

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ  
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΟ ΗΙΚΑSHOP ΣΤΟ  
Joomla 3.X. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΓΙΑ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ  
ΕΙΔΩΝ/ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ**

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ – ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ**

**Επιβλέπων καθηγητής ή καθηγήτρια:  
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΜΟΥΡΚΟΥΣΗΣ**

**Μεσολόγγι 2018**

## **Πνευματικά δικαιώματα**

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

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

## Ευχαριστίες

Με την παρούσα διπλωματική εργασία θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συγγενείς μου και τα φιλικά μου πρόσωπα για την στήριξη που μου παρείχαν σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου. Ακόμα θα ήθελα να ευχαριστήσω τους χρήστες του forum της Joomla για τις πολύτιμες συμβουλές και λύσεις σε διάφορα προβλήματα που αντιμετώπισα κατά την διάρκεια της κατασκευής του ηλεκτρονικού καταστήματος. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καθηγητές του ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ οι οποίοι με την σειρά τους με βοήθησαν να πετύχω τους στόχους μου!!!

## Περιεχόμενα

Πνευματικά δικαιώματα .....	2
Ευχαριστίες.....	3
Ευρετήριο εικόνων .....	6
Περίληψη.....	9
Abstract.....	10
1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ 11	
1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	11
1.2 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	11
1.3 ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	12
1.4 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ (E-shop) .....	13
1.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ .....	14
1.6 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ (GDPR) .....	16
2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CMS).....	16
2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ.....	16
2.2 ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΑ CMS .....	17
2.3 ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΣΗΣ .....	17
2.4 ΤΥΠΟΙ CMS .....	18
2.5 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ .....	19
2.6 ΛΟΓΙΣΜΙΚΑ CMS .....	21
3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ (E-SHOP) .....	22
3.1 JOOMLA .....	22
3.2 ΗΙΚΑSHOP .....	24
3.3 ΧΑΜΡΡ .....	25
4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΩΝ.....	27
4.1 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΧΑΜΡΡ.....	28
4.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ JOOMLA .....	34
4.3 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΗΙΚΑSHOP .....	38
4.4 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΓΛΩΣΣΑΣ .....	41
5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ DEVICE .....	43
5.1 ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΙΔΕΑ .....	43
5.2 ΤΕΧΝΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΟΥ E-SHOP .....	44
6. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ – ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ E-SHOP .....	47

6.1	ΠΡΟΤΥΠΟ - TEMPLATE.....	47
6.2	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΕΝΟΥ.....	51
6.2.1	ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ.....	55
6.2.2	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ .....	60
6.2.3	BRANDS .....	61
6.2.4	ΚΑΛΑΘΙ .....	62
6.2.5	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ .....	63
6.3	ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΗΙΚASHOP.....	64
6.3.1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΩΝ .....	65
6.3.2	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ .....	66
6.3.3	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ .....	67
6.3.4	ΦΠΑ .....	69
6.3.5	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΠΛΗΡΩΜΗΣ .....	70
6.3.6	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ.....	72
6.3.7	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ.....	74
7.	ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ/ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ.....	78
8.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	80
	Βιβλιογραφία.....	82

## Ευρετήριο εικόνων

Εικόνα 1 - Λογότυπο του CMS JOOMLA.....	22
Εικόνα 2 Λογότυπο της επέκτασης HIKASHOP .....	24
Εικόνα 3 Λογότυπο του XAMPP .....	25
Εικόνα 4 - Εγκατάσταση XAMPP I.....	28
Εικόνα 5- Εγκατάσταση XAMPP II.....	29
Εικόνα 6- Εγκατάσταση XAMPP III .....	29
Εικόνα 7- Εγκατάσταση XAMPP IV .....	30
Εικόνα 8- Εγκατάσταση XAMPP V.....	31
Εικόνα 9- Εγκατάσταση XAMPP VI.....	31
Εικόνα 10- Εγκατάσταση XAMPP VII.....	32
Εικόνα 11- Εγκατάσταση XAMPP VIII.....	33
Εικόνα 12 - - Εγκατάσταση XAMPP VIV .....	33
Εικόνα 13 - Εγκατάσταση JOOMLA I.....	34
Εικόνα 14 - Εγκατάσταση JOOMLA II .....	35
Εικόνα 15 - Εγκατάσταση JOOMLA III .....	35
Εικόνα 16 - Εγκατάσταση JOOMLA IV .....	36
Εικόνα 17 - Εγκατάσταση JOOMLA V .....	37
Εικόνα 18 - Εγκατάσταση JOOMLA VI.....	37
Εικόνα 19 Εγκατάσταση HIKASHOP I.....	38
Εικόνα 20 Εγκατάσταση HIKASHOP II.....	39
Εικόνα 21 - Εγκατάσταση HIKASHOP III.....	40
Εικόνα 22 - Εγκατάσταση HIKASHOP IV .....	40
Εικόνα 23 - Εγκατάσταση γλώσσας I.....	41
Εικόνα 24 - Εγκατάσταση γλώσσας II .....	42
Εικόνα 25 - Εγκατάσταση γλώσσας III.....	42
Εικόνα 26 - Εγκατάσταση γλώσσας VI.....	43
Εικόνα 27 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop I .....	44
Εικόνα 28 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop II .....	45
Εικόνα 29 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop III.....	45
Εικόνα 30 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop IV.....	46
Εικόνα 31 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop V .....	46

Εικόνα 32 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop VI.....	47
Εικόνα 33 Η αρχική σελίδα με το επιλεγμένο template .....	48
Εικόνα 34 Αλλαγή μεγέθους σελίδας.....	48
Εικόνα 35 Διαχείριση προτύπων-templates .....	49
Εικόνα 36 Template περιοχή διαχείρισης .....	49
Εικόνα 37 Template Positions .....	50
Εικόνα 38 Δημιουργία Μενου I.....	51
Εικόνα 39 Δημιουργία Μενού II .....	51
Εικόνα 40 Επιλογές Στοιχείου Είδος Μενού.....	54
Εικόνα 41 Τελική μορφή μενού .....	54
Εικόνα 42 Εισαγωγή των slides .....	55
Εικόνα 43 Module Σχετικά προϊόντα I.....	56
Εικόνα 44 Module Σχετικά προϊόντα II .....	56
Εικόνα 45 Module Αναζήτηση.....	57
Εικόνα 46 Module Σύνδεση/Εγγραφή.....	58
Εικόνα 47 Κύριο Άρθρο (προϊόν) .....	59
Εικόνα 48 Αρχική Σελίδα Τελική Μορφή I .....	59
Εικόνα 49 Αρχική Σελίδα Τελική Μορφή II.....	60
Εικόνα 50 Τελική μορφή σελίδας: Κατηγορίες Προϊόντων.....	61
Εικόνα 51 Τελική μορφή σελίδας Brands .....	62
Εικόνα 52 Τελική μορφή σελίδας Καλάθι .....	63
Εικόνα 53 Επεξεργασία άρθρου Επικοινωνία.....	64
Εικόνα 54 Τελική μορφή της σελίδας Επικοινωνία .....	64
Εικόνα 55 Προσθήκη Κατασκευαστών.....	65
Εικόνα 56 Τελική μορφή κατηγορίας Κατασκευαστών.....	66
Εικόνα 57 Εισαγωγή Κατηγοριών.....	66
Εικόνα 58 Τελική μορφή Κατηγοριών .....	67
Εικόνα 59 Εισαγωγή προϊόντων I .....	67
Εικόνα 60 Εισαγωγή προϊόντων II .....	69
Εικόνα 61 Εισαγωγή ΦΠΑ I.....	70
Εικόνα 62 Εισαγωγή ΦΠΑ II .....	70
Εικόνα 63 Εισαγωγή τρόπων πληρωμής I.....	71
Εικόνα 64 Εισαγωγή τρόπων πληρωμής II .....	71
Εικόνα 65 Εισαγωγή τρόπων πληρωμής III.....	72

Εικόνα 66 Εισαγωγή μεθόδων αποστολής I.....	73
Εικόνα 67 Εισαγωγή μεθόδων αποστολής II .....	73
Εικόνα 68 Εισαγωγή μεθόδων αποστολής III .....	74
Εικόνα 69 Δημιουργία παραγγελίας.....	75
Εικόνα 70 Εμφάνιση των παραγγελιών.....	76
Εικόνα 71 Απόδειξη Αποστολής .....	78
Εικόνα 72 Ενημέρωση πελάτη για την κατάσταση της παραγγελίας του.....	78



## Περίληψη

Σκοπός και στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) πώλησης ηλεκτρονικών ειδών/ανταλλακτικών με την χρήση συστήματος διαχείρισης περιεχομένων και συγκεκριμένα την πλατφόρμα Joomla 3.x και το εργαλείο Hikashop τοπικά σε υπολογιστή. Ακόμα θα παρουσιαστούν και θα επεξηγηθούν έννοιες και εργαλεία τα οποία χρησιμοποίησα για την δημιουργία του e-shop. Στόχος είναι η παρουσίαση αναλυτικών βημάτων και οδηγιών έτσι ώστε κάθε χρήστης ανεξαρτήτως γνωστικού υποβάθρου να μπορεί να κατανοήσει και να δημιουργήσει το δικό του ηλεκτρονικό κατάστημα και ποιος ξέρει ίσως αργότερα την δική του μελλοντική επιχείρηση.

Η παρούσα πτυχιακή επίσης ασχολείται και με τον οπτικό σχεδιασμό του καταστήματος, όπως τις κατηγορίες προϊόντων, το μενού, τα templates κτλ. Αλλά και τις τεχνικές ρυθμίσεις που απαιτούνται για την σωστή λειτουργία του.

## **Abstract**

Over the years, technologies such as computers and the Internet have entered our lives to improve the way we operate and communicate. This also resulted in the "e-shop", the site through which various types of sales are made.

The aim and objective of this thesis is to create an electronic shop / e-shop selling electronics / spare parts using a content management system, namely the Joomla 3.x platform and the Hikashop tool locally on a computer. I will also present and explain the concepts and tools I used to create the e-shop. The aim is to present step-by-step instructions and instructions so that every user of whatever cognitive background can understand and set up his own online store and who may know later his own future business.

This diploma also deals with visual design of the store, such as product categories, menus, templates, etc. But also the technical settings required for its proper operation.

# **1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**

## **1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

Με την πάροδο του χρόνου τεχνολογίες όπως οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και το Ίντερνετ μπόκαν στην ζωή μας για να βελτιώσουν τον τρόπο που λειτουργούμε και επικοινωνούμε. Το εμπόριο από πάντα αποτελούσε κινητήρια δύναμη των οικονομιών κάθε κράτους, έτσι και αυτό με την σειρά του μέσα στις τεράστιες τεχνολογικές αλλαγές που ζούμε τις τελευταίες δεκαετίες εξελίχθηκε σε έναν πιο οργανωμένο, με το στίγμα της τεχνολογίας χώρο.

Με έναν ορισμό το Ηλεκτρονικό εμπόριο γνωστό και ως e-commerce αφορά την εμπορία αγαθών και υπηρεσιών από απόσταση με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να χρήζεται αναγκαία η φυσική παρουσία των προσώπων που απαρτίζουν την συναλλαγή. Με λίγα λόγια ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί οποιαδήποτε συναλλαγή μέσω διαδικτύου. Όπως είναι φυσικό έχει δημιουργηθεί και το κατάλληλο νομικό πλαίσιο έτσι ώστε να τηρούνται οι απαραίτητες νομικές διαδικασίες.

Αυτή η μορφή εμπορίου λόγω της ευρείας χρήσης του διαδικτύου αποτελεί σήμερα την εύκολη, οικονομική και ξεκούραστη λύση για τους ανθρώπους που πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω του Ίντερνέτ η οποία εξελίσσεται με ταχύτατους ρυθμούς με αποτέλεσμα τον εμπλουτισμό της κάνοντας την ακόμα πιο ενδιαφέρουσα προς διερεύνηση (Gefen, 2000).

Ας μην ξεχνάμε όμως και την άλλη πλευρά από έρευνα του Δικτύου των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή για το ηλεκτρονικό εμπόριο, το έτος 2005 μια στις τρεις παραγγελίες που έγιναν αφορούσαν προϊόντα που δεν παραδόθηκαν ποτέ στους καταναλωτές. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα το 49% των καταγγελιών που δέχθηκε το Κέντρο αφορούσαν στη μη παράδοση των παραγγελθέντων προϊόντων ενώ ένα 22% αφορούσε στην παράδοση ελαττωματικών ή προϊόντων που δεν ανταποκρίνονταν στις προδιαγραφές που είχαν συμφωνήσει πελάτης-έμπορος. Τα ποσοστά αυτά μειώθηκαν και μειώνονται διαρκώς καθώς η τεχνολογία εξελίσσεται και η χρήση νέων εργαλείων βοηθούν στο να αποφεύγονται λάθη και ο πελάτης να κάνει ασφαλείς αγορές.

## **1.2 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ξεκίνησε αρχικά με σκοπό την διευκόλυνση των ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών, με την χρήση τεχνολογιών όπως η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI) και την ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων (EFT) που εισήχθησαν στα τέλη του 1970 επέτρεψαν στις επιχειρήσεις να στέλνουν εμπορικά έγγραφα όπως, παραγγελίες αγοράς ή την ηλεκτρονική έκδοση τιμολογίων. Μορφή ηλεκτρονικού

εμπορίου αποτελεί η ανάπτυξη και αποδοχή των πιστωτικών καρτών, των αυτόματων τραπεζικών μηχανών και τηλεφωνικών καταθέσεων το 1980. Μία ακόμα μορφή του ήταν το σύστημα κράτησης αεροπορικών θέσεων και αργότερα το 1990 τα συστήματα ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού (ERP), της αναζήτησης και της αποθήκευσης δεδομένων (Damanpour, 2001).

Η πρώτη ασφαλής συναλλαγή μέσω του Διαδικτύου ήταν είτε από το NetMarket είτε από το Internet Shopping Network το 1994. Αμέσως μετά, η Amazon ξεκίνησε την ηλεκτρονική εμπορική δραστηριότητα της το 1995 και λίγο αργότερα και το eBay. Τα sites της Alibaba Taobao και Tmall ξεκίνησαν το 2003 και το 2008, αντίστοιχα. Πλέον το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει τα πάντα από την παραγγελία ψηφιακού περιεχομένου έως και την παραγγελία συμβατικών αγαθών και υπηρεσιών.

Μεγάλες εταιρείες και οικονομικά ιδρύματα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για ανταλλαγή δεδομένων επιδεικνύοντας μεγάλη εμπιστοσύνη στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Ποτέ άλλοτε όμως δεν κρίνονταν αναγκαιότερη η διασφάλιση η ακεραιότητα και η εμπιστευτικότητα των δεδομένων που διέπουν αυτού του είδους τις συναλλαγές καθώς μεταδίδονται υψίστης σημασίας και μεγάλης αξίας πληροφορίες οι οποίες χρήζουν προστασίας.

### **1.3 ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

Ανάλογα με τα μέρη που συμβάλλουν στην συναλλαγή, το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται στις εξής μορφές (Laudon & Traver, 2013):

- **Επιχείρηση σε επιχείρηση (B2B)**

Αφορά συναλλαγές οι οποίες γίνονται με ηλεκτρονικά μέσα μεταξύ επιχειρήσεων. Δηλαδή η επιχείρηση σε ρόλο πελάτη αναλαμβάνει την δημιουργία λογαριασμού στον B2B ιστότοπο του προμηθευτή και μέσω του λογαριασμού αυτού οι αρμόδιοι υπάλληλοι πραγματοποιούν τις αγορές για λογαριασμό της επιχείρησης. Έτσι εκτελούνται αυτόματα πολλές απαραίτητες διαδικασίες όπως (παραγγελίες, τιμολογήσεις, έλεγχος αποθεμάτων κ.τ.λ.)

- **Επιχείρηση σε καταναλωτή (B2C)**

Αφορά τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών με ηλεκτρονικά μέσα. Δηλαδή ο καταναλωτής συνδέεται στον υπολογιστή πωλητή και αφού επιλέξει τα προϊόντα που θέλει διεκπεραιώνει την συναλλαγή σε πραγματικό χρόνο μέσω Ίντερνετ.

- **Καταναλωτής σε καταναλωτή (C2C)**

Αφορά συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών οι οποίοι αφού δημιουργήσουν λογαριασμό ανεβάζουν πληροφορίες και φωτογραφίες για προϊόντα τα οποία προβάλλονται σε κατάλληλα διαμορφωμένες ιστοσελίδες με σκοπό την αγοραπωλησία τους.

## 1.4 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ (E-shop)

E-shop τα γνωστά ως ηλεκτρονικά καταστήματα, είναι ιστότοποι (website) που έχουν δημιουργηθεί από web εφαρμογές, με τις οποίες μπορείτε να ανανεώσετε το περιεχόμενο τους σε πραγματικό χρόνο (εικόνες, τιμές προϊόντων, εκπτώσεις, προσφορές κ.λπ.) και διαθέτουν τα απαραίτητα εργαλεία παρακολούθησης και αυτόματης διαχείρισης μιας on line παραγγελίας. Η διαδικασία είναι απλή και έχετε τη δυνατότητα να αλλάζετε οποιαδήποτε περιοχή της ιστοσελίδας σας και να την εμπλουτίζετε κατά βούληση χωρίς να χρειάζεται να έχετε τεχνικές γνώσεις.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) είναι ουσιαστικά ιστοσελίδες μέσω των οποίων οι χρήστες μπορούν να αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες χωρίς να κρίνεται αναγκαία η μετακίνηση τους σε κάποιο φυσικό χώρο. Ο τρόπος λειτουργίας του πλέον είναι αρκετά εύκολος.

Από την μεριά του ο πελάτης αφού εισέρθει στο e-shop βλέπει τα προϊόντα σε κατηγορίες και έχει την δυνατότητα να τα ταξινομήσει με μία σειρά από φίλτρα όπως ημερομηνία, τιμή, χρώμα, μέγεθος κ.τ.λ. Αφού επιλέξει το προϊόν που θέλει, κάνει προσθήκη στο καλάθι αγορών και το προϊόν μεταφέρεται σε μια υποσέλιδα μέσω της οποίας ο χρήστης έχει την δυνατότητα να διαγράψει, να δει το συνολικό κόστος των προϊόντων που έχει προσθέσει στο καλάθι αλλά και να επιλέξει τρόπο πληρωμής (πιστωτική, αντικαταβολή κτλ) καθώς και την διεύθυνση αποστολής του προϊόντος

Όσον αφορά την πλευρά διαχείρισης του e-shop εμφανίζεται ειδοποίηση για την ύπαρξη παραγγελίας και έτσι ο αρμόδιος υπάλληλος προβαίνει στις κατάλληλες ενέργειες έτσι ώστε το προϊόν να φύγει από τον χώρο αποθήκευσης και να παραδοθεί στον πελάτη. Αυτές οι ενέργειες αποτελούν τον κανόνα σε τέτοιου είδους συναλλαγές αλλά ενδέχεται και να διαφέρουν ανάλογα με τον τύπο της πλατφόρμας που χρησιμοποιείτε στο ηλεκτρονικό κατάστημα αλλά και των εσωτερικών διαδικασιών που ακολουθούνται στην εκάστοτε επιχείρηση (Zambon, 2012).

Στην συνέχεια θα αναφερθούν μερικά από τα πιο γνωστά Ελληνικά και ξένα e-shop

### Ελληνικά:

- Golden Brands (Πουχισμός αξεσουάρ)
- E – shop (Πώληση ηλεκτρονικών ειδών/ανταλλακτικών)
- Πλαίσιο (Πώληση ηλεκτρονικών ειδών/ανταλλακτικών)
- Spartoo (Παπούτσια, ρούχα, τσάντες και αξεσουάρ)
- Brands Galaxy (Παπούτσια, ρούχα, τσάντες και αξεσουάρ)
- You (Πώληση ηλεκτρονικών ειδών/ανταλλακτικών)

- Toi Moi (Παπούτσια, ρούχα, τσάντες και αξεσουάρ)
- Factory Outlet (Παπούτσια, ρούχα, τσάντες και αξεσουάρ)
- My Shoe (Παπούτσια αξεσουάρ)
- Celestino (Γυναικεία ρούχα, αξεσουάρ)

#### **Ξένα:**

- Amazon (Ίσως το μεγαλύτερο e-shop – πουλάει σχεδόν τα πάντα)
- E-bay (Ένα από τα μεγαλύτερα ηλεκτρονικά καταστήματα από ένδυση έως και ηλεκτρονικά εξαρτήματα)
- Asos (Ένδυση, αξεσουάρ)
- Urban Outfitters (Ένδυση αξεσουάρ, είδη δώρων)
- Yoox (Ένδυση, αξεσουάρ)
- Lands End (Ένδυση, αξεσουάρ)
- Sports Direct (Αθλητικά είδη, ένδυση, υπόδηση)
- Ali Express (Από ένδυση έως και ηλεκτρονικά εξαρτήματα)
- Tinydeal (Από ένδυση έως και ηλεκτρονικά εξαρτήματα)
- Boohoo (Γυναικεία ρούχα, αξεσουάρ)

Αυτά αποτελούν τα μεγαλύτερα και δημοφιλέστερα Ελληνικά και ξένα e – shop. Βέβαια υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από ηλεκτρονικά καταστήματα μέσω των οποίων οι καταναλωτές μπορούν να συγκρίνουν τιμές και προσφορές έτσι ώστε να κάνουν τις αγορές σε σχέση με το budget και την ποιότητα που αυτοί επιθυμούν.

## **1.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ**

Συνήθως οι πληροφορίες που πρέπει οπωσδήποτε να παρέχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στους καταναλωτές του ώστε να θεωρείται αξιόπιστο θα πρέπει να περιλαμβάνουν:

- Ταυτότητα του εμπόρου
- Τρόποι επικοινωνίας με το e-shop τόσο με ηλεκτρονικό όσο και με συμβατικό τρόπο
- Τελική τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ και εξόδων αποστολής
- Εγγύηση του προϊόντος και υποστήριξη μετά την πώληση (After Sales Service)

- Χρόνος παράδοσης του προϊόντος
- Τρόπους πληρωμής και παράδοσης
- Τρόπους ακύρωσης της παραγγελίας σε περίπτωση λάθους ή αλλαγής γνώμης
- Πληροφορίες για την προστασία των προσωπικών ευαίσθητων δεδομένων

Έτσι ο κατασκευαστής θα πρέπει να μεριμνήσει για τα εξής:

- Υποστήριξη απεριόριστων προϊόντων - κατηγοριών
- Δομή ‘προϊόντα – κατηγορίες’
- Δομή ‘προϊόντα – προϊόντα’
- Προσθήκη/επεξεργασία/διαγραφή προϊόντων, προμηθευτών, πελατών
- Υποστήριξη προϊόντων με παραγγελία, αλλά και προϊόντων που παραδίδονται άμεσα
- Συνεργασία με τράπεζες για χρέωση πιστωτικών καρτών
- Ασφαλές control panel διαχειριστή με username και password τα οποία δηλώνονται κατά την εγκατάσταση
- Άμεση επικοινωνία με τους πελάτες μέσω email ή newsletter
- Εύκολο backup και restore της βάσης δεδομένων
- Σωστή επιλογή του τρόπου εμφάνισης των προϊόντων
- Υποστήριξη για στατικά και δυναμικά banner με πλήρη στατιστικά
- Οι παραγγελίες να αποθηκεύονται σε βάση δεδομένων για εύκολη πρόσβαση
- Οι πελάτες να μπορούν να δουν το ιστορικό των παραγγελιών τους
- Βιβλίο διευθύνσεων πελατών
- Προσωρινή κάρτα αγορών για τους επισκέπτες και μόνιμη κάρτα αγορών για τους πελάτες
- Γρήγορη και φιλική προς τον χρήστη αναζήτηση
- Περιγραφές και σχόλια για τα προϊόντα
- Ο αριθμός των προϊόντων για την κάθε κατηγορία μπορεί να είναι ορατός ή να μην φαίνεται.
- Λίστα με τα πρώτα σε πωλήσεις προϊόντα
- Εύκολη πλοήγηση στο site
- Αποστολή email σχετικών με την ανάλογη κατηγορία προϊόντων
- Πολλαπλοί τρόποι πληρωμής online ή offline
- Αυτόματος υπολογισμός του φόρου ανάλογα με το προϊόν

## **1.6 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ (GDPR)**

Ένα ευαίσθητο ζήτημα όσον αφορά τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι η προστασία των προσωπικών δεδομένων των χρηστών οι οποίοι αλληλεπιδρούν με το σύστημα, είτε αυτό αφορά τον πελάτη που πιθανώς επισκέπτεται το κατάστημα για μία και μόνο φορά, είτε αυτό αφορά τον υπάλληλο ο οποίος αλληλεπιδρά διαρκώς με σύστημα. Οι επιπτώσεις από διαρροή προσωπικών πληροφοριών μπορούν να ζημιώσουν μια επιχείρηση και από οικονομικής πλευράς αλλά και από ηθικής με αποτέλεσμα την μείωση της εμπιστοσύνης των πελατών που συνεπάγεται με μείωση των πωλήσεων. Είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις να συλλέγουν και να αναλύουν δεδομένα από τους πελάτες σχετικά με τις προτιμήσεις, την ηλικία, το φύλλο κτλ καθώς έτσι αναπτύσσεται μια ποιο στοχευόμενη στρατηγική προσέγγιση του πελάτη και όχι μόνο, πολλές φορές έχουμε και διεύρυνση ή και την δημιουργία νέων αγορών προς όφελος της επιχείρησης.

Πλέον όλες οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί δημόσιου και ιδιωτικού τομέα υπόκεινται στον GDPR (Γενικό Κανονισμό Προσωπικών Δεδομένων Ε.Ε. 2016/679), ο οποίος ανανεώθηκε και έγινε πιο αυστηρός με μια ποιο οικουμενική μορφή δεσμευτικού χαρακτήρα. Ο κανονισμός τέθηκε σε ισχύ από τις 25 Μαΐου 2018 και αναφέρει κανόνες που αφορούν την αντιγραφή, μεταφορά, επεξεργασία, διαγραφή και την αποθήκευση των δεδομένων, μεθόδους διατήρησης της ασφάλειας του καθώς και αναφορά στις κυρώσεις και τα πρόστιμα που επέρχονται με την παραβίαση του.

Στο e-shop που θα δημιουργήσουμε στην συνέχεια (ΚΕΦ 5) Λαμβάνει ως δεδομένα, τα προσωπικά στοιχεία των χρηστών οι οποίοι εγγράφονται στην ιστοσελίδα αλλά και τα δεδομένα από τις προτιμήσεις τους. Έτσι σε κάθε εγγραφή η οποία απαιτείτε ια να γίνει αγορά, ο χρήστης θα πρέπει να τσεκάρει το πλήκτρο (ΣΥΜΦΩΝΩ) έτσι ώστε να υπάρχει η έγγραφη συγκατάθεση του για την διαχείριση των αποθηκευμένων του δεδομένων στο κατάστημα. Χωρίς την επιλογή του πεδίου (ΣΥΜΦΩΝΩ) δεν θα είναι δυνατή ούτε η εγγραφή ούτε αγορά. Ακόμα κάναμε αναφορά σε εμφανές σημείο στην ιστοσελίδα ότι Η επιχείρηση υπόκειται στον Κανονισμό (Ε.Ε., 2016/679), για την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων.

## **2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CMS)**

### **2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ**

Ο όρος CMS (Content Management Systems - Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου) αναφέρεται στις εφαρμογές που επιτρέπουν στον πελάτη να διαχειρίζεται το δικτυακό του περιεχόμενο, όπως κείμενα, εικόνες, πίνακες κ.λπ., με εύκολο τρόπο, συνήθως παρόμοιο με αυτόν της χρήσης ενός κειμενογράφου. Οι εφαρμογές διαχείρισης περιεχομένου επιτρέπουν την αλλαγή του περιεχομένου χωρίς να είναι απαραίτητες ειδικές γνώσεις σχετικές με τη δημιουργία ιστοσελίδων ή γραφικών, καθώς συνήθως τα κείμενα γράφονται μέσω κάποιων online html editors, ειδικών δηλαδή κειμενογράφων, παρόμοιων με το MS Word, που επιτρέπουν τη μορφοποίηση των κειμένων όποτε υπάρχει ανάγκη WYSIWYG ("What You See Is What You Get"). Εξίσου σημαντικό ρόλο παίζει και το CSS Τα αρχικά CSS



προέρχονται από το Cascading Style Sheets. Τα CSS μας επιτρέπουν να διαχωρίσουμε το περιεχόμενο της ιστοσελίδας μας από το σχεδιαστικό κομμάτι. Αυτό είναι πολύ σημαντικό αφού τα στοιχεία σχεδίασης της ιστοσελίδας μας θα είναι σε ένα ξεχωριστό αρχείο το οποίο θα τροφοδοτεί τις υπόλοιπες σελίδες.

Σχεδόν όλα τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου μπορούν να διαχειριστούν περιεχόμενο στις παρακάτω μορφές: εικόνα, βίντεο, κείμενα, java animation, πρότυπα σχεδίασης, βάσεις δεδομένων κ.α.. Το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι λογισμικό το οποίο επιτρέπει σε οποιονδήποτε, ακόμα και σε εκείνον που δεν έχει πολλές γνώσεις προγραμματισμού και γλώσσας HTML, να δημιουργήσει και να διαχειριστεί με πολύ απλό τρόπο την εκάστοτε ιστοσελίδα του. Μας δίνει την δυνατότητα διαχείρισης της ιστοσελίδας σου από την αρχή της (δημιουργία), μέχρι και την συνεχή συντήρηση της. Επίσης μπορούν να προσφέρουν μεγάλη ποικιλία λειτουργικότητας αφού διαθέτουν Modules και Plugins που μπορούν να μας βοηθήσουν σε οτιδήποτε σκοπεύουμε να δημιουργήσουμε. Έχοντας σαν αρχή την φιλοσοφία του αντικειμενοστραφούς προγραμματισμού προσφέρουν συνεχώς λύσεις σε τυχόν προβλήματα που προκύπτουν στην πορεία.

## 2.2 ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΑ CMS

Μέχρι πρότινος ο μόνος τρόπος να δημιουργήσει αλλά και να διατηρήσει μια εταιρεία το site της ενημερωμένο ήταν η σύναψη συμβολαίου με εταιρείες παροχής υπηρεσιών συντήρησης ή πληρωμή εξειδικευμένου προσωπικού, μέχρι σήμερα όπου οι ίδιες εταιρείες δημιούργησαν ειδικά συστήματα τα οποία προσφέρουν σημαντική μείωση του χρόνου αλλά και του κόστους συντήρησης του ιστότοπου.

Ουσιαστικά αποτελούν πλατφόρμες οι οποίες μπορούν να δημιουργούν, να επεξεργάζονται και να διαχειρίζονται ολόκληρους ιστότοπους. Με δυνατότητες επεξεργασίας εικόνων, κειμένων, πινάκων, ρυθμίσεων κτλ. Χωρίς να κρίνεται απαραίτητο το γνωστικό υπόβαθρο του χρήστη καθώς όλες σχεδόν οι λειτουργίες γίνονται πανεύκολα σαν να χρησιμοποιείτε οποιοσδήποτε κειμενογράφος, με τις ρυθμίσεις να αποτελούν βατά σημεία μέχρι και για βασικούς χρήστες του διαδικτύου.

Υπάρχουν δύο τρόποι χρήσης αυτών των συστημάτων, είτε τοπικά από τον υπολογιστή με την χρήση λογισμικών είτε online με την χρήση των πλατφόρμων από το Ίντερνετ όπου πολλοί χρήστες μπορούν να προσπελάσουν το ίδιο site από απόσταση και να κάνουν αλλαγές πολλές φορές ίσως και ταυτόχρονα από διαφορετικά τερματικά.

Έτσι σήμερα παρουσιάζεται το ζήτημα δημιουργίας ιστοσελίδων ηλεκτρονικού εμπορίου είτε μέσω των συστημάτων CMS που προσφέρουν ευχρηστία, ταχύτητα, τυποποίηση διαδικασιών και κυρίως οικονομία πόρων και εξοπλισμού, είτε μέσω των παραδοσιακών τρόπων δηλαδή του συνδυασμού γλωσσών προγραμματισμού, με αποτέλεσμα το υψηλό κόστος δημιουργίας και συντήρησης και την εξειδίκευση του προσωπικού, με μοναδικά θετικά στοιχεία την ευελιξία και την ασφάλεια σε σχέση με αυτή των CMS (Baxter & Vogt, 2002).

## 2.3 ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΣΗΣ

Τα CMS μπορούν να χρησιμοποιηθούν κυρίως για:

- Ειδήσεις
- Παρουσιάσεις εταιρειών και προσωπικού
- Κατάλογοι προϊόντων
- Παρουσιάσεις προϊόντων
- Online υποστήριξη
- Αγγελίες και ανακοινώσεις
- Παρουσιάσεις και προβολή γεωγραφικών περιοχών
- Διαφημίσεις
- Δελτία τύπου
- Χάρτες
- Δυνατότητα παρουσίασης του περιεχομένου σε συνεργαζόμενα sites
- Στατιστικά
- Διαχείριση μελών
- Newsletters
- Forums

## 2.4 ΤΥΠΟΙ CMS

Τα CMS ανάλογα με τον τύπο του πάροχου διακρίνονται σε:

### **Ανοιχτού Κώδικα:**

Πρόκειται για συστήματα CMS τα οποία δημιουργούνται από μέλη κάποιων κοινοτήτων, χωρίς πληρωμή με την μορφή μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Έτσι το λογισμικό διανέμεται δωρεάν, ωστόσο μπορεί να προκύψουν χρεώσεις με την αγορά επεκτάσεων εμπορικού χαρακτήρα. Τα έσοδα των οποίων μαζί με τα έσοδα της τεχνικής υποστήριξης τα οποία είναι αυξημένα λόγω του ανοιχτού κώδικα της κατηγορίας αυτής, καλύπτουν τα έξοδα συντήρησης και αναβάθμισης. Για τα περισσότερα λογισμικά υπάρχουν σελίδες και forums μέσω των οποίων οι χρήστες μπορούν να βοηθηθούν και να λύσουν τις απορίες τους χωρίς καμία οικονομική επιβάρυνση, αφού άλλοι χρήστες με περισσότερη εμπειρία απαντούν σε απορίες χρηστών που αντιμετωπίζουν δυσκολίες.

### **Κλειστού κώδικα ή (εμπορικό)**

Αυτού του τύπου τα λογισμικά δημιουργούνται από εταιρείες ή ανθρώπους με σκοπό το κέρδος. Τις περισσότερες φορές οι ίδιες οι εταιρείες αναλαμβάνουν την πώληση την συντήρηση και την τεχνική υποστήριξη οι οποία τις περισσότερες φορές δεν είναι δωρεάν. Τα λογισμικά αυτά απευθύνονται σε πιο απαιτητικούς χρήστες οι οποίοι θέλουν να είναι σίγουροι ότι το λογισμικό υποστηρίζεται εξολοκλήρου από την εταιρεία.

## **Παραμετροποιημένα – Ανοικτού κώδικα**

Πρόκειται για ένα συνδυασμό των παραπάνω κατηγοριών κατά τον οποίο επιλέγεται ως βάση κάποια λύση ανοικτού κώδικα όπου στην συνέχεια προσφέρεται σε άλλους παράλληλα με την τεχνική υποστήριξη επί πληρωμή, έτσι γίνεται ένας συνδυασμός τεχνικών με αποτέλεσμα την μείωση του τελικού κόστους σε σχέση με τα λογισμικά κλειστού κώδικα καθώς δεν κρίνεται απαραίτητη η κατασκευή του λογισμικού από την αρχή.

