

**Debreceni Egyetem**

**Informatika Kar**

**Az elektronikus kereskedelem egy saját web shopon keresztül**

Témavezet :

Dr. Kuki Attila

egyetemi adjunktus

Készítette:

Bródi Szabolcs

mérnök-informatikus

Debrecen, 2009

# TARTALOMJEGYZÉK

<b>BEVEZETÉS .....</b>	<b>3</b>
<b>1. INTERNET .....</b>	<b>4</b>
1.1. A KEZDETEK .....	4
1.2. AZ INTERNET JÖV JE .....	6
1.2.1. Új lehet ségek tárháza.....	6
1.2.2. WEB 3.0.....	7
<b>2. E-BUSINESS.....</b>	<b>8</b>
2.1. AHOGY INDULT .....	8
2.2. AZ E-BUSINESS FOGALMA .....	9
2.3. AZ E-BUSINESS HELYZETE MAGYARORSZÁGON .....	10
<b>3. AZ E-KERESKEDELEM.....</b>	<b>13</b>
3.1. AZ E-KERESKEDELEM PONTOSAN .....	13
3.1.1 Business to Business(B2B).....	14
3.1.2 Business to Customer (B2C).....	14
3.1.3 Business to Administration (B2A).....	16
3.2. INTERNET ÉS JOG MAGYARORSZÁGON .....	16
3.2.1 Ki foglalkozhat elektronikus kereskedelemmel? .....	17
3.2.2 Minek min sül az elektronikus kereskedelem? .....	18
3.2.3 Reklámjog .....	18
3.2.4 Felel sség, szerz déskötés, fogyasztóvédelem.....	19
<b>4. KERESKEDELEM A VILÁGHÁLÓN.....</b>	<b>20</b>
4.1. FEJLESZTÉS LEHET SÉGEI .....	20
4.1.1. Web szerverek .....	20
4.1.2. Egy m kód web szerver.....	21
4.1.2.1. Apache 2 telepítés.....	22
4.1.2.2. PHP telepítés.....	24
4.1.2.3. MySQL telepítés.....	26
4.1.2.4. Telepít csomagok.....	27
4.2. EGY SAJÁT WEB SHOP.....	29
4.2.1 Minden kezdet nehéz.....	29
4.2.2 PHP scriptek.....	34
4.3. MIT TUD A WEB SHOP? .....	38
<b>ÖSSZEFOGLALÁS .....</b>	<b>42</b>
<b>IRODALOMJEGYZÉK .....</b>	<b>44</b>
<b>KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS.....</b>	<b>45</b>

## Bevezetés

Még nem rég kezd dött el a 21. század, de már most is meghökkent, hogy napról napra újabbnál újabb elrehaladást érnek el a mérnökök, tudósok a tudomány különböző területein. Ha visszaemlékezünk, nem is olyan rég, még milyen elképzelhetetlennek tntek az olyan napjainkban nélkülözhetetlen eszközök, mint például a személyi számítógép, az internet vagy a mobiltelefon. A legfontosabb és legnagyobb fejlődést az integrált áramkörök területén figyelhettük meg, amiknek hála a jelenlegi gyors számítógépek.

Ugyanakkor az informatika jelentése nem csupán ezen gépek kifejlesztése, hanem ezek megfelelő felhasználása, m ködtetése. Ilyen szellemiség mellett született meg az Internet is, amely napról napra nagyobb szerepet kezd játszani életünkben. A kezdetek kezdetén az Internet csak a kormány és a közintézmények kommunikációs eszköze volt. Azonban ez mára gyökeresen megváltozott. Az Internet elterjedésének hála az emberek már képesek voltak kommunikálni egymással a világ bármely pontján és információkat oszthattak meg. A világháló felhasználásának rengeteg módja mellett, az elektronikus kereskedelem és ügyintézés, ami a legjobban foglalkoztatja a világot és valljuk be, komoly jövő elé néz.

Első sorban azért választottam ezt a témát, mert nagyon érdekel, hogy az emberek hogy viszonyulnak ma Magyarországon az internetes kereskedelemhez. Néhány évvel ezelőt még elég képlékeny állapotban volt a kereskedelem eme válfaja. Mostanra viszont egyre több üzlet készít a web shopot már meglévő honlapjához.

Továbbiakban választ keresek arra, hogy mit is jelent az e-commerce, vagyis az e-kereskedelem. Jelenleg milyen stádiumban van ez Magyarországon a többi fejlett országhoz képest. Jó lehet, hazánk nincs az élvonalban, de a legtöbb fejlett országban alkalmazott technikákat Magyarország is irányadónak tekinti. Próbálok úgy bemutatni a hazai e-kereskedelmet, hogy elegendő információt kapjon az is, aki még erről egyáltalán nem hallott.

Ismertetem még az általam elkészített web shop fejlesztését és funkcióját. Leírom, hogyan lehet mindenki által egy egyszeri web shopot elkészíteni. Többek között megemlítem az oldalon található PHP scriptek felépítését és m ködését, és ismertetem a web shop funkcióit.

# 1. Internet

## 1.1. A kezdetek

Amikor a 90-es évek közepén az amerikai kormány meghirdette az információs szupersztráda (information superhighway) programot, sokan még azt gondolták, hogy az internet csupán egy eszköz lesz csak. Ma már tudjuk, hogy az információs szupersztráda az internet maga. Az internetnek nincs tulajdonosa, nincs központi épülete hisz egymástól független hálózatok összekapcsolásáról beszélünk. Ezen hálózatok csatlakoztatásának összehangolását, az ezzel kapcsolatos információk szolgáltatását, illetve a felmerülő mérnöki tevékenységeket az 1992 januárjában létrehozott, profitmentes Internet Society (ISOC) irányítja. (Központja amerikai Virginia államban Restonban van, és bárki tagja lehet.) [1]

Az Internet ugyan már több mint 30 éve létezik, de két évtizeden át elsősorban a tudományos világ és az oktatás számára volt elérhető. Az üzleti világ hosszú időn keresztül nem vett róla különösebb tudomást. Ennek részben jogi, részben technikai okai voltak. Az Internet kialakításánál komoly szerepet játszott az amerikai Nemzeti tudományos Alapítvány, amely hosszú éveken át tiltotta az üzleti célú tevékenységet. Állásfoglalásuk szerint elfogadhatatlan használatnak minősül a profit irányú tevékenység, valamint a magán vagy személyes üzleti tevékenység.

Ez a helyzet csak a 90-es évek elejére változott, amikor létrehozták a CIX-et (Kereskedelmi Internet-Központ Egyesülést) azért, hogy korlátozások nélkül szolgáltatson összeköttetéseket az Internet üzleti résztvevőinek. Műszaki oldalról is előrelépésre volt szükség, hiszen a 90-es évek eleji Internet a csupán karaktereket tartalmazó, szövegalapú UNIX képernyő formátumával nehezen volt kezelhető, nagyon nehéz lett volna bevinni a kereskedelmi és a laikus privát közegbe.

A fordulóponthoz Tim Berners-Lee fejlesztése jelentette a svájci CERN fizikai kutatóintézetben 1989-ben. A kutatási tevékenységéhez szüksége volt arra, hogy viszonylag egyszerű módon férjen hozzá más számítógépeken tárolt adatokhoz, ábrákhoz. Ez a fejlesztési eredmény 1991-ben lett nyilvános, az Internet társadalom ugrásszerűen vetette rá magát, így alakult ki a World Wide Web, amely a multimédiás alkalmazás és az egyszerű kezelés révén már megfelelő médiumnak mutatkozott az üzleti alkalmazások számára is.

A Web segítségével grafikusán, látványos formában jeleníthetők meg az információk. Ez az információ nagyon gazdag lehet: nemcsak sima szöveget, hanem színeket, különböző betűtípusokat, jó minőségű grafikákat, hangokat, vagy akár videó részleteket is tartalmazhat. [2]

Ezzel tehát megnyíltak egy „új világ kapui” mind az üzleti szféra mind az átlagemberek előtt. (Az információs szupersztráda fejlődésének a legnagyobb lökést a digitális forradalom jelensége adta a közelmúltban, amely lehetővé tette a multimédia adatok nagysebességű átvitelét. A nagyságrendileg gigabit/s sebességű üvegszál hálózatok elterjedése új dimenziót nyitott az interaktivitás előtt is.)

Az Internet azonban nem mindenre jó, meg kell találni azokat a területeket, ahol hatékonyabb, mint a hagyományos kereskedelem.

A vállalatok és a gazdaság egyéb szereplőinek az internethez való széleskörű csatlakozása új távlatokat nyit a köztük lévő kommunikációban. A hálózat kommunikációs és információs lehetőségeivel támogatja vállalati szövetségek kialakulását, elősegíti irányításukat és kontrolljukat. Fontos szerepet tölt be vállalatok kooperációjánál, többszereplős projekteken való együttműködésnél, ahol a kommunikáció, a koordináció és a felügyelet kulcskérdés. A partnervállalatok munkatársai közösen dolgozhatnak például egy szövegtervezeten úgy, hogy mindegyikük monitorán ugyanaz a dokumentum látható, telefonon keresztül értekeznek, és az egyikük által alkalmazott javítás másikuknál is rögtön megjelenik. Ugyanígy korrigálhat, mondjuk egy szerződéstervezetet egyidőben cég és ügyfele gyorsan és hatékonyan. Ez természetesen adottságként tekinthető fel a digitális file-továbbítás lehetőséget akár multimédia formátumban is. Vállalatcsoportok belső kontrollját az egységes és gyors beszámoló küldése és kiértékelése javíthatja.

A hálózat a beszállítókkal való kapcsolattartást is megkönnyíti. Lehetővé nyílik az árak és a szolgáltatások széleskörű összehasonlítására, így a beszállító optimális kiválasztására. A velük való állandó on-line kapcsolat gyors és egyszerre rendelést tesz lehetővé és támogatja a just-in-time termelési rendszert. A számítógépes rendeléssel rendszerint automatikus készletnyilvántartás, könyvelés és számlázás jár együtt, így a teljes rendszer az ügyviteli folyamatok ésszerűsödésének, felgyorsulásának irányába hat.

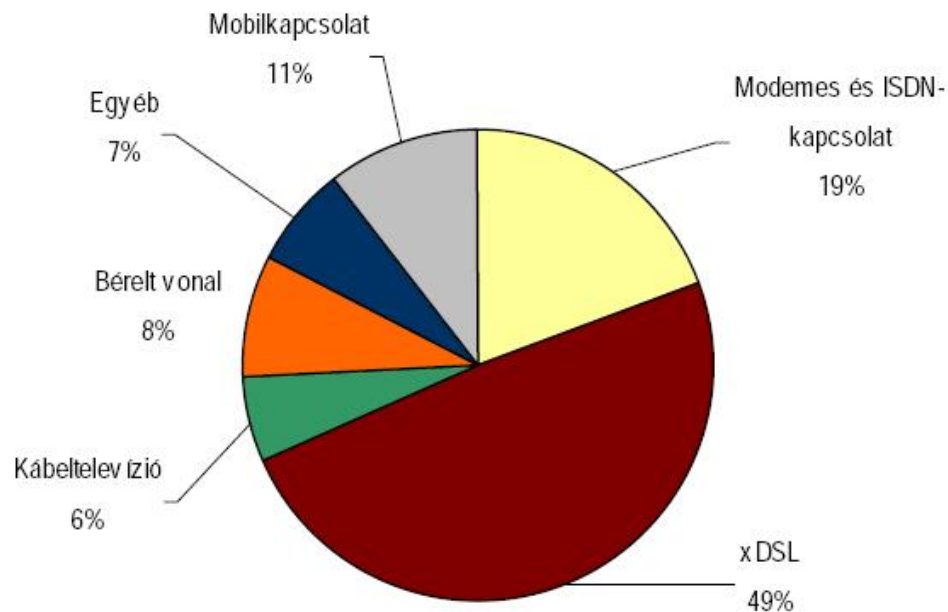
Az országúton keresztül a vállalatok - vagy akár az egyének is - on-line kapcsolatban lehetnek bankjukkal. Tetszés szerinti időpontban lekérdezhetik számlájuk pillanatnyi állását, így bármikor pontosan tájékozódhatnak fizetési képességükről, ügyfeleik

tartozásairól. A telebanking segítségével a felhasználók saját számítógépükön keresztül átutalási megbízást vagy más feladatot is adhatnak bankjuknak. Hasonlóképpen lehetséges online tranzakciók végzése például t zsdén. A cég saját számítógépén begépelte vételi megbízás a brókercégnél azonnal megjelenik, és életbe lép. [3]

## 1.2. Az internet jövője

### 1.2.1. Új lehetőségek tárháza

Az internet kezd mindennapjaink részévé válni, híreket olvasunk, vásárolunk, levelezünk. Majdnem 1 milliárdan használják az internetet, és jelentős iparágak, mint például bankok is megbíznak benne. Ugyanakkor egyre növekvő hiányosságok mutatkoznak biztonság terén, és egyre csökken a képesség az új technológiák illesztése során. (mobil internet elterjedésének legfőbb akadálya maga a web, hisz a mostani weboldalak nem éppen mobilbarátok.)



