



**УНИВЕРСИТЕТ ПО БИБЛИОТЕКОЗНАНИЕ
И ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ**

КАТЕДРА „ИНФОРМАЦИОННИ СИСТЕМИ И ТЕХНОЛОГИИ“

**СПЕЦИАЛНОСТ
„ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ“**

КУРСОВА РАБОТА

на тема:

**„ ПРОЕКТИРАНЕ И ИЗГРАЖДАНЕ НА УЕБ САЙТ ЗА БЪРЗА
ЗАКУСКА ДИАБЛО ”**

Студент:

Ивайло Златанов

Редовно обучение

Фак. №2135

Научен ръководител:.....

(гл. ас. д-р. Катя Рашева)

София

2016г.



УНИВЕРСИТЕТ ПО БИБЛИОТЕКОЗНАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

ДЕКЛАРАЦИЯ

От.....

(име, презиме и фамилия на студента)

Декларирам, че представената дипломна работа е подготвена и изпълнена самостоятелно от мен.

При откриване на плагиатство поемам съответната отговорност по смисъла на чл. 31 (1-3) от Наредбата.

Дата:.....

Подпис.....

(дипломант)

РЕЗЮМЕ

Златанов, И. Проектиране и изграждане на уеб сайт за бърза закуска „Диабло“; научен ръководител гл. ас. д-р Катя Рашева; София 2016. Университет по библиотекознание и информационни технологии; Катедра „Информационни системи и технологии“; Факултет по информационни науки; Бакалавърска програма „Информационни технологии“; Брой страници 76;

Целта на дипломната работа е да се създаде уеб сайт на фирма „Експанжън ООД“. Тя ще бъде постигната с проучване на работата на заведенията, които притежава компанията и анализ на необходимостта от уеб сайт. Ще бъде проучено какво е необходимо за да има успешна платформа и какво трябва да се направи, за да се изгради такъв сайт. Ще се извърши проектиране на платформата преди да се започне нейното създаване, с цел да се избегнат последващи доработвания и промени на платформата.

Приложната част на дипломната работа съдържа анкетни карти, с помощта на които е направен анализ на бета версията на системата с подобряване на платформата още преди самото и пускане в употреба за всички потребители.

Ключови думи: интернет, CSM, системи за управление на съдържание, онлайн магазин, уебсайт, уеб дизайн.

СЪДЪРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| УВОД..... | 6 |
| ГЛАВА 1. УЕБ САЙТ СЪЩНОСТ, СПЕЦИФИКИ И ХАРАКТЕРНИ ЧЕРТИ | 8 |
| 1.1 Уеб сайт-същност | 8 |
| 1.1.1 Уеб страници – Основни елементи и значение на уеб страница..... | 9 |
| 1.2 Видове уебстраници..... | 12 |
| 1.2.1 Според използваната технология и начин на функциониране | 12 |
| 1.2.2.Според съдържанието и предназначението | 13 |
| 1.3 Етапи на разработка на сайт | 18 |
| РЕЗУЛТАТИ И ИЗВОДИ ПО ПЪРВА ГЛАВА..... | 26 |
| ГЛАВА 2. ПЛАНИРАНЕ И ПРОЕКТИРАНЕ НА САЙТА..... | 27 |
| 2.1. Дефиниране на целта и основните изисквания към проекта | 27 |
| 2.2. Планиране на информационната архитектура на сайта | 28 |
| 2.3. Избор на платформа за направа на уеб сайта | 32 |
| 2.3.1 Начин на работа на системата | 33 |
| 2.4 Създаване на уеб сайт | 35 |
| 2.4.1 Инсталиране на JOOMLA..... | 35 |
| 2.4.2 Избор и редакция на темплейт..... | 42 |
| 2.4.3 Създаване на съдържание, персонализиране и активиране на J2 Store..... | 45 |
| 2.5 Публикуване на сайта. | 53 |
| РЕЗУЛТАТИ И ИЗВОДИ ПО ВТОРА ГЛАВА | 56 |
| ГЛАВА 3. ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ НАГЛАСИ И ПОТЕНЦИАЛНИЯ УСПЕХ НА САЙТА | 57 |
| 3.1 Дефиниране на целта и методика на изследването..... | 57 |
| 3.1.1 Методика на изследването | 58 |
| 3.2 Резултати от анкетното проучване..... | 59 |
| 3.2.2 Резултати от анкетите за клиенти | 61 |
| 3.2.3 Обобщение на резултатите от изследването..... | 64 |
| 3.3 Установени пропуски и слабости в резултат на проучване | 65 |
| РЕЗУЛТАТИ И ИЗВОДИ ПО ТРЕТА ГЛАВА | 66 |

| | |
|------------------------------------|----|
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 67 |
| ЛИТЕРАТУРНИ ИЗТОЧНИЦИ | 69 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 1 | 70 |

УВОД

Целта на настоящата дипломна работа е да се разработи и проектира уеб сайт на фирма „Експанжън ООД“, по-точно казано за бърза закуска „Диабло“ гр. Перник, специализирана в производството на храни. В процеса на работа ще се разбере каква е необходимостта от изработката на такава платформа, както и какви ползи ще има за развитието на фирмата тя. За да бъде пълноценна платформата, ще се извърши проучване на необходимостта от платформата, както и проучване на това, какви ще бъдат бъдещите потребители, с цел да се приспособи платформата към тях. Ще се направи характеристика на методите за създаване на сайт и какви възможности има да се направи такъв. Крайната цел, която ще се постигне с тази разработка, освен изпълнението на целта на дипломната работа, е и да се подобри обслужването в заведенията на фирмата. Част от тези проблеми включват в себе си: некоректно взимане на поръчки за къщи от служителите, неадекватно представяне на продуктите на фирмата по телефона, забавено приемане и обработване на поръчките.