## **2.5 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

### **Πλεονεκτήματα CMS ανοικτού κώδικα:**

- Είναι δωρεάν
- Ύπαρξη πολλών εγχειριδίων χρήσης και σημαντική βοήθεια απ τα μέλη της κοινότητας
- Τα λογισμικά ανοικτού κώδικα συνεπάγονται τη δημιουργία συμπαγούς κώδικα
- Γρήγορη και άμεση διόρθωση σφαλμάτων
- Δυνατότητα δοκιμής πριν την αγορά
- Ευκολία Παραμετροποίησης ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε χρήστη
- Πιθανή πληρωμή μόνο για την υπηρεσία/ υποστήριξη και όχι το λογισμικό
- Συνεχείς βελτιώσεις και αναβαθμίσεις
- Προσφέρουν ποικιλία από μοντέλα, για τα πάντα από site κοινωνικής δικτύωσης και διαχείρισης αρχείων, μέχρι forums και πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου
- Συνοδεύονται από αρκετά modules και plugins

### **Μειονεκτήματα CMS ανοικτού κώδικα:**

- Ελεύθερο Λογισμικό» δε συνεπάγεται και απαραίτητα μηδενικό οικονομικό κόστος
- Περιορισμένη χρηστικότητα. Επικεντρώνεται κυρίως στην τεχνική αρχιτεκτονική και στο σύνολο χαρακτηριστικών αντί για την εμπειρία του χρήστη
- Έλλειψη τεκμηρίωσης

- Δεν υπολογίζονται για επίπεδο μεγάλων επιχειρήσεων (Enterprise) με υψηλές απαιτήσεις
- Έλλειψη εμπορικής υποστήριξης
- Όχι τόσο ώριμο
- Παραθέτουν σε ορισμένες περιπτώσεις στοιχεία περιττά για το δημιουργό ενός website
- Δυσκολεύεται η ολοκλήρωση και η παραμετροποίηση

#### **Πλεονεκτήματα CMS κλειστού κώδικα:**

- Προσφέρουν ασφάλεια
- Καλύτερη εκπαίδευση και τεκμηρίωση
- Εμπορική υποστήριξη
- Συνήθως ετοιμοπαράδοτο
- Η έννοια του «κλειστού» κώδικα συνεπάγεται ασφάλεια αλλά όχι 100%.
- Σε περίπτωση που παρατηρηθεί κενό ασφαλείας και δημιουργηθεί πρόβλημα, η εταιρία θα επιλύσει το πρόβλημα δωρεάν.
- Ύπαρξη πολλών αναλυτικών και σωστά γραμμένων εγχειριδίων και παροχή ανθρώπινης υποστήριξης
- Εύχρηστος πίνακας ελέγχου μόνο με στοιχεία που χρειάζεται ο προγραμματιστής.
- Ποιοτικές και στοχευμένες υπηρεσίες
- Συνεχείς ενημερώσεις για αναβάθμιση του προϊόντος από τις εταιρίες

#### **Μειονεκτήματα CMS κλειστού κώδικα:**

- Υψηλό κόστος απόκτησης της εφαρμογής
- Κόστος Παραμετροποίησης

- Κόστος ολοκλήρωσης και διασύνδεσης με τα υπάρχοντα εταιρικά συστήματα
- Δεν ενημερώνονται τόσο συχνά
- Δεν είναι εύκολο κάποιος να διεισδύσει στον κώδικα και να κάνει αλλαγές χωρίς την υποστήριξη από προγραμματιστές (ΑΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ, 2015)

## 2.6 ΛΟΓΙΣΜΙΚΑ CMS

### Ανοιχτού Κώδικα

- |              |                |
|--------------|----------------|
| • JOOMLA     | • SILVERSTRIPE |
| • WORDPRESS  | • CUSHY        |
| • DRUPAL     | • FROG         |
| • MEDIA WIKI | • MODX         |
| • MOODLE     | • DOTCMS       |
| • LIFERAY    | • REDIAN       |
| • ZIKULA     | • MAGENTO      |
| • TYPO 3     | • PLOGGER      |
| • DOLPHIN    | • OPENCART     |
| • PLONE      | • WIX          |
| • XOOPS      | • PRESTA SHOP  |

### Κλειστού Κώδικα

- |   |                      |
|---|----------------------|
| • IBM WORKPLACE WEB<br>CONTENT MANAGEMENT | • GHOST              |
| • POWERFRONT CMS                          | • TELERIK SITEFINITY |
| • VINGETTE CONTENT<br>MANAGEMENT          | • KENTICO            |
| • JALIOS JCMS                             | • LIGHT              |
|   | • VBULLETIN          |
|   | • XENFORO            |

### 3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ (E-SHOP)

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε τα λογισμικά και τις τεχνολογίες τις οποίες θα χρησιμοποιήσουμε. Είναι αρκετά χρήσιμο να γνωρίζουμε την έκδοση του λειτουργικού συστήματος στην οποία θα “τρέχει” το e-shop πριν εγκαταστήσουμε τα αντίστοιχα προγράμματα προς αποφυγή προβλημάτων συμβατότητας με αποτέλεσμα την μελλοντική κακή λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος (Timmers, 1998). Το γεγονός ότι το e-shop δημιουργείτε τοπικά σε υπολογιστή δεν αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα για την μελλοντική του εξέλιξη, αντιθέτως δημιουργεί μια αίσθηση ασφάλειας στον κατασκευαστή του site καθώς έχει στην κυριότητα του όλα τα αρχεία και τα αντίγραφα ασφαλείας σε σχέση με την ύπαρξη αρχείων σε κάποιο απομακρυσμένο εξυπηρετητή, χωρίς αυτό να περιορίζει την μελλοντική δυνατότητα να “ανεβάσει” την σελίδα σε κάποιο server (Barse et al. 2016). Η αγορά ενός domain και ενός πακέτου φιλοξενίας σε κάποιο εξυπηρετητή μπορεί να προβάλλει το ηλεκτρονικό κατάστημα και σε άλλους χρήστες του διαδικτύου. Στην παρούσα φάση θα δημιουργήσουμε ένα e-shop τοπικά στον υπολογιστή. Για την σωστή λειτουργία του θα χρειαστούμε:

- Ένα πακέτο λογισμικού για τη διαχείριση περιεχομένου του ιστότοπου CMS (Joomla)
- Την επέκταση για την δημιουργία εμπορικών συναλλαγών γνωστή ως (Hikashop)
- Και ένα πρόγραμμα το οποίο να περιέχει έναν εξυπηρετητή ιστοσελίδων (http apache), τη βάση δεδομένων (My SQL) και έναν διερμηνέα γλώσσας PHP και Perl (XAMPP)

#### 3.1 Joomla



Εικόνα 1 - Λογότυπο του CMS Joomla

Το JOOMLA αποτελεί ένα ανοιχτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου χρησιμοποιείτε για δημοσίευση περιεχομένου σε ιδιωτικά δίκτυα άλλα και στο Ίντερνετ, είναι γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού PHP και αποθηκεύει όλα τα δεδομένα του στη βάση My SQL. Βασικό χαρακτηριστικό του είναι ότι δημιουργεί τις σελίδες την ώρα που ζητούνται και αφού ο διακομιστής λάβει τα αιτήματα των χρηστών τα εξυπηρετεί. Δημιουργεί ερωτήματα στην βάση δεδομένων και τα δεδομένα που λαμβάνει τα μορφοποιεί καταλλήλως και τα αποστέλλει στον φυλλομετρητή του χρήστη (Patel & Prajapati, 2018). Είναι διαθέσιμο σε αρκετές γλώσσες μεταξύ των οποίων και τα Ελληνικά. Το JOOMLA έχει μια μεγάλη γκάμα δυνατοτήτων εμφάνισης όπως:

- Blog
- Ιστοσελίδα ειδήσεων
- Δημοσκοπήσεις/Ερευνες
- Online Εφημερίδα
- Ηλεκτρονικό κατάστημα
- Ιστοσελίδα αγγελιών
- Έκθεση φωτογραφιών, μουσικής και βίντεο
- Παρουσιάσεις Επιχειρήσεων
- Ξενοδοχεία, on-line κρατήσεις
- Ιστοσελίδες Συλλόγων – Οργανισμών
- Μεσιτικά Γραφεία

Παράλληλα περιέχει και μία μεγάλη γκάμα επεκτάσεων, templates και προσθηκών οι οποίες μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες οποιουδήποτε τύπου ιστοσελίδας. Κάποια από τα μειονεκτήματα του είναι κενά ασφάλειας που παρουσιάζουν μερικές από αυτές τις επεκτάσεις αλλά λόγω του open source χαρακτήρα και των ενημερώσεων του διορθώνονται άμεσα.

Επίσημη τεχνική υποστήριξη δεν υπάρχει, βοήθεια σε τεχνικά θέματα παρέχεται από το επίσημο φόρουμ τις κοινότητας όπου έμπειροι χρήστες βοηθούν και λύνουν απορίες σε κάθε χρήστη δίνοντας συμβουλές. Το JOOMLA σήμερα αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα open source συστήματα διαχείρισης περιεχομένου μετά από τις πλατφόρμες Wordpress και Drupal (Nigam, Saxena & Gupta, 2015).

### **Πλεονεκτήματα:**

- Μεγάλη γκάμα από Templates, τα οποία τις περισσότερες φορές διατίθενται δωρεάν ή έναντι μικρού κόστους

- Μεγάλο επίπεδο φιλικότητας προς τον χρήστη
- Μεγάλη γκάμα πρόσθετων
- Κοινότητα αφιερωμένη στην υποστήριξη των χρηστών
- Χρήση της πλατφόρμας ακόμα και από αρχάριους χρήστες
- Ευκολία αναβάθμισης από έκδοση σε έκδοση

#### **Μειονεκτήματα:**

- Παράπονα χρηστών όσον αφορά το SEO (search engine optimization)
- Δυσλειτουργία της εφαρμογής με την ύπαρξη μεγάλου αριθμού επεκτάσεων
- Σε κάθε ενημέρωση από αφορά θέματα ασφαλείας γίνεται στόχος από χάκερς
- Ελάχιστα Templates συμβατά με Hikashop και άλλες επεκτάσεις για εμπορικές συναλλαγές

## **3.2 HIKASHOP**



**Εικόνα 2 Λογότυπο της επέκτασης HIKASHOP**

Το HIKASHOP αποτελεί μία ανοιχτού κώδικα προσθήκη η οποία είναι γραμμένη σε PHP η οποία χρησιμοποιείτε για την διενέργεια ηλεκτρονικών συναλλαγών. Δημιουργήθηκε από την ομάδα Hikari και δημοσιεύθηκε στις 20 Σεπτεμβρίου του 2010 και μάλιστα κατάφερε να κερδίσει καλύτερη αξιολόγηση από τον μεγαλύτερο μέχρι πρότινος ανταγωνιστή της γνωστό και ως VIRTUEMART. Κυκλοφόρησε σε τρεις εκδόσεις: HikaShop Starter, HikaShop Essential και HikaShop Business (Kloostra, 2015).

Η επέκταση αυτή επιτρέπει στους χρήστες να διαχειρίζονται με ευκολία το περιεχόμενο του καταστήματος του όπως: τις κατηγορίες προϊόντων, τα προϊόντα, το απόθεμα τις τιμές και διάφορα άλλα χαρακτηριστικά. Παρέχονται πολύ χρήσιμα στατιστικά που προσφέρουν πολλές φορές στοχευόμενο μάρκετινγκ και όλα αυτά μέσα σε ένα πολύγλωσσο περιβάλλον. Διατίθεται δωρεάν για την έκδοση Hikashop Starter και η συμβατή πλατφόρμα χρήσης είναι το Joomla ακόμα παρέχεται μια πλειάδα μεθόδων πληρωμής και τρόπων αποστολής προϊόντων προσαρμοσμένων στις ανάγκες των πελατών. Είναι διαθέσιμο σε αρκετές γλώσσες μεταξύ των οποίων και τα Ελληνικά.



### 3.3 XAMPP



Εικόνα 3 Λογότυπο του XAMPP

Το Xampp είναι ένα πακέτο προγραμμάτων ελεύθερου λογισμικού, ανοικτού κώδικα το οποίο όπως αναφέρουν και οι χαρακτήρες που το αποτελούν είναι πρόγραμμα ανεξαρτήτου πλατφόρμας (X) το οποίο περιέχει έναν εξυπηρετητή ιστοσελίδων (Apache) δηλαδή ένα πρόγραμμα που περιέχει κάποιες ιστοσελίδες και αναλαμβάνει να εξυπηρετεί αιτήματα από χρήστες για την προβολή των σελίδων αυτών, τη βάση δεδομένων (My sql) όπου αποθηκεύονται όλα τα δεδομένα που διαχειρίζεται ένας ιστότοπος και τέλος έναν διερμηνέα για γλώσσες προγραμματισμού (PERL και PHP) με τις οποίες μπορούμε να έχουμε δυναμικές ιστοσελίδες (Friends, 2016).

Οι εντολές PHP ενσωματώνονται στην ιστοσελίδα μαζί με τις εντολές HTML και εκτελούνται στον server προτού σταλεί η σελίδα προς τον πελάτη. Σε αντίθεση με τις εντολές JavaScript οι οποίες εκτελούνται στον υπολογιστή του πελάτη όταν βλέπει τη σελίδα.

Ο επίσημος σκοπός ανάπτυξης του προγράμματος είναι η δημιουργία και η δοκιμή ιστοσελίδων σε τοπικό επίπεδο στον υπολογιστή χωρίς να κρίνεται απαραίτητη η σύνδεση του στο διαδίκτυο. Χρησιμοποιείτε ως πλατφόρμα για την δημιουργία ιστοσελίδων με τεχνολογίες όπως PHP, JSP και Servlets. Στην πράξη όμως μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την φιλοξενία ιστοσελίδων. Το πρόγραμμα περιέχει αρκετές δικλίδες ασφαλείας και αυτό λόγω του σημαντικού του ρόλου.

Αφού εγκατασταθεί στον υπολογιστή διαχειρίζεται τον localhost ως απομακρυσμένο κόμβο με την χρήση του πρωτοκόλλου FTP. Η σύνδεση αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί με την χρήση του ονόματος χρήστη και του κωδικού πρόσβασης, ενώ για την βάση δεδομένων υπάρχει ο χρήστης «root» χωρίς κωδικό πρόσβασης. Με λίγα λόγια το XAMPP είναι ένα εργαλείο που μας δίνει την δυνατότητα να κάνουμε τον υπολογιστή μας έναν Web-server.

Είναι κατάλληλο για χρήστες οι οποίοι θέλουν εύκολα και γρήγορα να εγκαταστήσουν όλα τα απαραίτητα εργαλεία για να αναπτύξουν και να δοκιμάσουν, τοπικά στον υπολογιστή τους, εφαρμογές για το διαδίκτυο. Διατίθεται σε δύο γλώσσες, Αγγλικά και Γερμανικά

Το πρόγραμμα περιέχει τα εξής πακέτα (ενδέχεται να υπάρχει διαφορά ανάλογα με την έκδοση) :

- Apache 2.2.2
- MySQL 5.0.21
- PHP 5.1.4 + PHP 4.4.2-pl1 + PEAR

- PHP-Switch win32 1.0
- XAMPP Control Version 2.3
- XAMPP Security 1.0
- SQLite 2.8.15
- OpenSSL 0.9.8b
- phpMyAdmin 2.8.1
- ADOdb 4.80
- Mercury Mail Transport System v4.01b
- FileZilla FTP Server 0.9.16c
- Webalizer 2.01-10
- Zend Optimizer 3.0.0

Βέβαια το xampp δεν αποτελεί το μοναδικό εργαλείο για την διαχείριση του localhost, υπάρχουν και άλλα προγράμματα τα οποία προσφέρουν τις ίδιες υπηρεσίες είτε ως μονάδα δηλαδή θα πρέπει ξεχωριστά να εγκαταστήσουμε ένα λογισμικό για τον server (Apache), μία γλώσσα προγραμματισμού, (PHP) και ένα λογισμικό διαχείρισης βάσης δεδομένων, (MySQL) είτε ως συνδυασμό των ανωτέρω υπηρεσιών σε κάποιο λογισμικό. Τα πιο δημοφιλή εργαλεία που προσφέρουν τις ανωτέρω υπηρεσίες είναι τα εξής:

- WampServer
- EasyPHP
- UwAmp SERVER
- AMPPS
- MAMP
- Wnmp
- Devilbox
- Openserver
- USB Webservice

Το Xampp είναι πολύ εύκολο στην χρήση με πάτημα δύο πλήκτρων έχουμε ενεργοποιήσει τον apache και MsqI και είμαστε έτοιμοι να συνεχίσουμε την ανάπτυξη της ιστοσελίδας μας. Ακόμα μπορούμε να παρέμβουμε και να τροποποιήσουμε εύκολα παραμέτρους που θα διευκολύνουν το έργο μας αφού τα αρχεία είναι προσβάσιμα από την αρχική σελίδα του προγράμματος. Χρησιμοποιείτε κυρίως για περιβάλλοντα ανάπτυξης και όχι παραγωγής και αυτό λόγω της ελλιπούς ασφάλειας που το διακατέχει. Όπως

αντιλαμβανόμαστε η χρήση του σε περιβάλλον παραγωγής χωρίς παραμετροποίηση θα μπορούσε να αποβεί μοιραία για την ιστοσελίδα (Kharim Khan).

### **Πλεονεκτήματα**

- Είναι εύκολο να εγκατασταθεί σε σύγκριση με άλλα λογισμικά όπως το WAMP.
- Είναι εύκολο στη χρήση
- Είναι το Multi Cross Platform που σημαίνει ότι το XAMPP είναι ανεξάρτητο πλατφόρμας.
- Έρχεται επίσης με μια σειρά άλλων ενοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των OpenSSL, phpMyAdmin, MediaWiki, Joomla, WordPress και πολλά άλλα χρήσιμα εργαλεία.
- Το XAMPP προσφέρεται τόσο σε πλήρη όσο και σε κανονική έκδοση (Μικρότερη έκδοση).
- Μπορούμε να ξεκινήσουμε και να σταματήσουμε ολόκληρη τη βάση δεδομένων webserver με μία εντολή.
- Είναι δωρεάν
- Χρησιμοποιείτε κυρίως για περιβάλλοντα ανάπτυξης

### **Μειονεκτήματα**

- Η διαμόρφωση και η ρύθμιση είναι δύσκολο να γίνει σε σύγκριση με το WAMP server
- Χωρίς παραμετροποίηση το Xampp παρουσιάζει πολλά κενά ασφαλείας και έτσι δεν θα μπορούσε να σταθεί εύκολα σε ένα περιβάλλον παραγωγής
- Διαθέσιμες γλώσσες Αγγλικά, Γερμανικά

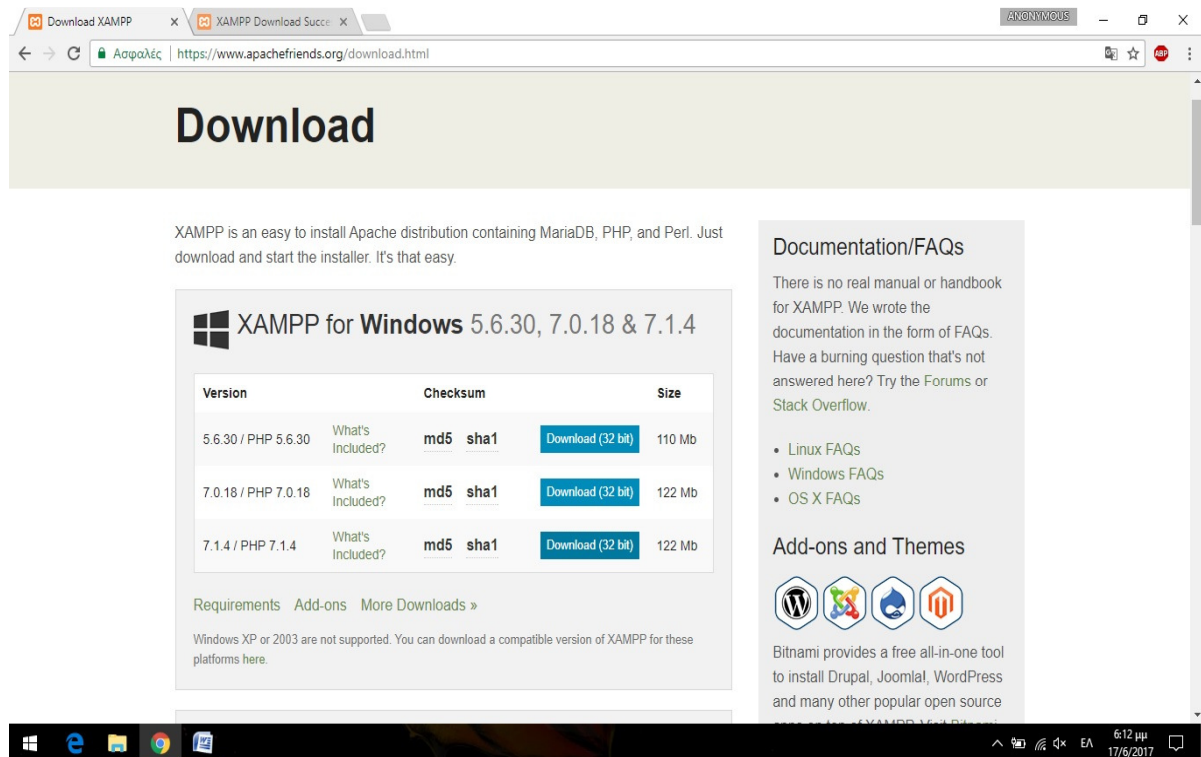
## **4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΩΝ**

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιάσουμε βήμα-βήμα την διαδικασία εγκατάστασης των απαραίτητων για την σωστή λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος λογισμικών. Το σύστημα στο οποίο θα εγκατασταθεί το e-shop “τρέχει” σε Windows 10 x64 έτσι κρίνεται πάντα απαραίτητη η εγκατάσταση της σωστής έκδοσης των λογισμικών προς αποφυγή προβλημάτων συμβατότητας.

## 4.1 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ XAMPP

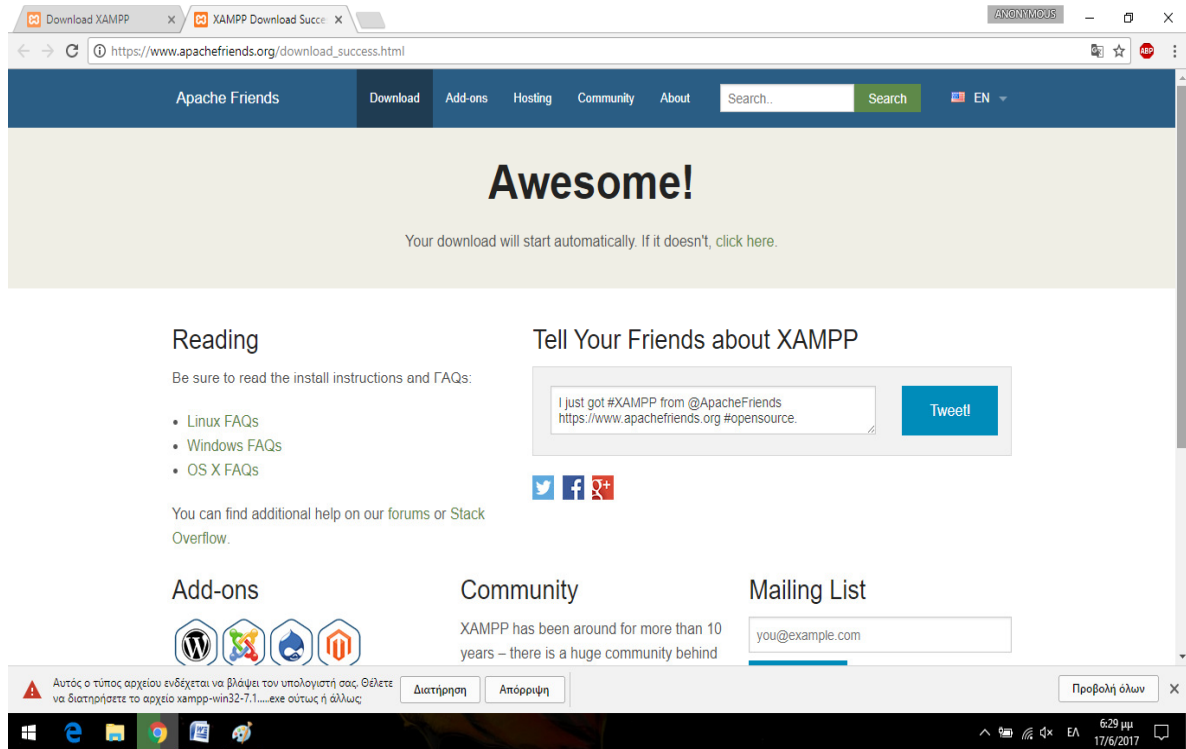
- 1) Πληκτρολογούμε στον φυλλομετρητή μας την διεύθυνση

<https://www.apachefriends.org/download.html>



Εικόνα 4 - Εγκατάσταση XAMPP I

- 2) Επιλέγουμε την κατάλληλη έκδοση που χρειαζόμαστε ανάλογα με το λειτουργικό σύστημα και πατάμε «**Download**»
- 3) Στην συνέχεια θα ανοίξει η ακόλουθη σελίδα όπου θα επιλέξουμε «**διατήρηση του αρχείου**» (ΕΙΚΟΝΑ 5)



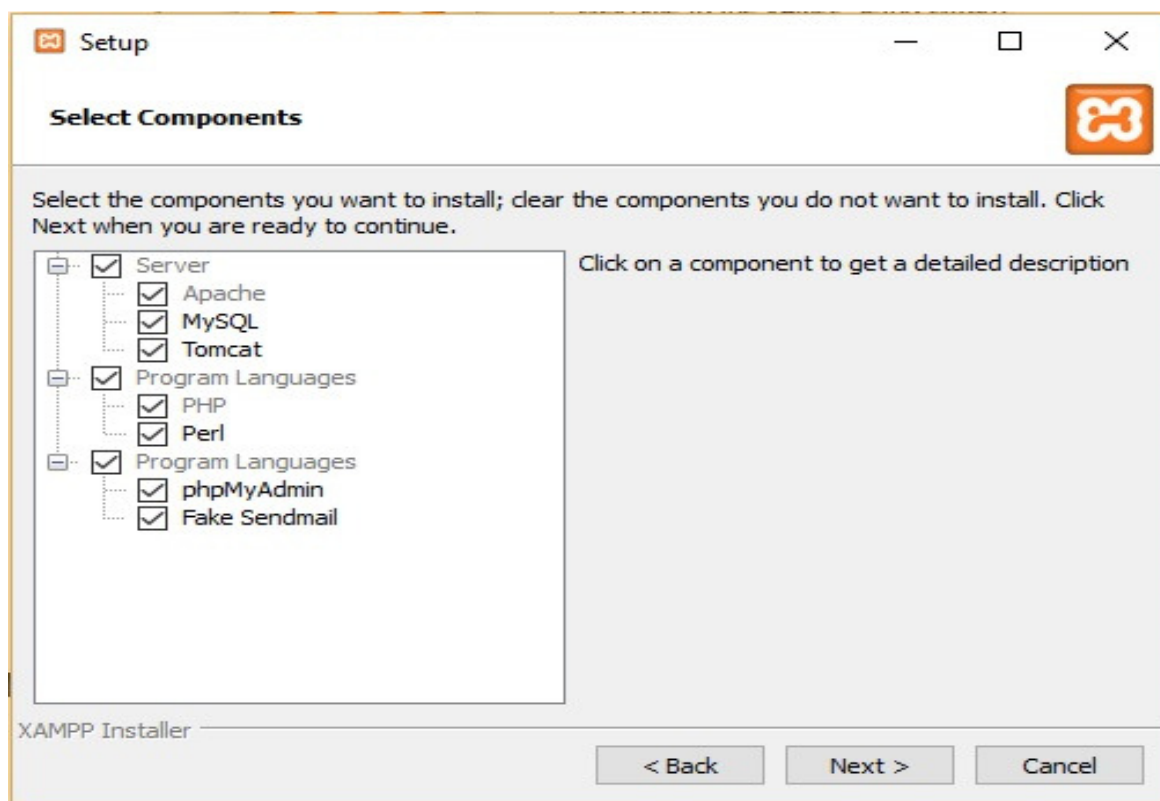
Εικόνα 5- Εγκατάσταση XAMPP II

- 4) Πηγαίνουμε στον φάκελο που κατεβάσαμε το αρχείο και πατάμε διπλό κλικ επάνω του
- 5) Στην συνέχεια επιλέγουμε «Next»



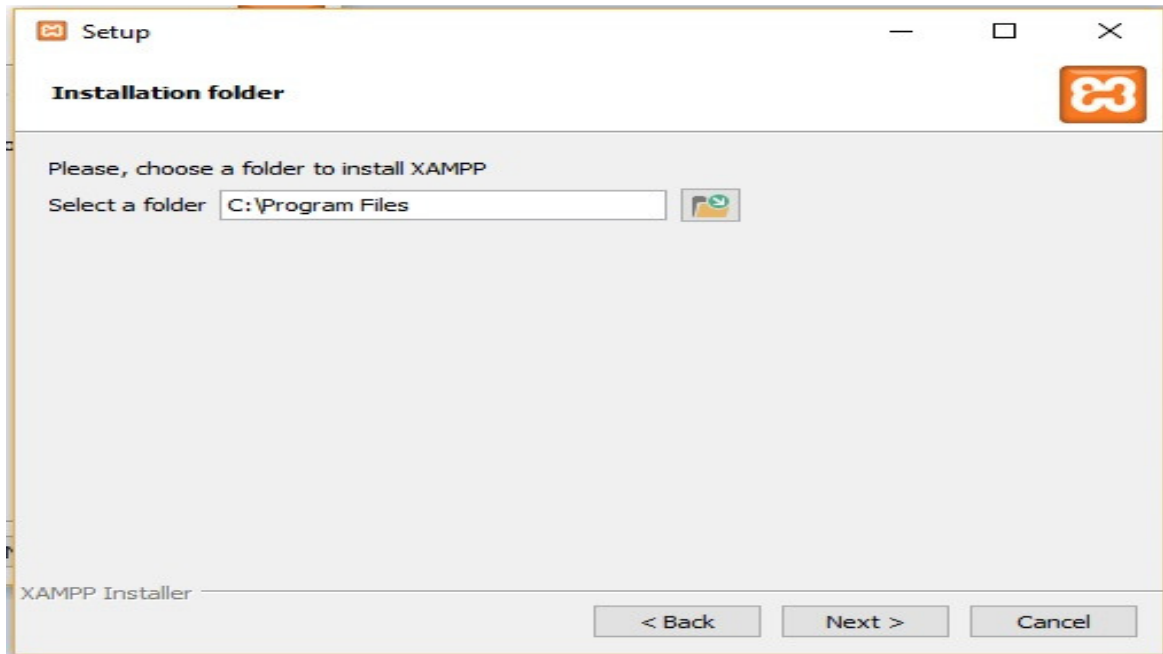
Εικόνα 6- Εγκατάσταση XAMPP III

6) Επιλέγουμε τις λειτουργίες που χρειαζόμαστε και πατάμε «Next»



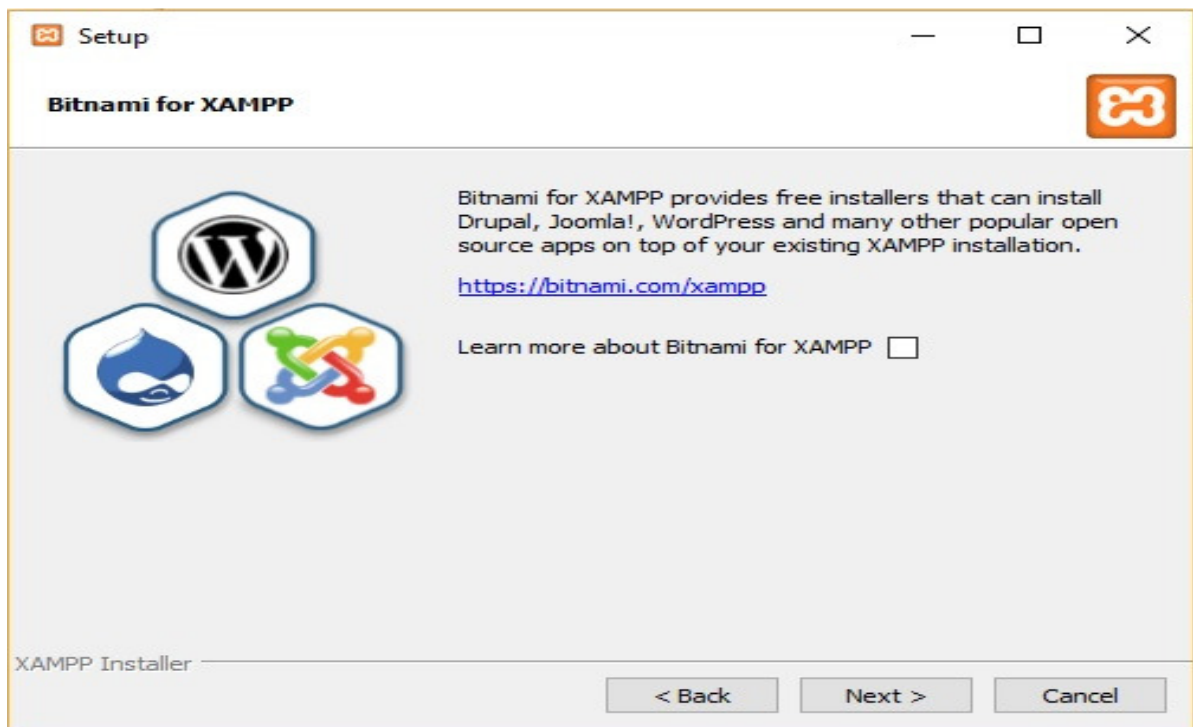
Εικόνα 7- Εγκατάσταση XAMPP IV

7) Στην συνέχεια επιλέγουμε τον φάκελο στον οποίο θα εγκαταστήσουμε το πρόγραμμα. Και πατάμε «Next» Ως προεπιλεγμένο μονοπάτι έχει ορίσει το C:\xampp



Εικόνα 8- Εγκατάσταση XAMPP V

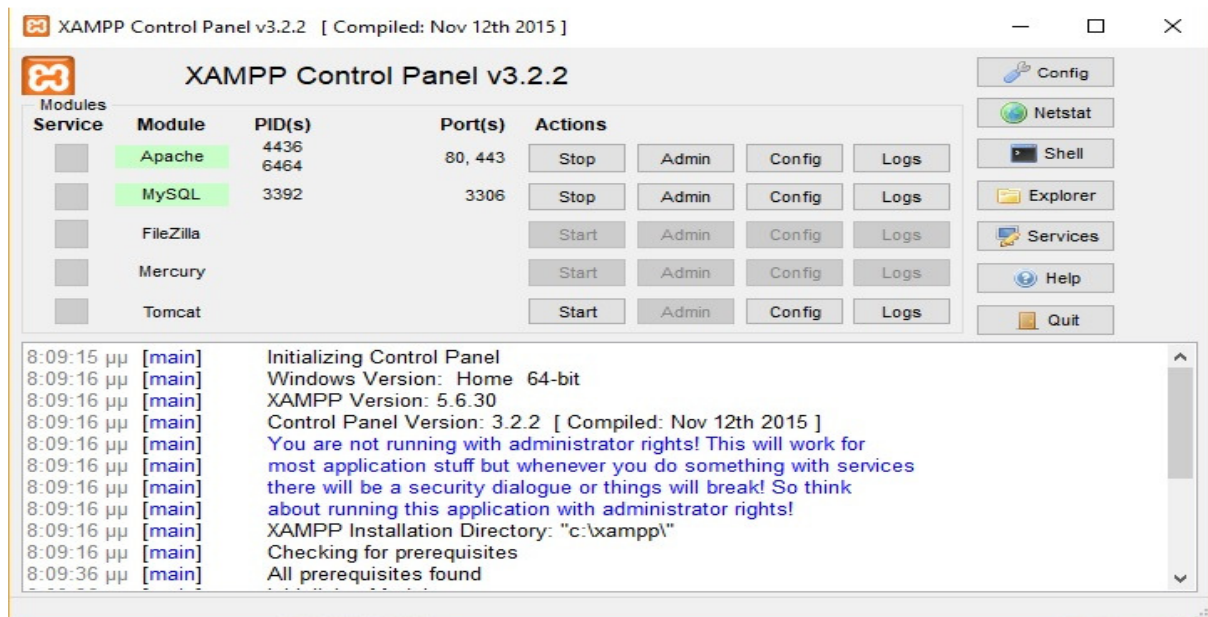
8) Στην συνέχεια επιλεγούμε ξανά «Next»



Εικόνα 9- Εγκατάσταση XAMPP VI

9) Και τέλος επιλέγουμε το «**Finish**» για να κλείσει ο οδηγός εγκατάστασης. Εάν δεν εμφανιστούν σφάλματα σημαίνει ότι η εγκατάσταση έγινε σωστά και το πρόγραμμα είναι έτοιμο για χρήση

10) Η αρχική εικόνα του προγράμματος έχει την εξής μορφή (**ΕΙΚΟΝΑ 10**):

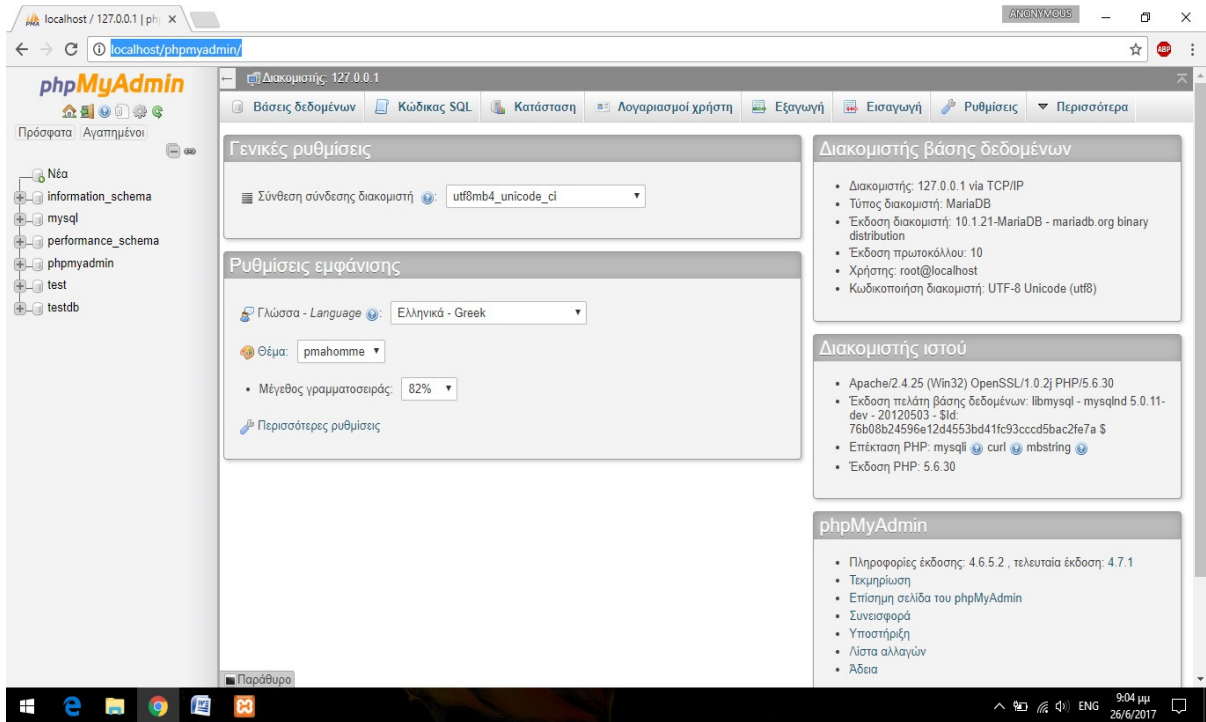


**Εικόνα 10- Εγκατάσταση XAMPP VII**

Για να είμαστε σε θέση να βλέπουμε αλλά και να πραγματοποιούμε αλλαγές στην ιστοσελίδα μας θα πρέπει να ενεργοποιήσουμε τις επιλογές **Apache** και **MySQL** με τα κουμπιά **Start** απέναντι από τις αντίστοιχες επιλογές. Μόλις η ένδειξη γίνει πράσινη είναι έτοιμο για χρήση.

