



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ



## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

### <<Ανάπτυξη διαδικτυακής εφαρμογής για την προώθηση αρωματικών φυτών>>



Της φοιτήτριας

Σιαμάγκα Παναγιώτας

Αρ. Μητρώου: 04/2665

Επιβλέπων καθηγήτρια

Σιάκα Κέρστιν

Θεσσαλονίκη 2014

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	5
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	6
<b>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup></b>	
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>7</b>
1.1 Σκοπός Πτυχιακής Εργασίας.....	7
1.2 Δυσκολίες Πτυχιακής Εργασίας.....	7
1.3 Background Θεωρίες.....	7
<b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup></b>	
<b>ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ ΦΥΤΑ.....</b>	<b>8</b>
2.1 Γενικά.....	8
2.1.1 Χρήσεις των αρωματικών φυτών.....	9
2.1.2 Τα αρωματικά φυτά στην Ελλάδα.....	9
2.1.3 Εμπορική εκμετάλλευση των αρωματικών φυτών στην Ελλάδα.....	10
2.1.4 Ενδιαφέρον και έρευνα για τα αρωματικά φυτά.....	11
2.2 Η ρίγανη.....	12
2.2.1 Γενικά χαρακτηριστικά της ρίγανης.....	12
2.2.2 Οι χρήσεις της ως αιθέριο έλαιο.....	13
2.2.3 Σχετικά με την καλλιέργεια της ρίγανης.....	14
2.2.4 Διάρκεια παραγωγικής ζωής της ρίγανης.....	16
2.2.5 Προοπτικές καλλιέργειας - Θετικοί παράγοντες.....	16
2.2.6 Επεξεργασία ρίγανης.....	17
2.2.7 Πως επεξεργαζόμαστε τη ρίγανη για οικιακή χρήση.....	18

2.2 Το τσάι Ολύμπου.....	19
2.3.1 Γενικά χαρακτηριστικά.....	19
2.3.2 Οι ευεργετικές του ιδιότητες.....	20
2.3.3 Αιθέρια έλαια από το τσάι του βουνού.....	21

### **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>**

#### **Η ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΤΗΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

3.1 Το ηλεκτρονικό marketing.....	22
3.2 Το ηλεκτρονικό εμπόριο.....	23
3.3 Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν.....	25
3.4 Οφέλη μιας επιχείρησης από την ύπαρξη της ιστοσελίδας.....	26
3.5 Γιατί δημιούργησα αυτή την ιστοσελίδα.....	28

### **Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>**

#### **ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΧΘΗΚΑΝ.....30**

4.1 Τι είναι το CMS (Content Management System).....	30
4.2 Γιατί το Wordpress.....	31
4.3 Τι είναι το Wordpress.....	31
4.4 Οι δυνατότητες του Wordpress.....	32
4.5 Η ιστορία του Wordpress.....	33
4.6 Γιατί να δημιουργήσω gmail.....	34

### **Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>**

#### **ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥΣ.....34**

5.1 Αρχές για μια φιλική προς το χρήστη ιστοσελίδα.....	34
---	----

5.2 Τι είναι το SEO (Search Engine Optimization).....	36
5.3 Τα πιο σημαντικά στοιχεία στον κώδικα μιας ιστοσελίδας.....	37
5.4 Έξυπνοι τρόποι για αναβάθμιση του Ranking.....	38
5.5 Σε τι χρησιμεύει το XML sitemap.....	39

## **Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup>**

### **Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ**

6.1 Πώς δημιουργώ λογαριασμό gmail.....	40
6.2 Πώς ανοίγουμε wordpress λογαριασμό.....	40
6.3 Κατασκευή της ιστοσελίδας βήμα-βήμα.....	42

## **Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup>**

### **BLACKBOX AND WHITEBOX TESTING.....**

7.1 Έλεγχος black box.....	50
7.2 Έλεγχος white box.....	51

## **Κεφάλαιο 8<sup>ο</sup>**

### **ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ.....**

ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	53
---------------	----

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένειά μου για την ηθική και οικονομική συμπαράσταση όχι μόνο κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στη θεία μου, Σιαμάγκα Ελένη η οποία μου συμπαραστάθηκε με οποιονδήποτε τρόπο όλο αυτό τον καιρό.

Επίσης ευχαριστώ τους φίλους μου, Κατράνα Χαρη και Τσιαούση Ειρήνη για τις πολύτιμες συμβουλές τους.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, κα Σιάκα Κέρστιν, για την καθοδήγηση και για τις εύστοχες παρατηρήσεις της για την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας.

## Πρόλογος

Τα χρόνια των σπουδών μου ήταν πολύ ενδιαφέροντα για μένα. Η σχολή της πληροφορικής μου έδωσε πολύ γερά εφόδια για να βγω στον τομέα της εργασίας και να μπορώ να χειριστώ ό,τι έχει να κάνει με τους υπολογιστές άψογα. Από την άλλη μεριά, αφού δημιούργησα την οικογένειά μου και όντας ο άντρας μου αγρότης, αποφασίσαμε να ασχοληθούμε με την καλλιέργεια αρωματικών φυτών και πιο συγκεκριμένα τη ρίγανη και το τσάι Ολύμπου. Όταν λοιπόν προέκυψε ως θέμα της εργασίας μου η ιστοσελίδα που επρόκειτο να δημιουργήσω για τα προϊόντα μας, ο ενθουσιασμός μου ήταν μεγάλος καθώς με αυτόν τον τρόπο είχα την ευκαιρία και να μάθω πώς δημιουργείται βήμα-βήμα μια ιστοσελίδα και να προωθήσω την παραγωγή μας στο διαδίκτυο με τον καλύτερο τρόπο.

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

#### 1.1 Σκοπός Πτυχιακής Εργασίας

Η πτυχιακή αυτή εργασία, θα μπορούσα να πω πως με βοήθησε να περάσω από την ακαδημαϊκή θεωρία στην πρακτική εφαρμογή. Αυτά τα χρόνια στη σχολή πήρα πολλά εφόδια, έμαθα πολλές γλώσσες προγραμματισμού και ανέπτυξα διάφορες εργασίες. Η πτυχιακή εργασία όμως ήταν μια ιδιαίτερη εργασία που έπρεπε να γίνει υπεύθυνα και οργανωτικά. Έπρεπε λοιπόν να συγκεντρώσω όλες τις γνώσεις που απέκτησα από αυτή τη σχολή και να δημιουργήσω σιγά σιγά μια ιστοσελίδα. Ήταν μια ευκαιρία να δείξω στον εαυτό μου και όχι μόνο, κατά πόσο καλά μπορώ να ανταπεξέλθω σε μια τέτοια δοκιμασία και κατά συνέπεια, κατά πόσο είμαι έτοιμη να βγω στο επάγγελμα της πληροφορικής.

#### 1.2 Δυσκολίες Πτυχιακής Εργασίας

Πρώτο μέλημα πάντα κάθε προγραμματιστή που θέλει να δημιουργήσει μια ιστοσελίδα είναι να συζητήσει με τον άμεσα ενδιαφερόμενο. Στην δική μου περίπτωση, αρχικά ενημερώθηκα από τον παραγωγό για τις πραγματικές του ανάγκες, τις οποίες δυσκολεύτηκα αρκετά να τις αντιστοιχίσω με τα προβλεπόμενα για μια έξυπνη σελίδα. Στη συνέχεια, αντιμετώπισα δυσκολία σε σχέση με το ποια πλατφόρμα έπρεπε να διαλέξω ώστε να είναι η καταλληλότερη για τη συγκεκριμένη εφαρμογή. Τέλος, ήθελα η σελίδα που θα κατασκευάσω να είναι απόλυτα ασφαλής στο διαδίκτυο.

#### 1.3 Background Θεωρίες

Απαραίτητη προϋπόθεση για να επιτευχθεί η ολοκλήρωση αυτής της εργασίας ήταν οι πολύ καλές γνώσεις σχετικά με τις παρακάτω θεωρίες:

- Θεωρία του ίντερνετ TCP-IP
- Γλώσσες προγραμματισμού PHP - CSS – JAVA
- Ηλεκτρονικό marketing
- Internet Security
- SEO (Search Engine Optimization)

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>

### ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ ΦΥΤΑ



#### 2.1 Γενικά

Με τον όρο αρωματικά φυτά χαρακτηρίζονται εκείνα τα φυτά που αποδίδουν άρωμα, το οποίο άρωμα οφείλεται σε πτητικές ενώσεις. Το χαρακτηριστικό των αρωματικών φυτών είναι η παρουσία των αιθερίων ελαίων που τους δίνουν ένα ιδιαίτερο άρωμα. Με τον όρο αιθέρια έλαια εννοούνται πτητικές ενώσεις που προσδίδουν στο φυτό μια χαρακτηριστική οσμή, πρόκειται για **τερπενικές ουσίες** χαμηλού μοριακού βάρους (κυρίως μονο- ( $C_{10}$ ) και σεσκιτερπένια ( $C_{15}$ ). Με την επίδραση φυσικών εξωτερικών ερεθισμάτων, όπως ο άνεμος, αυξάνεται η ποσότητα των πτητικών ενώσεων που απελευθερώνονται στο



περιβάλλον. Οι πτητικές ενώσεις παράγονται και συσσωρεύονται σε φυτικούς αδένες που βρίσκονται στα διάφορα μέρη των φυτών, όπως τα άνθη, τα φύλλα, οι βλαστοί, οι καρποί, οι ρίζες.

### **2.1.1 Χρήσεις των αρωματικών φυτών**

Τα αρωματικά φυτά έχουν χρησιμοποιηθεί για εκατοντάδες χρόνια σε κάθε σημείο της γης από πολυάριθμους πολιτισμούς, όχι μόνο στη διατροφή αλλά και στην αντιμετώπιση προβλημάτων υγείας. Τα αρωματικά φυτά είναι ευρέως διαδεδομένα σε όλη την περιοχή της Μεσογείου και είναι κυρίαρχα στοιχεία της χλωρίδας της. Αρχικά, χρησιμοποιήθηκαν ως αρτύματα, αφεψήματα και για θεραπευτικούς λόγους ενώ σήμερα τα αρωματικά φυτά και τα αιθέρια έλαια τους χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τροφών, ποτών, καλλυντικών, στη φαρμακοβιομηχανία, αλλά και στη μελισσοκομία.

### **2.1.2 Τα αρωματικά φυτά στην Ελλάδα**

Η οικογένεια με τον μεγαλύτερο αριθμό αρωματικών φυτών στην Ελλάδα είναι η οικογένεια *Lamiaceae* (Χειλανθή). Η οικογένεια *Lamiaceae* χαρακτηρίζεται από πολυάριθμα είδη των ξηρών και θερμών κλιματικών περιοχών, με πολλά χαρακτηριστικά γνωρίσματα όπως ο τετράγωνος βλαστός με τα αντιθέτως φυόμενα φύλλα, η διάταξη των ανθέων που σχηματίζουν μονοχάσια ή διχάσια, η συμπέταλη στεφάνη, ο συστέπαλος κάλυκας που περικλείει τον σωλήνα της στεφάνης, οι τέσσερις άνισοι στήμονες που σχηματίζουν δύο ζεύγη, η επιφυής δικαρπόφυλλική οωθήκη και τα αιθέρια έλαια που παράγουν σε ειδικούς αδένες του βλαστού, των φύλλων και των ανθέων. Στην Ελλάδα φύονται πολλά είδη της οικογένειας *Lamiaceae* τα οποία δεν είναι χρήσιμα μόνο ως αρωματικά αλλά και ως φαρμακευτικά, αρτυματικά, καλλωπιστικά και μελισσοτροφικά. Τα πιο κοινά είναι: θυμάρι (*Thymus capitatus* - Θύμος ο κεφαλωτός), θρούμπι (*Satureja*

*thymbra* -Σατουρέγια η θύμβρα), φασκόμηλο (*Salvia fruticosa* - Ελελίφασκος ο θαμνώδης), ρίγανη (*Origanum vulgare* - Ορίγανον το κοινό), δίκταμος (*O. dictamnus* - Ορίγανον ο δίκταμος), μελισσοβότανο (*Melissa officinalis* - Μέλισσα η φαρμακευτική), Λεβάντα η στοιχάς (*Lavandula stoechas*), τσάι του βουνού (*Sideritis scardica*).