Поставената цел ще бъде постигната с помощта на следните методи: проучване, анализ, разговори със служители и графично изобразяване.

В първа глава на дипломната работа ще бъде разгледано какво е уеб сайт, какви са различните видове сайтове, като ще бъдат дадени различни примери за различните видове сайтове, на каква технология се изгражда уеб сайта, какви са основните компоненти на един сайт, какви са функционалностите му, какви видове уеб сайтове са познати и какво съдържат самите уеб страници. Ще бъдат описани подробно етапите на жизнения цикъл на една уеб платформа, като за всеки етап ще бъде представено подробно описание на развитието на сайта в този момент. Ще бъде разгледано как се прави сайт и какви са етапите и елементарните правила, които трябва да се спазват при създаването му.

Във втора глава на дипломната работа ще се направи проучване на фирмата и на поставената цел, след което ще бъдат поставени изискванията към платформата на преден план и ще бъдат поставени цели, които да бъдат

изпълнени при създаването сайта. В тази глава ще бъде описана подробно целта на платформата и ще разгледаме функционалностите и. Ще бъде показан и предварителния изглед на подредбата на различните елементи на сайта.

В трета глава на дипломната работа ще избира как да бъде направен сайта, дали да бъде създадена изцяло нова платформа или да се използва система за управление на съдържанието, с която да се подобри времето за създаване на сайта. Ще бъде описано подробно, стъпка по стъпка, какво е необходимо да се направи, за да се изгради една такава платформа, като ще се започне от първата стъпка, а именно-закупуване на място за съхранение на бъдещия сайт в интернет (Hosting). Ще бъде описана подробно работата с него, включително и графичната среда за менажиране на хостинг услуги сPanel. В тази глава ще се опише и инсталирането на системата и добавянето на различни добавки към нея, като темплейти, количка за пазаруване и други. В последната част на тази глава ще покаже основните функции на платформата и ще опише как се създава сайта, поставен като цел. Ще бъдат направени промени по самия темплейт, който е избран и ще бъде адаптиран за нуждите на фирмата.

В четвърта глава на дипломната работа ще се направи проучване относно влиянието на платформата върху служителите на фирмата и клиентите. Изследването ще бъде направено с помощта на анкетни карти, които ще бъдат в два различни варианта - едните ориентирани към служителите, а другите към клиентите на заведението. По този начин ще бъдат събрани мнения, въз основа на които да се направят изводи от две гледни точки - както от гледната точка на работния процес така и от гледна точка на крайния потребител.

Приложната част на дипломната работа ще съдържа в себе си някои от анкетните карти, върху които е направен анализът на влиянието на платформата върху клиентите и служителите.

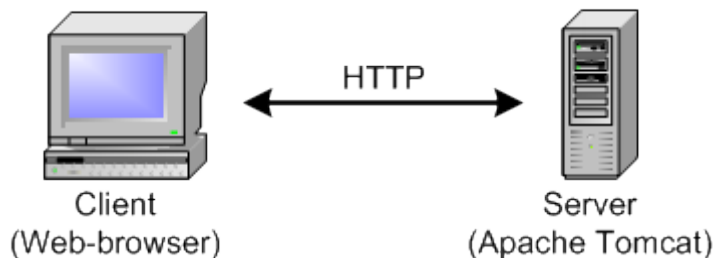
ГЛАВА 1. УЕБ САЙТ СЪЩНОСТ, СПЕЦИФИКИ И ХАРАКТЕРНИ ЧЕРТИ

1.1 Уеб сайт-същност

Уебсайт, (в пряк превод: „място в Мрежата“), също така уеб сайт или накратко сайт, е съвкупност от уеб страници. Уеб страницата от своя страна е документ или информационен ресурс, който е подходящ за интернет. Достъпът до уебстраниците може да бъде осъществен чрез уеб браузър, а съдържанието им обикновено се показва на монитор на компютър (включително на екран на мобилно устройство). Тази информация обикновено се съхранява във формат от тип HTML или XHTML и може да предоставя навигация към други уебстраници чрез хипер-текстови връзки. Обикновено уебстраниците включват текст, изображения (картинки, илюстрации, фотографии) и стилове във формат на файла от тип CSS, но може също да включват анимация, мултимедийно съдържание (файл с музика/звук, видеоклип със или без звук) или скриптове, написани на JavaScript, VBScript и други скриптов програмни езици. За разглеждането на уебсайтове са създадени специални програми, наречени уеб браузъри. Съществуват различни видове уебсайтове в зависимост от тяхното предназначение, аудитория и съдържание.¹

Сайтовете се съхраняват на уеб сървър под формата на файлове. Всеки файл съдържа информация, която директно или след някаква обработка се изпраща на уеб браузъра, когато той поиска съдържанието на дадена страница.