1. ábra: az internet-hozzáférési pontok aránya, 2008

Forrás: KSH

Az évek múlásával az internet felhasználhatósága egyre csak terjedt, és szerteágazó lett (wireless eszközök, peer-to-peer fájlmegosztó rendszerek, iptelefonok). A vállalatok és a mérnökök újabb és újabb technikai megvalósítással drukoltak el, aminek az eredménye az eredeti egyszeres kommunikációs technológia egyre komplexebb és nyakatekertebb lett. Ezt szinte lehetetlen szabályozni és kezelni, és ez minden egyes nap csak nehezebbé válik. „Fordulóponthoz értünk” nyilatkozta nemrégiben David D. Clark aki az internet megalkotásában részt vevő vezető fejlesztő volt. Clark szerint a net architektúrája harminc év alatt teljesen elavult: a hálózat képtelen megfelelni a drótnélküli eszközöket, és az internetes kereskedelem biztonsági követelményeinek sem felel meg. Ezért teljesen új architektúra kiépítését szorgalmazza.

A szép új internet felépítésénél minden óriáscég, minden gazdasági-politikai nagyhatalom ott akar lenni a tervezőasztalnál, és biztos, ami biztos, már el is indították a maguk új internet projektjeit. Az amerikai National Science Foundation a nagy amerikai egyetemekkel és a védelmi minisztériummal összefogva egyszerre két programot is vezet, a GENI-t (Global Environment for Network Innovations) és a FIND-et (Future Internet Network Design), az EU vezető kutatói pedig márciusban indították be Zürichben a FIRE (Future Internet Research and Experimentation) projektet.

### 1.2.2. WEB 3.0

A weben - és azon kívül is - az elérhető információk mennyisége hatalmas ütemben nő, emiatt mind nagyobb szükség van az adatforrások rendszerezésére, összekapcsolására. A web1 az online megjelenésről, információk elhelyezéséről, a web2 a közös tartalom létrehozásáról, közösségépítésről, a web3 pedig a weben elérhető információk rendszerezéséről és a „mély weben” található adatok értelmezéséről, megtalálhatóságáról szól.

A szemantikus web – vagy más néven web 3. – célja, hogy a világhálón elérhető témérdek információt számítógépes feldolgozásra (pl. keresésre) alkalmasabbá tegye. Cél, hogy a világhálón található információkat a számítógépek ne csak olvasni, hanem értelmezni is tudják. Ennek érdekében egyrészt az információkhoz megfelelő meta-adatokat kell társítani, valamint a számítógépeket képessé kell tenni arra, hogy a meta-adatokkal kapcsolatos következtetéseket el tudják végezni.

A weben sokféle típusú és formájú dokumentum található, ezek egy része ember által létrehozott (HTML, word vagy excel fájlok, PDF-ek, Power Pointok, stb.) másik része pedig nem (pl. statisztikák, egy-egy webszerver havi statisztikája, látogatottsági adatok). Az online felületeken elhelyezett dokumentumok jellemzően nem ellenőrzött tartalmú dokumentumok, ennél fogva az internetes keresés alapvetően különbözik egy kontrolláltan kezelt dokumentumtárban való kereséstől. Az internetes keresés a weben megtalálható dokumentumok sokfélesége (és ellenőrizetlen volta) miatt bonyolultabban működik, mint például egy (ellenőrzött) könyvtári adatbázisban történő keresés. [4]

## 2. E-business

### 2.1. Ahogy indult

A korszerű információs infrastruktúra fejlesztésének szükségét Magyarország is felismerte és a 80-as évek derekán (pontosabban 1986-ban) indult be az Információs Infrastruktúra Fejlesztési Program, az IIF keretében. Első lépésként nálunk is az volt a cél, hogy sikerüljön megteremteni a versenyképes számítógépes hálózati környezetet a legfelkészültebb és legigényesebb alkalmazói kör, a kutatási-fejlesztési kollektívák és a felső oktatási közösségek számára.

A koncepció helyesnek bizonyult. Az IIF program teljesítése biztosította, hogy öt év múlva, 1991-ben erre a bázisra támaszkodva lehetett megindítani az első országos kiterjedésű Internet-szolgáltatást. Szerencsénkre közben már lebomlottak a politikai korlátok, és Magyarországot kezdték befogadni a nemzetközi közösségbe.

A programot ekkor már NIIF-nek hívták, fő támogatói az OMF, az MTA, az MKM és az OTKA voltak. Az újonnan kitűzött cél egy országos IP gerinchálózatnak, az ún. HBONE-nak a kiépítése volt. Ezzel sem vallottunk kudarcot. A gerinchálózat megteremtésének köszönhetően hazánkban az Internet gyors térhódítása, és az a tény, hogy néhány éven belül (1995 táján) már a kereskedelmi célú Internet-szolgáltatók is megjelentek. A hálózat országos méretekben is biztosítani tudta nagyszámú felhasználó kiszolgálását, sőt az Internet fejlődésének dinamikáját is felvette Magyarország [5]

## 2.2 Az e-business fogalma

Az elektronikus kereskedelem (e-commerce) és az e-business fogalma gyakran keveredik a mindennapi szóhasználatban, és helytelenül mindkettő alatt az e-business fogalomkörébe tartozó tartalmat értik. Az elektronikus kereskedelem azonban csak része az elektronikus üzletnek.

Az e-business szó jelentése: "elektronikus üzlet". Az e-business magában foglalja az e-kereskedelmet, a tudásbázisokat, üzleti intelligenciát, stb. Az e-business többet is szól, mint csupán a technológiáról. A vállalat számára hasznot hozó világos stratégiai elny megalkotását jelenti, olyanokat, amelyek a munkavállalók, a vásárlók, a partnerek és a beszállítók területén jelentkezhetnek. Az e-business arról szól, hogy kifejlesztenek egy új munkastílust, ami magában foglalja az innovatív stratégia, a folyamatok, a szervezet és a rendszer integrációját. Egyszóval: értéket teremtet. Az e-business tényleges fellendüléséhez egy szervezetnek integrálnia kell a vállalati és az Internetes stratégiát. Ehhez szükséges a beszállítói, vevői, partneri kapcsolatok hálózatának fejlesztése. Végső soron ez a kapcsolatrendszer fogja meghatározni, hogy az e-business sikeres lesz-e.

Az e-business nem azonos az elektronikus kereskedelemmel, hanem sokkal inkább, magában foglalja a vállalat külső és belső folyamatainak elektronizálását és integrációját. Magyar szóhasználatban gyakran keveredik az e-business és az elektronikus kereskedelem (e-commerce) fogalma, és helytelenül mindkettő alatt az e-business fogalomkörébe tartozó tartalmat értik. Része:

- e-commerce (e-kereskedelem),
- az Internet (online) marketing,
- a vevő tájékoztatás,
- az értékesítés,
- a logisztika,
- a vállalati költségek csökkentése,

vagyis minden, ami kapcsolatba hozható a világhálóval és az azon keresztül történő pénzszerzéssel.

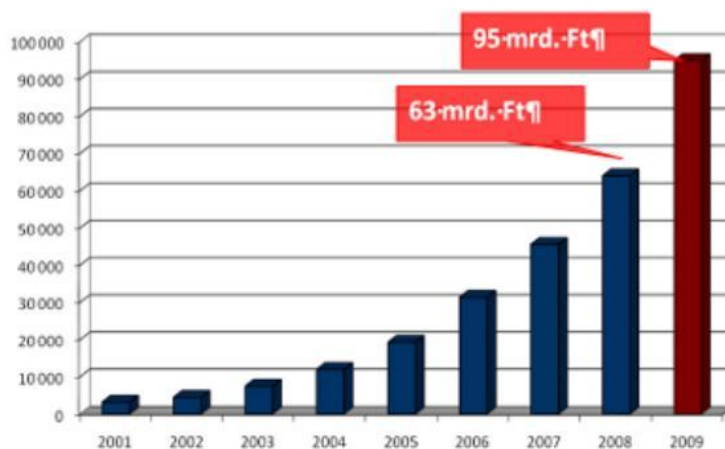
Az e-commerce a weben keresztül biztosít kényelmes és gyors vásárlási lehetőséget, vagyis nem más, mint a számítógépes hálózatokon keresztüli kereskedelem. Az Internet nem mindenre jó, meg kell találni azokat a területeket, ahol hatékonyabb, mint a hagyományos

kereskedelem. Ezen belül az e-business korlátlan lehet séget kínál a vállalatok számára. Fontos, hogy a vállalkozás rendelkezzen üzleti stratégiával, és az, hogy az e-business a normál üzletmenet részévé váljon. Mind a kis-, a középméret vállalkozások, mind a multinacionális vállalatok számára lehet vé teszi, hogy azonos feltételek mellett kelhessenek versenyre. A világháló rengeteg információt biztosít, a vállalkozások rugalmasságán múlik, hogy milyen gyorsan reagálnak az új trendekre, használják ki az új lehet ségeket. Sokszor a gyors válaszreakción múlik egy vállalkozás sikere vagy bukása. [6]

### 2.3. Az e-business helyzete Magyarországon

A korszer információs és kommunikációs technológiák a gazdaság mind több területén jelennek meg, alkalmazásuk megváltoztatja a hagyományos viszonyokat. A gazdaságilag fejlett országok jóval el ttünk járnak, és ennek a lemaradásnak a ledolgozására óriási erőfeszítéseket kell tennünk. Az egyértelmű hogy az Egyesült Államok a zászlóvivő. De az Európai Unió információs társadalmi direktíváiban is az emberi élet minőségének javítását célozta meg. Magyarország számára stratégia szinteken kell meghatározni azokat a területeket, ahol nem szabad lemaradni az információ kommunikációs alkalmazási területeken.

2009 első félévében Magyarországon már több mint 2400 interneten, kosaras rendszerben árusító kiskereskedelmi áruház működött. Az internetezők számának folyamatos növekedése mellett az online vásárlást kipróbálók köre is folyamatosan bővült. 2008 végére az elmúlt egy évben legalább egyszer online vásárlást végzők száma megközelítette a 750 ezer főt. Az online kiskereskedelemben 63 Mrd Ft-os forgalmat bonyolítottak, ami a teljes kiskereskedelmi forgalom 1 százaléka.