### 2.1.3 Εμπορική εκμετάλλευση των αρωματικών φυτών στην Ελλάδα

Η εμπορική εκμετάλλευση των φυτών στην Ελλάδα γίνεται με δύο τρόπους, με συλλογή των αυτοφυών ειδών και με καλλιέργειες διαφόρων αρωματικών ειδών. Δεν υφίσταται καμία ορθολογιστική διαχείριση όσον αφορά τη συλλογή των αυτοφυών ειδών, μόνο σε κάποιες περιοχές οι συλλέκτες ζητούν άδεια συλλογής από τις αρμόδιες υπηρεσίες, οι οποίες δεν γνωρίζουν την κατάσταση και την έκταση των πληθυσμών των φυτών, με αποτέλεσμα πολλοί φυσικοί πληθυσμοί να απειλούνται με εξαφάνιση. Στην δεύτερη περίπτωση οι καλλιέργειες είναι γεωγραφικά διάσπαρτες. Πολλά από τα πολυετή αρωματικά φυτά είναι αειθαλή και ανθεκτικά στις υψηλές θερμοκρασίες και στη ξηρασία. Η εγκατάσταση και ο πολλαπλασιασμός τους είναι γρήγορος. Τα αιθέρια έλαια τους τα προστατεύουν από τους εχθρούς αλλά και ταυτόχρονα προσελκύουν τους επικονιαστές. Κάποια από τα αρωματικά φυτά που έχουν καλλιεργηθεί στην Ελλάδα είναι ο βασιλικός (*Ocimum basilicum* - Ωκιμον το βασιλικόν), ο γλυκάνισος (*Pimpinella anisum* - Πιμπινέλλα το άνισον), ο δίκταμος (*Origanum dictamnus* - Ορίγανον ο δίκταμος), ο κορίανδρος (*Coriandrum sativum* - Κορίανδρο το ήμερο), ο κρόκος (*Crocus sativus* - Κρόκος ο ήμερος), το κύμινο (*Cuminum cyminum* - Κούμινον το κύμινον) κ.ά.

Ο κύριος όγκος των αρωματικών φυτών που είτε συλλέγονται από τη φύση είτε καλλιεργούνται, εξάγονται και ένα μικρό ποσοστό διατίθεται στην ελληνική αγορά. Η ζήτηση των αρωματικών φυτών ολοένα και αυξάνεται καθώς αυξάνεται η ζήτηση για φυσικά προϊόντα. Επίσης, η διάδοση της αρωματοθεραπείας και οι έρευνες που

αποδεικνύουν την ισχυρή βιολογική δράση των αιθέριων ελαίων κάνουν τους ρυθμούς ζήτησης των αρωματικών φυτών να αυξάνονται.

#### 2.1.4 Ενδιαφέρον και έρευνα για τα αρωματικά φυτά

Υπάρχει παγκόσμιο ενδιαφέρον για τα αρωματικά φυτά και τα αιθέρια έλαια τους, καθώς οι έρευνες έχουν αυξηθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία. Η Ελλάδα είναι μία από τις πέντε χώρες με τα περισσότερα ερευνητικά αποτελέσματα για τα αρωματικά φυτά και τα αιθέρια έλαια τους, κυρίως της οικογένειας Lamiaceae. Παρόλα αυτά γνωρίζουμε ελάχιστα για τα αρωματικά φυτά ενώ είναι γνωστό πως η Ελλάδα διαθέτει τεράστιο φυτικό πλούτο, ο οποίος είναι ανεξερεύνητος και ανεκμετάλλευτος. Επομένως η έρευνα πρέπει να συνεχιστεί και να διευρυνθεί. Οι έρευνες στον τομέα αυτό θα οδηγήσουν όχι μόνο στην αύξηση της γνώσης αλλά θα συμβάλλουν και στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Η χρήση των αρωματικών φυτών θα οδηγήσει στη μείωση της χρήσης των ξενικών ειδών και ταυτόχρονα στην ενίσχυση της τοπικής παραγωγής.



## 2.2 Η ρίγανη



### 2.2.1 Γενικά χαρακτηριστικά της ρίγανης

Η Ελληνική ρίγανη (Greek Oregano) είναι φυτό πολυετές και ποώδες η ποιότητα της θεωρείται η καλύτερη παγκοσμίως. Η ρίγανη πέρα από το χαρακτηριστικό άρωμα και γεύση που αφήνει στο φαγητό έχει και πάρα πολλές φαρμακευτικές ιδιότητες, με κυριότερη (γνωστή φαρμακευτικά) δραστική ουσία την καρβακρόλη. Είναι αντιδιαρροϊκή, αντιφλεγμονώδης, βακτηριοκτόνα. Υπό μορφή αφεψημάτων χρησιμοποιείται για την ατονία των εντέρων, αποχρεμπτικό για το βήχα, βοηθάει στην υπέρταση και την αρτηριοσκλήρυνση. Το αιθέριο έλαιο της ρίγανης (οριγανέλαιο) χρησιμοποιείται για τον πονόδοντο. Η ρίγανη έχει 12 φορές περισσότερο αντιοξειδωτική δράση από το πορτοκάλι, 30 από την πατάτα και 42 από το μήλο. Επίσης με λίγη ρίγανη στην τροφή των πτηνών σας κρατάτε τις αρρώστιες μακριά τους.

Μία άλλη κύρια χρήση της είναι κατά των χρόνιων ρευματισμών. Οι αρχαίοι Έλληνες γνώριζαν τη θεραπευτική της αξία και τη χρησιμοποιούσαν πίνοντας το τσάι της σε κολικούς και εξωτερικά σε πρηξίματα και για το στραβολαΐμασμα.

Στην Ελλάδα η ρίγανη είναι αυτοφυής και βρίσκεται σε ορεινές και βραχώδεις περιοχές.

Χρησιμοποιείται ως καρύκευμα κυρίως στη μαγειρική αλλά και σπανιότερα ως αφέψημα, το οποίο αναφέρεται ως εξαιρετικό κατά του βήχα. Χρησιμοποιείται ιδιαίτερα στη χωριάτικη σαλάτα.

Η συλλογή της ρίγανης γίνεται κατά την ανθοφορία του φυτού, τα άνθη αυτά ξεραίνονται σε ειδικά υπόστεγα ή ξηραντήρια και στη συνέχεια τρίβονται και κοσκινίζονται.

Είναι το βασικό καρύκευμα των χωρών της Μεσογείου και βασικό συστατικό της Ελληνικής, αλλά και της Ιταλικής κουζίνας.

### **2.2.2 Οι χρήσεις της ως αιθέριο έλαιο**

Το αιθέριο έλαιο της ρίγανης και τα συστατικά που το αποτελούν, χρησιμοποιούνται για τις αντιμικροβιακές τους ιδιότητες στη βιομηχανία τροφίμων αυξάνοντας την ικανότητα συντήρησής τους και μειώνοντας την ανάπτυξη του αντίστοιχου μικροβιακού πληθυσμού.



### 2.2.3 Σχετικά με την καλλιέργεια της ρίγανης



#### ➤ **Εναέριο και εδαφικό περιβάλλον**

Η άριστη θερμοκρασία ανάπτυξης της ρίγανης κυμαίνεται από 18-22 °C με όρια ανάπτυξης από 4 έως 33 °C, ενώ το ριζικό της σύστημα σε καλά αναπτυγμένα φυτά αντέχει σε ακραίες θερμοκρασίες. Επιβιώνει και σε χαμηλά επίπεδα φωτισμού, αλλά για να επιτευχθεί υψηλή περιεκτικότητα σε αιθέρια έλαια, το φως είναι απαραίτητο.

Η ρίγανη συναντάται ως αυτοφυές φυτό σε μεγάλη ποικιλία εδαφών και κλιμάτων από παραθαλάσσιες έως ορεινές περιοχές, στη νησιώτικη και την ηπειρωτική Ελλάδα, σε πλούσια και φτωγά εδάφη. Αναπτύσσεται σε ποικιλία εδαφών, με καλή στράγγιση.

#### ➤ **Απαιτήσεις σε λίπανση και νερό**

Δεν είναι φυτό απαιτητικό σε θρεπτικά στοιχεία καθώς έχει μικρές απαιτήσεις σε άζωτο, φώσφορο και κάλιο, με τη λίπανση να εφαρμόζεται στο τέλος φθινοπώρου έως τις αρχές του χειμώνα. Ο συνδυασμός των βασικών στοιχείων με επάρκεια ιχνοστοιχείων (πλήρης ισόρροπος λίπανση) δίνει πολύ καλύτερη παραγωγή.

Η ρίγανη αντέχει στην ξηρασία και μπορεί να καλλιεργηθεί ως ξηρικό είδος. Σε περίπτωση παρατεταμένης ξηρασίας, ιδίως την περίοδο της άνοιξης, ένα ή και δύο ποτίσματα είναι ωφέλιμα, αυξάνοντας την απόδοση, χωρίς να μειώνεται ιδιαίτερα η ποιότητα.

#### ➤ **Πολλαπλασιασμός ρίγανης**

Η ρίγανη πολλαπλασιάζεται κυρίως με σπόρο ή με παραφυάδες και διαίρεση φυτών που λαμβάνονται από παλιές φυτείες. Μπορεί επίσης να πολλαπλασιασθεί με μοσχεύματα. Η εγκατάσταση της καλλιέργειας γίνεται τόσο το φθινόπωρο, όσο και την άνοιξη.

#### ➤ **Αποδόσεις και ποιοτικά χαρακτηριστικά**

Η ποιότητα της ρίγανης καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από το συστατικό καρβακρόλη, που βρίσκεται στο ριγανέλαιο και κυμαίνεται από 70 έως 85%, ενώ σε αυτοφυείς πληθυσμούς, μπορεί να ξεπεράσει και το 90%. Πρέπει να σημειωθεί ότι η απόδοση σε ριγανέλαιο και το ποσοστό της καρβακρόλης έχουν σχέση με τον καλλιεργούμενο πληθυσμό, ποικιλία ή κλώνο, το κλίμα, το έδαφος, το υψόμετρο, καθώς και τις συνθήκες της καλλιέργειας (άρδευση, λίπανση κ.λπ.).

Η ρίγανη αποδίδει ικανοποιητικά από το τρίτο έτος και μετά φθάνοντας έως 300 κιλά στο στρέμμα (αρδευόμενη καλλιέργεια). Η περιεκτικότητα σε ριγανέλαιο είναι δυνατόν να φθάσει μέχρι και 7% με τον μέσο όρο να κυμαίνεται από 3 έως 4%.

#### 2.2.4 Διάρκεια παραγωγικής ζωής της ρίγανης

Η φυτεία ρίγανης μπορεί να έχει διάρκεια οικονομικής ζωής έως και 10 έτη. Τον 1ο χρόνο ανοιξιάτικης εγκατάστασης η απόδοση είναι ελάχιστη και δεν αξίζει να συγκομισθεί. Όταν πρόκειται, όμως, για φθινοπωρινή εγκατάσταση, μπορεί να φτάσει μέχρι 40 κιλά τριμμένη ρίγανη. Το 2<sup>ο</sup> χρόνο η παραγωγή τριπλασιάζεται, ενώ από τον 3ο χρόνο οι αποδόσεις σε χορτομάζα και τριμμένη ρίγανη φθάνουν στο ανώτερο σημείο της φυτείας. Οι αποδόσεις διατηρούνται σταθερές μέχρι τον 6<sup>ο</sup> χρόνο και στη συνέχεια αρχίζουν να φθίνουν.

#### 2.2.5 Προοπτικές καλλιέργειας - Θετικοί παράγοντες

- ❖ καλλιέργεια με συγκριτικό πλεονέκτημα, λόγω ευνοϊκών εδαφοκλιματικών συνθηκών που επικρατούν στην Ελλάδα
- ❖ αύξηση της ζήτησης για προϊόντα που προέρχονται από αρωματικά και φαρμακευτικά φυτά, λόγω των ιδιοτήτων τους
- ❖ δυνατότητα πολλών εφαρμογών στη βιομηχανία παρασκευής ροφημάτων, στη βιομηχανία τροφίμων και ποτών (για αρωματισμό και συντήρηση), στη ζαχαροπλαστική, στη μαγειρική, στη φαρμακοβιομηχανία, στη βιομηχανία καλλυντικών και την αρωματοποιία
- ❖ μικρές απαιτήσεις σε καλλιεργητικές φροντίδες. Το φυτό μπορεί να καλλιεργηθεί ακόμα και σε υποβαθμισμένα εδάφη
- ❖ ανάπτυξη ευκαιριών απασχόλησης σε επίπεδο οικογενειακής εκμετάλλευσης ή μικρών εταιρικών σχημάτων πρώτης μεταποίησης, τυποποίησης και εκχύλισης-απόσταξης αιθέριων ελαίων
- ❖ δυνατότητα αξιοποίησης του εξοπλισμού του καπνού (φυτώριο)
- ❖ προώθηση της καλλιέργειας από το Υπουργείο και την Ε.Ε. με δυνατότητες χρηματοδότησης



## 2.2.6 Επεξεργασία ρίγανης



Τον Ιούλιο, τον μήνα του θερισμού και της συγκομιδής, τον μήνα όπου ανθίζει η ρίγανη και αφού συμβεί αυτό σε ένα ποσοστό 40-50% της φυτείας είναι έτοιμη για κόψιμο και ξήρανση. Μεγάλη προσοχή θα πρέπει να δοθεί ώστε κατά την περίοδο κοπής και ξήρανσης της ρίγανης θα πρέπει να αποφεύγονται ημέρες με βροχή ή υπερβολική υγρασία (πρωινή δροσιά). Ενδεχόμενη βροχόπτωση ή υπερβολική υγρασία κατά τις πρώτες πρωινές ώρες δυστυχώς οδηγεί σε οξείδωση (μαύρισμα) της παραγωγής και ουσιαστικά σε ολοκληρωτική καταστροφή αυτής.