¹ www.bg.wikipedia.org – Уеб Сайт



1.1. Фигура. Модел „клиент-сървър“ за зареждане на уеб сайт²

Сайтовете, които правят обработка на информацията, се наричат динамични, а тези, които не правят такава обработка – статични. Статичните сайтове се създават по-лесно и работят по-бързо, но не позволяват промяна на съдържанието. Почти всички съвременни сайтове са динамични. В края на 2014 са регистрирани над 1 милиард активни уеб сайта в световен мащаб.³

1.1.1 Уеб страници – Основни елементи и значение на уеб страница

Уебстраницата е документ или информационен ресурс. Достъпът до уебстраниците може да бъде осъществен чрез уеб браузър, а съдържанието им обикновено се показва на монитор на компютър (включително на екран на мобилно устройство). Тази информация обикновено се съхранява във формат от тип HTML или XHTML и може да предоставя навигация към други уебстраници чрез хипер-текстови връзки⁴. Уеб страниците съдържат:

- Видима информация
- Текстова информация
- Нетекстова информация: статични изображения, най-често растрерна графика във форматите GIF, JPEG и PNG или векторна графика във форматите Adobe Flash и SVG

² Наков. С, Интернет програмиране с JAVA, издателство Софийски университет “Св. Климент Охридски“, София 2004

³ www.internetlivestats.com/total-number-of-websites - Total Numbers of websites, Общ брой на сайтовете по света

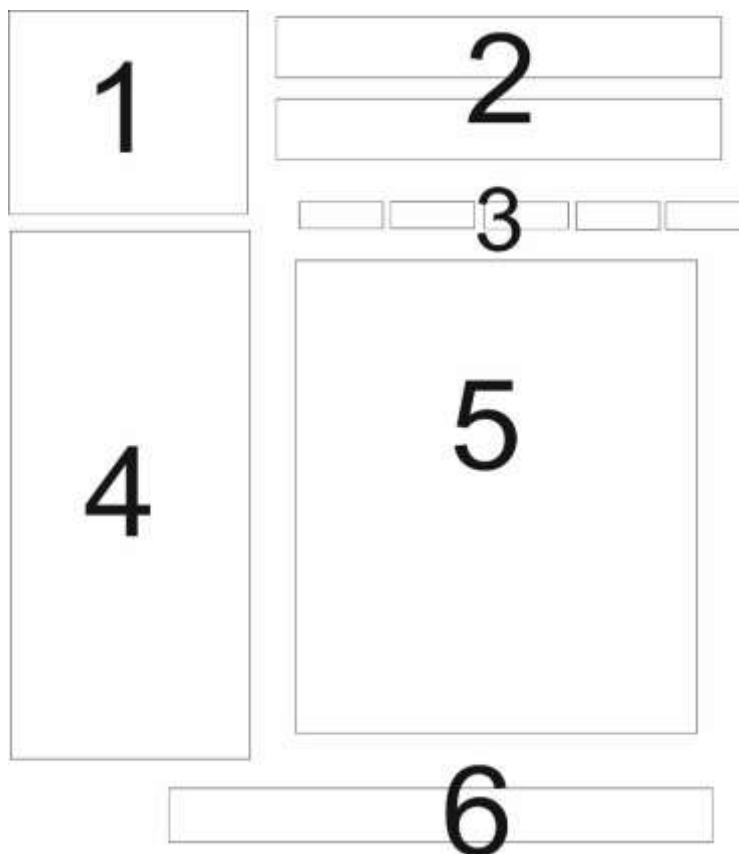
⁴ www.bg.wikipedia.org – Уеб Страница

- Анимирани изображения, обикновено анимирани GIF или SVG изображения, но също Adobe Flash, Adobe Shockwave или Java applet.
- Звук, обикновено MP3, ogg или други формати Видео
- Интерактивна информация:
 - За взаимодействие в рамките на страницата:
 - Интерактивен текст (DHTML)
- Бутони, обикновено използвани в съчетание със скриптове или DHTML
- За взаимодействие между страниците:
 - Хипервръзки, стандартният метод са преместване към нова страница
- Форми, даващи възможност за взаимодействие на потребителя с приложения, работещи на сървъра Коментари
- Метаданни, съдържащи семантични данни, информация за кодирането на символи, DTD и други
- Информация за стиловете във формата на CSS
- Скриптове, най-често JavaScript, които се изпълняват от брауъра и допълват функционалността и интерактивността на страницата

Уеб страниците се идентифицират чрез унифицирани локатори на ресурси (URL), стандартизирани низове, уникални за съответната страница в рамките на интернет. При динамичните уеб страници в URL може да се съдържат и параметри, оказващи влияние върху съдържанието на страницата и начина на показването му. URL е (съкращение от Uniform Resource Locator, универсален указател на ресурс) Той е стандартизиран указател за мрежовия адрес на даден ресурс, например документ или страница, в интернет или друго пространство. Всяка страница в интернет има URL, който я идентифицира по уникален начин. Той определя не само адреса в мрежата, но и типа на обекта на конкретния web - възел. Освен това съдържа идентификатор за метода на достъп до дадения обект.

