2C. Δεδομένου ότι οι εμπορικές πράξεις γίνονται μεταξύ επιχειρήσεων, τόσο αυτός που πουλά όσο και αυτός που αγοράζει μπορεί να διερευνήσει ποιο είναι το άλλο συναλλασσόμενο μέρος.
- Οι ηλεκτρονικές αγορές όπως προαναφέρθηκε είναι συνήθως προσαρμοσμένες στις ανάγκες του κλάδου στον οποίο ανήκουν και γι αυτό το λόγο εξυπηρετούν συνήθως καλύτερα τις ανάγκες (τόσο σε πληροφόρηση όσο και σε υπηρεσίες) τόσο των αγοραστών όσο και των καταναλωτών.

Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με τις δυνατότητες που παρέχουν οι διεπιχειρηματικές αγορές για τις επιχειρήσεις, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι αναμένεται να συνεχιστεί η ανάπτυξή τους τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και στην Ελλάδα.

(http://www.e-andromeda.gr/Data/paradotea_files/Elektroniko_Emporio1.pdf)

Ιστορική αναδρομή

Παρόλο που το διαδίκτυο βρίσκεται σε ευρεία χρήση εδώ και λίγα χρόνια, είναι σήμερα δύσκολο να φανταστούμε τον κόσμο χωρίς αυτό. Σε αντίθεση με την επανάσταση που επήλθε στον χώρο του B2C, πολλοί κατασκευαστές εφαρμογών B2B κατάλαβαν την αξία της διαδικτύωσης κάτω από κοινά πρότυπα.

Η ίδρυση του B2B πρωτοεμφανίστηκε το 1960, όταν η Αμερικανική κυβέρνηση κατασκεύασε την δομή του διαδικτύου. Η εφαρμογή ήταν government-to-business για το υπουργείο άμυνας (DOD) και είχε την απαίτηση να υπάρχει επικοινωνία ανάμεσα στους υπολογιστές σε περιβάλλον WAN. Οι απαιτήσεις για εκείνη την περίοδο ήταν απλές: Να βεβαιωθεί ότι το group των χρηστών θα μπορούσε να επικοινωνήσει αποτελεσματικά. Αργότερα, το 1970, τα πρωτόκολλα επικοινωνίας αντικαταστάθηκαν από το σύνολο πρωτοκόλλων του TCP/IP, που αποτελεί και την θεμελιώδη βάση του σημερινού διαδικτύου. Καθώς το διαδίκτυο εξελίχθηκε σε μη στρατιωτικό εργαλείο, το e-mail, ήταν η πρώτη σημαντική εφαρμογή για εμπορικούς χρήστες.

Το διαδίκτυο αποτελεί την βάση, πάνω στην οποία «κάθεται» το σύστημα B2B. Η γνώση απλών τεχνολογιών διαδικτύου, όπως είναι το e-mail και η ηλεκτρονική πλοήγηση σε ιστοχώρους, μας δίνει την δυνατότητα να δημιουργήσουμε σχέσεις B2B με τους συνεργάτες μας.

INTRANET-EXTRANET

Δύο βασικά εργαλεία για την κατασκευή B2B συστημάτων είναι τα intranet και extranet. Τα intranet, αποτελούν ιδιωτικά sites που δημιουργούνται από εταιρίες για την εξυπηρέτηση εσωτερικών αναγκών. Τέτοια συστήματα έχουν κατακλύσει την αγορά τα τελευταία χρόνια. Η δύναμη αυτών των συστημάτων, έχει επιτρέψει την διάδοση της πληροφορίας και της γνώσης στο εσωτερικό μιας εταιρίας σε πολύ μικρά χρονικά διαστήματα. Τα οικονομικά οφέλη και η ευκολία κατασκευής ενός intranet, τα έχουν καταστήσει δημοφιλή.

Το extranet, γίνεται συνεχώς ποιο δημοφιλές. Τα extranet , αποτελούν ελεγχόμενα κομμάτια ενός intranet σχεδιασμένα ώστε να επιτρέπουν την πρόσβαση σε επιχειρησιακούς συνεργάτες της εταιρίας, από την μία εταιρία στην άλλη. Μια λειτουργία ενός extranet, μπορεί να είναι απλή, όπως για παράδειγμα να επιτρέπει την πρόσβαση σε δεδομένα που αφορούν υποστήριξη πελατών και συντήρησης, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να είναι τόσο περίπλοκα ώστε να επιτρέπουν την πρόσβαση σε εσωτερικά προγράμματα ERP.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑΠΩΛΗΣΙΑ

Τα συστατικά του B2B είναι εργαλεία και υπηρεσίες που βοηθούν τις εταιρίες να συνεργαστούν με άλλες εταιρίες ποιο αποτελεσματικά.. Κάθε σύστημα B2B πρέπει να βελτιώνει τον τρόπο με τον οποίο διασυνδέονται οι συνεργάτες όσον αφορά την αλυσίδα παροχής προϊόντων και υπηρεσιών.

Τα συστήματα B2B , καθώς και οι εταιρίες ου τα χρησιμοποιούν, δημιουργούν μια πολυδιάστατη αγορά. Συχνά, οι εταιρίες που δημιουργούν B2B και έχουν μεγάλη εμπειρία σε αυτά τα συστήματα, επικεντρώνονται σε μια κάθετη αγορά. Αυτή η συγκεκριμένη γνώση αποτελεί την βάση για την βελτίωση του επιχειρησιακού μοντέλου. Το ζήτημα συνήθως είναι να καλυφθεί κάποιο κενό ή να δημιουργηθούν ευκαιρίες καλύτερης συνεργασίας ανάμεσα σε συνεργάτες.

Τα B2B συστήματα επικεντρώνονται συνήθως σε δύο ζητήματα: την ψηφιακή αγορά (Digital Marketplace) και την αλυσίδα προμηθειών (Supply Chain). Τα δύο αυτά ζητήματα είναι εξίσου σημαντικά, αλλά υπάρχουν περισσότερα πράγματα που μπορεί να ζητήσει κάποιος από ένα σύστημα B2B. Η πολυδιάστατη φύση του B2B είναι σημαντική, όταν δημιουργείται ένα σύστημα B2B. Βασικό στοιχείο ενός καλού συστήματος, είναι η συμφωνία του συστήματος με τα υπάρχοντα πρότυπα και την τεχνολογία που τα υποστηρίζει. Οπότε, γίνεται εμφανές πως τα συστήματα B2B βασίζονται σε τυποποιημένες τεχνολογίες που έχουν δοκιμαστεί και είναι γνωστές οι δυνατότητες τους. Τα συστήματα B2B πρέπει να ενσωματώνουν διαδικασίες ασφάλειας δεδομένων, επιχειρησιακές διαδικασίες, σύστημα πληρωμών, ποιότητας υπηρεσιών κτλ. Αυτό, θα επέτρεπε να δημιουργούνται εφαρμογές B2B σύμφωνα με τις απαιτήσεις της εταιρίας-πελάτη ενός συστήματος προμηθειών (procurement), το οποίο θα συναντά τις απαιτήσεις του καθενός στην αγορά.

PORTAL

Το Portal στον χώρο του διαδικτύου, αφορά την είσοδο σε κάτι. Παράδειγμα Portal αποτελούν οι μηχανές αναζήτησης. Η μετεξέλιξη αυτών, παρέχει πληροφορίες σχετικά με την αναζήτηση και διαφημίσεις. Η ανάπτυξη αυτή, επηρέασε τα B2B συστήματα όσων αφορά τον τρόπο λειτουργίας των Intranet. Ένα intranet αποτελεί το Portal της εταιρίας στο εσωτερικό της και είναι σχεδιασμένο έτσι ώστε να παρέχει εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία και σε τελική φάση να αυξάνει την παραγωγικότητα της εταιρίας. Οι διαδικασίες αυτές που ξεπερνούν τα εσωτερικά όρια της εταιρίας και ταυτόχρονα περιέχουν τα χαρακτηριστικά αυτά στον τρόπο λειτουργίας τους είναι τα extranet και VPN.

Τα σημερινά Portal χρησιμοποιούν τεχνολογία που δεν προσφέρει τα μέγιστα σύμφωνα με τις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις της αγοράς και φαίνεται πως στο κοντινό μέλλον, τα portal θα περιέχουν πληροφορία από προμηθευτές, συνεργάτες, δίκτυο πωλήσεων και υποστήριξης. Έτσι, πολλές εταιρίες κατασκευής B2B συστημάτων προσπαθούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες αυτές κερδίζοντας μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, προσφέρουν διάφορα εργαλεία που σχετίζονται με :

- Εμφάνιση σχετικών πληροφοριών βάση του επιχειρησιακού τομέα δραστηριοποίησης της εταιρίας.
- Εργαλεία που επιτρέπουν σε εταιρίες να δημιουργήσουν τα δικά τους portal με βάση τις απαιτήσεις τους, καθορίζοντας ένα νέο εργασιακό τομέα που θα συνδυάζει πληροφορίες, δεδομένα, περιεχόμενο και διεργασίες.
- Έξυπνα συστήματα που παραδίδουν την πληροφορία σε αυτούς που πρέπει.

Το Infomediary αποτελεί παραλλαγή του portal και εκτός από να παρέχει πληροφορίες για μία εταιρία, το infomediary, αποτελεί κατασκευαστεί και μεταπωλητή περιεχομένου.

(http://conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes_diktywn/ergasies/2007/strategies%20B2B.pdf)

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Τα συστήματα προμηθειών (procurement), αποτελούν βασικό στοιχείο των συστημάτων B2B. Κατασκευαστές και προμηθευτές κατάλαβαν άμεσα την ανάγκη για υλοποίηση τέτοιων συστημάτων, καθώς είδαν τα πλεονεκτήματα που τους προσφέρει η ανταλλαγή πληροφορίας σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες. Ένα προφανές πρόβλημα για πολλούς οργανισμούς, εμπορικούς και κυβερνητικούς, ήταν και είναι το υψηλό κόστος των προμηθειών. Ένα ξεκάθαρο πλεονέκτημα των συστημάτων προμηθειών, είναι η μείωση των εγκρίσεων που πρέπει να γίνει για την ολοκλήρωση μιας παραγγελίας. Ειδικά στην περίπτωση μικρών παραγγελιών το κόστος γραφικής ύλης και χρόνου που σπαταλάτε, μπορεί να κοστίζει περισσότερο από το ίδιο το προϊόν.

Ο αυτοματισμός και η επιβολή των επιχειρησιακών κανόνων λειτουργίας μιας εταιρίας στη διαδικασία προμηθειών είναι πολύ σημαντική. Στο σημείο αυτό, επικεντρώθηκαν τα συστήματα προμηθειών. Ειδικά για τις B2B εφαρμογές που εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τους προμηθευτές έγιναν αντιληπτά τα παρακάτω μεγάλα πλεονεκτήματα :

- Μείωση του κόστους των προϊόντων και υπηρεσιών
- Ευκολία στη εύρεση αποθεμάτων
- Ελεγχόμενες διαδικασίες προμηθειών
- Ποιο αποτελεσματικός ποιοτικών έλεγχος
- Βελτίωση στη διαχείριση οικονομικών θεμάτων
- Βελτίωση στον έλεγχο προς τους προμηθευτές και την συνέπεια αυτών

Αυτά τα συστήματα αποτελούν την καρδιά της αλυσίδας προμηθειών (supply chain). Τα περισσότερα συστήματα προμηθειών είναι προσβάσιμα μέσω του διαδικτύου και δίνουν άμεση πρόσβαση σε οποιονδήποτε έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο.

ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ B2B

Ένας αναπτυσσόμενος χώρος αγοραπωλησίας που είναι ανεξάρτητος από τα συστήματα προμηθειών, είναι οι συναλλαγές B2B (B2B exchange). Οι συναλλαγές B2B λαμβάνουν χώρα σε

ηλεκτρονική ιστοσελίδα, όπου μπορούν οι προμηθευτές, οι ενδιάμεσοι και οι αγοραστές μπορούν να ανταλλάξουν πληροφορίες και να πραγματοποιήσουν αγοραπωλησίες.

Στην αγορά B2B τα περιθώρια μεταξύ πωλήσεων B2B και B2C έχουν μικρύνει, λόγω τις εισαγωγής ενδιάμεσων.

ΑΛΥΣΙΔΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Η χρήση στρατηγικών B2B για την υποστήριξη επιχειρησιακών λειτουργιών δεν είναι νέο φαινόμενο. Οι εταιρίες χρησιμοποιούν στρατηγικές B2B και διαδικασίες, για να παραδώσουν τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρουν, καθώς και να τα υποστηρίξουν. Οι εταιρίες χρησιμοποιούν τέτοια συστήματα για πολλούς λόγους:

- Μείωση χρόνου κατασκευής
- Μείωση χρόνου σχεδιασμού και παραγωγής
- Μείωση χρόνου πωλήσεων και παράδοσης
- Μείωση αποθεμάτων στις αποθήκες
- Μείωση κόστους παραγωγής

Σήμερα πολλά τέτοια συστήματα λειτουργούν και αναβαθμίζονται ώστε να λειτουργήσουν μέσω διαδικτύου και να καλύψουν τις ανάγκες της αγοράς.

Καλύτερες πρακτικές B2B

Η δημιουργία μιας λίστας κανόνων για τον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό ενός B2B συστήματος, δεν είναι μια απλή υπόθεση. Καθώς η αγορά εξελίσσεται, πρέπει να βλέπουμε και να μαθαίνουμε, γιατί οι λύσεις που δίνουμε δουλεύουν σωστά ή όχι. Σαφώς, δεν υπάρχουν οι «Δέκα εντολές» του B2B, αλλά μερικοί κανόνες, αν εφαρμοστούν σε συνδυασμό με τις γνώσεις από άλλες περιπτώσεις B2B μπορούν να βοηθήσουν ώστε να κινηθούμε στο σωστό δρόμο.

Σκέψου γρήγορα, Δράσε γρήγορα

Η ικανότητα να σκέφτεσαι και να πράττεις γρήγορα είναι υψίστης σημασίας σε αυτόν τον τομέα. Επίσης, η ευκινησία είναι πολύ σημαντική, όπως εξηγείται παρακάτω.

Οι συνεργασίες είναι πολύ σημαντικές

Η πλειοψηφία πετυχημένων εταιριών, βασίζεται στις καλές συνεργασίες. Οι συνεργάτες μπορεί να χρησιμοποιηθούν στο μάρκετινγκ, στη στρατηγική, στην εξέλιξη προϊόντων και υπηρεσιών, στις πωλήσεις και στην διανομή.

Ενδυνάμωση των υπαρχόντων συνεργασιών

Εταιρίες με υπάρχουσες συνεργασίες, βρίσκουν τρόπους ώστε να ενδυναμώσουν τις σχέσεις αυτές πριν αρχίσει η διαδικασία. Η ενδυνάμωση συνεργασιών και ειδικότερα με τις εταιρίες αυτές που χρησιμοποιούν διαφορετική τακτική, μπορεί πολλές φορές να δημιουργήσει νέους ορίζοντες προοπτικής. Αυτή είναι μια τακτική που χρησιμοποιούν οι περισσότερες εταιρίες B2B για να πετύχουν καλά αποτελέσματα.

Δουλέψτε σε Διεθνές περιβάλλον νωρίς

Καθώς , ο ανταγωνισμός στην αγορά B2B γίνεται ολοένα και μεγαλύτερος, μια μεγάλη διαφοροποίηση από το σύνολο των ανταγωνιστών είναι να διαστηριοποιηθούν νωρίς στη εκτός συνόρων αγορά. Καθώς το υπόλοιπο του κόσμου (Εκτός Αμερικής) εφαρμόζει B2B συστήματα, μεγάλες ευκαιρίες κέρδους υπάρχουν για τις εταιρίες που θα δραστηριοποιηθούν το συντομότερο.

Κατανοήστε της αλυσίδες προμηθειών

Οι αλυσίδες προμηθειών και ο τρόπος λειτουργίας τους μπορεί να οδηγήσει στην ανακαλύψει τρόπων για τον εντοπισμό αγοράς στόχου γρήγορα. Οι σχέσεις μεταξύ των οντοτήτων της αλυσίδας προμηθειών και ο τρόπος που λειτουργεί, συνήθως αποτελεί θεμελιώδης αρχή για την σωστή λειτουργία κάθε συστήματος B2B.

Ενδυναμώστε την μάρκα σας

Το να χρησιμοποιήσετε το όνομα της παλιάς και γνωστής εταιρίας σας, σας δίνει τη δυνατότητα να μπείτε στην αγορά σε τιμή ευκαιρίας. Το κόστος δημιουργίας ενός brand-name, είναι ένα σημαντικό εμπόδιο για αυτούς που προσπαθούν να μουν στην αγορά.

Χρησιμοποιείτε πολυπρόσωπο μοντέλο

Η ανάπτυξη πολυδιάστατου επιχειρηματικού μοντέλου μπορεί να βεβαιώσει ένα κατώφλι εσόδων από τους συνεργάτες B2B. Πολλές επιτυχημένες διαδικασίες B2B έχουν μοντέλα που περιλαμβάνουν εργασιακές συναλλαγές, σπονσοράρισμα, διαφήμιση, πώληση περιεχομένου. Το περισσότερο σε γενικές γραμμές, είναι καλύτερο.

Χτίστε πρώτα την βάση. Μετά δυναμώστε την

Πρώτα πρέπει να δημιουργηθεί ένα βασικό πελατολόγιο και να γίνουν επιχειρησιακές συνεργασίες. Μετά φτιάξτε ένα σχέδιο για την σωστή εκμετάλλευση αυτών. Το σχέδιο αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την δημιουργία ενός νέου προϊόντος, την δημιουργία νέων συνεργασιών, ακόμη και την διαφήμιση του site μέσω άλλων ποιο διαδεδομένων.

Προσθέστε αξία

Διατηρώντας το site σε καλή κατάσταση και βελτιώνοντας τις παρεχόμενες υπηρεσίες, οι συνεργάτες παραμένουν πιστοί στο σύστημα και το χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο.

Έστω έτοιμοι να ξοδέψετε χρήμα

Το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας ενός B2B συστήματος στην συνεχώς μεταβαλλόμενη σημερινή αγορά μπορεί να είναι αβάσταχτο. Καθώς οι ανταγωνιστές προσφέρουν ολοένα και περισσότερες δωρεάν υπηρεσίες και προγράμματα με στόχο να αυξηθούν οι συνεργασίες και το πελατολόγιο τους εις βάρος μας, είναι πολύ σημαντικό να υπάρχουν τα οικονομικά θεμέλια για να αντέξει κανείς στον πόλεμο αυτό. Ο ανταγωνισμός στον τομέα αυτόν είναι πιθανό να αυξηθεί στο μέλλον καθώς ολοένα και περισσότερο φαίνεται πως η χρήση B2B είναι επιβεβλημένη.

Ξεφορτωθείτε τα παλιά προγράμματα έρευνας αγοράς και ανάπτυξης

Ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός και η ανάπτυξη εφαρμογών και προϊόντων δείχνει να έχει γεράσει. Οι πετυχημένες B2B εταιρίες, χρησιμοποιούν προγράμματα για την έρευνα αγοράς, τις δοκιμές, την προτυποποίηση και την γνωστοποίηση. Στο μέλλον προβλέπεται ο τρόπος λειτουργίας αυτός να είναι μονόδρομος.

Χρησιμοποιήστε τις δικές σας απόψεις

Είναι μεγάλη πρόκληση για τον καθένα σε αυτόν τον κόσμο αγοραπωλησίας να ξέρει πότε να εξελιχθεί και πόσο. Παραταύτα, η εκμάθηση νέων τεχνολογιών και τεχνικών και η

θέληση να εφαρμοστούν είναι σημαντικό στοιχείο. Θυμηθείτε πως η βιασύνη μπορεί να φέρει δραματικά αποτελέσματα, ενώ η απραγία εγγυάται αποτυχία.

(http://conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metapyxiaka/strathgikes_diktywn/ergasies/2007/strategies%20B2B.pdf)

2.2.1.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς δημόσια διοίκηση και καταναλωτή προς δημόσια διοίκηση

Οι κατηγορίες αυτές καλύπτουν όλες τις συναλλαγές ανάμεσα σε εταιρείες ή ιδιώτες και φορείς της Δημόσιας Διοίκησης. Για παράδειγμα, στις Ηνωμένες πολιτείες δημοσιεύονται λεπτομέρειες των προσεχών κυβερνητικών προμηθειών στο Internet και οι εταιρείες μπορούν να ανταποκριθούν ηλεκτρονικά. Αυτή η κατηγορία είναι ακόμη στα πρώτα της βήματα, αλλά πρόκειται να επεκταθεί ραγδαία.

Ήδη στα πλαίσια του επιχειρησιακού προγράμματος Κοινωνία της Πληροφορίας προγραμματίζεται να αναπτυχθούν πολλές εφαρμογές οι οποίες θα εξυπηρετούν την συναλλαγή των πολιτών αλλά επιχειρήσεων με φορείς της δημόσιας διοίκησης. Σε αυτή την κατηγορία εφαρμογών ανήκει και το πρόγραμμα TAXIS, το οποίο λειτουργεί τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και μέσω του οποίου μπορεί να γίνει υποβολή φορολογικών δηλώσεων, δηλώσεων ΦΠΑ κ.λπ.

Οι επιχειρήσεις ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται και τον τύπο του (παραγωγικές, υπηρεσίες, εμπορικές κλπ) μπορούν να επιλέξουν και να εφαρμόσουν την μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου η οποία θα τους προσφέρει τα πιο θετικά αποτελέσματα. Είναι δυνατόν όμως μια επιχείρηση να εφαρμόσει και τους δύο τύπους ηλεκτρονικού εμπορίου.

Για παράδειγμα μια επιχείρηση που πουλά απευθείας σε καταναλωτές μπορεί να συμμετέχει σε μια ηλεκτρονική αγορά για να προμηθεύεται πρώτες ύλες (να εφαρμόζει B2B ηλεκτρονικό εμπόριο) και να αναπτύξει και ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για να υποστηρίξει τις απευθείας πωλήσεις της μέσω του Internet (να εφαρμόσει δηλαδή και B2C ηλεκτρονικό εμπόριο).

2.2.2 E-Business (Ηλεκτρονικό Επιχειρείν)

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν : οι συναλλαγές και η αλληλεπίδραση ανάμεσα στην εταιρία και τους εταιρικούς πελάτες της αλλά και τους συνεταίρους της

Χαρακτηριστικά της κατηγορίας αυτής είναι:

- η εστίαση της επιχειρηματικότητας στις βασικές ικανότητες του οργανισμού
- ο προσανατολισμός στη συσσώρευση διαδικασιών

(π.χ. [MetalSite.com](http://www.MetalSite.com), <http://www.ebusiness-watch.org/news/e-maturity2005.htm>)

2.2.3 E-Enterprise (Ηλεκτρονική Επιχείρηση)

Συνδυασμός των κατηγοριών B2B & B2C :

Συνδυασμός των παραδοσιακών ενεργητικών της εταιρίας και της αποτελεσματικής διαμεσολάβησης με τους καταναλωτές, πελάτες, διανομείς, συνεργάτες και Ανταγωνιστές. Οι συν-ανταγωνιστικοί (co-opetitive) οργανισμοί.

(π.χ. <http://www.Dell.Com>)

2.2.4 M-Commerce (Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο)

- Η κύρια διείσδυση του M-Commerce μέχρι σήμερα είναι μέσω των SMSs (Short Message Service)
- Βασικοί Φορείς ανάπτυξης του M-Commerce:
- Παροχείς Δικτυακών Υπηρεσιών
- Έμπιστα Τρίτα Πρόσωπα
- Ρυθμιστικά Όργανα (π.χ. ΕΕΤΤ)
- Κατασκευαστές Τηλεφώνων και Συσκευών
- Δίκτυα Λιανικού Εμπορίου
- Εταιρικοί Πελάτες
- Δημόσιος Τομέας
- Καταναλωτές

Προσπάθειες για ανάπτυξη του M-Commerce:

- Είναι ένα πρωτόκολλο για αυτόματη εύρεση πηγών στα πρωτόκολλα του Internet
- Service Location Protocol είναι ένα προϊόν του Service Location Protocol Working Group (SVRLOC) της IETF
- Τα χαρακτηριστικά του πρωτοκόλλου μπορούν να αναπτυχθούν σε οποιαδήποτε γλώσσα
- Το Service Location Protocol infrastructure αποτελείται από τρεις τύπους agents (RFC 2165 version1, 2608 version2):
- User Agent (που βρίσκεται π.χ. σε ένα palm pilot και παίρνει τις πληροφορίες από τον SA ή τον DA)
- Service Agent (αυτός που κρατάει την πληροφορία της υπηρεσίας)
- Directory Agent (διατηρεί τη λίστα με τις υπηρεσίες δικτύου και μπορεί να υπάρχει ένας DE για κάθε host)

2.2.5 E-Marketplace (Ηλεκτρονική Αγορά, B2B)

- Υιοθετείται από : μια επιχείρηση-ενδιάμεσο που εμπλέκεται μεταξύ αγοραστών και πωλητών προκειμένου να δημιουργήσει μια ηλεκτρονική αγορά (π.χ Yassas.com, www.be24.gr).
- Επιτρέπεται συνήθως η είσοδος συγκεκριμένων αγοραστών και προμηθευτών
- Το επιχειρηματικό μοντέλο ανήκει στις εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου B2B

Οι βασικότερες υπηρεσίες είναι :

- Δημιουργία ηλεκτρονικών καταλόγων με τα προϊόντα των προμηθευτών
- Τήρηση αρχείου πελατών
- Εξελιγμένος μηχανισμός αναζήτησης ώστε οι αγοραστές να βρίσκουν με ευκολία τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν
- Ολοκλήρωση της διαδικασίας της παραγγελίας και των πληρωμών

- Παροχή μηχανισμών ασφάλειας για την αυθεντικοποίηση του χρήστη και την ασφαλή μετάδοση των δεδομένων στο Internet

Γιατί e-marketplaces;

- Ενώνουν την προσφορά με τη ζήτηση
- Υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (financial, logistics)
- Υπηρεσίες πληροφοριών (news)
- Βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας
- Αποτελούν πλέον σχετικά ώριμα επιχειρηματικά μοντέλα στην Ελλάδα
- Η αγορά τους τείνει να ισορροπήσει διεθνώς.
- Καταλύτες της ψηφιακής οικονομίας (μικρές επενδύσεις για MME)
- Απαραίτητη η τόνωση σε κλαδικό επίπεδο (κάθετα e-marketplaces)

Οφέλη που προκύπτουν από τη συμμετοχή στα marketplaces

Για Logistics :

- Έλεγχος αποθεμάτων
- Αξιολόγηση προμηθευτών
- Έλεγχος πορείας παραγγελιών
- Υπηρεσίες καταλόγου
- Συνολικές απαιτήσεις

2.2.6 E-Malls (Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα)

E-malls: είναι εταιρείες εξυπηρέτησης εταιρειών που επιθυμούν να διαφημίζουν και να πουλάνε προϊόντα στο Internet.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες του συγκεκριμένου επιχειρηματικού μοντέλου :

- Παρουσίαση Προϊόντων (π.χ. ηλεκτρονικοί κατάλογοι)

- Εξελιγμένος μηχανισμός αναζήτησης προϊόντων και καταστημάτων
- Δυναμική ενημέρωση του καλαθιού αγορών
- Ολοκληρωμένος μηχανισμός πληρωμών
- Παρακολούθηση Παραγγελιών
- Μηχανισμοί Διαφημίσεων

(π.χ. <http://emallofamerica.com/>, <http://www.premiernet.com/vvtc/DepartmentStores/emalls/>)

Υπάρχουν αυτόματοι μηχανισμοί δημιουργίας site για αγοραπωλησίες ακολουθώντας συγκεκριμένα βήματα (www.e-pages.com)

Προϊόντα ενός E-Mall:

- Hosting (Φιλοξενία μεμονωμένων ιστοσελίδων)
- Merchant (Φιλοξενία ιστοσελίδων των Commerce Service Providers – CSPs)
- Epages – Πακέτο λογισμικού για την υλοποίηση των ιστοσελίδων των Hosting και Merchant
- Λογισμικό υλοποίησης όλων των παραπάνω

2.2.7 E-Procurement (Σύστημα Ηλεκτρονικών Προμηθειών)

- Μεγάλες εταιρίες ή δημόσιοι οργανισμοί υλοποιούν εφαρμογές ηλεκτρονικών προμηθειών στο διαδίκτυο
- Επιτυγχάνεται η αυτοματοποίηση της διαδικασίας των προμηθειών
- (π.χ. http://www.ciol.com/content/e_ent/procurement/)
- **Οι λειτουργίες αυτού του επιχειρηματικού μοντέλου είναι :**
- Παρουσίαση καταλόγων προϊόντων
- Διαχείριση παραγγελιών
- Διαχείριση πληρωμών
- Μηχανισμός αξιολόγησης προσφορών

(Γραμματικού, www.netmode.ntua.gr , [Ιούνιος 2007])

2.2.8 E-Auction (Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών)

Οι εμπλεκόμενες οντότητες σε ένα σύστημα ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι:

- Ο «πλειστηριαστής»: καθορίζει τους όρους με βάση τους οποίους θα πραγματοποιηθεί η δημοπρασία
- Ο «προμηθευτής»: προσφέρει τα προϊόντα του προς πώληση
- Ο «πελάτης»: προσφέρει τιμή για τα προϊόντα που επιθυμεί να αγοράσει

(π.χ. <http://www.0aaa.com/auction/>)

2.2.9 E-Infobrokers (Μεσίτες Πληροφοριών)

Μεσίτες Πληροφορίας με ασφαλή και γρήγορο τρόπο

Λειτουργίες:

- Εντοπισμός Πληροφορίας
- Συγκέντρωση Πληροφορίας
- Αποθήκευση Πληροφορίας
- Λειτουργία ως TTP

(π.χ. <http://www.es.stelnet.com/contatti.html>)

2.3 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

2.3.1 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τον Καταναλωτή

Τα πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τον καταναλωτή είναι:

- Τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι ανοιχτά 24 ώρες το 24ωρο. Με άλλα λόγια οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμείτε, μπορείτε να αγοράσετε π.χ. ένα CD, ένα αεροπορικό εισιτήριο, ή ακόμα και τα μονωτικά υλικά που χρειάζονται για την οικοδομή σας.
- Το κόστος των προϊόντων που πωλούνται μέσω Internet είναι κατά γενικό κανόνα πολύ χαμηλότερο από τις τιμές του εμπορίου, αφού ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι απαλλαγμένο από μεγάλο μέρος του λειτουργικού κόστους ενός πραγματικού καταστήματος (ενοικίαση χώρου και «αέρα», ηλεκτρικό, νερό κλπ) και γενικά απαιτεί πολύ λιγότερο υπαλληλικό προσωπικό.
- Η αγορά είναι πραγματικά παγκόσμια. Με άλλα λόγια, μπορείτε μέσω του υπολογιστή σας να αγοράσετε ακόμα και κάτι το οποίο δεν κυκλοφορεί στην Ελλάδα, χωρίς να πρέπει πια να περιμένετε τότε κάποιος φίλος σας θα ταξιδέψει στο εξωτερικό για να σας το φέρει.
- Η συναλλαγή είναι γρήγορη και άμεση. Με άλλα λόγια, από τη στιγμή που ολοκληρώνετε την παραγγελία σας, το αργότερο σε 3-4 ημέρες την έχετε λάβει, ακόμα και αν εκείνη τη στιγμή το προϊόν βρισκόταν στην άλλη άκρη του πλανήτη.

Αλλά το πιο πρακτικό και πιο σημαντικό όφελος για τον καταναλωτή από το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το ότι:

- Ο καθένας βρίσκει αυτό που θέλει, όποτε το θέλει, χωρίς να κάνει βήμα, χωρίς δηλαδή κόπο και χωρίς καμία σπατάλη χρόνου. Με άλλα λόγια απλά και εύκολα ψώνια από το σπίτι ή το γραφείο!

2.3.2 Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου για την εταιρία

Τα πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για την εταιρία είναι:

- Όπως προαναφέραμε, κάθε εταιρία που έχει ηλεκτρονική παρουσία μπορεί να διευρύνει τον κύκλο εργασιών της επεκτείνοντας τα γεωγραφικά όρια των συναλλαγών της. Αυτό σημαίνει πως κάθε επιχείρηση που διαθέτει τα προϊόντα της online μπορεί και αποκτά πελάτες σε περιοχές που βρίσκονται μακριά από την έδρα της, ακόμα και στο εξωτερικό. Με

άλλα λόγια, κάθε επιχείρηση που έχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, είναι σαν να έχει υποκαταστήματα σε πολλές περιοχές και μάλιστα με ελάχιστο λειτουργικό κόστος.

- Κάθε εταιρία που χρησιμοποιεί τις νέες τεχνολογίες- όπως το Internet- γίνεται εξ'ορισμού πιο ανταγωνιστική, αφού μπορεί να ενημερώνεται πιο εύκολα για τις τρέχουσες εξελίξεις στο χώρο της. Με άλλα λόγια και με δεδομένο το ότι σε λίγα χρόνια όλες οι εμπορικές δραστηριότητες θα γίνονται μέσω Internet, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η νέα μεγάλη πρόκληση για κάθε εταιρία που θέλει να είναι ανταγωνιστική.

- Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές επιτρέπουν την αμφίδρομη σχέση μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή (interaction). Αυτό σημαίνει πως κάθε εταιρία μέσω των ηλεκτρονικών συναλλαγών μπορεί να συλλέξει πολλά στοιχεία για τις συνήθειες, τις ανάγκες και τα γούστα των καταναλωτών και σύμφωνα με αυτά να αναπροσαρμόσει την πολιτική της προς το θετικότερο.

- Τέλος, γνωρίζοντας τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών τους, οι εταιρίες μπορούν να προχωρήσουν στη δημιουργία συγκεκριμένων προϊόντων είτε ανταποκρινόμενων σε έναν καταναλωτή, είτε σε μια ομάδα καταναλωτών που χρειάζονται ένα νέο προϊόν το οποίο δεν υπάρχει ακόμα στην αγορά.

(http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=550)

2.3.3 Συγκεκριμένα για τους μηχανικούς

Μια ομάδα επαγγελματιών που μπορεί να ωφεληθεί ιδιαίτερα από τις δραστηριότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι μηχανικοί. Ήδη πολλοί μηχανικοί μπορούν μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου και προμηθεύονται προγράμματα ειδικού λογισμικού (software) χρήσιμα για την δουλειά τους, ενώ σε άλλες περιπτώσεις μπορούν και παίρνουν τις ανανεωμένες εκδόσεις αυτών που ήδη έχουν με ένα απλό download από το site της εταιρίας που τα παρασκευάζει και με αυτόματη χρέωση της πιστωτικής τους κάρτας. Όμως σήμερα το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί με πάρα πολλούς τρόπους να κάνει τη δουλειά ενός μηχανικού πιο λειτουργική, πιο αποδοτική και επιπλέον λιγότερο χρονοβόρα.