Αν όλα πάνε καλά με όλα τα παραπάνω, σειρά έχει το “τρίψιμο” της παραγωγής με ειδικά τροποποιημένη θεριζοαλωνιστική μηχανή. Το προϊόν που θα πάρουμε θα είναι ρίγανη σχεδόν έτοιμη για βρώση και λέμε σχεδόν γιατί το προϊόν περιέχει και πολλά μικρά και μεγάλα κοτσάνια τα οποία και θα πρέπει να απομακρυνθούν.

Τελευταίο στάδιο της παραγωγής το κοσκίνισμα. Το κοσκίνισμα θα γίνει με ηλεκτρικό κόσκινο, στάδιο στο οποίο και γίνεται απαλλαγή της ρίγανης από κοτσάνια και τυχόν ξένα σώματα (χώμα, μικρές πέτρες, σκόνη, ακόμη και ρινίσματα μετάλλου με χρήση ισχυρών μαγνητών). Η ρίγανη μας θα περάσει από αυτό το στάδιο τουλάχιστον δύο φορές από τριπλά κόσκινα για να είμαστε σίγουροι πως το προϊόν που θα φτάσει στον καταναλωτή θα ξεχωρίζει από οποιοδήποτε άλλο.

### 2.2.7 Πως επεξεργαζόμαστε τη ρίγανη για οικιακή χρήση

Καταρχήν τη ρίγανη τη μαζεύουμε όταν ανθίζει, συνήθως αυτό ξεκινάει από μέσα Ιούνη. Κόβουμε με το χέρι κλαδιά μήκους 25 εκατοστών περίπου, δεν την ξεριζώνουμε. Φτιάχνουμε τα κλαδάκια της ρίγανης που κόβουμε μικρά μπουκέτα και τα δένουμε με ένα σκοινί, ας πούμε ότι το πάχος στο κάτω μέρος του μπουκέτου θα είναι περίπου όσο το πάχος από ένα λεπτό αγγουράκι το πολύ.

Μπορεί κάποιος να φτιάξει και διπλά μπουκέτα. Δηλαδή, παίρνει ένα κορδόνι και δένει από ένα μπουκέτο σε κάθε άκρη. Με τον τρόπο αυτό όταν έχει πολλά μπουκέτα μπορεί να κρεμάει τη ρίγανη ευκολότερα για να ξεραθεί χωρίς να ακουμπάει το ένα μπουκέτο με το άλλο αφού το ένα κάθεται ψηλότερα από το άλλο όπως είναι κρεμασμένα. Γενικά προτιμάμε να την ξεραίνουμε σε σκιά. Αν έχετε υγρασία να τη μαζεύετε το βράδυ γιατί μαυρίζει και φυσικά αν δείτε να έρχεται βροχή πάλι τη μαζεύετε.



Σε καμιά βδομάδα το πολύ η ρίγανη έχει ξεραθεί. Παίρνουμε μια μεγάλη λεκάνη και αρχίζουμε να τρίβουμε τα κλαδάκια της με τα χέρια για να πέσει η ρίγανη στη λεκάνη, τα κλαδιά θα μείνουν ξερά και σκληρά στα χέρια σας στο τέλος για να τα πετάξετε και να συνεχίσετε με το επόμενο μπουκέτο.

Αφού τρίψετε όλη τη ρίγανη σας θα πάρετε ένα σουρωτήρι από αυτό για τα μακαρόνια και θα περάσετε όλη τη ρίγανη για να κρατήσει τυχόν μικρά κλαδάκια που έχουν πέσει μέσα στη λεκάνη, αν έχετε σουρωτήρι με σχετικά μικρές τρύπες ακόμα καλύτερα.

Στο τέλος θα αφήσετε τη ρίγανη να ξεραθεί και μέσα στη λεκάνη για μερικές μέρες ακόμα και θα την αποθηκεύσετε σε βάζα για να έχετε να τρώτε ρίγανη όλη τη χρονιά.

## 2.3 Το τσάι Ολύμπου



### 2.3.1 Γενικά χαρακτηριστικά

Το διάσημο πλέον άγριο τσάι δεν είναι άλλο από το... ρόφημα των θεών.

Το τσάι του Ολύμπου φυτρώνει σε υψόμετρο πάνω από χίλια μέτρα, όμως παραγωγοί με λαμπρά επιχειρηματικά μυαλά και όρεξη για δουλειά δοκίμασαν και το καλλιέργησαν σε χαμηλότερο υψόμετρο, πετυχαίνοντας τέλεια αποτελέσματα.

Το «Τσάι Ολύμπου» διακρίνεται για τις ευεργετικές επιδράσεις του που οφείλονται στα φλαβονοειδή, τα οποία είναι υπεύθυνα για αντιφλεγμονώδη, βακτηριοστατική και αντιοξειδωτική δράση. Μάλιστα οι ειδικοί συνιστούν την κατανάλωσή του κάθε μέρα.

Την ίδια ώρα, ολοένα και περισσότερες παγκόσμιες έρευνες επισημαίνουν τις θαυματουργές ιδιότητες του ελληνικού τσαγιού του Ολύμπου και τη συμβολή του ακόμη και στη μάχη εναντίον του Αλτσχάιμερ.

### **2.3.2 Οι ευεργετικές του ιδιότητες**

Το παρασκευαζόμενο αφέψημα με το όνομα «Τσάι του Βουνού» παρουσιάζει πολλές ευεργετικές ιδιότητες, οι οποίες οφείλονται στα συστατικά του αιθέριου ελαίου του, όπως για παράδειγμα στα φλαβονοειδή. Το αφέψημα από το φυτό προτιμάται πολύ από τους Έλληνες, ειδικά τους χειμερινούς μήνες, λόγω της ευεργετικής του επίδρασης σε κρυολογήματα και φλεγμονές του ανώτερου αναπνευστικού συστήματος, ιδιότητες που ενισχύονται με την προσθήκη μελιού. Οι ευεργετικές επιδράσεις οφείλονται στην αντιφλεγμονώδη, βακτηριοστατική και αντιοξειδωτική δράση του. Ακόμη θεωρείται ευστόμαχο, εφιδρωτικό, τονωτικό, αντιερεθιστικό και αντιαναιμικό διότι περιέχει Fe (Flocq et al 1981).

Οργανοληπτικά το ρόφημα είναι πολύ εύγευστο και αρωματικό, ενώ μπορεί να καταναλωθεί ζεστό ή κρύο, με ζάχαρη, μέλι ή και σκέτο. Μέχρι τώρα καλλιέργεια ειδών του φυτού, γίνεται μόνο στην Ελλάδα.

Παραδοσιακά στην Ελλάδα το τσάι Ολύμπου προτιμάται πολύ για τις ευεργετικές του επιδράσεις για την καταπολέμηση της δυσπεψίας και των γαστρεντερικών διαταραχών, ενώ θεωρείται και αντισπασμωδικό, αναλγητικό και επουλωτικό.

Οι ευεργετικές του ιδιότητες βρίσκουν χρήση και στη βιομηχανία της ομορφιάς, καθώς χρησιμοποιείται σε διάφορα καλλυντικά και προϊόντα περιποίησης, όπως κρέμες κατά της αντιγήρανσης (οι αντιοξειδωτικές του ιδιότητες καταπολεμούν τις ελεύθερες ρίζες), σαμπουάν και μάσκες για βαμμένα μαλλιά (τα προστατεύουν από το ξεθώριασμα).

### 2.3.3 Αιθέρια έλαια από το τσάι του βουνού

Η πιο οικονομική και ευρύτατα χρησιμοποιούμενη μέθοδος για την παραλαβή των αιθέριων ελαίων από το τσάι του βουνού φαίνεται πως είναι η υδροαπόσταξη (water distillation). Ως μόνο μειονέκτημα αυτής της μεθόδου είναι η πιθανή υδρόλυση, κάποιων συστατικών του ελαίου μια και το φυτικό υλικό έρχεται σε άμεση επαφή με το νερό. Δύο παραλλαγές της παραπάνω μεθόδου, που χρησιμοποιούνται συνήθως στη βιομηχανία, είναι η απόσταξη με νερό και ατμό όπου το φυτικό υλικό δεν έρχεται σε άμεση επαφή με το νερό. Βέβαια σήμερα στη βιομηχανία, ανάλογα και με το φυτικό είδος χρησιμοποιούνται και άλλες πολύπλοκες μέθοδοι απόσταξης.



Ο δεύτερος τρόπος παραλαβής των αιθέριων ελαίων, δηλαδή η εκχύλιση με διαλύτες δίνει καλά αποτελέσματα και στην περίπτωση του τσαγιού κυρίως με τη χρήση πτητικών διαλυτών. Στις μέχρι τώρα εργασίες έχουν χρησιμοποιηθεί διάφοροι διαλύτες ανάλογα με την ομάδα συστατικών του ελαίου που μας ενδιαφέρει.

### Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>

## **Η ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΤΗΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

### **3.1 Το ηλεκτρονικό marketing**

Οι σύγχρονοι επαγγελματίες έχουν να αντιμετωπίσουν ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο κι ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Ο έντονος ανταγωνισμός είναι ένα φαινόμενο που επιβάλλει στους οργανισμούς την άμεση προσαρμοστικότητά τους στις νέες απαιτήσεις της αγοράς. Το μάρκετινγκ ως μια διαδικασία που στοχεύει στην κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών με τρόπους επικερδείς, παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην προσαρμογή των επιχειρήσεων στις νέες, κάθε φορά, συνθήκες του περιβάλλοντος.

Μέσω του διαδικτύου, των ιστοσελίδων και των ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-επιχειρείν και ηλεκτρονικό εμπόριο), οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να έρχονται συχνά κι άμεσα σε επαφή με το καταναλωτικό κοινό. Παρακολουθούν, έτσι, στενά τις αλλαγές και τις μεταβολές στις ανάγκες και στις επιθυμίες τους. Ιδιαίτερα, μέσα από τις τεχνολογίες

που προσφέρει η σημερινή μορφή του Κοινωνικού Διαδικτύου (social networks, blogs, κ.λπ.), επιχειρήσεις και οργανισμοί αντλούν πολύτιμα στοιχεία για την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν γνωρίζουν τι είναι το ηλεκτρονικό marketing και πόσο σημαντικό είναι για την ιστοσελίδα τους. Ο όρος σε ένα λεξικό είναι "μια στρατηγική διαδικασία δημιουργίας, διανομής, προώθησης και τιμολόγησης προϊόντων και υπηρεσιών, σε μια στοχευμένη αγορά μέσω του διαδικτύου ή άλλων ηλεκτρονικών μέσων.

Στην σημερινή αγορά, υπάρχει πληθώρα επιλογών ηλεκτρονικού marketing. Η επιτυχία αυτού εξαρτάται από την ικανότητα του καθενός να βρει και να ξεχωρίσει αυτό που προσφέρει τον καλύτερο τρόπο προσέγγισης του κοινού, με βαθμιαία εξέλιξη.

Οι περισσότερες έρευνες επιβεβαιώνουν πως 70-80% των πιθανών μελλοντικών πελατών χρησιμοποιούν τις μηχανές αναζήτησης ή κάποιο οδηγό για να βρουν αυτό που ψάχνουν. Η προώθηση σε μηχανές αναζήτησης είναι ο πιο διαδεδομένος τρόπος προσέλκυσης νέων επισκεπτών. Σαν αποτέλεσμα των παραπάνω ο ανταγωνισμός στις πρώτες θέσεις των μηχανών αναζήτησης είναι μεγάλος.

### **3.2 Το ηλεκτρονικό εμπόριο**

Ως Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Η.Ε.), ή ευρέως γνωστό ως e-commerce, eCommerce ή e-comm, ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα

και υπηρεσίες. Το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του Διαδικτύου. Η χρήση του εμπορίου διεξάγεται κατ'αυτόν τον τρόπο, παρακινώντας και απορροφώντας καινοτομίες στην ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων, στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (supply chain management), στο διαδικτυακό μάρκετινγκ (Internet marketing), στη διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών (online transaction processing), στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων (electronic data interchange, EDI), στην καταγραφή συστημάτων διοίκησης (inventory management) και στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.

Σύμφωνα με την υφιστάμενη νομοθεσία και όπως ενδεικτικά απαριθμούνται σ' αυτή, μέσα ηλεκτρονικού εμπορίου δια των οποίων επιχειρείται αυτό, εκτός από τα διάφορα διαφημιστικά έντυπα και καταλόγους ή διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ΜΜΕ, θεωρούνται: το τηλέφωνο, το ραδιόφωνο, το εικονοτηλέφωνο, το βιντεοτέξτ (μικροϋπολογιστής και τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η τηλεομοιοτυπία καθώς και η τηλεόραση.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει την ψηφιοποίηση των αγορών: αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων, όπως είναι το Διαδίκτυο. Περιλαμβάνει, εκτός από τις τυπικές αγορές μέσω του Παγκόσμιου Ιστού, και όλη τη βιομηχανία που υποστηρίζει αυτές τις αγορές: online επεξεργασία δοσοληψιών (για τράπεζες κυρίως), διαχείριση αλυσίδας παροχών, ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων, κ.ά.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αλλάξει δραματικά τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται οι αγορές στις επιχειρήσεις αλλά και στον τελικό πελάτη. Εμφανίζονται πολλές αγοραστικές ευκαιρίες στο Διαδίκτυο, προσφέροντας αγαθά από ψηφιακά CD μέχρι βιβλία, αυτοκίνητα, ως και σπίτια. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, περιλαμβάνοντας για την πραγματοποίησή του ειδικές κάρτες αγορών.