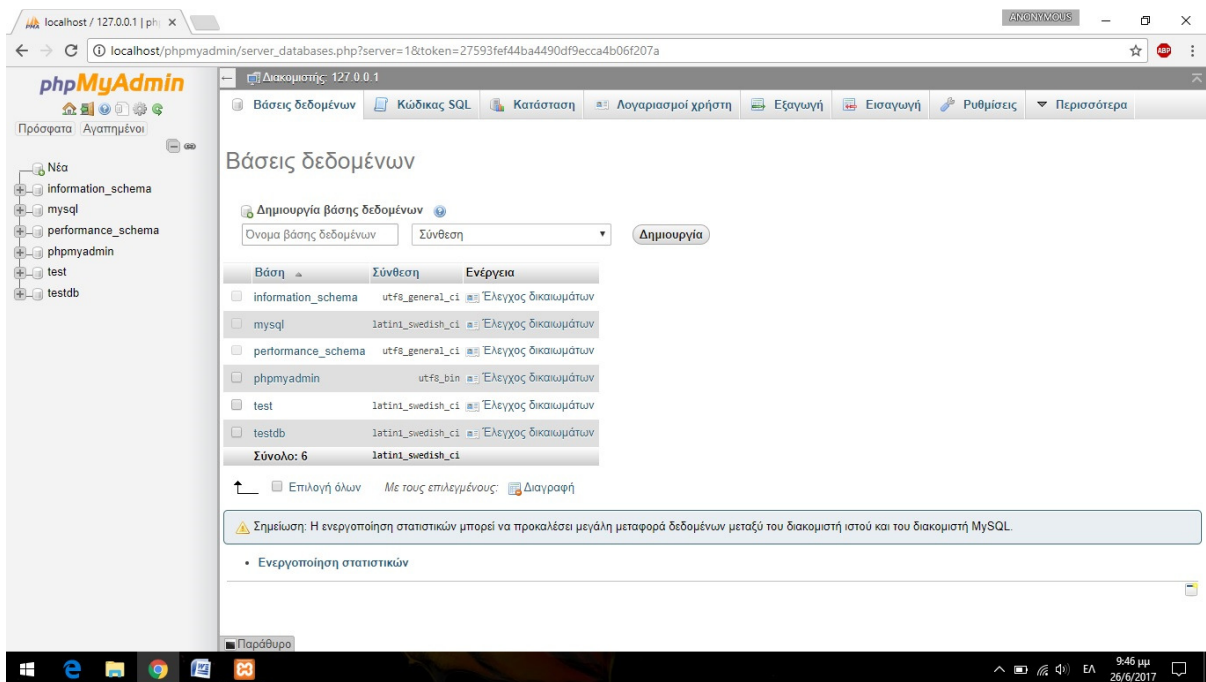
Ρύθμιση χρειάζεται όμως και η βάση δεδομένων για την εύρυθμη λειτουργία του e-shop. Για την είσοδο μας στην πλατφόρμα διαχείρισης της βάσης δεδομένων θα πρέπει να πληκτρολογήσουμε την διεύθυνση <http://localhost/phpmyadmin/> στον φυλλομετρητή μας. Θα εμφανιστεί η παρακάτω σελίδα:





Εικόνα 11- Εγκατάσταση XAMPP VIII

Θα πρέπει να δημιουργήσουμε μια βάση δεδομένων στην οποία θα αποθηκευτούν όλα τα δεδομένα του e-shop. Πατάμε στην επιλογή «**Νέα**» στο πάνω αριστερό μέρος του παραθύρου και στην συνέχεια δίνουμε ένα όνομα στην καινούργια βάση δεδομένων και πατάμε στην επιλογή «**Δημιουργία**»

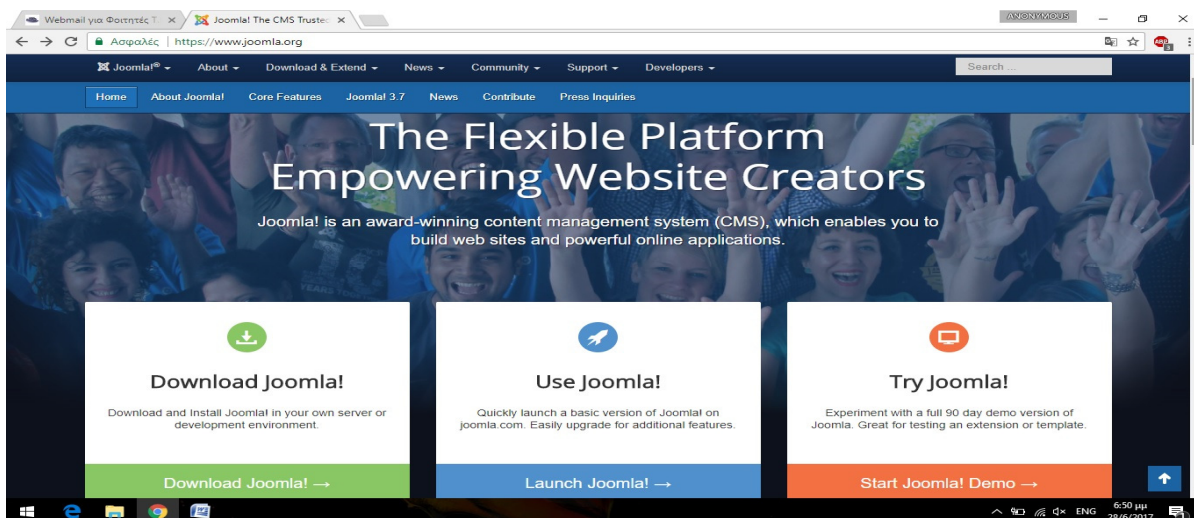


Εικόνα 12 - - Εγκατάσταση XAMPP VIV

Αφού δημιουργήσουμε την βάση πλέον μπορούμε να εγκαταστήσουμε σύστημα διαχείρισης περιεχομένου που θέλουμε και να αρχίσουμε την κατασκευή του e-shop.

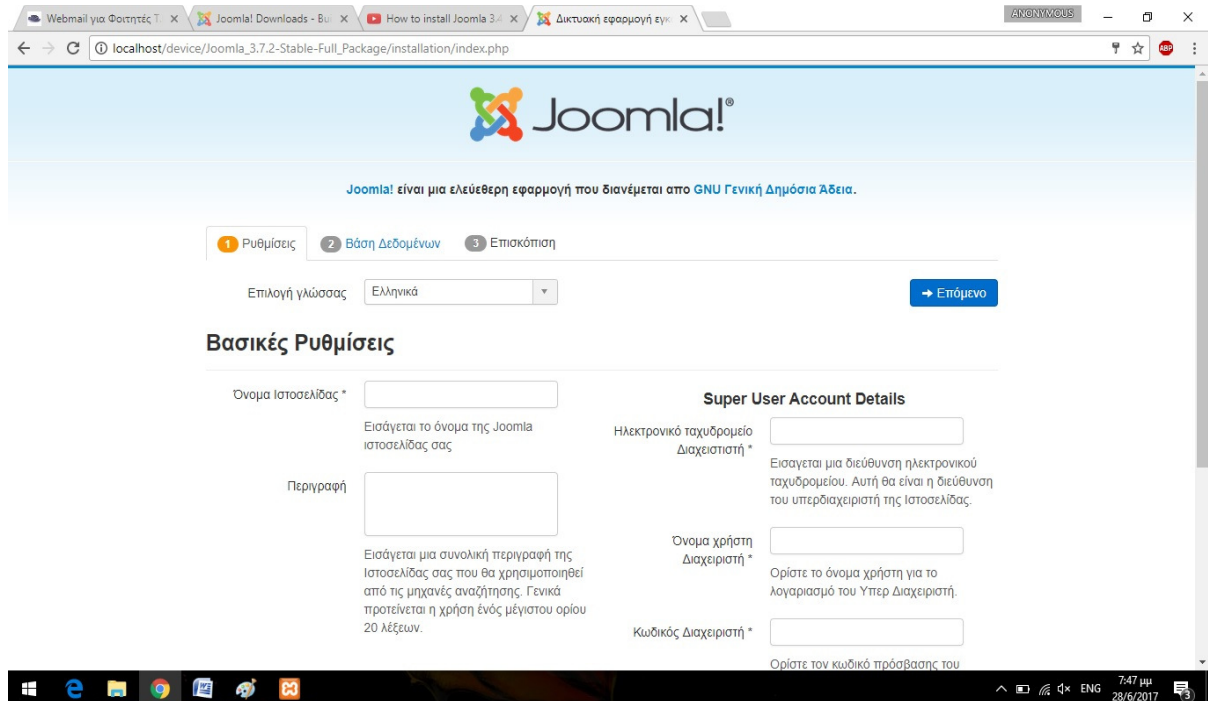
## 4.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ JOOMLA

- 1) Πληκτρολογούμε στον φυλλομετρητή μας τη διεύθυνση: <https://www.joomla.org/>



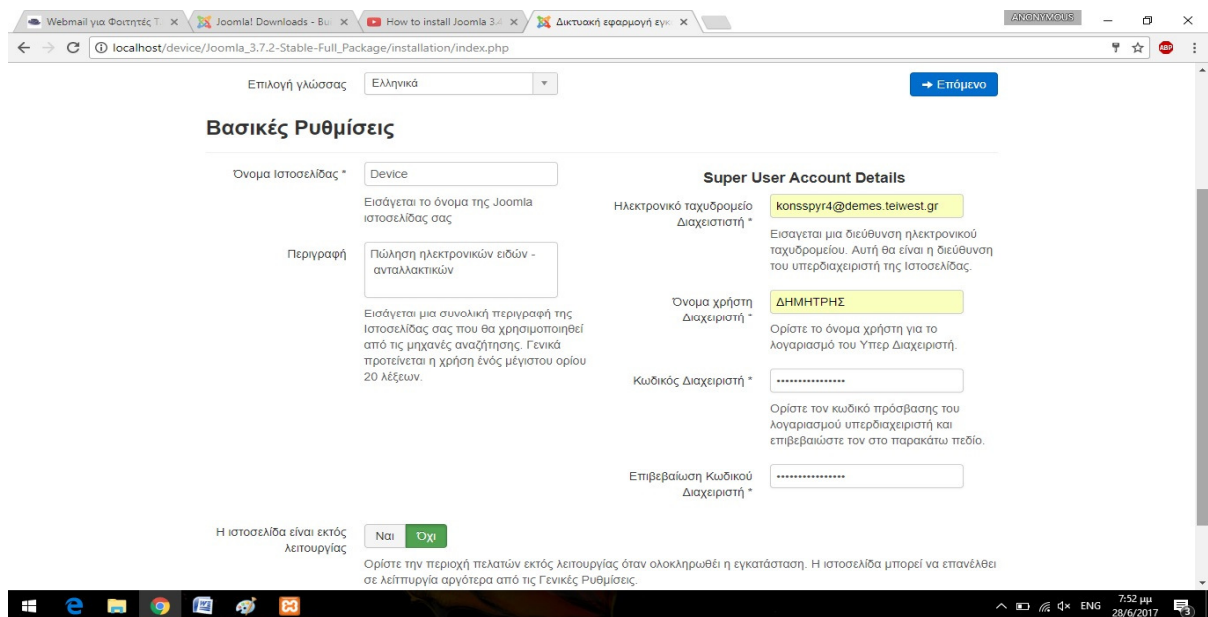
Εικόνα 13 - Εγκατάσταση JOOMLA I

- 2) Στην συνέχεια πατάμε στο πεδίο «**Download Joomla!**» για να το κατεβάσουμε στον υπολογιστή μας και στην συνέχεια να το εγκαταστήσουμε
- 3) Αφού το κατεβάσουμε το κάνουμε μετακίνηση το zip αρχείο στο εξής μονοπάτι: C:\xampp\htdocs\joomla1 (ο φάκελος «Joomla1» δημιουργήθηκε στο τέλος και μπορεί να πάρει οποιοδήποτε όνομα επιθυμούμε)
- 4) Λόγο του συμπεσμένου χαρακτήρα του αρχείου, χρειάζεται να κάνουμε αποσυμπίεσή, το κάνουμε στον ίδιο φάκελο
- 5) Διαγράφουμε το αρχικό συμπεσμένο αρχείο
- 6) Στην συνέχεια πληκτρολογούμε στον φυλλομετρητή τη διεύθυνση <http://localhost/Joomla1/> (όπου Joomla1 ο φάκελος εγκατάστασης του Joomla)
- 7) Στην συνέχεια εμφανίζεται η παρακάτω σελίδα η οποία αποτελεί τον οδηγό εγκατάστασης του JOOMLA



Εικόνα 14 - Εγκατάσταση JOOMLA II

- 8) Συμπληρώνουμε το «DEVICE» ως **όνομα σελίδας**, στην **περιγραφή** βάζουμε μια πρόταση αντιπροσωπευτική όπως π.χ. το τι εμπορεύεται το κατάστημα, συμπληρώνουμε και **τα στοιχεία του χρήστη** στα δεξιά της οθόνης και πατάμε το «**Επόμενο**»



Εικόνα 15 - Εγκατάσταση JOOMLA III

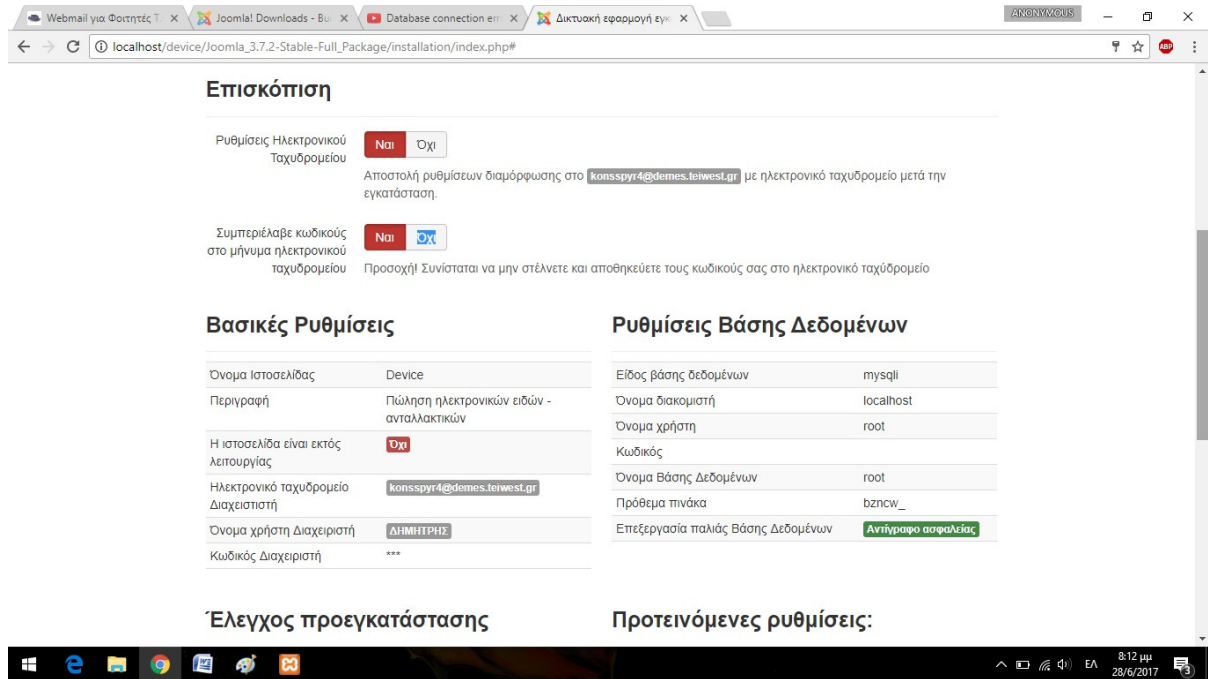
- 9) Συμπληρώνουμε και στην παρακάτω σελίδα που θα εμφανιστεί τα κατάλληλα στοιχεία της βάσης δεδομένων που χρησιμοποιήσαμε προηγουμένως βλ. (ΕΙΚΟΝΑ 12) και πατάμε στο «Επόμενο»

The screenshot shows the Joomla! 3.7.2 installation database configuration screen. The title is "Ρυθμίσεις Βάσης Δεδομένων". The browser address bar shows "localhost/device/joomla\_3.7.2-Stable-Full\_Package/installation/index.php#". The page has a navigation bar with "Προηγούμενο" and "Επόμενο" buttons. The form contains the following fields and labels:

- Είδος βάσης δεδομένων \***: MySQL (dropdown menu). Below it: "Πιθανό να είναι "MySQL!"
- Όνομα διακομιστή \***: localhost (text input). Below it: "Συνήθως είναι "localhost!"
- Όνομα χρήστη \***: root (text input). Below it: "Συνήθως είναι "root!" ή το όνομα χρήστη από τον κεντρικό υπολογιστή.
- Κωδικός**: (empty text input). Below it: "Είναι απαραίτητο για την ασφάλεια της ιστοσελίδας να χρησιμοποιείτε κωδικό πρόσβασης για τη βάση δεδομένων."
- Όνομα Βάσης Δεδομένων \***: root (text input). Below it: "Ορισμένοι διακομιστές επιτρέπουν μόνο συγκεκριμένα ονόματα βάσεων δεδομένων για κάθε ιστοσελίδα. Χρησιμοποιήστε σε αυτή την περίπτωση προθέματα πινάκων για ξεχωριστές ιστοσελίδες Joomla!.
- Πρόθεμα πινάκα \***: bzpcw\_ (text input). Below it: "Επιλέξτε ένα πρόθεμα πινάκα ή χρησιμοποιήστε το **τυχαία παραγόμενο**. Ιδανικά επιλέξτε ένα πρόθεμα τριών ή τεσσάρων χαρακτήρων, μόνο με αλφαριθμητικούς χαρακτήρες το οποίο ΠΡΕΠΕΙ να τελειώνει σε κάτω παύλα. **Βεβαιωθείτε ότι το πρόθεμα που επιλέξατε δεν ανήκει σε άλλο πίνακα.**
- Επεξεργασία παλιάς Βάσης Δεδομένων \***: Two buttons: "Αντίγραφο ασφαλείας" (highlighted in red) and "Αφαίρεση". Below it: "Υπάρχοντα αντίγραφα ασφαλείας πινάκων από παλαιότερες εγκαταστάσεις Joomla! θα αντικατασταθούν."

Εικόνα 16 - Εγκατάσταση JOOMLA IV

- 10) Στην σελίδα που ακολουθεί ουσιαστικά έχουμε την προβολή της σύνοψης των ρυθμίσεων πριν την εγκατάσταση



Εικόνα 17 - Εγκατάσταση JOOMLA V

11) Στην συνέχεια εφόσον συμφωνούμε με τα στοιχεία στην (ΕΙΚΟΝΑ 17) πατάμε το «**Εγκατάσταση**» και έτσι ολοκληρώσαμε την εγκατάσταση του Joomla



Εικόνα 18 - Εγκατάσταση JOOMLA VI

- 12) **Προσοχή:** Είναι απαραίτητη η αφαίρεση του φακέλου installation για την σωστή του λειτουργία, έτσι κάνουμε κλικ στο πεδίο «**Αφαίρεση φακέλου installation**» και πλέον είναι έτοιμο για χρήση.

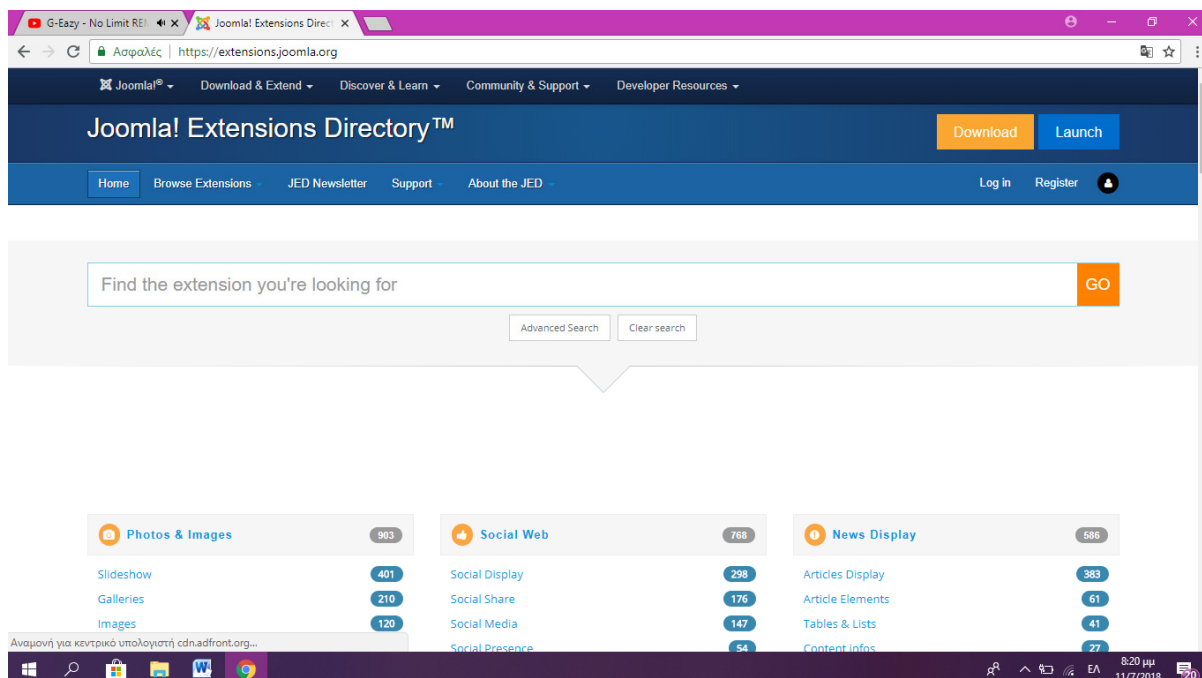
Μετά την εγκατάσταση έχουμε την δυνατότητα προβολής της σελίδας διαχείρισης (administrator page) μέσω της διεύθυνσης <http://localhost/Joomla1/administrator/index.php> όπου μπορούμε να πραγματοποιούμε όλες τις αλλαγές σε ρυθμίσεις αλλά και σε οπτικό επίπεδο αναλόγως με τα δικαιώματα χρήσης που διαθέτουμε (στην συγκεκριμένη περίπτωση υπάρχει μόνο ένας χρήστης “ο διαχειριστής”), αλλά και την δυνατότητα προβολής της σελίδας μέσω της διεύθυνσης <http://localhost/Joomla1/> όπως θα την έβλεπε το κοινό χωρίς να υπάρχει η δυνατότητα αλλαγών.

Ορίσαμε: **Όνομα χρήστη: admin Κωδικός: secret**

### 4.3 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ HIKASHOP

Για την εγκατάσταση του Hikashop:

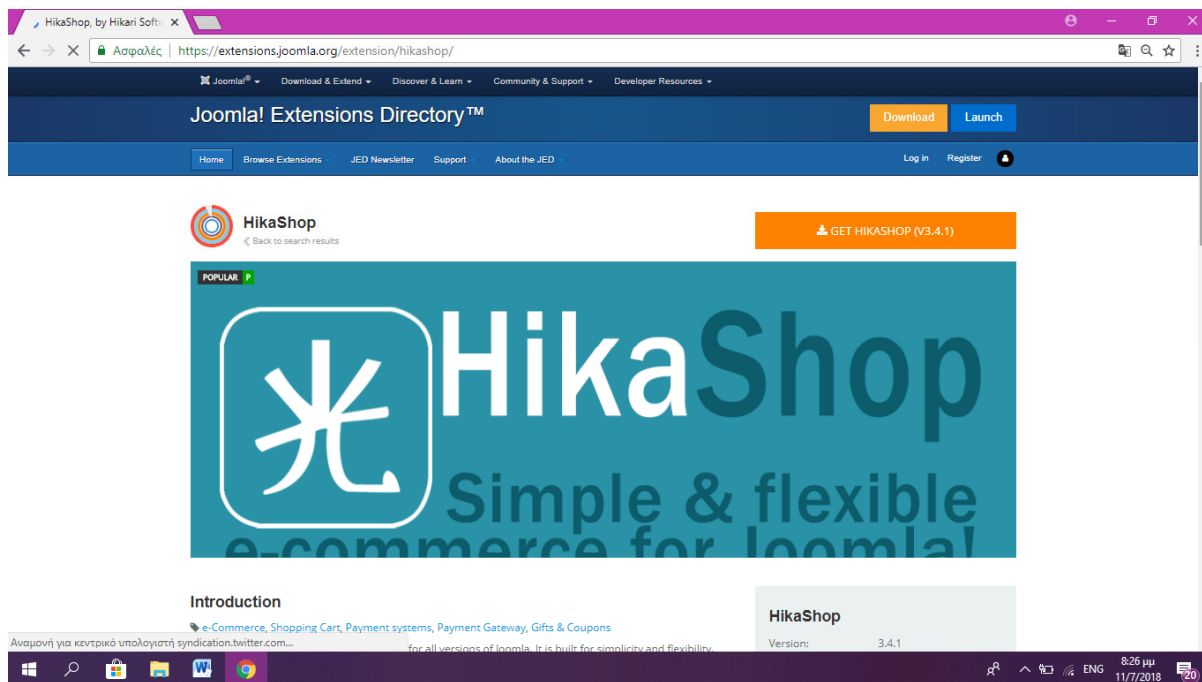
1. Πληκτρολογούμε στον φυλλομετρητή μας τη διεύθυνση <https://extensions.joomla.org/>



Εικόνα 19 Εγκατάσταση HIKASHOP I

Η σελίδα αυτή αποτελεί τον επίσημο κατάλογο για την λήψη και την αξιολόγηση επεκτάσεων.

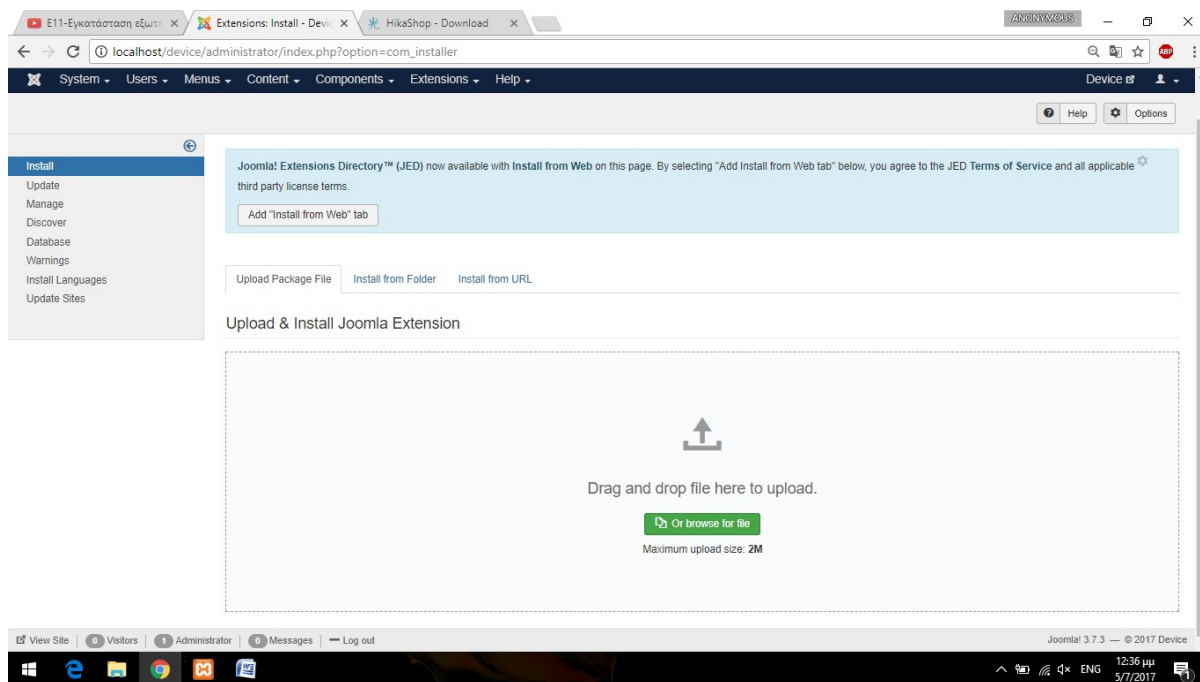
2. Πηγαίνουμε στην κατηγορία επεκτάσεων «E-commerce», και μας εμφανίζεται η λίστα με όλες τις επεκτάσεις η οποίες αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο. Στην συγκεκριμένη περίπτωση θα επιλέξουμε το Hikashop
3. Στην σελίδα που θα εμφανιστεί πατάμε στο «GET HIKASHOP» έτσι ώστε να ξεκινήσει η λήψη.



Εικόνα 20 Εγκατάσταση HIKASHOP II

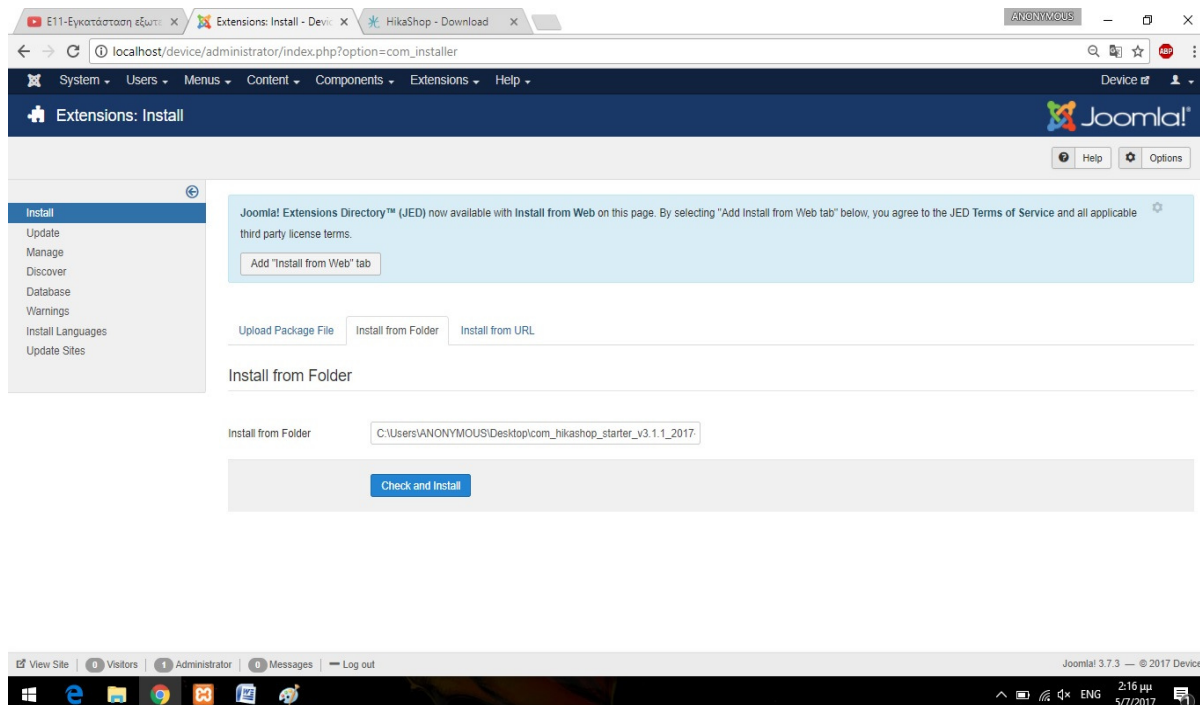
4. Το αρχείο που θα κατεβεί θα είναι συμπιεσμένο έτσι κρίνεται απαραίτητη η αποσυμπίεση του
5. Στην συνέχεια θα ανεβάσουμε τον φάκελο έτσι ώστε να εγκαταστήσουμε την επέκταση. Στην πλατφόρμα διαχείρισης πηγαίνουμε στο μενού **Extensions -> Manage -> Install**

Στην συνέχεια θα εμφανιστεί η παρακάτω σελίδα:



Εικόνα 21 - Εγκατάσταση HIKASHOP III

## 6. Επιλέγουμε την καρτέλα «Install From Folder»



Εικόνα 22 - Εγκατάσταση HIKASHOP IV

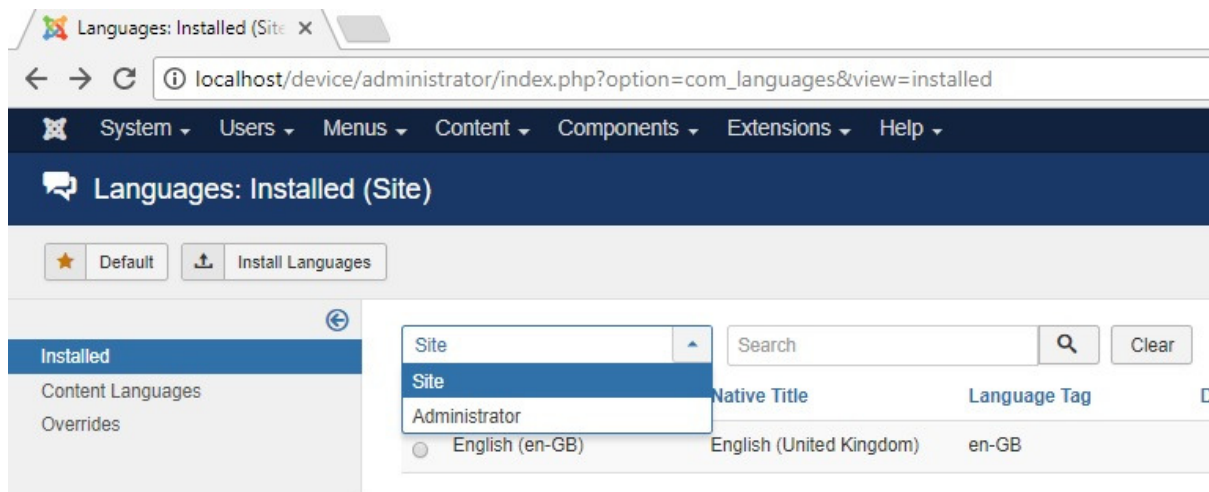


7. Συμπληρώνουμε το μονοπάτι που βρίσκεται ο φάκελος που μόλις κατεβάσαμε και πατάμε το «**Check and Install**»
8. Και έτσι εγκαταστήσαμε επιτυχώς την επέκταση μας. Η διαδικασία είναι η ίδια για κάθε επέκταση που θέλουμε να εγκαταστήσουμε

#### 4.4 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΓΛΩΣΣΑΣ

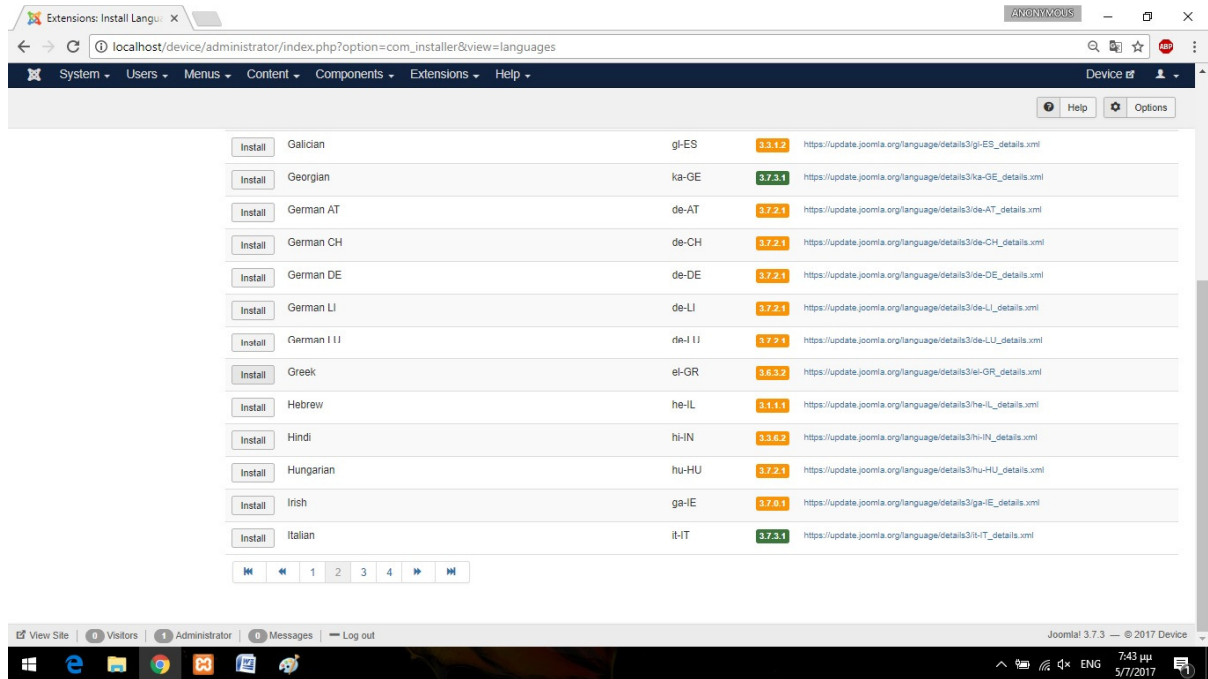
Για την εγκατάσταση της γλώσσας:

- 1) Στην σελίδα διαχείρισης πηγαίνουμε: **Control Panel -> Languages -> Install Languages**. Επιλέγουμε πρώτα την περιοχή για την οποία θέλουμε να εγκαταστήσουμε την γλώσσα **Site** ή **Administrator**.