Για παράδειγμα τον τελευταίο καιρό αρκετές εταιρίες δομικών υλικών έχουν αρχίσει να δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς τα περισσότερα δομικά υλικά είναι βιομηχανοποιημένα προϊόντα, τα οποία δεν διακρίνονται για τη μοναδικότητά τους, ούτε

χρειάζεται να δοκιμαστούν, επομένως μπορούν να εξασφαλιστούν ηλεκτρονικά. Έτσι κάθε μηχανικός που δουλεύει σε τεχνικό γραφείο μπορεί με μερικές απλές κινήσεις του ποντικιού του υπολογιστή του, να παραγγείλει τα δομικά υλικά που του είναι απαραίτητα για μια π.χ. οικοδομή που έχει αναλάβει, χωρίς να μετακινηθεί καθόλου από το γραφείο του.

Ακόμα πιο σημαντική είναι η βοήθεια που μπορεί να προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο στην περίπτωση που κάποιος μηχανικός έχει αναλάβει ένα μεγάλο έργο και χρειάζεται να βρει τους κατάλληλους προμηθευτές για την πραγματοποίησή του. Σ' αυτή την περίπτωση, ο ενδιαφερόμενος μηχανικός μπορεί να ψάξει μέσω Internet τους τιμοκαταλόγους όλων των προμηθευτριών εταιριών, να ενημερωθεί για τις προσφορές τους και να αποφασίσει ποια από όλες τον συμφέρει χωρίς να απομακρυνθεί καθόλου από το γραφείο του. Αυτό είναι ακόμα πιο σημαντικό σε περίπτωση που το συγκεκριμένο έργο πραγματοποιείται εκτός της έδρας του Μηχανικού όπου ενδεχομένως δεν έχει συγκεκριμένους συνεργάτες, οπότε ο ενδιαφερόμενος μηχανικός μπορεί εύκολα να έρθει σε επαφή με τοπικές επιχειρήσεις και να επιτύχει τις πιο συμφέρουσες συμφωνίες.

Αντίστοιχα και οι εταιρίες δομικών υλικών που δραστηριοποιούνται στο χώρο του Internet μπορούν να έρχονται πολύ πιο εύκολα σε επαφή με τους πελάτες (κατά κύριο λόγο μηχανικοί) που τις αναζητούν, ενώ και οι προμηθεύτριες εταιρίες μπορούν να γίνονται ομοίως πιο ανταγωνιστικές και να αποκτούν καινούριους πελάτες απέναντι σε καθιερωμένες επιχειρήσεις του χώρου τους που αντλούν μεγάλο μέρος της πελατείας τους μόνο από το όνομά τους και από το μεγάλο κύκλο γνωριμιών τους.

(<http://www.tee.gr/online/news/2000/2102/index.htm>)

2.4 Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Μερικά από τα κύρια μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι:

- Το κύριο πρόβλημα με τις αγορές στο internet είναι ότι δεν υπάρχει η αυτή καθαυτή αμεσότητα με το αντικείμενο, που θέλει να αγοράσει κάποιος. Η αγορά είναι εικονική. Δεν μπορεί να πάει στο κατάστημα να αγγίξει τα εμπορεύματα.

- Επιβάρυνση με ένα ποσό για έξοδα συσκευασίας και αποστολής, αναμονή παραγγελίας.
- Πιθανότητα απάτης ή κλοπής. Το χαμηλό κόστος εισόδου στο internet και η ευκολία ανωνυμίας, έχουν επιτρέψει σε κάποιους να πολλαπλασιάζονται.
- Πακέτα ανεπιθύμητου ταχυδρομείου από τους διαφημιστές, λήψη ανόητων μηνυμάτων.
- Ανασφάλεια στους κωδικούς (passwords). Για την ασφάλειά του ο αγοραστής θα πρέπει να έχει διαφορετικό και μάλιστα περίπλοκο κωδικό, που να μην τον έχει γράψει πουθενά.

Ο τρόπος αυτός εμπορίου συμβαδίζει με την εποχή και την ανάπτυξη της τεχνολογίας. Ο σύγχρονος άνθρωπος οφείλει να προσκομίζει τα θετικά της εξέλιξης αυτής και να προσπαθεί να βρει λύσεις για να αποφεύγει τα αρνητικά στοιχεία. Όλα είναι ένας τρόπος συνήθειας. Αν ο σύγχρονος άνθρωπος εξοικειωθεί με την ιδέα του ηλεκτρ. Εμπορίου θα μπορέσει να βελτιώσει τη ζωή του γλιτώνοντας χρήμα, κόπο και χρόνο. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι βάζει τον εαυτό του στη διαδικασία να κάνει έρευνα και να λάβει γνώση για πράγματα που ίσως τον ενδιαφέρουν. Ένας έξυπνος αγοραστής πρέπει να είναι προσεκτικός στις συναλλαγές του στο διαδίκτυο.

Δεν υπάρχει ένας μοναδικός τρόπος επιχειρηματικής δραστηριότητας στο ιστό. Το μόνο που είναι σίγουρο είναι ότι θα εμφανιστούν και άλλα υποδείγματα αγορών. Οι εταιρείες έχουν απλώσει τα δίκτυα τους και βομβαρδίζουν με διαφημίσεις, ανακαλύπτουν ευκολότερους, χρησιμότερους τρόπους συναλλαγών προς όφελός τους αλλά και προς όφελος των ηλεκτρονικών αγοραστών, πωλητών, ανθρώπων που το ηλεκτρονικό εμπόριο έγινε κομμάτι της ζωής τους.

(http://www.etl.uom.gr/greek/projects/e_c/)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

Η ανάλυση απαιτήσεων είναι μια διαδικασία κατάρτισης μιας λίστας, όπου αναφέρονται οι προδιαγραφές που πρέπει να πληρεί το προϊόν (η λύση) πληροφορικής που πρόκειται να δημιουργηθεί ή να εγκατασταθεί. Το προϊόν μπορεί να είναι μια 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 τη μορφή, το κόστος, τη διάρκεια, το χρόνο απόσβεσης κ.ά. 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 συμβάλουν στη δημιουργία ενός site που θα έχει όλα τα εχέγγυα για να θεωρείται επιτυχημένο. Ας δούμε λοιπόν αναλυτικά πως μπορούμε να διαμορφωθούν οι απαιτήσεις-ανάγκες για την ηλεκτρονική επιχείρηση Εργομπετόν Α.Β.Ε.Τ.Ε. το οποίο πρόκειται να υλοποιήσουμε.

3.2 Ανάγκες – Απαιτήσεις Ηλεκτρονικής επιχείρησης Εργομπετόν Α.Β.Ε.Τ.Ε

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 συμβάλουν στη δημιουργία ενός site που θα έχει όλα τα εχέγγυα για να θεωρείται επιτυχημένο.

3.3 Ανάλυση Απαιτήσεων

Η ανάλυση των απαιτήσεων προέκυψε έπειτα από συζήτηση με αρμόδια στελέχη της επιχείρησης καθώς και από υποκειμενική κρίση.

Για να μπορέσει να εισαχθεί ο χρήστης στο σύστημα πρέπει να μπορεί να συνδεθεί στο Internet με ADSL ή με απλή σύνδεση, ώστε να συνδεθεί με τον ιστοτόπο της εταιρίας μας www.ergobeton.gr.

Αφού ο χρήστης έχει συνδεθεί με το δικτυακό τόπο θα μπορεί να δει τα προϊόντα που διαθέτει η επιχείρηση τα οποία χωρίζονται σε δυο κύριες κατηγορίες, Σκυροδέματα και Υποστρώματα. Όλα τα προϊόντα διαθέτουν αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών τους.

Εφόσον ο χρήστης επιθυμεί να κάνει παραγγελία, θα πρέπει αρχικά να εγγραφεί στο σύστημα. Για να γίνει αποδεκτός ο χρήστης από το σύστημα πρέπει να περιμένει mail επιβεβαίωσης από τον Administrator της εταιρίας. Ο Administrator απορρίπτει ή αποδέχεται χρήστες με τον εξής συλλογισμό: τα στοιχεία του αντιπροσωπεύουν μια υπάρχουσα επιχείρηση και όχι κάποιον μεμονωμένο αγοραστή.

Αφού πληρεί τις προϋποθέσεις και λάβει mail επιβεβαίωσης από τον Administrator σημαίνει ότι είναι έτοιμος να εισαχθεί στο σύστημα συμπληρώνοντας την φόρμα εισόδου με το όνομα χρήστη και τον κωδικό πρόσβασης που έχει επιλέξει κατά την εγγραφή του.

Ο χρήστης να μπορεί να κάνει αλλαγές στα πεδία που είναι εγγεγραμμένα στη φόρμα εγγραφής.

Ο χρήστης να έχει τη δυνατότητα να βρει απευθείας ένα προϊόν που ψάχνει κάνοντας αναζήτηση προϊόντος με βάση την ονομασία του. Για το σκοπό αυτό το σύστημα πρέπει να διαθέτει μια μηχανή αναζήτησης εύχρηστη και εμφανής.

Εφόσον ο χρήστης είναι εγγεγραμμένος και θέλει να πραγματοποιήσει μια παραγγελία θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να προσπελάσει όλη τη λίστα με τα προϊόντα και να μπορεί να επιλέξει ποιο ή ποια από αυτά επιθυμεί να του αποσταλούν. Να μπορεί να επιλέξει ποσότητα προϊόντος όπως και τύπο αντλίας για την αποστολή. Έπειτα, θα πρέπει να μπορεί να επιλέξει τη διεύθυνση στην οποία θα του παραδοθεί το προϊόν. Στο σημείο αυτό, ο χρήστης πρέπει να ενημερώνεται ότι την ευθύνη του τρόπου αποστολής την αναλαμβάνει η εταιρία. Το κόστος της αποστολής κανονίζεται κατόπιν συνεννόησης εταιρίας-πελάτη.

Ο χρήστης θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τον τρόπο πληρωμής που τον εξυπηρετεί, ο οποίος θα μπορούσε να είναι: μετρητοίς, επί πιστώσει, μέσω τραπέζης, μέσω

κάρτας κτλ. Μέχρι την ολοκλήρωση της παραγγελίας πρέπει να του δίνετε η δυνατότητα να συμπληρώσει την επιθυμητή ημερομηνία παράδοσης και επιπλέον να του δίνεται λεπτομέρειες σχετικά με την παραγγελία καθώς και ένας κωδικός της παραγγελίας.

Άλλη μια επιθυμητή απαίτηση για το σύστημα μας θα μπορούσε να είναι να μπορεί ο χρήστης να δει σε ποιο στάδιο βρίσκεται η παραγγελία. Τα στάδια της παραγγελίας μπορούν να είναι τα εξής:

- **Παραγγελία απεστάλη**, το οποίο μήνυμα θα εμφανίζεται τη στιγμή που ο χρήστης ολοκληρώσει την παραγγελία του και μέχρι ο administrator της εταιρίας τη λάβει.
- **Επεξεργασία παραγγελίας**, το μήνυμα αυτό θα εμφανίζεται τη στιγμή που ο administrator της εταιρίας λάβει την παραγγελία και ώστε να αποφασίσει αν είναι εφικτό ή όχι να αποσταλεί.
- **Ακύρωση παραγγελίας**, αν ο administrator της εταιρίας κατόπιν συνεννόησης με το εργοτάξιο αποφασίσει ότι η παραγγελία του πελάτη είναι αδύνατο να ικανοποιηθεί του αποστέλλει το παραπάνω μήνυμα.
- **Επιβεβαίωση παραγγελίας**, το μήνυμα αυτό εμφανίζεται αν ο administrator της εταιρίας κατόπιν συνεννόησης με το εργοτάξιο αποφασίσει ότι η παραγγελία του θα αποσταλεί.
- **Παράδοση παραγγελίας**, το μήνυμα αυτό θα αποστέλλεται στον πελάτη από τη στιγμή που έχει φύγει η παραγγελία για τον προορισμό της.
- **Ο χρήστης αφού εισαχθεί στο σύστημα**, θα πρέπει να μπορεί ανά πάσα στιγμή να δει το ιστορικό των παραγγελιών του το οποίο πρέπει να περιλαμβάνει όλες τις παραγγελίες που έχει κάνει, την ημερομηνία αποστολής της κάθε παραγγελίας, το στάδιο στο οποίο βρίσκεται κάθε μια απ' αυτές, το κόστος τους, καθώς και τι οφείλει στην εταιρία, χωριστά για κάθε παραγγελία και συνολικά.

3.4 Προδιαγραφές συστήματος

Έπειτα από τη διαδικασία καθορισμού των αναγκών και ανάλυσης των απαιτήσεων προέκυψαν οι παρακάτω προδιαγραφές:

- Λογαριασμοί χρηστών

Ο χρήστης για να μπορεί να κάνει παραγγελία και να λαμβάνει τις πληροφορίες σχετικά με τις κινήσεις του πρέπει να πληρεί τις προϋποθέσεις που έχουν θέσει τα μέλη της εταιρείας. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να του ανοιχτεί ένας λογαριασμός που θα γνωστοποιεί τα στοιχεία του στην εταιρεία. Μέσα σε αυτά ο χρήστης επιλέγει τον «κωδικό χρήστη» και τον «κωδικό πρόσβασης» που επιθυμεί να χρησιμοποιεί τα οποία εισάγει στην ειδική φόρμα εισόδου που πρέπει να υπάρχει σε εμφανές σημείο της σελίδας.

- Παραγγελία μόνο από αποδεκτούς χρήστες (επικύρωση από admin)

Για να γίνει ένας χρήστης αποδεκτός πρέπει να πληρεί τις προϋποθέσεις που έχουν θέσει τα μέλη της εταιρείας. Η βασικότερη είναι να πρόκειται για εταιρεία (να διαθέτει ο χρήστης επαγγελματικό ΑΦΜ). Για το λόγο αυτό πρέπει να δίνεται χρόνος στον administrator επιβεβαιώσει ότι όντως πρόκειται για εταιρεία.

- Αρχείο παραγγελιών

Η εταιρεία πρέπει να δίνει πληροφορίες στον πελάτη για όλες τις παραγγελίες που έχει κάνει με όλες τις λεπτομέρειες της κάθε μιας. (Ακριβής ημερομηνία, είδος προϊόντος, ποσότητα που παραγγέλθηκε και παραδόθηκε.) Για το λόγο αυτό, από τη στιγμή που ο πελάτης εισαχθεί και έπειτα πρέπει να του γίνεται εμφανές ένα menu χρήστη που θα δίνει την επιλογή της προβολής των παραγγελιών του.

- Λίστα προϊόντων

Πρέπει να υπάρχει σαφής λίστα των προϊόντων για ενημέρωση των πελατών τόσο για τα χαρακτηριστικά τους, όσο και για τυχόν αλλαγές στις τιμές.

- Κατάλογος αναζήτησης προϊόντων
- Λεπτομέρειες για κάθε προϊόν
- Δυνατότητα online παραγγελίας

Σύμφωνα με τις απαιτήσεις πρέπει να είναι διαθέσιμη στον πελάτη που έχει γίνει ήδη αποδεκτός η παραγγελία online.

- Δυνατότητα παρακολούθησης παραγγελίας

Ο χρήστης θα πρέπει να είναι σε θέση να ενημερώνεται όποια στιγμή εκείνος επιθυμεί ποια είναι η κατάσταση που βρίσκεται η παραγγελία του ώστε να μπορέσει να προβεί σε διορθώσεις αν το επιθυμεί ή ακόμα και σε ακυρώσεις της. Η απαίτηση αυτή πρέπει να γίνει εφικτή με την ύπαρξη ενός εμφανούς υπερσυνδέσμου στο menu. Πρέπει να δίνονται οι πληροφορίες της ημερομηνίας που έγινε η παραγγελία, το προϊόν που παραγγέλθηκε με

την ποσότητα του, ο προορισμός και το όχημα που επιθυμεί ο πελάτης να του παραδοθεί. Τέλος πρέπει να γνωστοποιείται στο σημείο αυτό το κόστος της.

- Email ειδοποίησης
- Επιλογή ακύρωσης παραγγελίας
- Επιλογή διόρθωσης παραγγελίας
- Επιλογή τρόπου πληρωμής
- Επιλογή τρόπου αποστολής παραγγελίας
- Ασφαλείς συναλλαγές
- Δυνατότητα προβολής του ιστορικού του πελάτη
- Καλάθι αγορών

3.5 Σχεδιασμός

Στην παράγραφο αυτή παραθέτονται τα εργαλεία για την διεκπεραίωση της παρούσας πτυχιακής.

3.5.1 Apache HTTP εξυπηρετητής

Ο Apache HTTP γνωστός και απλά σαν Apache είναι ένας εξυπηρετητής του παγκόσμιου ιστού (web). Όποτε επισκέπτεστε ένας ιστότοπο ο πλοηγός σας επικοινωνεί με έναν διακομιστή HTTP. Ο Apache είναι ένας από τους δημοφιλέστερους, εν μέρει γιατί λειτουργεί σε διάφορες πλατφόρμες σαν τα Windows, το Linux, το Unix, και το Mac OS X. Διατηρείται τώρα από μια κοινότητα ανοιχτού κώδικα με επιτήρηση από το Ίδρυμα Λογισμικού Apache (Apache Software Foundation).

Η πρώτη του έκδοση, γνωστή ως NCSA HTTPd, δημιούργησε από τον Robert McCool και κυκλοφόρησε το 1993. Θεωρείται ότι έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αρχική επέκταση του ιστού. Ήταν η πρώτη βιώσιμη εναλλακτική επιλογή που παρουσιάστηκε απέναντι στον εξυπηρετητή http της εταιρείας Netscape και από τότε έχει εξελιχθεί στο σημείο να ανταγωνίζεται άλλους εξυπηρετητές βασισμένους στο Unix σε λειτουργικότητα και απόδοση. Από το 1996 ήταν από τους πιο δημοφιλείς όμως από τον Μάρτιο του 2006 έχει μειωθεί το ποσοστό της εγκατάστασής του κυρίως από τον Microsoft Internet Information Services και τη πλατφόρμα .NET . Τον Οκτώβριο του 2007 το μερίδιο του ήταν 47.73% από όλους τους ιστοτόπους. (http://el.wikipedia.org/wiki/Apache_HTTP)

3.5.2 MySQL

Ο MySQL Query Browser είναι ένα γραφικό εργαλείο, το οποίο παρέχεται από την MySQL AB, για την δημιουργία, εκτέλεση και βελτιστοποίηση αιτημάτων σε γραφικό περιβάλλον. Ενώ ο MySQL Administrator έχει σχεδιαστεί για την διαχείριση ενός MySQL εξυπηρετητή, ο MySQL Query Browser έχει σχεδιαστεί για να σας βοηθήσει να θέτετε αιτήματα και να αναλύετε δεδομένα, τα οποία είναι αποθηκευμένα στην MySQL βάση δεδομένων σας.

Ενώ όλα τα αιτήματα, που μπορούν να εκτελεστούν με τον MySQL Query Browser, μπορούν επίσης να εκτελεστούν με την εφαρμογή γραμμής εντολών **mysql**, ο MySQL Query Browser επιτρέπει την υποβολή αιτημάτων και την επεξεργασία των δεδομένων με ένα πιο διαισθητικό, γραφικό τρόπο.

Ο MySQL Query Browser είναι σχεδιασμένος, ώστε να συνεργάζεται με τις εκδόσεις 4.0 και άνω της MySQL.

Ο MySQL Query Browser είναι σε μεγάλο βαθμό το αποτέλεσμα απόψεων και ανάδρασης, τα οποία έχει δεχθεί η MySQL AB, από πολλούς χρήστες σε μια περίοδο πολλών ετών. Ωστόσο, αν νομίζετε ότι λείπει κάποιο χαρακτηριστικό σημαντικό για εσας, ή αν ανακαλύψετε κάποιο σφάλμα (bug), παρακαλώ χρησιμοποιήστε το MySQL Bug System, για να ζητήσετε χαρακτηριστικά ή να αναφέρετε προβλήματα.

Για τον MySQL Query Browser έχει αφιερωθεί ένα forum στην διεύθυνση <http://forums.mysql.com/list.php?108>.

3.5.3 PHP



Η PHP είναι μια γλώσσα προγραμματισμού για τη δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιεχόμενο. Μια σελίδα PHP περνά από

επεξεργασία από ένα συμβατό διακομιστή του Παγκόσμιου Ιστού (π.χ. Apache), ώστε να παραχθεί σε πραγματικό χρόνο το τελικό περιεχόμενο, που θα σταλεί στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών σε μορφή κώδικα HTML.

3.5.3.1 Επεκτάσεις αρχείων και διακομιστές

Ένα αρχείο με κώδικα PHP θα πρέπει να έχει την κατάλληλη επέκταση (π.χ. *.php, *.php4, *.phtml κ.ά.). Η ενσωμάτωση κώδικα σε ένα αρχείο επέκτασης .html δεν θα λειτουργήσει και θα εμφανίσει στον browser τον κώδικα χωρίς καμία επεξεργασία, εκτός αν έχει γίνει η κατάλληλη ρύθμιση στα MIME types του server. Επίσης ακόμη κι όταν ένα αρχείο έχει την επέκταση .php, θα πρέπει ο server να είναι ρυθμισμένος για να επεξεργάζεται κώδικα PHP. Ο διακομιστής Apache, που χρησιμοποιείται σήμερα ευρέως σε συστήματα με τα λειτουργικά συστήματα Linux και Microsoft Windows, υποστηρίζει εξ ορισμού επεξεργασία κώδικα PHP.

3.5.3.2 Ιστορία της PHP

Η ιστορία της PHP ξεκινά από το 1995, όταν ένας φοιτητής, ο Rasmus Lerdorf δημιούργησε χρησιμοποιώντας τη γλώσσα προγραμματισμού Perl ένα απλό script με όνομα php.cgi, για προσωπική χρήση. Το script αυτό είχε σαν σκοπό να διατηρεί μια λίστα στατιστικών για τα άτομα που έβλεπαν το online βιογραφικό του σημείωμα. Αργότερα αυτό το script το διέθεσε και σε φίλους του, οι οποίοι άρχισαν να του ζητούν να προσθέσει περισσότερες δυνατότητες. Η γλώσσα τότε ονομαζόταν PHP/FI από τα αρχικά Personal Home Page/Form Interpreter. Το 1997 η PHP/FI έφθασε στην έκδοση 2.0, βασιζόμενη αυτή τη φορά στη γλώσσα C και αριθμώντας περισσότερους από 50.000 ιστότοπους που τη χρησιμοποιούσαν, ενώ αργότερα την ίδια χρονιά οι Andi Gutmans και Zeev Suraski ξαναέγραψαν τη γλώσσα από την αρχή, βασιζόμενοι όμως αρκετά στην PHP/FI 2.0. Έτσι η PHP έφθασε στην έκδοση 3.0 η οποία θύμιζε περισσότερο τη σημερινή μορφή της. Στη συνέχεια, οι Zeev και Andi δημιούργησαν την εταιρεία Zend (από τα αρχικά των ονομάτων τους), η οποία συνεχίζει μέχρι και σήμερα την ανάπτυξη και εξέλιξη της γλώσσας PHP. Ακολούθησε το 1998 η έκδοση 4 της PHP, τον Ιούλιο του 2004 διατέθηκε η έκδοση 5, ενώ αυτή τη στιγμή έχουν ήδη διατεθεί και οι πρώτες δοκιμαστικές εκδόσεις της επερχόμενης PHP 6, για οποιονδήποτε προγραμματιστή θέλει να τη

χρησιμοποιήσει. Οι περισσότεροι ιστότοποι επί του παρόντος χρησιμοποιούν κυρίως τις εκδόσεις 4 και 5 της PHP.

(<http://el.wikipedia.org/wiki/PHP>)

3.5.4 Joomla

Η πλατφόρμα που χρησιμοποιήθηκε είναι το Joomla cms για την καλύτερη παρουσίαση του site μας. Ο σημαντικότερος λόγος που επιλέξαμε είναι ότι αναζητούσαμε ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου που θα μας έδινε τη δυνατότητα να έχουμε διαρκώς ενημερωμένο το δικτυακό μας τόπο.

Είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου που εμείς το επιλέξαμε για τους παρακάτω λόγους:

- Είναι εφαρμογή ανοικτού κώδικα, δηλαδή εφαρμογή ασφαλής, διαρκώς εξελισσόμενη και με μηδενικό κόστος απόκτησης.
- Έχει **Ομάδα Ανάπτυξης** πολυβραβευμένη για τα προϊόντα που έχει παράξει το προηγούμενο διάστημα (π.χ. mambo)
- Έχει τη δυνατότητα να λειτουργήσει με **ελληνικό περιβάλλον διαχείρισης**, το οποίο έχει αναπτύξει η onScreen για την έκδοση 1.0.x, και η ελληνική κοινότητα του joomla για την έκδοση 1.5.x
- Διαθέτει μια **πλήρη γκάμα από δωρεάν**, αλλά και εμπορικές, πρόσθετες **εφαρμογές** (addons, components, modules, bots κλπ), που δίνουν τη δυνατότητα να δώσετε ακριβώς το χαρακτήρα που θέλετε εσείς στο δικτυακό σας τόπο.
- **Υποστηρίζεται** από μια ενθουσιώδη και διαρκώς πληθαίνουσα **κοινότητα χρηστών**, τόσο στην Ελλάδα, όσο και διεθνώς.
- Εκτός αυτού, υπάρχει ομάδα που διαχειρίζεται τον ιστότοπο υποστήριξης του joomla cms στην Ελλάδα, joomla.gr, καθώς και την επίσημη ομάδα μετάφρασης για τα ελληνικά **myJoomla speaks Greek.**, και έχει δημοσιεύσει την **ελληνική διανομή του Joomla**.

Υπάρχουν διάφορες τεχνολογίες που επιτρέπουν το τρέξιμο προγραμμάτων στο διαδίκτυο. Το Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο (ΠΣΔ) υλοποιεί την client-server τεχνική όπου ο κώδικας είναι γραμμένος σε γλώσσα PHP και η βάση δεδομένων είναι MySQL. Πλεονεκτήματα

της παραπάνω τεχνικής είναι ότι πριν ανεβούν τα προγράμματα μπορούν να δοκιμαστούν σε προσωπικούς υπολογιστές με λειτουργικό Windows ή Linux και ότι όλα τα εργαλεία είναι ελεύθερα. Επίσης Δεν απαιτείται η εγκατάσταση κανενός προγράμματος στην πλευρά του client. Τα προγράμματα τρέχουν με τον ίδιο τρόπο ανεξάρτητα από τον υπολογιστή στον οποίο βρισκόμαστε και ανεξάρτητα από το λειτουργικό σύστημα που τρέχει ο υπολογιστής.

Έγινε επιλογή του EasyPHP το οποίο μπορεί να τρέχει ταυτόχρονα τον Apache, PHP και MySQL ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί το Joomla για τη δημιουργία του ιστοτόπου μας.

Αφού έγινε η εγκατάσταση του Joomla και δημιουργήθηκε η βάση δεδομένων από το PHPMyAdmin του EasyPHP, επιλέχθηκε ένα template που να αρμόζει καλύτερα στις ανάγκες της εφαρμογής.

Προσαρμόστηκε το template κατάλληλα ώστε να είναι εμφανείς όλες οι πληροφορίες και υπηρεσίες που είναι επιθυμητό να γνωστοποιηθούν στον πελάτη. Έγινε καταγραφή και οργάνωση του περιεχομένου του ιστοτόπου. Διαμορφώθηκαν κατάλληλα τα διάφορα μενού που πρόσφερε το template και προστέθηκε επιπλέον το μενού χρήστη.

3.5.5 VirtueMart

Για την προβολή των προϊόντων στον ιστοτόπο, κρίθηκε απαραίτητη η προσθήκη ενός νέου component. Έπειτα από αναζήτηση θεωρήθηκε κατάλληλο το VirtueMart.

Το VirtueMart είναι μια εφαρμογή Shopping Cart για πώληση αγαθών μέσω του internet. Είναι ένα Component (= plugin) για ένα Content Management System που ονομάζεται Joomla και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί χωρίς το Joomla. Εγκαθίσταται αρκετά εύκολα χρησιμοποιώντας το automatic Component and Module installer. Χρησιμοποιείται από μικρές / μεσαίου μεγέθους Online επιχειρήσεις / Online-Shops. Έτσι ο κάθε χρήστης που θέλει να ιδρύσει ένα Online κατάστημα μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτό το component για να πουλήσει κάτι στους πελάτες. (<http://www.virtuemart.gr>)

Μερικά από τα χαρακτηριστικά του VirtueMart είναι:

- Κατασκευάζει αόριστο αριθμό προϊόντων και κατηγορίες,
- Χρησιμοποιείται ως ένα Shop ή απλά ως έναν Online κατάλογο (μπορεί ακόμα να απενεργοποιηθεί η εμφάνιση της τιμής)
- Πώληση άυλων προϊόντων (π.χ. εικόνες, πρόγραμμα κλπ.)
- Ισχυρής δύναμης Web-Administration Tool (integrated into Mambo!)
- Εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων χρησιμοποιώντας αρχεία CSV ,
- Προσθέτει εικόνες και αρχεία (όπως Spec Sheets και Flyers) σε ένα προϊόν,
- Προσθέτει χαρακτηριστικά (όπως μέγεθος ή χρώμα) στα προϊόντα
- Ταξινομεί τους πελάτες σε Group αγοραστών,
- Επιλέγει πάνω από μια τιμή σε ένα προϊόν: κάθε Group αγοραστών έχει την δική της.
- Εμφανίζει τιμές με ή χωρίς τους φόρους (επιδεχόμενος έλεγχο για κάθε Ομάδα Πελατών)
- Shop Statistics / Control Panel με ένα Summary με καινούργιους πελάτες, νέες παραγγελίες....
- Κατασκευάζει ένα Stock επίπεδο για προϊόντα και αντικείμενα
- Ενημερώνει τους αγοραστές όταν ένα προϊόν είναι ξανά σε Stock
- Χρησιμοποιεί Zone βασισμένο σε Tax Calculation (πόλη/πολιτεία και χώρα/περιοχή)
- Store Owner βασισμένο σε Tax Calculation (π.χ. Σε ευρωπαϊκές χώρες)
- Δημιουργεί Shipping Carriers και Rates ανάλογα με τις επιθυμίες του πελάτη
- Χρησιμοποιεί InterShipper, UPS, USPS ή Canada Post Shipping Rate API.
- Ολοκληρώνει το Order Management με Order History, Customer Notification και Order Edit Functionality
- Βασικό Reporting χαρακτηριστικό: πουλημένα προϊόντα, μηνιαία και ετήσια συνδρομή..
- Δημιουργεί καταστάσεις παραγγελιών
- Οι αγοραστές μπορούν να προσθέσουν τις δικές τους διευθύνσεις αποστολής
- Δίνει την δυνατότητα στους υποψήφιους πελάτες να αναζητήσουν για προϊόντα μέσω μιας φόρμας αναζήτησης

- Δίνει την δυνατότητα στους αγοραστές να γνωρίζουν πότε ένα προϊόν είναι ξανά διαθέσιμο
- Οι αγοραστές μπορούν να δουν, πότε ένα προϊόν θα είναι διαθέσιμο να σταλεί, στη σελίδα με τις λεπτομέρειες των προϊόντων (με ωραίες εικόνες!)
- Οι αγοραστές μπορούν να δημιουργήσουν τους δικούς τους λογαριασμούς χρηστών (registration required)
- Οι αγοραστές μπορούν να δουν όλες τις παραγγελίες τους (και τις λεπτομέρειες των παραγγελιών)
- Mail επιβεβαίωσης παραγγελιών(customizable!) στέλνεται στον αγοραστή και στον ιδιοκτήτη καταστήματος
- Διαχειρίζεται διαφορετικά νομίσματα, χώρες και πολιτείες
- Χρησιμοποιεί ασφαλή SSL encryption (128-bit)
- Ικανό για ζωντανή Credit Card Processing
- Χρησιμοποιεί τρόπους πληρωμής όπως authorize.net®, eWay, Worldpay, PayMate and NoChex.
- Χρησιμοποιεί το PayPal ή το 2Checkout IPN gateway
(<http://www.virtuemart.gr>)

Με τη χρήση και έπειτα από κατάλληλη παραμετροποίηση του παραπάνω component δημιουργήθηκε όλη η λίστα των προϊόντων καθώς και οι δύο κύριες κατηγορίες τους: Σκυροδέματα και Υποστρώματα. Προστέθηκαν εικόνες των προϊόντων, λεπτομέρειες γι' αυτά καθώς και την τιμή τους.

Με το component αυτό δόθηκε δυνατότητα της μηχανής αναζήτησης.

Το VirtueMart επιπλέον έδωσε τη δυνατότητα της δημιουργίας και επεξεργασίας της παραγγελίας. Έπειτα από συζήτηση με τον υπεύθυνο της Εργομπετόν Α.Β.Ε.Τ.Ε. αποφασίστηκε ότι η αποστολή του προϊόντος θα γίνεται με οικονομική επιβάρυνση της εταιρίας καθώς και η μεταφορά θα είναι ευθύνη της. Αυτό αναφέρετε σαφώς στο δεύτερο στάδιο της διαδικασίας της παραγγελίας. Επίσης δημιουργήθηκε η δυνατότητα στον χρήστη να διορθώσει κάποιο από τα πεδία της διεύθυνσης αποστολής ή να ορίσει νέα διεύθυνση για την αποστολή της παραγγελίας του.

Όσον αφορά τον τρόπο πληρωμής επιλέχθηκαν δυο τρόποι: τοις μετρητοίς και επί πιστώσει. Οι υπόλοιποι τρόποι (μέσω τραπέζης και κάρτας) απορρίφθηκαν για την διαφύλαξη της ασφαλούς συναλλαγής των πελατών.

Ένας χρήστης μπορεί να διαχειρίζεται παραπάνω από μια παραγγελίες και να ορίζει παραπάνω από μια διευθύνσεις, καθώς ο χρήστης μπορεί να είναι ο εργολάβος ή ο ιδιοκτήτης κατασκευαστικής εταιρίας και οι πελάτες του να είναι σε διαφορετικές διευθύνσεις κάθε φορά.

Κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας προστέθηκε ένα Text Area για την συμπλήρωση της επιθυμητής ημερομηνίας παράδοσης καθώς και τυχόν παρατηρήσεις από τον πελάτη.