### 3.3 Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν παρουσιάζει πολυάριθμα πλεονεκτήματα τόσο για την επιχείρηση, όσο και για τους καταναλωτές και τους προμηθευτές. Συγκεκριμένα τα πλεονεκτήματα ανά περίπτωση είναι:

❖ Για την Επιχείρηση:

- Αύξηση κερδών με τη δημιουργία νέων αγορών για παλιά προϊόντα, νέων προϊόντων που στηρίζονται στην πληροφορική, νέων καναλιών διανομής που παρέχουν τη δυνατότητα αμφίδρομης και άμεσης επικοινωνίας με τον πελάτη.
- Μειωμένο κόστος διαφήμισης
- Μειωμένο κόστος διανομής
- Μειωμένο κόστος σχεδίασης και κατασκευής προϊόντων
- Δυνατότητα πρόσβασης σε νέες αγορές για περιφερειακές, απομονωμένες περιοχές
- Υψηλή ανάμειξη του πελάτη
- Καλύτερη κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών
- Επίτευξη άμεσων πωλήσεων χωρίς τη μεσολάβηση ενδιαμέσων

❖ Για τους Καταναλωτές:

- Παγκόσμιο πεδίο επιλογών
- Χαμηλότερες τιμές
- Καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών / εξυπηρέτησης
- Προϊόντα προσαρμοσμένα στον πελάτη

- Γρήγορη ανταπόκριση στις ανάγκες τους
- Νέα προϊόντα και υπηρεσίες
- Ευκολία / άνεση στις αγορές
- Μεγαλύτερη ποικιλία
- Πρόσβαση σε περισσότερες πληροφορίες αναφορικά με το προϊόν και την επιχείρηση

❖ Για τους Προμηθευτές:

- Παγκόσμια παρουσία
- Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα
- Μικρότερες αλυσίδες προμήθειας
- Οικονομικά οφέλη
- Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες

### **3.4 Οφέλη μιας επιχείρησης από την ύπαρξη της ιστοσελίδας**

Στην εποχή μας όποια εταιρία δεν έχει σελίδα στο ίντερνετ είναι σαν να μην έχει γραφείο ή κατάστημα. Τουλάχιστον αυτό ισχύει στο εξωτερικό. Αλλά κι εμείς στην Ελλάδα δεν απέχουμε πολύ από αυτή τη θεώρηση.

Πρέπει να εκμεταλλευτούμε το συγκριτικό μας πλεονέκτημα, καθώς υπάρχουν ακόμη εταιρίες που δεν ξέρουν ότι υπάρχει το διαδίκτυο.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι που μπορεί να ωφεληθεί κανείς από μια σελίδα στο ίντερνετ. Οι περισσότερες εταιρίες χρησιμοποιούν τις σελίδες τους για να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, να μειώσουν τα λειτουργικά τους έξοδα, το κόστος διαφήμισης κτλ. Παρακάτω θα αναφέρω μερικά από τα πλεονεκτήματα που έχει μια εταιρία που διαθέτει σελίδα στο ίντερνετ.

Ενίσχυση Μάρκετινγκ Προϊόντων και Υπηρεσιών σε Παγκόσμιο Κοινό. Η ύπαρξη ιστοσελίδας ενισχύει τη δυνατότητα προβολής των προϊόντων και υπηρεσιών μιας επιχείρησης σε παγκόσμιο κοινό. Δεν είναι τυχαίο που όλες οι μεγάλες επιχειρήσεις αναφέρουν τη διεύθυνση της ιστοσελίδας τους σε όλες τις διαφημίσεις, εκθέσεις, πινακίδες κτλ. Η ιστοσελίδα επιτρέπει στην εταιρία να δείξει στους υποψηφίους πελάτες την ποικιλομορφία των προϊόντων και των υπηρεσιών της, 24 ώρες το 24ωρο, επτά ημέρες τη εβδομάδα.

Η ποιοτική ιστοσελίδα τονώνει το σύγχρονο προφίλ μιας επιχείρησης. Το φυσικό μέγεθος μιας επιχείρησης δεν έχει αντίκτυπο στο διαδίκτυο. Οι επισκέπτες μιας ιστοσελίδας αξιολογούν το μέγεθος μιας επιχείρησης από την εμφάνιση, αλλά κυρίως από την πληροφόρηση που παρέχεται μέσω της ιστοσελίδας. Έτσι πολλές επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου βεληνεκούς πετυχαίνουν αύξηση πωλήσεων και εφάμιλλη αντιμετώπιση με ηγέτες του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιούνται, λόγω της ιστοσελίδας τους.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες χωρίς τις τεράστιες δαπάνες και τις καθυστερήσεις της εκτύπωσης, της δημοσίευσης και της διανομής εντύπων. Παραγγελίες θα γίνονται πια μέσω internet, χωρίς δυσανάγνωστα φαξ και ακριβά τηλεφωνήματα για επιβεβαίωση παραγγελιών.

### 3.5 Γιατί δημιούργησα αυτή την ιστοσελίδα

#### 1)Μια σύγχρονη ιστοσελίδα, δείχνει μια σύγχρονη επιχείρηση!

Η επιχείρησή μας δε θα πρέπει να είναι μόνο σύγχρονη, θα πρέπει να δείχνει και σύγχρονη!

Στην εποχή που το internet είναι ηγέτης στην επικοινωνία και στην προώθηση - διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών και μικροί μεγάλοι έχουν διαρκή ενασχόληση με αυτό, είτε για λόγους εργασίας, είτε για λόγους ψυχαγωγίας, η επιχείρησή μας, μπορεί να απέχει από αυτό. Φτιάχνοντας μια ιστοσελίδα, έχει τη θέση της και η επιχείρησή μας στη μεγάλη αγορά του διαδικτύου.

#### 2) Έχοντας ιστοσελίδα, αυξάνεται η αξιοπιστία και το image της εταιρείας μας

Πόσοι πελάτες εμπιστεύονται μια επιχειρήσεις που δεν έχουν διαδικτυακή παρουσία, όταν εκατομμύρια χρήστες του internet κάθε λεπτό, αναζητούν και μια υπηρεσία ή ένα προϊόν στο διαδίκτυο? Γιατί να μη δουν και την εταιρεία μας μέσα σε αυτήν τη μεγάλη αγορά? Γιατί να μη γνωρίζουν την επιχείρησή μας μέσα από την ιστοσελίδα μας?

#### 3) Η κατασκευή της ιστοσελίδας φέρνει κέρδη!

Γιατί να μην αγοράσουν τις δικά μας προϊόντα και τις δικές μας υπηρεσίες στο διαδίκτυο? Γιατί να μην αυξήσουμε τις πωλήσεις και τα κέρδη μας? Χιλιάδες πελάτες μας περιμένουν στο web.

4) Ανοιχτή επιχείρηση 24 ώρες τη μέρα κάθε μέρα χωρίς έξοδα!

Τέρμα τα ωράρια και οι μισθοί! Με μια ιστοσελίδα είμαστε διαρκώς ανοιχτά σε όλους τους ιντερνετικούς χρήστες, που επισκέπτονται την επιχείρησή μας κάθε στιγμή, γνωρίζουν τις υπηρεσίες μας και τα προϊόντα μας, χωρίς να χρειάζεται να πληρώνουμε υπαλλήλους και έξοδα.

5) Έχουμε ιστοσελίδα? Έχουμε μόνιμη χωρίς κόστος διαφήμιση στο internet!

Με την κατασκευή της ιστοσελίδας μας (website) έχουμε τη μόνιμη προβολή, τη μόνιμη διαφήμιση της εταιρείας μας στον χώρο του internet. Παρουσιάζουμε εύκολα και όσο συχνά θέλουμε τις υπηρεσίες μας και τα προϊόντα μας, τις δραστηριότητες και τα νέα της εταιρείας μας, χωρίς να χρειαζόμαστε τα αυξημένα κόστη διαφήμισης για να έχουμε διάσπαρτες διαφημίσεις σε άλλα site, που θα μας προσφέρουν συγκεκριμένο χώρο που δεν αρκεί για να παρουσιάσουμε όλα τα προϊόντα μας και που δε θα αυξήσουν τις πωλήσεις μας όσο εμείς επιθυμούμε.

6) Βρίσκουν εύκολα την επιχείρησή μας, εύκολη προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών μας

Με τη δική μας ιστοσελίδα, "σπάμε" τα γεωγραφικά σύνορα της επιχείρησής μας και αυξάνουμε τις πωλήσεις μας. Όπου κι αν είναι το φυσικό μας κατάστημα, η επιχείρησή μας, δεν έχει πια σημασία. Μας βρίσκουν γρήγορα και εύκολα!

Γενικά, η παρουσία της επιχείρησής μας στο διαδίκτυο είναι η εταιρική ιστοσελίδα μας. Μια καλά σχεδιασμένη ιστοσελίδα γίνεται εργαλείο της δουλειάς μας και της προώθησης των υπηρεσιών μας. Ιδανικό είναι να συνδυάζεται με την παρουσία μας στα μεγάλα κοινωνικά δίκτυα (Facebook, Twitter, Youtube) και να είμαστε μπροστά στις εξελίξεις και στις νέες αγορές που δημιουργούνται στο διαδίκτυο και για να το πετύχουμε αυτό, πρέπει να αποκτήσουμε πρώτα το εταιρικό μας ιντερνετικό προφίλ: την επαγγελματική ιστοσελίδα μας.

Είναι πολύ καλό αν έχουμε μια εταιρική σελίδα στο Facebook, αλλά δεν είναι ιστοσελίδα και δεν απολαμβάνουμε με αυτή τα πλεονεκτήματα που έχει η κατασκευή ιστοσελίδας. Για να είναι αποτελεσματική η σελίδα Facebook θα πρέπει να συνδεθεί με την ιστοσελίδα μας, ώστε να γνωρίσουν οι φίλοι μας την επιχείρησή μας.

Η ιστοσελίδα είναι η ταυτότητα, η βιτρίνα της εταιρεία μας στη διαδικτυακή αγορά, γι' αυτό και χρειάζεται μεγάλη προσοχή στο να είναι το τελικό αποτέλεσμα αντιπροσωπευτικό της εταιρεία μας και του κοινού στο οποίο απευθύνεται.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>

### **ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΧΘΗΚΑΝ**

#### **4.1 Τι είναι το CMS (Content Management System)**

Για όλους τους παραπάνω λόγους που παραθέτω στις προηγούμενες παραγράφους αποφάσισα να δημιουργήσω για την επιχείρησή μου που αφορά τα αρωματικά φυτά μια ιστοσελίδα.

Μια από τις τεχνολογίες που χρειάζεται να χρησιμοποιήσουμε είναι το cms. Καταρχήν να πούμε τι σημαίνει cms. Είναι ένα εργαλείο διαχείρισης περιεχομένου ( Content Management System ), που σου επιτρέπει να παρουσιάσεις το περιεχόμενό σου ( είτε είναι άρθρα, είτε φωτογραφίες, είτε βίντεο, ήχος κτλ ) με τον τρόπο που θέλεις. Οπότε δεν είναι απλά για να φτιάχνει κανείς blog, αλλά μπορείς να το χρησιμοποιήσεις για να φτιάξεις σχεδόν οποιοδήποτε είδους σελίδα θέλεις.

## 4.2 Γιατί το Wordpress

Σκεπτόμενη λοιπόν ότι η τεχνολογία τρέχει με πολύ γοργά βήματα διάλεξα να δουλέψω με ένα λογισμικό ιστολογίου, για να μου δοθεί η ευκαιρία έτσι να γνωρίσω και να μάθω καινούργια πράγματα του διαδικτυακού κόσμου και να ξεφύγω από την απλή καταγραφή κώδικα μιας γλώσσας προγραμματισμού, όπως έχω συνηθίσει.

Τα σημαντικότερα cms που υπάρχουν στην αγορά είναι το wordpress και το joomla. Είναι αρκετά δύσκολο να διαλέξει κανείς ποιο από τα δύο πρέπει χρησιμοποιήσει και κυρίως όταν δεν έχει και την κατάλληλη εμπειρία αλλά μετά από έρευνες που έχουν γίνει αποφάσισα να δουλέψω με wordpress για τους εξής λόγους:

Στο wordpress κάνουμε update ουσιαστικά με ένα κλικ, ενώ στο joomla είναι μια αρκετά επίπονη διαδικασία. Ακόμα, το περιβάλλον που διαχειρίζεται ο πελάτης στο wordpress είναι πολύ ευκολότερο από ότι στο joomla.