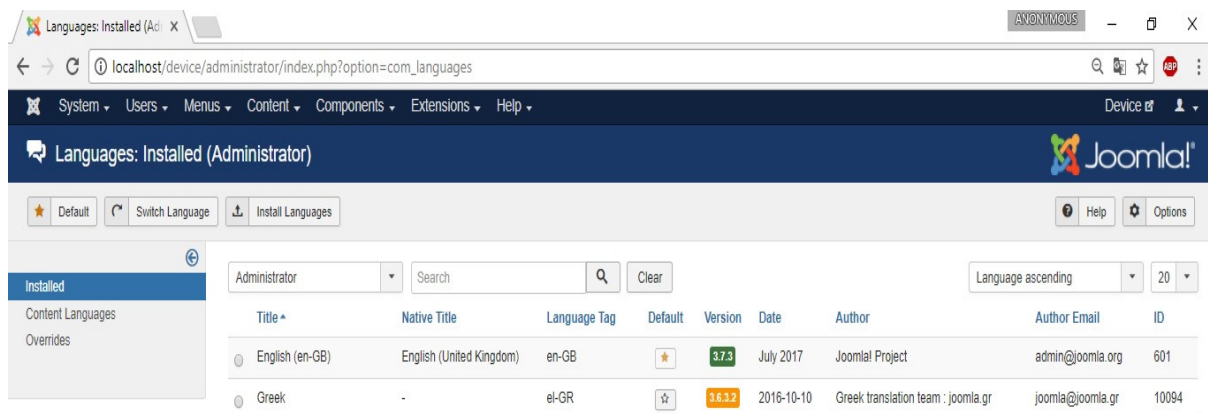
Εικόνα 23 - Εγκατάσταση γλώσσας I

- 2) Στην συνέχεια εμφανίζεται μια λίστα με όλες τις διαθέσιμες γλώσσες



Εικόνα 24 - Εγκατάσταση γλώσσας II

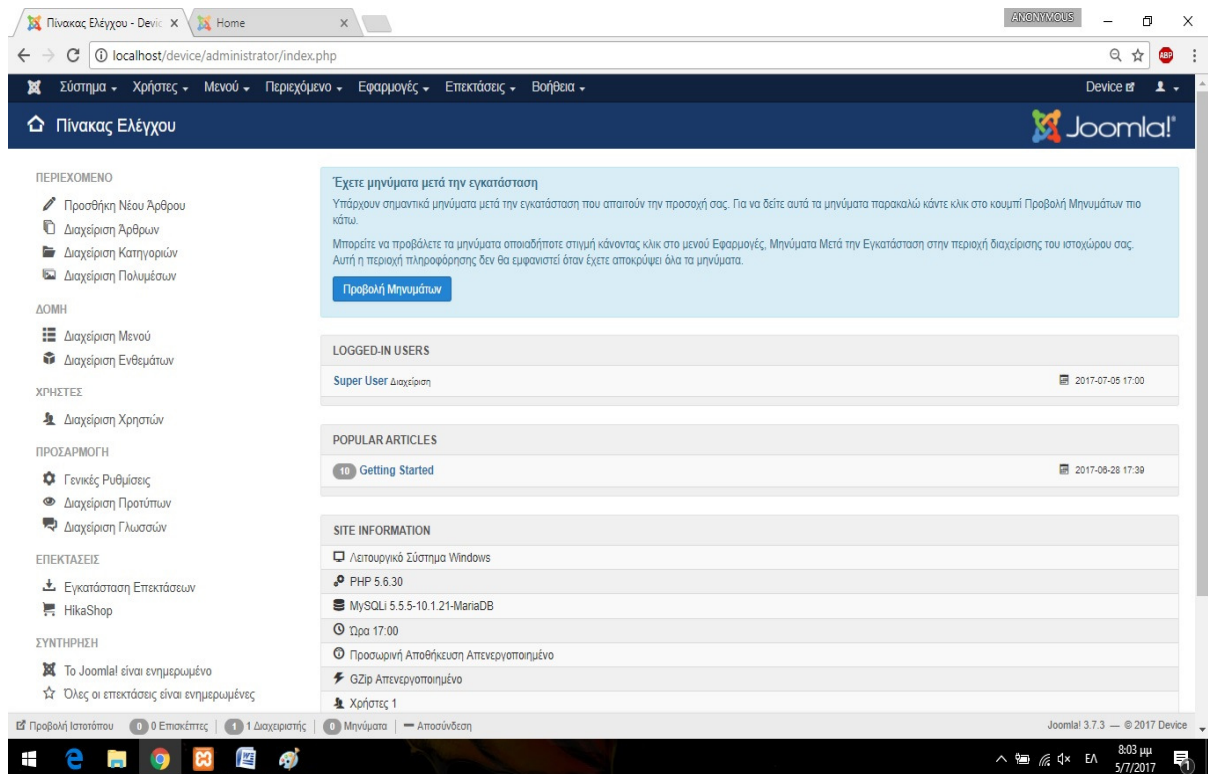
- 3) Επιλέγουμε την γλώσσα που θέλουμε και πατάμε το «Install»
- 4) Στην σελίδα που ακολουθεί έχουμε πλέον δύο γλώσσες, τα Αγγλικά και τα Ελληνικά



Εικόνα 25 - Εγκατάσταση γλώσσας III

- 5) Κάτω από την επιλογή «Default» Επιλέγουμε το αστέρι στην γλώσσα **Greek** έτσι ώστε να γίνει κίτρινο και η γλώσσα να γίνει η προεπιλεγμένη

- 6) Πλέον η περιοχή διαχείρισης έχει αλλάξει γλώσσα με αποτέλεσμα ένα ποιο εύχρηστο και κατανοητό περιβάλλον προσαρμοσμένο στις ανάγκες του κάθε χρήστη



Εικόνα 26 - Εγκατάσταση γλώσσας VI

Την ίδια διαδικασία ακολουθούμε και για την περιοχή του Site έτσι ώστε να γίνει προεπιλεγμένη γλώσσα η Ελληνική.

## 5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ DEVICE

### 5.1 ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΙΔΕΑ

Δεδομένης της συνεχούς εξέλιξης της τεχνολογίας όλο και περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες δημιουργούνται γύρω από τον τομέα της τεχνολογίας. Με αποτέλεσμα την δημιουργία πολλών κερδοφόρων ηλεκτρονικών καταστημάτων όπου από μικρές αποθήκες μπορούν να φτάσουν σε κύκλο εργασιών αρκετών εκατομμυρίων. Για την πτυχιακή μου εργασία θα δημιουργήσω μια «πλασματική» επιχείρηση, ένα e-shop με όνομα “Device” σε Ελληνική μετάφραση «συσκευή». Το ονόμασα έτσι ώστε να είναι εμφανές το αντικείμενο το οποίο εμπορεύεται, το οποίο είναι: Ανταλλακτικά ηλεκτρονικών υπολογιστών, οθόνες,

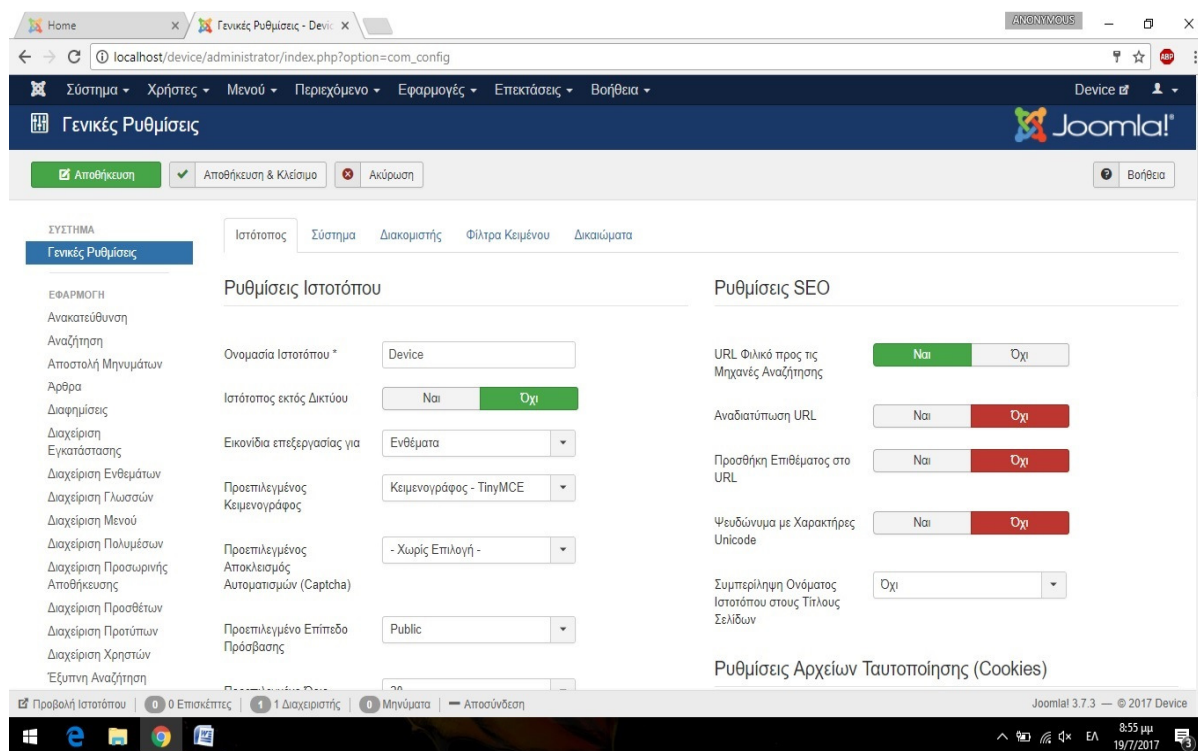
εξαρτήματα, ηχεία, κονσόλες, εκτυπωτές, λογισμικά και γενικότερα ηλεκτρονικές συσκευές και ανταλλακτικά.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα δεν διαθέτει φυσική παρουσία με αυτόν τον τρόπο μπορούμε να καταφέρουμε σημαντική μείωση των δαπανών. Υπάρχει μόνο ένας ιδιόκτητος χώρος στον οποίο γίνεται η αποθήκευση των προϊόντων και η ταξινόμηση τους με βάση τον τύπο και τον κωδικό προϊόντος που ισχύει και στο e-shop.

Ακόμα, το e-shop που κατασκευάσα αποτελεί μια εντελώς δωρεάν προσπάθεια χωρίς συνδρομές Hosting και domain name αφού είναι σε τοπικό επίπεδο, χωρίς αυτό να αποτελεί εμπόδιο στην παρουσίαση της πτυχιακής αφού το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι πλήρως λειτουργικό από τον δικό μου φυλλομετρητή.

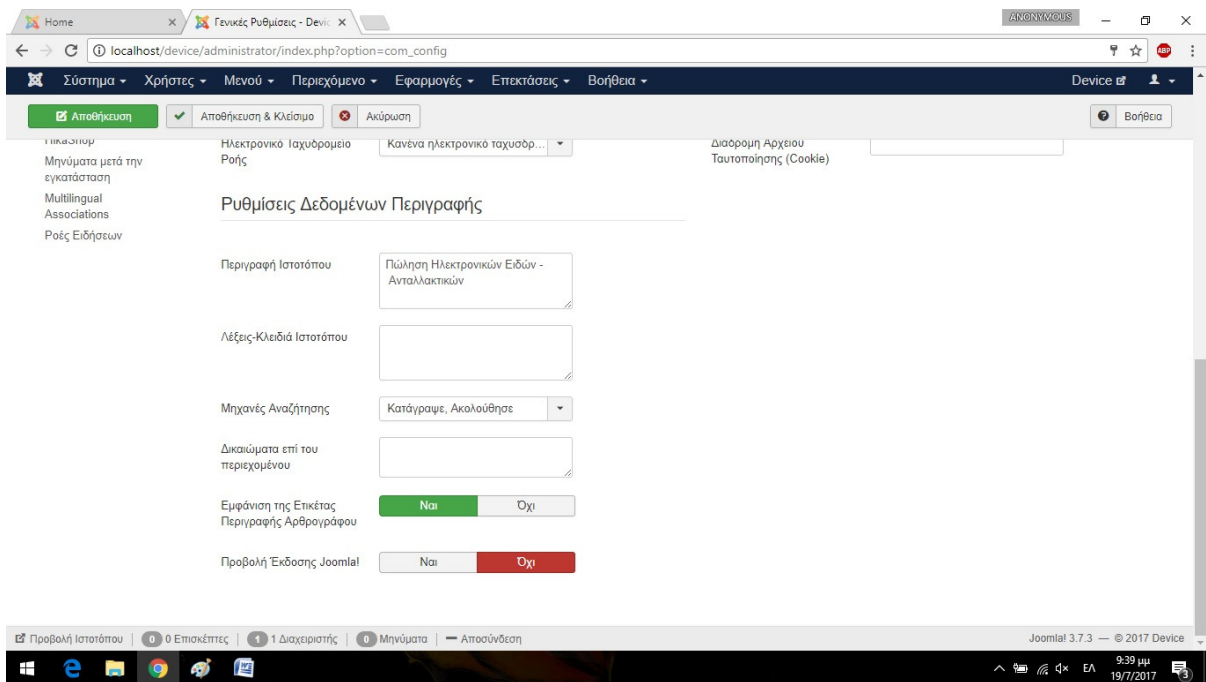
## 5.2 ΤΕΧΝΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΟΥ E-SHOP

Σε αυτή την ενότητα θα αναλύσουμε τις βασικές ρυθμίσεις οι οποίες είναι αναγκαίες για την σωστή λειτουργία του e-shop, αλλά και ρυθμίσεις οι οποίες αφορούν την δομή της σελίδας και το περιεχόμενο. Για την πρόσβαση στις ρυθμίσεις πρέπει να κάνουμε είσοδο στην σελίδα διαχείρισης και αμέσως θα βρεθούμε στον πίνακα ελέγχου, στην συνέχεια πατάμε στην καρτέλα «**Σύστημα**» → «**Γενικές ρυθμίσεις**».



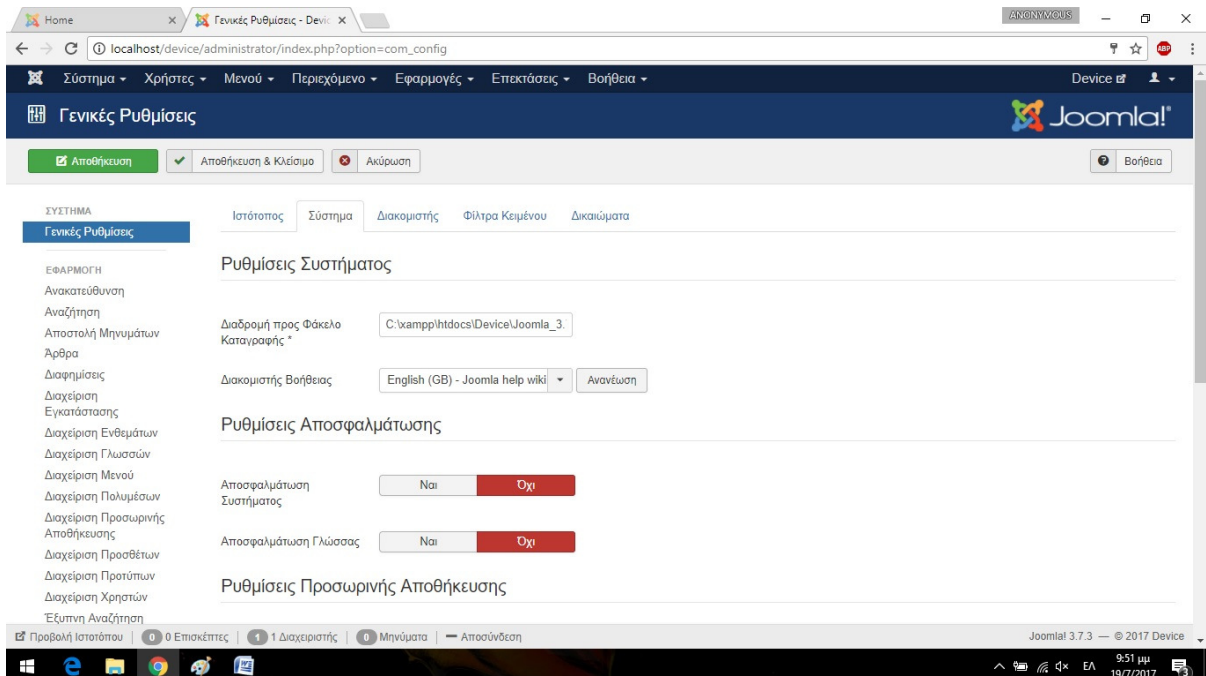
Εικόνα 27 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop I

Μέσω του πεδίου «**Όνομασία Ιστοτόπου**» δώσαμε ονομασία στην ιστοσελίδα. Όπως θα δούμε και παρακάτω υπάρχει και το πεδίο στο οποίο μπορούμε να δώσουμε και περιγραφή. Ακόμα μπορούμε να προσθέσουμε και λέξεις-κλειδιά έτσι ώστε γίνεται ποιο εύκολη και στοχευμένη η προβολή μας από τις μηχανές αναζήτησης. Αυτό προσωρινά αφού δουλεύουμε σε τοπικό επίπεδο δεν μας ενδιαφέρει.



**Εικόνα 28 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop II**

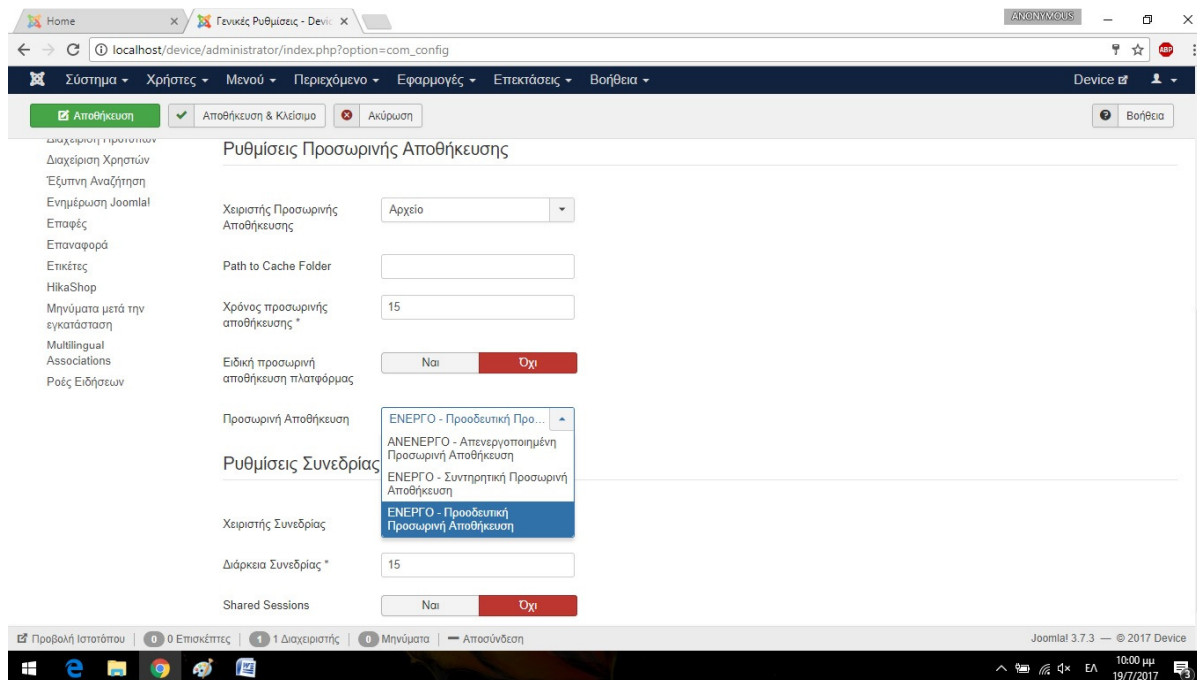
Στην διπλανή καρτέλα που αφορά το σύστημα αφήνουμε ως «Φάκελο καταγραφής» τον προεπιλεγμένο. Εκεί αποθηκεύονται όλες οι αλλαγές που πραγματοποιούμε.



**Εικόνα 29 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop III**

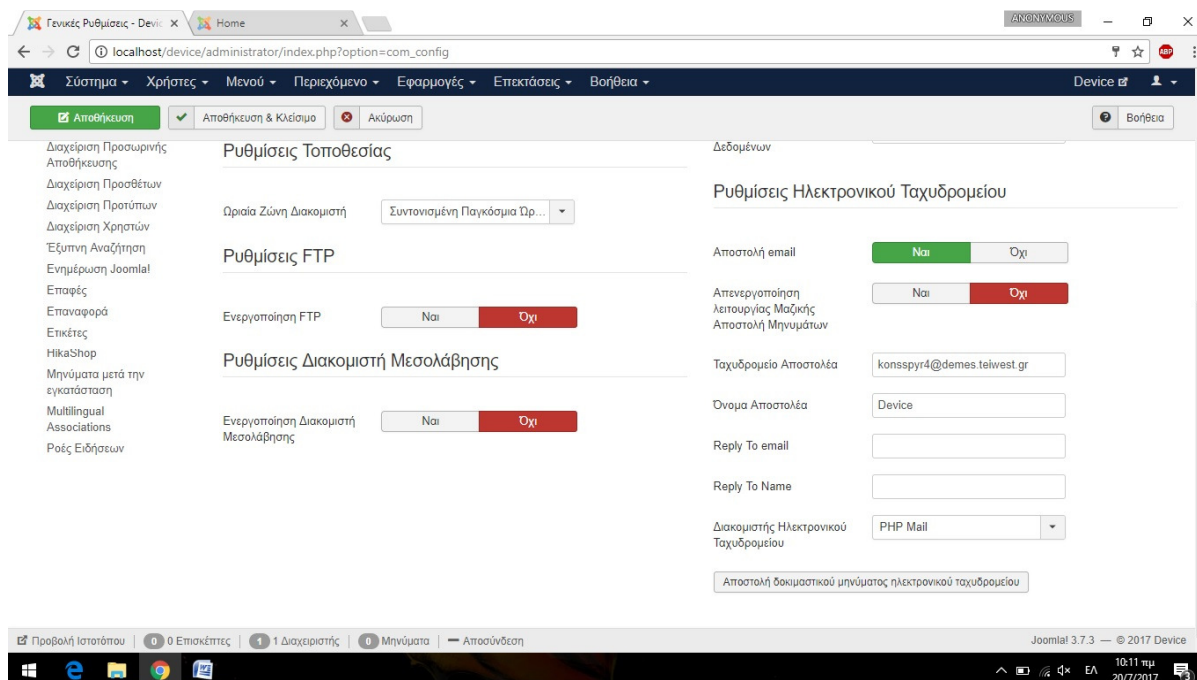
Στην συνέχεια στην ενότητα «Ρυθμίσεις προσωρινής αποθήκευσης» ενεργοποιούμε την προσωρινή αποθήκευση σε «προοδευτική» με χρόνο 15. Είναι μια ασφαλής τακτική

καθώς πολλές φορές πραγματοποιούμε αλλαγές παραλείποντας το κουμπί της αποθήκευσης έτσι η αποθήκευση πραγματοποιείται αυτόματα.



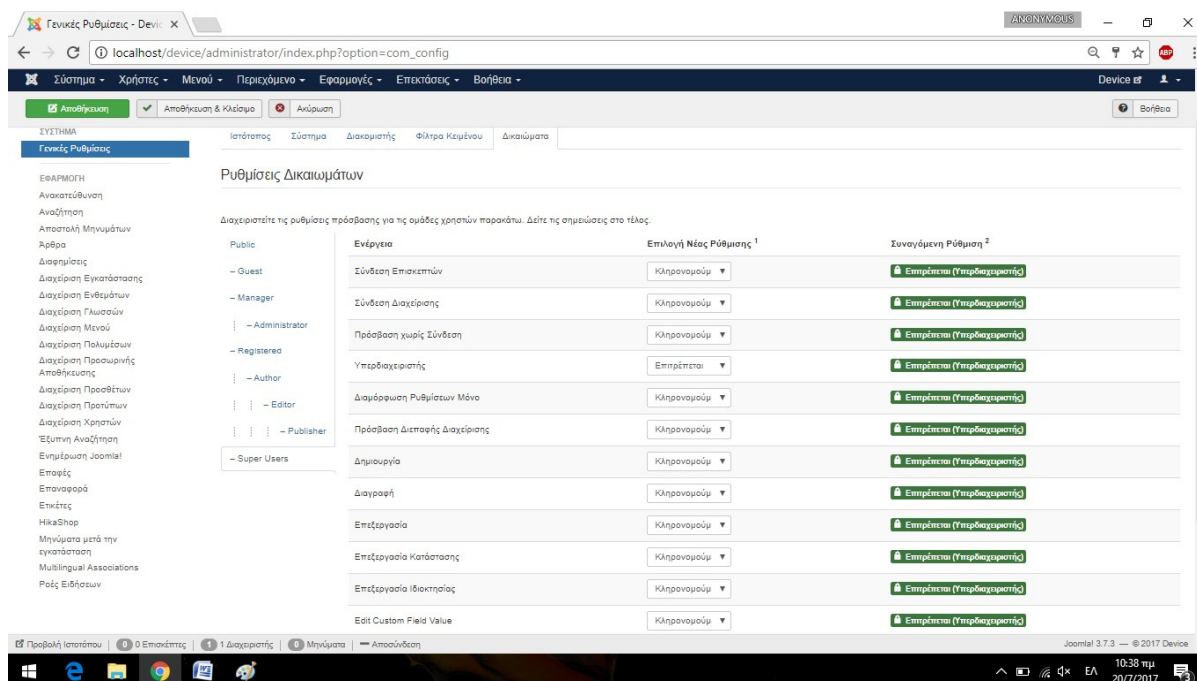
Εικόνα 30 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop IV

Στην συνέχεια στην καρτέλα «Διακομιστής» στην ενότητα Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου ενεργοποιούμε την αποστολή e-mail, συμπληρώνουμε το e-mail και το όνομα του αποστολέα στην συγκεκριμένη περίπτωση έχω βάλει το «Device»



Εικόνα 31 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop V

Τέλος στην καρτέλα «Δικαιώματα» μπορούμε να διαχειριστούμε τις ρυθμίσεις πρόσβασης για τις ομάδες χρηστών



Εικόνα 32 - Τεχνικές Ρυθμίσεις e-shop VI

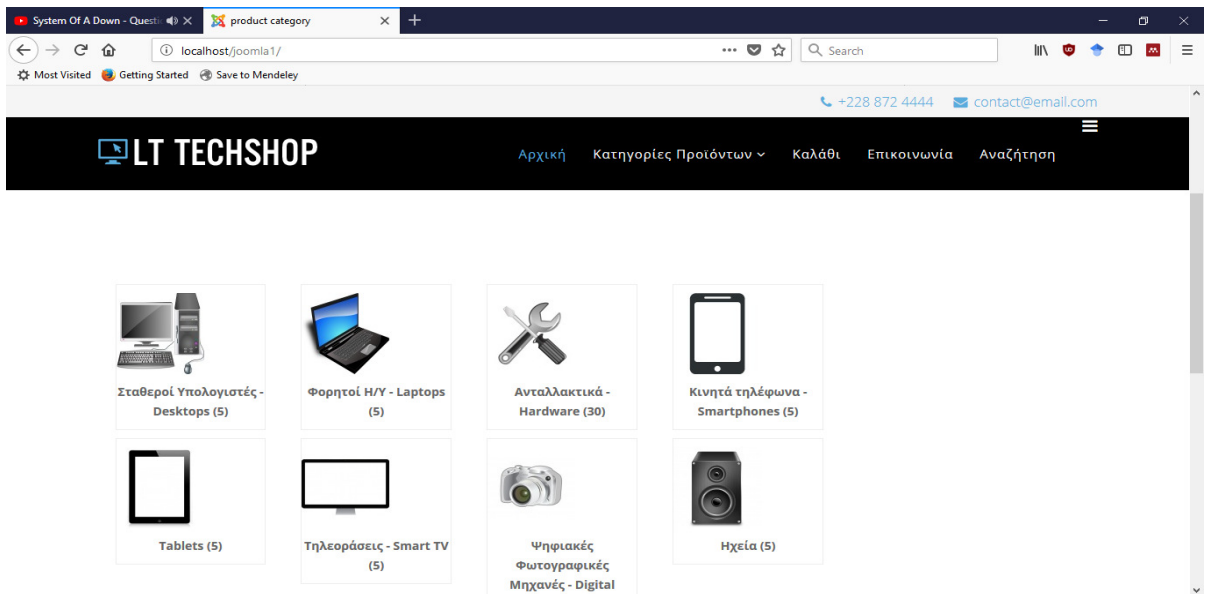
Στην συγκεκριμένη περίπτωση έχουμε μόνο ένα χρήστη ο οποίος ανήκει στην κατηγορία χρηστών (super user), έτσι έχει όλα τα δικαιώματα ενεργά (πράσινη ένδειξη) σε αντίθεση με τον επισκέπτη (guest) ο οποίος έχει μόνο το δικαίωμα προβολής της σελίδας. Μια γενικά σωστή τακτική είναι να αφήνουμε τις ρυθμίσεις με τις προεπιλεγμένες τιμές για να μην δημιουργηθούν μετέπειτα προβλήματα. Για τον λόγο αυτό δεν έγινε αναφορά στα υπόλοιπα πεδία τα οποία αφορούν τις ρυθμίσεις.

## 6. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ – ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ E-SHOP

### 6.1 ΠΡΟΤΥΠΟ - TEMPLATE

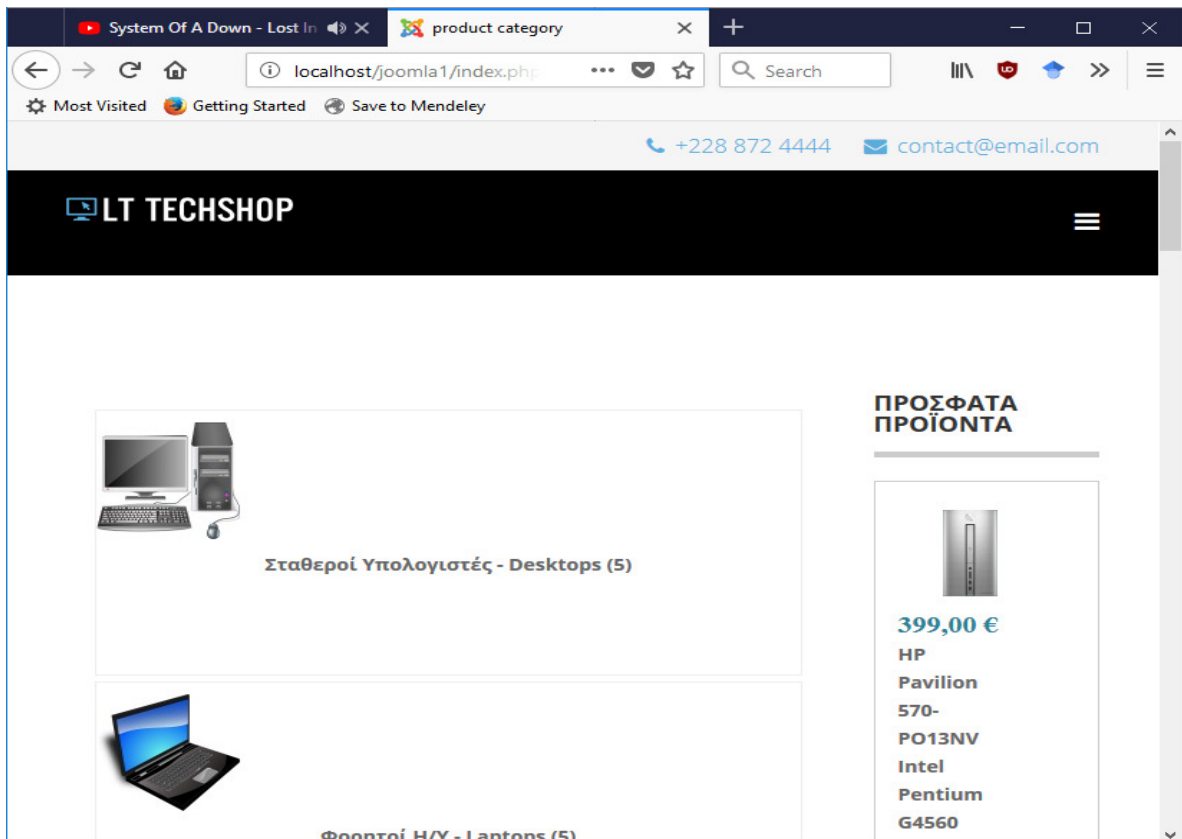
Το πρώτο μας βήμα θα είναι η επιλογή και η σωστή ρύθμιση ενός προτύπου ή αλλιώς template. Το template ουσιαστικά αποτελεί τον προσδιοριστικό παράγοντα των θέσεων και των στυλ που καταλαμβάνει κάθε κομμάτι μέσα στην ιστοσελίδα, λειτουργεί δηλαδή σαν ένας χάρτης.

Υπάρχουν ελάχιστα template που είναι συμβατά με την εφαρμογή για τις εμπορικές μας συναλλαγές δηλαδή το Hikashop, τα περισσότερα όμως είναι επί πληρωμή. Επιλέξαμε το template που παρουσιάζεται στην (Εικόνα 33) (LT Techshop, ανεπτυγμένο από την [www.ltheme.com](http://www.ltheme.com)), το οποίο είναι ένα από τα σχετικά λίγα δωρεάν, όμως έχει αρκετά προβλήματα στην προβολή κάποιων σελίδων, οπότε έγιναν μερικές διορθώσεις σε διάφορα σημεία για βελτίωση της εμφάνισης (βλ. παρακάτω).