URL обикновено се състои от три части:

- Името на протокола, който ще се използва за транспортиране на ресурса върху Web
- Името на компютъра, върху който е разположен ресурсът
- Името на самия ресурс, дадено като път



1.2.Фигура. Основни елементи на една уеб страница и тяхното най-често използвано разполагане на елементите на екрана. За по подробно виж легендата.

Легенда:

1. Лого;
2. Послание;
3. Основна навигационна лента (Меню);
4. Допълнително навигационно меню;
5. Съдържание на страницата;
6. Footer – долна лента с информация;

1.2 Видове уебстраници

В настоящия раздел ще бъде направен преглед на видовете уеб страници според показателите:

- Използвана технология и начин на функциониране;
- Съдържание и предназначение на сайта;

Всяко от тези деления ще бъде разгледано самостоятелно в следващите подраздели.

1.2.1 Според използваната технология и начин на функциониране

Според използваната технология и начин на функциониране уеб страниците се делят основно на два вида:

- *Статична страница* е тази страница, чието съдържание се определя предварително, и се съхранява в този вид на уеб сървър.

- *Динамична уебстраница* е тази страница, чието съдържание се създава в зависимост от характеристиките, предоставени от потребителя и в зависимост от данните, съхранявани в базата данни на сайта. които се адресират на общ URL, който често се състои само от името на домейна или IP адреса и пътя до основната директория („/“) в мрежа базирана на протокола IP. Всеки уебсайт се „хоства“ на компютър (компютри), наречен уеб сървър, достъпен през мрежа, като например интернет или частни локални мрежи. За разглеждането на уебсайтове са създадени специални програми, наречени уеб браузъри. Съществуват различни видове уебсайтове в зависимост от тяхното предназначение, аудитория и съдържание.

Сайтовете се съхраняват на уеб сървър под формата на файлове. Всеки файл съдържа информация, която директно или след някаква обработка се изпраща на уеб браузъра, когато той поиска съдържанието на дадена страница. Сайтовете, които правят обработка на информацията, се наричат динамични, а тези, които не правят такава обработка – статични. Статичните сайтове се

създават по-лесно и работят по-бързо, но не позволяват промяна на съдържанието. Почти всички съвременни сайтове са динамични.

1.2.2. Според съдържанието и предназначението

Сайтовете се разделят на различни видове, според своето съдържание и предназначение.

Спрямо предназначението си сайта трябва да бъде оборудван със задължителни функции. По-долу ще бъдат изброени видове сайтове според тяхното съдържание и предназначение:

1.2.2.1. Блог

Блог е уеб сайт под формата на личен или бизнес дневник, тематичен / на организация и др. / или дискуссионен. Основните му функционалности са лесно достъпни – текстови публикации, снимки, видео. Тази възможност за динамична промяна е основната разлика между блога и другите сайтове. Задължително е историята на коментарите и цялостната хронология да се водят непрекъснато. Блоговете дават добри резултати за корпоративни цели, като подпомагат връзките с обществеността и представянето на продукти и услуги.

Примерни сайтове:

1. <http://ivo.bg/> - блог на журналиста Иво Инджев.
2. <http://benra.blog.bg/> - личен блог на потребител в системата за безплатни блог сайтове.
3. <http://www.bgonair.bg/blog> - блогът на България ON-AIR.

1.2.2.2. Електронен магазин

Онлайн магазините са предназначени за масово обслужване на определена аудитория. Засилен е рекламният ефект съставен от изречения, банери, а дизайнерските решения са изключително важни. Продуктите или услугите трябва да са систематизирани и да имат ясно и подробно описание и снимки /качествени снимки/. В системата трябва да са заложили максимален брой възможности – за разплащане, поръчка, доставка, връщане и подмяна на стоката. Регистрация, онлайн форма за поръчка, страница с често задавани въпроси, livechat, хронология на направените поръчки и други.

Примерни сайтове:

1. <http://bg.sportsdirect.com/> - английски сайт за електронна търговия в сферата на спортното облекло.
2. <http://www.mikimak.com/> - електронен магазин за електро материали.
3. <http://shop24.bg/> - електронен магазин за хранителни продукти.

1.2.2.3. Информационен сайт

Името подсказва, че в информационния сайт на преден план е информацията. В зависимост от това към какъв вид аудитория е насочен, се определят и процентите в пропорцията функция/визия. В информационния сайт навигацията играе важна роля - информацията трябва да се намира бързо и лесно. Търсенето на информация в самия сайт се изпълнява от вградена търсачка. Добре е да се предвиди архив, към който потребителите да могат да се връщат.