## 4.7 Τι είναι το Wordpress

Το WordPress είναι ελεύθερο και ανοικτού κώδικα λογισμικό ιστολογίου και πλατφόρμα δημοσιεύσεων, γραμμένο σε PHP και MySQL. Συχνά τροποποιείται για χρήση ως Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (ΣΠΔ ή CMS). Έχει πολλές δυνατότητες, συμπεριλαμβανομένων μιας αρχιτεκτονικής για πρόσθετες λειτουργίες, και ενός συστήματος προτύπων. Το WordPress χρησιμοποιείται σε περισσότερα από το 14% των 1.000.000 μεγαλύτερων ιστότοπων.

Κυκλοφόρησε για πρώτη φορά στις 27 Μαΐου 2003, από τον Matt Mullenweg ως παραλλαγή του b2/cafeblog. Από τον Φεβρουάριο του 2011, η έκδοση 3.0 έχει ληφθεί περισσότερες από 32,5 εκατομμύρια φορές.

## 4.8 Οι δυνατότητες του Wordpress

Το WordPress έχει ένα σύστημα προτύπων ιστού το οποίο χρησιμοποιεί έναν επεξεργαστή προτύπων. Οι χρήστες του μπορούν να αλλάζουν τη θέση διαφόρων στοιχείων του γραφικού περιβάλλοντος χωρίς να χρειάζεται να επεξεργάζονται κώδικα PHP ή HTML.

Μπορούν επίσης να εγκαθιστούν και να αλλάζουν μεταξύ διαφόρων οπτικών θεμάτων. Μπορούν ακόμα να επεξεργαστούν τον κώδικα PHP και HTML στα οπτικά θέματα, προκειμένου να επιτύχουν προχωρημένες τροποποιήσεις.

Το WordPress έχει επίσης δυνατότητα ενσωματωμένης διαχείρισης συνδέσμων, μόνιμους συνδέσμους οι οποίοι είναι φιλικόι προς τις μηχανές αναζήτησης, δυνατότητα ανάθεσης πολλαπλών κατηγοριών και υποκατηγοριών στα άρθρα, και υποστήριξη για ετικέτες στα άρθρα και τις σελίδες.

Συμπεριλαμβάνονται επίσης αυτόματα φίλτρα, τα οποία παρέχουν προτυποποιημένη μορφοποίηση του κειμένου (για παράδειγμα μετατροπή των διπλών εισαγωγικών σε «έξυπνα» εισαγωγικά (δηλαδή " " σε “ ”)).

Το WordPress υποστηρίζει επίσης τα πρότυπα Trackback και Pingback για προβολή συνδέσμων προς άλλους ιστότοπους, οι οποίοι με τη σειρά τους έχουν συνδέσμους προς μια δημοσίευση ή άρθρο.

Τέλος, το WordPress έχει μια πλούσια αρχιτεκτονική πρόσθετων λειτουργιών, η οποία επιτρέπει στους χρήστες και στους προγραμματιστές να επεκτείνουν τη λειτουργικότητά του πέρα από τις δυνατότητες οι οποίες αποτελούν μέρος της βασικής εγκατάστασης.



## 4.9 Η ιστορία του Wordpress

Το b2/cafeblog, πιο γνωστό απλά ως b2 ή cafeblog, ήταν ο πρόγονος του WordPress. Το b2/cafeblog εκτιμάται ότι χρησιμοποιούνταν σε περίπου 2.000 ιστολόγια μέχρι τον Μάιο του 2003. Ήταν γραμμένο σε PHP, για χρήση με την MySQL, από τον Michel Valdrighi, ο οποίος είναι τώρα από τους προγραμματιστές που συνεισφέρουν στο WordPress. Παρότι το WordPress είναι επίσημα ο διάδοχός του, ένα ακόμα έργο, το b2evolution, είναι επίσης σε ενεργή ανάπτυξη.

Το WordPress πρωτοεμφανίστηκε το 2003 ως μια κοινή προσπάθεια του Matt Mullenweg και του Mike Little να δημιουργήσουν μια παραλλαγή (fork) του b2. Το όνομα WordPress το πρότεινε η Christine Selleck, μια φίλη του Mullenweg.

Το 2004, οι όροι της άδειας χρήσης του ανταγωνιστικού λογισμικού Movable Type άλλαξαν από την Six Apart, και πολλοί από τους χρήστες του, με αρκετή επιρροή, μετέβηκαν στο WordPress. Μέχρι τον Οκτώβριο του 2009, η Αναφορά μεριδίου αγοράς για τα Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου Ανοικτού Κώδικα του 2009 είχε συμπεράνει ότι το WordPress ήταν το δυνατότερο όνομα στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ανοικτού κώδικα.

Το 2007, το WordPress κέρδισε ένα βραβείο για Ανοικτού κώδικα ΣΔΠ από την Packt.

Το 2009, κέρδισε ξανά το ίδιο βραβείο.

Το 2010, κέρδισε το βραβείο «Hall of Fame» στην κατηγορία ΣΔΠ στα Βραβεία Ανοικτού Κώδικα.

#### **4.10 Γιατί να δημιουργήσω gmail**

Ένας Λογαριασμός Google μας παρέχει πρόσβαση σε διάφορα προϊόντα Google, όπως Gmail, Google+, YouTube και πολλά άλλα. Ένας Λογαριασμός Google περιλαμβάνει μια διεύθυνση Gmail και ένα Προφίλ Google, το οποίο θα μας βοηθήσει να αποκομίσουμε μια πλουσιότερη, πιο εξατομικευμένη εμπειρία κατά τη χρήση όλων των προϊόντων Google. Επίσης, το gmail δίνει ιδιαίτερες δυνατότητες σε κάθε επαγγελματία παρέχοντάς του επαγγελματικά πακέτα για την προώθηση, την διαχείριση και τον συντονισμό των εφαρμογών του.

### **Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>**

## **ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥΣ**

### **5.1 Αρχές για μια φιλική προς το χρήστη ιστοσελίδα**

Ένα φιλικό προς το χρήστη περιβάλλον είναι αυτό που εστιάζει στην εμπειρία του χρήστη. Σε μια ιστοσελίδα, ο επισκέπτης θα πρέπει να βρίσκει τις πληροφορίες που χρειάζεται όσο το δυνατόν γρηγορότερα με τα ελάχιστα εμπόδια, σύγχυση, ή να του αποσπά την προσοχή.

Έτσι, τα σημαντικότερα στοιχεία που κάνουν μια ιστοσελίδα φιλική προς το χρήστη όσον αφορά το σχεδιασμό και την εκτέλεση είναι τα εξής:

- Ο κανόνας των 3 – κλικ

Όπως υποδηλώνει και το όνομα, οι επισκέπτες θα είναι απογοητευμένοι με έναν δικτυακό τόπο των επιχειρήσεων αν δεν είναι σε θέση να βρουν τις πληροφορίες που χρειάζονται ή να έχουν πρόσβαση στο επιθυμητό χαρακτηριστικό της ιστοσελίδας μέσα σε μόλις τρία κλικ του ποντικιού. Ο κανόνας αυτός τονίζει πόσο κρίσιμο είναι να υπάρχει σε μια ιστοσελίδα σαφή πλοήγηση, λογική δομή και ιεραρχία.

- Το πλέγμα των 960 pixel

Οι πληροφορίες που αναφέρονται σε έναν ιστότοπο θα πρέπει να έχουν πλάτος 960 pixel. Το πλέγμα αυτό είναι ένα βιομηχανικό πρότυπο που χρησιμοποιείται για να φιλοξενηθεί στις περισσότερες οθόνες. Το πλάτος αυτό είναι αυτό που υποσυνείδητα αναζητούν τα μάτια μας για την καλύτερη αντίληψη του κειμένου.

- Η αρχή των 7(+,-)2

Η αρχή αυτή βασίζεται στον ψυχολόγο George A. Miller. Σύμφωνα με αυτόν, ο άνθρωπος έχει ένα όριο πληροφοριών που μπορεί να διαχειριστεί. Ο μέσος όρος πληροφορίας που επεξεργάζεται ο μέσος άνθρωπος είναι από 7 (+ -) 2. Πολύ σημαντικός κανόνας στις μέρες μας, επειδή οι ιστοσελίδες διαχειρίζονται τεράστιο αριθμό πληροφοριών που δεν μπορούν να αξιολογηθούν ως απαραίτητες.

- Ο κανόνας των 3 δευτερολέπτων

Ο κανόνας αυτός υπαγορεύει ότι δεν πρέπει ποτέ ο χρήστης να περιμένει περισσότερο από 3 δευτερόλεπτα για την απόκριση του συστήματος.

Στην πράξη ο κανόνας πρέπει να τηρείται στα μεγάλα αρχεία πληροφορίας τα οποία ζητάει να δει ο χρήστης έως και τις φανταχτερές flash παρουσιάσεις.

Όσο απαραίτητες ήταν οι τελευταίες στην αρχή της δεκαετίας τόσο ανεπιθύμητη είναι η χρήση τους στις μέρες μας.

- Ο κανόνας των 80/20

Αυτός ο κανόνας είναι γνωστός και χρησιμοποιείται ευρέως στον κλάδο των πωλήσεων. Το 80% των αποτελεσμάτων προέρχεται από το 20% των αιτιών. Στην πράξη, αυτός ο κανόνας θέλει να μας καθοδηγήσει στον τρόπο με τον οποίο θα διαλέξουμε και θα παρουσιάσουμε τις πληροφορίες, στην προκειμένη περίπτωση τα προϊόντα. Στους 100 χρήστες που θα επισκεφτούν την ιστοσελίδα μόνο οι 20 θα έχουν πραγματικό ενδιαφέρον για το περιεχόμενο. Αυτοί οι 20 είναι ικανοί να μας προσφέρουν το 80% της συνολικής επιτυχίας της ιστοσελίδας. Συνεπώς, μελετώντας τα στατιστικά του ιστότοπου και τα αποτελέσματα των πωλήσεων, κάνοντας έρευνα αγοράς, πρέπει να είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε ποιους αφορά το περιεχόμενο. Δεν είναι δυνατόν να δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα που να αφορά το 100% των χρηστών και να κρατά το ενδιαφέρον τους ενεργό.

## **5.2 Τι είναι το SEO (Search Engine Optimization)**

Με το όρο SEO (Search Engine Optimization) αναφερόμαστε σε μια σειρά από τεχνικές που σκοπό έχουν την κατά δυνατόν καλύτερη εμφάνιση σελίδων στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. Με λίγα λόγια είναι μια διαδικασία που χωρίζεται σε δύο βασικούς άξονες, ο πρώτος ονομάζεται Βελτιστοποίηση μέσα στη ιστοσελίδα, είναι το insite SEO κομμάτι, που έχει να κάνει με τη βελτιστοποίηση του κώδικα της σελίδας ώστε αυτός να γίνει φιλικός και συμβατός με τις προδιαγραφές που

θέτουν οι μηχανές αναζήτησης. Με τη διαδικασία αυτή βελτιώνουμε συνεχώς τον κώδικα παρακολουθώντας όμως συγχρόνως και τι κάνουν και που βρίσκονται οι ανταγωνιστές μας, κυρίως αυτοί που βρίσκονται στην πρώτη σελίδα των μηχανών αναζήτησης και κυρίως του google που είναι η πιο γνωστή και με τη μεγαλύτερη κίνηση μηχανή αναζήτησης. Επειδή το ιντερνέτ είναι ένα δυναμικό πεδίο που συνεχώς αλλάζει , ανανεώνεται και εξελίσσεται, να αντιδρούμε γρήγορα στις αλλαγές ώστε η ιστοσελίδα να μην παραμένει στάσιμη και καταδικαστεί σε εξαφάνιση.

### 5.3 Τα πιο σημαντικά στοιχεία στον κώδικα μιας ιστοσελίδας

- ❖ Το νούμερο ένα στοιχείο είναι το title tag, δηλαδή η επικεφαλίδα τίτλου που βρίσκεται στον κώδικα όπως και το description tag (κεφαλίδα περιγραφής) και το keywords tag (κεφαλίδα λέξεων κλειδιών) τα οποία δεν είναι ορατά στον επισκέπτη παρα μόνο στα crawlers (τα ρομποτάκια των μηχανών αναζήτησης).
- ❖ Ο γενικός κανόνας είναι ότι ο τίτλος δεν πρέπει να ξεπερνά τους 65 χαρακτήρες και η περιγραφή τους 150-200, επίσης στον τίτλο είναι ζωτικής σημασίας από τη μια να υπάρχουν οι λέξεις κλειδιά που θέλουμε να προωθήσουμε όσο γίνεται στην αρχή, στην περιγραφή επίσης οι λέξεις κλειδιά στην αρχή και το τέλος στο κυρίως ορατό κείμενο της σελίδας να υπάρχουν οι λέξεις κλειδιά ομοιόμορφα διασκορπισμένες στο κείμενο από 2-4%, δηλαδή κάθε 50 περίπου λέξεις κειμένου και μια λέξη κλειδί.
- ❖ Όσον αφορά το keywords tag είναι κάτι που οι μηχανές αναζήτησης το αγνοούν πλήρως και αυτό έγινε σωστά σαν αντίδραση στο παραγέμισμα που έκαναν εκεί με εκατοντάδες λέξεις κλειδιά, οι παλιοί σχεδιαστές ιστοσελίδων προσπαθώντας να πετύχουν αποτελέσματα χωρίς να προσφέρουν ουσιαστικά τίποτα στο χρήστη που έψαχνε και δεν έβρισκε αυτό που ήθελε.