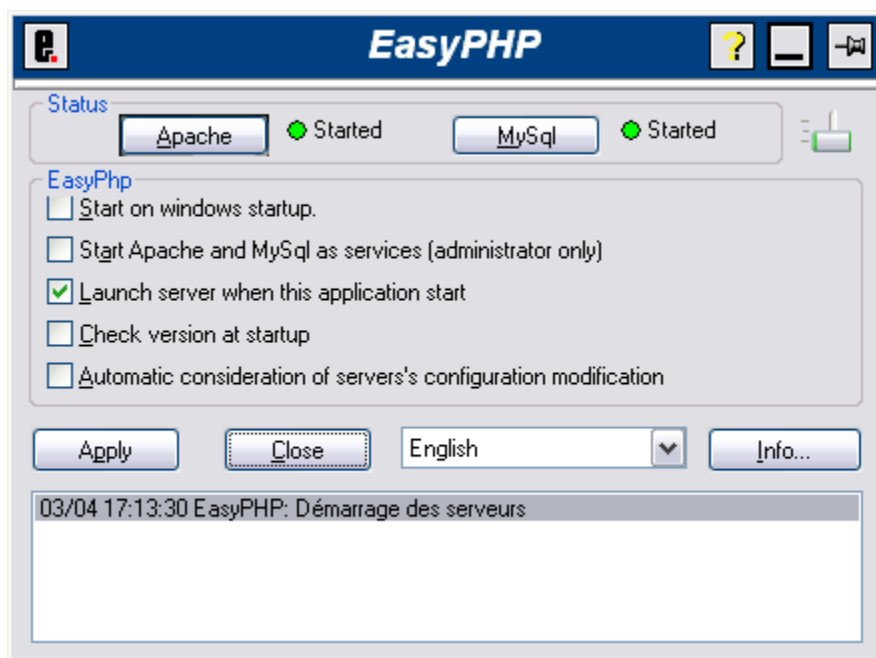
Μια ακόμη δυνατότητα που προσέφερε το VirtueMart είναι ότι επιτράπηκε στον χρήστη να βλέπει αμέσως μετά την ολοκλήρωση της παραγγελίας του, την κατάσταση στην οποία αυτή βρίσκεται (Ο χρήστης αφού έχει εισαχθεί στο σύστημα: Παραγγελία απεστάλη, Επεξεργασία παραγγελίας, Ακύρωση παραγγελίας, Επιβεβαίωση παραγγελίας, , Παράδοση παραγγελίας).

Από τις απαιτήσεις προέκυψε η ανάγκη της ύπαρξης μενού χρήστη, το οποίο ήταν διαθέσιμο από το Joomla αλλά δεν έδινε δυνατότητες τροποποίησης των πεδίων ώστε να προσαρμοστεί στις ανάγκες της εφαρμογής. Επιλέχθηκε ένα καινούριο component, το Community Builder, που ουσιαστικά αντικαθιστά standard Joomla User component και επιτρέπει την προσθήκη νέων πεδίων στα προφίλ χρηστών. Τα πεδία μπορεί να χρησιμοποιηθούν επίσης κατά την διαδικασία εγγραφής επιτρέποντας στον διαχειριστή να διαλέξει ανάμεσα σε 4 διαδικασίες έγκρισης. Άλλες δυνατότητες συμπεριλαμβάνουν: λίστες χρηστών, εικόνες χρηστών, καταγγελίες, τύποι πεδίων, κλπ.

Με το Community Builder υλοποιήθηκε η απαίτηση της μη αυτόματης αποδοχής οποιουδήποτε χρήστη πριν τα στοιχεία του ελεγχθούν από τον Administrator της εταιρίας. Επίσης ο χρήστης μπορεί να κάνει αλλαγές στα πεδία που είναι εγγεγραμμένα στην φόρμα εγγραφής οποιαδήποτε στιγμή το αποφασίσει.

3.6 Υλοποίηση

Επειδή η σελίδα φορτώνεται τοπικά για να γίνει εισαγωγή, ανοίγουμε τον φυλλομετρητή και πληκτρολογούμε το url : <http://127.0.0.1/joomla/> και για να γίνει εισαγωγή ως Administrator το url: <http://127.0.0.1/joomla/administrator/> αφού πρώτα έχει ενεργοποιηθεί το EasyPHP για να τρέχει η MySQL και ο Apache.



3.6.1 Εγκατάσταση template και νέας γλώσσας

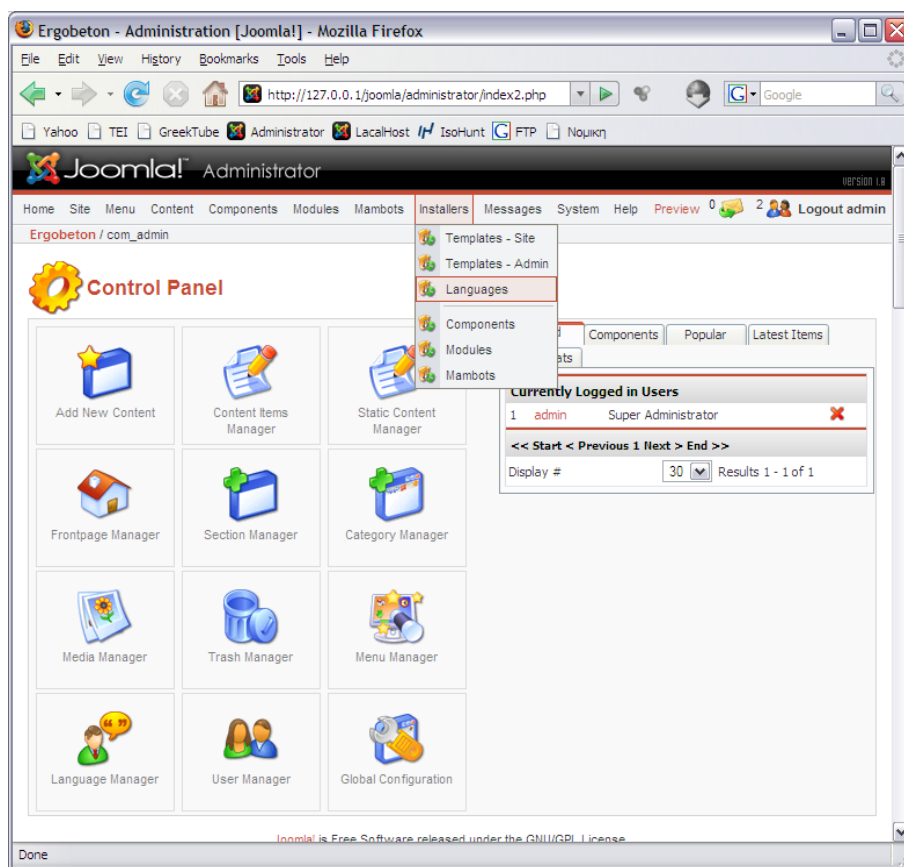
Στο σημείο αυτό έγινε εγκατάσταση του επιθυμητού template, καθώς και νέα γλώσσα, τα Ελληνικά.

Υπάρχουν δύο τρόποι για την εγκατάσταση νέας γλώσσας ή ενός προτύπου εμφάνισης (template) από το περιβάλλον διαχείρισης του Joomla.

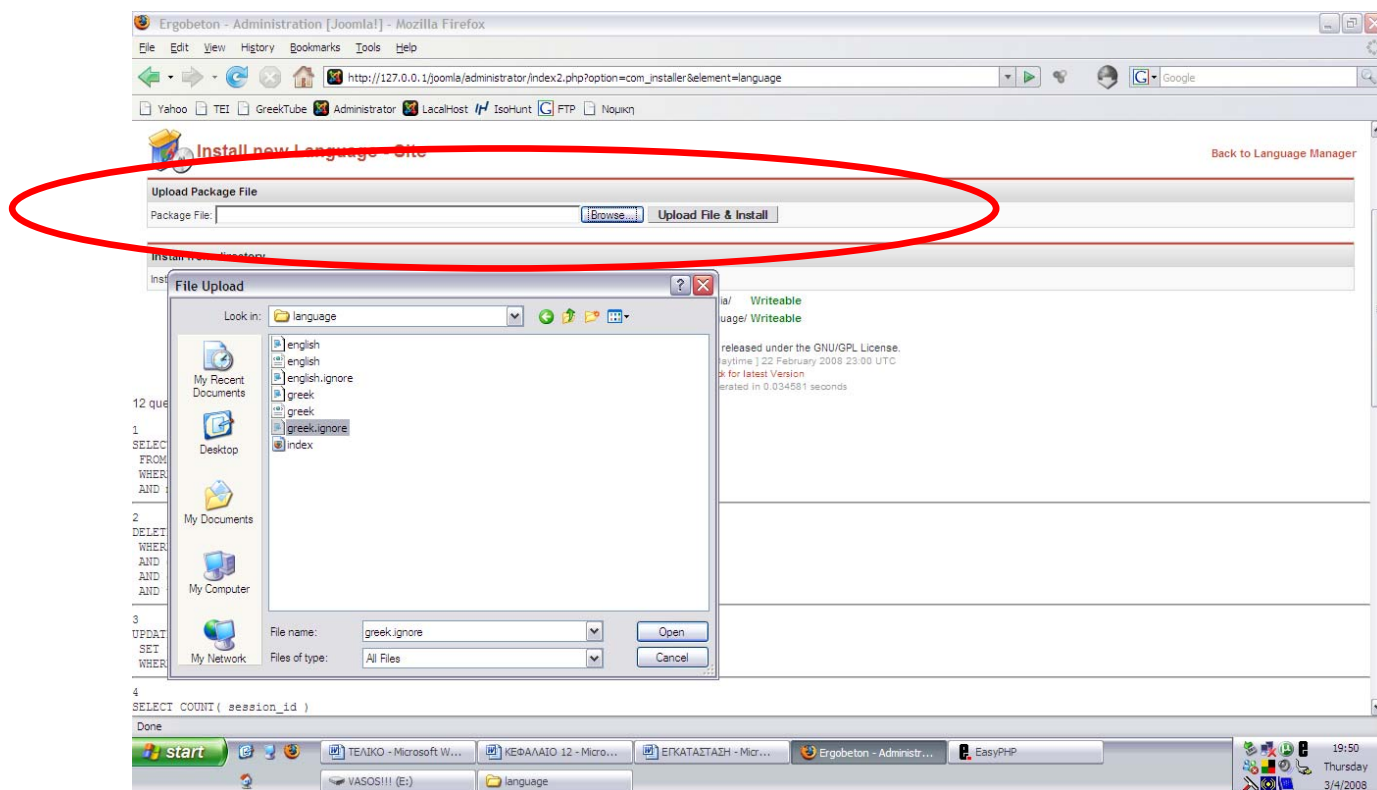
1. Ανέβασμα (upload) αρχείου σε zip μορφή

Μπορούμε να ανεβάσουμε ένα αρχείο zip, το οποίο περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα αρχεία για κάθε περίπτωση (γλώσσας ή template) και το Joomla αναλαμβάνει να τα τοποθετήσει στο σωστό path του server.

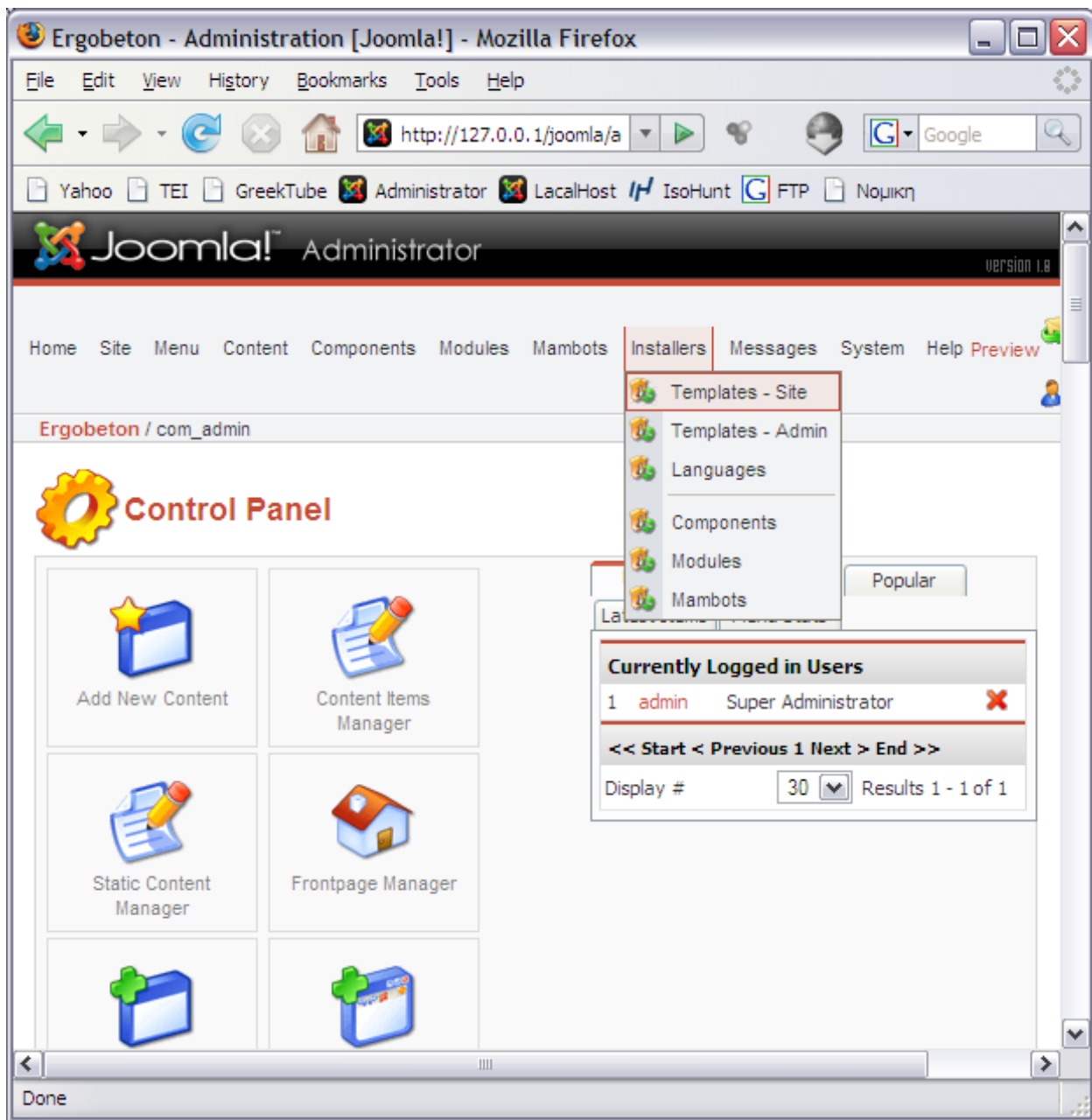
Για την περίπτωση της γλώσσας, η επιλογή γίνεται από τη λίστα επιλογών Installer->Languages.



Στην οθόνη που θα εμφανισθεί θα πρέπει να πατηθεί το κουμπί "Browse", και θα εμφανισθεί το παράθυρο, για την επιλογή του αρχείου από τον τοπικό δίσκο. Γίνεται η επιλογή του αρχείου, πατάτε στο κουμπί "Open" και τέλος πατώντας το κουμπί "Upload & Install" θα αρχίσει αυτόματα το ανέβασμα και η εγκατάσταση της νέας γλώσσας .



Αντίστοιχα για την περίπτωση του εικαστικού προτύπου (template) τα βήματα εγκατάσταση είναι ακριβώς τα ίδια. Η οθόνη εγκατάστασης θα τη βρεθεί επιλέγοντας από τη λίστα επιλογών Instaler->Templates-Site (Σχ. 3).



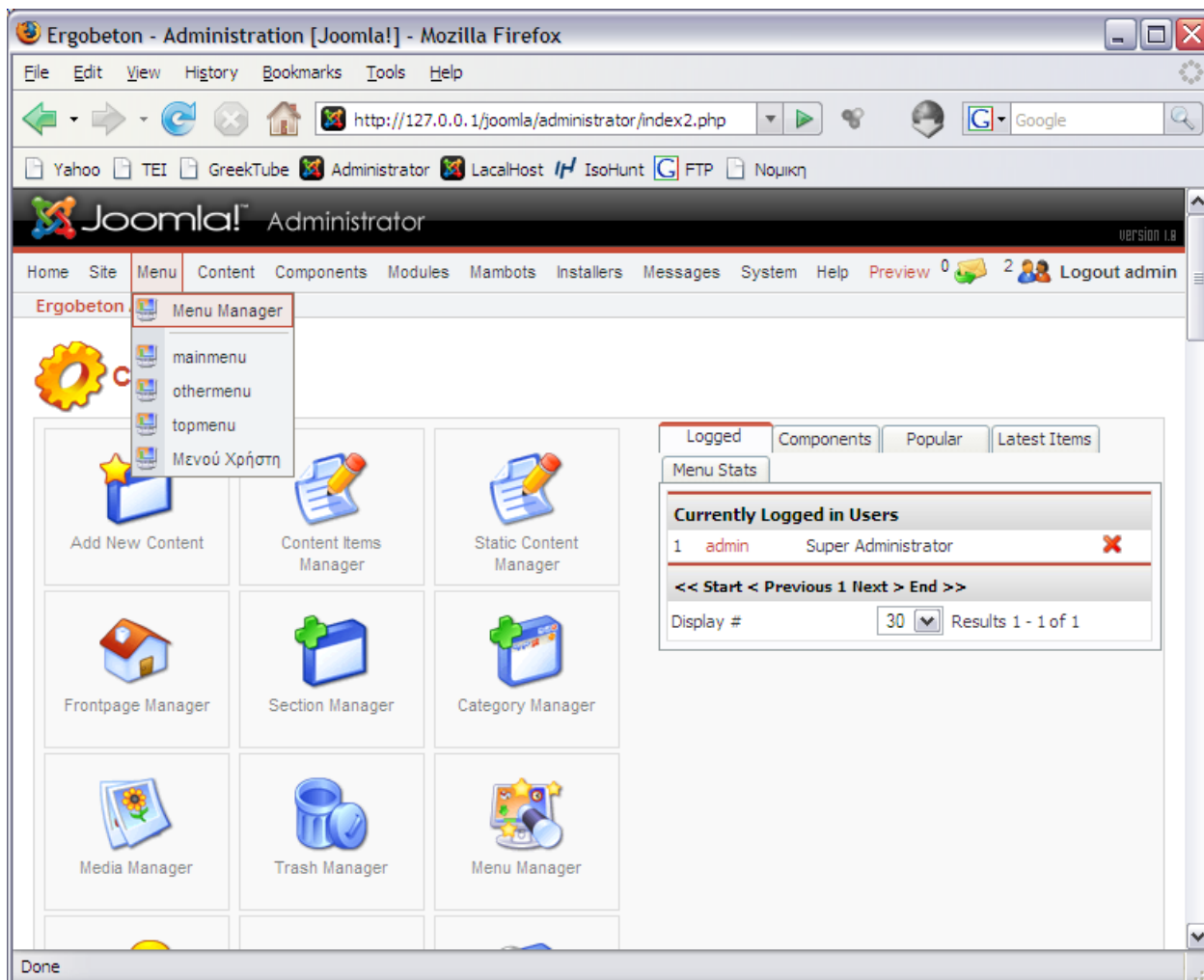
2. Εγκατάσταση όλων των αρχείων από φάκελο(directory)

Στη σελίδα του σχήματος 2, ακριβώς κάτω από την επιλογή "Upload Package File", υπάρχει η επιλογή "Install from Directory". Μπορεί να χρησιμοποιηθεί αυτή τη μέθοδος σε περίπτωση που υπάρχουν ήδη τα αρχεία σε κάποιο φάκελο στο server.

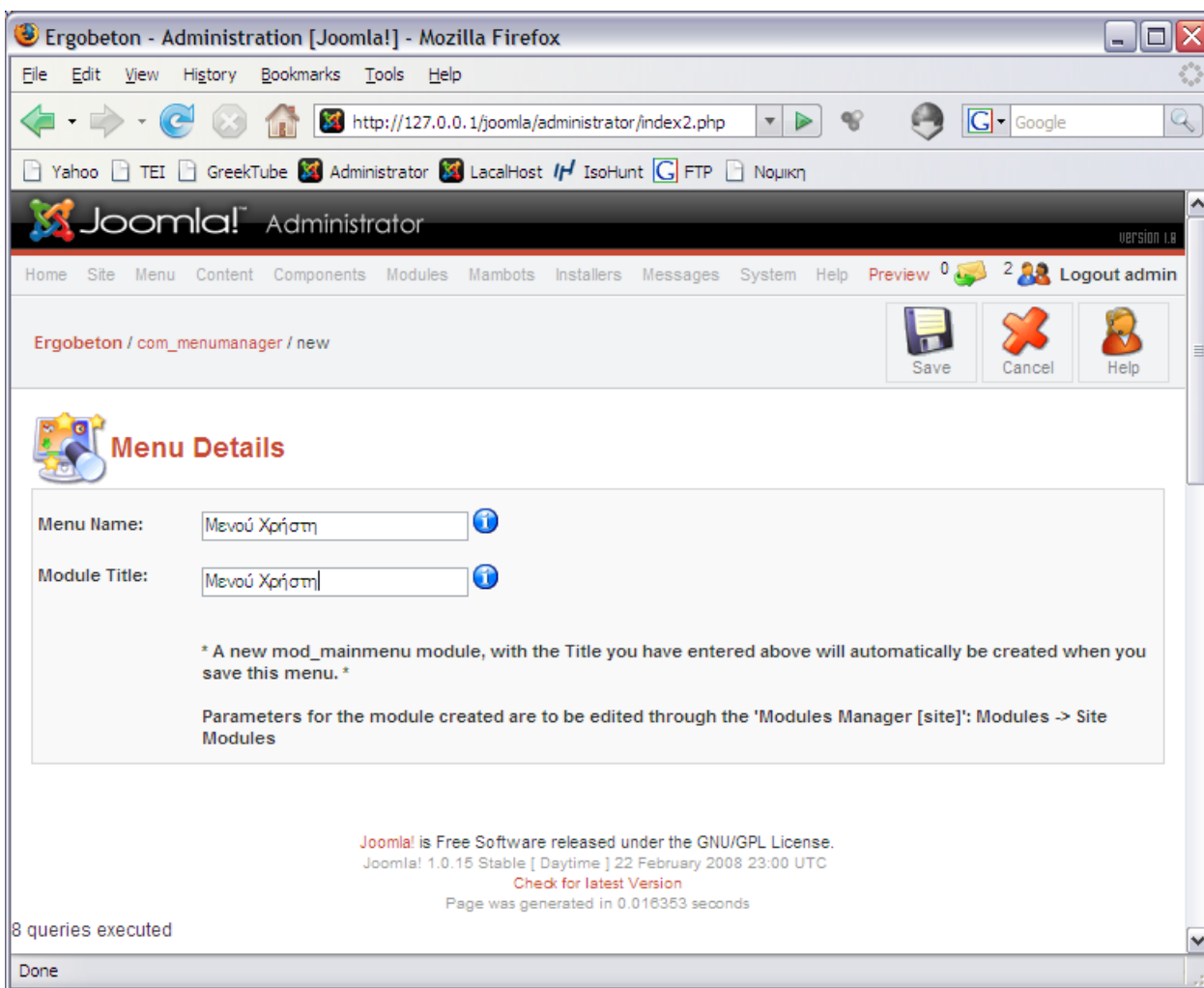
3.6.1 Εγκατάσταση νέου μενού

Τα μενού που πρόσφερε το template είναι το main menu, other menu, top menu και το user menu που το αντικαταστάθηκε με το menu Χρήστη που το προσέφερε το component Community Builder. Η εγκατάστασή του έγινε με την εξής σειρά:

Μέσα από το admin panel έγινε επιλογή menu > menu manager



Επιλέχθηκε το "New", και δόθηκε το όνομα του menu, καθώς και το όνομα του module που θα αντιστοιχεί σε αυτό. Πατήθηκε το "Save".



Μέσα από το menu > Μενού Χρήστη (όπου Μενού χρήστη είναι το μενού που δημιουργήσαμε) ορίστηκαν τα στοιχεία (menu items) τα οποία θα υπάρχουν στο μενού αυτό.

Menu Manager [Μενού Χρήστη] Max Levels 10 Filter:

#	Menu Item	Published	Reorder	Order	Access	Itemid	Type	CID
1	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΧΡΗΣΤΗ Original	✗	▼	1	Registered	21	Link - Url	0
2	Submit News	✗	▲▼	2	Registered	13	Link - Url	0
3	Submit WebLink	✗	▲▼	3	Registered	14	Link - Url	0
4	Check-In My Items	✗	▲▼	4	Registered	15	Link - Url	0
5	Στοιχεία Χρήστη	✓	▲▼	5	Registered	47	Component - Community Builder	21
6	ΕΞΟΔΟΣ	✓	▲	6	Registered	16	Component - Login	15

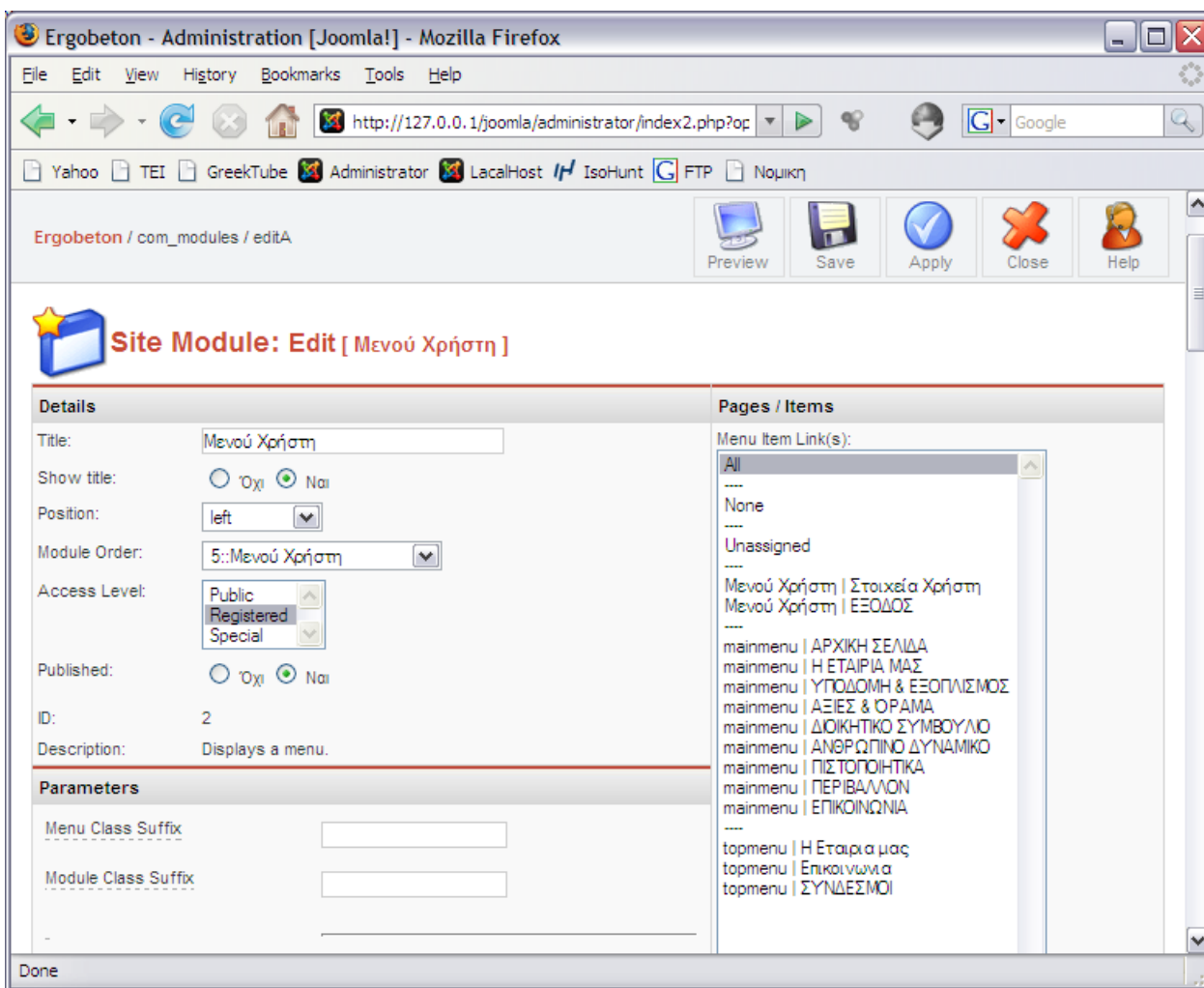
<< Start < Previous 1 Next > End >>

Display # 30 Results 1 - 6 of 6

Joomla! is Free Software released under the GNU/GPL License.
 Joomla! 1.0.15 Stable [Daytime] 22 February 2008 23:00 UTC
[Check for latest Version](#)

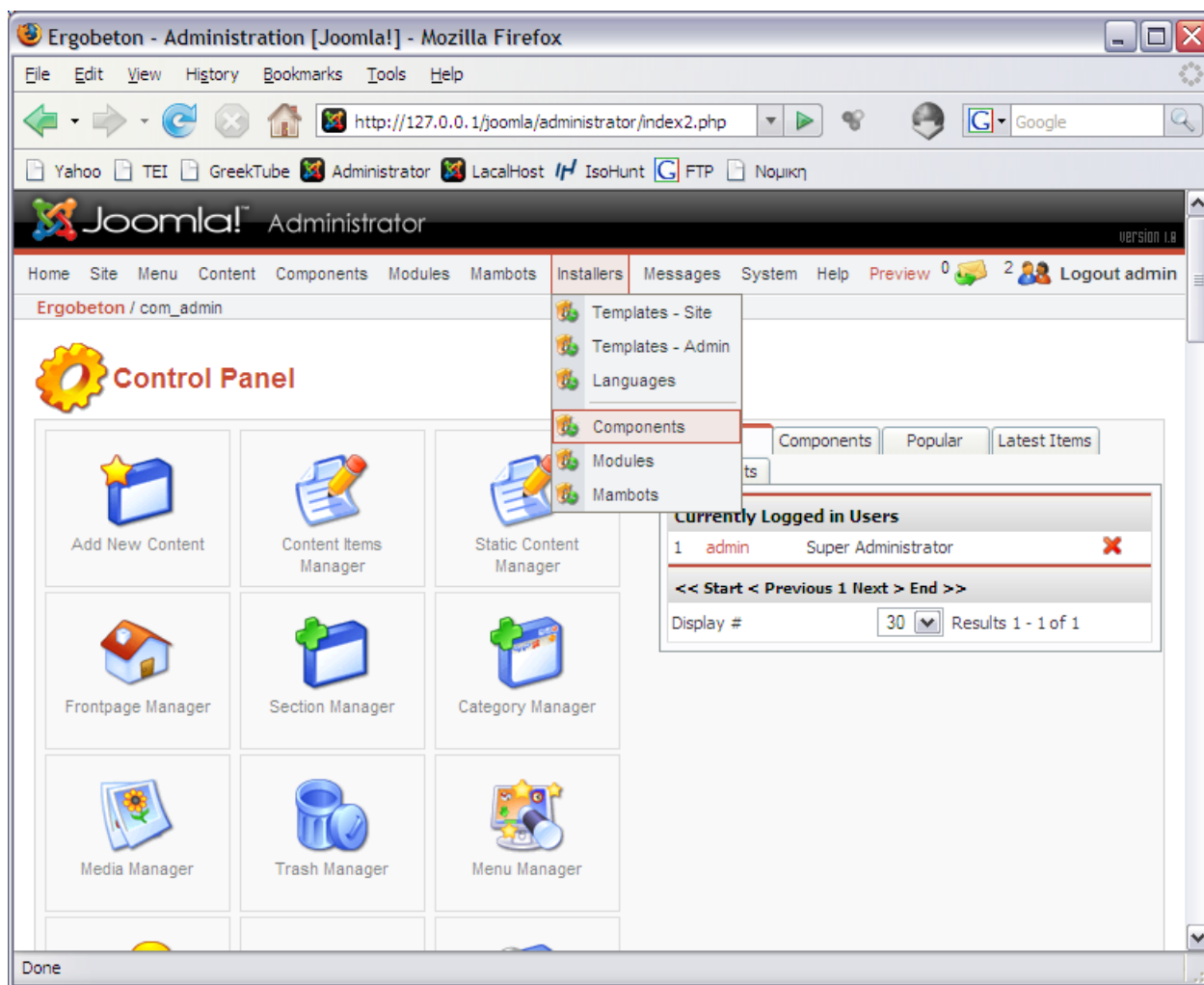
javascript: void(0);

Μέσα από το modules > site modules, επιλέγουμε το μενού που δημιουργήθηκε και ορίστηκαν οι παράμετροι του: σε ποια θέση θα εμφανίζεται, σε ποιες σελίδες, με ποιο επίπεδο πρόσβασης, αν θα τυπώνεται ο τίτλος του κλπ.



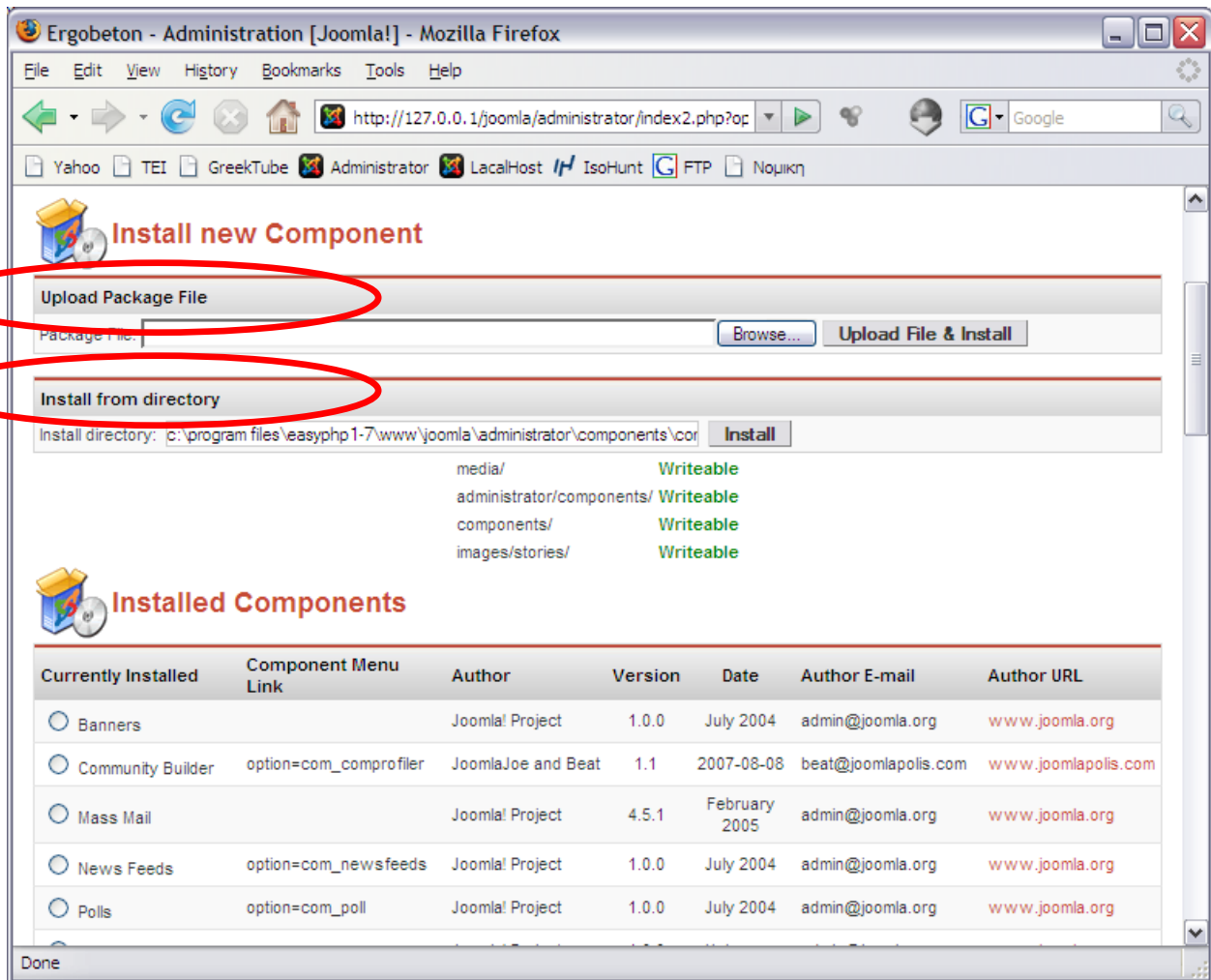
3.6.1 Εγκατάσταση νέου component

Από το Menu Installers, έγινε επιλογή του “Components”



Στην σελίδα που θα εμφανιστεί, υπάρχουν 2 επιλογές εγκατάστασης ενός Component:

- **Upload Package File**
- **Install from directory**



- 1) **Upload Package File**, με αυτή την επιλογή, δηλώθηκε ένα αρχείο Component που βρίσκεται στον σκληρό δίσκο και πατώντας το "Upload File & Install", το σύστημα αυτόματα ανεβάζει το Component και το εγκαθιστά στο Joomla Site.
- 2) **Install from directory**, με αυτή την επιλογή, γίνεται εγκατάσταση ενός Component που βρίσκετε ήδη στον Server του Site σας. Για να δουλέψει σωστά αυτή η επιλογή, θα πρέπει να ανέβει μέσω FTP το Component στο φάκελο Site/administrator/components/com_installer/component και να γίνει αποσυμπίεση των αρχείων του Component στον φάκελο αυτό.