Примерни сайтове:

1. <http://www.novini.bg/> - новинарски сайт.
2. <http://eurostipendii.mon.bg/> - информация за европейски стипендии.
3. <http://www.suhindol.bg> – информационен сайт на Община Сухиндол

1.2.2.4. Корпоративен уеб сайт / Фирмен сайт

Корпоративният уеб сайт има конкретна аудитория и е съобразен с нея. В сайта следва да има всичко, което търси потребителят. Съдържанието е издържано и подробно. Добрата комуникация е задължителна – 60% от посетителите на този вид уеб сайт търсят контакт. Формата за запитване е лесно достъпна. В корпоративния / фирмен сайт дизайнът следва да е изчистен - в унисон с фирмената идентичност. Информацията се поднася директно. За да се развива бизнес си чрез интернет, Фирменият сайт трябва да генерира клиенти – дизайнът и функционалността в този случай отстъпват на ясно и точно поднесената информация с отлични позиции при търсене в интернет.

1. <https://www.microsoft.com/bg-bg/>
2. <http://microinvest.net/>

1.2.2.5. Личен сайт

Основната идея е информацията и снимките да са представени интересно и ясно - дизайнът може да се разгърне с пълна сила. Функционалността не е на преден план. Често съществува дилемата: Личният сайт или Блогът? Както се споменава в подробната информация за Блог, в повечето случаи този вид сайтове са безплатни и лесни за поддържане. Разликата е уникалността – при блоговете дизайнът и обликът обикновено е един и същи, докато дизайнът на личния сайт няма ограничения и може да бъде разширен с други видове сайтове.

Примерни сайтове:

1. <http://www.raikovska.com/>
2. <http://www.vassilev.bg>
3. <http://georgievasonya.weebly.com/>

1.2.2.6. Медиен сайт

Медийните сайтове в по-голямата си част са интернет канали на друг вид медия. Тук съдържащата се информация обаче е много динамична – необходимо е обновяването да става бързо и лесно чрез контролен панел от служителите на медията. Новините трябва да са много добре систематизирани в постоянни рубрики - за максимално улеснение. Архивът вече е задължителен, а видеото препоръчително.

Примерни сайтове:

1. <http://bnt.bg/>
2. <http://novatv.bg/live/>
3. <http://www.btv.bg/>

1.2.2.7. Портал

Порталът е отправна точка към други сайтове категоризирани по някакъв принцип. Набляга се на функционалността, тъй като целта на този вид сайт е да дава бърз и лесен достъп до информацията. Порталите са добре оптимизирани и съдържат предимно текст. Налични са голям брой страници и връзки, визуализирани по определен начин. Тъй като става въпрос за голяма структура, трябва да се предвиди добро упътване /навигация за потребителите/, допълнителна информация и търсачка. Порталът най-често е изграден от други сайтове или връзки към тях, но може и да бъде каталог за фирми, магазини и т.н.

Примерни сайтове:

1. <https://www.tyxo.bg>
2. <http://www.dir.bg/>
3. <http://www.gbg.bg/>

1.2.2.8. Развлекателен уеб сайт

Под този знаменател влизат сайтове за игри, „архиви” за музика, филми, видео клипове, вицове и други подобни. Обикновено феновете са опитни потребители, което налага последната дума на техниката задължително да присъства. Дизайнът е привлекателен и интересен с възможности за търсене на информация и файлове. Подходът към цялостното оформление на информацията е специфичен спрямо насоката.

Примерни сайтове:

1. <https://www.youtube.com/>
2. <http://www.mp3juices.cc/>
3. <http://vicove.com/>

1.2.2.9. Социална мрежа. Уеб сайт за запознанства

Сайтовете за запознанства предоставят възможност за запознанства и срещи между самотни потребители. Социалните мрежите са начин за комуникация между познати и хора с еднакви интереси без географски ограничения. Функционалностите на този вид уеб сайтове са всевъзможни и се развиват постоянно в отговор на потребителските нужди. Публикуват се коментари и се поддържа кореспонденция. Тези видове са от най-сложните уеб сайтове и се развиват бавно и трудно.

Примерни сайтове:

1. <http://www.vine.co>
2. <https://www.snapchat.com>
3. <https://www.facebook.com/>

1.2.2.10 Уики сайт

Без да правя реклама на уикипедия, този пример ще е най-разбираем. Въпреки, че е чист информационен сайт, някои особености го отделят като нов вид. Страниците там са така организирани, че всеки може да допълва предишните, да редактира или създава нови. Това предполага и наличието на много добър текстов редактор с възможност за линкове. Публикуването на информацията следва да е контролирано. Уики сайтовете могат да съществуват единствено, като динамичен сайт.⁵

1. <https://bg.wikipedia.org>
2. <http://wiki.infonotary.com>

⁵ <http://www.domakin.org> – Видове уеб сайтове.