2. ábra: Az online áruházak forgalmának alakulása 2001-2009 között (milliárd Ft)

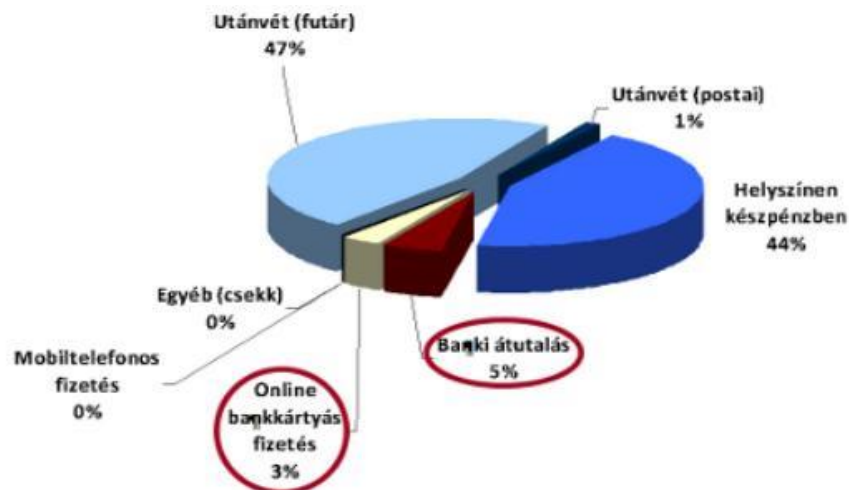
Forrás: GKIeNET

Magyarországon a GKIeNET felmérése szerint 2008-ban az interneten keresztül értékesít kiskereskedelmi boltok forgalma elérte a 63 milliárd forintot, ami a teljes kiskereskedelmi forgalom egy százaléka. A korábbi évekhez képest a kiskereskedelmen belül jelentősen emelkedett az online értékesítés szerepe. A boltok várakozásai és a GKIeNET becslései alapján az évek óta tartó dinamikus növekedés 2009-ben is folytatódik, év végére elérheti a 95 milliárd forintos forgalmat.

Becslésünk alapján 2008-ban az online kiskereskedelmi boltok közel felének az éves nettó árbevétele nem érte el az 5 millió forintot. Igaz, ez az arány magasnak mondható, ugyanakkor jelentős javulást mutat, hiszen 2-3 évvel ezelőtt, az online vásárlás fejlődésének korai szakaszában az áruházaknak még több mint a háromnegyede ebbe a kategóriába tartozott. Mindez jelzi, hogy a valóban életképes ötletek jó üzleti modellel párosulva sikeres vállalkozást eredményeznek, míg ennek ellenkezője csak életképtelen próbálkozás, és gyors „bezárásra” van ítélve. Fontos ugyanakkor kiemelni, hogy a forgalom 80%-át továbbra is a mintegy 20 legnagyobb web bolt generálja.

Az internetes vásárlás elterjedésének változatlanul az egyik legfőbb akadálya a fogyasztói bizalom hiánya. A vásárlók nem szívesen fizetnek előre olyan javakért, amelyeket csak a képernyőjükön láttak. Ezt támasztja alá a GKIeNET felmérése is, miszerint a 2008-ban történt vásárlások 92%-ában utánvétes fizetést választottak a felhasználók – ebből 47% volt futárszolgálatos és mindössze 1% a postai utánvét. Az esetek 44%-ában a helyszínen

készpénzzel fizettek a megrendelők, mindössze 5% választotta a banki átutalást és csak 3% az online bankkártyás fizetési lehetőséget. A mobiltelefon segítségével (SMS küldésével) történő fizetés egyik válaszoló webáruháznál sem fordult elő, míg az egyéb kategóriában a csekkel (készpénzes átutalási megbízással) való kiegyenlítést a tranzakciók elhanyagolható hányadában említették.



3. ábra: Online áruházuk által 2008-ban teljesített megrendelések pénzügyi teljesítésének módja

Forrás: GKIeNET

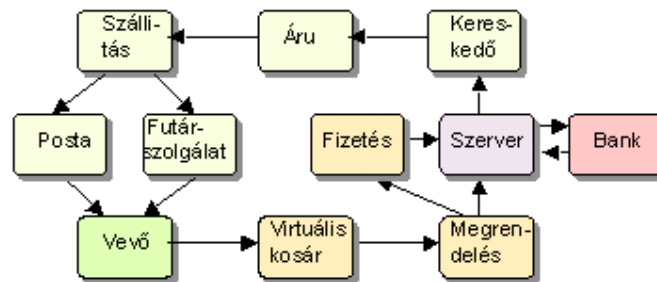
Az elmúlt évek tapasztalatai azt mutatják, hogy az online (akár bankkártyás, akár átutalásos) fizetéssel szemben egyáltalán nem nő a bizalom. A kiszállítási árak emelkedése a futárszolgáltatások súlyának csökkenését eredményezik, miközben személyes átvétel a vásárlások még mindig közel felében történik. [7]

### 3. Az e-kereskedelem

#### 3.1. Az e-kereskedelem pontosan

Az elektronikus kereskedelem olyan termékek és megoldások összessége, melyek segítségével biztonságosan lehet termékeket, szolgáltatásokat elektronikus úton forgalmazni. [8]

Lényegében az Interneten, vagy vezeték nélküli hálózaton folytatott elektronikus üzlet egy szelete, mely magában foglalja a termékek, szolgáltatások online értékesítését, az elektronikus beszerzést, a beszállítói, partneri kapcsolatok fenntartását. [9]



4. ábra: Az e-kereskedelem menete

Forrás: LogSped

Az elektronikus kereskedelem alapvetően három "közösségben", az üzleti, a kormányzati, és a lakossági szférában jelentkezik: magában foglalja a vállalkozások, a fogyasztók, valamint a közigazgatási szervek egymás közötti "üzleti" kapcsolatait.

Ennek megfelelően négy kategóriába sorolható be:

- a cégek egymás közötti (Business-to-Business - B2B)
- a vállalkozások és a fogyasztók közötti (Business-to-Consumer - B2C)
- a cégek és a közigazgatás (Business-to-Administration – B2A)
- a fogyasztók és a közigazgatás közötti kapcsolatok (Consumer-to-Administration – C2A)

Utóbbi kettőre jó példa az elektronikus úton történő adóbevallás, amelyre már Magyarországon is lehetőség van.

### 3.1.1 Business to Business(B2B)

Leggyakrabban fogalmazzuk a B2B két vállalkozás közötti üzleti kapcsolatot jelenti, amelynek színtere a világháló.

**Business-to-business** kommunikáció: olyan információközlés és kapcsolattartás, amelyet a hirdető nem fogyasztóival (B2C), hanem üzletfeleivel folytat. Sokkal inkább jellemző a többirányúság (a visszacsatolás, a párbeszéd), mint a fogyasztóknak szóló marketingkommunikációs üzenetek esetében.

Az üzlet és üzletig vagy üzletek közötti kereskedelem (B2B) termékek, szolgáltatások, információ vagy pénz üzletek közötti cseréjét jelenti.

#### **B2B előnyei:**

- gyorsaság
- jobb vevő kapcsolatok
- forgalomnövekedés
- hatékonyságnövelés, költségcsökkentés

#### **B2B hátrányai:**

- drága kiépíteni
- költséges a fenntartása [10]

### 3.1.2 Business to Customer (B2C)

Fogyasztói elektronikus kereskedelem, vagyis nem más, mint az elektronikus kiskereskedelem. A hagyományos kereskedelemnél megszokott reklámok, trükkök, vevő csalogatások ugyanúgy jelen vannak csak online kereteken belül. A kereskedelem webáruházakban, webboltokban történik, ahol a fogyasztók különböző információkat kapnak a termékekről, illetve szolgáltatásokról.

Üzlet-vásárló közötti kapcsolat, alapvetően nyílt rendszer. Tipikus alkalmazásai a webes áruházak. A B2B alkalmazásokhoz hasonlóan a tulajdonos itt is megszabhatja a

rendszerben résztvevő körét és szerepét, percre pontosan nyomon követheti a tranzakciókat. Ezek a rendszerek azonban általában nyitottak, bárki résztvevővé válhat (ha regisztrálja magát), a multimédiás termékkatalógusok alapján on-line vásárlást és egyéb szolgáltatásokat vehet igénybe. Az internetes áruházak B2C (Business to Consumer) alkalmazások, azaz a kereskedők és a vásárlók közötti kapcsolatot teremtik meg.

A jelenlegi magyarországi helyzet szerint, mivel még nem olyan elterjedt jelenség a kereskedelem e válfaja ezért némi bizonytalanság és bizalmatlanság mutatkozik mind a vevő, mind a kínáló oldalról egyaránt. Elsősorban olyan termékek iránt van bizalom, amelyek nem úgynevezett „élményvásárláshoz” kötöttek. Gondolok itt olyanra, hogy a vevőknek nem igénye, hogy megtapinthatja, megszagolhatja, felpróbálhatja az adott web shop kínált termékét.

A fogyasztók számára a vásárlások során egyre inkább előtérbe kerülnek a kényelmi szempontok, valamint az, hogy minél rövidebb idő alatt lehessen lebonyolítani vásárlásaikat. Ez jelentős elnyert jelent a minél szélesebb körű elterjedésnek.

#### **B2C elnyert vevő oldalról:**

- kényelem: utánjárás nélkül, idő megtakarítással zajlik a vásárlás
- a vevő saját otthonában válogathat bármely földrész kereskedőinek termékeiből
- összehasonlíthatóak a konkurencia termékei
- kínálat teljessége: nincsenek készletezési korlátok

#### **B2C elnyert szolgáltató oldalról:**

- Új marketing és disztribúciós csatorna
- Nagy mennyiségű adat kapható a fogyasztók vásárlási szokásairól
- Internet bárhol elérhető a világon
- Az elzárkózástól következik, hogy az eladások, és a bevételek várhatóan növekedni fognak
- új vevők költséghatékony szerzése
- A rendelési, számlázási stb. folyamatok könnyen automatizálhatóak
- Olcsóbb egységnyi logisztika, kisebb készletezési költség

### **B2C hátrányai vevői oldalról:**

- vásárló nem kerül közvetlen fizikai kapcsolatba a termékkel, tehát nem tudja megtapintani, felpróbálni stb.
- kiszállításkor fellép problémák
- biztonsági problémák

### **B2C hátrányai szolgáltató oldalról:**

- Elveszhet a személyes kontaktust a vevőkkel
- Árres csökkenhet
- A viszonylag alacsony belépési küszöb miatt a konkurencia is hamar jelentkezhet [11]

### 3.1.3 Business to Administration (B2A)

A B2A jelentése **Business to Administration**, azaz a vállalkozás és a közigazgatás közötti online kapcsolatot jelöli, a C2A pedig nem más, mint a Consumer to Administration, azaz az ügyfél és a közigazgatás közötti kapcsolat. Mindkét területen a folyamatok nagy százalékában jut kiemelkedő szerephez az információ. Az online kapcsolat a hatóságokkal lehetővé teszi a hivatali ügyek intézését. Be lehetne fizetni az adót, illetékeket, társadalombiztosítási járulékot, cégbírósági-, földhivatali bejegyzést intézni, az iskolások ebéd pénzt, egyéb költségeit befizetni, és még sok egyéb hivatalos teendőt intézni gombnyomásra.