- ❖ Αυτοί είναι σε γενικές γραμμές οι γενικοί κανόνες που πρέπει να ακολουθούνται σε κάθε υποσελίδα της ιστοσελίδας αλλά υπάρχουν και κάποιες σημαντικές λεπτομέρειες που κάνουν τη διαφορά.
- ❖ Καλό είναι η λέξη κλειδί να βρίσκεται 2 φορές στον τίτλο και περίπου 3 φορές στην περιγραφή αλλά όχι τυχαία. Επίσης να δένουν συντακτικά με τις υπόλοιπες και να μην φαίνονται σαν εμβόλιμες μέσα στο κείμενο.
- ❖ Τα headers, τα image alt tag που είναι η κρυφή περιγραφή των εικόνων και κακώς αγνοούν οι developers, οι λέξεις κλειδιά μέσα bold tags, τα λάθη στον κώδικα που τον κάνουν να μην πληρεί τις προδιαγραφές του τύπου HTML document που είναι γραμμένη η σελίδα, οι εσωτερικοί υπερσύνδεσμοι με κείμενο, ο τρόπος που γίνεται η πλοήγηση ανάμεσα στις εσωτερικές σελίδες του ιστότοπου και η δομή που έχει το λεγόμενο μενού, μια κακά διαμορφωμένη πλοήγηση μεταξύ των εσωτερικών σελίδων μπορεί να έχει μεγάλο αντίκτυπο στο page rank της αρχικής σελίδας που είναι και η σπουδαιότερη, το πόσα και ποια εξωτερικά links έχει η σελίδα, αν αυτά είναι “nofollow” ή “dofollow” και δεκάδες άλλες λεπτομέρειες.

#### **5.4 Έξυπνοι τρόποι για αναβάθμιση του Ranking**

Το Ranking είναι η κατάταξη που δίνει η Google με τιμές από 0-10 σύμφωνα με την οποία τα site κατατάσσονται ανάλογα με το πόσο πληρούν τους κανόνες της Google.

Έτσι, σημαντικά σημεία που θα πρέπει να προσέξουμε είναι τα εξής:

- Θα πρέπει να είμαστε σίγουροι ότι οι δημοσιεύσεις της σελίδας γενικά θα είναι μικρές, περιεκτικές και όσο γίνεται πιο ευανάγνωστες.
- Είναι καλό τα sub urls να χρησιμοποιούνε λέξεις κλειδιά ανάλογα με το περιεχόμενο του κειμένου.
- Να ορίζουμε ως λέξεις κλειδιά λίγες και ιδιαίτερες λέξεις, χωρίς να μακρηγορούμε, οι οποίες θα βοηθάνε τους χρήστες να βρουν την ιστοσελίδα.
- Να ανανεώνουμε τα περιεχόμενα της εφαρμογής συχνά.
- Να χρησιμοποιούμε τα social media για τη διακριτική προώθηση της ιστοσελίδας.

## 5.5 Σε τι χρησιμεύει το XML sitemap

Κάθε wordpress εφαρμογή διαθέτει και ένα XML sitemap. Για να μπορέσουμε να βρούμε το sitemap της εφαρμογής αρκεί να πληκτρολογήσουμε στο Browser το : `blogname.wordpress.com/sitemap`. Έτσι, θα μας εμφανίσει έναν κώδικα ο οποίος δεν εύκολα αναγνώσιμος από εμάς, ωστόσο για το google είναι ότι πιο εξελιγμένο υπάρχει αυτή τη στιγμή. Το wordpress στέλνει αυτόματα αναφορές στο google κάθε φορά που δημοσιεύουμε ή αναβαθμίζουμε μια σελίδα.

## Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup>

### Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

Λόγω των αναγκών που προαναφέρθηκαν, υπήρξε η σκέψη να δημιουργηθεί μια σελίδα για την προώθηση της παραγωγής των αρωματικών φυτών που καλλιεργείται. Έτσι, συζητήθηκε με την εισηγήτρια καθηγήτρια το συγκεκριμένο θέμα και εφόσον συνένεσε και η ίδια, αποφασίστηκε να προχωρήσουμε στην κατασκευή του.

(<http://origanon.com>)

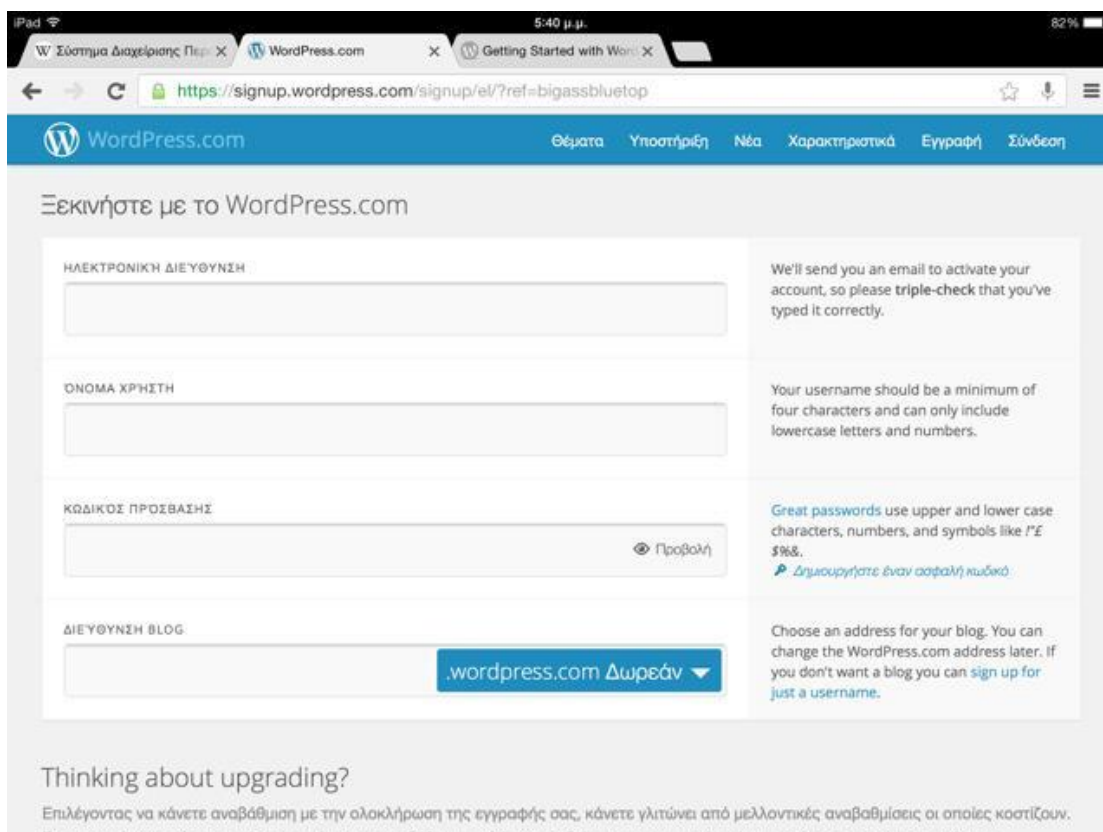
#### 6.1 Πώς δημιουργώ λογαριασμό gmail

Μπορούμε να δημιουργήσουμε έναν Λογαριασμό Google μεταβαίνοντας στη σελίδα δημιουργίας λογαριασμού ή κάνοντας κλικ στο κουμπί Δημιουργήστε ένα λογαριασμό που βρίσκεται στην πάνω δεξιά γωνία σε κάθε σελίδα σύνδεσης Google.

#### 6.2 Πώς ανοίγουμε wordpress λογαριασμό

Έχοντας αποκομίσει όλες τις πληροφορίες πάνω στο αντικείμενο του **wordpress** μπορούμε να προχωρήσουμε στην δημιουργία ενός λογαριασμού. Πηγαίνοντας στη σελίδα [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com) στην ελληνική της έκδοση στο κουμπί εγγραφή,





Συμπληρώνουμε τη φόρμα με τα στοιχεία:

- Ηλεκτρονική διεύθυνση
- Όνομα χρήστη
- Κωδικό πρόσβασης (να καλύπτει τους κανόνες ασφαλείας που έχουμε αναφέρει)
- Διεύθυνση blog

Αφού έχουμε συμπληρώσει όλα τα στοιχεία πατάμε «εγγραφή».

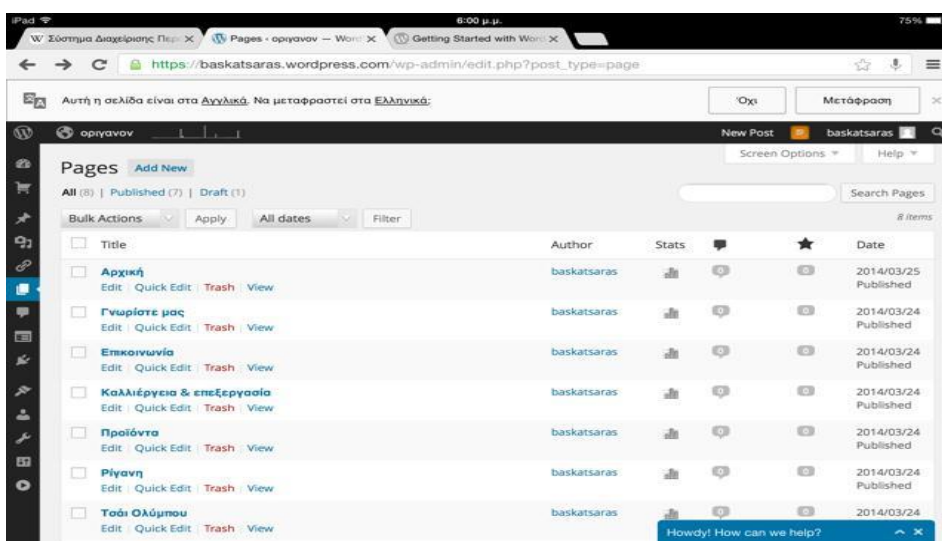
Εφόσον αναλύσαμε και οργανώσαμε τις ανάγκες του παραγωγού και τα στοιχεία τα οποία ήθελε να προωθήσει και να διαφημίσει για την παραγωγή του, καταλήξαμε στο κατάλληλο εικαστικό. Για να το βρούμε επιλέξαμε από τη γραμμή εντολών του wordpress “Appearance” και Themes”. Μας εμφάνισε όλα τα εικαστικά που διατίθενται και επιλέξαμε αυτό που παρουσιάζουμε προσεχώς.

### 6.3 Κατασκευή της ιστοσελίδας βήμα-βήμα

Για να χτίσουμε τη σελίδα μας ακολουθήσαμε τα παρακάτω βήματα:

**Βήμα 1:** Πληκτρολογώντας τη διεύθυνση του blog, στην προκειμένη περίπτωση [baskatsaras.wordpress.com/wp-login.php](https://baskatsaras.wordpress.com/wp-login.php) κάνουμε log in στη σελίδα.

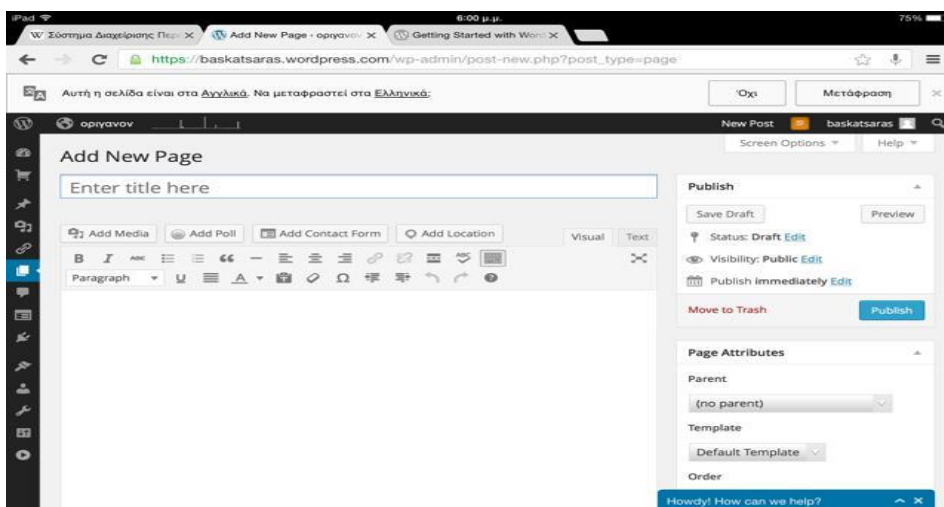
Ακολουθώντας το site που έχει προαποφασιστεί κατά τη συνάντησή μας με τον παραγωγό ξεκινάμε να δημιουργούμε όλες τις σελίδες της εφαρμογής. Για παράδειγμα, από το κουμπί “pages” πατώντας το κουμπί “add new” δημιουργούμε μια νέα σελίδα.