1.3 Етапи на разработка на сайт

Уеб сайтът е вид софтуер и неговото разработване се подчинява на общите правила за разработване на софтуер, като в същото време има и редица специфични особености:



1.1. Блок схема. Основните етапи на жизнения цикъл на един уеб сайт

1.1. Таблица. Етапи при разработката на уеб сайт

| Определяне на изискванията | |
|-----------------------------------|---|
| Определяне на изискванията | Анализ на необходимостта от създаване на сайта |
| | Дефиниране целта и предназначението на сайта – целите трябва да са измерими и постижими |
| | Дефиниране основните функции и изисквания към уеб сайта; |

| | |
|------------------|---|
| | <p>Анализ на потребителите - дефиниране на потенциалните потребители; получаване на мнение и информация от потенциалните потребители; създаване профил на потребителя</p> |
| | <p>Анализ на конкурентите – кои са конкурентите; оценяване сайтовете на конкурентите; дефиниране на уникални и стойностни черти, които само разработваният сайт може да предложи;</p> |
| | <p>Определяне на информационното съдържание, което интересува потребителите;</p> |
| | <p>Проучване на средствата и технологиите</p> |
| | <p>Преглед и сравняване на всички възможни технологии, които може да се използват;</p> |
| | <p>Избиране най-подходящата технология и програмни продукти;</p> |
| | <p>Анализ на осъществимостта</p> |
| | <p>Техническа осъществимост – достъпен хардуер и софтуер, обучен персонал за работа с програмните продукти</p> |
| | <p>Икономическа осъществимост – цена за закупуване на средства за разработване, цена на разработването, цена на поддръжката и експлоатацията;</p> |
| | <p>Експлоатационна осъществимост - дали потребителите могат да използват тази технология</p> |
| Планиране | |
| Планиране | <p>Разработване на подробен план във времето за проекта</p> |
| | <p>Разработване на план за използване на ресурсите – финансови, материални (технически) и човешки</p> |
| | <p>Планиране на работа с потребителите за получаване на обратна връзка и подобряване на проекта</p> |

| | |
|--|--|
| | В края на този етап трябва да се създадат необходимите планове и графици за разработване на сайта. |
| Проектиране | |
| Структура | Проектиране на потребителски-ориентирана структура за сайта. Създаване на диаграма на сайта – страниците и връзките между тях. |
| | Изготвяне за всяка страница от диаграмата списък с нейните елементи и връзки |
| | Включване на начална страница |
| | Осигуряване всяка страница от сайта да бъде достъпна от главната - директно или индиректно |
| | Предоставяне средство за търсене в сайта |
| | Включване информация за контакт |
| | Включване на брояч за посетители |
| | Имена и адреси на сайта и страниците |
| | Регистриране адрес за сайта, който потребителите да запомнят и намират лесно |
| | Задаване на уникално заглавие на всяка страница, подсказващо нейното съдържание |
| | Включване името на сайта в заглавието на всяка страница |
| | Осигуряване на всяка страница да има свой адрес (URL) |
| | Избягване използването на препинателни знаци в адресите |
| | Запазване на къси адреси |
| | Използване само малки букви в адресите |
| Общ дизайн на страниците | Единен стил за всички страници |
| | Осигуряване на средства за навигация към другите страници от сайта – менюта, бутони, хипервръзки в самия текст – да не се различават много от обичайните и познатите на потребителите. |
| | Избиране ключови думи в meta информацията – за лесно намиране на страницата от машините за търсене. |
| | Ограничаване големината на страниците в сайта – желателно до екран и половина |
| | Включване дата на последна редакция на страницата |
| Включване връзка към администратора на сайта, информация за запазени права и др. | |

| | |
|------------------------------------|--|
| | Използване на по-съдържателно съобщение отколкото "доработва се (under construction)" |
| Графичен изглед | Отделяне на съдържанието от интерфейса |
| | Проектиране сайта в стил, който съответства на вкуса на потребителите; |
| | Подходящо цветово оформление, съответстващо на темата и настроението, което искате да бъде внушено на потребителите; |
| | Фонът на страницата да дава възможност за добра четливост на текста – да се избягват изображения или ярки и многоцветни текстури за фон; |
| | Използване на празни пространства, за да се облекчат страниците и за да се насочи вниманието към определени елементи - заглавия, графики и др. |
| | Представяне на информацията ефективно и избягвайки безпорядъка |
| | Ограничаване хоризонтално информацията до 480 пиксела |
| Навигация | Предоставяне на еднообразни икони или текст за връзките за всяка страница; |
| | Информирание винаги потребителите за тяхното положение в сайта; |
| | Проектиране връзките така че да имат ясни функции; |
| | Избягване връзки към външни страници; |
| | Избягване използването на твърде много връзки в страница; |
| Създаване | |
| Създаване | Създаване файловата структура на сайта – използване на конвенция за имената на файловете |
| | Създаване образци на страниците – за осигуряване на единен стил |
| Осигуряване на съвместимост | Съвместимост с браузърите - създаване алтернативни версии за поддръжка на повече браузъри; използване средства за откриване версията на браузъра, за да се определи коя версия на сайта да се изпрати на съответния потребител |