Az állam is megjelenik a világhálón, szerepe megváltozik, funkciója erősödik. Az állampolgárok és az üzleti szféra felé információt nyújt, és szolgáltatást teljesít. Az Internetet felhasználva gyorsabbá és olcsóbbá teszi a közigazgatást, folyamatos hozzáférést biztosít az információkhoz (pályázatok, jogszabályok, ingatlan-nyilvántartás, stb.). Jövőbeni hatása: felgyorsulhat az ügyintézés és csökkenhetnek a hibalehetőségek. [12]

### 3.2 Internet és jog Magyarországon

Magyarországon jelenleg 500 és 700 ezer között jelölik meg az "Internet-populációt", azaz azoknak számát, akik Internet-hozzáféréssel rendelkeznek. Pontos adat nem áll rendelkezésre: a kétszáz ezer "rejtett" internetező első sorban azokból tevődik össze, akik nem

saját hozzáféréssel, hanem valamilyen intézmény (főként iskolák, vállalkozások, közintézmények) lehet ségeivel élve kapcsolódhatnak rá a webre, bár önállóan el nem jelennek meg. Mindez jelentős vásárlói bázist jelent, nem csak a zömében fiatalokból, tízen-huszonévesekből álló - többséget érdemes megcélozni, de azokat a rétegeket is, melyek a "hagyományos" webes értékesítés árucikkek (könyv, video, CD stb.) körén kívül is szívesen vásárolnának számítógépük segítségével.

Az Internet jogának magyarországi rendezetlensége azonban sokakat visszatart az ilyen jellegű kereskedéstől, befektetésektől. Tény, hogy a magyar jogban *jelenleg* nincsenek olyan különös törvények vagy más jogszabályok, melyek az Internet szereplőinek (user, buyer, service provider, mediator, content provider, seller) helyzetét, az elektronikus úton történő szerződés kötést egyértelműen rendeznék, így a szerződéses biztonság igen komoly követelményei hiányoznak. Különös szabályozás hiányában az elektronikus kereskedelemre az általános törvényi előírásokat kell vonatkoztatni. [13]

### 3.2.1 Ki foglalkozhat elektronikus kereskedelemmel?

Az elektronikus kereskedelem a magyar jogban nem különbözik más kereskedelmi tevékenységtől. Kétféleképpen válhat egy cég a magyar elektronikus piacon szereplővé:

- magyarországi alapítású vállalkozást indít (gazdasági társaság), így az a magyar társasági jog szerint szerez jogalanyiságot.
- kereskedelmi képviselőt, fióktelepet létesít, illetve külföldi székhelyű vállalkozás más elismert módon folytathatja tevékenységét.

Az első körben a gazdasági társaságokról szóló 1997. évi CXLV. tv. (Társasági törvény), illetve a cégnyilvánosságról és a cégbíráskodásról szóló 1997. évi CXCV. tv. (Cégtörvény) első sorban irányadó.

A külföldi székhelyű vállalkozások magyarországi fióktelepeiről és kereskedelmi képviselőiről szóló 1997. évi CXXXII. tv. pl. a fióktelep jogi státuszának szabályozásával, valamint a kereskedelmi képviselőre vonatkozó szabályozás törvényi szintre emelésével lehet véget vetni ezek széles körű működésének. A pénzügyi szektorban külön törvények alapján ugyancsak vannak létező - külön törvények alapján szabályozott - képviselői formák, de hasonlóan jogosultak a magyar jogban a külföldi egyéni vállalkozások is.

Bármely formában is folytatja tevékenységét a vállalkozás, magyarországi bevételei után a magyar törvények szerint vezeti könyveit s a magyar adójog alapján adózik majd. Egyéb kérdésekben (munkajog, társadalombiztosítási jog) is a magyar jog szerint jár el. Belföldön kötött szerz. d. éseire a magyar polgári jog szabályai vonatkoznak majd (hacsak valamely más jogot nem köt ki a szerz. d. ésb. en: a magyar bíróságok azonban külföldi törvények szerinti jogviták lefolytatására nincsenek felkészülve). [13]

### 3.2.2 Minek min. sül az elektronikus kereskedelem?

Külön jogi szabályozás hiányában a kereskedés jellege szerint kell besorolni, s ez a magyar jogban is jól ismert csomagküld. kereskedelem. Az ilyen jelleg. tevékenységgel szemben azonban törvényeink számos többlet követelményt állítanak. Ezek részben reklámjogi, részben kereskedelmi jogi jelleg. ek.

A gazdasági reklámtevékenységr. l. szóló 1997. évi LVIII. törvény 3. § (3) bekezdése például el. írja: A fogyasztó részére csomagküld. útján belföldön értékesítend. árura vonatkozó reklámnak azonosítható módon tartalmaznia kell a reklámozó megnevezését, a székhelyének vagy az állandó belföldi telephelyének (üzlethelyiségének) megjelölését, valamint a külön jogszabályban meghatározott nyilvántartásba vételi számát. Az üzletek m. ködésér. l. és a belkereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeir. l. szóló 4/1997. (I. 22.) Korm. rendelet 7. 19. §-a az általános feltételek mellett - m. ködési engedély - külön feltételeket is el. ír, míg az egyes kereskedelmi tevékenységek gyakorlásáról 15/1989. (IX. 7.) KeM rendelet 2. § (1) nyilvántartásba vételi kötelezettséget ír el. : bármely áruval csomagküld. kereskedést akkor folytathat, ha a nyilvántartásba vételére jogosult szerv a keresked. t. és üzletét vagy raktárát, tárolóját nyilvántartásba vette.

Tehát a weben keresztül, közvetlenül a fogyasztó felé történ. értékesítés a csomagküld. kereskedelem szabályai szerint kerül megítélésre. [13]

### 3.2.3 Reklámjog

Amennyiben a weben keresztül a cég közvetlenül nem értékesít, csak valamely valós üzletének promóciójára tart. fent virtuális shopot, a gazdasági reklámtevékenységr. l. szóló 1997. évi LVIII. tv. lesz els. sorban érvényes rá. E törvény a reklám minden formájára, így a

weben keresztüli reklámozásra kiterjed. Miután a web a magyar jog szerint nem tartozik a médiatörvény - 1996. évi I. tv. - hatálya alá, így ennek rendelkezéseit nem lehet alkalmazni rá (ez annyiból fontos, mert a sugárzott reklám esetében a médiatörvény tartalmazza az els dleges rendelkezéseket). Egyes termékkörökre külön jogszabályok vonatkoznak. Így például a közbiztonságra különösen veszélyes eszközökre a 124/1993. (IX. 29.) Korm. rendelet, az élelmiszer-forgalmazásról az 1/1997. (I. 17.) IKIM. Sz. rendelet, a kozmetikai készítmények reklámozásának speciális szabályairól a 7/1994. (IV. 20.) NM. sz. rendelet tartalmaz különös reklámjogi szabályokat.

A reklámjog el írásai kötelez érvény ek, megsértésük esetén jelent s szankciókkal (pénzbüntetés) kell számolni. Az alapkérdés, hogy az Internet a reklámtörvény szempontjából sajtóterméknek min sül-e. (A magyar polgári törvénykönyv szerint jelenleg *nem*). A tv. 2. § p./ pontja szerint - mely pl. a videolemezt kifejezetten említi - bármely tájékoztatást vagy msort tartalmazó, nyilvános közlésre szánt technikai eszköz sajtóterméknek min sül. Álláspontom szerint az Internet e feltételeknek eleget tesz, tehát a reklámtörvény hatálya alá tartozik. [13]

### 3.2.4 Felel sség, szerz déskötés, fogyasztóvédelem

A magyar jogban nincs külön szabály a szolgáltatói és tartalomszolgáltató felel sség kérdéseinek rendezésére. Hibás teljesítés, károkozás esetén tehát az általános polgári jogi szabályok szerint kell eljárni. Az elektronikus úton kötött szerz dés lehetséges (ráutaló magatartással kötött szerz dés), ám az elektronikus "okiratok" eljárásjogi szempontból bizonyítéknak nem tekinthet k. A szerz dés tartalmát a felek szabadon állapítják meg, de a magyar jog széles körben védi a vev ket a kedvez tlen feltételekkel kötött blanketta-szerz désekt l, a gazdasági er fölénnyel való visszaélést l.

A fogyasztóvédelemr l szóló 1997. évi CLV. tv. már az európai uniós normák szerint rendezte a terület jogi kérdéseit. A legújabb jogfejl dés jelent s lépéseként a távollév k közötti szerz désekr l szóló 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak a távolban kötött szerz dések tekintetében a fogyasztók védelmér l szóló 97/7/EK irányelvvel összhangban kialakult szabályozást tartalmazza. A szerz dés tartalmi összeállításakor tehát úgy az általános polgári jogi el írásokra, mint a fogyasztóvédelmi jog speciális el írásaira tekintettel kell lenni. [13]

## 4. Kereskedelem a világhálón

### 4.1. Fejlesztés lehet ségei

Napjainkban igen sok programozási nyelv közül választhatunk. Számunkra melyik a legideálisabb, azt kétféle szempont határozza meg els sorban. Az egyik egy úgynevezett személyes oldal, pontosabban a fejlesztő melyik nyelvet részesíti előnyben, melyiket ismeri jobban, melyik könnyebb neki. Ugyanakkor nagyon fontos tényező, hogy az adott feladatot milyen gyorsan, egyszerre és hatékonyan lehet megoldani a fejlesztői környezetben. Tehát az első lépés, kiválasztjuk azt a fejlesztői környezetet, amellyel a legjobban megoldható az adott probléma. A legszerencsésebb, ha a programozó választhat, kevésbé szerencsés, ha már adott a környezet. Elfordulhat, hogy bizonyos nyelvek nem támogatják a szükséges erőforrásokat, ennek következménye lehet, hogy nem egyforma hosszúságú kódok fognak születni ugyanakkor a probléma megoldására.

A modern fejlesztői környezetre jellemző, hogy már kész, előre megírt algoritmusokat tartalmaznak és ezek megfelelő paraméterezése lényegesen megkönnyíti a fejlesztő dolgát. A következő lépés, a tervezés. Itt dönt el, hogy milyen lesz a külső megjelenés, menürendszer, mit fog ellátni a program, továbbá milyen beavatkozást fog várni a felhasználótól, amikből aztán kimenetek fognak képződni.

#### 4.1.1. Web szerverek

A szerverek telepítése és karbantartása, illetve az egész környezet kialakítása általában a rendszergazda dolga, de jó, ha tudjuk hogy min alapul ez az egész.

- Linux

Nem kifejezetten otthoni felhasználásra szánt Linuxok telepítését követően egy minimális kód web szervert kapunk. Nincs szükség nagy teljesítményű számítógépekre, akár gyengébbre is telepíthetjük és kis forgalmú honlap kiszolgálására is képes. Több

szolgáltató ezt használja, mivel nyílt forráskódú, ezért ingyenes, viszont vannak olyan változatok is, amelyekért fizetni kell.

- BSD

A BSD (Berkeley Software Distribution) a UNIX rendszerek leszármazottait jelenti, amelyeket a Berkeley egyetemen Kaliforniában fejlesztettek 1970-től. A legszélesebb körben használt BSD rendszerek a következők: FreeBSD, NetBSD, OpenBSD. Jelentős internet forgalmat bonyolító szolgáltatók használják, kiváltképpen a FreeBSD-t. Az OpenBSD-t önkéntesek fejlesztik adományokból és különösen nagy figyelmet fordítanak a biztonságra és a hordozhatóságra, ezért ezt használják számos szférában is. Főbb elnyei: a hordozhatóság, a helyes kódés és a beépített titkosítás. A NetBSD a FreeBSD-vel együtt jött létre, amelynek célja a különféle hardver architektúrák támogatása, jelenleg is rengeteg olyan architektúrát támogat, amelyet más szabad operációs rendszer nem támogat.