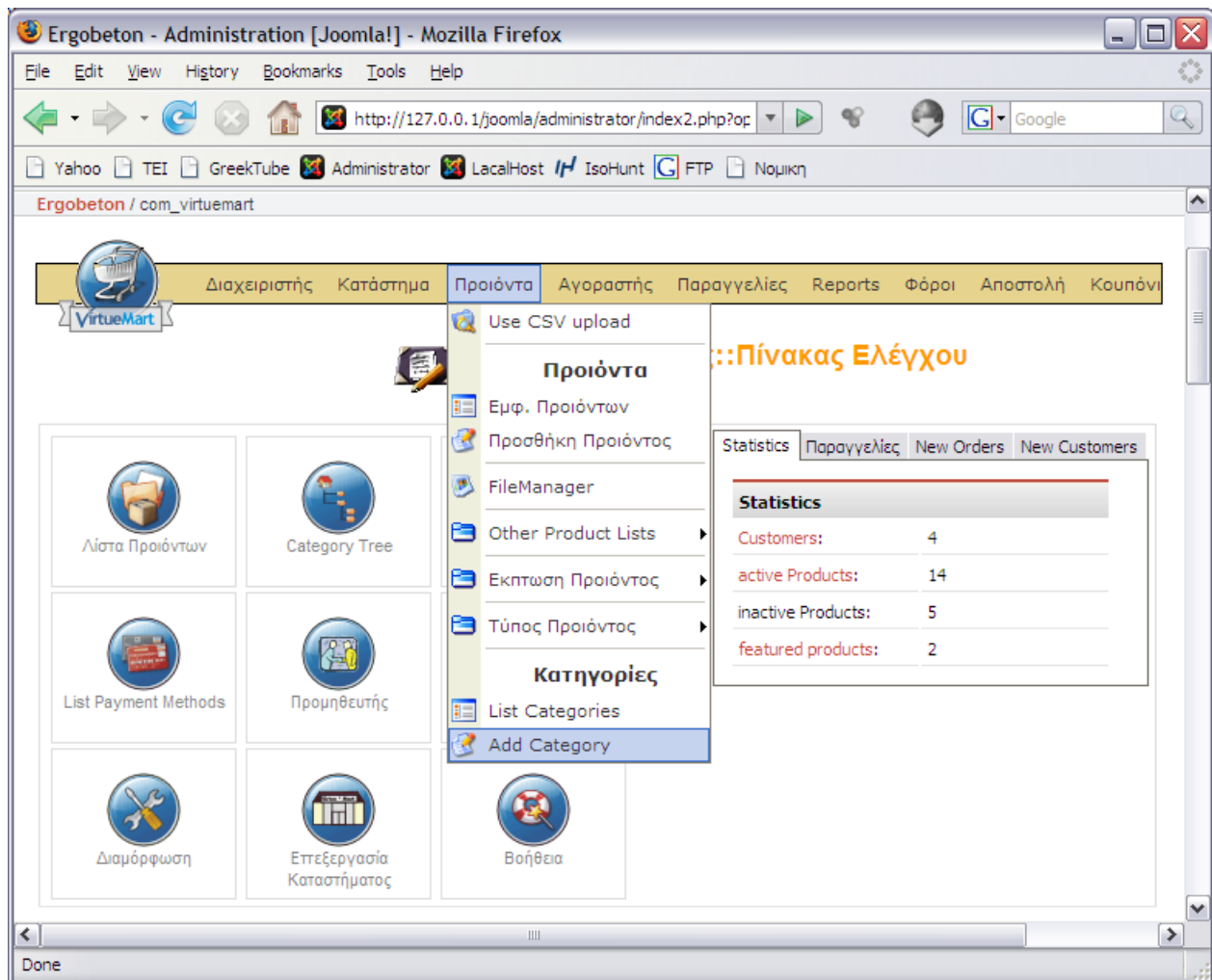
Παράδειγμα installation directory :

C:\Program Files\EasyPHP1-7\www\joomla\administrator\components\com_virtuemart

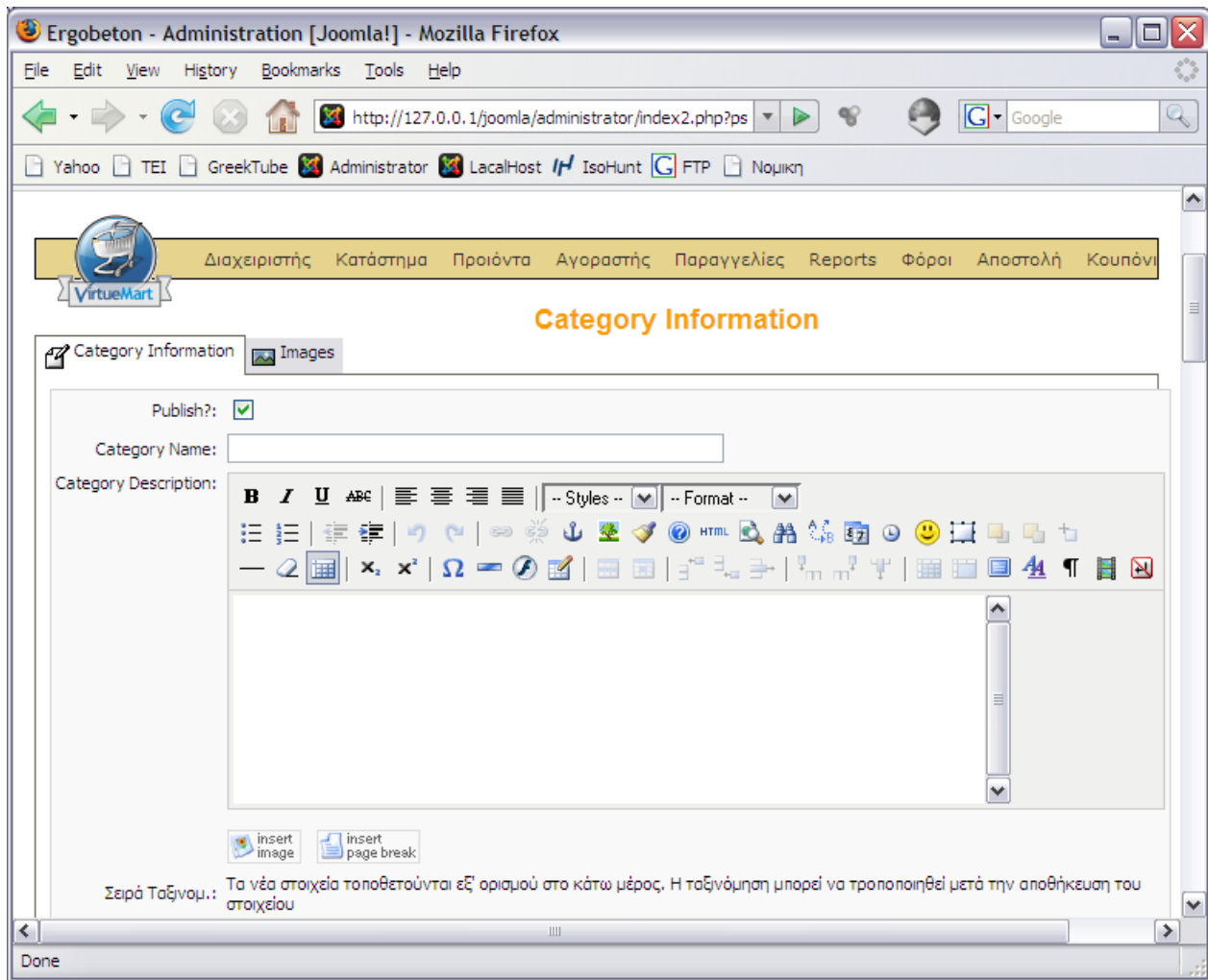
Για εγκατασταθεί κάποιο Module ή MamBot, ακολουθούνται οι ίδιες διαδικασίες με την μόνη διαφορά ότι από το Menu "Installers" θα επιλεγόταν είτε Modules είτε Mambots κάθε φορά ανάλογα με τις ανάγκες της εφαρμογής.

Για τη δημιουργία μια λίστας προϊόντων στο Virtue Mart αρχικά έγινε δημιουργία των κατηγοριών τους:

Από το μενού Προϊόντα->Add Category

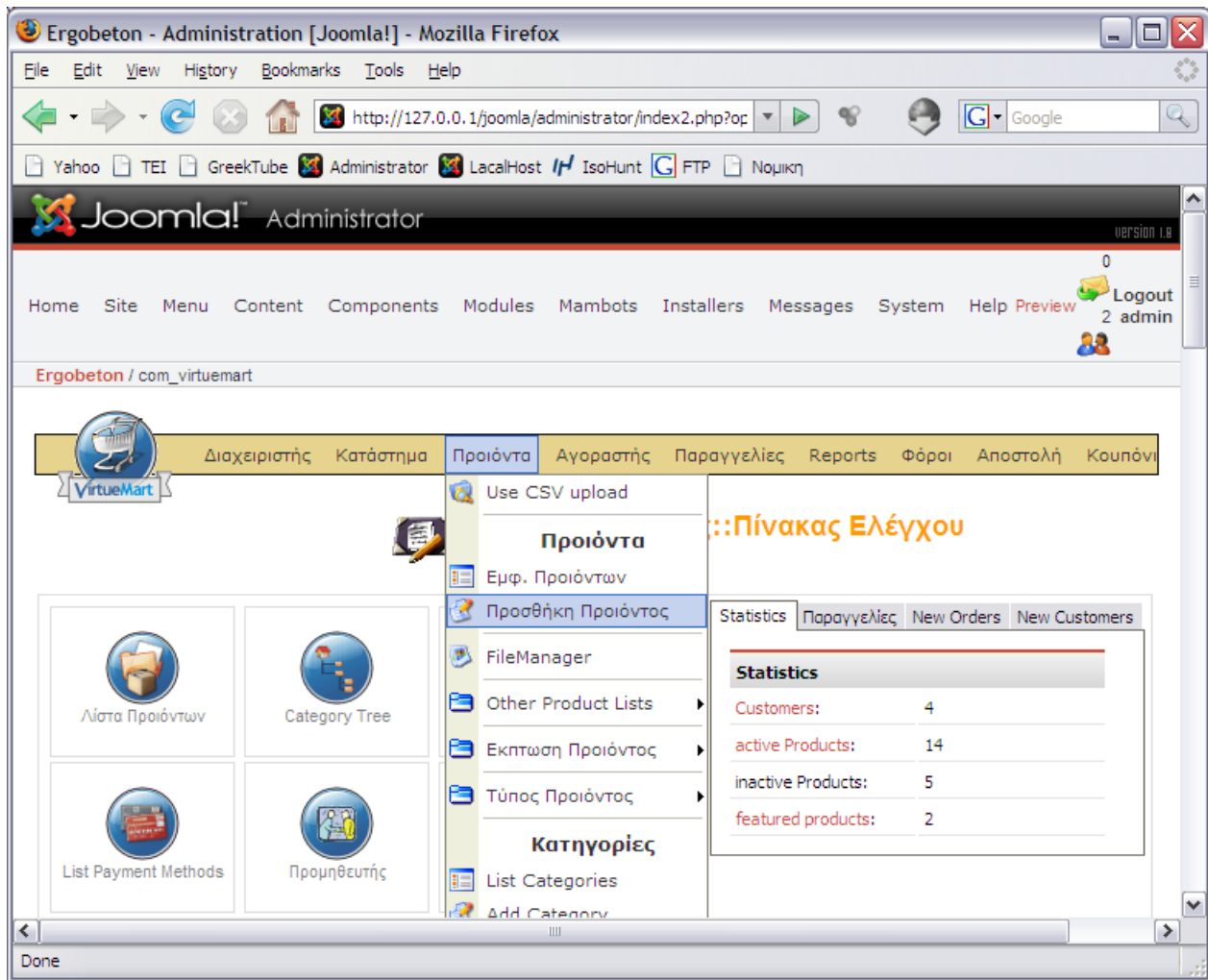


Και δίδονται πληροφορίες σχετικά με τη συγκεκριμένη κατηγορία (όνομα, σχόλια κτλ)



Έχοντας καταλήξει στη μορφή που θα παρουσιάζεται το προϊόν στο κατάστημα, γίνεται προσθήκη στη λίστα:

Από το μενού Προϊόντα->Προσθήκη Προϊόντος



Συμπληρώνονται τα πεδία με πληροφορίες σχετικά με το νέο προϊόν. Μετά την συμπλήρωση τους θα πρέπει να πατήσουμε το εικονίδιο με την δισκέτα (save) για να αποθηκευτούν.

Πληροφορίες Προϊόντος

- 1) **Δημοσίευση:** Εάν επιλεγεί τότε το προϊόν εμφανίζεται στον κατάλογο του καταστήματος.
- 2) **Κωδικός:** Είναι ένας κωδικός που χαρακτηρίζει μοναδικά το προϊόν στο κατάστημα μας. Π.χ G03.
- 3) **Όνομα:** Το όνομα του προϊόντος όπως αυτό θα φαίνεται στον κατάλογο. μπορεί να περιέχει τον κωδικό του κατασκευαστή καθώς και μια πολύ σύντομη περιγραφή να είναι απαραίτητο. π.χ. Θερμομετρών.
- 4) **URL:** Διεύθυνση σε σελίδα του κατασκευαστή που περιγράφετε το προϊόν
- 5) **Προμηθευτής:** Στην περίπτωση μας είμαστε οι ίδιοι.

- 6) **Κατασκευαστής:** Στην περίπτωση μας είμαστε οι ίδιοι.
- 7) **Κατηγορίες:** Επιλέγουμε μια ή περισσότερες κατηγορίες στις οποίες ανήκει το προϊόν π.χ. Υποστρώματα.
- 8) **Τιμή Προϊόντος (Net):** Η τιμή λιανικής χωρίς φόρους , πρέπει να επιλέξετε νόμισμα από το μενού δεξιά της.
- 9) **Τιμή Προϊόντος (Gross):** Η τιμή λιανικής μαζί με τους φόρους.
- 10) **VAT Id:** Ο κωδικός φόρου (πχ ΦΠΑ 19%).
- 11) **Τύπος Έκπτωσης:** Επιλέξτε από το μενού έκπτωση για το προϊόν αν το επιθυμείτε.
- 12) **Discounted Price:** Εάν θέλουμε έναν διαφορετικό τύπο έκπτωσης ειδικά για αυτό το προϊόν συμπληρώνουμε εδώ.
- 13) **Σύντομη Περιγραφή:** Μια σύντομη περιγραφή του προϊόντος. Προτείνεται να μην ξεπερνά τις 5 γραμμές και να είναι περιεκτική.
- 14) **Περιγραφή Προϊόντος:** Εδώ θα πρέπει να γίνει ανάλυση του προϊόντος με όσο το δυνατό περισσότερες λεπτομέρειες.

Ακολουθεί αναλυτικό παράδειγμα:

The screenshot shows the Joomla! administrator interface for 'Ergobetone'. The main content area displays the 'Πληροφορίες Προϊόντος' (Product Information) form. The form includes the following fields and values:

- Δημοσίευση:**
- Κωδικός:** G03
- Όνομα:** ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ
- URL:** (empty)
- Προμηθευτής:** ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Β.Ε.Τ.Ε.
- Κατασκευαστής:** Manufacturer
- Κατηγορίες:**
 - 11 Ηλεκτρονικό κατάστημα
 - 11 ΕΚΠΡΟΣΩΠΙΑ
 - 11 ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ
- Τιμή Προϊόντος (Net):** 33.00000 Euro
- Τιμή Προϊόντος (Gross):** 39.27
- VAT Id:** 2 (19%)
- Τύπος Εκπτώσης:** 0 (none)
- Discounted Price:** (empty)
- Σύντομη Περιγραφή:** θερμομονωτικό υλικό

Below the form is a rich text editor for the 'Περιγραφή Προϊόντος' (Product Description). The text in the editor reads: 'Το Θερμομπετόν είναι ένα προϊόν έτοιμου σκυροδέματος, που αποτελεί την ιδανική λύση για την επικάλυψη της ενδοδαπέδιας θέρμανσης κτηρίων. Είναι κατασκευασμένο από κατάλληλα επεξεργασμένη ποταμιαία άμμου, ίνες πολυπροπυλενίου και είναι ενισχυμένο με βελτιωτικό γαλάκτωμα ειδικής σύνθεσης.'

Status Προϊόντος

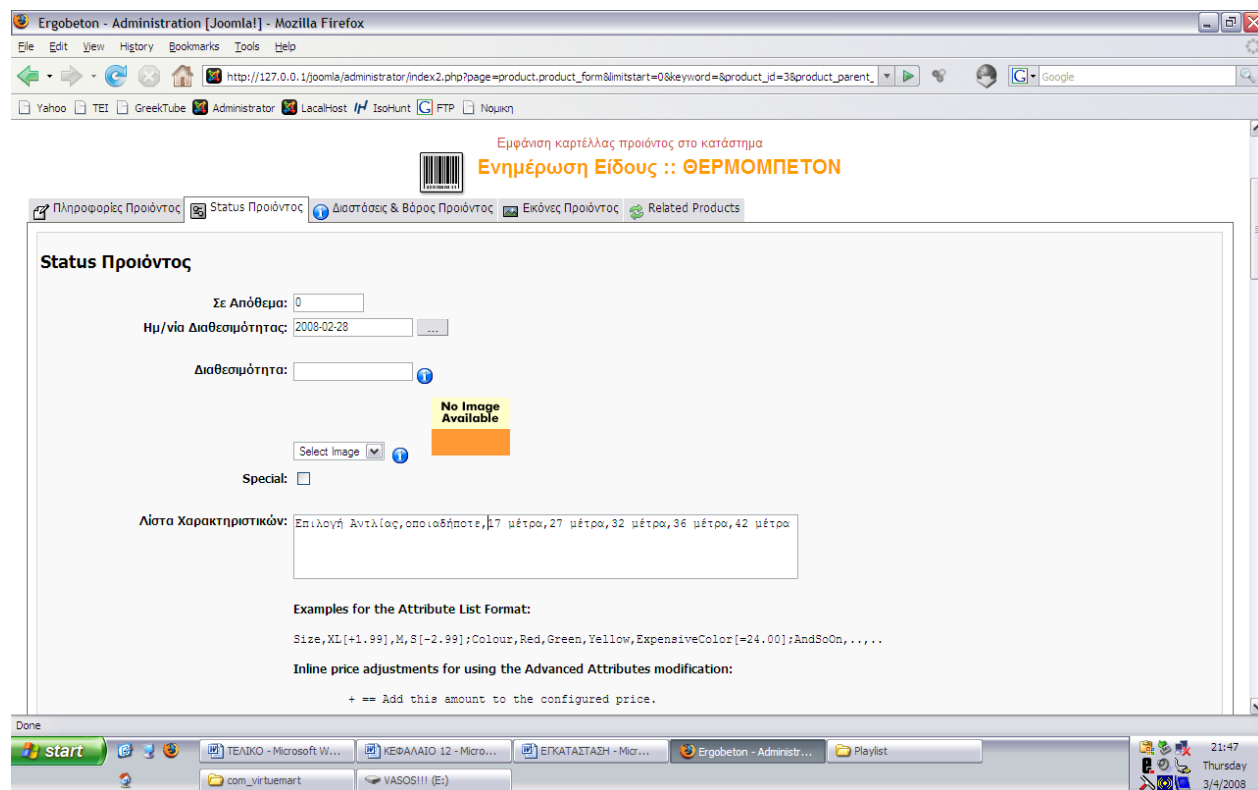
15) **Ημ/νία Διαθεσιμότητας:** Δίδεται η τρέχουσα ημερομηνία ή η ημερομηνία στην οποία αναμένεται να αποσταλεί από τον προμηθευτή. Στην περίπτωσή μας έχει τρέχουσα ημερομηνία.

16) **Διαθεσιμότητα:** Εκτιμάται πόσες μέρες χρειάζονται να φτάσει το προϊόν στα χέρια του πελάτη. Εμείς ικανοποιούμε την συγκεκριμένη απαίτηση διαφορετικά όπως έχουμε εξηγήσει με το Component Community Builder.

Λίστα Χαρακτηριστικών

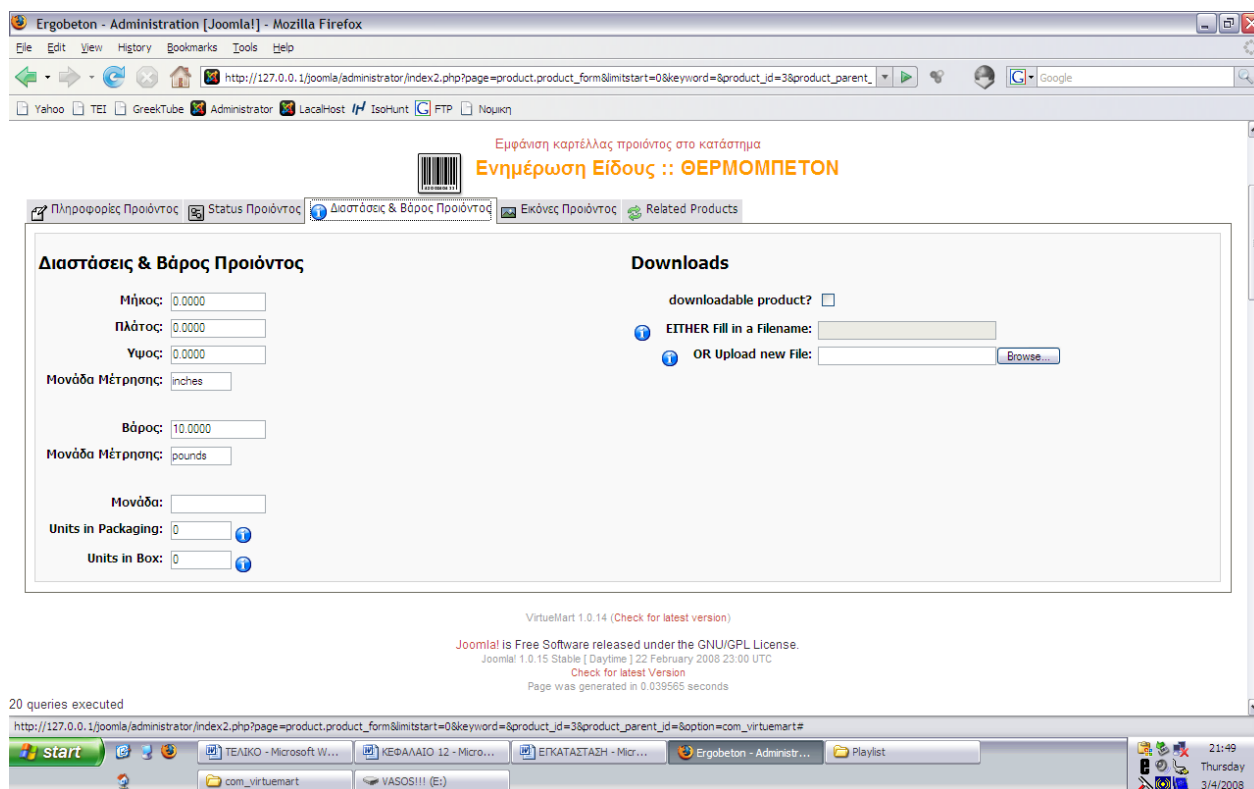
Εδώ μπορούν να τεθούν χαρακτηριστικά για ένα προϊόν. Για παράδειγμα μπορεί να δοθεί:

Επιλογή Αντλίας, οποιαδήποτε, 17 μέτρα, 27 μέτρα, 32 μέτρα, 36 μέτρα, 42



Διαστάσεις & Βάρος Προϊόντος

Τα παρακάτω μεγέθη συμπληρώνονται ώστε να μπορεί να γίνει εκτίμηση του πόσο θα κοστίσει η μεταφορά του προϊόντος αλλά στην περίπτωση μας τα έξοδα μεταφοράς τα αναλαμβάνει η εταιρία ανεξάρτητα από την ποσότητα του προϊόντος.



Εικόνες Προϊόντος

Προστίθεται μια εικόνα στο προϊόν μας.

Προτείνεται η εικόνα να έχει πρώτα διορθωθεί ως προς το μέγεθος της με κάποιο πρόγραμμα επεξεργασίας εικόνων, ώστε να είναι σύμφωνη με την εξορισμού διάσταση που επιθυμούμε να έχει το κατάστημά μας. (πχ 400px * 400px)

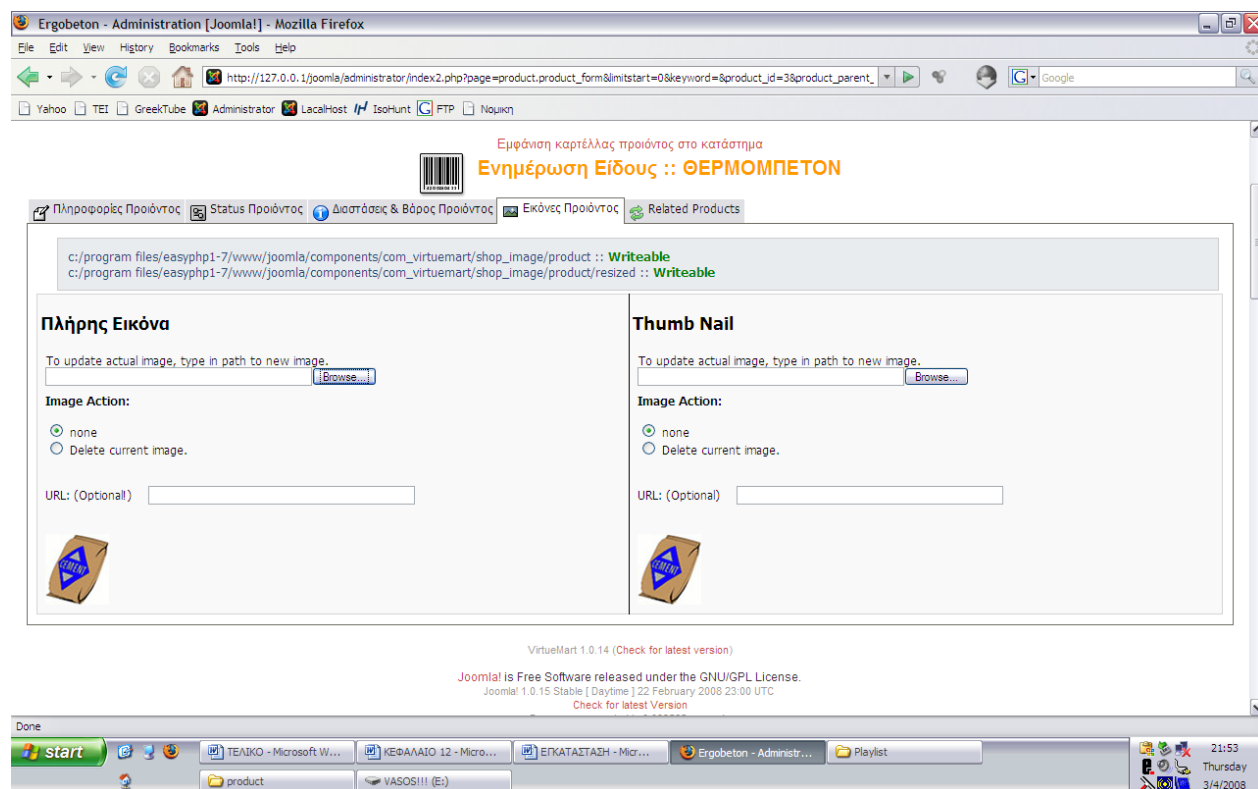
Image Action: none

Auto-Create Thumbnail: Εάν επιλεγεί τότε δημιουργείτε αυτόματα η μικρή εικόνα για του προϊόντος.

URL: Γίνεται εισαγωγή της εικόνας που βρίσκεται αποθηκευμένη σε άλλο δικτυακό τόπο. π.χ. C:\Program Files\EasyPHP1-7\www\joomla\components\com_virtuemart\shop_image\product

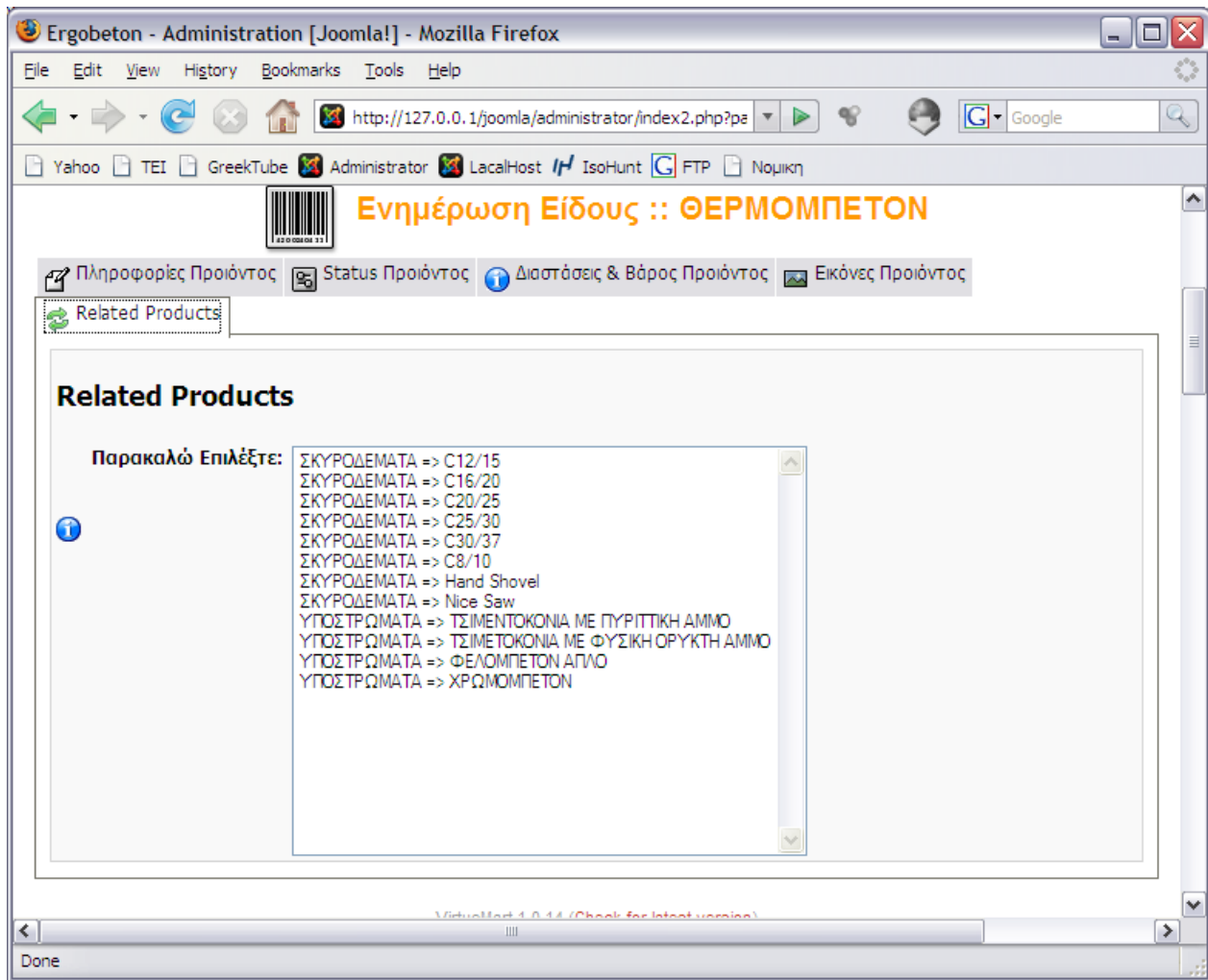
Thumb nail: Προσθέτουμε μια μικτή εικόνα στο προϊόν μας

URL: (Optional) Μπορούμε να βάλουμε την εικόνα που βρίσκεται αποθηκευμένη σε άλλο δικτυακό τόπο π.χ. C:\Program Files\EasyPHP1-7\www\joomla\components\com_virtuemart\shop_image\smallproduct



Related Products

Μπορούμε να γίνει συσχέτιση του προϊόν με άλλα ομοειδή ώστε να δοθεί στον πελάτη η δυνατότητα να δει και προϊόντα που ίσως τον ενδιαφέρουν.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 Εγκατάσταση EasyPHP

Το EasyPHP είναι ένα λογισμικό που εγκαθιστά υπηρεσίες WebServer και επιτρέπει γρήγορη και εύκολη υλοποίηση της Php και MySQL τοπικά στον υπολογιστή. Το πακέτο περιλαμβάνει έναν Apache Server μια βάση δεδομένων MySQL και την επέκταση Php.