Συμπληρώνουμε:

- Τίτλος
- Κείμενο
- Φωτογραφίες

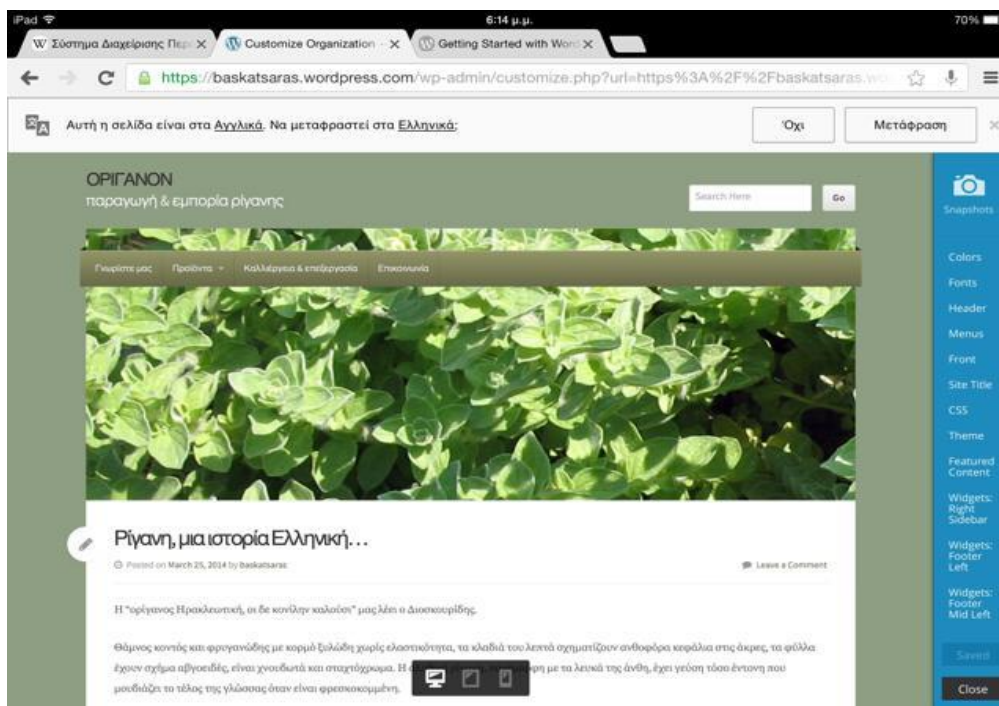
- Hyper links
- Video



Η παραπάνω διαδικασία γίνεται για όλες τις σελίδες της εφαρμογής.

**Βήμα 2:** Σημαντικό στάδιο της κατασκευής είναι το σχεδιαστικό κομμάτι της εφαρμογής.

Από το κουμπί “Dashboard” επιλέγουμε την επιλογή “customize” το οποίο μας μεταφέρει στο παρακάτω διαχειριστικό μενού.



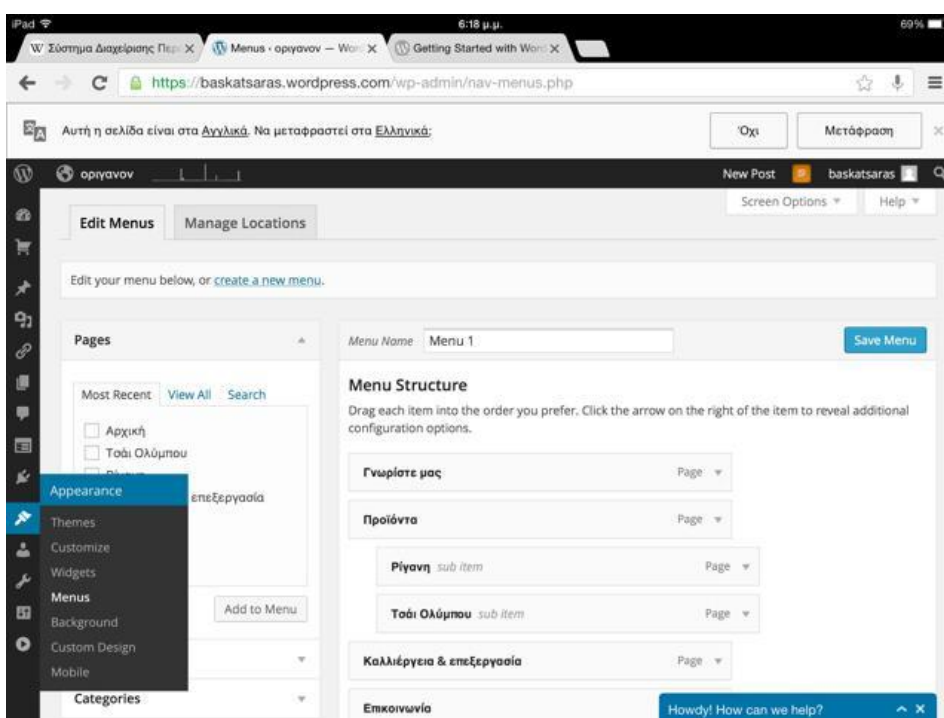
Δεξιά εμφανίζεται η στήλη με την οποία μπορούμε να διαχειριζόμαστε το στυλιστικό κομμάτι της εφαρμογής μας. Αναλυτικά:

- Colors: Επιλέγουμε τα χρώματα της αρεσκείας μας
- Fonts: Επιλέγουμε τις γραμματοσειρές που επιθυμούμε για τα κείμενα και τους τίτλους καθώς και το μέγεθός τους
- Header: Μας δίνει την επιλογή να τοποθετήσουμε μια εικόνα ως φόντο του μενού μας
- Menus: Επιλέγουμε ποιο από τα μενού που έχουμε δημιουργήσει θέλουμε να εμφανίζεται ως κύριο
- Front: Επιλέγουμε αν η αρχική σελίδα θέλουμε να είναι στατική ή να είναι δυναμική εμφανίζοντας κάθε φορά την τελευταία μας δημοσίευση
- Site Title: Ορίζουμε τον τίτλο και μια περιγραφή αυτού. Έχουμε την επιλογή και την απόκρυψής τους

- CSS: Μας δίνεται η δυνατότητα να διαχειριστούμε το στυλιστικό κομμάτι της εφαρμογής μας εναλλακτικά με κώδικα css

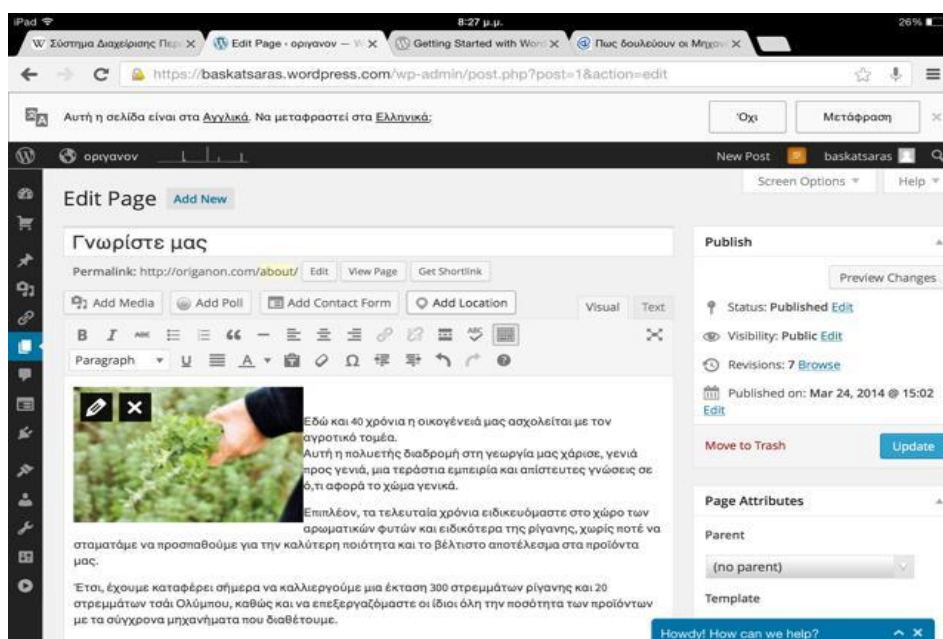
Εφόσον έχουμε ολοκληρώσει τις τροποποιήσεις μας πατάμε το κουμπί “Save” για να τις αποθηκεύσουμε και έπειτα πατάμε “Close”.

**Βήμα 3:** Το συγκεκριμένο βήμα αφορά το κύριο μενού της σελίδας. Επιλέγουμε από την αριστερή στήλη της σελίδας ποιες από τις σελίδες που έχουμε δημιουργήσει θέλουμε να εμφανίζονται στο κύριο μενού και πατάμε το κουμπί “Add to menu”. Έτσι στη διπλανή στήλη εμφανίζονται οι επιλεγμένες σελίδες τις οποίες μπορούμε με απλό κάθετο drag and drop να καθορίσουμε τη σειρά με την οποία θα εμφανίζονται στην εφαρμογή μας και με οριζόντιο τις υποσελίδες. Ονομάζουμε το μενού μας στο “Menu Name” και το αποθηκεύουμε από το κουμπί “Save Menu”.



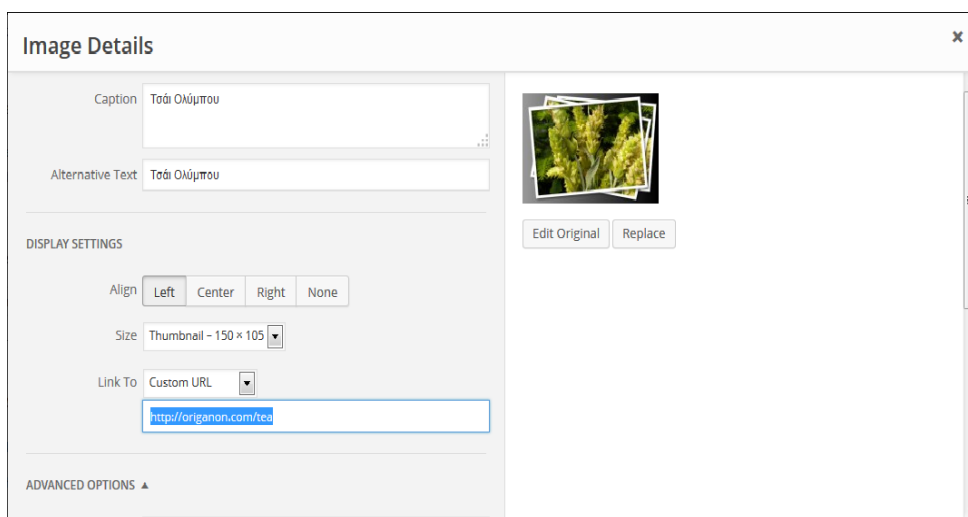
**Βήμα 4:** Θέλουμε να τοποθετήσουμε μια εικόνα στη σελίδα «Γνωρίστε μας». Για να επιτευχθεί αυτό ακολουθούμε τις εξής ενέργειες:

- Επιλέγουμε από το “Pages” την επιλογή “All pages” και πατάμε “Edit” στη σελίδα «Γνωρίστε μας».
- Πατάμε το κουμπί “Add Media” .
- Στο “Insert Media” με την επιλογή “Upload files” και “Select files” ανεβάζουμε τη φωτογραφία που θέλουμε. Έτσι έχει αποθηκευτεί στη βάση δεδομένων της εφαρμογής μας. Τέλος, πατάμε “Insert into page” για τοποθετηθεί στη σελίδα
- Κάνοντας κλικ στην εικόνα εμφανίζεται ένα “μολύβι” και ένα “X”. Με την επιλογή του μολυβιού μπορούμε να τροποποιήσουμε την εικόνα. Για παράδειγμα, να της δώσουμε τίτλο ή περιγραφή, καθώς και να αλλάξουμε το μέγεθός ή να καθορίσουμε τη θέση της μέσα στο κείμενο. Αντίθετα με την επιλογή “X” μπορούμε να διαγράψουμε την εικόνα.
- Τέλος, για να αποθηκευτούν οι αλλαγές της σελίδας επιλέγουμε “Update” δεξιά.



Την ίδια διαδικασία ακολουθήσαμε και τις φωτογραφίες στις υπόλοιπες σελίδες της εφαρμογής μας.

**Βήμα 5:** Στο συγκεκριμένο βήμα θα αναλύσουμε πως μετατρέψαμε τις δύο εικόνες σε hyper link της σελίδας «Προϊόντα». Συγκεκριμένα για το κουμπί «Τσάι Ολύμπου». Πηγαίνοντας στα “Details” της εικόνας στο πεδίο “Link to” επιλέγουμε “Custom URL” και στο κενό συμπληρώνουμε το link: <http://origanon.com/tea> και πατάμε “Update”.