- Windows

Számos tanulmány elemezte már a Windows és a Linux platform piaci részesedését a kis- és középvállalati piaci szegmensben. Annak ellenére, hogy a Linux számos szegmensben növelte részesedését, e tanulmányok azt mutatták ki, hogy a Windows öt az egyhez arányban továbbra is őrzi a kis- és középvállalati piacon betöltött vezető helyét a Linux platformmal szemben. Ha fejlesztésnél Windows operációs rendszert alkalmazunk, akkor érdemes odafigyelni. Először is az állománynevekben a Windows nem tesz különbséget a kis-, és nagybetűk között ezért például ha HTML-ben vagy CSS-ben nem figyelünk akkor még meg tud kódni fog az oldal, de ha a kész munkát átvisszük egy más operációs rendszert futtató gépre akkor igen nagy bajban lehetünk. Webes fájl nevében kerüljük az ékezeteket. Továbbá a könyvtárnevek megadásánál a „\” helyett mindig a sima „/” jelet használjuk, és soha ne adjunk meg Windows alatt érvényes teljes elérési utat.

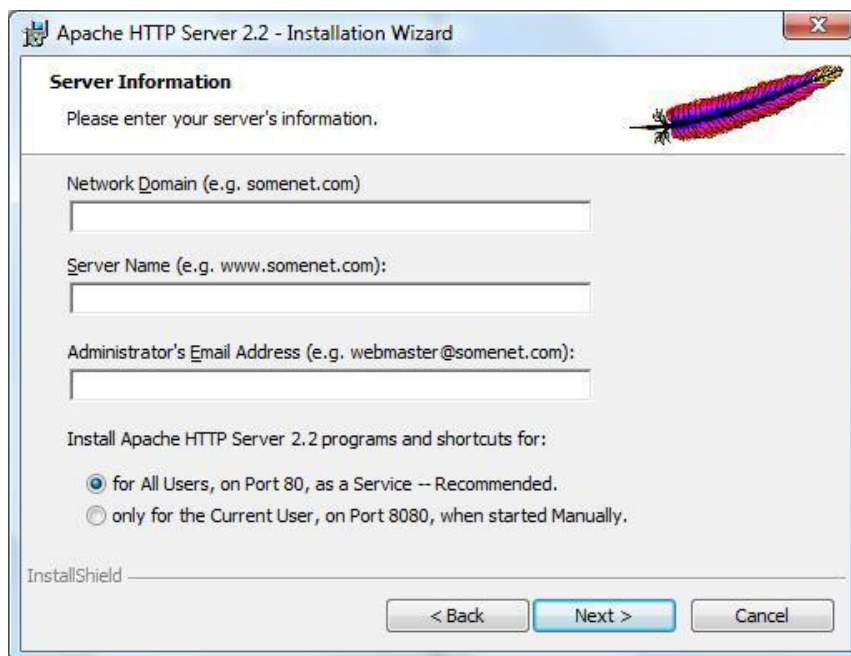
#### 4.1.2. Egy másik kód web szerver

Ha Windows rendszereken szeretnénk webes alkalmazásokat fejleszteni, nem elég az adott nyelvhez tartozó fejlesztői környezet telepítése. Ha csak PHP-t telepítenénk a gépünkre,

elkészült scriptjeinket ugyan nagyon kiválóan tudnánk futtatni parancssorból, böngészőben azonban nem lennének képesek közvetlenül megtekinteni a kódjukat, hiszen böngészők elsősorban egy webkiszolgálóval szeretnének kommunikálni. Ezért ahhoz, hogy használható webes fejlesztési környezetet építsünk ki, mindenképpen szükségünk van egy webkiszolgálóra is. A Microsoft is kínál megoldást az otthoni gépekre, például az IIS (Internet Information Server), amely alkalmas intranetes és internetes felhasználásra, és amelyet már az operációs rendszer telepítésénél kiválaszthatunk, így már a telepítés befejeztével, néhány beállítást követően kész webkiszolgálót kapunk. Meg kell említeni még az MS Personal Web Server-t, ami az IIS gyengébbik változata, ezt már nem tartalmazza, például a Windows XP telepítője. Mindezek ellenére a legtöbb webserver nem IIS-t használ, hanem Apache-t. Az Apache teljesen ingyenes, így elég kedvelt nem csak Microsoftos környezetben, hanem teljesen szabad operációs rendszereken is.

#### 4.1.2.1. Apache 2 telepítés

Az előbb említett Apache webserver telepítését kell megkezdjünk. Mivel már korábban említettem, hogy teljesen szabad alkalmazásról van szó, nem kell más tennünk, mint felkeressük a <http://httpd.apache.org/download.cgi> címet, ami az Apache hivatalos honlapja. Innen mindig letöltjük a legfrissebb telepítőkészletet, ami jelenleg a 2.2.13 verzió. A telepítőszerencsére teljesen grafikus, ami nagyon megkönnyíti a helyes beállítások kiválasztását. Egyszerre kattintsunk a telepítő ikonjára a kezdéshez. Az üdvözlőablak után fogadjuk el a licenst a „Next” gombbal, ezek után láthatjuk az Apache alapleírását. Ezen túllépve az alábbi ablakkal találkozunk (5. ábra).



5. ábra

Forrás: saját

Itt állítjuk be (5. ábra) a tartomány nevét (Network Domain) és a szervert (Server Name). Kezdeként célszerű a localhost nevet megadni, mert ezt ismeri rendszerünk és a saját számítógépünket jelenti, ez megfelel a 127.0.0.1 IP címnek. Az Administrator's Email Address mezőben olyan címet adhatunk meg, ahova a rendszer az esetleges hibaüzeneteket küldheti.

Az ábrán látható, hogy két módban telepíthetjük az Apache-ot. Az első lehetőség szerint az alapértelmezett 80-as porton fogjuk telepíteni a web szervert, így minden felhasználó elérheti a rendszert, és működéséhez nem kell bejelentkezni, mivel szolgáltatásként fut. A telepítés ezt a beállítást favorizálja.

A második opció csak a telepítést végző felhasználó számára állítja be a szervert a 8080-as porton, és csak kézzel indíthatjuk. Ekkor az Apache futását egy konzol-ablak (DOS-ablak) jelzi, és ha ezt bezárjuk, akkor a szervert is leállítjuk. Természetesen az ablakot lerakhatjuk a tálcára, de még így is zavaró lehet a jelenléte. (Elfordulhat olyan is hogy nem kapjuk meg a két opciót, ennek az egyik oka, hogy nem adminisztrátori jogokkal telepítjük az alkalmazást).

Ha rendben telepítettük az Apache-ot, akkor a systray-en megjelenik szolgáltatás ikonja.

#### 4.1.2.2. PHP telepítés

A PHP szintén ingyenes és létezik hivatalos honlapja (<http://www.php.net>), ahonnan letölthetjük mindig az éppen aktuális verziót. Jelenleg az 5-ös a legfrissebb, ezért php5 telepítését fogom leírni. Telepítés előtt célszerű eldönteni, hogy CGI módban (grafikus) vagy modulként kívánjuk installálni. Modulként való telepítés során sokkal többet kell foglalkoznunk a beállításokkal, így jobban testre szabhatjuk php-nkat. A CGI módban történő telepítés során egyszeriben el tudjuk végezni a beállításokat, viszont ez nem nyújt akkora szabadságot, mint a modulos telepítés.

A .zip állomány letöltése után, bontsuk ki a fájlt, az ajánlott útvonal az Apache könyvtára. A PHP kézikönyv nem ajánlja, hogy szököket is tartalmazó útvonal alá telepítsük a PHP-t, mert egyes webszerverek összeomolhatnak emiatt. Azért is célszerű az Apache könyvtárába rakni, mert így minden egy helyen lesz, úgyis együtt használjuk ket. Rögtön nyissuk meg az újonnan létrejött mappát (C:\apache\Apache2.2\php). A PHP-fejlesztők kétféle php.ini kezdeményt bocsátanak a rendelkezésünkre: az egyik az alapállapot, a másik pedig egy olyan javasolt beállításokat tartalmazó változat, amely biztonságosabb, jobban optimalizált PHP-feldolgozást eredményez, ám egyáltalán nem jó nekünk az alkotó munkához, inkább az élesben futó webkiszolgálókon használatos. Épp ezért a php.ini-dist fájlról készítsünk egy másolatot, majd a másolatot kereszteljük át php.ini-re. Lássunk hozzá az így létrejött php.ini szerkesztéséhez, használhatjuk a Windowsban levő jegyzettömböt.

Első lépésként keressük meg az extension\_dir beállítást, és írjuk át a címet a saját mappastruktúránknak megfelelően. Esetünkben ez a C:\apache\Apache2.2\php\ext. Itt hívnám fel a figyelmet arra, hogy a Windowsban a mappa- és fájlnevekben a kis- és nagybetűk nem számítanak, írhatjuk bárhogyan.

Vegyük észre, hogy a php.ini-ben a legtöbb sor pontosvesszővel kezdődik: ez a php.ini-ben a megjegyzés jele: az így kezdődő sorokat nem veszi figyelembe. Három olyan modul van, amit be kell kapcsolnunk, ezek a php\_mbstring és a MySQL kezeléséhez szükséges php\_mysql és php\_mysqli. Ezek előtt egyszerre vegyük ki a pontosvesszőt. Ha ezzel megvagyunk, mentjük el a változásokat, majd lépünk ki a php.ini-ből. Kicsit állítani kell a Windowson is, hogy a PHP jól működjön, úgyhogy szaladjunk végig az alábbi

útvonalon: *Start --> Vezérl pult --> Rendszer --> Speciális* fül. Kattintsunk alul a *Környezeti változók* feliratú gombra. Az első dolgunk, hogy az alul levő listában megkeressük a *PATH* változót, majd rákattintunk a *Szerkesztés* gombra (6. ábra). A megjelenő panelen kattintsunk bele a *Változó értéke* mezőbe, menjünk a benne levő szöveg végére, és írjuk be PHP5 mappánk elérési útját, de úgy, hogy teszünk elé egy pontosvesszőt (ami itt nem a megjegyzés jele, hanem ezzel választjuk el a felsorolt mappákat egymástól). Esetünkben tehát: `C:\apache\Apache2.2\php`. [14]



6. ábra

Forrás: saját

Ezek a beállítások csak a Windows újraindítása után lépnek érvénybe!

### 4.1.2.3. MySQL telepítés

A mindenkori legfrissebb verzió letölthető a <http://downloads.mysql.com/> címről. Már egy ideje elérhető a MySQL 5-ös verziója is, és sokkal egyszerűbb, a MySQL korábbi változatainál, az új jelszóformátum már megnehezítheti később az életünket. Másrészt viszont tekinthetjük úgy, hogy ezek az első lépések egy biztonságosabb adatbázisszerver felé. Éles környezetben, ha valakinek nincs szüksége UTF-8 támogatásra, beágyazott lekérdezésekre, származtatott táblákra akkor érdemes inkább a 4.0-s verzióval maradni. A következőkben a 4.1.22-es változat telepítését fogom leírni.

Csomagoljuk ki a letöltött állományt egy ideiglenes könyvtárba, majd innen futtassuk a setup.exe telepítő programot! A telepítő már a második képernyőn figyelmeztet bennünket arra, hogy létre kell hoznunk egy my.cnf fájlt a C: meghajtó gyökérkönyvtárában, vagy egy my.ini nevű állományt a Windows könyvtárban a megfelelő elérési útvonalakat tartalmazó sorokkal. Amennyiben az alapértelmezett C:\mysql könyvtárba telepítjük adatbázisszerverünket, az később sok fejfájástól kímélhet meg minket. Továbbá így mindig minden egy helyen lesz. Ezután még az ismert *"szokásos"*, *"minimális"* vagy *"egyedi"* telepítési beállítások közül választhatunk, én továbbra is ajánlom a *"szokásos"* beállítást, az *"egyedi"* beállítás is csupán az összetevők kiválasztását teszi lehetővé, egyéb testreszabási lehetőségeket nem nyújt. Ezzel kész is a telepítés, de még számos dolgot be kell állítanunk ahhoz, hogy egy elvárásaink szerint működő adatbázis kiszolgálóhoz jussunk.