Εγκατάσταση EasyPHP

Τρέχουμε το EasyPHP, βάζουμε σαν γλώσσα τα Αγγλικά, διαλέγουμε να ξεκινάει αυτόματα και στο τέλος στις ρυθμίσεις του MySql προσθέτουμε την εξής γραμμή στο My.ini set-variable=default-character-set=greek η οποία προσφέρει υποστήριξη ελληνικών. Πιο αναλυτικά:

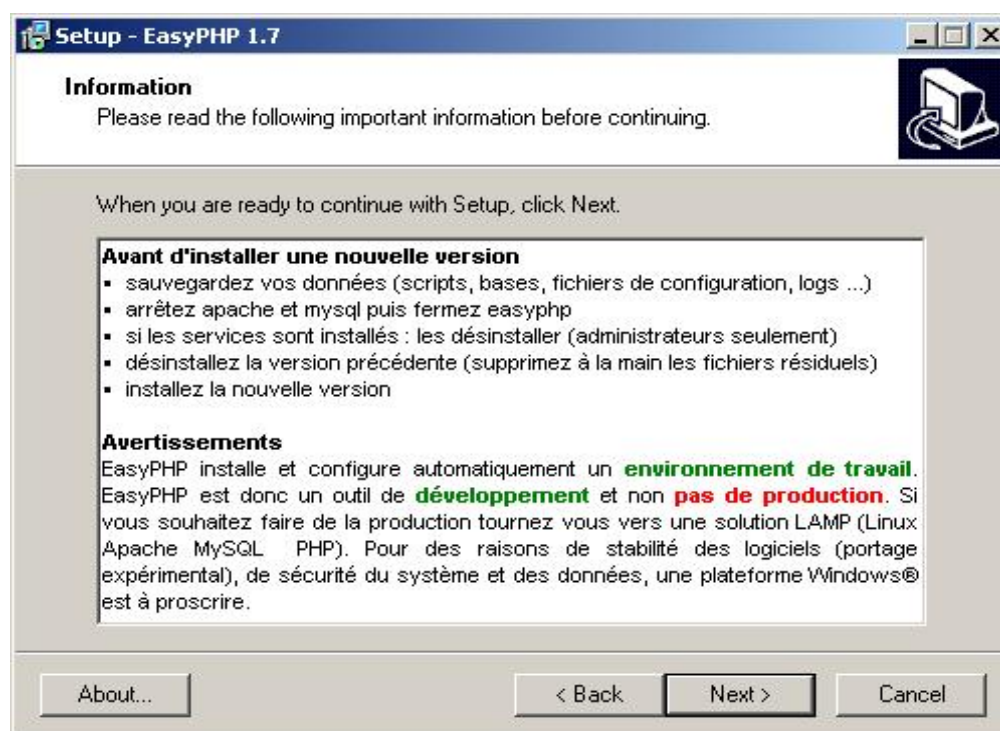
Ξεκινάμε την εγκατάσταση τρέχοντας το easyphp1-7_setup.exe. Η πρώτη οθόνη που θα εμφανιστεί θα είναι η παρακάτω. Παρότι είναι κάποια μηνύματα στα γαλλικά πατάμε το κουμπί “Next”



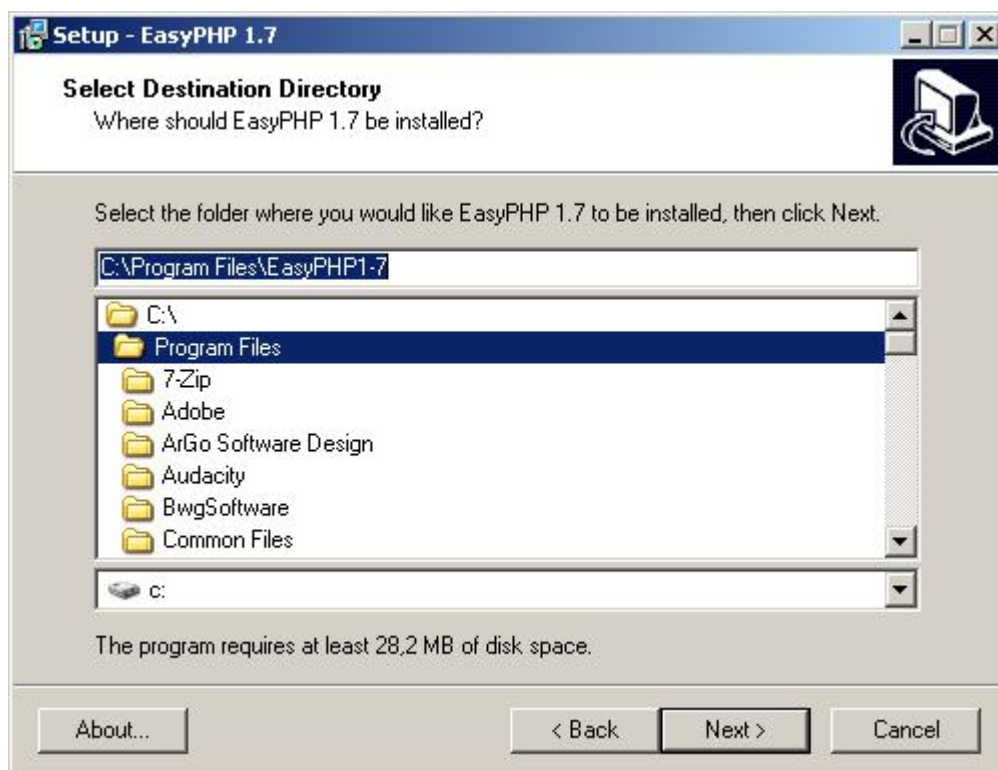
Και εδώ πατάμε “Next”



Εδώ θα διαλέξουμε “I accept the agreement” και στη συνέχεια θα πατήσουμε το κουμπί “Next”

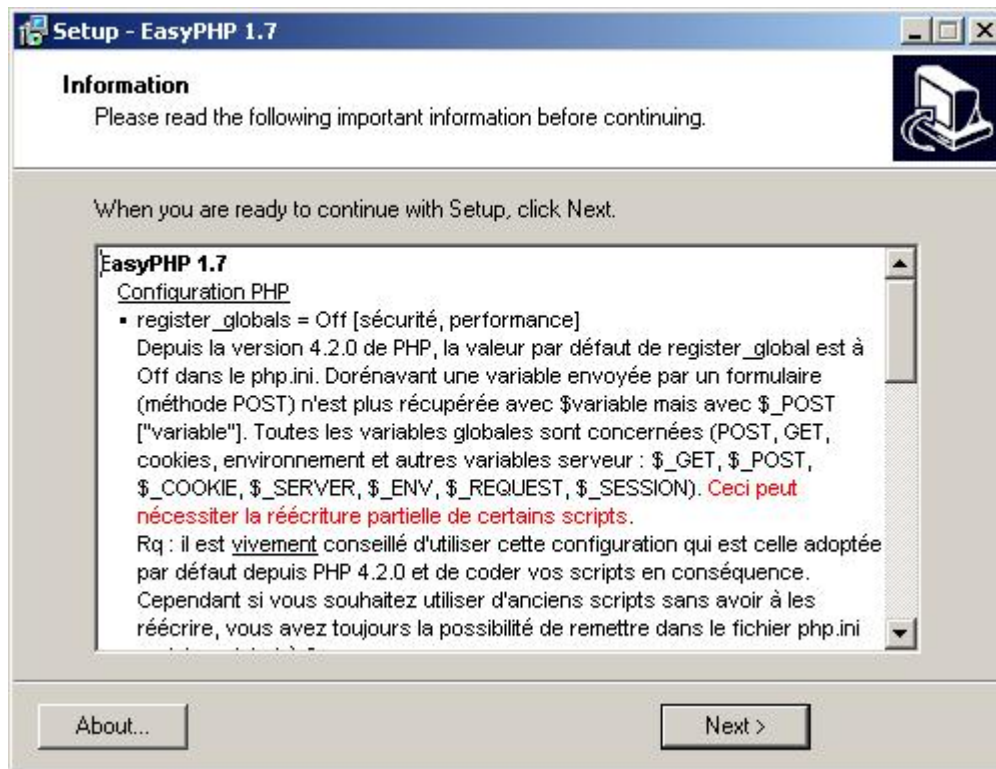


Και εδώ θα πατήσουμε το “Next”.

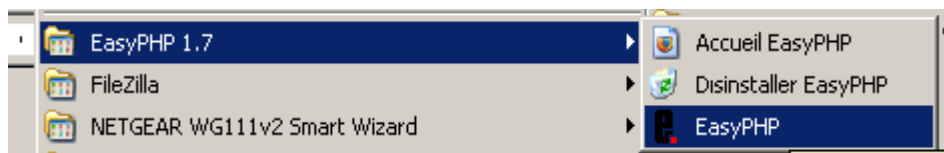


Εδώ μας ρωτάει σε ποιο κατάλογο θέλουμε να εγκαταστήσει το πρόγραμμα. Καλύτερα είναι να αφήσουμε αυτό που μας προτείνει. Στο επόμενο βήμα θα μας ρωτήσει για τη θέση στο μενού που θα τοποθετήσει το πρόγραμμα. Και εδώ θα αφήσουμε ότι μας προτείνει. Στο επόμενο βήμα δεν θα ρωτήσει τίποτα αλλά αντί για Next θα έχει το κουμπί Install το οποίο και θα πατήσουμε.

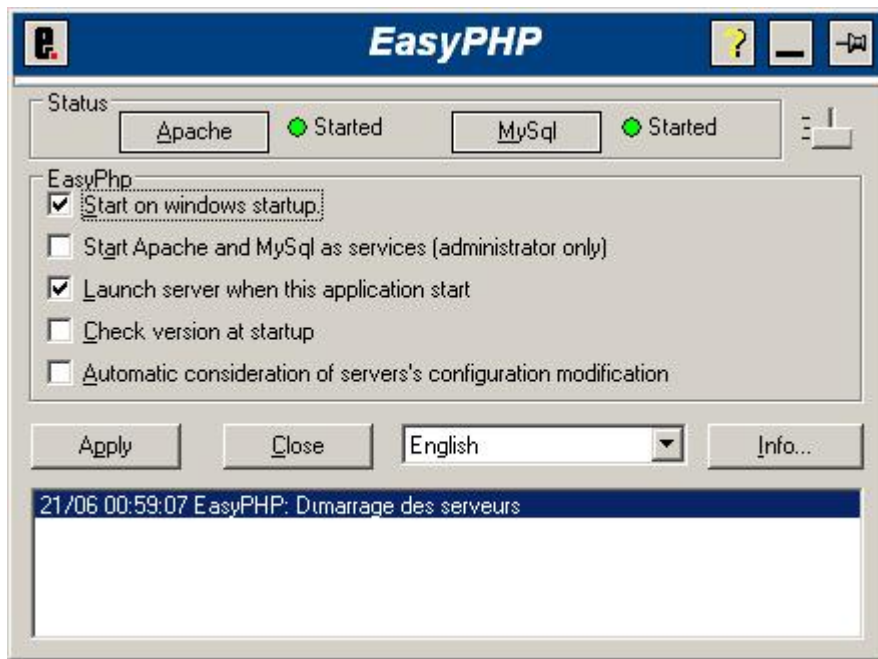
Αφού τελειώσει η αντιγραφή των αρχείων θα εμφανιστεί η παρακάτω οθόνη στην οποία θα πρέπει να πατήσουμε “Next” και στην επόμενη θα πρέπει να πατήσουμε “Finish” για να ολοκληρωθεί αυτό το στάδιο της εγκατάστασης.



Το πρόγραμμα εγκατάστασης θα δημιουργήσει ένα νέο φάκελο στο μενού και εκεί θα τοποθετήσει το EasyPHP. Τρέχουμε το EasyPHP (είναι επιλεγμένο στην παρακάτω εικόνα).



Αφού το τρέξουμε θα εμφανιστεί η διπλανή εικόνα. Από εδώ θα αλλάξουμε τη γλώσσα από Γαλλικά σε Αγγλικά (English) και θα κάνουμε τις απαραίτητες ρυθμίσεις ώστε να ξεκινά αυτόματα με την εκκίνηση του υπολογιστή. Από εδώ και πέρα μπορούμε να κάνουμε την εγκατάσταση του Joomla και των υπολοίπων PHP προγραμμάτων.



Η τελευταία ρύθμιση που θα χρειαστεί να κάνουμε αφορά τα ελληνικά. Θα πατήσουμε δεξί πλήκτρο πάνω στο Ε στα εικονίδια δίπλα από την ώρα και από το μενού που θα εμφανιστεί διαλέγουμε “Configuration” και “MySQL” και θα ανοίξει για διόρθωση το αρχείο My.ini. Εμείς θα πάμε να προσθέσουμε τη γραμμή `set-variable=default-character-set=greek` αμέσως μετά τις άλλες `set-variable`.



Τώρα θα πρέπει να κάνουμε επανεκκίνηση τον MySQL. Αυτό μπορεί να γίνει εύκολα από την οθόνη του EasyPHP κάνοντας κλικ στο κουμπί MySQL και διαλέγοντας Restart.

4.2 Εγκατάσταση Joomla

Το Joomla είναι ένα σύστημα Content Management System (CMS) το οποίο σας βοηθάει να κατασκευάσετε δωρεάν ιστοσελίδες. Το Joomla CMS είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, ανοικτού κώδικα, που σας βοηθά να αναπτύξετε WebSites με εύκολο και γρήγορο τρόπο. Περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό χαρακτηριστικών γνωρισμάτων που μπορείτε πολύ εύκολα να διαμορφώσετε.

4.5.1 Απαραίτητα εργαλεία για την εγκατάσταση του Joomla

WebServer + SQLserver + PHP (EasyPHP)

http://dide.ilei.sch.gr/plinet1/download/easyphp1-7_setup.exe

Ρυθμίσεις για τα ελληνικά

<http://dide.ilei.sch.gr/plinet1/download/My.Ini>

Joomla (Πηγαίος κώδικας κατασκευής site)

<http://dide.ilei.sch.gr/plinet1/download/joomla.zip>

FileZilla (FTP client)

http://dide.ilei.sch.gr/plinet1/download/FileZilla_2_2_29_setup.exe

Τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσουμε για την εγκατάσταση είναι τα εξής:

Αποσυμπιέζουμε το αρχείο που κατεβάσαμε (joomla.zip) με κάποιο πρόγραμμα συμπίεσης – αποσυμπίεσης αρχείων (π.χ. winzip, winrar)

Σε έναν φυλλομετρητή (browser, π.χ. Firefox Mozilla, Opera, Internet explorer) δίνουμε τη διαδρομή στη διεύθυνση <http://127.0.0.1/joomla/> και ξεκινάει η διαδικασία εγκατάστασης του συστήματος. (π.χ. <http://5dim-pyrgou.ilei.sch.gr/>)

Η διαδικασία εγκατάστασης είναι πολύ απλή, μόνο χρειάζεται προσοχή στο τελευταίο βήμα να αλλάξουμε τα δικαιώματα στους φακέλους που έχει την ένδειξη «Μη εγγράψιμο» σε «Εγγράψιμο» όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα:

Δικαιώματα Αρχείων και Φακέλων:		
<p>Για τη σωστή λειτουργία του Joomla χρειάζεται προέβαση σε ορισμένους φακέλους και Αρχεία.</p> <p>Εάν δείτε "Μη Εγγράψιμο" χρειάζεται να αλλάξετε τα δικαιώματα αυτά, ώστε να δώσετε στο Joomla το δικαίωμα της εγγραφής σε αυτά.</p>	administrator/backups/	Εγγράψιμο
	administrator/components/	Εγγράψιμο
	administrator/modules/	Εγγράψιμο
	administrator/templates/	Εγγράψιμο
	cache/	Εγγράψιμο
	components/	Εγγράψιμο
	images/	Εγγράψιμο
	images/banners/	Εγγράψιμο
	images/stories/	Εγγράψιμο
	language/	Εγγράψιμο
	mambots/	Εγγράψιμο
	mambots/content/	Εγγράψιμο
	mambots/editors/	Εγγράψιμο
	mambots/editors-xml/	Εγγράψιμο
	mambots/search/	Εγγράψιμο
	mambots/system/	Εγγράψιμο
media/	Εγγράψιμο	
modules/	Εγγράψιμο	
templates/	Εγγράψιμο	

Για την εγκατάσταση δίνουμε την διαδρομή στη διεύθυνση <http://127.0.0.1/joomla/> και ακολουθούμε τα παρακάτω βήματα:

Βήμα 1ο:

Έλεγχος για τα δικαιώματα των φακέλων και των αρχείων:

έλεγχος

άδεια

βήμα 1

βήμα 2

βήμα 3

βήμα 4

έλεγχος

Συνέχεια >>

Επανεέλεγχος

Joomla! 1.0.11 Stable [Sunbow] 28 August 2006 20:00 UTC

Ελληνική Διανομή

Έλεγχος απαιτούμενων ρυθμίσεων:

Εάν κάποιο από τα αντικείμενα εμφανίζεται με κόκκινη γραφή μερμηνήστε για τη διόρθωσή του.
 Η εγκατάσταση του Joomla! μπορεί να μην λειτουργεί σωστά.

PHP version >= 4.1.0	Ναι
- zlib compression support	Διαθέσιμο
- XML support	Διαθέσιμο
- MySQL support	Διαθέσιμο
configuration.php	Εγγράφημο
Session save path	Εγγράφημο

C:\Program Files\EasyPHP1-7\tmp\

Έλεγχος έκδοσης:

Είναι σημαντικό να έχετε εγκαταστήσει την τελευταία έκδοση του Joomla!
 Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στο ελληνικό site ενημέρωσης

Η έκδοση του Joomla! [1.0.11 Stable] που θα εγκαταστήσετε δημοσιεύθηκε πριν από **206 ημέρες**

[Είλεγχος για νεότερη έκδοση](#)

Βήμα 2ο:

Αποδοχή άδειας χρήσης του λογισμικού:

έλεγχος

άδεια

βήμα 1

βήμα 2

βήμα 3

βήμα 4

άδεια

Συνέχεια >>

GNU/GPL License:Αδεια χρήσης GNU/GPL

Το Joomla! είναι ένα δωρεάν λογισμικό με GNU/GPL άδεια χρήσης.

Table of Contents

- [GNU GENERAL PUBLIC LICENSE](#)
 - [Preamble](#)
 - [TERMS AND CONDITIONS FOR COPYING, DISTRIBUTION AND MODIFICATION](#)
 - [How to Apply These Terms to Your New Programs](#)

GNU GENERAL PUBLIC LICENSE

Version 2, June 1991

Copyright (C) 1989, 1991 Free Software Foundation, Inc.
 59 Temple Place - Suite 330, Boston, MA 02111-1307, USA

Everyone is permitted to copy and distribute verbatim copies of this license document, but changing it is not allowed.

[Preamble](#)

The licenses for most software are designed to take away your freedom to share and change it. By

Βήμα 3ο:

Εκχώρηση στοιχείων για τη βάση δεδομένων:

- Hostname
- Username για το χρήστη της βάσης δεδομένων MySQL
- Password για το χρήστη της βάσης δεδομένων MySQL
- Όνομα της βάσης δεδομένων MySQL
- Πρόθεμα πινάκων MySQL
- Έχει κάποιες επιπλέον δυνατότητες:
- Διαγραφή υπαρχόντων πινάκων (αν η βάση δεδομένων έχει κάποιους πίνακες τους διαγράφει και δημιουργεί μία κενή βάση δεδομένων με το όνομα που του καθορίσαμε παραπάνω).
- Αντίγραφα παλαιών πινάκων (αν η βάση δεδομένων έχει κάποιους πίνακες τους αντικαθιστά).
- Ενδεικτικό περιεχόμενο (Δίνει κάποιο ενδεικτικό περιεχόμενο για την ιστοσελίδα και χρησιμοποιείται μόνο στην περίπτωση που κάποιος είναι έμπειρος χρήστης).



έλεγχος

άδεια

βήμα 1

βήμα 2

βήμα 3

βήμα 4

βήμα 1

[Συνέχεια >>](#)

Ρυθμίσεις MySQL database:

Η ρύθμιση του Joomla! γίνεται σε 4 απλά βήματα...

Δώστε το hostname του server όπου θα εγκαταστήσετε το Joomla!.

Δώστε το MySQL username, password και το όνομα database που θα χρησιμοποιήσετε με το Joomla!.

Δώστε ένα πρόθεμα των πινάκων για το Joomla! και επιλέξτε τι θα γίνει με τους ήδη υφιστάμενους πίνακες από προηγούμενες εγκαταστάσεις.

Εγκαταστήστε το ενδεικτικό περιεχόμενο, εκτός αν είστε έμπειρος χρήστης Joomla! που θέλετε να ξεκινήσετε με ένα εντελώς άδεια ιστότυπο.

Host Name	<input type="text" value="localhost"/>	<i>Συνήθως 'localhost'</i>
MySQL User Name	<input type="text" value="root"/>	<i>To username που έχει οριστεί για τη βάση δεδομένων που θα χρησιμοποιήσετε</i>
MySQL Password	<input type="password"/>	<i>To password που έχει οριστεί για τη βάση δεδομένων που θα χρησιμοποιήσετε</i>
Όνομα MySQL Database	<input type="text"/>	<i>Μερικοί hosts δίνουν περιορισμένο αριθμό βάσεων δεδομένων. Χρησιμοποιήστε το πρόθεμα, στην περίπτωση αυτή, για να ξεχωρίσετε τα Joomla! sites.</i>
Πρόθεμα Πινάκων MySQL	<input type="text" value="joomp_"/>	
<input type="checkbox"/> Διαγραφή Υπαρχόντων Πινάκων		
<input type="checkbox"/> Αντίγραφο Παλαιών Πινάκων		
<input type="checkbox"/> Ενδεικτικό περιεχόμενο		

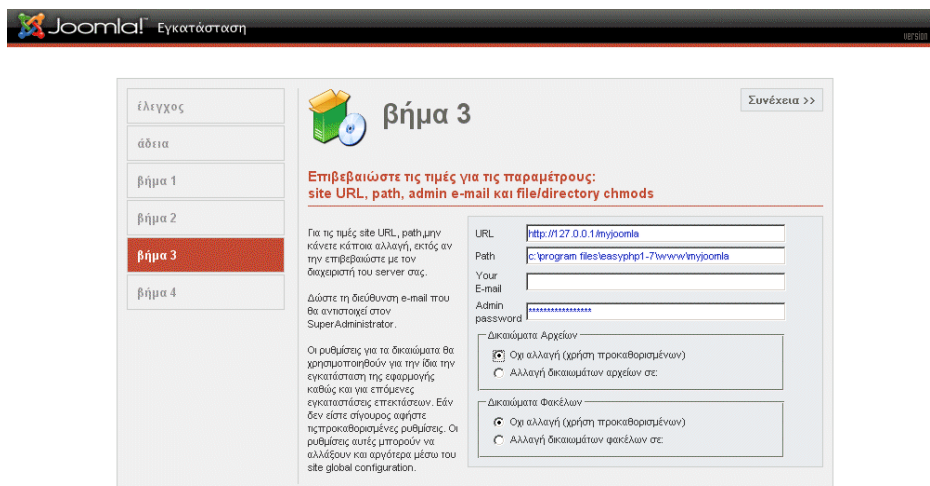
Θα αντικατασταθούν τα ήδη υπάρχοντα αντίγραφα
 Μην αποεπιλέξετε εκτός αν είστε έμπειρος στη χρήση του Joomla!

Βήμα 4ο:

Στο επόμενο βήμα δίνουμε κάποιο όνομα στο δικτυακό τόπο που θα δημιουργήσουμε:

**Βήμα 5ο:**

Στο επόμενο βήμα ρυθμίζουμε κάποιες παραμέτρους όσον αφορά το url, το μονοπάτι, το email του administrator και τα δικαιώματα των αρχείων και των φακέλων:



Για να βρούμε το μονοπάτι απαιτείται να εκτελέσουμε το αρχείο test.php με περιεχόμενο:

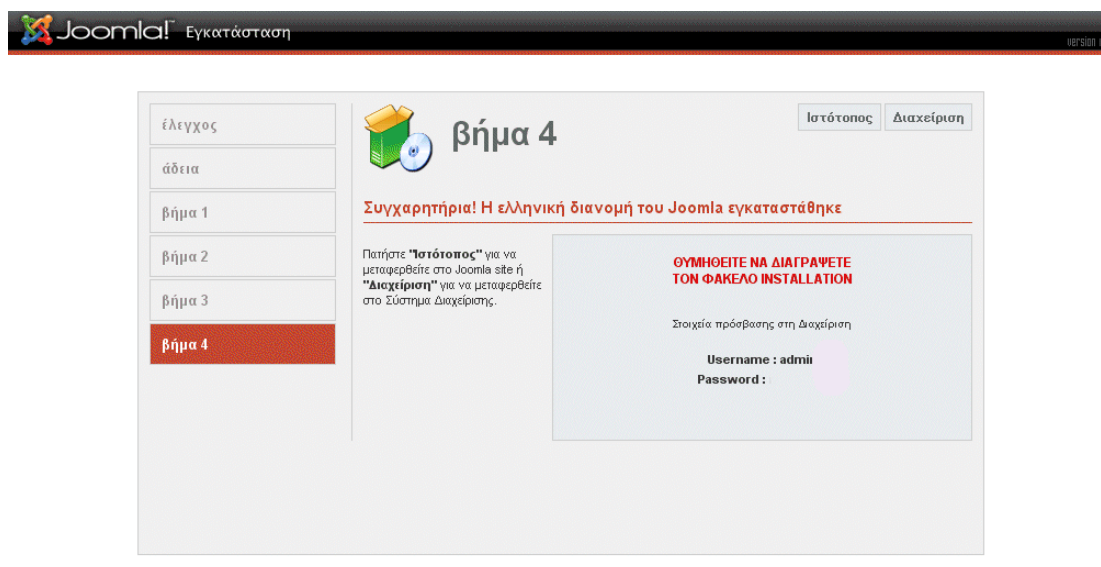
```
<?PHP
```

```
print_r($_SERVER);  
?>
```

Γράφουμε το email και τον κωδικό πρόσβασης του διαχειριστή. Τέλος, ρυθμίζουμε τα δικαιώματα των αρχείων και των καταλόγων. (Προσοχή:αν δεν γνωρίζουμε τι δικαιώματα πρέπει να δώσουμε στα αρχεία και τους φακέλους, είναι καλό να χρησιμοποιήσουμε τα προκαθορισμένα δικαιώματα)

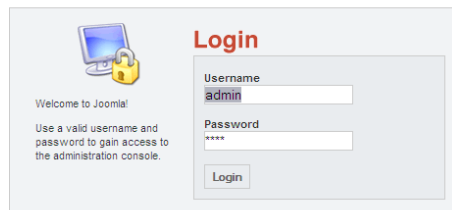
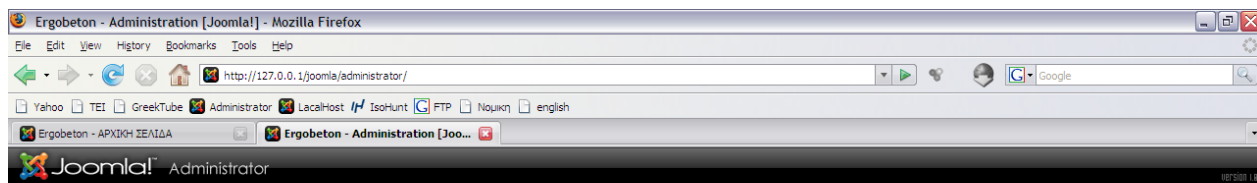
Βήμα 6ο:

Η εγκατάσταση έχει ολοκληρωθεί με επιτυχία με το username και το password που φαίνεται και τέλος επιλέγουμε «Ιστότοπος» για να δούμε το site ή «Διαχείριση» αν επιθυμούμε να εισέλθουμε ως διαχειριστές του συστήματος.

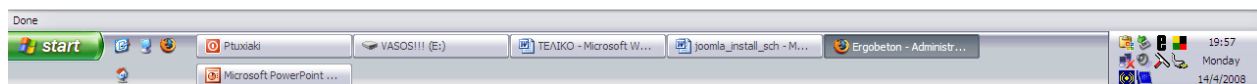


Για να εισέλθουμε στο σύστημα ως διαχειριστές (administrators) δίνουμε τη διαδρομή στη διεύθυνση: <http://127.0.0.1/joomla/administrator/> και εισάγουμε το όνομα χρήστη (administrator) και τον κωδικό πρόσβασης που εισήγαμε κατά τη διάρκεια εγκατάστασης του προγράμματος.

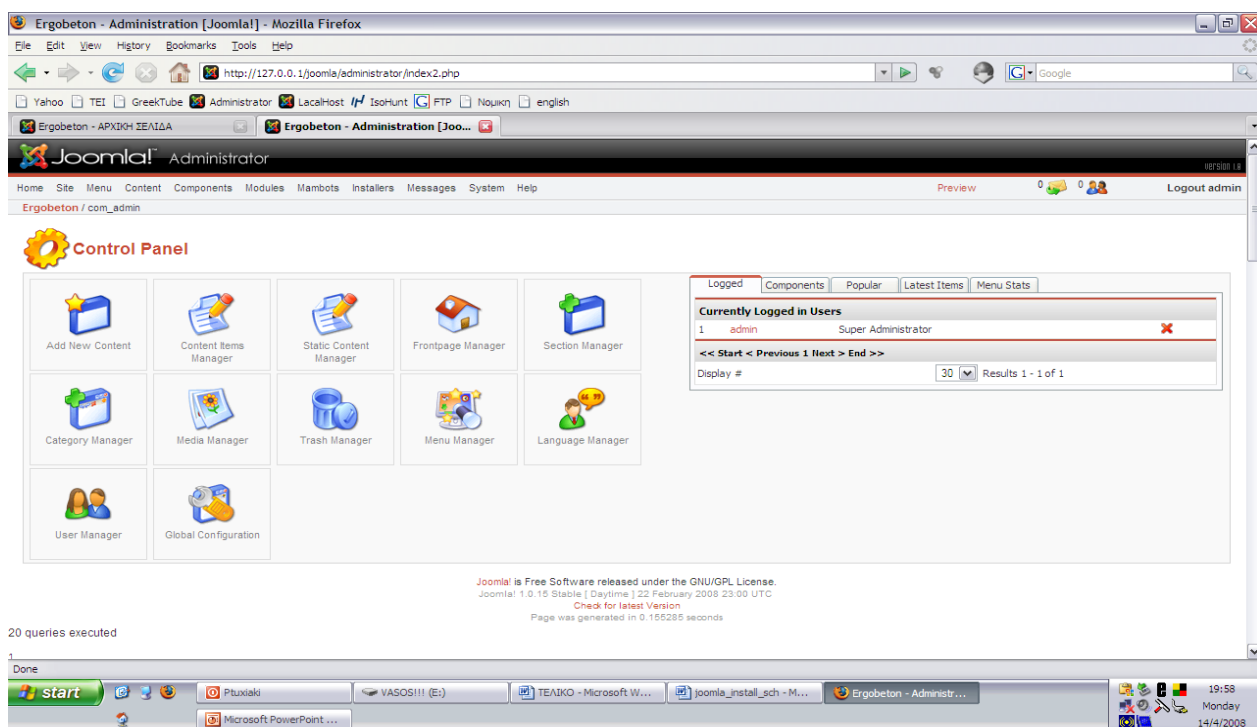
Για να δούμε την ιστοσελίδα επιλέγουμε «Ιστότοπος» και βλέπουμε την μορφή της σελίδας που μόλις φτιάξαμε:



[Joomla!](#) is Free Software released under the GNU/GPL License.