Εικόνα 33 Η αρχική σελίδα με το επιλεγμένο template

Το template είναι responsive, δηλαδή αλλάζει η προβολή σε κινητό ή όταν στενέψει το παράθυρο, όπως φαίνεται στην (Εικόνα 34).

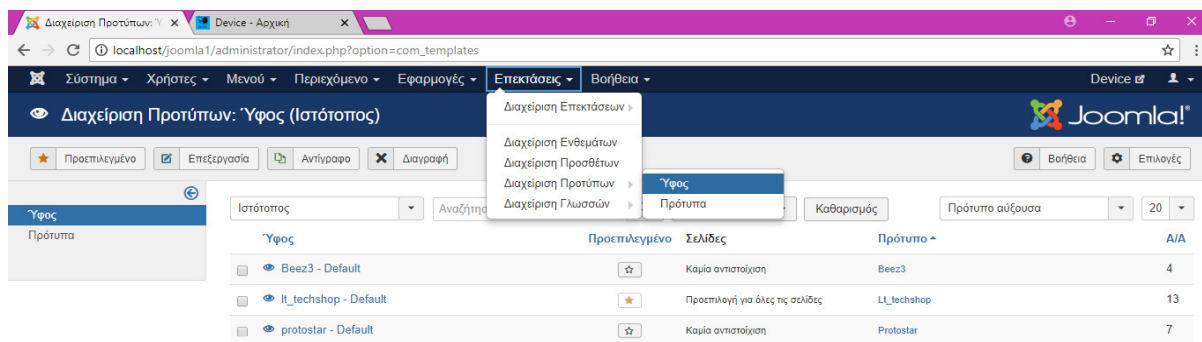


Εικόνα 34 Αλλαγή μεγέθους σελίδας

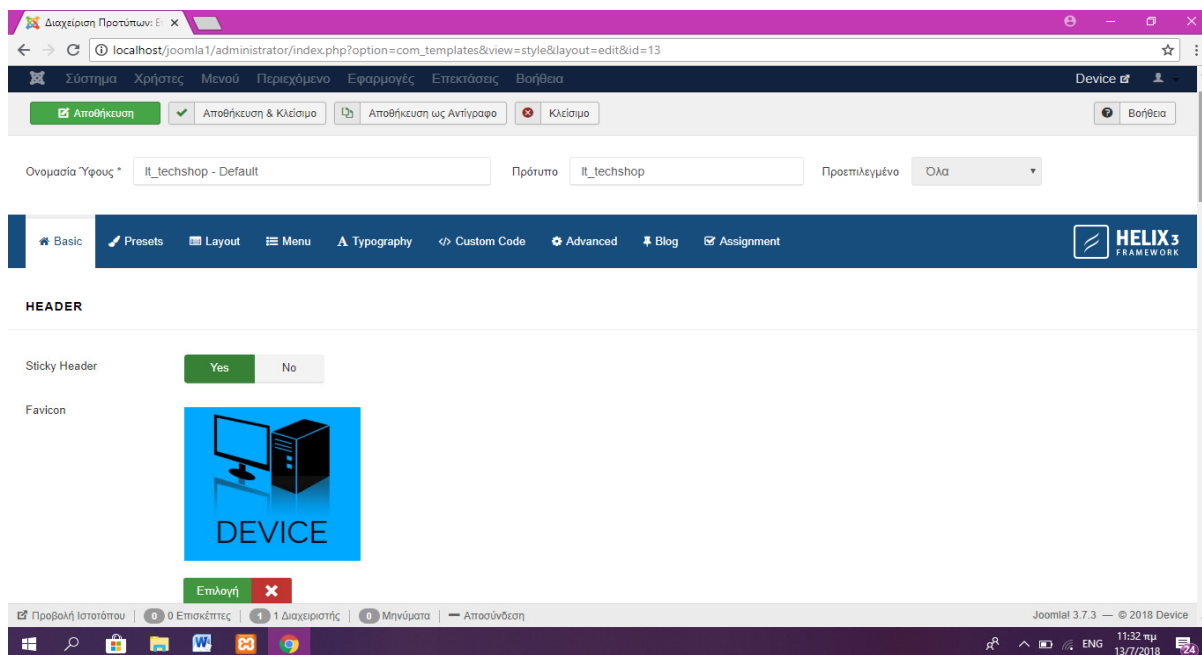


Για την εγκατάσταση του, αφού πραγματοποιήσουμε την λήψη μέσω της ιστοσελίδας [www.ltheme.com](http://www.ltheme.com) πηγαίνουμε στο μενού **Επεκτάσεις** → **Διαχείριση Επεκτάσεων** → **Εγκατάσταση** και μεταφορτώνουμε το zip αρχείο του template

Στις (εικόνες 33-34) βλέπουμε την εικόνα που συναντά ο επισκέπτης όταν εισέρχεται στο κατάστημα. Στην (εικόνα 36) βλέπουμε το template από την μεριά του διαχειριστή, για να το δούμε πηγαίνουμε στο μενού **επεκτάσεις** → **διαχείριση προτύπων** → Επιλέγουμε το **lt\_techshop - Default**



Εικόνα 35 Διαχείριση προτύπων-templates



Εικόνα 36 Template περιοχή διαχείρισης

Μέσω του μενού της (εικόνας 36) έγιναν οι εξής αλλαγές:

### Καρτέλα Basic:

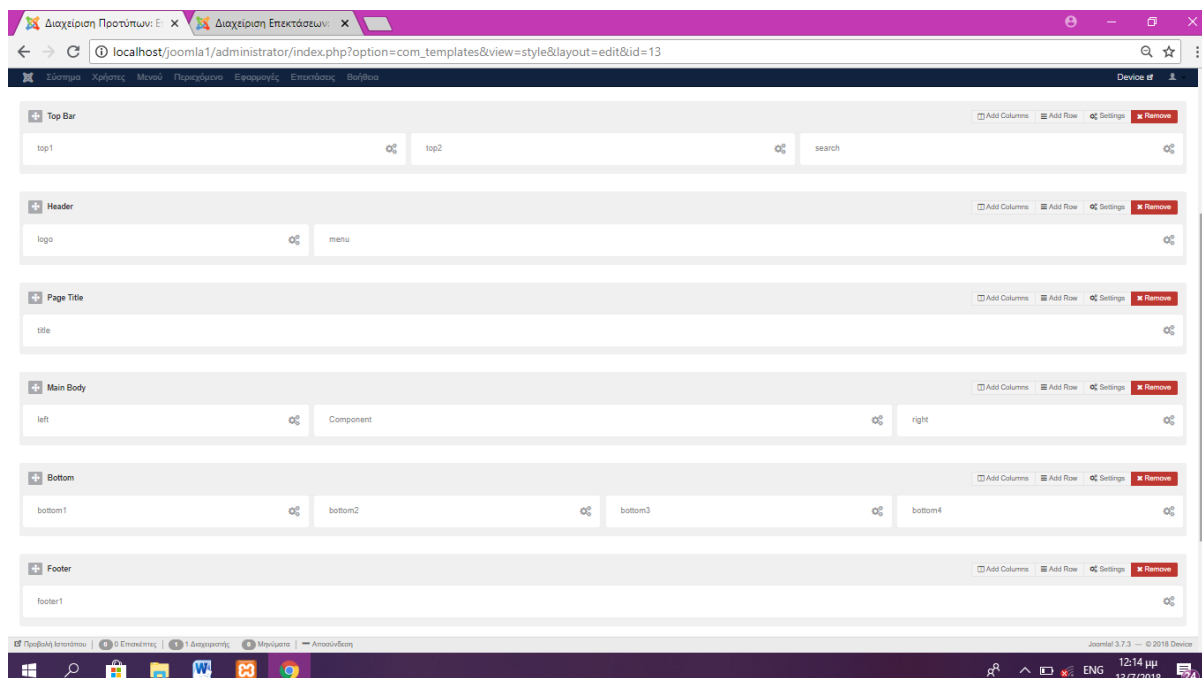
- Πρόσθεσα **favicon** το οποίο δημιούργησα δωρεάν μέσω της σελίδας <https://www.graphicsprings.com/start-your-logo>
- **Logo type** → **logo (Device)**
- **Module position** → **logo**
- **Copyright** → **show**
- **Module position** → **Footer**
- **Copyright notice** → © 2018 Device. All Rights Reserved. Designed By Dimitris srgyroulos (αυτό αποτελεί την αναφορά πνευματικών δικαιωμάτων η οποία εμφανίζεται στο τέλος της σελίδας)
- **Contact information enable** → **Yes**
- **Module position** → **Top2**
- **Phone** → 6973601317
- **E-mail** → [konsspyr4@demes.teiwest.gr](mailto:konsspyr4@demes.teiwest.gr)

### Καρτέλα Preset:

- **Preset style** → **1**

### Καρτέλα Layout

- **Ρυθμίζουμε τα positions** ως εξής:



Εικόνα 37 Template Positions

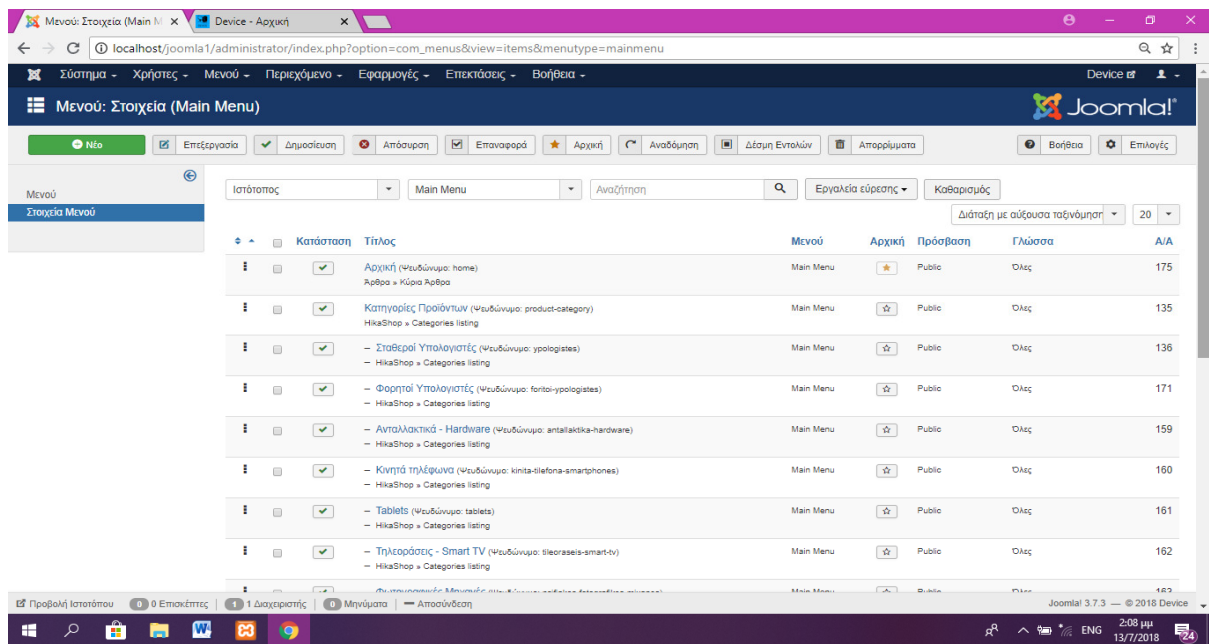
### Καρτέλα Menu:

- **Select Menu** → **Main menu**

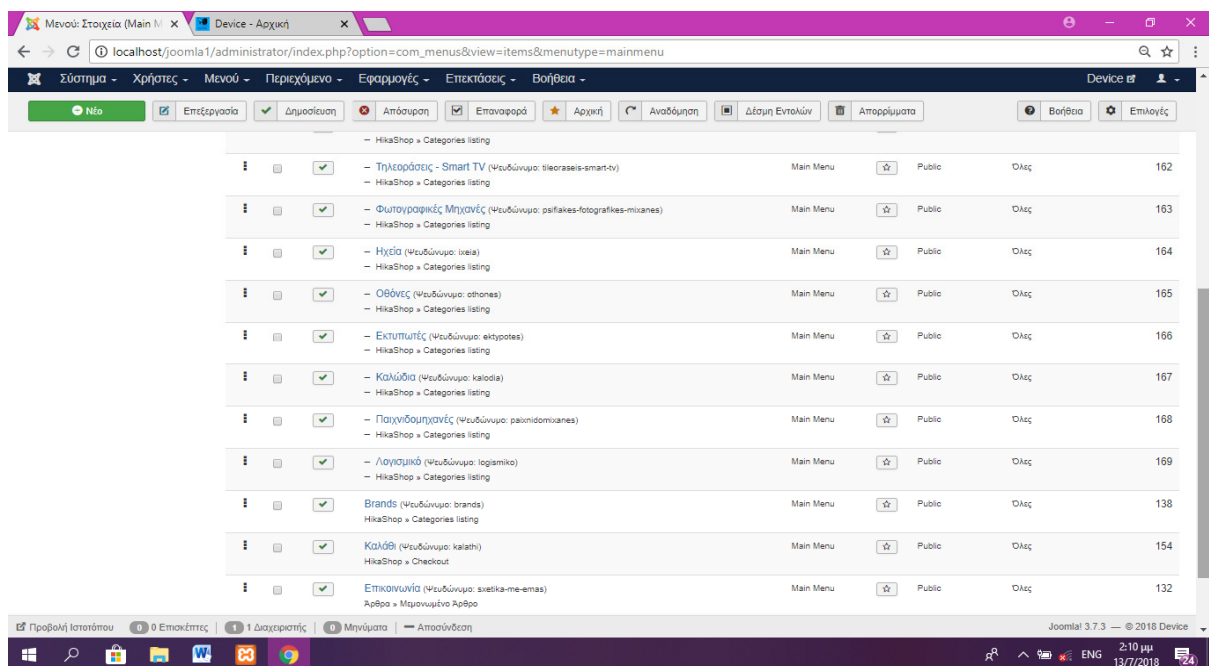
- Menu Type → Mega Menu & Off Canvas
- Dropdown Width → 240
- Animation → Fade

## 6.2 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΕΝΟΥ

Για την δημιουργία του μενού θα πάμε στην καρτέλα **Μενού** → **Διαχείριση Μενού** → **Νέο**. Βάζουμε τίτλο στο μενού Main Menu και δημιουργούμε τις εξής σελίδες:



Εικόνα 38 Δημιουργία Μενου Ι



Εικόνα 39 Δημιουργία Μενου ΙΙ

Η κάθε σελίδα έχει τις εξής παραμετροποιήσεις:

- **Αρχική:**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Κύρια Άρθρα
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Βάση Στοιχείου Μενού
- **Κατηγορίες Προϊόντων:**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Βάση Στοιχείου Μενού
  - Categories Options → Data Display → Main Category → product category
- **Σταθεροί Υπολογιστές**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Σταθεροί Υπολογιστές-Desktops
- **Φορητοί Υπολογιστές**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Φορητοί Υπολογιστές - Laptops
- **Ανταλλακτικά Hardware**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Ανταλλακτικά Hardware
- **Κινητά Τηλέφωνα**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Κινητά Τηλέφωνα
- **Tablets**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Tablets
- **Τηλεοράσεις - Smart TV**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Τηλεοράσεις - Smart TV
- **Φωτογραφικές Μηχανές**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Φωτογραφικές Μηχανές
- **Ηχεία**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Ηχεία
- **Οθόνες**

- Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
- Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
- Categories Options → Data Display → Main Category → Οθόνες
- **Εκτυπωτές**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Εκτυπωτές
- **Καλώδια**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Καλώδια
- **Παιχνιδομηχανές**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Παιχνιδομηχανές
- **Λογισμικό**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Κατηγορίες Προϊόντων
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Λογισμικό
- **Brands**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Categories Listing
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Βάση Στοιχείο Μενού
  - Categories Options → Data Display → Main Category → Κατασκευαστής
- **Καλάθι**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Checkout
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Βάση Στοιχείο Μενού
- **Επικοινωνία**
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος-Στοιχείο Μενού → Μεμονωμένο Άρθρο
  - Πληροφοριακά Στοιχεία → Γονικό Στοιχείο → Βάση Στοιχείο Μενού

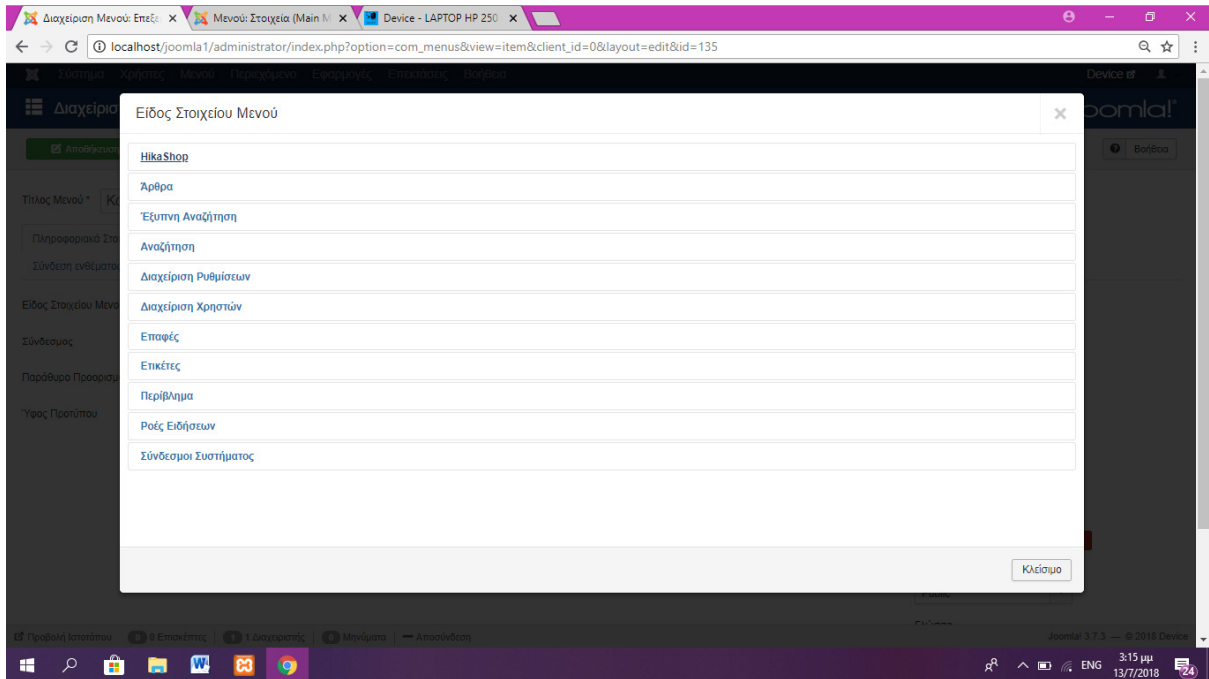
## Προσοχή:

Το **είδος – στοιχείο μενού** αναφέρεται στο είδος των δεδομένων θα εμφανίζονται στην κάθε σελίδα. Μπορούμε να επιλέξουμε από τα διαθέσιμα στην (εικόνα 40)

Για να δημιουργήσουμε τις υποκατηγορίες πολύ απλά επιλέξαμε ως **γονικό στοιχείο** τις κατηγορίες προϊόντων, με αποτέλεσμα οι κατηγορίες που δημιουργήσαμε να μπουν κάτω από τις κύριες καρτέλες έτσι δημιουργήσαμε ένα υπό-μενού (εικόνα 41)

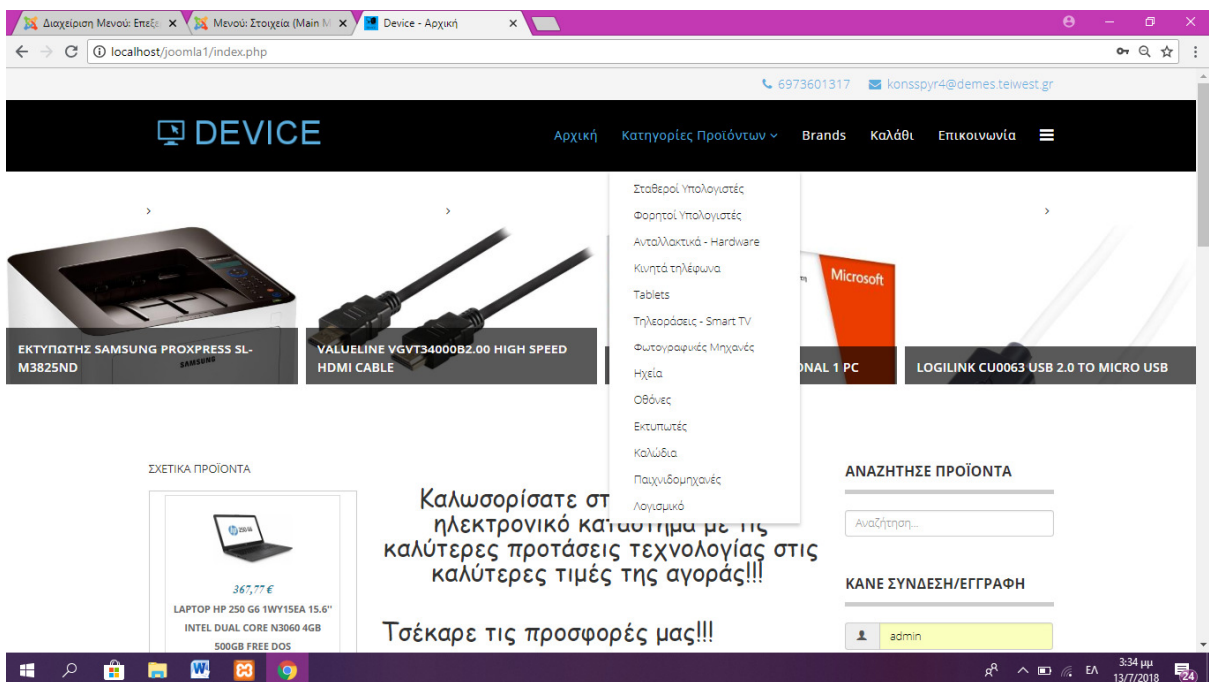
Το **Data display** αναφέρεται στην πηγή των δεδομένων που θα παρουσιάζει η εκάστοτε κατηγορία. Οι κατηγορίες θα πρέπει πρώτα να δημιουργηθούν μέσω του Hikashop για να εμφανιστούν στην λίστα, κάτι που θα παρουσιαστεί σε μεταγενέστερο κεφάλαιο

Σε όλες τις καρτέλες εφαρμόστηκε ύφος **it Techshop** διαφορετικά θα είχαμε πρόβλημα στην προβολή αφού θα αντλούσαμε στοιχεία θέσης από άλλο template



Εικόνα 40 Επιλογές Στοιχείου Είδος Μενού

Πλέον το μενού έχει την εξής μορφή

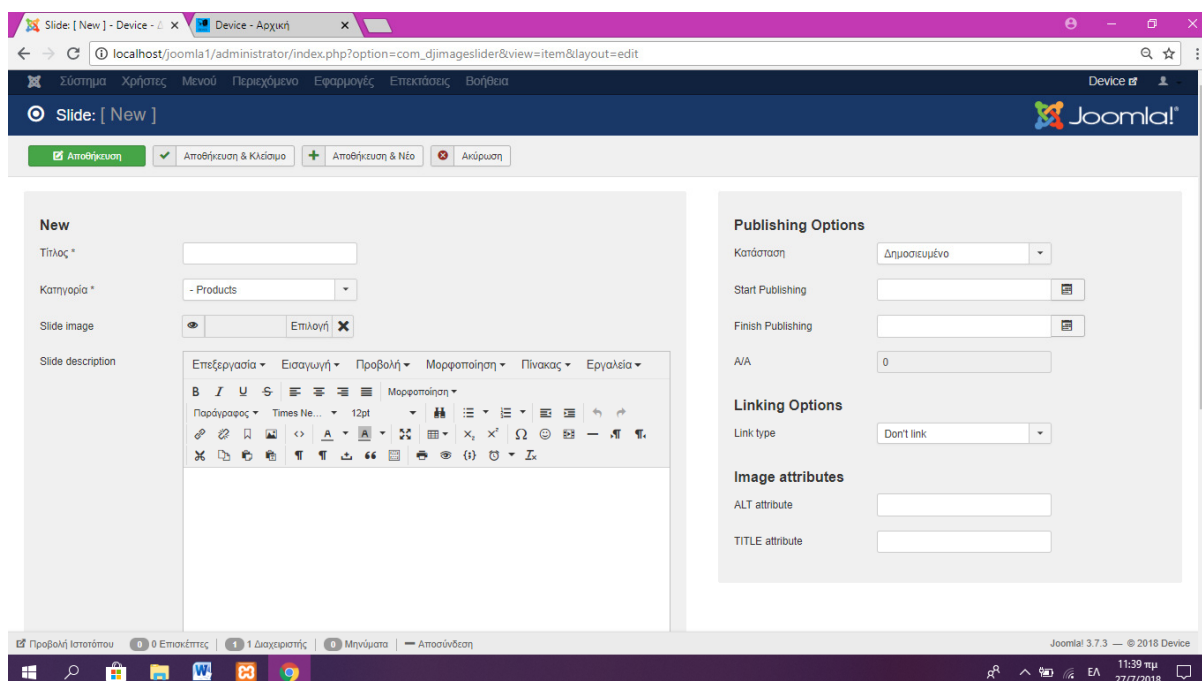


Εικόνα 41 Τελική μορφή μενού

## 6.2.1 ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ

Η αρχική σελίδα αποτελεί την πρώτη εικόνα που βλέπει ο επισκέπτης όταν εισέρχεται στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Είδος στοιχείου μενού ορίστηκε το κύριο άρθρο. Στο επάνω μέρος στη θέση <title> τοποθετήσαμε μία αυτόματη συλλογή φωτογραφιών η οποία δείχνει τις φωτογραφίες από διάφορα προϊόντα στα οποία όταν κάνουμε κλικ μεταφερόμαστε στην σελίδα του εκάστοτε προϊόντος. Η συλλογή αυτή αποτελεί ένα πρόσθετο το οποίο κατεβάσαμε και το εγκαταστήσαμε μέσω του <https://extensions.joomla.org/extension/dj-imageslider/> Για την εισαγωγή των slides ακολουθήσαμε την εξής διαδικασία:

Μενού **Εφαρμογές** → **DJ image slider** → **slides** → **Νέο**



Εικόνα 42 Εισαγωγή των slides

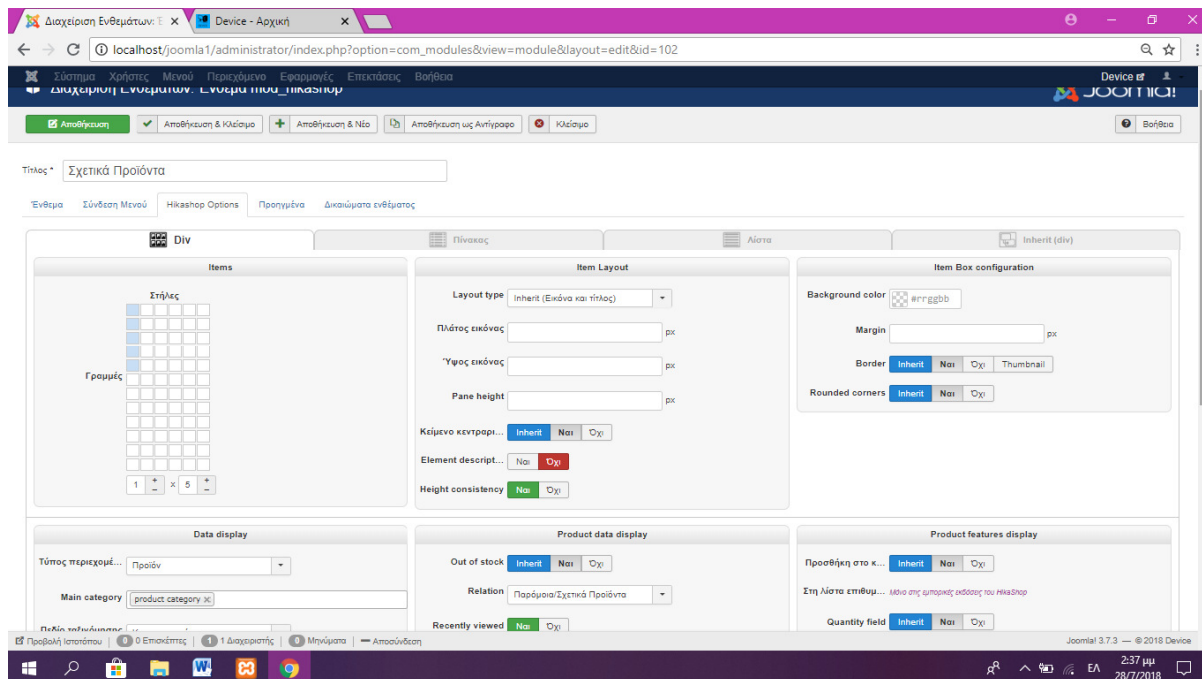
Εισάγουμε ως **τίτλο** το όνομα του προϊόντος το πεδίο **κατηγορία** παραμένει ίδιο εκτός και αν έχουμε δημιουργήσει κατηγορίες slides όπου στην συγκεκριμένη περίπτωση επιλέγουμε την κατηγορία στην οποία θέλουμε να αποθηκευτεί. Εισάγουμε **Εικόνα**, αποφεύγουμε την **περιγραφή** καθώς θα επηρεαστεί το μέγεθος του πλαισίου των χαρακτήρων με αποτέλεσμα να καλύπτεται η εικόνα, Στα δεξιά στο πεδίο **Link type** επιλέγουμε **URL address** και επικολλάμε την διεύθυνση του προϊόντος έτσι ώστε όταν κάνει ο επισκέπτης κλικ να μεταφερθεί άμεσα στην σελίδα του.

Στα αριστερά της σελίδας υπάρχει ένα ένθεμα με τίτλο **Σχετικά προϊόντα** το οποίο προβάλλει προϊόντα σχετικά με αυτά που έχει ήδη δει ο πελάτης. Η λειτουργία αυτή γίνεται μέσω της επιλογής σχετικού προϊόντος κατά την διαδικασία εισαγωγής τους (βλ. παρακάτω). Τα ενθέματα αποτελούν προκαθορισμένες λειτουργίες σε προκαθορισμένες θέσεις στη σελίδα. Για την εισαγωγή του ενθέματος **σχετικά προϊόντα** ακολουθήσαμε τα εξής:

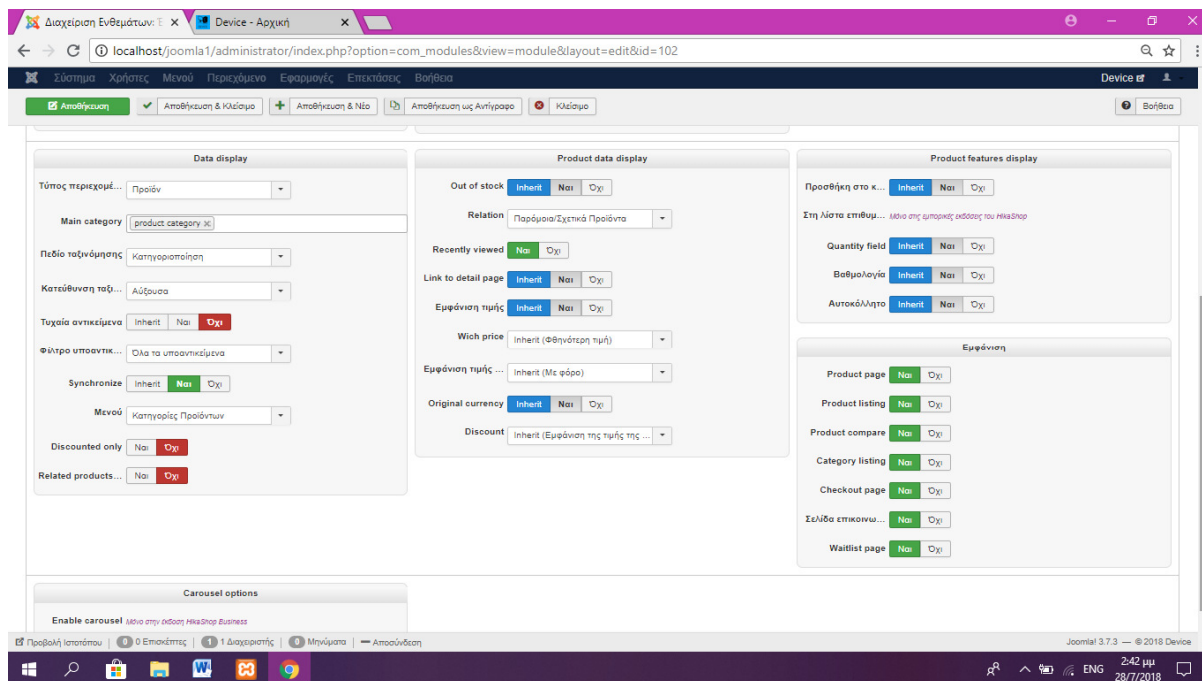
Μενού Επεκτάσεις → Διαχείριση Ενθεμάτων → Νέο Είδος ενθέματος: **Content display for Hikashop** Τίτλος: **Σχετικά Προϊόντα** Θέση: **left**

Στην καρτέλα **Σύνδεση μενού** επιλέγουμε τις σελίδες στις οποίες θα εμφανίζεται το ένθεμα, επιλέξαμε: **Αρχική σελίδα, Επικοινωνία, Αναζήτηση**

Στην καρτέλα **Hikashop Options** επιλέξαμε:



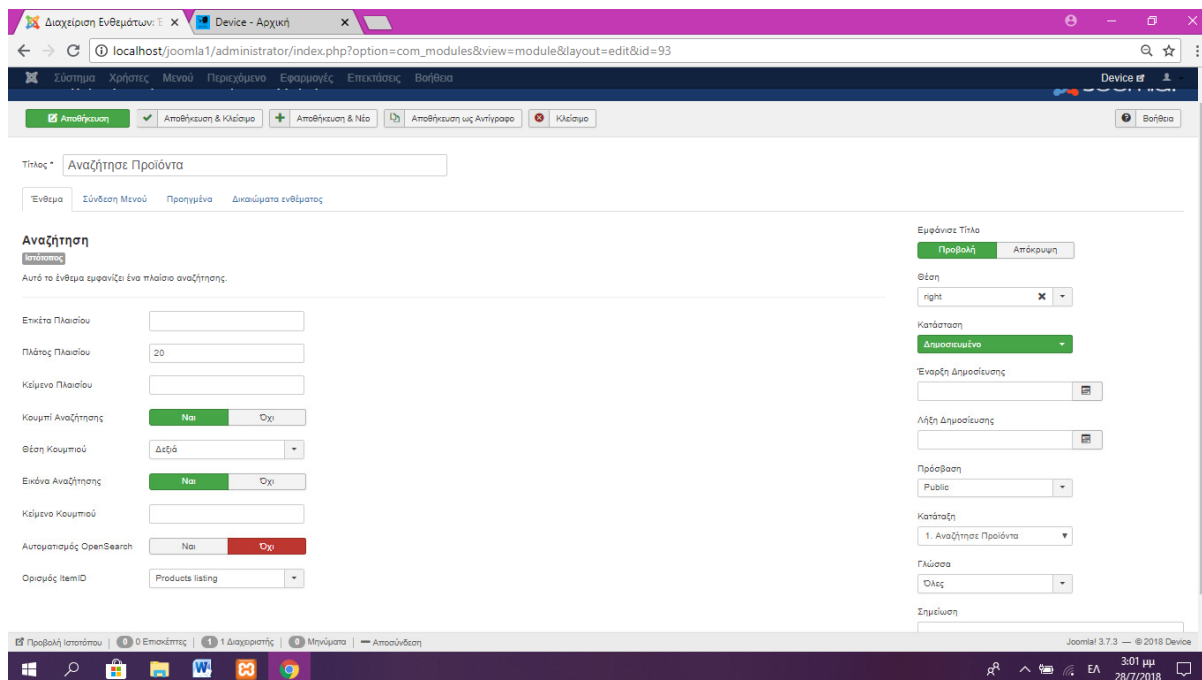
Εικόνα 43 Module Σχετικά προϊόντα I



Εικόνα 44 Module Σχετικά προϊόντα II

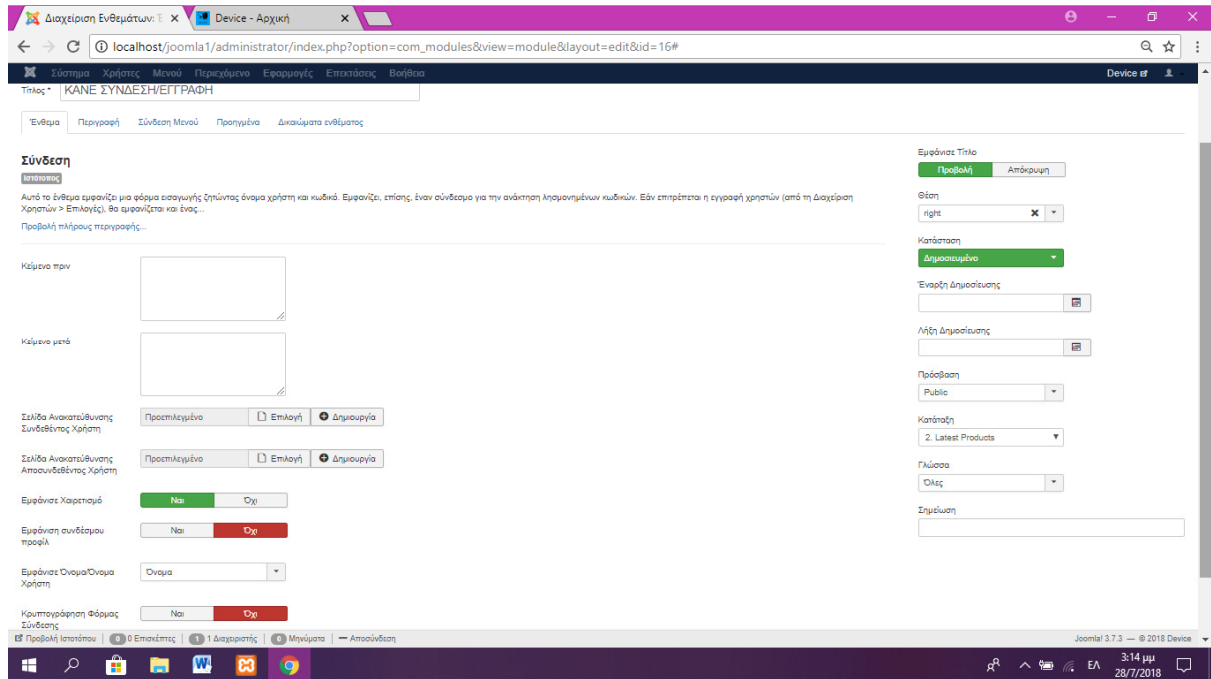


Στα δεξιά έχουμε το module **Αναζήτηση** το οποίο εμφανίζει ένα πλαίσιο αναζήτησης στα δεξιά κάθε σελίδας του ιστότοπου όχι μόνο στην αρχική το οποίο ρυθμίστηκε ως εξής