A Start menü -> Vezérlő pult -> Felügyeleti eszközök -> Szolgáltatások alatt nézzük meg a beállított rendszerszolgáltatások listáját. Ha minden jól ment, akkor itt meg kell találnunk a telepítő által felvett MySQL szolgáltatást is. Ajánlom ennek kézi indítására (*"manual"*) állítását, hiszen ekkor a MySQL szerver nem fut állandóan (foglalva az erőforrásokat), hanem csak akkor indítjuk, amikor épp fejlesztéssel foglalkozunk. Akkor viszont ne felejtjük el elindítani!

A felhasználók beállítása következik. Az első lépésünk, hogy az alapértelmezettként létrejött, jelszó nélküli "root" felhasználónak megadjunk egy jelszót. Ajánlott a felhasználó átnevezése is! Néhány program, mellyel a felhasználók felvételét és módosítását elvégezhetjük:

- A MySQL által telepített parancssori kliens.

- A MySQL cég által fejlesztett ingyenes Administrator. Figyelem, 3.x változatú MySQL kiszolgálóval nem ajánlott használni!
- A MySQL-Front 2.5-ös változata, mely szintén ingyenes. A legfrissebb, 3.x sorozat már sajnos fizetős.
- Böngésző alapú kliens, mint például a phpMyAdmin

Ahhoz, hogy a phpMyAdmin-t használni tudjuk, először a PHP-t is be kell állítanunk, hogy kapcsolódni tudjon a MySQL adatbázishoz. PHP 4.3.8 esetén egyszerű a helyzet, az beépítve tartalmazza a MySQL támogatást, még csak a megfelelő dll-t sem kell betölteni. Az ötös sorozatú PHP esetén már más a helyzet, külön engedélyezni kell a php.ini állományban a php\_mysql.dll betöltését. A PHP 5-nek a php\_mysql.dll állományon kívül még egy dll-re van szüksége, ez a libmysql.dll, amelynek a Windows PATH változóban megadott könyvtárban kell lennie. Optimális esetben nem kell ezt a dll-t sehova mozgatnunk a PHP könyvtárból, hiszen az már ott van a PATH változóban. Ekkor csupán a MySQL bin könyvtárban található ugyanilyen nevű állományt kell átneveznünk valami másra, és megkérni fog PHP 5 alatt is a MySQL kapcsolatot.

A phpMyAdmin telepítése a következők szerint zajlik. Töltsük le a legfrissebb phpMyAdmin csomagot, majd tömörítsük ki az Apache DocumentRoot paraméterével megadott könyvtár alá. Az Apache csak a DocumentRoot alatt megadott könyvtár tartalmát tudja kiszolgálni, ezért csak akkor tudjuk majd a felületet használni, ha ez alá tömörítjük ki a csomagot. Nézzük meg, miképpen kódol-e alapbeállításokkal: a böngészőbe írjuk be a kicsomagolt phpMyAdmin elérési útvonalát (például <http://localhost/phpmyadmin/>). Ekkor a legtöbb esetben először is indul a phpMyAdmin, ám figyelmeztetésekkel. Miszerint a MySQL root felhasználóját nem szerencsés jelszó nélkül hagyni. A grafikus felület segítségével tovább állíthatjuk adatbázisunkat igényeinknek megfelelően.

#### 4.1.2.4. Telepítési csomagok

Mivel a szerveralkalmazások telepítése igen bonyolult feladat, ezért már léteznek integrált telepítési csomagok, amelyek előre tartalmazzák a különféle szerver alkalmazásokat,

és a beállító programokat, így segítve nekünk. Ilyen csomagok például az XAMPP vagy a WAMP. Jelenleg a legfrissebb változatok:

*XAMPP 1.7.2:*

- Apache 2.2.12 (IPv6 enabled) + OpenSSL 0.9.8k
- MySQL 5.1.37 + PBXT engine
- PHP 5.3.0
- phpMyAdmin 3.2.0.1
- Webalizer 2.21-02 + GeoIP lite
- FileZilla FTP Server 0.9.32
- msmtplib 1.4.17

Az aktuális XAMPP verziók mindig letölthetők a <http://www.apachefriends.org> oldalról.

*WAMPServer 2.0i:*

- Apache 2.2.11
- PHP 5.3.0
- MySQL 5.1.36
- PHPMYAdmin

Az aktuális WAMPServer letölthető a <http://www.wampserver.com/en/download.php>

## 4.2 Egy saját web shop

### 4.2.1 Minden kezdet nehéz

Mint minden készterméket, ezt is alapos tervező munka elvégzi meg. Először a web shop kezdőképernyőjét készítjük el. Itt arra ügyeljünk, hogy a lap stílusa illeszkedjen a benne áruelt termékekhez. A menü pontok átláthatók és egyértelműek legyenek, bárki, aki erre téved, könnyen tudjon navigálni és egyszerre vásárolni, hisz ez a cél. Ha elkészült a kezdőlap, akkor nincs más dolgunk, mint lekódolni, kezdődhet a programozás. Az oldalt részekre osztjuk, a menüsor minden pontjához további oldalt rendelünk (linkelés).



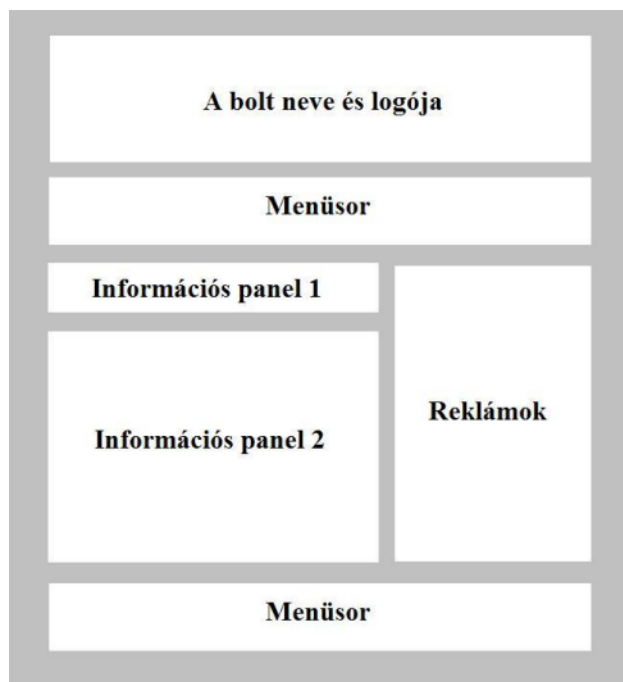
7. ábra

Forrás: saját

Az oldal felépítése:

- Az oldal tetején található a logó a bolt nevével együtt
- Alatta a menüsor, ezeket meghívva érjük el a lap többi részzeit
- A menüsor alatt egy információs panel található, itt tudatja velünk a program, hogy jelenleg melyik menüpontban állunk
- Az információs panelt egy újabb információs panel követi, ahol a termékeket, illetve tudnivalókat láthatjuk
- Ez alatt ismét a menüsor található a könnyebb navigálás érdekében
- Jobb oldalt pedig néhány fontosabb gyártó logója díszíti az oldalt, de reklámokat is elhelyezhetünk itt

Ahhoz, hogy jobban megértsük az oldalunk felépítését, készítsük el a kezdő oldal vázát.



8. ábra

Forrás: saját

Ha kész vagyunk a tervezéssel, kezdődhet a munka nagyobb része, programozzuk le a web shopunkat.

Fontos, hogy olyan betűszínt válasszunk olyan háttérszínnel, ami összeillik. Ne legyen túl rikító, se nagyon sötét, mert ezek miatt nem fogják látogatni, vagy csak nagyon kevés ideig fognak a honlapon időzni. Lehet legúgy válogassuk össze a színeket, hogy már abból következtetni lehessen az oldal tartalmára. A saját web boltomon a zöld szín, illetve ennek változatai dominálnak, mivel az egész oldalon egyfajta katonai hangulat uralkodik, még ha játéknak minősül fegyvereket árulok. Így már a kezdő oldalból kiderül, hogy a látogató mivel fog találkozni, ez egy fajta üzenet a leendő vásárló felé. Aki már ekkor eldöntheti, hogy t érdekl-e a lap tartalma.

Másik fontos szempont, amit sajnos nem sok fejlesztő tart be, ez a honlapokon használt betűstílusa. Találkoztam már olyannal, hogy egyik böngésző sem (Internet Explorer, Mozilla Firefox) tudta normálisan megjeleníteni az alkalmazott fontot, gondolok itt az ékezetes betűkre. A fejlesztés során – hogy ezt a hibát elkerüljem – az Arial betűcsaládot használtam, és célszerű is ezt használni, mert ez a karakterkészlet mindig elérhető a különböző operációs rendszert használó felhasználók között. Ha megvan a kívánt betűtípus, azt már kedvünk szerint színezhajjuk, az oldal arculatához igazíthatjuk. Egyébként a weboldalak szabványos betűtípus családjai a sans és a sans-serif, viszont, hogy az ezen belül alkalmazott betűket a böngészők hogyan tudják megnyitni, azt csak elképzelni tudjuk.

E fontos kitérők után, térjünk vissza az eredeti tervünkhöz:

- A web shopom szélessége 768px, középre igazított és a magassága a tartalomtól függően változik
- A lap teteje hozzáér a böngésző felső részéhez
- A logó 768px széles és 271px magas
- A menüsor 768px széles és 117px magas
- Az információs panel 490px széles a magasság a tartalomtól függően változhat, de ebben az esetben 319px magas
- Az alsó menüsor – funkcióját tekintve ugyanaz, mint a felső menüsor – 768px széles és 97px magas
- Jobb oldali reklám résznek a szélessége 230px, magassága 320px

Miután áttekintettük a kezdeti nehézségeket, elkészítettük az oldal vázát, neki láthatunk az alap lefektetéséhez.

Az oldalt háromféle eljárással fogom elkészíteni, HTML, PHP és CSS. A különböző információközlésre szánt részeket, mint például a kezdő oldal, termékek, regisztráció és belépés, HTML formában fogom elkészíteni. A többit, ahol ellenrizni kell a bevitt információkat, ilyen a kosár, a regisztráció ellenőrzése és a bejelentkezés folyamata, ezeket PHP scripttel oldom meg. Továbbá hasznomra lesz még a CSS.

A CSS (Cascading Style Sheets,) azaz egymásba ágyazott stíluslapok. A HTML oldalaink megjelenését befolyásoló egyszeri nyelv van szó, mely segítségével meghatározhatjuk, hogy hogyan (és hol) jelenjenek meg az egyes HTML elemek (paragrafusok, címsorok, stb.). Többek között befolyásolhatjuk a színüket, méretüket, elhelyezkedésüket, margóikat, stb. Az egymásba ágyazhatóság (kaszkádozás) arra utal, hogy több stíluslapot, meghatározást is megadhatunk egyszerre, illetve egy stílus lehet több elemre is érvényes, amit egy másik stílussal felüldefiniálhatunk. A stílusok öröklődnek az oldal hierarchiája szerint, ha például a gyökér elemre definiálunk egy stílust, akkor az többnyire az oldal összes elemére érvényes (a tulajdonságok öröklődésének segítségével).

A legnagyobb gond a táblázatok használatánál:

- A módosítás elég sok időt emészt fel
- Stílusjegyek keveredése, ami szükségtelenül nagyra teheti az oldalt, ezért a lap betöltése sokáig tarthat
- Az ilyen alapú oldalak például mobiltelefonnal történő látogatása problémás lehet a gyenge sávszélesség miatt.

Mindezek ellenére mind a mai napig el szeretettel használják a táblázatos megoldást látványos honlapok esetén.