| | |
|--|--|
| | Съвместимост на файловете формати |
| Текст | Създаване на подходящи заглавия; да се използват подходящо форматиране за заглавията чрез таговете H1 до H7; да се избягват дълги заглавия на повече от два реда |
| | Разполагане важната информация в началото на страницата |
| | Спазване стандартите на организацията за използване на шрифтове; за предпочитане са разпространени шрифтове, които да се показват по еднакъв начин на всякакви компютърни системи и браузъри на потребителите; |
| | Използване на връзки за добавяне по-подробна информация . |
| | Използване цветове, с които текстът да се чете лесно на избрания фон |
| | Избягване използването на подчертан текст |
| | Избягване използването на думи с големи букви |
| | Използване на удебелен (bold) текст, за да се наблегне на по-важна дума или фраза |
| | Да се избягва да се използват повече от 3 различни шрифта |
| | За визуализация на отделните параграфи (абзаци) да се използва отстъп на първия ред или разстояние преди или след параграфа, но никога и двете едновременно. |
| | Проверка дали текстът е верен и пълен, без правописни грешки. Текст с грешки намалява доверието на потребителя към поднасяната информация. |
| | Проверка четливостта |
| | Създаване и тестване на връзките |
| | Използване връзки с подходящи имена |
| | Ограничаване дължината на надписите на връзките |
| Използване относителни връзки вместо абсолютни | |
| Придържане към стандартните цветове на връзките в браузера | |

| | |
|--------------------|--|
| Текст | Проверка дали връзките се забелязват лесно в контекста |
| | Сравняване текста на връзката със страницата до която се отива |
| | Проверка дали всички връзки работят правилно |
| | Осигуряване връзка към страница или документ със същото съдържание, но подходящ за разпечатване; във варианта за отпечатване да се включи адресът на страницата |
| | Да се тества дали потребителят може да намери лесно информация |
| Изображения | Създаване на картинки, които ще се зареждат бързо – с малък размер на файловете; при възможност да се използват векторни формати; когато се използват растерни формати да се употребяват формати с компресия като gif и jpeg, а изображенията да са с оптимална разделителна способност и дълбочина на цвета, осигуряващи достатъчно качество при минимален размер на файла; |
| | За бързо зареждане да се използват умалени изображения, но да се даде възможност потребителят да отвори чрез хипервръзка увеличен и по-качествен вариант на същото изображение; |
| | Да се използват подходящи файлови формати, в зависимост от типа на изображението – за многоцветни изображения с много нюанси, като снимки да се използва JPEG, а за опростени изображения с малко цветове и големи едноцветни области – GIF; да се използват GIF-картинки, които могат да се зареждат постепенно; |
| | Да не се злоупотребява с анимациите; |
| | Да се използват разпространени файлови формати; които се разпознават от повечето операционни системи и браузъри; |

| | |
|------------------------------------|---|
| | По възможност една картинка да се използва многократно; |
| | За добро подреждане на текста и картинките е препоръчително разполагането им в клетки на таблица. |
| | Видео |
| | Осигуряване на телевизионно качество на видеото и звука |
| | Осигуряване начини за управление на видеото и звука от потребителите |
| | Информирание потребителите за вида и обема на видео материалите |
| Използване на CSS стилове | Да се дефинират стиловете глобално |
| | Да се използват стилове навсякъде, където е възможно |
| | Да се зададе желан, алтернативен и шрифт по подразбиране |
| | Да се дефинират ясни правила за форматиране чрез CSS |
| Пускане и тестване на сайта | Прехвърляне на сайта на сървър, където ще работи |
| | Правене на тестове за качество и производителност след прехвърлянето |
| | Тест на връзките |
| | Наблюдава се работата на потребителите със сайта |
| Поддръжка | Обучение на администраторите на сайта за начина за поддръжка на сайта |
| | Редовно актуализиране на сайта |
| | Редовно създаване на резервно копие на сайта |
| | Насочване вниманието на потребителите към промените в съдържанието |
| | Проверяване на връзките |
| | Следене на версиите |
| | Следене използването на сайта |
| | Обратна информация от потребителите: да се осигури получаване на обратна информация от потребителите; да се отговаря на потребителите, от които се получава обратна информация; |
| Реклама | Изписване името на сайта във всички фирмени документи (писма, дипляни, каталози, ръководства за използване на продукти и т. н.); |

| | |
|--|---|
| | Осигуряване на връзки към сайта от други сайтове: на партньори, приятели, групи в които членува организацията и др. |
| | Рекламирање чрез други медии |

РЕЗУЛТАТИ И ИЗВОДИ ПО ПЪРВА ГЛАВА

В първата глава на дипломната работа е обяснено какво означава „Уеб сайт“ и от какво се състои един уеб сайт. С направените проучвания в тази глава се посочват основните знания, които са необходими за да се създаде един успешен сайт и какво трябва да съдържа той. Обяснено е какъв е принципът на работа на един уеб сайт и какво ни е необходимо да знаем преди да започне неговото разработване.

За изработката на нашия сайт , ще е необходимо най-напред да се осигури място в мрежата за съхранение на сайта и име (домейн) с помощта, на който сайта ще бъде достъпен от бъдещите потребители.

С помощта на дадените примери на различните видове сайтове, може да се квалифицира в коя ниша ще попадне нашия сайт, а именно-нещо средно между корпоративен сайт и сайт от тип „електронен магазин“.

ГЛАВА 2. ПЛАНИРАНЕ И ПРОЕКТИРАНЕ НА САЙТА

2.1. Дефиниране на целта и основните изисквания към проекта

Обект на настоящото проучване е верига за бързо хранене „Диавло“ - град Перник.