Εικόνα 45 Module Αναζήτηση

Κάτω από το ένθεμα (module) **Αναζήτηση** υπάρχει το ένθεμα **Κάνε σύνδεση /Εγγραφή** το οποίο επιτρέπει στους πελάτες να δημιουργήσουν το δικό τους λογαριασμό στην ιστοσελίδα με σκοπό την λήψη newsletter προσφορών αλλά και πλοήγηση στο site με αποθηκευμένες και εξατομικευμένες προτιμήσεις αλλά και την αγορά προϊόντων με λιγότερα κλικ αφού πλέον έχει δημιουργηθεί ήδη λογαριασμός. Οι ρυθμίσεις έχουν ως εξής:



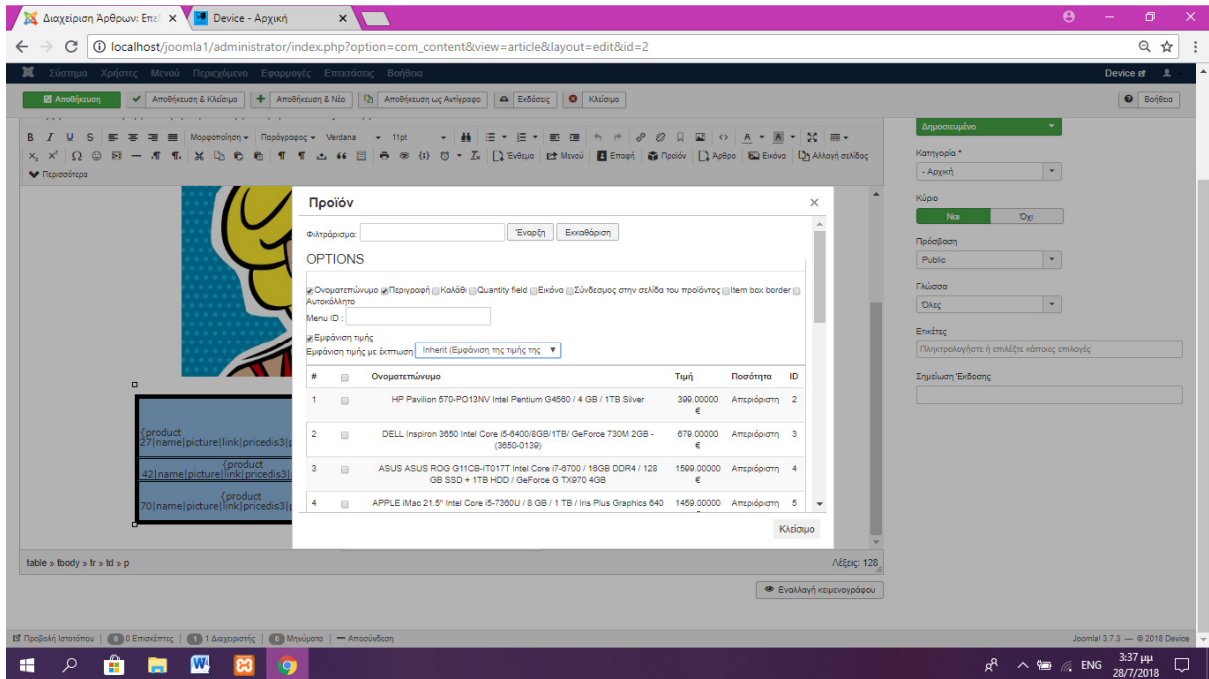
Εικόνα 46 Module Σύνδεση/Εγγραφή

## Σύνδεση μενού: Αρχική, Κατηγορίες προϊόντων, Brands, Καλάθι, Επικοινωνία

Στο κέντρο αφού έχουμε ορίσει ως τύπο σελίδας, Κύριο άρθρο για να εισάγουμε περιεχόμενο πρέπει να δημιουργήσουμε ένα άρθρο. Τα βήματα είναι τα εξής:

### Μενού Περιεχόμενο → Διαχείριση άρθρων → Νέο

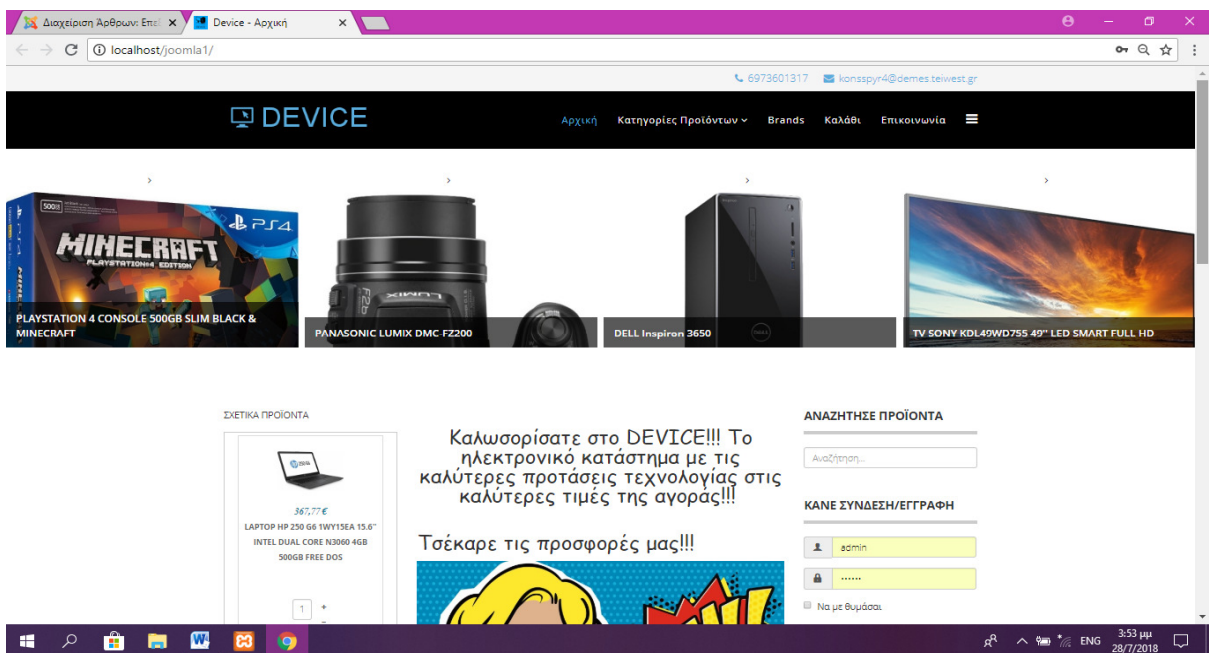
Αφού ανοίξει ο επεξεργαστής κειμένου τοποθετούμε το κείμενο όπως θεωρούμε ότι είναι οπτικά ελκυστικό. Από το μενού του επεξεργαστή εισάγουμε και μία **εικόνα** με στοίχιση στο κέντρο για να πετύχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα. Στην συνέχεια δημιουργούμε ένα πίνακα 3X3 χρωματισμένο φόντο όπου στο κάθε κελί θα υπάρχει ένα προϊόν από αυτά που έχουμε εισάγει. Πατώντας στο πλήκτρο **προϊόν** ανοίγει η εξής σελίδα:



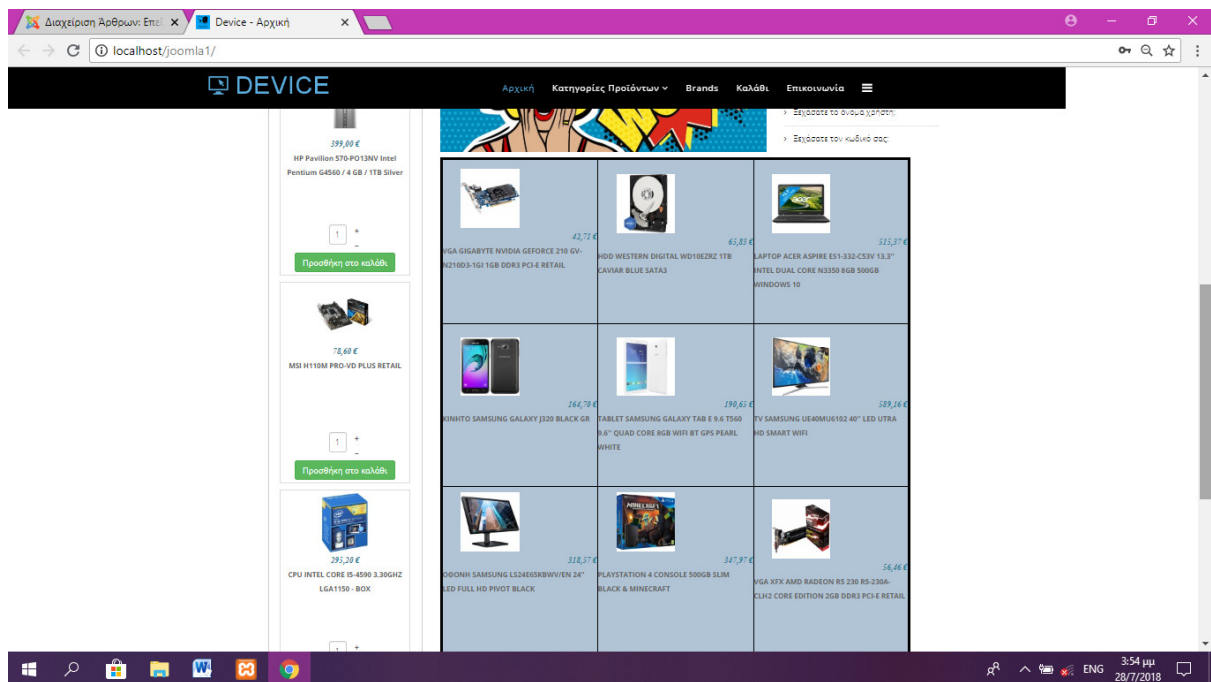
Εικόνα 47 Κύριο Άρθρο (προϊόν)

Επιλέγουμε τα στοιχεία που θα εμφανίζονται, ένα προϊόν από τα διαθέσιμα που έχουμε εισάγει και πατάμε το **Insert**. Με αυτό τον τρόπο μπορούμε εύκολα να εισάγουμε και να εξάγουμε προϊόντα τα οποία αποτελούν προσφορές, από την αρχική μας σελίδα εύκολα και απλά χρησιμοποιώντας ένα επεξεργαστή κειμένου.

Η τελική μορφή της αρχικής σελίδας είναι η εξής:



Εικόνα 48 Αρχική Σελίδα Τελική Μορφή I



Εικόνα 49 Αρχική Σελίδα Τελική Μορφή II

## 6.2.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Η σελίδα κατηγορίες προϊόντων προβάλλει τα προϊόντα κατηγοριοποιημένα κάνοντας την αναζήτηση τους ευκολότερη και δίνοντας μας μια εικόνα οργανωμένου περιεχομένου.

Για την δημιουργία της κάναμε τα εξής **Μενού** → **main menu** → **Κατηγορίες Προϊόντων**

Στην καρτέλα **πληροφοριακά στοιχεία** ορίσαμε **Είδος Στοιχείο Μενού** → **categories listing**

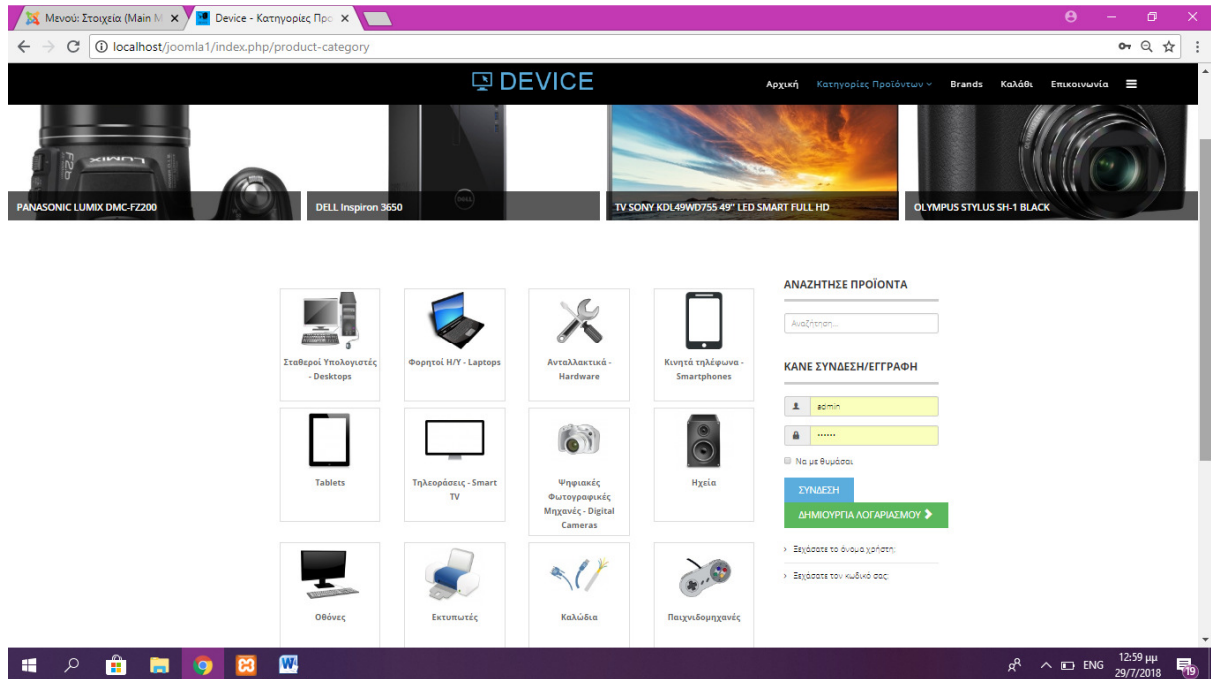
Στην καρτέλα **categories options** ορίσαμε **DIV, items (4X7** στήλες X γραμμές)

**Data display** → **main category** → **Product category**

**Εμφάνιση εικόνας, περιγραφής** → **NAI**

**Item layout** → **Εικόνα και τίτλος**

Με την τελική μορφή της σελίδας κατηγορίες προϊόντων να είναι η εξής:



Εικόνα 50 Τελική μορφή σελίδας: Κατηγορίες Προϊόντων

### 6.2.3 BRANDS

Η σελίδα Brands προβάλλει τους κατασκευαστές των καταχωρημένων προϊόντων, έτσι σε περίπτωση που ο πελάτης δεν θυμάται την ονομασία του προϊόντος αλλά θυμάται την μάρκα να μπορεί σε λίγο χρόνο να βρει το προϊόν που χρειάζεται. Για την δημιουργία της έγιναν τα εξής:

**Μενού → main menu → Brands**

Στην καρτέλα Πληροφοριακά Στοιχεία → Είδος στοιχείο μενού → **Categories Listing**

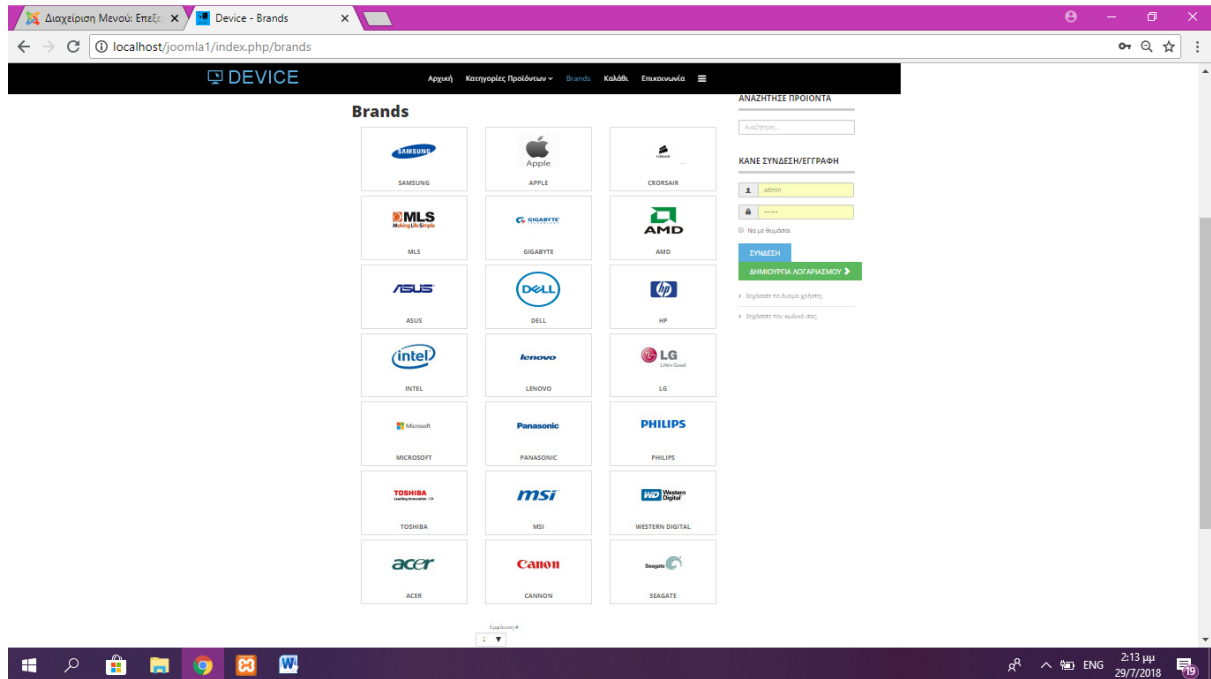
Στην καρτέλα **categories options** ορίσαμε **DIV, items (3X7** στήλες X γραμμές)

**Data display → main category → Κατασκευαστής**

**Εμφάνιση εικόνας, περιγραφής → ΝΑΙ**

**Item layout → Εικόνα και τίτλος**

Με την τελική μορφή της σελίδας Brands να είναι η εξής:



Εικόνα 51 Τελική μορφή σελίδας Brands

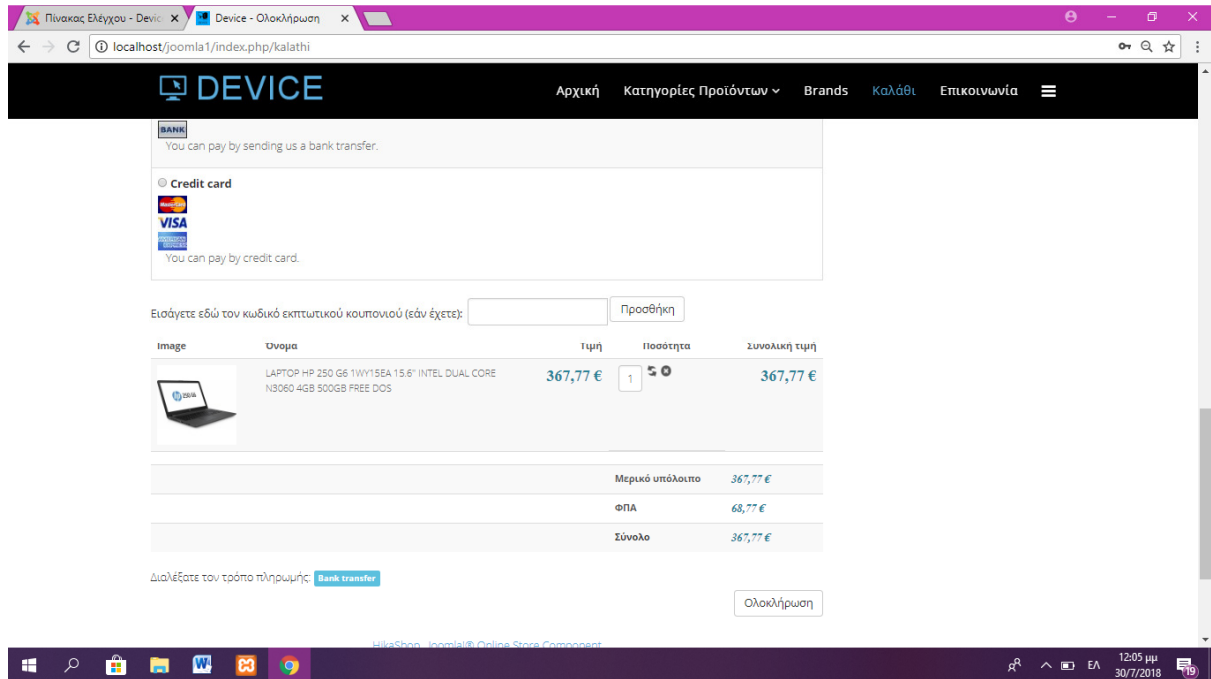
## 6.2.4 ΚΑΛΑΘΙ

Η σελίδα καλάθι είναι η σελίδα στην οποία μεταφέρονται τα προϊόντα πριν γίνει η οριστική αγορά τους. Βλέπουμε πληροφορίες για το προϊόν όπως την τιμή του, την ποσότητα κτλ. Μπορούμε να προσθέσουμε και να αφαιρέσουμε προϊόντα η να τα αφήσουμε στο καλάθι για την επόμενη φορά αφού το καλάθι κρατάει όλα τα προϊόντα τα οποία έχουμε προσθέσει σε αυτό, αφού ζητάει σε αυτό το βήμα της αγοράς την δημιουργία λογαριασμού του χρήστη η την εγγραφή του. Για την δημιουργία του έγιναν τα εξής:

Μενού → Διαχείριση μενού → main menu → Νέο → Καλάθι

Πληροφοριακά στοιχεία → Είδος στοιχείο μενού → Hikashop → Checkout

\* Οι υπόλοιπες ρυθμίσεις παραμένουν ίδιες καθώς η δημιουργία του καλαθιού αποτελεί μια αυτοματοποιημένη διαδικασία η οποία προσφέρεται από το HikaShop.



Εικόνα 52 Τελική μορφή σελίδας Καλάθι

## 6.2.5 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η σελίδα επικοινωνία αποτελεί μια από τις πιο χρήσιμες σελίδες καθώς περιέχει πληροφορίες όπως τρόπους πληρωμής, τρόπους αποστολής τηλέφωνα κτλ. Έτσι ώστε ο πελάτης να νιώθει ασφάλεια και εμπιστοσύνη. Η ύπαρξη αυτής της σελίδας είναι σημαντική καθώς δεν έχουν όλοι οι χρήστες το ίδιο γνωστικό υπόβαθρο με αποτέλεσμα να μην μπορούν να κατανοήσουν πως γίνεται μια αγορά μέσω διαδικτύου, έτσι πολλές φορές καταφεύγουν σε τηλεφωνική υποστήριξη ή σε υποστήριξη μέσω e-mail.

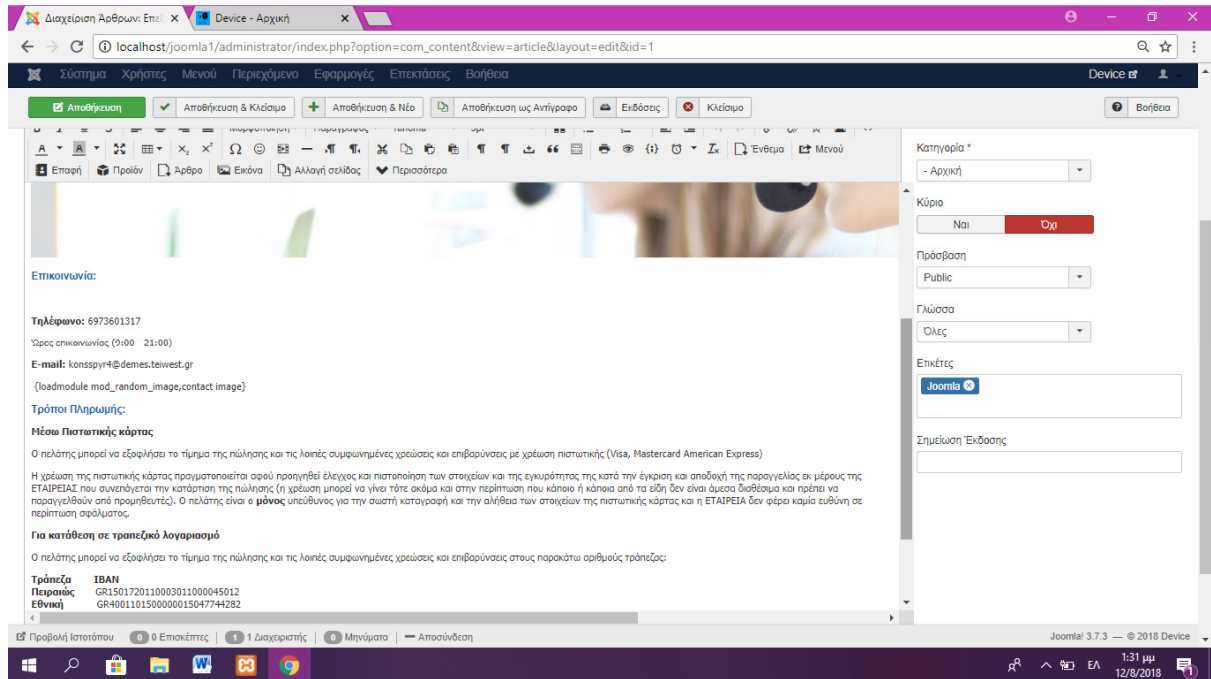
Για την δημιουργία της σελίδας έγιναν τα εξής: **Μενού → Διαχείριση μενού → main menu → Νέο → ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

**Πληροφοριακά στοιχεία → Είδος στοιχείου μενού → Μεμονωμένο άρθρο**

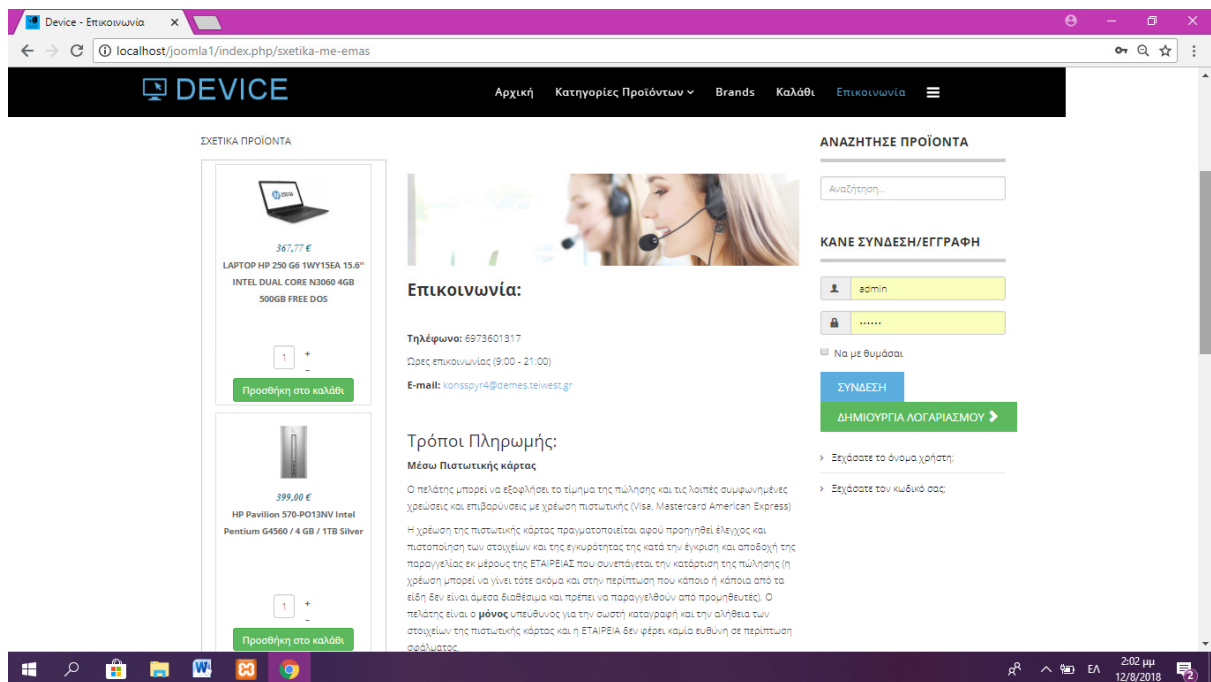
**Επιλέξτε Άρθρο → Επικοινωνία** (θα το επεξεργαστούμε από την διαχείριση άρθρων)

**Περιεχόμενο → Διαχείριση άρθρων → Επικοινωνία**

Έχουμε κάνει εισαγωγή μιας εικόνας και στην συνέχεια ακολουθεί κείμενο με χρήσιμες για τον πελάτη πληροφορίες. Η δημιουργία της συγκεκριμένης σελίδας δεν αποτελούσε κάτι ιδιαίτερο από την γνώση και επεξεργασία κειμένου σε σχέση με την μεγάλη βαρύτητα της.



Εικόνα 53 Επεξεργασία άρθρου Επικοινωνία



Εικόνα 54 Τελική μορφή της σελίδας Επικοινωνία

## 6.3 ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΗΙΚΑΣΗΡ

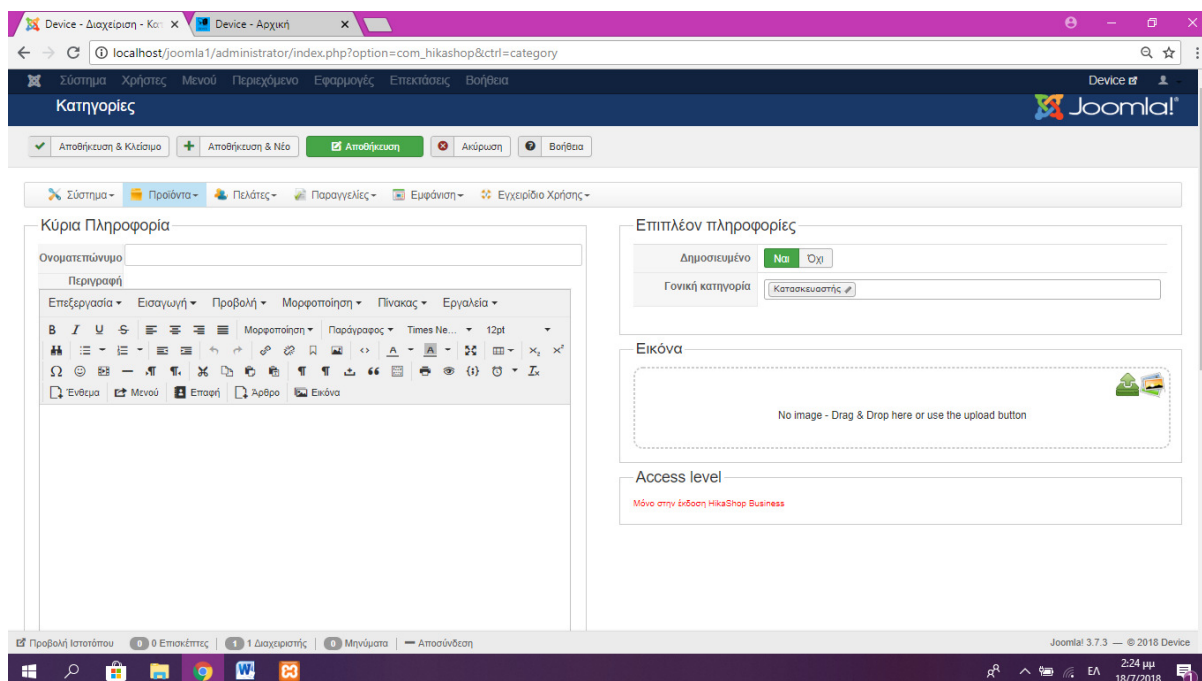
Το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει καταχωρημένα **21 κατασκευαστές**, **19 κατηγορίες προϊόντων**, **88 προϊόντα**, **3 μεθόδους πληρωμής** και **2 μεθόδους αποστολής**. Στην συνέχεια θα παρουσιαστεί η μέθοδος εισαγωγής αλλά και η ρύθμιση των ανωτέρω οντοτήτων.



### 6.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΩΝ

Ξεκινάμε με την εισαγωγή των κατασκευαστών καθώς στην συνέχεια όταν θα προσθέτουμε προϊόντα θα υπάρχει πεδίο κατασκευαστής το οποίο θα πρέπει να είναι προσυμπληρωμένο διαφορετικά θα χρειαστεί διπλάσια δουλειά και χρόνος αν η συμπλήρωση του γίνει εκ των υστέρων. Είναι σημαντική η καταγραφή των κατασκευαστών καθώς έχουμε καλύτερη αναζήτηση προϊόντων, αφού πολλές φορές θυμόμαστε την μάρκα και όχι την ονομασία ενός προϊόντος έτσι δημιουργείτε στον πελάτη η εικόνα ενός οργανωμένου καταστήματος.