Azonban el lehet készíteni a lapot táblázatok használata nélkül is. A modern böngészők egyre jobbak a Web standardok megjelenítésében. Ahelyett, hogy táblázatokat illesztenénk táblázatokba, és távtartó GIF-ekkel töltenénk ki az üres cellákat, sokkal egyszerűbb strukturált forráskódot és CSS-t használnunk szebbnél szebb oldalak készítéséhez, amelyek gyorsabban betöltődnek, könnyebben újjászervezhetők és mindenki számára sokkalta elérhetőbbek. Ha strukturált kódot használunk a HTML dokumentumainkban és CSS

használatával szerkesztjük az oldalaink kinézetét, akkor az aktuális tartalom elkülöníthető a stíluselemektől. Ha kivesszük a stíluselemeket a forráskódból, akkor az új stílus megszerkesztése sokkal kevésbé munkaigényes és költséges lesz. Az oldalak kinézetének megváltoztatásához csak a style sheet-eket ("stíluslapokat") kell egyedül átírni; magukhoz az oldalakhoz hozzá sem kell nyúlni. A Web standardok használata csökkenti az oldal file-jainak méretét, mivel a felhasználóknak nem kell a stíluselemeket letölteniük minden egyes meglátogatott oldallal. A Style sheets - ami a stílus(oka)t tartalmazza - a böngésző cache-ében marad. A csökkentett file méret gyorsabb töltődést és alacsonyabb tárhely költséget jelent.

A legtöbb honlap készítőnek muszáj valamilyen kompromisszumot találnia a fejlesztés rögzös útja során, én is ezt tettem. Az oldal felépítését alapvetően CSS-szel oldottam meg, viszont ugyanakkor szükségem volt a táblázatokra is, ezt a div tag-ekkel értem el.

Először elkészítettem a „container” nevezetű div-et, ami lényegében az egész oldalt átöleli, és a honlap minden fontosabb elemeit tartalmazza. Ha kattintunk a menüsorban, akkor itt jelennek meg a következők: a fő oldal, a termékek, a tudnivalók és a kapcsolat. Elkészítettem a „style.css” nevezetű fájlt, aminek segítségével egyszerűen módosíthatom a lapom arculatát. A CSS elemeket már fent említettem, és itt a nagyszerű lehetőség ezek elemek kipróbálására. Emlékezzünk csak vissza, ha régen valamit szerettünk volna módosítani, akkor egyből átírtuk az adott oldal kódját. Mostanra azonban elegendő csak szöveges részt megírni a lap arculatáért egy CSS nevű fájl felel. Ha módosítani kívánunk a háttér színén, a divok elhelyezkedésén elegendő a CSS állományban átírni a paramétereket, így elkerülhetjük egy bonyolult HTML fájl megírását. Azonban így több állományt kapunk, viszont szerintem ezeket még mindig könnyebb átbogarászni, mint eltévedni a tag-ekkel felépített HTML kódok sorában. Tehát a „style.css” nevű fájlban adtam meg az oldal háttérszínét, pozícióját, illetve a logó paramétereit. Továbbá a már fent említett „container” azonosítóval rendelkező div a style.css-ben lévő margin auto-ra való állításával gondoskodtam az egész oldal középre igazításáról.

Térjünk vissza a kezdő oldal felépítéséhez. Felül található a fejléc, úgynevezett „header”. Itt szerepel a bolt logója és neve, az én esetemben egy 768px széles (igazodva a lap szélességéhez) és 262px magas kép, ami a „header” div azonosítót kapta. Alatta található egy menüsor, ami egy egyszerű eljutást biztosít a web shop többi oldalaihoz. A menüsorban a következők lehetőségek találhatóak:

- Tudnivalók

- Termékek
- Regisztráció
- Kosár
- F oldal

A menüsört a „menu” azonosítja a „style.css” nevű állományban, így téve egyszerűbbé a menü színezését és beállítását. Ezalatt, bal oldalt található az információs panel, ahol kezdésként egy üdvözlő szöveg, valamint a termékek és tudnivalók menüpontokra kattintva jelennek meg információk, mindez köszönhető a „left” elnevezés azonosítónak. Szélessége 490px lett, magassága tartalomtól függően változik. A menüsor alatt, jobb oldalt található a reklám, „right” azonosítóval, ami szélességében 230 képpontot foglal el az oldalból. Az oldal legalján található ugyanaz a menüsor, amivel már fent találkoztunk. Funkcióját tekintve ugyanazt csinálja, mint a fenti menüsor, így még egyszerűbbé téve az oldal kezelhetőségét, viszont ezzel a lehetőséggel sajnos sok fejlesztést mind a mai napig nem él. Az alsó menüsört a „footer” azonosítóval rendelkező divnek köszönhetjük, ami 768px szélességet és 97px magasságot hasít ki magának az oldalból. Ezzel el is készült a fő oldal, amit az „index.html” állomány testesít meg.

Mivel a menüsor még további 6 elemet tartalmaz (ebből az egyik a fő oldal, tehát csak összesen 5 elem), ezeket is elkészítettem hasonló módon, mint a kezdő oldalt. Továbbá lesznek még feldolgozó oldalak, amik PHP scriptekkel karöltve fogják leellenőrizni, és feldolgozni a vásárló által bevitt adatokat, ezek az ellenőrzések nélkülözhetetlenek a regisztrációnál, a bejelentkezésnél és a kosárnál.

#### 4.2.2 PHP scriptek

Elkészültek a web shopot alkotó oldalak. Azért, hogy ezeket az oldalakat elérjük egy másik oldalról, hivatkozásokat, úgynevezett linkeket kell elhelyeznünk. Ezt a HTML leíró nyelv a `<a href="termekek.html">... </a>` paranccsal értelmezi. El fordul, hogy nem csak HTML-t leíró oldalakra akarunk linkelni, hanem olyanra is, ami scripteket tartalmaz. A script nem kapcsolódik szorosan a HTML nyelvhez, de külön programnak tekinthető. Tehát a web shopunkról ilyen kis programok futtatására nyílik lehetőség.

Az egyik oldalunk, ahol PHP script fut, a regisztrációs oldal. Az oldal felépítése HTML jellegű és a „form.html” állomány testesíti meg. Itt kitöltjük az összes mezőt, majd az adatok elküldésére kattintva az oldal tovább adja a vezérlést egy PHP scriptnek, ami ellenőrzi a beírt adatokat, és ha mindent rendben talál, regisztrálja az új vásárlót. A web shopomban ilyen PHP scriptek fognak feladatot teljesíteni.

A **PHP** eredeti jelentése, Personal Home Page Tools. Jelenleg Hypertext Preprocessor elnevezést használják. Nyílt forráskódú, számítógépes scriptnyelv, legfőbb felhasználási területe a dinamikus weboldalak készítése. Emiatt a PHP-t jórészt szerver-oldalon használják, bár létezik parancssori interfésze is, illetve önálló, grafikus felület alkalmazások is létrehozhatóak vele. A kódok végezhetnek adatbázis kezelést (feltöltés, lekérdezés), dinamikusan létrehozhatnak képeket, fájlokat olvashatnak és írhatnak. A PHP nyelv lényegében nagymértékű kiegészítése a HTML-nek, ugyanis rengeteg olyan feladatot végezhet el vele, amelyre az ügyféloldali scriptek nem képesek (vagy ha igen, korlátozottan). A kiszolgáló nem a PHP parancsokat küldi ki a felhasználónak. Azokat a kiszolgálón lévő értelmező feldolgozza és majd a kódok kimenetelét a HTML elemekkel együtt küldi ki a felhasználónak.

A kódok képesek még kapcsolatot létesíteni távoli kiszolgálókkal, és mivel nyílt forráskódú, ezért nagy támogatottságot élvez. Elnyei közé tartozik még, hogy a legfontosabb operációs rendszerek bármelyikén képesek futni. A PHP nyelv egyik nagy elnye – amiért én is ezt választottam – hogy nagyon egyszerűen képes adatbázisokat kezelni, és már a regisztrációnál éreztette áldásos hatását.

A mi esetünkben azért van szükség a regisztrációra, mert a vásárlóknak csak akkor tudjuk kiküldeni az általuk megrendelt terméket, ha kell információval rendelkezünk róluk. Erre a legjobb megoldás egy regisztrációs oldal elkészítése. A regisztráció a felső és alsó menüsorból egyaránt elérhető. Ha meghívjuk, akkor egy oldallal találjuk szembe magunkat, aminek minden mezőjét ki kell töltenünk. Ezt az oldallap-formát HTML leíró nyelvben készítettem el. Amikor beírtunk minden adatot, akkor az „Elküld” gombra kattintva az oldal tovább lép egy feldolgozó lapra, ahol jelzi nekünk a program, hogy sikeres volt a regisztráció vagy nem. Ha nem sikerült, akkor hibát jelez (Az ilyen nevű felhasználó már létezik!), és felajánlja, hogy ismételjük meg a regisztrációt. A háttérben zajló eseményeket a felhasználó nem látja, de valójában ekkor futnak le megírt PHP scriptek, és ezeknek köszönhetjük emellett a hibajelzéseket.

Nézzük miképp lehetséges ez. Tehát készítünk egy oldalt, ahova bekérjük az ügyfél adatait, a mi esetünkben: felhasználónév; jelszó; jelszó újra; név; cím; e-mail cím. Alul található egy „Elküld” gomb, aminek megnyomásával jelezzük a programnak, hogy készen állunk a regisztrációra. A továbbiakban PHP scriptek veszik át a vezérlést, és ellenőrzik a mezők helyességét. Először is végignézi, hogy minden mező megfelelően kitöltöttünk, ha nem akkor hiba üzenetet kapunk, hogy melyik hiányzik még.

Ha az űrlap minden mezőjét helyesen kitöltöttük, akkor a PHP script felveszi a felhasználót az általunk üzemeltetett adatbázisba, én a MySQL adatbázist használtam erre, és a PHP scriptben a `mysql_connect()`; parancsot. Ebben a függvényben három paramétert kell megadnunk: a számítógép nevét, a user nevét és jelszavát. Ezek után kiválasztjuk, hogy melyik adatbázist kívánjuk használni, ezt a `mysql_select_db()`; függvény segítségével valósítjuk meg, itt megadjuk azt az adatbázis nevet, amit használni kívánunk, illetve a kapcsolódás azonosítását. Mindezek után pedig jöhet az adatok felvitele az adatbázis táblájába. Erre hagyományos SQL parancsokat használunk, amit változóban tárolunk, majd később ezt a változót átadjuk `mysql_query()`; függvénynek, ami végrehajtja a lekérdezést. Az én esetemben ez parancs a következőképpen alakult:

```
$hostname = "localhost";
$user = "user";
$password = "user";
$database = "pelda";
$userstable = "emberek2";
$admintable = "admin";
$connection = mysql_connect($hostname, $user, $password)
$db = mysql_select_db($database, $connection)
$query = "INSERT INTO $userstable (username,password,password2,name,address,email)
VALUES ('$username','$password','$password2','$name','$address','$email')";
```

Lehet még nyílik hibáüzenetek kiírására is. Ez hasznos segítség lehet, ha valamelyik mezővel nem sikerülne, ezt a `mysql_error()` függvénnyel vezethetjük be. Vizsgálhatjuk azt is, hogy a felhasználó úgy szeretné elküldeni az űrlapot, hogy nincs kitöltve minden mező, a jelszó megadás nem egyezik meg az eredeti jelszóval, vagy a megadni kívánt e-mail cím egy másik felhasználó által nincs-e regisztrálva.

Ha minden rendben volt, az `$_POST` tömböt elküldjük, akkor létrejön egy `$_POST` nevű tömb, ahova bekerülnek a regisztráció során beírt értékek. Nálam a „név” mezőbe írt értékre a `$name = $_POST["name"]`; sorral tudunk hivatkozni. Ha ezt nem töltöttük ki, akkor nem tudjuk regisztrálni a felhasználót, ekkor hibaüzenetet kapunk.

```
if ($username == "" )
{
echo "Nem adott meg felhasználónevet";
die;
}
```

Ezt minden mező esetében megvizsgáljuk, és az `echo` paranccsal tudatjuk a regisztrálni kívánt ügyféllel a hiba okát. Ha minden rendben lezajlott, akkor a program indíthatja a már említett adatbázis kapcsolódást és feltöltést.