Αντίστοιχη διαδικασία κάνουμε και για την εικόνα της ρίγανης.

**Βήμα 6:** Στη σελίδα «Επικοινωνία» αρχικά δίνουμε με ένα απλό text τα στοιχεία του παραγωγού τα οποία έχουμε στοιχίσει αρμονικά. Στη συνέχεια, τοποθετήσαμε στη σελίδα το χάρτη σύμφωνα με τους κανονισμούς του google map. Για να το επιτύχουμε αυτό ανοίξαμε το google maps και επιλέξαμε την τοποθεσία «Μοσχοπόταμος, Πιερίας» και πατάμε «Αναζήτηση». Μας μεταφέρει στην τοποθεσία και επιλέγουμε το εικονίδιο που μοιάζει με γρανάζι κάτω δεξιά. Επιλέγουμε «Κοινοποίηση και ενσωμάτωση χάρτη», «Ενσωμάτωση χάρτη» και στη συνέχεια επιλέγουμε από την “dropdown list” το μέγεθος που θεωρήσαμε ότι ταιριάζει στη σελίδα μας. Έπειτα αντιγράψαμε το link του χάρτη και

το ενσωματώσαμε στη σελίδα. Τα μεγέθη που είναι προκαθορισμένα στο google maps δεν ταιριάζουν στο γραφικό κατασκευής της σελίδας. Αυτό το πρόβλημα ξεπεράστηκε μελετώντας τον κώδικα (source code) και διορθώνοντας το width και το height (w=500&h=200).

Στην ίδια σελίδα απαραίτητη είναι η φόρμα επικοινωνίας καλύπτοντας τις προφανείς ανάγκες για αμφίδρομη επικοινωνία του χρήστη με τον κάτοχο της σελίδας.

Από το «Edit page» της σελίδας «Επικοινωνία» επιλέξαμε το κουμπί “Add contact form” το οποίο μας εμφάνισε την παρακάτω φόρμα.

The screenshot shows a dialog box titled "Add Contact Form" with two tabs: "Form builder" and "Email notifications". The "Form builder" tab is active, displaying a preview of the contact form with the following fields: "Όνομα (required)", "Email", "τηλέφωνο", and "Σχόλιο (required)". To the right of the preview, there is a section titled "How does this work?" explaining that feedback is automatically scanned for spam and legitimate feedback is emailed. Below this are two FAQ sections: "Can I add more fields?" and "Can I view my feedback within WordPress?".

Από τη φόρμα αυτή ορίζουμε τα πεδία απαραίτητα και μη, τη σειρά εμφάνισής τους όπως και το περιεχόμενο του κάθε πεδίου (αριθμός, κείμενο, email, κτλ). Σημαντικό είναι να ορίσουμε το email το οποίο θα λαμβάνει τα αιτήματα επικοινωνίας και θα φέρνει σε επαφή τα δυο μέρη (email notifications).



**Βήμα 7:** Στη σελίδα καλλιέργεια ενσωματώσαμε ένα βίντεο για την επεξεργασία της ρίγανης. Αυτό για να επιτευχθεί επισκεφτήκαμε το youtube, επιλέξαμε το video, επιλέξαμε «Ενσωμάτωση», αντιγράψαμε τον κώδικα του πλαισίου και το ενσωματώσαμε στη σελίδα. Χρειάστηκε να αλλάξουμε το μέγεθος του πλαισίου του βίντεο τροποποιώντας τις διαστάσεις.

**Βήμα 8:** Για την επεξεργασία των εικόνων της εφαρμογής χρησιμοποιήσαμε το Online Photoshop, τόσο γιατί είναι δωρεάν όσο και γιατί δεν μας επιβαρύνει με εγκαταστάσεις εφόσον μπορούμε να δουλέψουμε στο ίντερνετ . Οπότε, ανοίγοντας το πρόγραμμα και ανεβάζοντας την εικόνα που επιθυμούμε, έχουμε τη δυνατότητα να επεξεργαστούμε την εικόνα είτε με την επιλογή Edit είτε με το Decorate. Έτσι, με την πρώτη επιλογή μπορούμε να αλλάξουμε τις διαστάσεις ή την ποιότητα της εικόνας, ενώ με την δεύτερη αλλάζουμε το στυλ της εικόνας, όπως πχ να βάλουμε περιγράμματα.

## Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup>

### **BLACKBOX & WHITEBOX TESTING**

Οι τεχνικές ελέγχου που χρησιμοποίησα στην εφαρμογή μου για να είμαι σίγουρη ότι είναι όσο πιο σωστή και αξιόπιστη γίνεται, ήταν οι δυο παραπάνω του τίτλου του υπάρχοντος κεφαλαίου. Κι αυτό διότι πιστεύω πως στο επίπεδο που ανήκει η δική μου εφαρμογή καλύπτεται πλήρως σε επίπεδο ελέγχου γενικών σφαλμάτων από τις τεχνικές αυτές.

## 7.1 Έλεγχος black box

Μια μορφή δυναμικού ελέγχου, είναι ίσως και ο πιο γνωστός για να ελέγξει τους επαγγελματίες, ο συμπεριφοριστικός έλεγχος, «Black box». Οι συμπεριφοριστικοί έλεγχοι, όπως το «Black box» υποδηλώνει εστιάζει σε αυτό που το σύστημα κάνει, όχι στο πώς το κάνει. Κάποιοι επαγγελματίες ελεγκτές θεωρούν πως η εσωτερική γνώση για το πώς δουλεύει το σύστημα μπορεί πραγματικά να καταστήσει έναν συμπεριφοριστικό tester λιγότερο αποτελεσματικό, επειδή αυτή η κατανόηση μπορεί να παρεμποδίσει τη δυνατότητα να εξεταστεί το σύστημα με τους τρόπους που ο χρήστης θα προτιμούσε πραγματικά. Εντούτοις, έχει διαπιστωθεί ότι μπορεί να ελαχιστοποιηθεί αυτό το πρόβλημα μέσω του προσεκτικά σχεδιασμένου ελέγχου και εκτέλεσης, και η εσωτερική ματιά στο πώς το σύστημα δουλεύει μπορεί να βοηθήσει τους συμπεριφοριστικούς testers να βρουν περισσότερα λάθη και να γράψουν περισσότερα παρατηρητικές εκθέσεις λαθών.

Ο Black box έλεγχος είναι μια κατηγορία όπου οι συνθήκες ελέγχου για το πρόγραμμα δημιουργούνται βάση των λειτουργιών και των προδιαγραφών του συστήματος. Ο προγραμματιστής το μόνο που χρειάζεται είναι πληροφορίες για τις τιμές εισόδου. Στη συνέχεια, γνωρίζοντας αφαιρετικά τη λειτουργία του συστήματος αγνοώντας τον κώδικα (για αυτό λέγεται μαύρο κουτί) παρατηρεί τα αποτελέσματα και τα συγκρίνει με τα επιθυμητά. Η τεχνική αυτή βασίζεται στις προδιαγραφές και τις λειτουργίες του προγράμματος. Λόγω του ότι δεν χρειάζεται γνώση στον κώδικα του λογισμικού, δεν είναι αναγκαίο ο ελεγκτής να είναι ο ίδιος ο προγραμματιστής.

Τα κύρια πλεονεκτήματα της τεχνικής αυτής είναι τα εξής:

- Είναι αποτελεσματικότερος σε μεγάλα κομμάτια κώδικα σε σχέση με τον white box testing
- Ο ελεγκτής δεν χρειάζεται προγραμματιστικές γνώσεις, αρκεί να γνωρίζει για συγκεκριμένες εισόδους τις επιθυμητές εξόδους.
- Ο προγραμματιστής και ο ελεγκτής είναι ανεξάρτητοι ο ένας από τον άλλον.
- Οι έλεγχοι γίνονται από την πλευρά άποψης του χρήστη.

- Βοηθά στο να ανακαλυφθούν οποιεσδήποτε ασάφειες ή ασυνέπειες στις προδιαγραφές.

## 7.2 Έλεγχος White Box

Ο στατικός έλεγχος είναι ένας ισχυρός έλεγχος αλλά όχι μια καθορισμένη τεχνική ελέγχου. Σε κάποιο σημείο πρέπει πραγματικά να εκτελεστεί το σύστημα και να γίνει εύρεση των λαθών σε αυτό. Οι έλεγχοι που περιλαμβάνουν την εκτέλεση του συστήματος υπό έλεγχο καλούνται δυναμικοί έλεγχοι. Οι δομικοί έλεγχοι είναι ένα σημαντικό παράδειγμα των δυναμικών δοκιμών. Οι δομικοί έλεγχοι είναι βασισμένοι στον τρόπο με τον οποίο το σύστημα χτίζεται. Μερικοί άνθρωποι αναφέρονται στους δομικούς ελέγχους ως «white box» ή ίσως πιο σωστά ως «glass box» επειδή ο tester κοιτάζει μέσα στο «κιβώτιο» (το σύστημα υπό έλεγχο) και αντλεί τους ελέγχους από αυτή την περιοχή. Οι δομικοί έλεγχοι εφαρμόζονται χαρακτηριστικά στα επιμέρους συστατικά και τις διεπαφές, που είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικές στην ανακάλυψη των εντοπισμένων λαθών στις ροές ελέγχου και στοιχείων.

Οι δοκιμές ελέγχου παράγονται προσεκτικά βάση ενός ή συνδυασμού περισσότερων κριτηρίων κάλυψης. Για μια τιμή εισόδου που δίνεται στο σύστημα ελέγχεται όχι μόνο το αν δημιουργείται το σωστό αποτέλεσμα αλλά και το πώς προκύπτει.

Τα κύρια πλεονεκτήματα της τεχνικής αυτής είναι τα εξής:

- Αναγνωρίζει με σχετική ευκολία το φαινόμενο της συμπτωματικής ακρίβειας. Το φαινόμενο αυτό αναφέρεται στις περιπτώσεις όπου παρόλο το αποτέλεσμα προκύπτει ορθό, ο τρόπος που υπολογίζεται είναι λανθασμένος.
- Με τη μέθοδο αυτή μπορούν να ελεγχθούν όλοι οι πιθανοί τρόποι λειτουργίας του μιας και ο έλεγχος γίνεται βάση του πηγαίου κώδικα.
- Επίσης με τη μέθοδο αυτή μπορούν να ανακαλυφθούν περιπτώσεις νεκρού κώδικα, δηλαδή περιπτώσεις κώδικα που δεν εκτελούνται ποτέ και δεν μπορούν να ανακαλυφθούν από την τεχνική black box testing.

## Κεφάλαιο 8<sup>ο</sup>

### **ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ**

Μετά από πολύωρες προσπάθειες και πολύ κόπο ολοκλήρωσα την πτυχιακή μου εργασία, την ιστοσελίδα μου δηλαδή. Είμαι αρκετά ευχαριστημένη από το αποτέλεσμα καθώς όταν πρωτοξεκίνησα την κατασκευή της σελίδας, οι γνώσεις μου για να μπορέσω να την τελειοποιήσω ήταν περιορισμένες. Ωστόσο, μετά από πολλή αναζήτηση στο διαδίκτυο και άπειρο διάβασμα σχετικών βιβλίων επιτεύχθηκε η ολοκλήρωση της ιστοσελίδας στο έπακρο. Αυτό που μου κέντρισε την προσοχή και είχε ιδιαίτερο ενδιαφέρον για μένα ήταν η μαγεία των μηχανών αναζήτησης και κάτω από ποιες συνθήκες αυτές λειτουργούν καλύτερα. Επίσης, πολύ ενδιαφέρον ήταν το e- marketing και πόσο μπορεί να βοηθήσει έναν επαγγελματία. Αντίθετα, αυτό που μου φάνηκε αρκετά ψυχοφθόρο ήταν το να πείσεις τον πελάτη (στην προκειμένη περίπτωση τον παραγωγό) για το ποια είναι η σωστή κατεύθυνση δημιουργίας της ιστοσελίδας σύμφωνα με τους κανόνες των μηχανών αναζήτησης σε συνδυασμό πάντα με τις δικές του ανάγκες.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Με την εργασία αυτή προσπάθησα να παρουσιάσω και να αναδείξω πώς κάποιος που έχει σπουδάσει ανάπτυξη διαδικτυακών εφαρμογών μπορεί να κατασκευάσει και να δημιουργήσει μια ιστοσελίδα και να εντυπωσιάσει στο διαδίκτυο τόσο με το καλόγουστο στυλιστικό του περιβάλλον όσο και με τον άρτια καλογραμμένο του κώδικα. Κι αυτό μπορεί να το πετύχει βασισμένος απλά στις γνώσεις που έχει αποκομίσει από τις σπουδές του και στην προσωπική αναζήτηση και έρευνα σε ιστότοπους για πράγματα και έννοιες που πιθανά θέλει να διεισδύσει περισσότερο και να γνωρίσει καλύτερα.