Για να μεταβούμε στη σελίδα διαχείρισης του δικτυακού τόπου επιλέγουμε «Διαχείριση» και αυτόματα μεταβαίνουμε στη σελίδα διαχείρισης: (Προσοχή χρειάζεται στην απομνημόνευση του κωδικού πρόσβασης του δικτυακού τόπου)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

○ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΧΡΗΣΗΣ

2.3.3 Εγγραφή Χρήστη

Ανοίγοντας τον φυλλομετρητή, πληκτρολογώντας το url: www.ergobeton.gr εμφανίζεται η αρχική σελίδα του δικτυακού τόπου. Στην φόρμα εισόδου υπάρχει ο υπερσύνδεσμος **“Εγγραφή”** κλικάροντας πάνω σε αυτόν, εμφανίζεται η παρακάτω φόρμα εγγραφής:

Εργομπετόν

ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ

Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΑΣ

ΥΠΟΔΟΜΗ & ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

ΑΞΙΕΣ & ΌΡΑΜΑ

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Τα προϊόντα μας

ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΑ

ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ

Είσι απαραίτητο να συμπληρώσετε αυτό το πεδίο | Αυτό το πεδίο θα είναι ορατό από όλους τους χρήστες | Αυτό το πεδίο δεν θα είναι ορατό από άλλους χρήστες. | Περιγραφή: Μετακινήστε τον κέρσορα πάνω από το εικονίδιο

Εγγραφή

Ονοματεπώνυμο: * X

Χρήστης: * T

Email: * X T

Κωδικός: * X T

Επιβεβαίωση κωδικού: * X

ΑΦΜ: * X T

ΔΟΥ: * X T

Διεύθυνση 1: * X T

Διεύθυνση 2: X T

ΤΚ: * X T

Πόλη: * X T

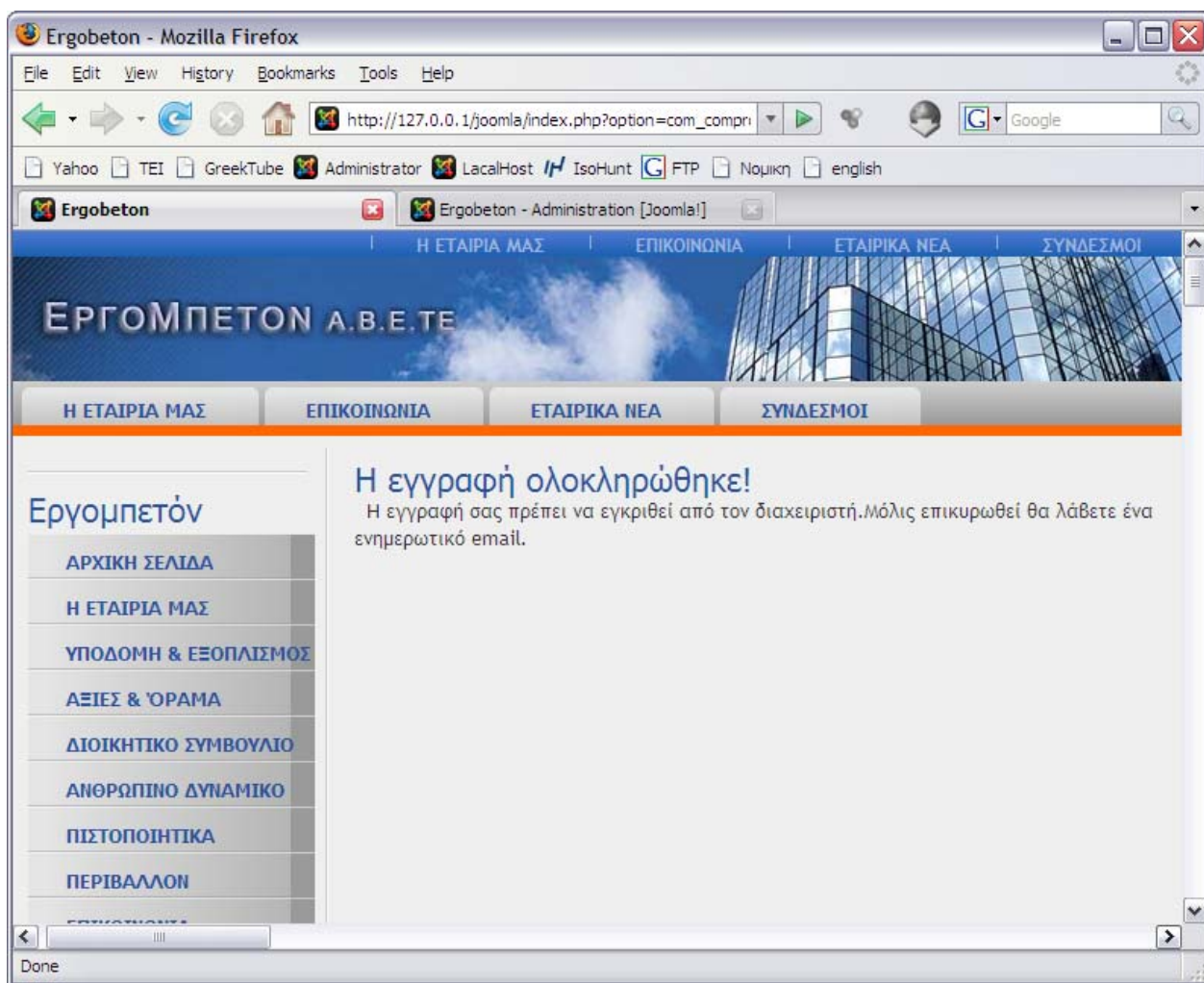
Τηλέφωνο: * X T

Κινητό τηλέφωνο: X T

ΦΑΞ: X T

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

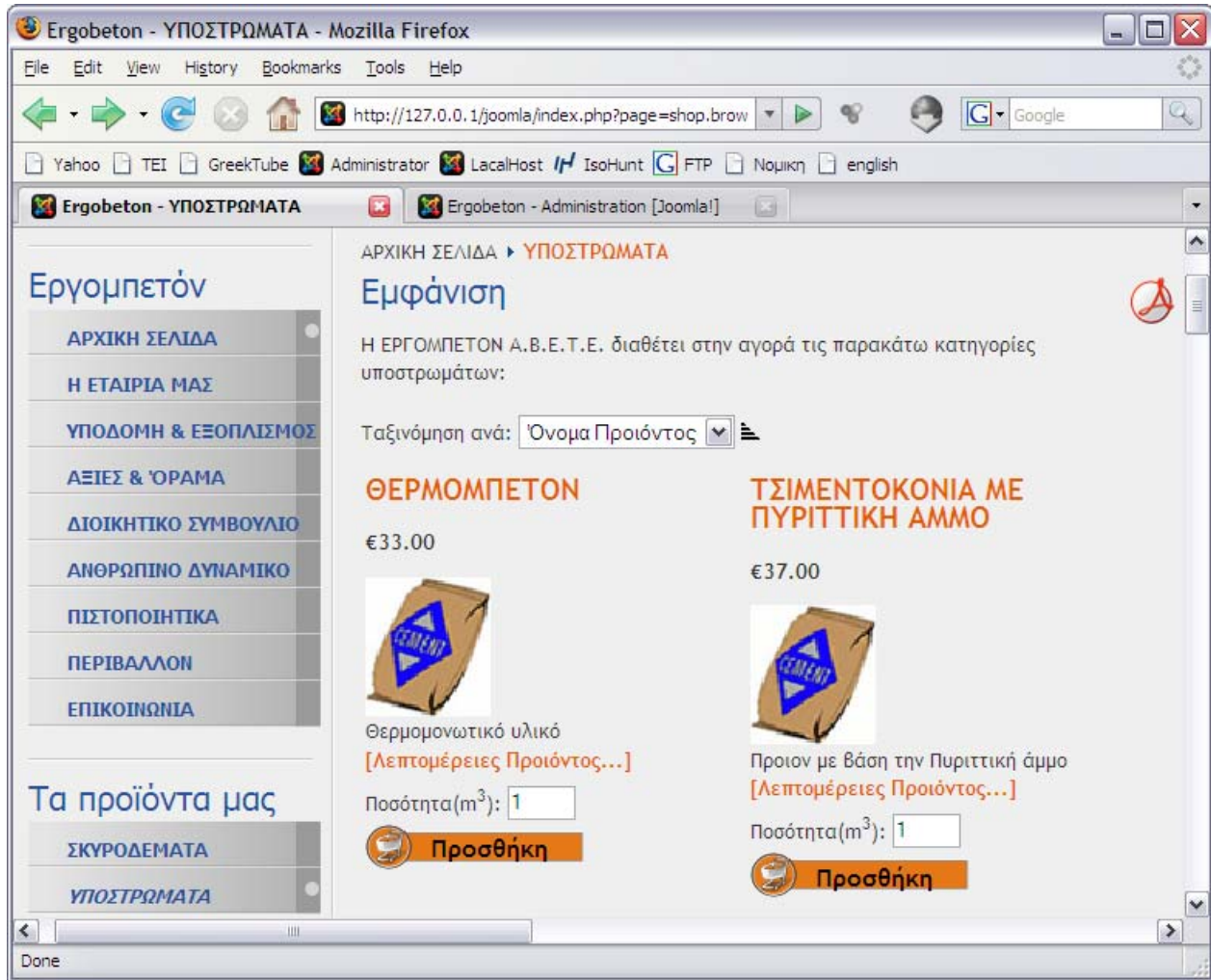
Αφού συμπληρώσει όλα τα υποχρεωτικά πεδία της παραπάνω φόρμα ο χρήστης πατάει το **“ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΓΓΡΑΦΗΣ”** και αμέσως μετά του εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη:



Στο σημείο αυτό ο χρήστης πρέπει να περιμένει mail επιβεβαίωσης από τον administrator της εταιρίας για να μπορέσει να κάνει παραγγελία.

2.3.4 Παραγγελία Μη Εγγεγραμμένου Χρήστη

Αφού έχει εισαχθεί ο χρήστης στον δικτυακό τόπο έχει την δυνατότητα να επισκεφτεί το μενού με τα προϊόντα της εταιρίας και να επιλέξει ποιο/ποια από αυτά επιθυμεί να παραγγείλει.



Αφού επιλέξει κάποιο προϊόν (π.χ.Θερμομπετόν) και καθορίσει την **“ποσότητα”** (π.χ. 5m³) πατάει το **“Προσθήκη”** και εμφανίζεται η παρακάτω εικόνα όπου μπορεί να επιλέξει **“Τύπο Αντλίας”**

Ergobeton - ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://127.0.0.1/joomla/index.php

Yahoo TEI GreekTube Administrator LocalHost IsoHunt FTP Νομική english

Ergobeton - ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Ergobeton - Administration [Joomla!]

ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ > ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ > ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ

Εργομπετόν

- ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ
- Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΑΣ
- ΥΠΟΔΟΜΗ & ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ
- ΑΞΙΕΣ & ΎΡΑΜΑ
- ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ
- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ
- ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Τα προϊόντα μας

- ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΑ
- ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ

Πληροφορίες: Για να προσθέσετε αυτό το προϊόν στο καλάθι αγορών, παρακαλώ επιλέξετε τύπο αντλίας.

ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ > ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ

ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ

Τιμή: €33.00

Το Θερμομπετόν είναι ένα προϊόν έτοιμου σκυροδέματος, που αποτελεί την ιδανική λύση για την επικάλυψη της ενδοδαπέδιας θέρμανσης κτηρίων. Είναι κατασκευασμένο από κατάλληλα επεξεργασμένη ποταμίσια άμμου, ίνες πολυπροπυλενίου και είναι ενισχυμένο με βελτιωτικό γαλάκτωμα ειδικής σύνθεσης.

Επιλογή Αντλίας: οποιαδήποτε
17 μέτρα
27 μέτρα
32 μέτρα

Αφού επιλεγθεί ο Τύπος Αντλίας (π.χ. 27 μέτρα) και πατώντας **“Προσθήκη”** η επόμενη οθόνη που θα εμφανιστεί είναι:

ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ▶ Καλάθι

Καλάθι

Όνομα	Κωδικός Προϊόντος	Τιμή	Ποσότητα(m ³)	Μερικό Σύνολο	Ενημέρωση
ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Επιλογή Αντλίας: οποιαδήποτε	G03	€33.00	<input type="text" value="3"/>	€99.00	
ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Επιλογή Αντλίας: 27 μέτρα	G03	€33.00	<input type="text" value="6"/>	€198.00	
Μερικό Σύνολο:				€297.00	
Φ.Π.Α.:				€56.43	
Σύνολο:				€353.43	

[◀ Άλλο Προϊόν](#)
[▶ Ταμείο](#)

Η εικόνα αυτή δίνει την δυνατότητα στο χρήστη να δει τι προϊόντα έχει παραγγείλει και τις επιλογές **“Άλλο Προϊόν”** αν θέλει να συμπληρώσει κάτι στην παραγγελία του και **“Ταμείο”** αν θέλει να ολοκληρώσει την παραγγελία των προϊόντων του. Στην πρώτη περίπτωση ο χρήστης επιστρέφει στην λίστα των προϊόντων και επαναλαμβάνει το προηγούμενο βήμα όσες φορές χρειαστεί μέχρι να προσθέσει όλα τα προϊόντα και τις ποσότητες που επιθυμεί. Αφού το κάνει αυτό η επόμενη κίνηση είναι να προχωρήσει στο ταμείο.

Ergobeton - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://127.0.0.1/joomla/index.php?page=checkout.ir

Yahoo TEI GreekTube Administrator LocalHost IsoHunt FTP Νομική english

Ergobeton Ergobeton - Administration [Joomla!]

Τα προϊόντα μας

ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΑ

ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ

Λίστα όλων των Προϊόντων

Αναζήτηση Προϊόντος

Αναζήτηση

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

Είσοδος

Χρήστης

Κωδικός

Νέος Πελάτης; Παρακαλώ συμπληρώστε την παρακάτω φόρμα

(* = Απαιτείται)

Πληροφορίες Τιμολόγησης

Όνομα Εταιρίας

Τίτλος

Όνομα*

Επώνυμο*

Μεσαίο Όνομα

Διεύθυνση 1*

Διεύθυνση 2

Πόλη*

Ταχ. Κώδικας*

Χώρα*

Done

Αφού ο χρήστης δεν είναι εγγεγραμμένος, εμφανίζεται η φόρμα εγγραφής ώστε να την συμπληρώσει σε αυτό το στάδιο. Εφόσον το κάνει αυτό και αποδεχτεί τους όρους χρήσης, πατάει **“Εγγραφή”**

Αναζήτηση Προϊόντος

Αναζήτηση

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

Είσοδος

Χρήστης

Κωδικός

Να με θυμάσαι

ΕΙΣΟΔΟΣ

Έχετε τον κωδικό σας;
Δεν έχετε λογαριασμό;
Εγγραφή

ΕΓΓΡΑΦΗ

Τίτλος Κα

Όνομα* Maria

Επώνυμο* Papadaki

Μεσαίο Όνομα

Διεύθυνση 1* Papandreou 18

Διεύθυνση 2

Πόλη* Heraklio

Ταχ. Κώδικας* 71350

Χώρα* Greece

Τηλέφωνο* 2810379800

Κινητό 6978564323

Fax 2810379805

Email* mariapapa@yahoo.gr

Εγγραφή

Συμφωνώ με τους όρους χρήσης (Όροι Χρήσης) *

Αμέσως μετά ενημερώνεται ο χρήστης για την εγγραφή του και ότι θα πρέπει να περιμένει Mail επιβεβαίωσης από τον administrator της εταιρίας για να έχει την δυνατότητα να παραγγείλει και ακολουθεί τα βήματα της ενότητας 5.1.3.

The screenshot shows a Joomla! website interface. At the top, there is a navigation menu with items like 'ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ', 'Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΑΣ', 'ΥΠΟΔΟΜΗ & ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ', 'ΑΞΙΕΣ & ΎΡΑΜΑ', 'ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ', 'ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ', 'ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ', 'ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ', and 'ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ'. Below this is a section titled 'Τα προϊόντα μας' with sub-sections 'ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΑ' and 'ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ'. A search bar is also present.

In the center, a blue box contains a confirmation message: 'Πληροφορίες: Η εγγραφή σας ολοκληρώθηκε! Ο νέος σας λογαριασμός δημιουργήθηκε και ο σύνδεσμος ενεργοποίησης σας έχει σταλεί στη διεύθυνση email που δηλώσατε. Για να συνδεθείτε πρέπει πρώτα να ενεργοποιήσετε το λογαριασμό σας πατώντας το σύνδεσμο που αναγράφεται στο email.'

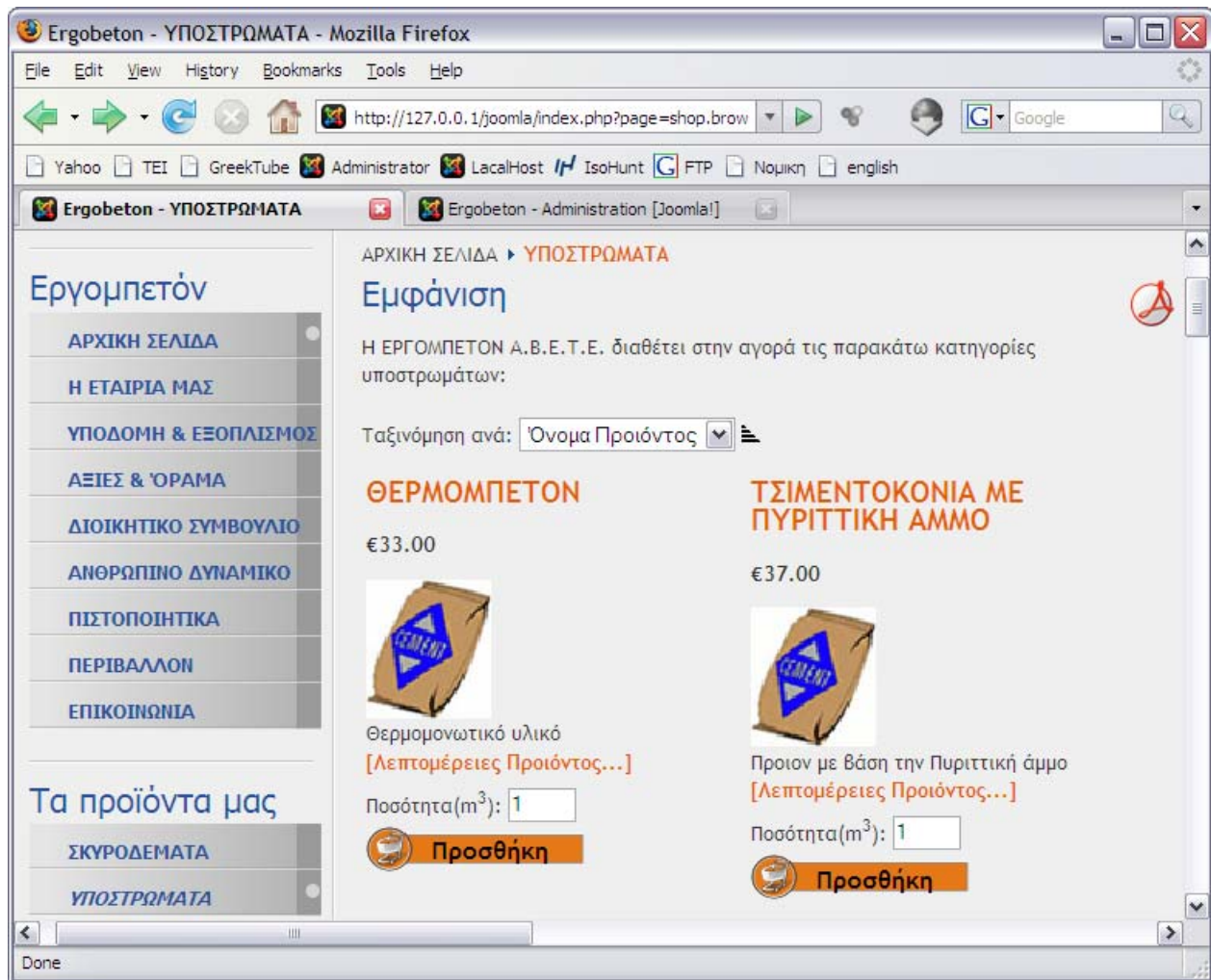
Below the message is a shopping cart titled 'Καλάθι'. It contains a table with the following data:

Όνομα	Κωδικός Προϊόντος	Τιμή	Ποσότητα(m ³)	Μερικό Σύνολο	Ενημέρωση
ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Επιλογή Αντλίας: οποιαδήποτε	G03	€33.00	3	€99.00	
ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Επιλογή Αντλίας: 27 μέτρα	G03	€33.00	6	€198.00	
C12/15 Επιλογή Αντλίας: οποιαδήποτε	2	€52.00	3	€156.00	
Μερικό Σύνολο:				€453.00	
Φ.Π.Α.:				€86.07	
Σύνολο:				€539.07	

At the bottom of the cart, there is a 'Ταμείο' button with a double arrow icon.

2.3.5 Παραγγελία Εγγεγραμμένου Χρήστη

Αφού έχει εισαχθεί ο χρήστης στον δικτυακό τόπο έχει την δυνατότητα να επισκεφτεί το μενού με τα προϊόντα της εταιρίας και να επιλέξει ποιο/ποια από αυτά επιθυμεί να παραγγείλει.



Αφού επιλέξει κάποιο προϊόν (π.χ.Θερμομπετόν) και καθορίσει την **“ποσότητα”** (π.χ. 5m³) πατάει το **“Προσθήκη”** και εμφανίζεται η παρακάτω εικόνα όπου μπορεί να επιλέξει **“Τύπο Αντλίας”**

Ergobeton - ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://127.0.0.1/joomla/index.php

Yahoo TEI GreekTube Administrator LocalHost IsoHunt FTP Νομική english

Ergobeton - ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Ergobeton - Administration [Joomla!]

ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ > ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ > ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ

Εργομπετόν

- ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ
- Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΑΣ
- ΥΠΟΔΟΜΗ & ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ
- ΑΞΙΕΣ & ΎΡΑΜΑ
- ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ
- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ
- ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Τα προϊόντα μας

- ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΑ
- ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ

Πληροφορίες: Για να προσθέσετε αυτό το προϊόν στο καλάθι αγορών, παρακαλώ επιλέξετε τύπο αντλίας.

ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ > ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ

ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ

Τιμή: €33.00

Το Θερμομπετόν είναι ένα προϊόν έτοιμου σκυροδέματος, που αποτελεί την ιδανική λύση για την επικάλυψη της ενδοδαπέδιας θέρμανσης κτηρίων. Είναι κατασκευασμένο από κατάλληλα επεξεργασμένη ποταμίσια άμμου, ίνες πολυπροπυλενίου και είναι ενισχυμένο με βελτιωτικό γαλάκτωμα ειδικής σύνθεσης.

Επιλογή Αντλίας: οποιαδήποτε

- οποιαδήποτε
- 17 μέτρα
- 27 μέτρα
- 32 μέτρα

Αφού επιλεγθεί ο Τύπος Αντλίας (π.χ. 27 μέτρα) και πατώντας **“Προσθήκη”** η επόμενη οθόνη που θα εμφανιστεί είναι:

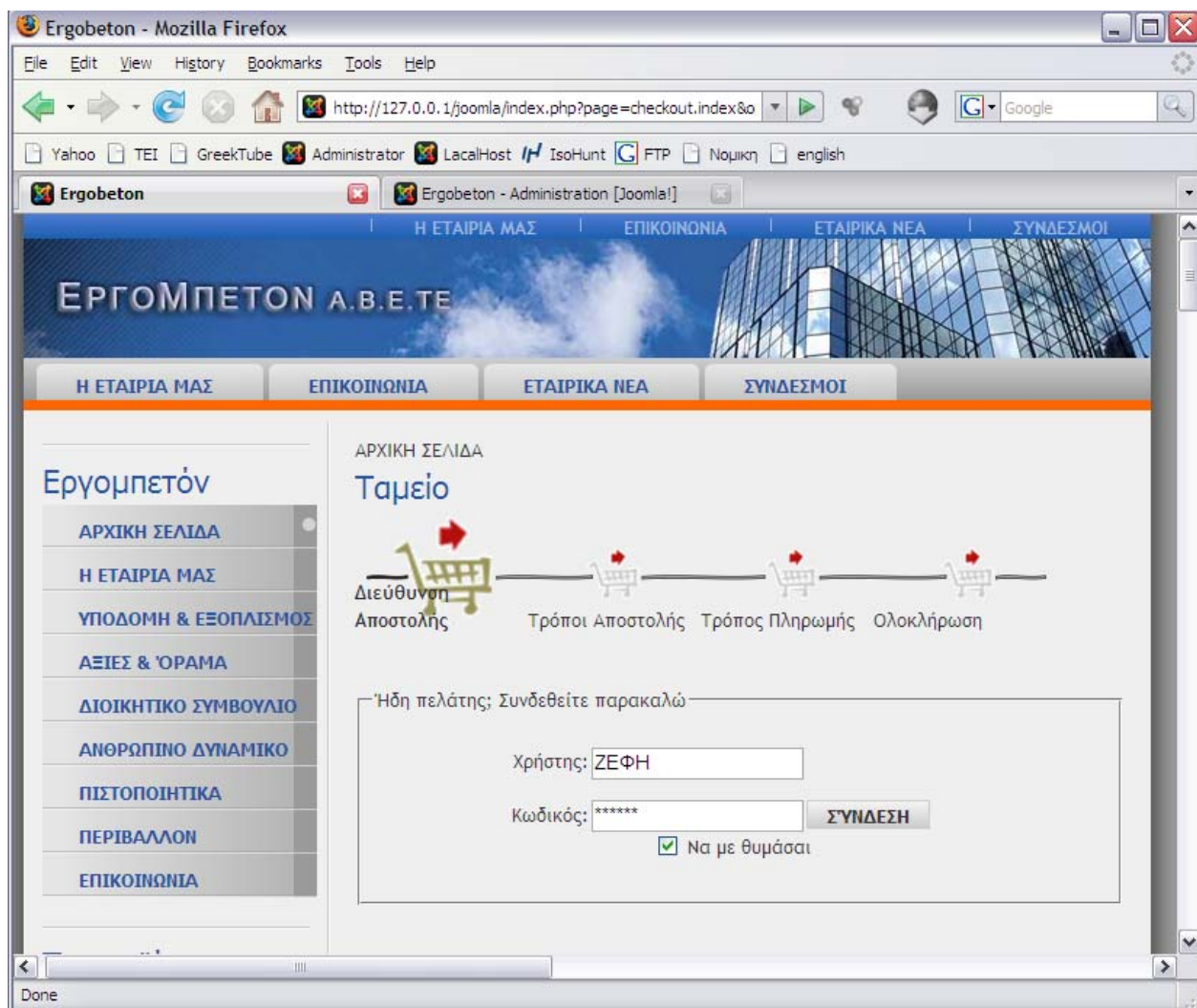
ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ > Καλάθι

Καλάθι

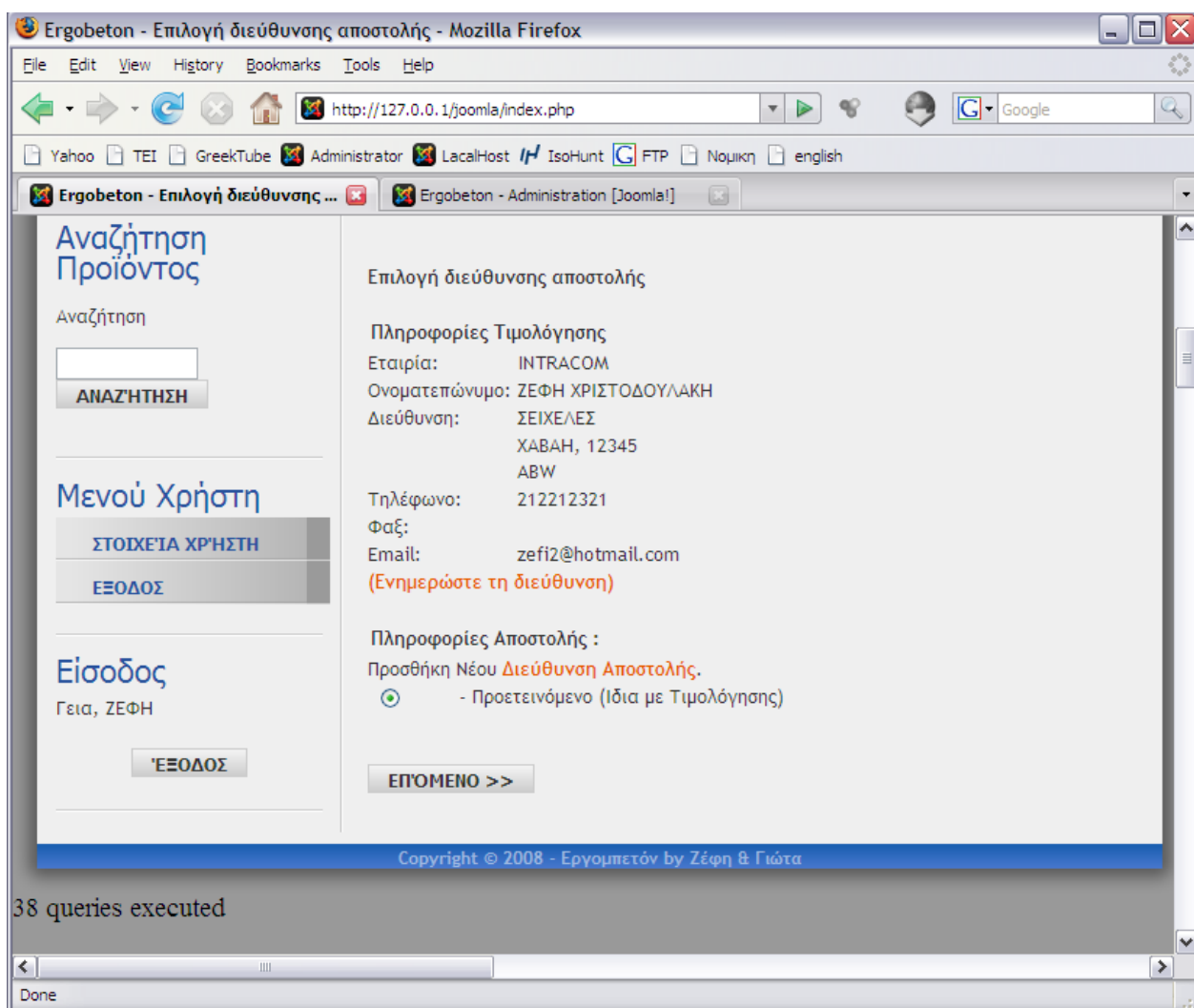
Όνομα	Κωδικός Προϊόντος	Τιμή	Ποσότητα(m ³)	Μερικό Σύνολο	Ενημέρωση
ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Επιλογή Αντλίας: οποιαδήποτε	G03	€33.00	<input type="text" value="3"/>	€99.00	
ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ Επιλογή Αντλίας: 27 μέτρα	G03	€33.00	<input type="text" value="6"/>	€198.00	
Μερικό Σύνολο:				€297.00	
Φ.Π.Α.:				€56.43	
Σύνολο:				€353.43	

[<< Άλλο Προϊόν](#) [>> Ταμείο](#)

Η εικόνα αυτή δίνει την δυνατότητα στο χρήστη να δει τι προϊόντα έχει παραγγείλει και τις επιλογές **“Άλλο Προϊόν”** αν θέλει να συμπληρώσει κάτι στην παραγγελία του και **“Ταμείο”** αν θέλει να ολοκληρώσει την παραγγελία των προϊόντων του. Στην πρώτη περίπτωση ο χρήστης επιστρέφει στην λίστα των προϊόντων και επαναλαμβάνει το προηγούμενο βήμα όσες φορές χρειαστεί μέχρι να προσθέσει όλα τα προϊόντα και τις ποσότητες που επιθυμεί. Αφού το κάνει αυτό η επόμενη κίνηση είναι να προχωρήσει στο ταμείο.

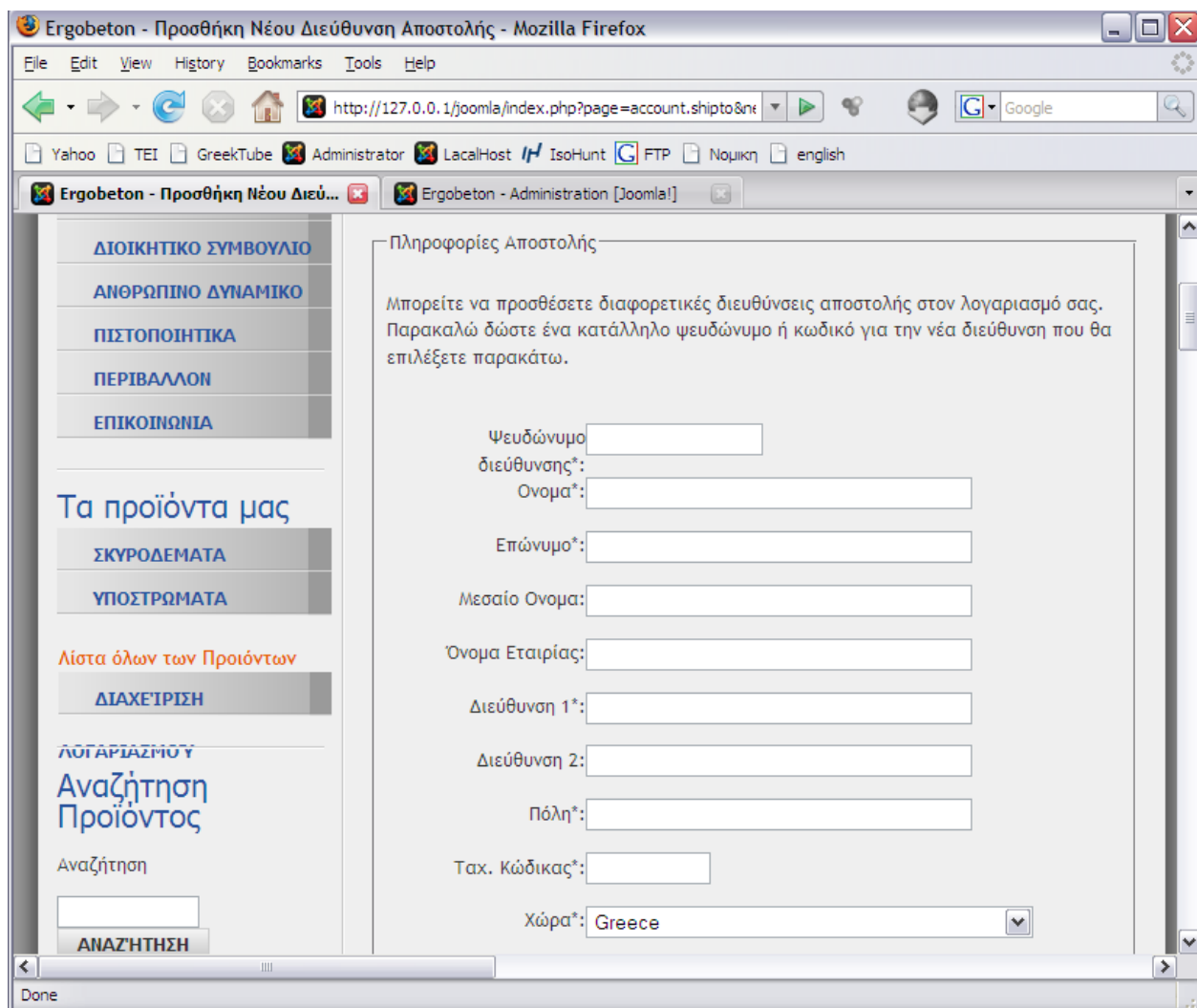


Εφόσον ο χρήστης εγγεγραμμένος, πληκτρολογεί στην παραπάνω φόρμα εισόδου τα στοιχεία του και πατάει **“ΣΥΝΔΕΣΗ”**.



Αμέσως μετά εμφανίζεται μια σύνοψη της παραγγελίας του και του δίνεται η δυνατότητα να επιλέξει την διεύθυνση που επιθυμεί να του αποσταλεί η παραγγελία του και πατάει **“ΕΠΟΜΕΝΟ”**.

Σε περίπτωση που ο χρήστης επιθυμεί να του αποσταλεί η παραγγελία του σε άλλη διεύθυνση από αυτή που έχει ορίσει στην φόρμα εγγραφής πατάει στο Προσθήκη Νέου **“Διεύθυνση Αποστολής”** και του εμφανίζεται η παρακάτω φόρμα:



The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the Joomla! administration interface. The page title is "Ergobeton - Προσθήκη Νέου Διεύθυνση Αποστολής - Mozilla Firefox". The address bar shows the URL "http://127.0.0.1/joomla/index.php?page=account.shipto&...". The browser's menu bar includes "File", "Edit", "View", "History", "Bookmarks", "Tools", and "Help". The address bar also contains a search engine icon and a search box with "Google". The browser's toolbar shows various icons for navigation and search. The page content is divided into a left sidebar and a main content area. The sidebar contains several menu items: "ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ", "ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ", "ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ", "ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ", "ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ", "Τα προϊόντα μας", "ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΑ", "ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ", "Λίστα όλων των Προϊόντων", "ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ", "ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ", "Αναζήτηση Προϊόντος", and "Αναζήτηση". The main content area is titled "Πληροφορίες Αποστολής" and contains the following text: "Μπορείτε να προσθέσετε διαφορετικές διευθύνσεις αποστολής στον λογαριασμό σας. Παρακαλώ δώστε ένα κατάλληλο ψευδώνυμο ή κωδικό για την νέα διεύθυνση που θα επιλέξετε παρακάτω." Below the text are several input fields: "Ψευδώνυμο", "διεύθυνσης*:", "Όνομα*:", "Επώνυμο*:", "Μεσαίο Όνομα:", "Όνομα Εταιρίας:", "Διεύθυνση 1*:", "Διεύθυνση 2:", "Πόλη*:", "Ταχ. Κώδικας*:", and "Χώρα*:". The "Χώρα*" field is currently set to "Greece".

Αφού την συμπληρώσει πατάει **“ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ”** και περνάει στο επόμενο στάδιο για την ολοκλήρωση της παραγγελίας που είναι η επιλογή του τρόπου αποστολής.