Vizsgálhatjuk még, hogy a jelszó és a jelszó megerősítés mező tartalma ugyanaz. Ezt feltétel vizsgálattal dönthetjük el.

```
if (($_POST['password']) != ($_POST['password2']))
{
echo "Hibás jelszó megerősítés<br><br>";
die;
}
```

Képes vagyunk még ellenőrizni, hogy a regisztrálni kívánt felhasználónév már foglalt, tehát ha valaki olyan felhasználónevet szeretne, ami már létezik, akkor hibaüzenetet kapunk.

```
$num = mysql_num_rows($result);
if ($num == 1) {
echo "Ilyen felhasználónév már létezik!"; }
```

### 4.3 Mit tud a web shop?

#### Termékek

A boltban fellelhet árukat itt találjuk meg. Pontos leírást, árakat és képeket láthatunk a termékről. Fontos megemlítenem, hogy kell információt adjunk a vásárlónak a termékekről. Ha hiányos, akkor elképzelhet, hogy tovább keres az interneten és olyan oldalakra jut el, ahol pontosabb felvilágosítást kap, ezért nem fog visszatérni az oldalunkra és nem fog tőlünk vásárolni. Mind a mai napig találkozok olyan oldalakkal, ahol nem áll rendelkezésemre kell információ egy adott termékről. Tehát erre figyeljünk oda, mert az itt szereplő termékeket áruljuk és szeretnénk eladni is ezeket.

#### Tudnivalók

Itt leírást talál a vásárló ezeknek a termékeknek a használatáról. Hiába min sül ez a sportág játéknak, akkor is tisztában kell lenni a veszélyekkel, és ha ezeket valaki nem tartja be, akkor komoly sérüléseket szenvedhet. Minden ilyen bolt oldalán ezek a figyelmeztetések megtalálhatók.

## Regisztráció

9. ábra

Forrás: saját

A regisztráció (9. ábra) során lehet még van új felhasználót regisztrálni. A vásárlás szempontjából ez nagyon fontos, mert így tudjuk azonosítani a vásárlót és fel tudjuk venni vele kapcsolatot, aztán tudjuk szállítani neki az árut. A fenti regisztrációs ablakból (9. ábra) jól látszik, hogy milyen személyes adatokat kértem be. Minden mező kitöltése kötelező, addig nem sikeres a regisztráció, amíg a leendő vásárló ennek eleget nem tesz. Ha sikerült, akkor erről egy üzenetet kapunk és visszatérhetünk a fő oldalra.

## Belepés

Belépni csak a regisztrált felhasználók tudnak. Ez azért fontos, mert a program így tudja, hogy ki az aktuális vásárló és a vásárlást hozzá tudja kötni az adott felhasználóhoz. Belépni természetesen felhasználónév és jelszó ismeretében tudunk. Ha nem sikerül a belépés erről hibüzenetet kapunk, valamint ha még nem regisztráltunk, akkor csak kattintsunk a jobb oldalt lévő fehér mező szövegének „itt” részére. Ekkor a regisztrációs oldalhoz jutunk vissza.

## BEJELENTKEZÉS

**Bejelentkezési adatok**

Felhasználónév

Jelszó

**BEJELENTKEZÉS**

Üdvözlöm!

Bejelentkezéshez írja be felhasználónevét és jelszavát! Ha még nem regisztrált megeheti [itt!](#)

10. ábra

Forrás: saját

A bejelentkezés gomb megnyomásával be lehet jelentkezni, sikeres művelet esetén a vásárló a kezdő oldalra jut vissza.

### Kosár

Kosárral csak a bejelentkezett és regisztrált felhasználók rendelkeznek. A termékek menüpont alatt lehet segítségünk van a termékeket kosárba rakni, illetve a már betett termékeket kivehetjük onnan. A kosár a mysql adatbázissal van kapcsolatban, onnan olvassa ki az információkat, köszönhető a már említett PHP scripteknek.

Ha rákattintunk a „kosárba rak” gombra, akkor a termék bekerül a kosárba, erről tudat is minket az oldal. Lehet segítségünk van még újabb terméket kosárba rakni, vagy a már bent lévőket kivenni.

AK-47 acél/fa



Típus: AK47 ACÉL/FA

Működési elv: MAEG (fém automata fegyver)

Lövedék kezdősebessége: 105 m/s (345FPS 0.20g-os löszerez mért adatt)

Tárcapacitás: 550 db 6 mm BB golyó

Anyaga: fém, FA

Gearbox: fém

Kaliber: 6 mm BB golyó

Hop-Up: igen, állítható

Méretarány: 1:1

Hossz: 897 mm

Tömege: 3550 g

Akku: 1100 mAh, 7 cella, NiMH (tartozéka)

Töltő: Tartozéka

Ár: 46.000 Ft

**Kosárba rak**

11. ábra

Forrás: saját

**A kosár tartalma**

<i>Modell</i>	<i>Ár</i>	<i>Gearbox</i>	<i>Akku</i>
<i>AK-47</i>	<i>46.000 HUF</i>	<i>Fém</i>	<i>1100 mAh</i>

[Vissza a termékekhez](#)   [Kosár ürítése](#)

12. ábra

Forrás: saját

### Kapcsolat

Mint minden más honlapon, itt is az az egyszer szerepe van, hogy az ügyfél megtekintheti az üzlet elérhetőségét, és szükség esetén kapcsolatba léphet velünk (telefonon, e-mailben, személyesen).

## Összefoglalás

Az e-business robbanásszerűen fejlődik és terjed a gazdasági élet minden területén. Ez köszönhető az Internet és a számítástechnika elterjedésének, ami mára mondhatjuk, tömegcikké lépett elő. Egyre többen ismerik fel ennek lehetőségét, és kapnak is az alkalmon, hogy otthonról, kényelmesen rendeljenek az elektronikus kereskedelem segítségével. Továbbá bizton állíthatjuk, hogy az információ szerepe egyre fontosabb minden iparágban. A vállalkozások közötti verseny növekedésével nagyobb igény mutatkozik a számítástechnikai eszközök iránt. Az információk gyűjtése, tárolása és továbbítása remek lehetőségeket biztosít a cégeknek.

Azonban le kell szögeznünk, hogy az e-business (elektronikus kereskedelem) nem ugyanaz, mint az e-commerce. Ez elbírja az eladó és vevő közötti tranzakciót testesíti meg és szorosan kapcsolódik kereskedéshez. Az e-commerce a vállalatok és felhasználók közötti kereskedelmi kapcsolat rendszert jelenti. Olyan rendszerek, amelyek egy másik vállalattal vannak kapcsolatban, nagykereskedelmi rendszereknek és olyanok, akik a felhasználókkal (vevőkkel), kiskereskedelmi rendszereknek nevezzük.

Fejlesztés ide, fejlődés oda, azért mindig tartsuk szem előtt, hogy az e-business nem alkalmazható sablonszerűen. Azért is választottam ezt a témát, hogy bemutassam, egy kis időráfordítással bárki képes lehet egy általa megírt honlappal bekapcsolódni ebbe a világba. Hangsúlyoztam továbbá, hogy miért is jó ez, ha egyre többen csatlakoznak az e-kereskedelemben. Azonban a csatlakozás csak úgy lehetséges, ha rendelkezünk web shoppal, mivel ez lesz a leendő ügyfél virtuális bevásárló területe.

Egy ilyen web shop fejlesztésén keresztül mutattam be annak tervezését és leprogramozását. Kiemeltem a fő funkciókat, képekkel és forráskód részletekkel demonstráltam a lap felépítését. Ezen alaptudás birtokában, természetesen egy kis rákésztüléssel már képesek vagyunk a vállalkozásunkhoz egy m köd web boltot készíteni. Tudom, hogy az általam elkészített webes áruházat ki lehet még egészíteni számos opcióval, számomra viszont az volt fontos, hogy alapjaiban mutassam meg egy ilyen program m ködését. Próbáltam tippeket adni, hogy mivel kell kiegészíteni a honlapunkat, hogy a minket felkereső ügyfél ne csak egy egyszer oldallal találja szembe magát. Lehetőség szerint az általunk kínált termékekről pontos információk álljanak rendelkezésre, hogy egy kalap alatt tájékozódjon a leendő vevő a vásárolni kívánt termékről és meg is tudja venni. Elfordult már

velem is olyan, hogy vásárolni szerettem volna egy terméket, de az alap információkat persze több másik honlapról kellett beszereznem, ami id igényes volt.

Továbbiakban kitértem arra is, hogy mire van szükségünk a web shop megírása után, hogy produktív legyen az egész munkánk. Megemlítettem a webes fejleszt környezeteket, bemutattam a szükséges alkalmazások telepítését (PHP, mysql, web szerver).

Az elektronikus kereskedelem területén nagy fejl désnek lehetünk szemtanúi, viszont kijelenthetjük, hogy hazánk továbbra se jár élen ezen technológia elterjedésében. Ami betudható annak, hogy sokan bizalmatlanok, esetleg valami átverést sejtene a dologban, mert ugyebár valljuk be, a vásárlást mindenki úgy képzei el, hogy oda adom az ellenértéket (készpénz) és azonnal kapom az árut. Mindenképp elképzelhet nek tartom, hogy az emberek hozzáállása változni fog a jöv ben, csak minden más újnak, mint ennek is, id kell az elterjedéséhez. Hiszem, hogy egyre több fogyasztó, ismeri majd fel a világhálóban rejlt lehet ségeket, és rájönnek, hogy otthonról, kényelmesen, sorban állás nélkül el tudják intézni a vásárlást vagy egyéb ügyeiket (banki tranzakció, adóbevallás, stb.). Ehhez viszont elengedhetetlen, hogy egyre több vállalkozás vagy közintézmény lehet ségeket nyújtson a már fent említett opciók kiaknázására.

## Irodalomjegyzék

- [1] <http://www.mindentudas.hu/maray/20031201maray2.html?pIdx=8>
- [2] <http://www.eszes.net/SajatPublikaciok/informforras.pdf>
- [3] Benefits and Applications of the NII, 1993; Weilandt, 1994
- [4] <http://damjanovich.hu/cikkek/web3.0-a-szemantikus-web.html>
- [5] <http://mek.niif.hu/01200/01291/01291.htm>
- [6] <http://mokk.bme.hu/mediatervezo/targyak/diploma/tetelek/tars-07-gz.doc>
- [7] <http://www.gkienet.hu/content/view/163/38/lang,hu/>
- [8] Csuhai Imre – Elektronikus kereskedelem 2001.
- [9] Eszes I. – Bányai E.: Online marketing 2002.
- [10] <http://mediapedia.hu/b2b>
- [11] [http://www.intertrade.hu/lexikon\\_hu.php](http://www.intertrade.hu/lexikon_hu.php)
- [12] [http://tanulokozosseg.mindentudo.hu/s\\_doc\\_server.php?id=3396](http://tanulokozosseg.mindentudo.hu/s_doc_server.php?id=3396)
- [13] <http://mek.oszk.hu/01400/01401/01401.htm#ekerma>
- [14] <http://www.pcworld.hu/forum/index.php?showtopic=8249&pid=188201&mode=threaded&show=&st=&>

## **KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS**

A következőkben szeretnék köszönetet mondani mindazoknak, akik segítettek a diplomadolgozatom elkészítésében.

Dr. Kuki Attila egyetemi adjunktus konzulensemnek munkám lelkiismeretes vezetéséért.