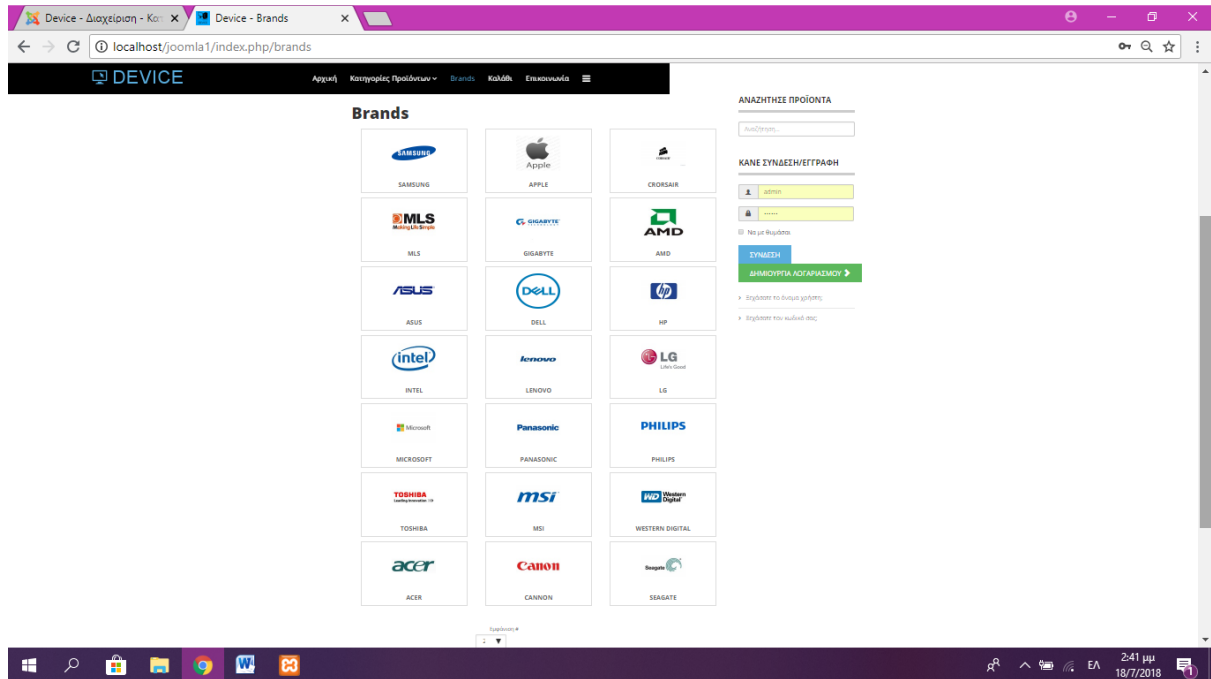
Στο μενού **Εφαρμογές** → **Hikashop** → καρτέλα **Προϊόντα** → **Κατασκευαστές** → **Νέο**



Εικόνα 55 Προσθήκη Κατασκευαστών

Συμπληρώνουμε το πεδίο **Όνοματεπώνυμο** με το όνομα του προϊόντος αν χρειάζεται προσθέτουμε και **περιγραφή**. Στο πεδίο **δημοσιευμένο** κάνουμε κλικ στο **Ναι** μέχρι να γίνει πράσινη η ένδειξη και στο πεδίο **Γονική κατηγορία** επιλέγουμε το κατασκευαστής. Εισάγουμε **εικόνα** κατά προτίμηση λογότυπου του κατασκευαστή είτε φορτώνοντας την από τον υπολογιστή είτε από την συλλογή του Joomla και πατάμε **αποθήκευση**.

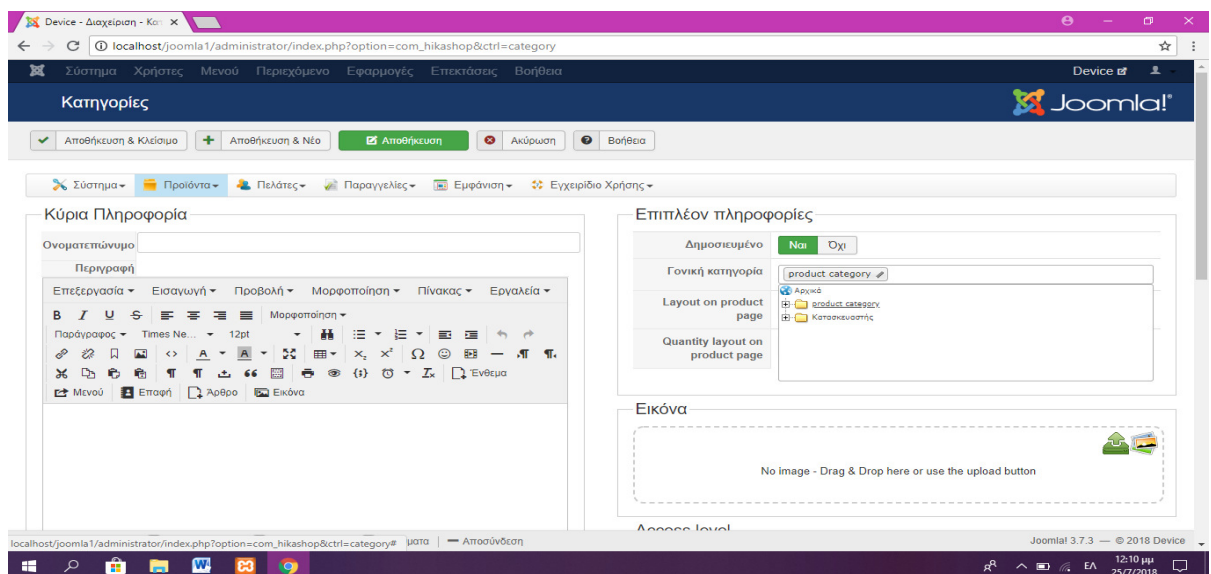
Ως αποτέλεσμα η δημιουργία μιας κατηγορίας 'Κατασκευαστές' που περιλαμβάνει όλους τους κατασκευαστές οι οποίοι θα συσχετίζονται με τα αντίστοιχα προϊόντα.



Εικόνα 56 Τελική μορφή κατηγορίας Κατασκευαστών

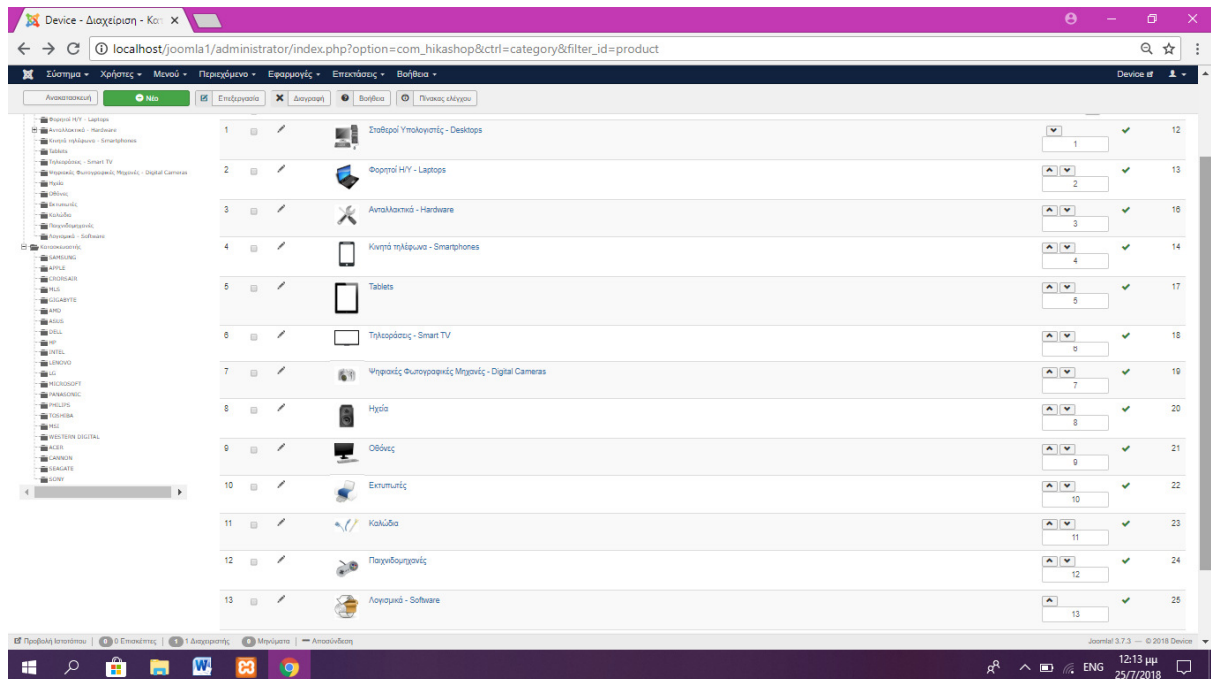
### 6.3.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Για την εισαγωγή των κατηγοριών πηγαίνουμε στο μενού **Εφαρμογές** → **Hikashop** → καρτέλα **Προϊόντα** → **Κατηγορίες** → **Νέο**. Συμπληρώνουμε τα στοιχεία **Όνοματεπώνυμο** με το όνομα της κατηγορίας, προσθέτουμε προαιρετικά **Περιγραφή**. Ως **Γονική κατηγορία** ορίζουμε το **product category**, φορτώνουμε την αντίστοιχη **Εικόνα** και πατάμε **Αποθήκευση**.



Εικόνα 57 Εισαγωγή Κατηγοριών

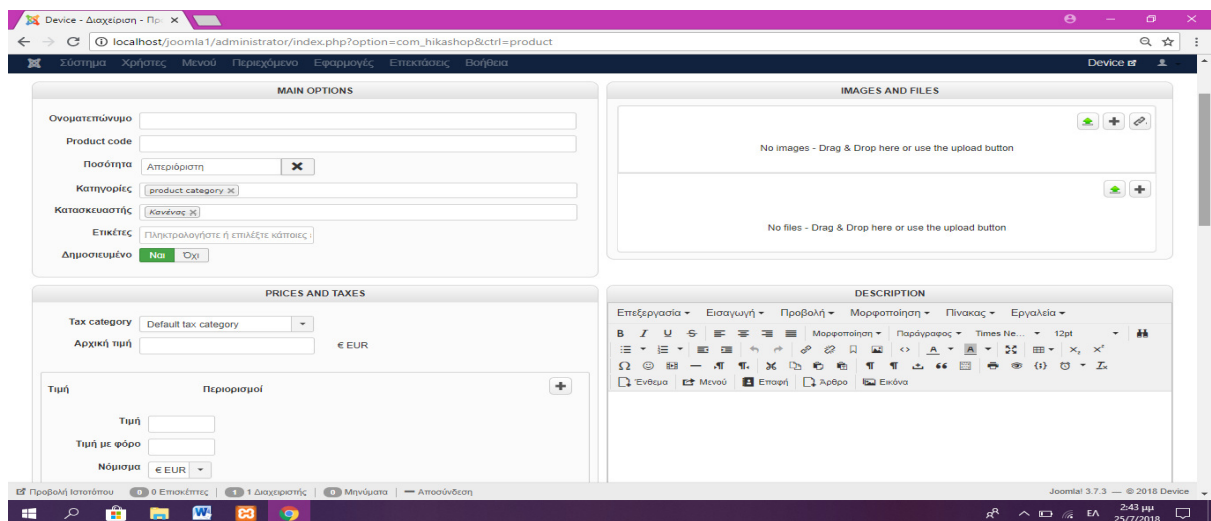
Η τελική μορφή των κατηγοριών μας είναι η εξής:



Εικόνα 58 Τελική μορφή Κατηγοριών

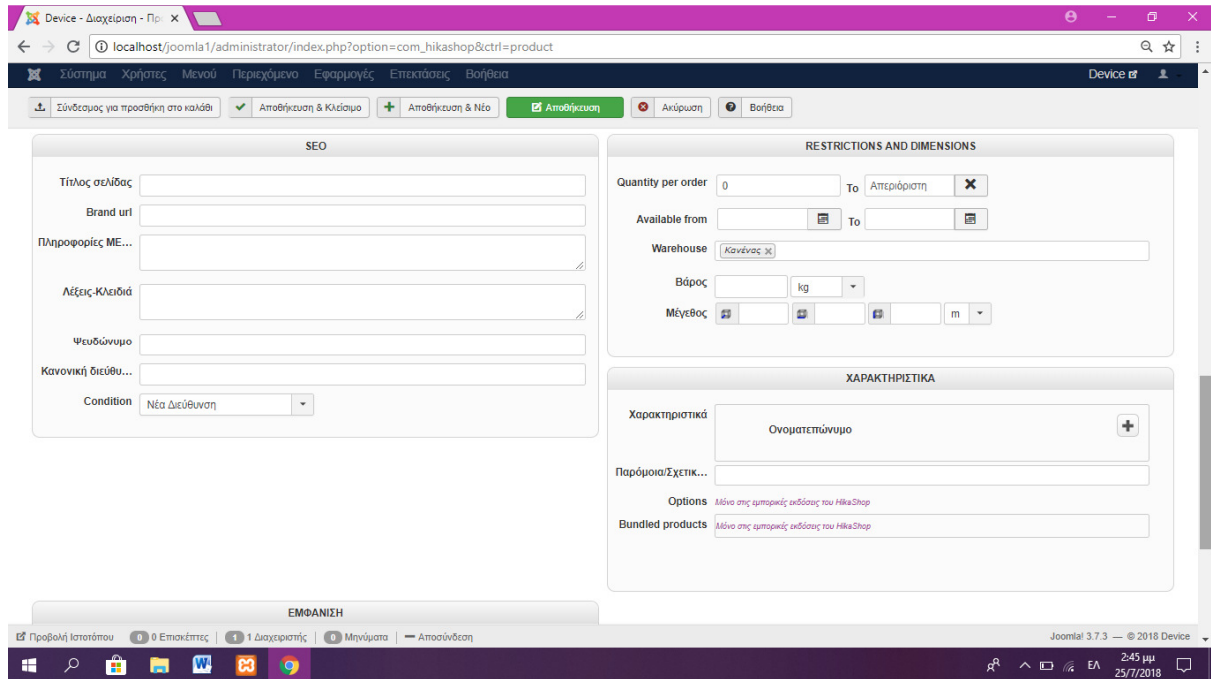
### 6.3.3 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Για την εισαγωγή των κατηγοριών πηγαίνουμε στο μενού **Εφαρμογές** → **Hikashop** → καρτέλα **Προϊόντα** → **Προϊόντα** → **Νέο**. Στην καρτέλα που ακολουθεί συμπληρώνουμε τα εξής:



Εικόνα 59 Εισαγωγή προϊόντων I

- **Main Options**
  - Ονοματεπώνυμο προϊόντος (το όνομα του προϊόντος)
  - Product code (Βάζουμε ένα κωδικό προϊόντος ο οποίος θα είναι μοναδικός, ιεραρχημένος και δομημένος και θα μπορούμε εύκολα από την ονομασία του προϊόντος να τον αναγνωρίσουμε)
  - Ποσότητα (προσθέτουμε την ποσότητα των προϊόντων σε stock)
  - Κατηγορίες (Επιλέγουμε από τις κατηγορίες που δημιουργήσαμε προηγουμένως την αντίστοιχη)
  - Κατασκευαστής (Επιλεγούμε τον κατασκευαστή)
  - Ετικέτα (Είναι χρήσιμη η εισαγωγή λέξεων σχετικών με το προϊόν ως ετικέτες για την καλύτερη αναζήτηση του προϊόντος)
  - Δημοσιευμένο (ανάλογα με το αν θέλουμε να εμφανίζεται το προϊόν επιλέγουμε ναι ή όχι)
- **Images and files**
  - Ανεβάζουμε τις εικόνες των προϊόντων
- **Prices and taxes**
  - Tax category (Επιλέγουμε το default)
  - Τιμή (ορίζουμε την τιμή του προϊόντος)
  - Τιμή με φόρο (ορίζεται το σύνολο της τιμής με τον φόρο)
  - Νόμισμα (επιλέγεται το ευρώ)
  - Αποθηκεύουμε
- **Description**
  - (Προσθέτουμε αναλυτική περιγραφή των στοιχείων του προϊόντος)
- **Restrictions and dimensions**
  - Quantity per order (Ορίζεται η ποσότητα αγοράς ανά παραγγελία)
  - Available from (Ορίζεται η ημερομηνία διαθεσιμότητας του προϊόντος)
  - Warehouse (Επιλέγεται ο χώρος αποθήκευσης του προϊόντος)
  - Βάρος (Βάρος του προϊόντος)
  - Μέγεθος (Μέγεθος του προϊόντος)
- **Χαρακτηριστικά**
  - Χαρακτηριστικά (Προσθέτουμε χαρακτηριστικά για τα προϊόντα τα οποία δεν αναφέρονται στα ανωτέρω)
- **Παρόμοια/Σχετικά**
  - Επιλέγουμε από τον κατάλογο προϊόντα σχετικά με αυτό που εισάγουμε με σκοπό την προβολή στοχευόμενων προτάσεων στους επισκέπτες



Εικόνα 60 Εισαγωγή προϊόντων II

Τα στοιχεία των καρτελών που δεν αναφέρθηκαν παραμένουν με τις προεπιλεγμένες τιμές.

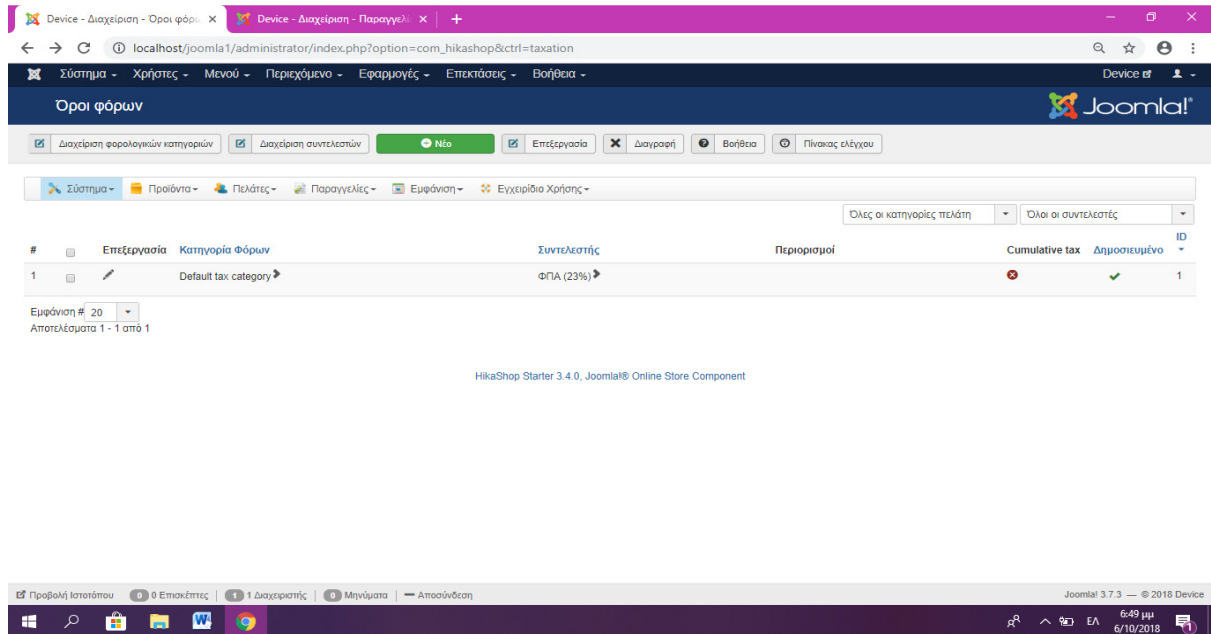
### 6.3.4 ΦΠΑ

Τα προϊόντα όμως εμπεριέχουν και ΦΠΑ ο οποίος ανάλογα με τις έκαστες νομοθεσίες ενδέχεται να διαφέρει από προϊόν σε προϊόν. Για την ρύθμιση του έγινα τα εξής:

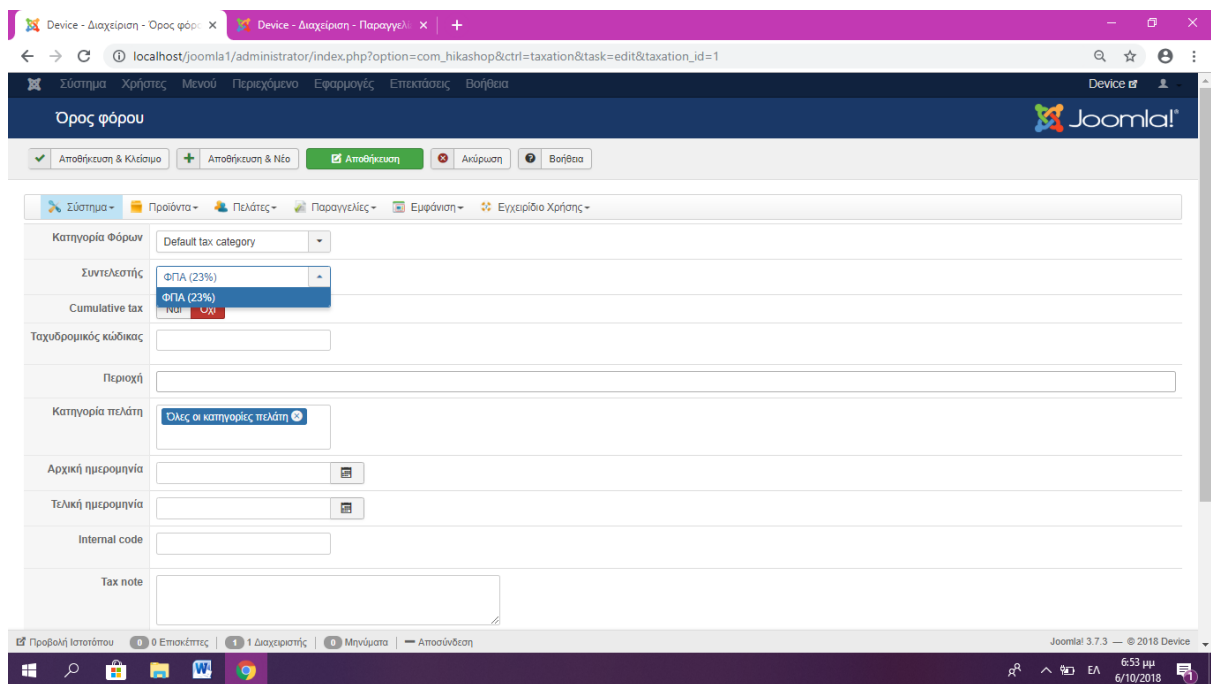
**Μενού Εφαρμογές → Hikashop → Καρτέλα Σύστημα → Φόροι → Διαχείριση Συντελεστών → Νέο**

Δημιουργούμε τους συντελεστές που χρειαζόμαστε και αποθηκεύουμε. Για να μην υπάρχει σύγχυση στις τιμές προσθέσαμε ένα μόνο συντελεστή 23%. Από το ίδιο μενού στα δεξιά μπορούμε να δούμε το συνολικό ποσό παραγγελιών με συντελεστή 23% αλλά και τον φόρο που θα πρέπει να πληρώσουμε από το σύνολο του ποσού για τον κάθε συντελεστή. Αυτό αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο καθώς μπορούμε ανά πάσα στιγμή με μικρή απόκλιση να γνωρίζουμε την φορολογία που θα πρέπει να καταθέσουμε

Στην συνέχεια Στην προηγούμενη καρτέλα (εικόνα 61) πατάμε **νέο** για να δημιουργήσουμε τον φόρο ο οποίος με την σειρά του θα εμφανιστεί κατά την εισαγωγή των προϊόντων. Επιλέγουμε **όνομα** και **κατηγορία** εάν έχουμε εισάγει και τον **συντελεστή** που θέλουμε από τη λίστα στην συγκεκριμένη περίπτωση το 23%. Προσέχουμε πάντα να είναι δημοσιευμένο, διαφορετικά δεν θα εμφανιστεί κατά την εισαγωγή των προϊόντων



Εικόνα 61 Εισαγωγή ΦΠΑ I



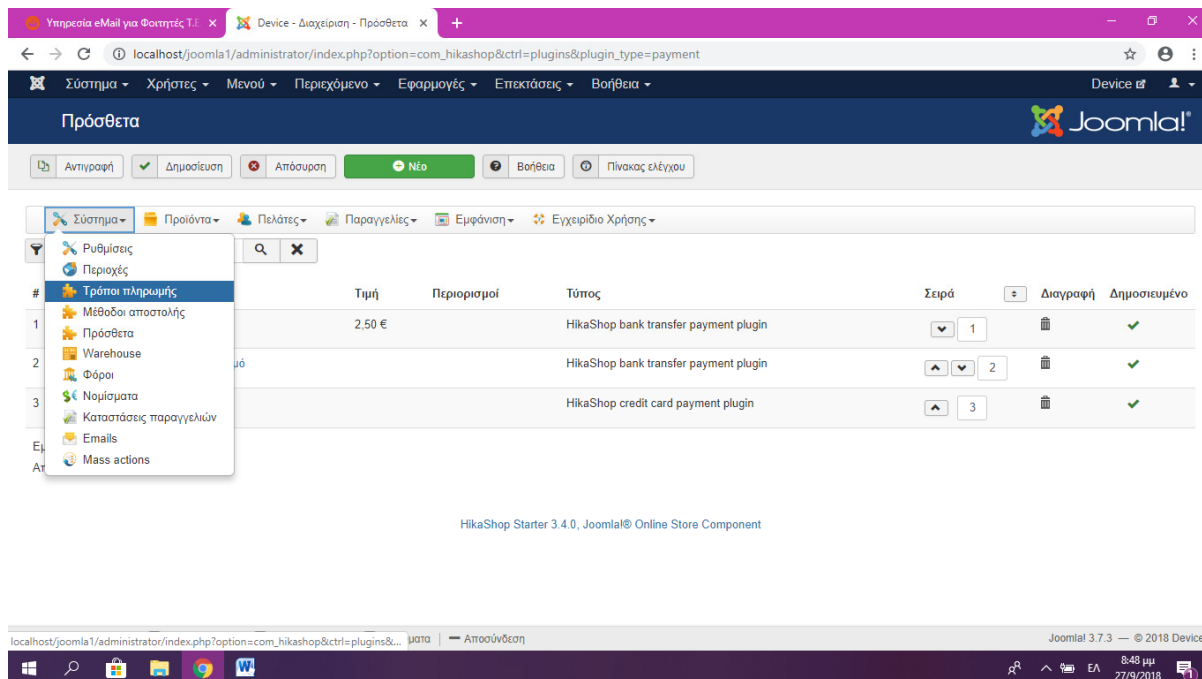
Εικόνα 62 Εισαγωγή ΦΠΑ II

### 6.3.5 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Πρέπει όπως είναι φυσικό να δώσουμε και μια ποικιλία μεθόδων για την πληρωμή των προϊόντων. Έτσι δημιουργήσαμε 3 μεθόδους πληρωμής: Την αντικαταβολή, την κατάθεση του ποσού στην τράπεζα και την πλερωμή μέσω πιστωτικής κάρτας, ο πελάτης θα έχει την

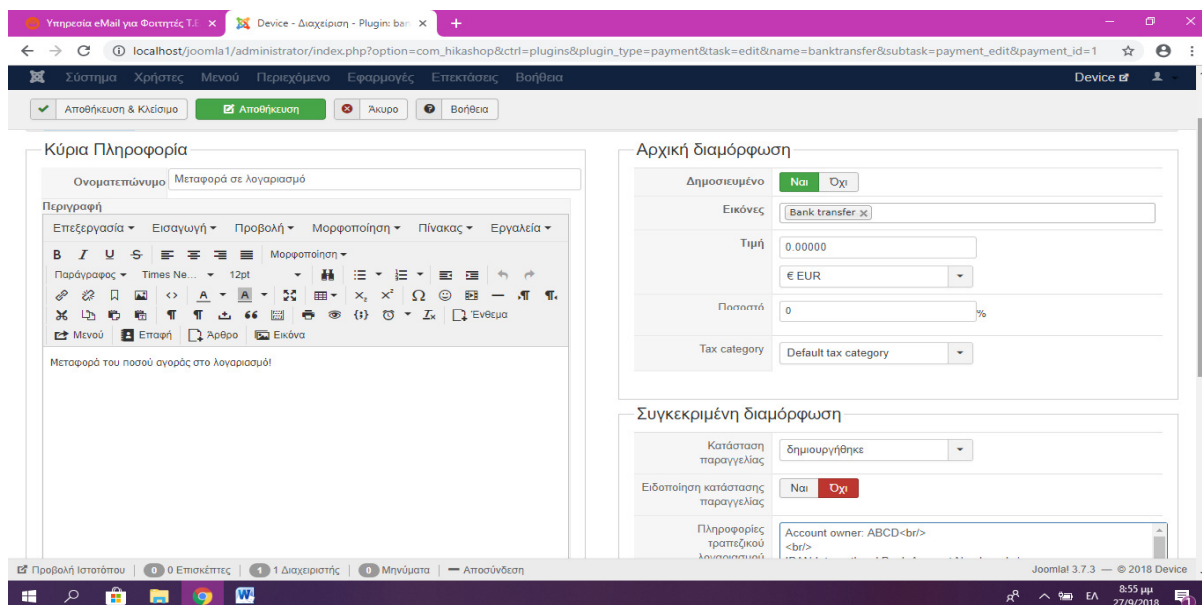
δυνατότητα να διαλέξει με ποιον τρόπο θέλει να πληρώσει κατά την διαδικασία της ολοκλήρωσης της παραγγελίας. Για την εισαγωγή των μεθόδων έγιναν τα εξής:

## Μενού Εφαρμογές → Hikashop → Καρτέλα Σύστημα → Τρόποι Πληρωμής



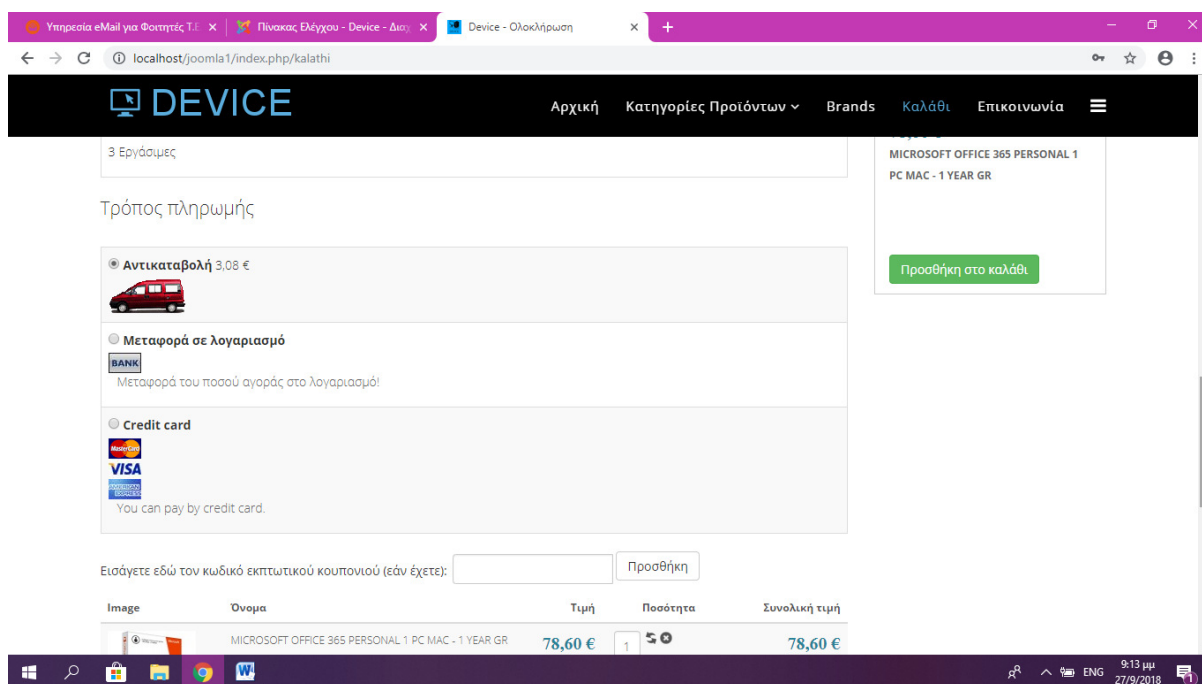
Εικόνα 63 Εισαγωγή τρόπων πληρωμής I

Πατάμε το κουμπί **Νέο** και επιλέγουμε την μέθοδο πληρωμής



Εικόνα 64 Εισαγωγή τρόπων πληρωμής II

Στη συνέχεια εισάγουμε όνομα και περιγραφή, αυτά θα είναι τα στοιχεία που θα βλέπει ο πελάτης. Προσθέτουμε χρέωση αν υπάρχει και συμπληρώνουμε και το πεδίο «Πληροφορίες τραπεζικού λογαριασμού» καθώς η μέθοδος που εισάγουμε ως παράδειγμα είναι η κατάθεση σε λογαριασμό. Ακόμα παρέχεται και η δυνατότητα εισαγωγής περιορισμών έτσι ώστε να είμαστε όσο το δυνατόν πιο σίγουροι για την ορθότητα των στοιχείων του πελάτη. Από την μεριά του ο πελάτης για να προχωρήσει η παραγγελία του πρέπει να επιλέξει οπωσδήποτε μία κουκίδα που αντιστοιχεί σε έναν τρόπο πληρωμής (εικόνα 63).



Εικόνα 65 Εισαγωγή τρόπων πληρωμής III

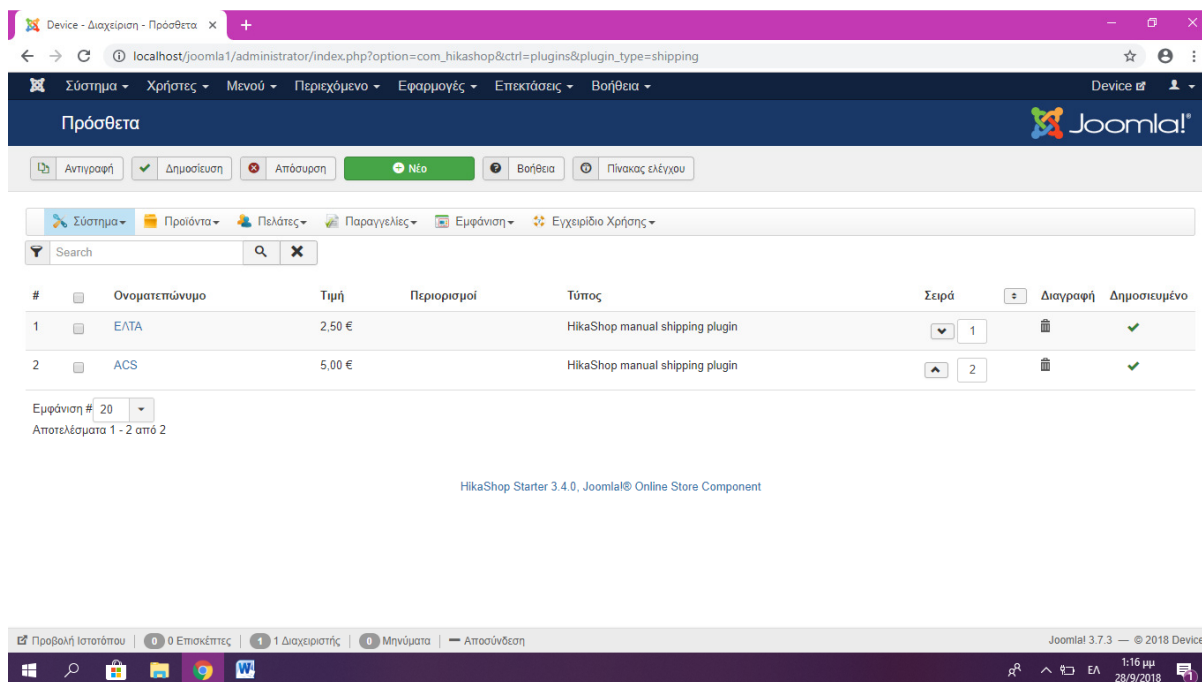
### 6.3.6 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

Όπως και με την πληρωμή έτσι και με την αποστολή θα πρέπει ο πελάτης να έχει επιλογές. Συνήθως εδώ εισάγονται τα πακέτα προσφορών από διάφορες μεταφορικές εταιρείες.