The screenshot shows the Joomla! administration interface for Ergobeton. The main content area displays a shopping cart with the following items:

Επιλογή Αντλίας:	Αποστολέας	Κόστος Αποστολής	Τιμή
οποιαδήποτε	Αποστολέας	Δωρεάν Μεταφορά	€0.00
ΘΕΡΜΟΜΠΕΤΟΝ	G03	€33.00	6
Επιλογή Αντλίας: 27 μέτρα		€198.00	
C12/15	2	€52.00	3
Επιλογή Αντλίας: οποιαδήποτε		€156.00	
C16/20	3	€54.00	3
Επιλογή Αντλίας: 27 μέτρα		€162.00	
Μερικό Σύνολο:		€615.00	
Φ.Π.Α.:		€0.00	
Σύνολο:		€615.00	

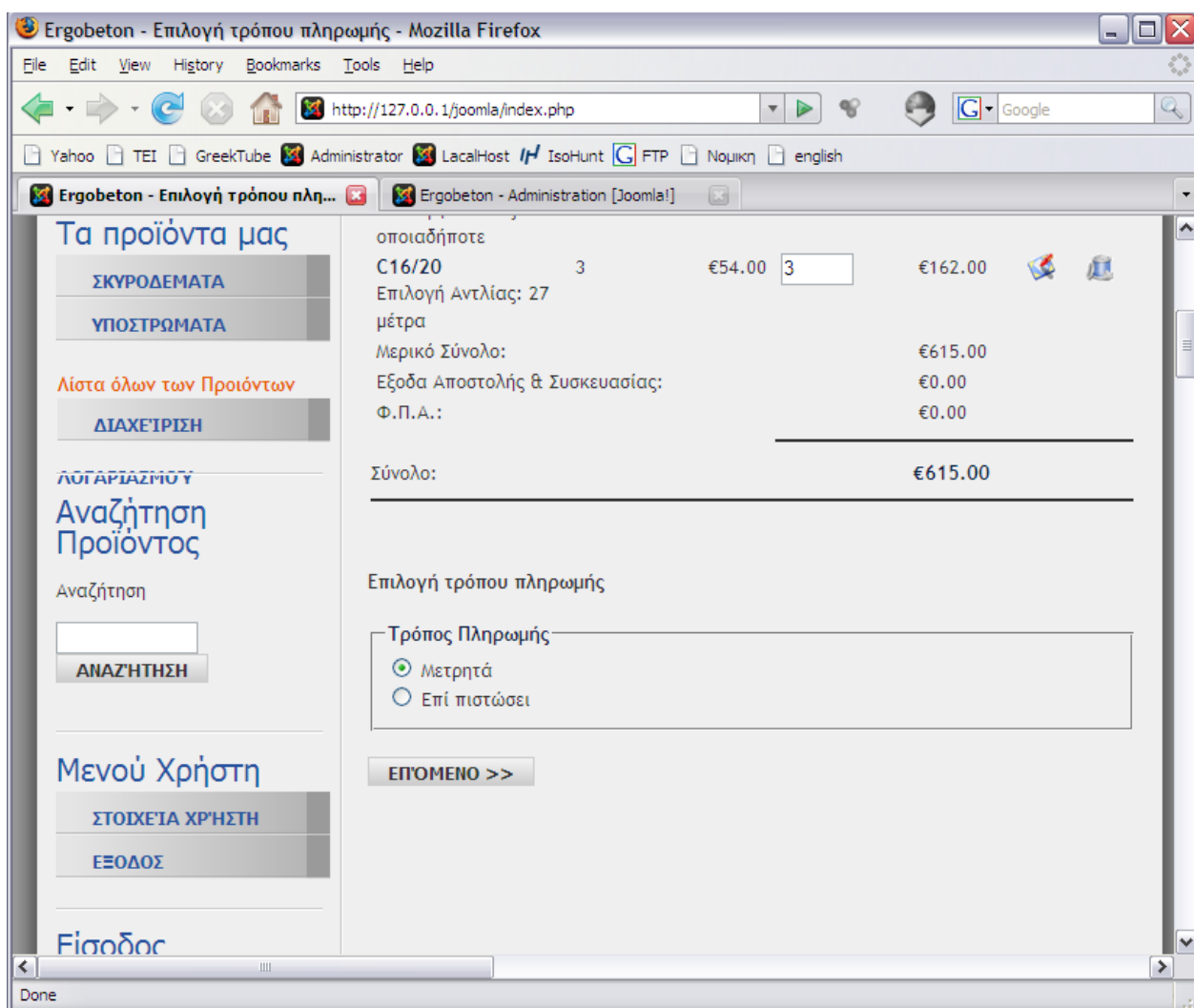
Below the cart, the shipping options are displayed:

Αποστολέας	Κόστος Αποστολής	Τιμή
<input checked="" type="radio"/> Παράδοση στην έδρα σας	Δωρεάν Μεταφορά	€0.00

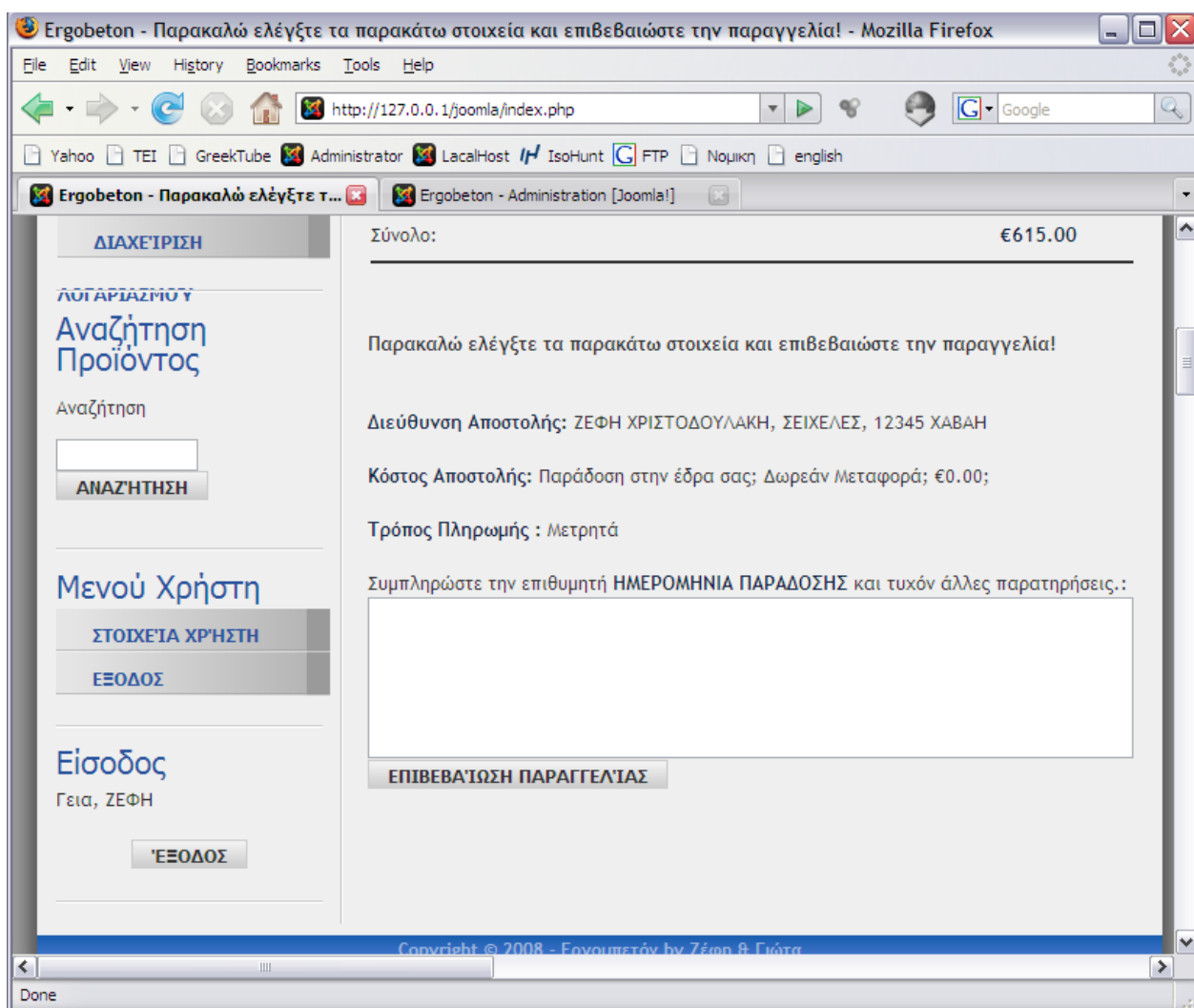
At the bottom of the shipping options, there is a button labeled "ΕΠΟΜΕΝΟ >>".

Διευκρινίζεται στον χρήστη ότι η μεταφορά θα είναι στον χώρο του και τα έξοδα τα αναλαμβάνει η εταιρία.

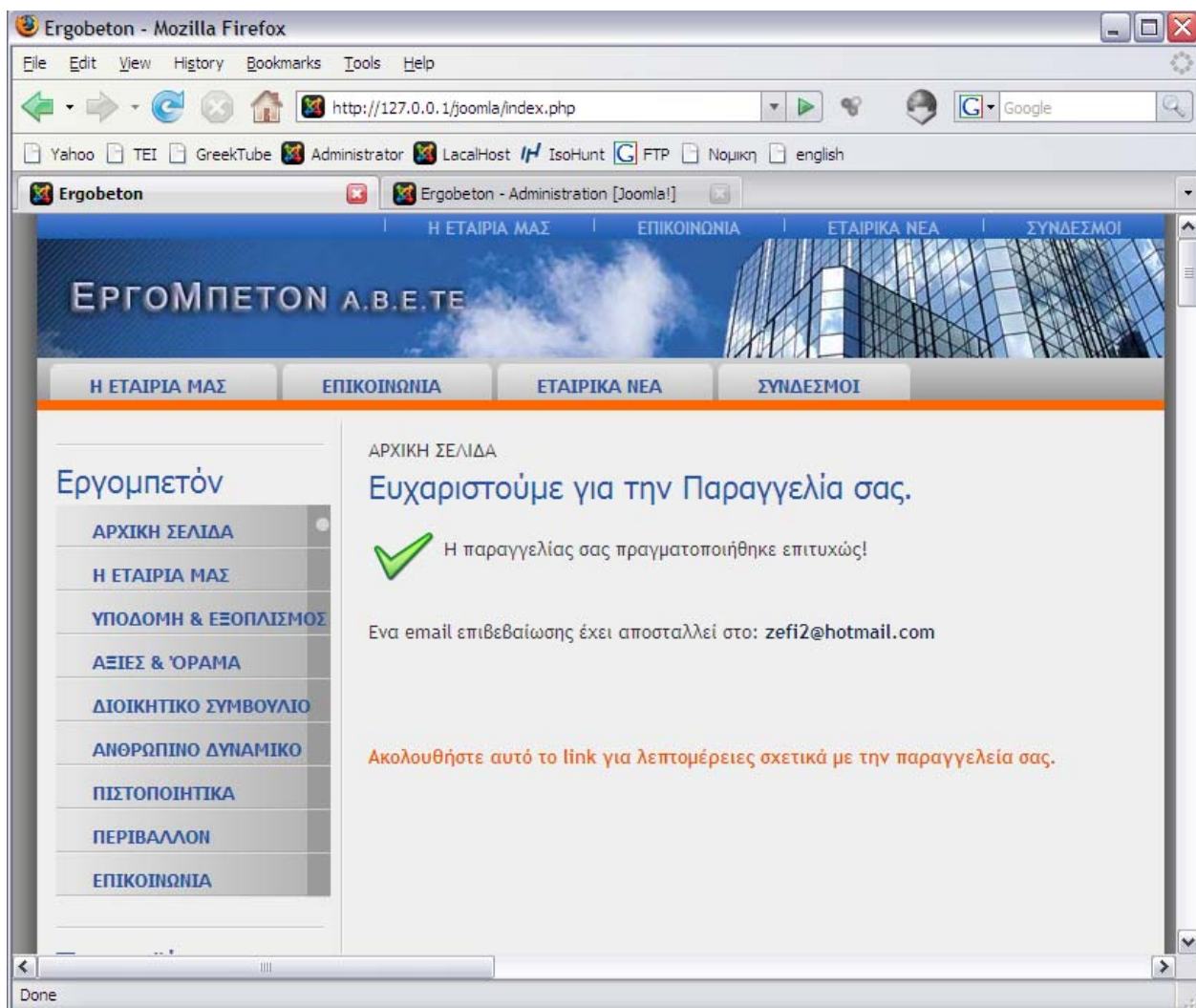
Το αμέσως επόμενο στάδιο είναι η επιλογή του τρόπου πληρωμής όπως εμφανίζεται στην παρακάτω φόρμα:



Αφού επιλέξει ο χρήστης τον τρόπο πληρωμής πατάει **“ΕΠΟΜΕΝΟ”** και εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη στην οποία μπορεί να συμπληρώσει την ημερομηνία που επιθυμεί να του αποσταλεί η παραγγελία καθώς και να συμπληρώσει οποιεσδήποτε παρατηρήσεις θέλει να κάνει σχετικά με αυτή.



Τέλος, πατάει **“ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ”** και του εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη:



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

3.3 Συμπεράσματα

Η παρούσα εργασία, παρόλο που στηρίχτηκε σε ένα έτοιμο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, το Joomla, οι δυνατότητες του οποίου είναι απεριόριστες χρειάστηκε κατάλληλη παραμετροποίηση από εμάς καθώς δεν μπόρεσε να ανταποκριθεί απόλυτα στις απαιτήσεις της εφαρμογής. Η παρέμβαση μας ήταν καθοριστική.

Η πρώτη ουσιαστική δυσκολία που συναντήσαμε ήταν η ανάγκη προσθήκης πεδίων στη φόρμα εγγραφής του χρήστη. Επειδή το υπάρχον component του Joomla καθιστά αδύνατη την προσθήκη νέων πεδίων, και οι ανάγκες μας απαιτούσαν την ύπαρξη π.χ. πεδίου ΑΦΜ στην φόρμα εγγραφής, αναγκαστήκαμε να προβούμε σε αναζήτηση ενός νέου component που όπως είδαμε στην πορεία μας ικανοποιούσε περισσότερο αν και όχι απόλυτα. Το component αυτό ήταν το CommunityBuilder που με τη βοήθεια του από τη μία προσθέσαμε όσα πεδία επιθυμούσαμε στη φόρμα εγγραφής, αλλά δεν μπορέσαμε να θέσουμε ακριβές όριο στα μεγέθη των πεδίων αυτών, πράγμα απαραίτητο π.χ. για το ΑΦΜ (ακριβές μέγεθος 10 ακεραίοι).

```

default_language - Notepad
File Edit Format View Help
* @author Joomla! Joe and Beat
* @copyright (C) Joomla! Joe and Beat, www.joomlapolis.com
* @license http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.html GNU/GPL version 2
*/

defined( '_VALID_MOS' ) or die( 'Direct Access to this location is not allowed.' );

//Field Labels
DEFINE( '_UE_HITS', 'Hits' );
DEFINE( '_UE_USERNAME', 'Username' );
DEFINE( '_UE_Address', 'Address' );
DEFINE( '_UE_City', 'City' );
DEFINE( '_UE_State', 'State' );
DEFINE( '_UE_PHONE', 'Phone #' );
DEFINE( '_UE_FAX', 'Fax #' );
DEFINE( '_UE_ZipCode', 'Zip Code' );
DEFINE( '_UE_Country', 'Country' );
DEFINE( '_UE_Occupation', 'Occupation' );
DEFINE( '_UE_Company', 'Company' );
DEFINE( '_UE_Interests', 'Interests' );
DEFINE( '_UE_Birthday', 'Birthday' );
DEFINE( '_UE_AVATAR', 'Picture' );
DEFINE( '_UE_Website', 'Website' );
DEFINE( '_UE_Location', 'Location' );
DEFINE( '_UE_EDIT_TITLE', 'Αλλαγή στοιχείων' );
DEFINE( '_UE_YOUR_NAME', 'Όνοματεπώνυμο' );
DEFINE( '_UE_EMAIL', 'Email' );
DEFINE( '_UE_UNAME', 'Όνομα χρήστη' );
DEFINE( '_UE_PASS', 'Κωδικός' );
DEFINE( '_UE_VPASS', 'Επιβεβαίωση κωδικού' );
DEFINE( '_UE_SUBMIT_SUCCESS', 'Submission success!' );
DEFINE( '_UE_SUBMIT_SUCCESS_DESC', 'Your item has been successfully submitted to our administrators. It will be reviewed before being published on this site.' );
DEFINE( '_UE_WELCOME', 'welcome!' );
DEFINE( '_UE_WELCOME_DESC', 'welcome to the user section of our site' );
DEFINE( '_UE_CONF_CHECKED_IN', 'Checked out items have now been all checked in' );
DEFINE( '_UE_CHECK_TABLE', 'checking table' );
DEFINE( '_UE_CHECKED_IN', 'checked in' );
DEFINE( '_UE_CHECKED_IN_ITEMS', 'items' );
DEFINE( '_UE_PASS_MATCH', 'Passwords do not match' );
DEFINE( '_UE_USERNAME_DESC', 'Set to &quot;Yes&quot; to allow the username to be changed. If set to &quot;No&quot; then the username will not be editable after registration.' );

```

Μια ακόμα δυσκολία εξίσου σημαντική με την πρώτη ήταν η ικανοποίηση της απαίτησης της εμφάνισης του χρεωστικού υπολοίπου του πελάτη, καθώς και η επεξεργασία του από τον administrator της εταιρίας. Η ενημέρωση του συνόλου του λογαριασμού του χρήστη είναι μια

υπηρεσία που προσθέσαμε, δημιουργώντας αρχικά το πεδίο `total_credit` στον πίνακα `jos_users` του Joomla. Το πεδίο αυτό, παίρνει σαν δεδομένα τα κόστη των παραγγελιών κάθε χρήστη και αφού τα προσθέσει, το αποτέλεσμα το εμφανίζει στη διαχείριση λογαριασμού κάθε χρήστη.

The screenshot shows the phpMyAdmin interface for the Joomla! database. The table `jos_users` is selected, and its structure is displayed. The table has the following fields:

Field	Type	Attributes	Null	Default	Extra	Action
<input type="checkbox"/> id	int(11)		No		auto_increment	
<input type="checkbox"/> name	varchar(50)		No			
<input type="checkbox"/> username	varchar(25)		No			
<input type="checkbox"/> email	varchar(100)		No			
<input type="checkbox"/> password	varchar(100)		No			
<input type="checkbox"/> usertype	varchar(25)		No			
<input type="checkbox"/> block	tinyint(4)		No	0		
<input type="checkbox"/> sendEmail	tinyint(4)		Yes	0		
<input type="checkbox"/> gid	tinyint(3)	UNSIGNED	No	1		
<input type="checkbox"/> registerDate	datetime		No	0000-00-00 00:00:00		
<input type="checkbox"/> lastvisitDate	datetime		No	0000-00-00 00:00:00		
<input type="checkbox"/> activation	varchar(100)		No			
<input type="checkbox"/> params	text		No			
<input type="checkbox"/> total_credit	float		No	0		

Below the table structure, there is a section for indexes:

Keyname	Type	Cardinality	Action	Field	Type	Usage	Statements	Value
PRIMARY	PRIMARY	12	Drop Edit	id	Data	1,588 Bytes	Format	dynamic
usertype	INDEX	None	Drop Edit	usertype	Index	5,120 Bytes	Rows	12

Το αποτέλεσμα εμφανίζεται παρακάτω:

Εργομπετόν

- ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ
- Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΑΣ
- ΥΠΟΔΟΜΗ & ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ
- ΑΞΙΕΣ & ΎΦΡΑΜΑ
- ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ
- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ
- ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Τα προϊόντα μας

- ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΑ
- ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΑ

Λίστα όλων των Προϊόντων

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

Αναζήτηση Προϊόντος

ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ
Λογαριασμός Πελάτη : ΖΕΦΗ ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΑΚΗ

Πληροφορίες Λογαριασμού
Εδώ μπορείτε να αλλάξετε τα στοιχεία σας.

Πληροφορίες Αποστολής
Εδώ μπορείτε να αλλάξετε τα στοιχεία της διεύθυνσης αποστολής.

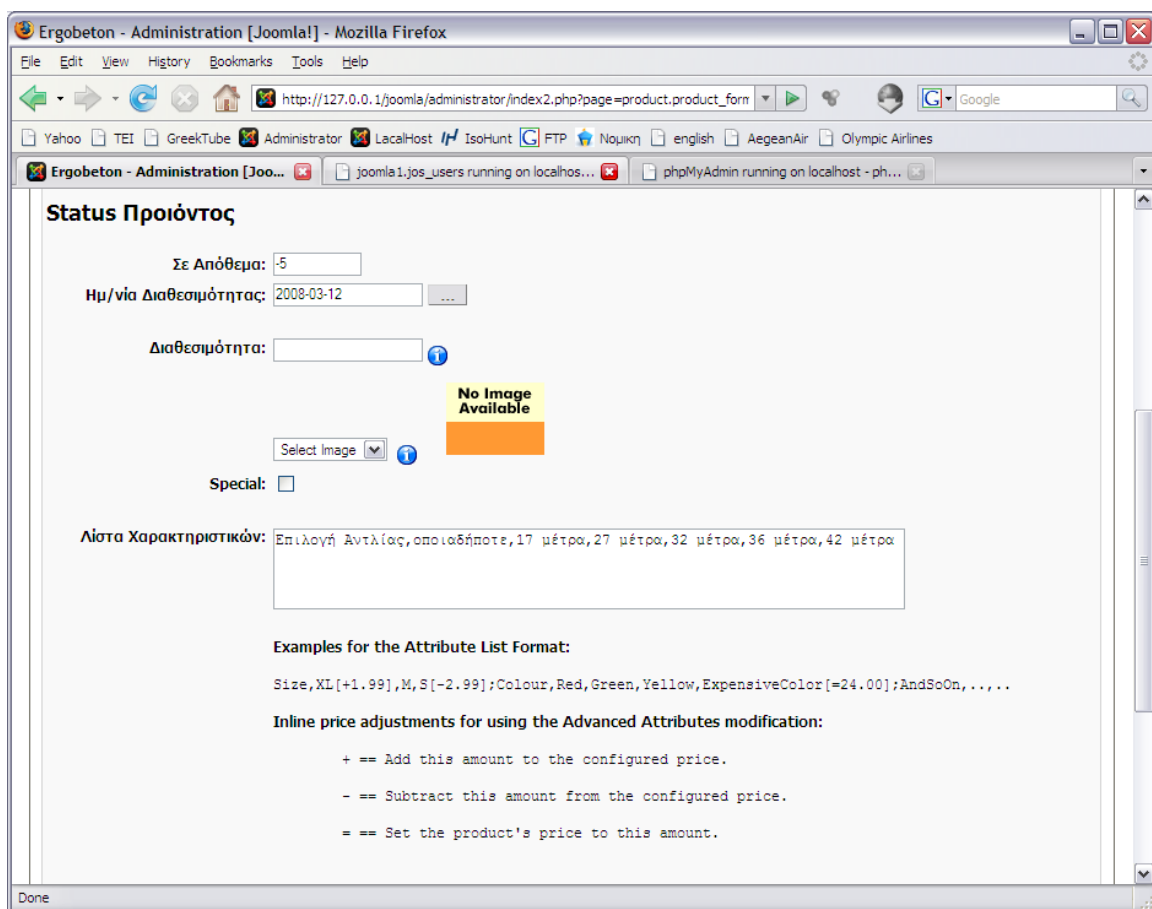
Πληροφορίες Παραγγελιών

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

Εμφάνιση	Ημ/νία Παραγγελίας: 17. April 2008 Σύνολο: €52.00	Κατάσταση: ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΑΠΕΣΤΑΛΗ Αρ. Παραγγελίας: 00000021
Εμφάνιση	Ημ/νία Παραγγελίας: 16. April 2008 Σύνολο: €615.00	Κατάσταση: ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΑΠΕΣΤΑΛΗ Αρ. Παραγγελίας: 00000011
Εμφάνιση	Ημ/νία Παραγγελίας: 07. April 2008 Σύνολο: €71 400.00	Κατάσταση: ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΑΠΕΣΤΑΛΗ Αρ. Παραγγελίας: 00000010
Εμφάνιση	Ημ/νία Παραγγελίας: 03. April 2008 Σύνολο: €61.88	Κατάσταση: ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ Αρ. Παραγγελίας: 00000009
Εμφάνιση	Ημ/νία Παραγγελίας: 02. April 2008 Σύνολο: €61.88	Κατάσταση: ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ Αρ. Παραγγελίας: 00000008

Χρεωστικό υπόλοιπο: **52 ευρώ**

Τέλος, έπειτα από συζήτηση με τον υπεύθυνο της εταιρίας θεωρήθηκε απαραίτητος ο καθορισμός της αντλίας που θα μεταφέρει το προϊόν στον προορισμό. Για την ικανοποίηση αυτής της απαίτησης παραμετροποιήσαμε το component VirtueMart, προσθέτοντας στη λίστα χαρακτηριστικών του προϊόντος την παρακάτω γραμμή κώδικα:



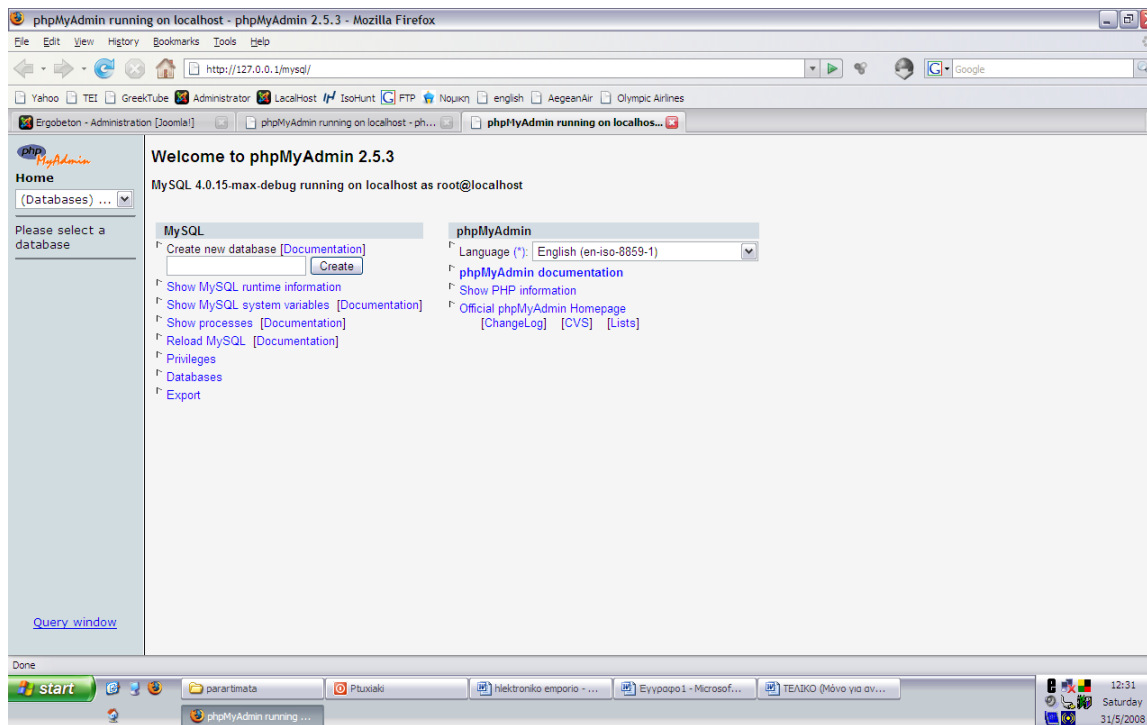
Η διεκπεραίωση της εργασίας αυτής μας οδήγησε στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις είναι ακόμα - εν έτη 2008 - ανέτοιμες να αποδεχτούν την πρωτοποριακή ιδέα των ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών. Οι εταιρίες σκυροδέματος, στηρίζονται αποκλειστικά και μόνο στην τηλεφωνική συνεννόηση με τον πελάτη, η αμεσότητα της οποίας καθιστά δύσκολη την διαδικασία της παραγγελιοληψίας υπό πρόγραμμα. Παρόλα αυτά, ελπίζουμε ότι τα στελέχη των εταιριών σκυροδέματος γνωρίζουν καλά τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου και προετοιμάζονται ήδη για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των προβλημάτων και την καλή διαχείριση των ευκαιριών οι οποίες ανοίγονται μπροστά τους.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

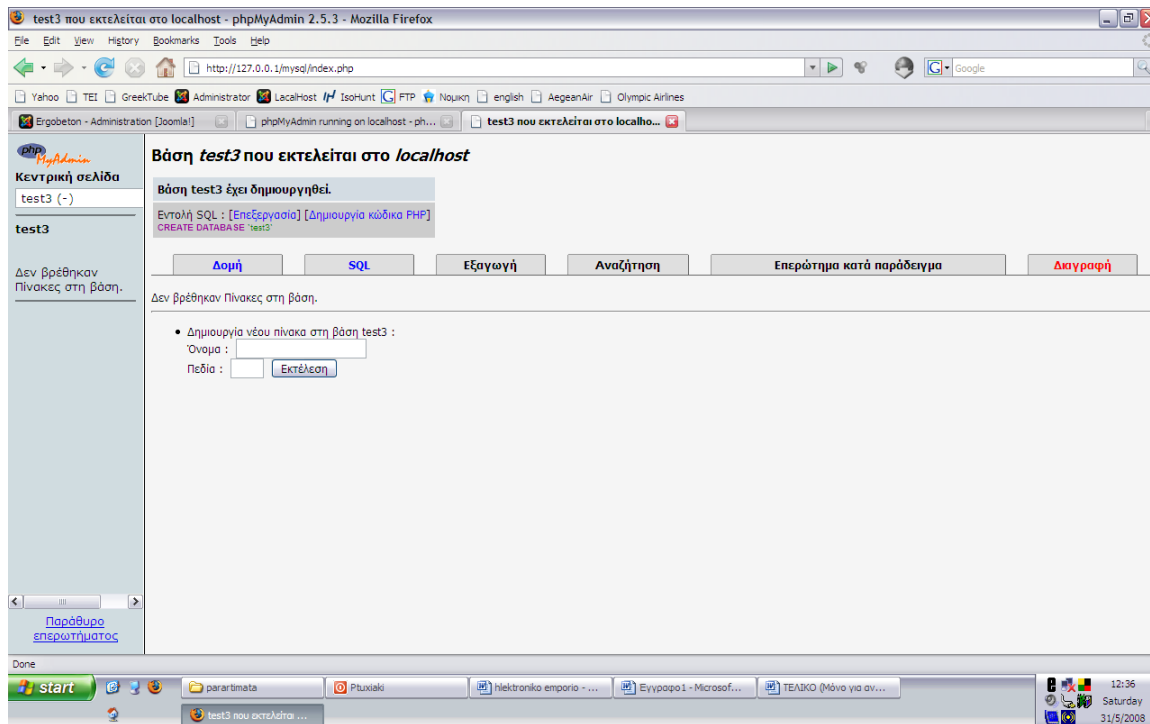
Δημιουργία Βάσης Δεδομένων

Αφού εγκαταστάθηκε το EasyPhp δημιουργήθηκε η βάση δεδομένων.
Κάνοντας δεξί κλικ πάνω στο εικονίδιο του EasyPhp -> Configuration -> PhpMyAdmin.

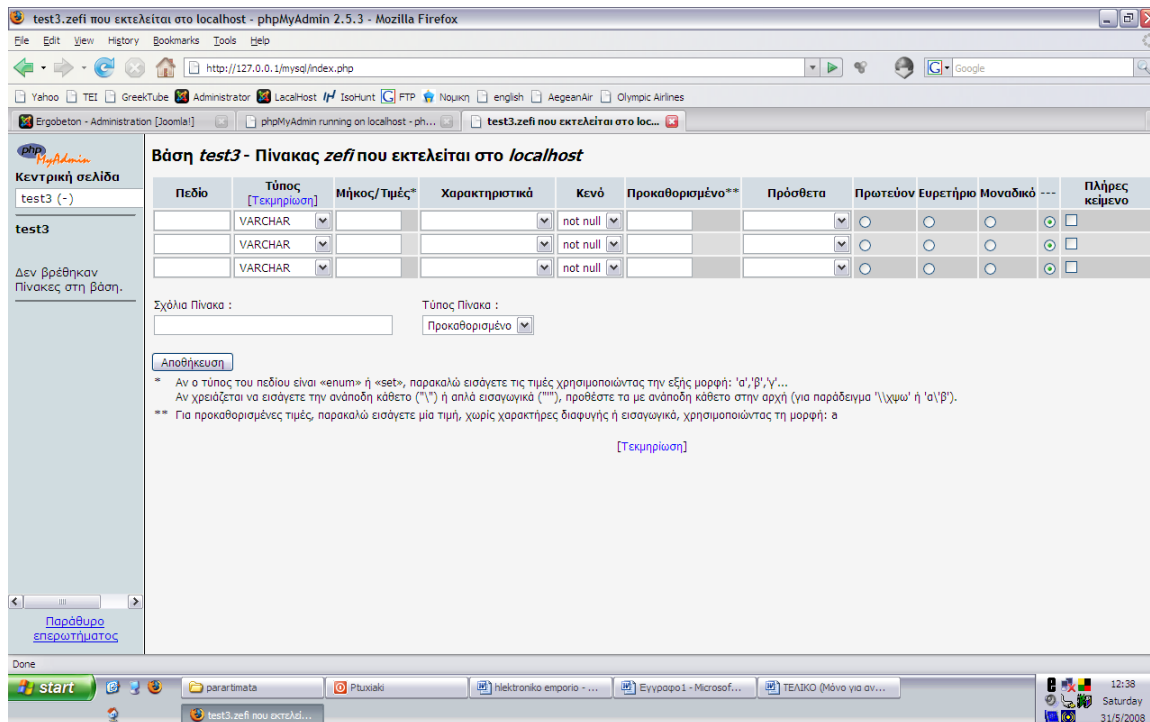


Δίνουμε ένα όνομα στη νέα βάση δεδομένων που θέλουμε να δημιουργήσουμε και από αυτή την φόρμα μπορούμε να επιλέξουμε τη γλώσσα που θα εμφανίζεται το Menu. Αφού επιλέξουμε Ελληνικά πατάμε “Δημιουργία”.

Το αμέσως επόμενο βήμα είναι να δώσουμε όνομα και πεδία στους πίνακες που θα περιλαμβάνει η βάση.



Η αμέσως επόμενη φόρμα που εμφανίζεται είναι να συμπληρωθούν τα πεδία του πίνακα με όνομα, τύπος, μήκος/ τιμές, χαρακτηριστικά κτλ όπως παρουσιάζονται στην παρακάτω φόρμα.



Αφού συμπληρωθούν τα πεδία της παραπάνω βάσης πατάμε “Αποθήκευση” για να ολοκληρωθεί η δημιουργία της βάσης και από αυτό το σημείο και μετά έχουμε δημιουργήσει μια βάση την οποία μπορούμε να την επεξεργαστούμε όποτε θελήσουμε για να προσθέσουμε ή να

αφαιρέσουμε στοιχεία καθώς επίσης να μεταφέρουμε πεδία από μια βάση σε κάποια άλλη αλλά και να διαγράψουμε ολόκληρη τη βάση.

The screenshot shows the phpMyAdmin 2.5.3 interface in a Mozilla Firefox browser window. The main content area displays the structure of the 'test3' database, specifically the 'zefi' table. The table has three columns: 'onoma' (varchar(20), BINARY, NULL), 'eronumto' (varchar(20), BINARY, NULL), and 'hiikia' (char(3), NULL). Below the table structure, there are sections for 'Ευρετήρια' (Indexes), 'Χρήση χώρου' (Space usage), and 'Στατιστικά Εγγραφών' (Statistics). The 'Ευρετήρια' section shows a PRIMARY index on 'onoma' and an INDEX on 'eronumto'. The 'Χρήση χώρου' section shows 0 bytes for 'onoma' and 1.024 bytes for 'eronumto'. The 'Στατιστικά Εγγραφών' section shows 0 records, created on 31 Μαΐ 2006 at 12:42 PM. The SQL query editor at the bottom contains the command: `SELECT * FROM `zefi` WHERE 1`. The interface also includes a sidebar with navigation options and a top menu with tabs like 'Δομή', 'Περιήγηση', 'SQL', etc.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Γενικά για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Για πολύ καιρό τώρα μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο για να διεξάγουν τις μεταξύ τους τις χρηματοοικονομικές συναλλαγές τους. Η ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων (EDI) σε ιδιωτικά δίκτυα άρχισε το στη δεκαετία του 60 με πρώτες τις τράπεζες χρησιμοποιώντας ειδικά δίκτυα για ηλεκτρονική ανταλλαγή κεφαλαίων. Αν και πρόσφατα με την αυξανόμενη ενημερότητα και δημοτικότητα του Internet, το ηλεκτρονικό εμπόριο έρχεται να κατακτήσει του καταναλωτές καθώς και τις επιχειρήσεις όλων των μεγεθών.