Για την εισαγωγή των μεθόδων αποστολής θα κάνουμε τα εξής:

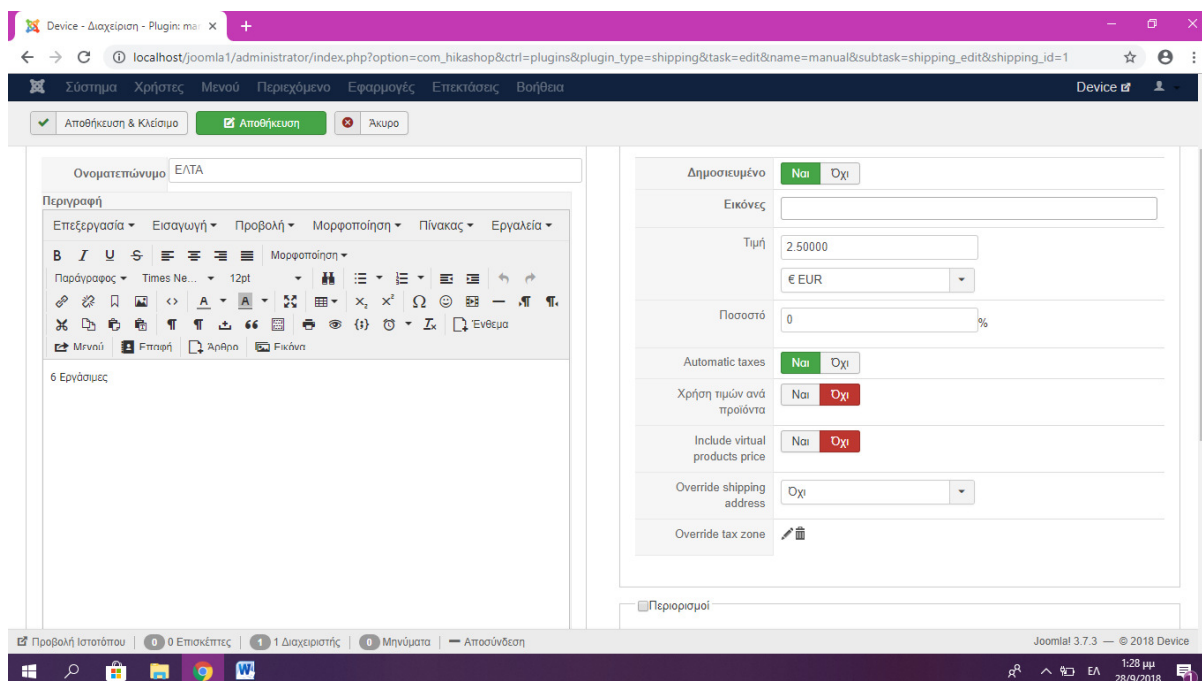
**Μενού Εφαρμογές → Hikashop → Καρτέλα Σύστημα → Τρόποι Αποστολής**





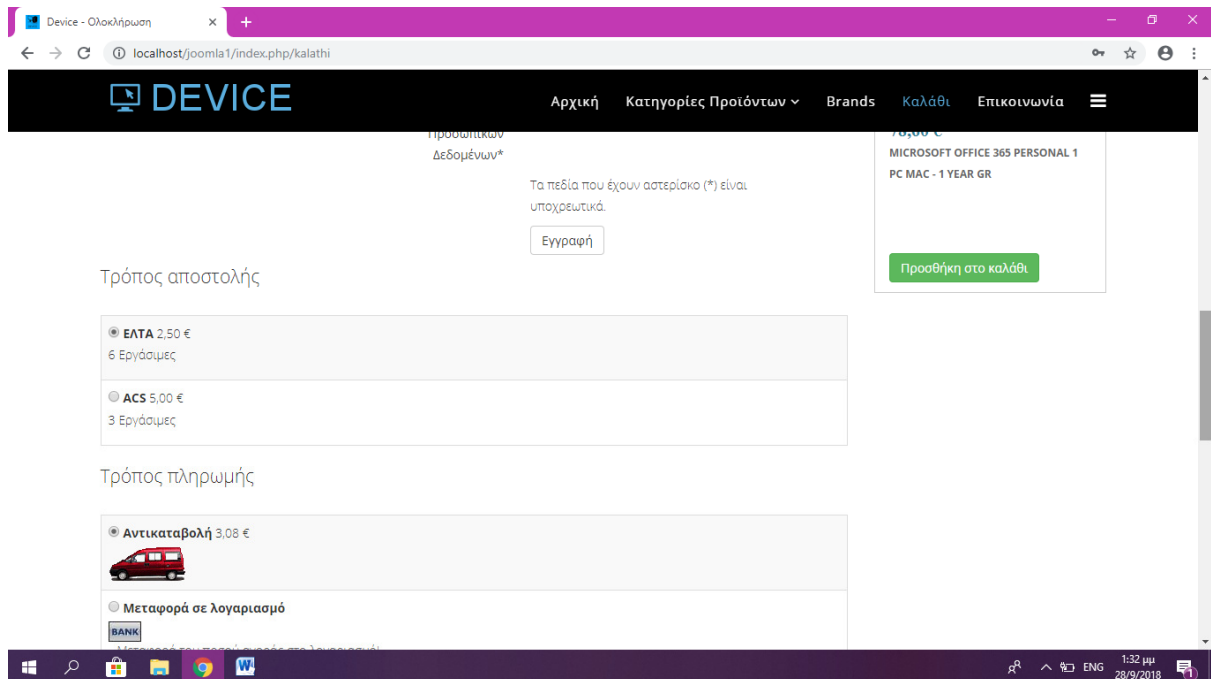
Εικόνα 66 Εισαγωγή μεθόδων αποστολής I

Πατάμε στο **Νέο** επιλέγουμε την μέθοδο και τροποποιούμε τα στοιχεία Ονοματεπώνυμο, εισάγουμε περιγραφή συνήθως χρονικό περιορισμό παράδοσης. Εισάγουμε εικόνα αν υπάρχει και τιμή η οποία αποτελεί την χρέωση που θα έχει η υπηρεσία. Προσέχουμε πάντα να είναι δημοσιευμένο για να μπορεί ο πελάτης να το δει στη σελίδα.



Εικόνα 67 Εισαγωγή μεθόδων αποστολής II

Ο πελάτης κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας του έχει τις εξής επιλογές:



Εικόνα 68 Εισαγωγή μεθόδων αποστολής III

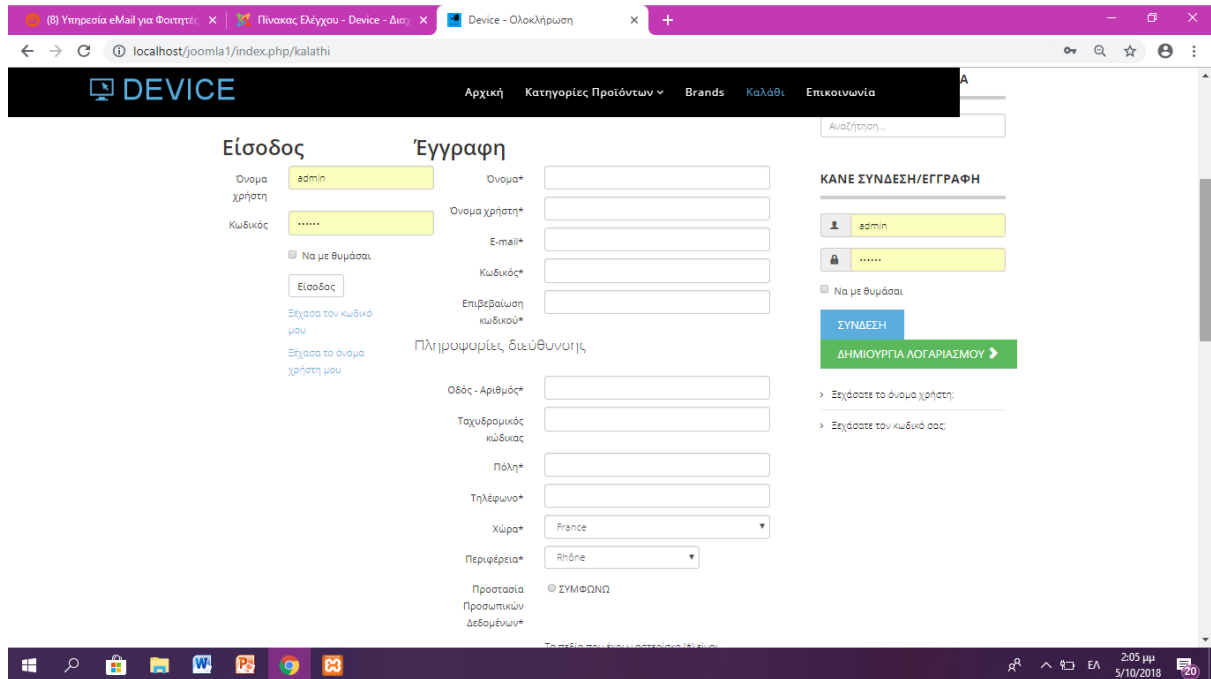
### 6.3.7 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Στην συνέχεια θα δούμε πως δημιουργείτε μια παραγγελία, πώς την παραλαμβάνει την παραγγελία ο διαχειριστής αλλά και σε ποιες ενέργειες προβαίνει έτσι ώστε το προϊόν να αποσταλθεί στον πελάτη.

Αρχικά δημιουργούμε μια παραγγελία ως πελάτες. Τα βήματα έχουν ως εξής:

- Επιλέγουμε ένα τυχαίο προϊόν
- Πατάμε το «Προσθήκη στο καλάθι»
- Εφόσον επιλέξαμε τα προϊόντα που χρειαζόμασταν πηγαίνουμε στην καρτέλα «Καλάθι» για να ολοκληρώσουμε τις αγορές μας
- Εάν έχει δημιουργηθεί λογαριασμός στο e-shop παλιότερα δεν θα χρειαστεί να γίνει εκ νέου εγγραφή, εμείς ως νέοι πελάτες θα πρέπει να κάνουμε εγγραφή.
- Συμπληρώνουμε τα στοιχεία που μας ζητούνται (εικόνα 67)

Προσοχή: Για την ολοκλήρωση της εγγραφής θα πρέπει να συμφωνήσουμε με του όρους προστασίας προσωπικών δεδομένων.



Εικόνα 69 Δημιουργία παραγγελίας

Στην συνέχεια επιλέγουμε τον τρόπο αποστολής την παραγγελίας. Έχουμε δύο επιλογές την αποστολή μέσω

- ΕΛΤΑ και την αποστολή μέσω
- ACS.

Ανάλογα με την επιλογή μας υπάρχει και η αντίστοιχη χρέωση η οποία προστίθεται στο τελικό σύνολο της παραγγελίας αλλά υπάρχουν και διαφοροποιήσεις στον χρόνο παράδοσης των προϊόντων.

Επιλέγουμε τρόπο πληρωμής. Έχουμε τις εξής τρεις επιλογές:

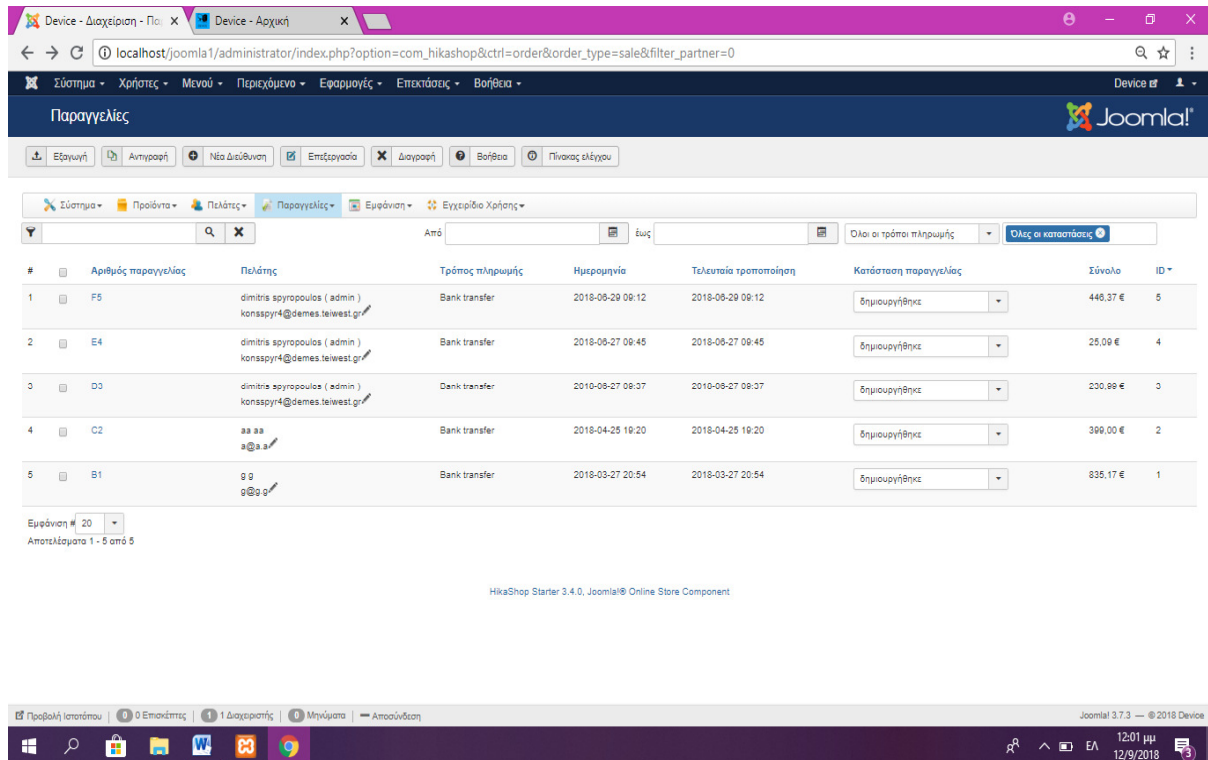
- Αντικαταβολή (Πληρωμή της παραγγελίας στον χώρο που επιλέγω όταν φτάσει η παραγγελία μου και όχι νωρίτερα)
- Μεταφορά σε λογαριασμό (Μεταφέρω ολόκληρο το ποσό στο λογαριασμό που θα εμφανιστεί έτσι ώστε να ξεκινήσει η διαδικασία της αποστολής συμπληρώνοντας τον κωδικό της παραγγελίας που θα μου υποδείξει το κατάστημα)
- Με πιστωτική κάρτα

Και εδώ ανάλογα με την επιλογή μας υπάρχει και η αντίστοιχη χρέωση η οποία προστίθεται στο τελικό σύνολο της παραγγελίας

Στην συνέχεια εφόσον συμφωνούμε με τις χρεώσεις και το τελικό κόστος πατάμε το πλήκτρο «Ολοκλήρωση» και λαμβάνουμε ένα ευχαριστήριο μήνυμα από το κατάστημα με όλες τις πληροφορίες της παραγγελίας.

Ας δούμε τώρα τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνει ο διαχειριστής την παραγγελία αλλά και τα βήματα που κάνει μέχρι την τελική αποστολή της.

. Στην περιοχή διαχείρισης επιλέγουμε **Μενού Εφαρμογές → Hikashop → Παραγγελίες**



**Εικόνα 70 Εμφάνιση των παραγγελιών**

Στην (εικόνα 68) βλέπουμε τις παραγγελίες ταξινομημένες με όποιο κριτήριο εμείς επιλέξουμε. Η κάθε παραγγελία χαρακτηρίζεται από ένα μοναδικό **κωδικό παραγγελίας** **Όνομα χρήστη και e-mail πελάτη** τον **τρόπο πληρωμής**, **παράδοσης** την **ημερομηνία παραγγελίας** και την **ημερομηνία τροποποίησης** αυτής την **κατάσταση της παραγγελίας** η οποία μεταβάλλεται στα εξής στάδια:

- ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ
- ΑΚΥΡΩΘΗΚΕ
- ΕΣΤΑΛΕΙ
- ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ
- ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΘΗΚΕ

Ακόμα παρέχονται πληροφορίες για την **τιμή** του συνόλου της παραγγελίας αλλά και ένα μοναδικό **ID**.

Οι παραγγελίες οι οποίες έχουν ως κατάσταση το ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ, είναι αυτές οι οποίες είναι καινούργιες και δεν έχουν γίνει κάποιες ενέργειες για αυτές ακόμα

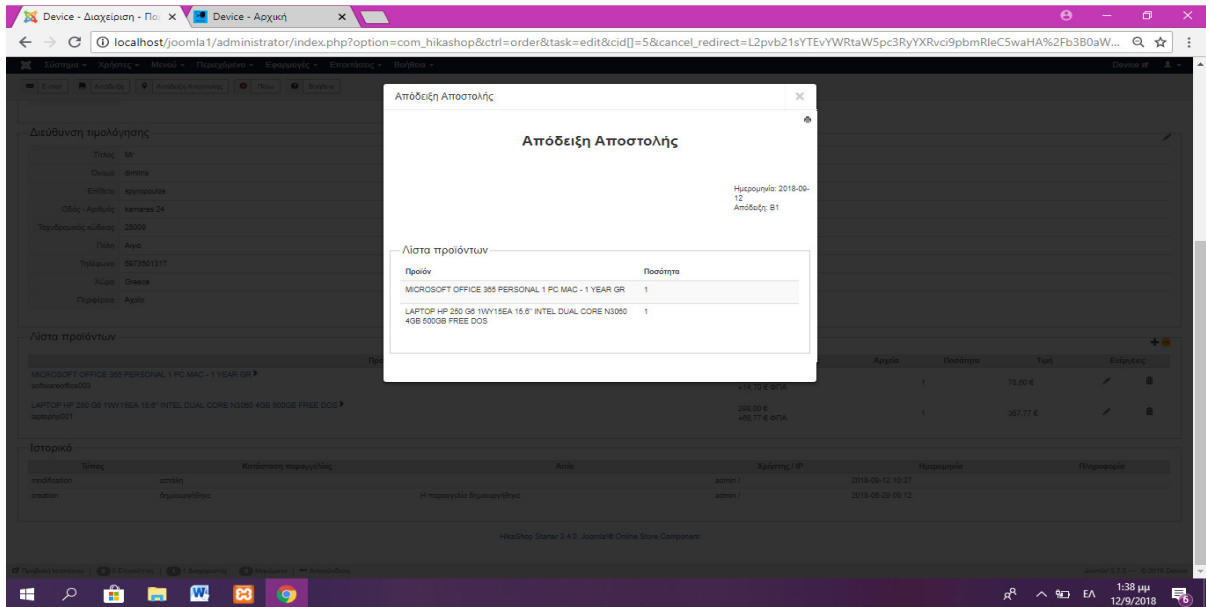
Οι παραγγελίες οι οποίες έχουν ως κατάσταση το ΑΚΥΡΩΘΗΚΕ είναι αυτές οι οποίες έπειτα από αίτημα του πελάτη έχουν ακυρωθεί, εντός ενός εύλογου χρονικού περιθωρίου

Οι παραγγελίες οι οποίες έχουν ως κατάσταση το ΕΣΤΑΛΕΙ είναι αυτές οι οποίες έχουν δοθεί στην αντίστοιχη μεταφορική εταιρεία προς αποστολή

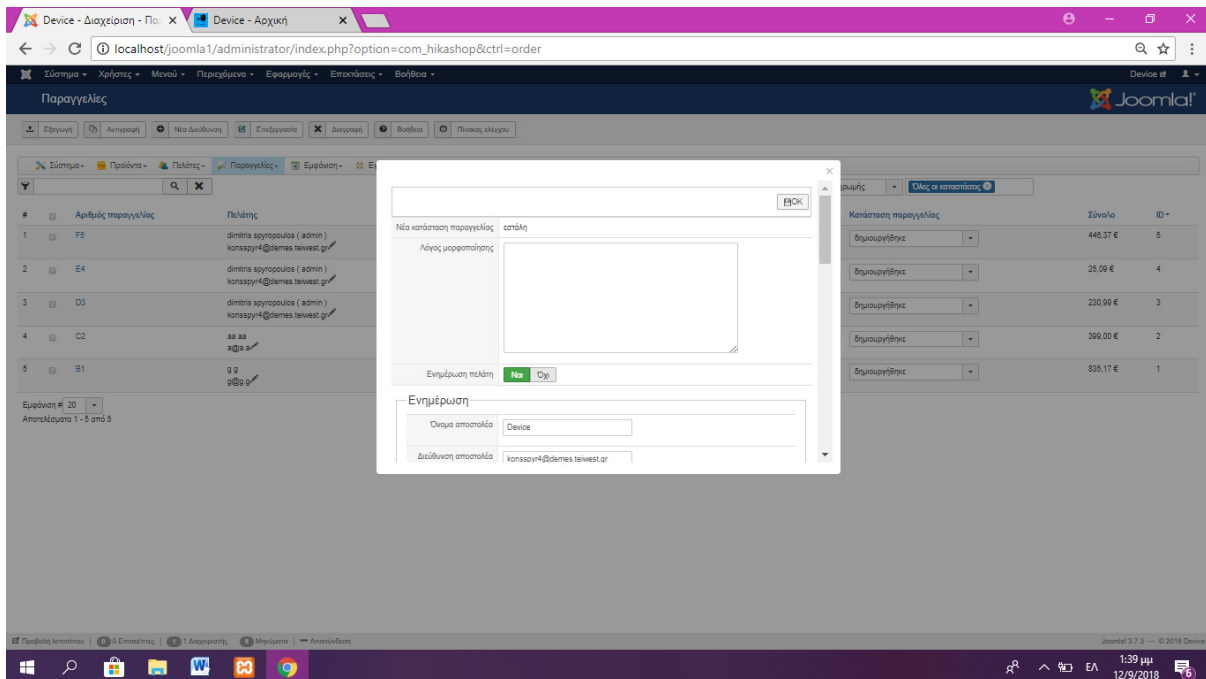
Οι παραγγελίες οι οποίες έχουν ως κατάσταση το ΣΕ ANAMONH είναι αυτές οι οποίες έχουν τεθεί σε αναμονή για κάποιο λόγο πιθανότατα από έλλειψη κάποιου προϊόντος

Οι παραγγελίες οι οποίες έχουν ως κατάσταση το ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΘΗΚΕ είναι αυτές οι οποίες έχουμε επιβεβαιώσει την πληρωμή τους και τα στοιχεία αποστολής του και είμαστε έτοιμοι να την αποστείλουμε

- Σε περίπτωση κατάθεσης στο λογαριασμό μας από τον πελάτη εφόσον έχει επιλέξει αυτόν τον τρόπο πληρωμής κατά την ολοκλήρωση θα λάβει πληροφορίες για το ποσό, την τράπεζα, αλλά και τον κωδικό παραγγελίας που θα προσθέσει στα σχόλια έτσι ώστε όταν γίνει ο έλεγχος στο λογαριασμό και επαληθευτούν και το ποσό που κατατέθηκε αλλά και ο κωδικός παραγγελίας να μεταβεί η παραγγελία από κατάσταση «Δημιουργήθηκε» σε «Επιβεβαιώθηκε». Στην συνέχεια εκτυπώνουμε την απόδειξη αποστολής μέσω του αντίστοιχου πλήκτρου την επικολλάμε στο πακέτο στο οποίο έχουμε προσθέσει την απόδειξη παραγγελίας και το δίνουμε στην αντίστοιχη μεταφορική εταιρεία. Τότε αλλάζουμε την κατάσταση παραγγελίας σε «Εστάλη». Σε κάθε αλλαγή κατάστασης ο πελάτης ενημερώνεται με e-mail
- Σε περίπτωση αντικαταβολής όπως όλες οι παραγγελίες έτσι και αυτή έρχεται σε κατάσταση «Δημιουργήθηκε». Εκτυπώνουμε τις δύο αποδείξεις και δίνουμε το πακέτο στην αντίστοιχη μεταφορική. Μεταβάλλουμε την κατάσταση παραγγελίας σε «εστάλη»
- Σε περίπτωση πληρωμής με πιστωτική κάρτα ισχύει η ίδια διαδικασία με την κατάθεση σε λογαριασμό με την διαφορά ότι ο πελάτης θα αναγκαστεί να πληρώσει το ποσό σε μετέπειτα χρόνο ενώ το κατάστημα θα πληρωθεί από την τράπεζα. Αφού λοιπόν γίνει έλεγχος στο λογαριασμό και επαληθευτούν και το ποσό που κατατέθηκε αλλά και ο κωδικός παραγγελίας μεταβαίνει η παραγγελία από κατάσταση «Δημιουργήθηκε» σε «Επιβεβαιώθηκε». Στην συνέχεια εκτυπώνουμε την απόδειξη αποστολής και απόδειξη παραγγελίας και το δίνουμε στην αντίστοιχη μεταφορική εταιρεία. Στην συνέχεια αλλάζουμε την κατάσταση παραγγελίας σε «Εστάλη».
- Σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων, λάθους πόσου κατάθεσης η οποιουδήποτε άλλου σφάλματος επιλέγουμε «σε αναμονή» έτσι ώστε να επιλύσουμε το πρόβλημα και πάντα ενημερώνουμε τον πελάτη μέσω της αυτόματης φόρμας E-mail.
- Σε περίπτωση που ο πελάτης ακυρώσει την παραγγελία ενώ έχει καταβάλλει το αντίτιμο αυτή μπαίνει σε κατάσταση «Ακυρώθηκε» και επιστρέφεται το ποσό μέσω τράπεζας.



Εικόνα 71 Απόδειξη Αποστολής



Εικόνα 72 Ενημέρωση πελάτη για την κατάσταση της παραγγελίας του

## 7. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ/ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ

Όπως είναι φυσικό κατά την διάρκεια την δημιουργίας την πτυχιακής μου συνάντησα αρκετά προβλήματα και δυσκολίες. Μερικά από αυτά επιλύθηκαν άλλα παραμένουν ακόμα,

οι παράγοντες που τα επηρεάζουν κυρίως είναι η χρήση δωρεάν προγραμμάτων και επεκτάσεων τα οποία είναι προορισμένα για περιορισμένη χρήση με περιορισμένες λειτουργίες και δυνατότητες αλλά και το γεγονός ότι το e-shop είναι εγκατεστημένο σε τοπικό επίπεδο και όχι ανεβασμένο σε κάποιο server με κάποιο πακέτο συνδρομής hosting και domain name Στην συνέχεια θα αναφερθούν αυτά τα προβλήματα αλλά και κάποιες πιθανές λύσεις για αυτά.

Αρχικά κατά την εγκατάσταση του XAMPP μου ζητήθηκε να απενεργοποιήσω το UAC (User Account Control). Ο έλεγχος λογαριασμού χρήστη όπως αλλιώς λέγεται αποτελεί μία δικλείδα ασφαλείας των windows η οποία μπλοκάρει ουσιαστικά τις μη εξουσιοδοτημένη από τον διαχειριστή αλλαγές. Η λειτουργία του XAMPP δεν αποτελεί μια απλή διεργασία για τον υπολογιστή καθώς λαμβάνονται και αποστέλλονται συνεχώς πακέτα με αποτέλεσμα να χρειάζεται άδεια διαχειριστή. Παρόλο που δεν συστήνεται, απενεργοποίησα εντελώς το UAC γιατί αλλιώς θα μπλόκαρε η λειτουργία του APACHE. Μία ακόμα λύση είναι η εγκατάσταση του XAMPP στο μονοπάτι 'C:\xampp' αντί για 'C:\Program Files'.

Πρόβλημα εμφανίστηκε στην εύρεση ενός template το οποίο θα συνεργαζόταν με τις λειτουργίες του hikashop αφού είναι ελάχιστα τα δωρεάν και τα περισσότερα χρειάζονται μεγάλη παραμετροποίηση στον κώδικα. Παρόλα αυτά βρήκαμε ένα δωρεάν όμως κατά την εγκατάσταση του template, όταν ενεργοποιήθηκε η λειτουργία 'Προεπιλεγμένο' οι θέσεις του προτύπου ήρθαν σε σύγχυση με τις υπάρχουσες προκαθορισμένες θέσεις των plugins και των modules από το προηγούμενο πρότυπο, έτσι έπρεπε να επανακαθοριστούν από την αρχή και να ρυθμιστούν σωστά έτσι ώστε να πετύχουμε μια οργανωμένη εικόνα για το πρότυπο μας.

Η προεπιλεγμένη γλώσσα του Joomla και του Hikashop ήταν τα Αγγλικά, έτσι έπρεπε και για τα δύο να κατεβάσω και να εγκαταστήσω τα Ελληνικά από τις επίσημες ιστοσελίδες. Σε περίπτωση που κάποιος χρήστης δεν είναι έμπειρος χρήστης της Αγγλικής γλώσσας υπάρχει η πιθανότητα να δυσκολευτεί σε κάποιες ορολογίες. Τυχεροί δεν σταθήκαμε και στην περίπτωση του XAMPP όπου οι μόνες γλώσσες για τις οποίες κυκλοφορεί είναι τα Αγγλικά και τα Γερμανικά.

Προβλήματα εμφανίστηκαν και στην επέκταση hikashop στα πεδία που αφορούν του τρόπους πληρωμής και αποστολής. Για την σύνδεση των τρόπων πληρωμής εκτός της αντικαταβολής και της κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό όπου είναι απλές οι λειτουργίες και υποστηρίζονται από το hikashop έπρεπε να εγκατασταθεί ένα plugin για την αποδοχή πιστωτικών καρτών. Υπάρχουν δεκάδες διαθέσιμα δωρεάν αλλά και επί πληρωμή που όμως δεν πληρούν τις ανάγκες των Ελληνικών καρτών και θα πρέπει ο χρήστης είτε να πραγματοποιεί την συναλλαγή βάση των στοιχείων της κάρτα που του δίνει ο πελάτης, είτε να προσθέσει την λειτουργία του paypal όπου κάθε πελάτης θα πληρώνει απλά μεταφέροντας χρήματα από άλλες κάρτες οι οποίες μπορεί και να μην είναι αποδεκτές από το κατάστημα. Όσον αφορά του τρόπους αποστολής πρέπει και εκεί να γίνει η λήψη του κατάλληλου Plugin, καθώς τα διαθέσιμα του hikashop δεν αντιστοιχούν σε ελληνικές μεταφορικές εταιρείες. Η λύση σε αυτό το πρόβλημα είναι είτε με την μη αυτόματη αποστολή των προϊόντων με την χρήση πλασματικών τρόπων αποστολής με αποτέλεσμα την αύξηση των εργασιών και της ευθύνης του καταστήματος είτε με την ανάπτυξη ενός νέου plugin με το οποίο θα πετύχουμε την καλύτερη δυνατή συνεργασία με τις μεταφορικές εταιρείες.

Πολλές λειτουργίες του Hikashop που εγκαταστήσαμε δεν μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν καθώς αποτελεί δωρεάν λογισμικό μόνο για την έκδοση Hikashop Starter την οποία και έχουμε εγκαταστήσει. Οι εκδόσεις Hikashop Essentian, Hikashop Business προσφέρουν περισσότερες λειτουργίες οι οποίες απευθύνονται σε πιο απαιτητικούς χρήστες.

Προβλήματα προκύπτουν και με την υποστήριξη της Joomla η οποία δεν προκύπτει από κάποια επίσημη πηγή αλλά από φόρουμ στο οποίο απαντούν χρήστες, οι απαντήσεις των οποίων μπορεί να μην είναι αξιόπιστες και να καθυστερούν.

## 8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία είχε ως θέμα την παρουσίαση και τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος το οποίο εμπορεύεται ηλεκτρονικά είδη και ανταλλακτικά Η/Υ. Αρχικά παρουσιάσαμε την γενικότερη έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου. Κάναμε μια ιστορική αναδρομή στην εποχή που ξεκίνησε το ηλεκτρονικό εμπόριο αλλά είδαμε και τις τρεις μορφές που μπορεί να πάρει ανάλογα με το που απευθύνονται τα μέλη που απαρτίζουν τη συναλλαγή. Στην συνέχεια είδαμε την έννοια του ηλεκτρονικού καταστήματος, δηλαδή web εφαρμογών μέσω των οποίων πραγματοποιούνται συναλλαγές με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως, είδαμε τα χαρακτηριστικά του, αλλά και τα μεγαλύτερα ελληνικά και ξένα e-shops. Ακόμα εισάγαμε την έννοια των CMS, συστημάτων δηλαδή που μας βοηθούν να στήνουμε και να επεξεργαζόμαστε διαφόρων τύπων ιστοσελίδες με αυτοματοποιημένες διαδικασίες που προσφέρουν οι πλατφόρμες τους. Είδαμε του τρόπους χρήσης αλλά και μερικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για αυτά. Αναφέραμε μερικά από τα γνωστότερα CMS κατηγοριοποιημένα σε ανοιχτού και κλειστού κώδικα.

Παρουσιάσαμε τρία εργαλεία για την δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Αρχικά το XAMPP το οποίο αποτελεί μεταξύ άλλων ένα δωρεάν ανοικτού κώδικα πολυεργαλείο μέσω του οποίου έχουμε ένα εξυπηρετητή μια βάση δεδομένων και την γλώσσα PHP, όλα αυτά δηλαδή που χρειαζόμαστε για να προβάλλουμε τοπικά στον υπολογιστή την ιστοσελίδα μας. Παρόλο που αποτελεί ένα εργαλείο για ανάπτυξη και όχι για παράγωγη λόγω των κενών ασφάλειας του εμείς το επιλέξαμε για την ευκολία της χρήσης του αφού μας γλίτωσε ουσιαστικά από την εγκατάσταση πολλών διαφορετικών λογισμικών. Στην συνέχεια το JOOMLA που αποτελεί το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου όπου μπορεί να μην αποτελεί το πιο διαδεδομένο και εύκολο στη χρήση εργαλείο αλλά έχει την μεγαλύτερη γκάμα επεκτάσεων και δίνει στον χρήστη την ελευθερία να πραγματοποιεί αλλαγές στην ιστοσελίδα του σε ένα φιλικό για αυτόν περιβάλλον και το HIKASHOP το οποίο αποτελεί ίσως το πιο εύχρηστο εργαλείο για την διενέργεια εμπορικών συναλλαγών της αγοράς. Αφού είδαμε αναλυτικά τον τρόπο εγκατάστασης τους το μόνο που έμενε ήταν η δημιουργία του καταστήματος.

Έτσι λοιπόν δημιουργήσαμε ένα πλασματικό ηλεκτρονικό κατάστημα με την χρήση των ανωτέρω εργαλείων εν ονόματι Device. Είδαμε αναλυτικά πως εισάγουμε template, πως δημιουργούμε μενού αλλά και πως εμπλουτίσουμε την κάθε σελίδα έτσι ώστε να πετύχουμε ένα λυτό αλλά και ελκυστικό αποτέλεσμα. Επεξεργαστήκαμε την επέκταση Hikashop εισάγοντας προϊόντα, brands, κατηγορίες προϊόντων, τρόπους πληρωμής και αποστολής. Προσπαθήσαμε να δώσουμε στον αναγνώστη μια ολοκληρωμένη εικόνα για την δημιουργία ενός e-shop από την αρχική εγκατάσταση των απαιτούμενων εργαλείων μέχρι την τελική παραμετροποίηση. Κάναμε αυτή την προσπάθεια με το συγκεκριμένο θέμα καθώς πλέον σχεδόν το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού του πλανήτη έχει έναν υπολογιστή και πρόσβαση στο Ίντερνετ και πραγματοποιεί συναλλαγές μέσα από αυτό, με τα οφέλη να είναι



πολλά και περιβαλλοντολογικά αλλά και οικονομικά τόσο για τους καταναλωτές που επιλέγουν το ηλεκτρονικό εμπόριο όσο και για τους επιχειρηματίες.

Σκοπός της εργασίας είναι να ενθαρρύνει τους νέους που επιχειρούν και επενδύουν στο ηλεκτρονικό εμπόριο να καταλάβουν ότι δεν αποτελεί κάτι δύσκολο και μακρινό από αυτούς, αφού το μεγαλύτερο μέρος της διαδικασίας είναι η κατασκευή της σελίδας που μπορεί να περιγράψει με απλό τρόπο σε αυτές τις λίγες σελίδες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι των νέων επιχειρηματικών μοντέλων που θέλουν την επιχείρηση να έχει ενεργή παρουσία στο διαδίκτυο. Αξίζει λοιπόν να επενδύσουμε στην τεχνολογία και το ηλεκτρονικό εμπόριο και να επιτρέψουμε στους εαυτούς μας να επωφεληθούν από το εκατό τοις εκατό των δυνατοτήτων της.

## Βιβλιογραφία

- Barse, M. B. S. N. M., Stella, N., Pritam, K. G. M. C., & Suraj, M. C. (2016). Formation of E-Commerce Recommendation (E-Shop). *International Journal Of Engineering And Computer Science*, 5(3).
- Baxter, S., & Vogt, L. C. (2002). U.S. Patent No. 6,356,903. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Damanpour, F., & Damanpour, J. A. (2001). E-business e-commerce evolution: perspective and strategy. *Managerial finance*, 27(7), 16-33.
- Dvorski, D. D. (2007). *Installing, configuring, and developing with Xampp*. Skills Canada.
- Friends, A. (2016). XAMPP Apache+ MariaDB+ PHP+ Perl. Haettu osoitteesta <https://www.apachefriends.org/index.html> (15.5. 2016).
- Gefen, D. (2000). E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725-737.
- King, D. N., & King, D. N. (2004). *Introduction to e-commerce*. Prentice Hall.
- Kloostr, S. (2015). Microdata or Rich Snippets. In *Joomla! 3 SEO and Performance* (pp. 55-60). Apress, Berkeley, CA.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2013). *E-commerce*. Pearson.
- Nigam, K., Saxena, S., & Gupta, N. (2015). An Analysis on Improvement of Website Ranking Using Joomla. *IITM Journal of Management and IT*, 6(1), 69-72.
- Patel, S. K., & Prajapati, J. B. (2018). Joomla, Drupal and WordPress SEO Comparison. *Journal of Computer Technology & Applications*, 9(1), 17-23.
- Karim Khan <https://www.quora.com/Is-XAMPP-used-for-life-production-And-Why>
- Croudsourced software recommendations <https://alternativeto.net/software/wamp/>
- Timmers, P. (1998). Business models for electronic markets. *Electronic markets*, 8(2), 3-8.
- Zambon, G. (2012). eshop. In *Beginning JSP, JSF and Tomcat* (pp. 281-315). Apress, Berkeley, CA.
- <https://www.teilar.gr/dbData/ProfAnn/profann-322a4371.pdf> ΑΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ Τμήμα Μηχανικών Πληροφορικής ΤΕ
- Προστασία Προσωπικών Δεδομένων <https://www.e-sepia.gr/el/our-journal>