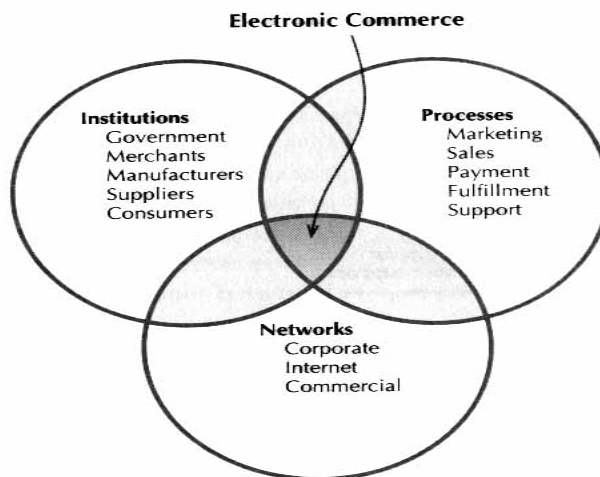
Το Internet έχει ήδη αλλάξει το τρόπο που διεξάγονται οι επιχειρηματικές δραστηριότητες. Όσο η επιρροή μεγαλώνει και περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το Internet, τόσο οι πιθανότητες για ανάπτυξη και διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων θα εξαπλωθούν, και θα γίνει σαν κάτι το συνηθισμένο και σαν αναπόσπαστο κομμάτι του εμπορίου.

Βασικές Αρχές

Η ανάγκη για Ηλεκτρονικό εμπόριο προκύπτει από την απαίτηση των επιχειρήσεων και των κυβερνήσεων για καλύτερη χρήση της τεχνολογίας των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών ώστε να βελτιωθούν οι σχέσεις αμφίδρομης επικοινωνίας με τους πελάτες πολίτες καταναλωτές, οι επιχειρηματικές διεργασίες και η ανταλλαγή πληροφοριών ενδό-επιχειρησιακά, αλλά και κυρίως μεταξύ των επιχειρήσεων. Πάντως η ουσιαστική επιδίωξη της κάθε επιχείρησης στον έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό στίβο της εποχής μας είναι η εξασφάλιση στρατηγικού πλεονεκτήματος. Η τεχνολογία και ειδικότερα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο παρέχει ευέλικτες και ολοκληρωμένες λύσεις τοποθέτησης των επιχειρήσεων στις επιθυμητές αγορές (target markets) παρεμβαίνοντας ευεργετικά σε κάθε στάδιο της αλυσίδας αξίας τους (value chain). Το Internet ήταν αυτό που έδωσε μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Έτσι σε πολλές περιπτώσεις βλέπουμε μικρές επιχειρήσεις ή νεοσύστατες να διευθύνουν τις επιχειρήσεις τους on-line, όπως ακριβώς και οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές τους. Με αυτό τον τρόπο όλες οι επιχειρήσεις μεγάλες ή μικρές περνούν το πλεονέκτημα του Internet και προχωρούν στη μείωση του κόστους τους, με το να καταργούν ασύμφορα ιδιωτικά δίκτυα και ψηφοποιώντας τις επιχειρήσεις τους σε όλους τους τομείς.

Η κίνηση αυτή δεν είναι νέα, έχει ξεκινήσει εδώ και μια δεκαετία και συνεχίζει να αυξάνεται καθώς οι προσωπικοί υπολογιστές γίνονται καθιερωμένο εργαλείο κάθε επιχείρησης. Πως δημιουργήθηκε ; Σημαντικό ρόλο έπαιξε η σπουδαία συνεργασία μεταξύ: ψηφιακής πληροφόρησης, υπολογιστικών εφαρμογών, και το Internet. Αυτή η συνεργία έκανε δυνατή την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Πριν εξηγήσουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο ας θυμηθούμε τι αποτελεί το παραδοσιακό εμπόριο. Το παραδοσιακό εμπόριο αποτελείται κύριος από τη πώληση ενός προϊόντος και την είσπραξη των χρημάτων. Η διαδικασία της αγοροπωλησίας χωρίς το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει περίπου ως εξής: Ο επιχειρηματίας πρέπει να ανακαλύψει τις ανάγκες τις αγοράς, να σχεδιάσει την επιχείρηση του να βρει τους προμηθευτές των προϊόντων ή των πρώτων υλών, να προσελκύσει πελάτες, να παρέχει τεχνική υποστήριξη, να πληρώσει φορολογία, προσωπικό. Οι καταναλωτές αντίθετα πρέπει να βρουν κάποια ανάγκη για οτιδήποτε έστω αν είναι υλικό προϊόν ή υπηρεσία ή πληροφορία. Μετά αυτοί πρέπει να βρουν πληροφορίες για αυτό που τους ενδιαφέρει να μάθουν πού το πουλάνε, και να συγκρίνουν τις επιλογές που έχουν βρει (τιμή, υπηρεσία, υποστήριξη και φήμη),



πριν αγοράσουν το προϊόν. Κάνοντας την πώληση είναι πιθανόν να ακολουθήσουν διαπραγματεύσεις για τη τιμή τη ποσότητα τον τρόπο παράδοσης. Και ο κύκλος δεν τελειώνει εκεί. Η τεχνική υποστήριξη προσθέτει περισσότερα βήματα στον κύκλο. Οι καταναλωτές περνούν ότι χρειάζονται για να κρατήσουν τα προϊόντα τους σε καλή κατάσταση, ενώ οι προμηθευτές προσπαθούν να μάθουν τι χρειάζεται περισσότερο η αγορά. Εντωμεταξύ τράπεζες και άλλοι οικονομικοί οργανισμοί κατευθύνουν τις μεταβιβάσεις μεταξύ αυτών των δυο (αγοραστών – προμηθευτών).

Αν κάποιος κάτσει και σκεφτεί όλες αυτές τις πράξεις και συναναστροφές θα καταλάβει ότι δεν είναι μια απλή αγοροπωλησία καθώς και ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αποτελεί τη διοίκηση μιας επιχείρησης μέσα από δίκτυα παρά από χαρτιά τηλέφωνα ταχυδρομεία τρένα, αεροπλάνα, δρόμους καθώς και όλα τα μέσα μετακίνησης των προϊόντων και των πληροφοριών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα σύστημα που περιέχει όχι μόνο αυτές τις πράξεις που επικεντρώνονται στην αγορά και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών που δημιουργούν κέρδος αλλά έχει να κάνει και με εκείνες τις συναλλαγές που υποστηρίζουν αυτό το κέρδος όπως προσφέροντας προσφορές πωλήσεις, δημιουργώντας ζήτηση για κάποια αγαθά, τεχνική υποστήριξη και επικοινωνία μεταξύ των συναλλασσόμενων.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο κτίζετε πάνω στα πλεονεκτήματα και στη δομή του παραδοσιακού ηλεκτρονικού εμπορίου με το να προσθέτει την ευκαμψία που προσφέρουν τα ηλεκτρονικά δίκτυα.

Με το να χειρίζεσαι ψηφιακές πληροφορίες μέσα σε ηλεκτρονικά δίκτυα, το ηλεκτρονικό εμπόριο φέρνει μερικές νέες ευκαιρίες διευθύνσεις εμπορικών δραστηριοτήτων. Για παράδειγμα, με τη χρησιμοποίηση ψηφιακής πληροφορίας για τη διεξαγωγή εμπορικής δραστηριότητας, το ηλεκτρονικό εμπόριο κάνει ευκολότερη τη συνεργασία μεταξύ τμημάτων. Τα τμήματα αυτά μπορεί να είναι τμήματα ανταλλαγής πληροφοριών για δημιουργία στρατηγικής Marketing, συνεργαζόμενες εταιρίες που σχεδιάζουν και κατασκευάζουν νέα προϊόντα ή να προσφέρουν νέες υπηρεσίες.

Επίσης διευθύνοντας εμπορικές δραστηριότητες σε ηλεκτρονικά δίκτυα αφαιρεί φυσικά εμπόδια. Για παράδειγμα τα ηλεκτρονικά συστήματα είναι έτοιμα να εξυπηρετήσουν πελάτες 24 ώρες το 24ωρο και 7 ημέρες την εβδομάδα. Παραγγελιές προϊόντων και υπηρεσιών μπορούν να γίνουν δεκτές οποιαδήποτε στιγμή και από οπουδήποτε.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο κάνει δυνατές νέες μορφές επιχειρήσεων καθώς επίσης και νέους τρόπους διοίκησης. Amazon.com για παράδειγμα είναι ένα βιβλιοπωλείο με έδρα στο Σιατλ. Αυτή η επιχείρηση δεν έχει κανένα φυσικό κτίριο (αποθήκες γραφεία). Πουλάει όλα τα βιβλία μέσω Internet και τα αποστέλλει κατευθείαν μέσω του εκδότη και έτσι δεν χρειάζεται να κρατάει κανένα αρχείο πωλήσεων ή πελατών.

Ο ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι στατικός. Ακόμα και αν η νέα τεχνολογία μας προσφέρει πάρα πολλές ικανότητες, αύριο κάτι νέο και καλύτερο μπορεί να εμφανιστεί.

Διαφορά, Παραδοσιακών και ηλεκτρονικών επιχειρηματικών συναλλαγών

Ας δούμε τι πράξεις πρέπει να γίνουν από μια εταιρεία όταν κάποιος πελάτης αποφασίσει να αγοράσει κάτι π.χ ένα έπιπλο με συρτάρια. Αρχικά ο υπάλληλος δίνει την παραγγελιά μαζί με κάποιες διευκρινήσεις (τέσσερα ή πέντε συρτάρια, με κλειδαριά ή χωρίς), και μετά περνάει τη παραγγελία στο τμήμα που είναι υπεύθυνο για να εγκριθεί. Εκεί έχει να κάνει με ένα ή δυο managers ανάλογα το κόστος. Η παραγγελία τελικά φτάνει στο εμπορικό τμήμα, όπου εκεί κάποιος πρέπει να ελέγξει το κατάλληλο μοντέλο καθώς και τον κατάλληλο προμηθευτή. Αν υποθέσουμε ότι η συγκεκριμένη εταιρία δεν συνεργάζεται με κάποιον συγκεκριμένο προμηθευτή και έτσι ο υπάλληλος πρέπει να κοιτάξει σε περισσότερους από έναν κατάλογο και να καλέσει περισσότερους από έναν προμηθευτές για να κατοχυρώσει τη παραγγελία και τη διαθεσιμότητα του προϊόντος.

Μέχρι να επιλέγει ο κατάλληλος προμηθευτής, ο πράκτορας πρέπει να συμπληρώσει τη φόρμα παραγγελίας και να τη στείλει στον προμηθευτή είτε με fax είτε με mail.

Όταν η παραγγελία εκλάβει από τον προμηθευτή, αυτό καθορίζει τη πίστωση που θα γίνει σύμφωνα από το ιστορικό του πελάτη της, τσεκάρει τα αποθέματα της και καθορίζει την ημερομηνία που μπορεί το εμπόρευμα να παραδοθεί. Κατά τη διάρκεια βέβαια ο προμηθευτής συμπληρώνει κάποια δελτία αποστολής καθώς και τιμολόγιο. Μετά το τιμολόγιο ταχυδρομείτε στο πελάτη και κάποια στιγμή αργότερα η εταιρία πληρώνει το ωφελούμενο πόσο .

Τώρα ας δούμε πως μπορούν να γίνουν όλα αυτά μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο πελάτης μπορεί να επισκεφτεί την ιστοσελίδα του μεταπωλητή ή ακόμα και του παραγωγού και να διαλέξει το κατάλληλο προϊόν που θέλει, (έπιπλο με τέσσερα συρτάρια χρώματος άσπρο και με κλειδαριές σε κάθε συρτάρι ξεχωριστά), βλέποντας τα δεδομένα σε έναν on-line κατάλογο. Ο πελάτης μετά μπορεί να χρησιμοποιήσει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και να στείλει μια ψηφιακή παραγγελία. Μετά που θα γίνει αποδεκτή από την εταιρία – ηλεκτρονικό κατάστημα ο manager απλά απαντάει στο μήνυμα του πελάτη.

Όταν ο προμηθευτής λάβει την παραγγελία, ένα υπολογιστικό πρόγραμμα μπορεί αυτόματα να βάλει τη παραγγελία σε μια βάση δεδομένων εκκρεμών παραγγελιών όπου εκεί αυτόματα θα ελεγχθεί τα αποθέματα του συγκεκριμένου προϊόντος, τα πιστωτικά υπόλοιπα της εταιρίας πελάτη, καθώς και την ημερομηνία παράδοσης στο προορισμό του. Ανάλογα θα γίνουν με τις μεταφορικές εταιρίες και τράπεζες. Έτσι μέσω mail θα ειδοποιηθούν οι τελευταίοι για τη

παράδοση του εμπορεύματος και τη μεταφορά των χρημάτων από τον έναν λογαριασμό στον άλλον, αντίστοιχα

Συγκρίνοντας τη παραδοσιακή μέθοδο με την ηλεκτρονική βλέπουμε ότι τα βήματα είναι λίγο πολύ τα ίδια . Αυτό που διαφέρει, είναι τα μέσα που χρησιμοποιούνται, τα οποία κάνουν σε κάθε περίπτωση τις εργασίες περίπλοκες και χρονοβόρες ή εύκολες και γρήγορες αντίστοιχα. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα πάντα αρχίζουν ψηφιακά και τελειώνουν ψηφιακά μόνο διαφορετικές εφαρμογές χρειάζονται για να επεξεργαστής μια παραγγελία. Ενώ με τον παραδοσιακό τρόπο χρειάζονται τόσοι άνθρωποι και τόσα μέσα (τιμολόγια πρόχειρα παραγγελιών δελτία αποστολές δελτία εισπράξεων, επιταγές απόδειξης, τηλέφωνα fax ταχυδρομεία) και το σπουδαιότερο τόσοι πολύς χρόνος.

Ας φανταστεί κανείς πώς, όλες αυτές τις δουλειές θα μπορούσε να τις κάνει μόνος του χωρίς τίποτα παρά μόνο με τα δάκτυλα του και καίοντας στο γραφείο του. Αυτό λοιπόν είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Νέος και Παλιός Τρόπος Για να πραγματοποιηθεί μια αγορά.		
Ο κύκλος της συν/γης	Παραδοσιακός τρόπος	Ηλεκτρονικό Εμπόριο
Πηγές πληροφοριών για το προϊόν	Περιοδικά, φυλλάδια, κατάλογοι	Web pages
Παραγγελία του προϊόντος	Γράμμα, ειδική φόρμα	e-mail
Τιμοκατάλογοι	Κατάλογοι	Online κατάλογοι
Έλεγχος διαθεσιμότητας του προϊόντος	Τηλεφ. Fax	----- --
Δημιουργία	Έντυπη φόρμα	e-mail

παραγγελίας		Web pages
Αποστολή-λήψη παραγγελίας	Ταχυδρομείο, fax	e-mail EDI
Προτεραιότητα παραγγελιών	-----	On-line βάση Δεδομένων
Έλεγχος αποθεμάτων	Έντυπη φόρμα τηλεφ. Fax	On-line βάση Δεδομένων Web pages
Προγραμματισμός παράδοσης	Έντυπη φόρμα	On-line βάση Δεδομένων e-mail
Τιμολόγηση	Έντυπη φόρμα	On-line βάση Δεδομένων
Παραλαβή προϊόντος	Μεταφορέας	-----
Γράμμα απολαβής παραγγελίας	Έντυπη φόρμα	e-mail
Αποστολή-λήψη τιμολογίου	Ταχυδρομείο	e-mail
Προγραμματισμός πληρωμής	Έντυπη φόρμα	On-line βάση Δεδομένων EDI
Αποστολή πληρωμής	Ταχυδρομείο	EDI

Εκείνοι που ασχολούνται με την παροχή πληροφοριών, προϊόντων και υπηρεσιών έχουν μεγάλη ποικιλία όσο αφορά τον τρόπο που μπορούν να τα προωθήσουν, από τον παραδοσιακό έντυπο τρόπο σε ποικίλους τρόπους πολυμέσων όπως είναι το INTERNET , ταινίες και η τηλεόραση. Το γεγονός είναι ότι όλες οι πληροφορίες μπορούν να εκφραστούν μέσα από την

αποθήκευση ως BITS στο computer το οποίο κάνει το προϊόν ποιο ευμετάβλητο καθώς ως νέο μέσο έχει πολλές δυνατότητες ανάπτυξης και εξέλιξης. Για παράδειγμα ένας ηλεκτρονικός κατάλογος μπορεί να παρουσιαστεί μέσα από το WEB όπως επίσης μπορεί να εκτυπωθεί σε προσαρμοσμένους καταλόγους και να προωθηθεί σε συγκεκριμένα super market. Επίσης μπορούν τα δεδομένα να καταχωρηθούν σε ένα CD-ROM με παρουσιάσεις πολυμέσων για τα προϊόντα. Τελικά η παραγωγική υποδομή πάει να βασιστεί στα computer και σε άλλες ηλεκτρονικές συσκευές.

Ακόμα και πριν κάνεις μια πώληση απαιτείται να έχεις τους υποψήφιους πελάτες σε αγωνιά για τα προϊόντα. Αυτό μπορεί να γίνει με διαφήμιση και marketing. Ενδεχόμενοι αγοραστές μπορούν να αποκτούν πληροφορίες για την επιχείρηση και τα προϊόντα της κατά τη διάρκεια που μαθαίνουν πληροφορίες για τις αγορές, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να πλησιάζουν τους αγοραστές καλύτερα και να σχεδιάζουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι δυο στόχοι μπορούν να επιτευχθούν.

Μπορείς επίσης να βρεις ότι οι δικτυακές κοινωνίες είναι χρήσιμες για διανομή πληροφοριών γύρω από διάφορα προϊόντα. Δωμάτια επικοινωνίας (chat room) τηλεδιάσκεψη (multi-party conferencing) και τα newsgroups τα οποία είναι ικανά να καλλιεργήσουν συζήτηση για τις επιχειρήσεις και τα προϊόντα τους. Πολλά από αυτά τα συστήματα μπορούν να αναμειχθούν μέσα από έναν WEB SERVER.

Το WORLD WIDE WEB παρέχει έναν αποτελεσματικό τρόπο επικοινωνίας με τους καταναλωτές. Μπορείς να σχεδιάσεις σελίδες ώστε να συμπεριλάβεις καταλόγους προϊόντων οι οποίοι μπορούν να αναζητηθούν ηλεκτρονικά και να παρέχουν νέους τύπους πληροφοριών. Εάν συντηρήσεις έναν ηλεκτρονικό κατάλογο προϊόντων, μπορείς να αποκτήσεις δεδομένα προϊόντων τα οποία έχουν προέλθει από αιτήματα καταναλωτών στις αναζητήσεις τους.

Επίσης μπορείς να ζητήσεις πληροφορίες από τους επισκέπτες στην ιστοσελίδα παρέχοντας τους μια σελίδα με σχόλια. Μέσα από τις πληροφορίες που συλλέγεις από τους επισκέπτες μπορείς να θέσεις δημογραφικά στοιχεία από έρευνες και πληροφορίες.

Το INTERNET προσφέρει έναν αριθμό από διαφορετικούς τρόπους κάλυψης των καταναλωτών. Για παράδειγμα εάν έχεις ένα WEB SERVER μπορείς να συμπεριλάβεις μια φόρμα για να αποδεχθείς τις ερωτήσεις των πελατών και να τις προωθήσεις στο προσωπικό υποστήριξης. Μπορείς να συγκεντρώσεις τις ερωτήσεις που ανακύπτουν σε αυτό που είναι ευρέως γνωστό ως FAQ (συχνές ερωτήσεις που κάνουν) και να τις διανείμουν μέσω e-mail, Usenet news και το web. Ακόμα και αν οι ιστοσελίδες γίνονται μηχανισμοί αποδοχής ερωτήσεων, οι καταναλωτές μπορούν συχνά να έρχονται σε επαφή με το Service μέσω e-mail.

Καθώς ένας μεγάλος αριθμός από ιστοσελίδες στοχεύουν στο ευρύ κοινό, ένας συγκεκριμένος αριθμός από αυτές αποσκοπούν σε επιχειρήσεις. Σε μερικές περιπτώσεις μπορείς κάτι ενδιάμεσο δηλαδή ιστοσελίδες που προσφέρουν και στους αγοραστές και στους πωλητές την ευκαιρία να επικοινωνούν, να κάνουν διαπραγματεύσεις.

Παραγγελίες

Θα ήταν ένα θέμα ρουτίνας για τους καταναλωτές να δώσουν τις παραγγελιές τους για τα αγαθά. Ηλεκτρονικές φόρμες που αντικατοπτρίζουν παραδοσιακές μεθόδους όπως το χαρτί είναι ένα καλός τρόπος αντιμετώπισης. Οι λειτουργίες για τους καταναλωτές έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να το χειριστούν εύκολα, αλλά επειδή τα περισσότερα WEB συστήματα υποστηρίζουν ηλεκτρονικές φόρμες, πολλές επιχειρήσεις στρέφονται στο internet. Αλλά ας μη αγνοούμε την δυνατότητα να δεχόμαστε παραγγελίες μέσω E-mail.

Πληρωμή

Τώρα ερχόμαστε στην καρδιά της διαδικασίας πωλήσεων. Υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από μηχανισμούς πληρωμών , αυτό ίσως είναι το πιο ευμετάβλητο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου π.χ ηλεκτρονικά check , ψηφιακά μετρητά. Οι επιχειρηματίες πειραματίζονται με μια μεγάλη ποικιλία από συστήματα πληρωμών του internet. Μερικά από αυτά είναι σχεδόν ίδια με αυτά που χρησιμοποιούνται συχνά, όπως είναι οι πιστωτικές κάρτες τα check και αλλά. Ακόμη και τα ηλεκτρονικά μετρητά(digital cash) , ως μια προσπάθεια ηλεκτρονικά να αντιπροσωπεύσει το σκληρό νόμισμα , είναι μια καλή προσπάθεια. Αλλά όλες αυτές οι ηλεκτρονικές μεθόδους πληρωμής των αγαθών είναι σε αρχική μορφή όταν συγκρίνεται με τις καθημερινές συναλλαγές.

Οι επιχειρήσεις έχουν ανταποκριθεί στο WEB εισάγοντας στους ηλεκτρονικούς καταλόγους μηχανισμούς για να δέχονται παραγγελίες , θέτοντας έτσι συστήματα πληρωμών στο ίδιο μέγεθος κάνοντας αίσθηση στο χώρο των συναλλαγών. Πολλοί μικροπωλητές προσφέρουν λειτουργικό εμπορικής υποστήριξης ειδικά σχεδιασμένο για να διαχειρίζεται τις πληρωμές που γίνονται στο WEB. Επίσης περιέχουν ευκολίες για γενικούς εμπορικούς καταλόγους.

Νέες ευκαιρίες

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει νέες δυνατότητες τόσο σε κάθε άτομο ξεχωριστά όσο και στις επιχειρήσεις. Καθώς τα ηλεκτρονικό εμπόριο βελτιώνεται και πολλές επιχειρήσεις εισάγονται σε αυτό, γίνεται μεγαλύτερος ο συναγωνισμός μεταξύ τους και οι καταναλωτές μπορούν να επιλέξουν μεταξύ πολλών εταιρειών.

Επιπρόσθετα οι πωλητές μπορούν ηλεκτρονικά να εντοπίσουν προϊόντα που τους ενδιαφέρουν. Τα πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις είναι αρκετά. Καταρχήν οδηγούνται στην αύξηση της παραγωγής καθώς βελτιώνονται οι πωλήσεις, αναπτύσσεται η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας καθώς μπορούν να μοιράζονται τις πληροφορίες τόσο μεταξύ τους όσο και με τους καταναλωτές. Έτσι ανακαλύπτουν νέα προϊόντα που εξυπηρετούν τους καταναλωτές σε μεγαλύτερο βαθμό. Όσον αφορά τους καταναλωτές βοηθούν στην επαγρύπνηση της αγοράς, στην δημιουργία νέων καναλιών πωλήσεων, και τέλος στην ερευνά των αγορών. Ένας άλλος τομέας που αναπτύσσεται από το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι και επιχειρηματικοί συνεταιίροι των επιχειρήσεων που είναι εισηγμένες στο διαδίκτυο. Κατορθώνουν να διαχειριστούν την αλυσίδα προμηθειών, να μειώσουν τα έξοδα της μεταφοράς και τέλος να δημιουργήσουν νέους δυναμικούς οργανισμούς στον κυβερνοχώρο.

Τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο εξυπηρετεί τις επιχειρήσεις και μακροπρόθεσμα και βραχυπρόθεσμα. Όχι μόνο μπορεί να δημιουργήσει νέες αγορές, ικανές να προσελκύσουν νέο αγοραστικό κοινό, αλλά κάνουν πιο εύκολο για τον καταναλωτή να κάνει την δουλειά του με την υπάρχουσα καταναλωτική βάση και την υποστήριξη που έχει δημιουργηθεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Κάνοντας επιχειρηματικές εργασίες, όπως είναι οι διάφορες παραγγελιές, η ηλεκτρονική υποστήριξη του καταναλωτή, η έκδοση τιμολογίων, οδηγούμαστε στην μείωση της γραφικής και υλικής εργασίας που περιλαμβάνεται στις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων. Όταν οι περισσότερες εργασίες γίνονται ηλεκτρονικά μπορείς καλύτερα να καταλάβεις τις καταναλωτικές ανάγκες. Παρουσιάζοντας λύσεις οι επιχειρήσεις για και για τους πελάτες τους, η μεταβίβαση της ικανοποίησης των καταναλωτών στις επιχειρήσεις, οι απαντήσεις που δίνονται στα προβλήματα τους στις συναλλαγές είναι μερικά από τα σημαντικότερα πλεονέκτημα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

(http://www.geocities.com/zak_gr_2000/epayolo.htm)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

Απαιτήσεις ασφάλειας για την διεξαγωγή Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Η συνεχώς αυξανόμενη εμπορευματοποίηση του Internet, και η χρήση του Web έχουν ωθήσει τις επιχειρήσεις στην εύρεση μεθόδων και συστημάτων πληρωμών για την υποστήριξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Η πρακτική εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον απαιτεί την ύπαρξη συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω των οποίων θα διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά οι οφειλές των εμπλεκόμενων μερών. Ήδη έχουν υιοθετηθεί διάφορα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών (π.χ. πιστωτικές κάρτες ηλεκτρονικό χρήμα κλπ) κατάλληλα για την εξυπηρέτηση των συναλλαγών.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ασφάλεια

Ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα που σχετίζονται άμεσα με τη χρήση και τη διάδοση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου αφορά το επίπεδο ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Στην συνέχεια, παρατίθεται μια συνοπτική αναφορά στις απαιτήσεις και τους μηχανισμούς ασφάλειας, στα ψηφιακά πιστοποιητικά, καθώς και στους πιο γνωστούς αλγόριθμους κρυπτογράφησης

Απαιτήσεις ασφάλειας

Οι βασικές απαιτήσεις για την ασφαλή διεξαγωγή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η Εμπιστευτικότητα (Confidentiality), η Ακεραιότητα (Integrity), και ο Έλεγχος Αυθεντικότητας (Authentication).

- Εμπιστευτικότητα (Confidentiality). Η εμπιστευτικότητα είναι απαραίτητο στοιχείο της ιδιωτικότητας του χρήστη (user privacy) καθώς και της προστασίας των μυστικών πληροφοριών. Η εμπιστευτικότητα είναι συνυφασμένη με την αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης μιας πληροφορίας και παρέχεται μέσω κρυπτογράφησης. Σε ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον θα πρέπει να υπάρχει η βεβαιότητα ότι το περιεχόμενο των μηνυμάτων που ανταλλάσσονται παραμένει αναλλοίωτο.

- **Ακεραιότητα (Integrity).** Ακεραιότητα σημαίνει αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης των πληροφοριών που ανταλλάσσονται και παρέχεται μέσω ψηφιακής υπογραφής. Τα δεδομένα που αποστέλλονται ως μέρος της συναλλαγής πρέπει να είναι μη τροποποιήσιμα κατά τη διάρκεια της μεταφοράς και αποθήκευσής τους στο δίκτυο.
- **Έλεγχος Αυθεντικότητας (Authentication).** Η διαδικασία επαλήθευσης της ορθότητας του ισχυρισμού ενός χρήστη ότι κατέχει μια συγκεκριμένη ταυτότητα, αλλά και η βεβαιότητα ότι το περιεχόμενο του μηνύματος παρέμεινε αναλλοίωτο κατά την μεταφορά οριοθετούν την έννοια του ελέγχου αυθεντικότητας. Σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό η πιστοποίηση της ταυτότητας των επιχειρήσεων που συμμετέχουν σε μία συναλλαγή είναι απαραίτητη ώστε, κάθε συναλλασσόμενο μέρος να μπορεί να πεισθεί για την ταυτότητα του άλλου. Ο έλεγχος αυθεντικότητας παρέχεται μέσω ψηφιακής υπογραφής.
- **Εξουσιοδότηση (Authorization).** Η εξουσιοδότηση αφορά την παραχώρηση δικαιωμάτων από τον ιδιοκτήτη στον χρήστη. Για παράδειγμα, ο πελάτης εξουσιοδοτεί τον έμπορο ώστε ο τελευταίος να ελέγξει αν ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας είναι έγκυρος και αν τα χρήματα στον λογαριασμό μπορούν να καλύψουν το ποσό των συναλλαγών.
- **Εξασφάλιση (Assurance).** Η εμπιστοσύνη, ότι κάποιος αντικειμενικός σκοπός ή απαίτηση επιτυγχάνονται. Για παράδειγμα, μια από τις απαιτήσεις του πελάτη είναι η βεβαιότητα ότι ο έμπορος με τον οποίο συναλλάσσεται είναι νόμιμος και έμπιστος.
- **Μη αποποίηση ευθύνης (Non-repudiation).** Κανένα από τα συναλλασσόμενα μέρη δεν πρέπει να έχει τη δυνατότητα να αρνηθεί τη συμμετοχή του σε μια συναλλαγή.

ΛΕΞΙΚΟ ΟΡΩΝ

Λεξικό Όρων

- **Ηλεκτρονικό Εμπόριο:** Χρησιμοποιείται για να περιγράψει την χρήση τηλεπικοινωνιακών μέσων (κυρίως δικτύων) για κάθε είδους εμπορικές συναλλαγές ή επιχειρηματικές δραστηριότητες μεταξύ επιχειρήσεων και ιδιωτών.
- **B2B:** Ηλεκτρονική επιχείρηση που διενεργεί εμπόριο ανάμεσα σε επιχειρήσεις
- **CMS:** Αναφέρεται στις εφαρμογές που επιτρέπουν στον πελάτη να διαχειρίζεται το δικτυακό του περιεχόμενο, όπως κείμενα, εικόνες, πίνακες κ.λπ.
- **Joomla:** Εφαρμογή διαχείρισης περιεχομένου, δημιουργημένη σε ανοικτό κώδικα.
- **EasyPHP:** Εφαρμογή που παρέχει PHP και MySQL υπηρεσίες.
- **Administrator:** Βασικός και διαχειριστής ενός έργου.
- **PHP:** Γλώσσα script από την πλευρά του διακομιστή , σχεδιασμένη ειδικά για το Web. Ενσωματώνεται σε HTML σελίδα.
- **mysql:** Σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων.
- **CSS:** Χρησιμοποιείται για τον έλεγχο της εμφάνισης ενός εγγράφου που γράφτηκε σε HTML.
- **Τηλεүπηρεσία:** Είναι οι δυνατότητες επικοινωνίας που προσφέρει ένα τηλεπικοινωνιακό σύστημα στους χρήστες του.
- **Template:** Μια σειρά κατευθυντήριων γραμμών πάνω στο πως θα πρέπει να παρουσιάζεται το περιεχόμενο και πάνω στο ποια θα είναι η διάταξη του ιστοτόπου.
- **Module:** Πρόσθετο του Joomla που χρησιμεύει στη διάταξη του περιεχομένου ενός ιστοτόπου.
- **VirtueMart:** Shopping cart φτιαγμένο ειδικά για το CMS Joomla.

- **Community Builder:** Component που επιτρέπει την προσθήκη νέων πεδίων στο προφίλ του χρήστη του Joomla.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 2 Πασχόπουλος Α. Σκαλτσάς Π. (2001), Ηλεκτρονικό Εμπόριο, εκδόσεις Κλειδάριθμος
- 3 “Δίκτυα Προστιθέμενης Αξίας EDI και Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου”, Δρ. Μαρία
- Γραμματικού, Ιούνιος 2007.
- 4 “Ηλεκτρονικό Εμπόριο” Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Δουκίδης – Μαρίνος –
- Βίλλιαμ – Παπαζαφειροπούλου
- 5 “Καινοτόμες εφαρμογές e-business στην Ελλάδα” – Τμήμα διοίκησης επιστήμης και
- Τεχνολογίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών Επιστήμης επίβλεψη Dr. Νάνσυ
- Πουλούδη(2002)
- 6 Τι είναι το Ίντερνετ(άρθρο), Νίκος Φώτης, Ένθετο "Το Δίκτυο", Το ΒΗΜΑ, Κυριακή 29
- Οκτωβρίου 2000, σελ. 3-6.
- 7 Journalism and the Internet(article), Dr Dave Nicholas, Mr. Peter Williams, Journalism
- information seeking Internet survey, http://www soi.city.ac.uk/~pw/ji_lit.html.
- 8 Journalism in the Information Age-A guide to Computers for Reporters and Editors,
- Brian S. Brooks, εκδ. Allyn and Bacon, USA, 1997, σελ. 39.
- 9 http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=315
- 10 http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=550
- 11 http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=549
- 12 <http://www.ebusiness-watch.org/news/e-maturity2005.htm>
- 13 <http://www.premiernet.com/vvtc/DepartmentStores/emalls/>
- 14 <http://www.tee.gr/online/news/2000/2102/index.htm>
- 15 <http://www.joomla.gr/>
- 16 <http://www.mysql.com/>

17

http://www.telecom.ntua.gr/ees/downloads/etransactions/ET_09_eBusinessSystems_II.PDF

18

http://pacific.jour.auth.gr/seralidou/ase2d.htm#_ftn7

19

http://dtps.unipi.gr/files/notes/2006/eksamino_8/dioikhsh_plhroforiakwn_systhmatwn_kai_diktywn/section_05.pdf

20

http://el.wikipedia.org/wiki/Apache_HTTP

21

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

22

http://www.etl.uom.gr/greek/projects/e_c/

23

http://www.e-andromeda.gr/Data/paradotea_files/Elektroniko_Emporio1.pdf

24

http://conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes_diktywn/ergasies/2007/strategies%20B2B.pdf

25

<http://www.virtuemart.gr>

26

<http://www.easyphp.org/>