2.1 Фигура. Фирменото лого на компанията

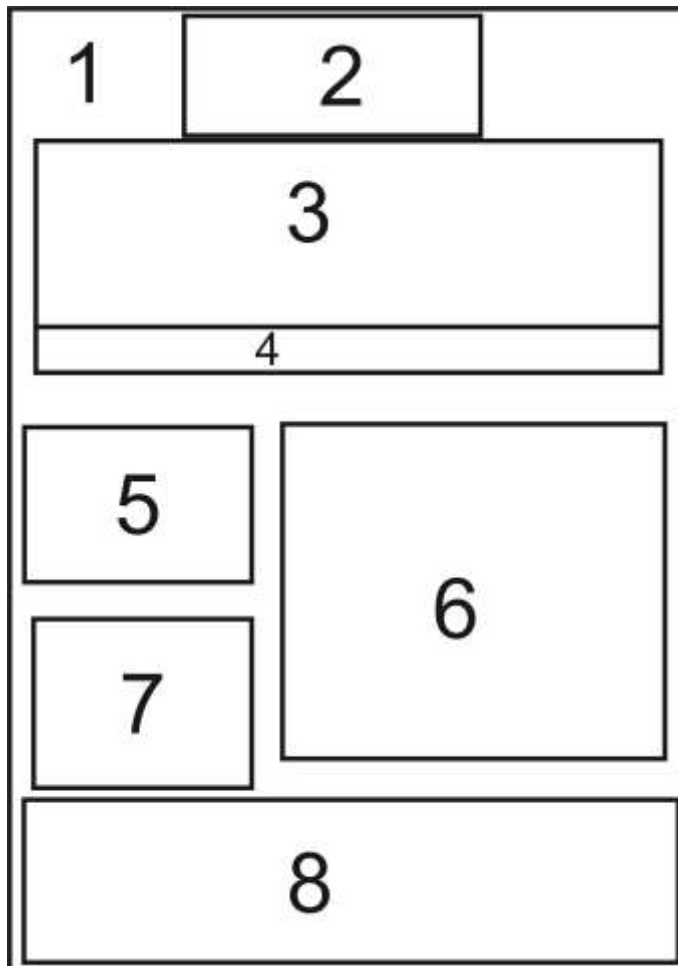
Фирмата има 6 обекта на територията на гр. Перник като обхваща всички краища на града, както и съседни малки градчета. Във фирмата работят 56 души, като са разпределени по длъжности в различните обекти. На ден се обслужват повече от 500 клиенти и се произвеждат над 3000 артикула. Работното време е различно за различните обекти. Основната дейност, с която се занимава фирмата, е продажба на сандвичи и пици, като целта на разработването на уебсайта е да подобри както запознаването на съществуващите клиенти така и на бъдещите такива с историята на компанията и асортимента който предлага. Фирмата има изградена автоматизирана система за управление и система за разнос на храна по домовете. Уеб платформата ще се използва основно за запознаване на клиентите с менюто на заведенията и за поръчки от вкъщи или от където и да било ,като за целта ще се изгради и мобилна версия на платформата. Удобството на клиентите е основното нещо, към което се стреми компанията, поради което сайтът трябва да бъде изключително приятен за гледане и лесен за използване. Основно изискване е да може да се зарежда бързо и направата на

самата поръчка да е лесна с цел да може да се използва, както от деца така и от възрастни. Към момента има изграден действащ център за приемане на поръчки по телефона, от оператори, които ще следят поръчките от сайта и ще отговарят за неговото съдържание. Операторите трябва да могат да влизат в системата със специални акаунти и да могат да бъдат редактори на съдържанието на сайта.

2.2. Планиране на информационната архитектура на сайта

В настоящия раздел на дипломната работа ще бъде представен модела на информационната архитектура на сайта. Тук ще бъде представен план за структуриране и изграждане на основния изглед на сайта и на неговото съдържание.

Основен изглед на първата страница на сайта при зареждане и нейната структура, може да бъде представен схематично, като разделяне на екрана на няколко основни контейнера (виж фигура 2.2). Всеки от тези контейнери ще бъде използван за различни цели.



2.2. Фигура. Основен изглед на сайта.

Основните изисквания по отношение на визията на сайта могат да бъдат сведени до:

- Сайтът трябва да има тежко и сериозно излъчване с „разтушаваща“ окото визия;
- Да бъдат използвани снимкови материали на продуктите, а основните цветове на сайта да са контрастиращи помежду си.

След като беше проучено влиянието на цветовете върху потребителите, беше избран за основен фон (точка 1 на схемата) тъмен може би дори и черен цвят. Това ще позволи при разглежда на страниците на сайта да се постави акцент на самото съдържание и да се концентрират потребителите върху продуктовия каталог.

Под №2 на схемата ще бъде поставено логото на компанията. То ще заема централно място и ще е разположено освен на първа страница, и на всички останали.

Контейнери №3 и №4 ще са обединени в едно като №3 ще бъде запълнен от фотография на топ предложенията на фирмата, а №4 ще бъде основната навигационна лента. Те ще преливат една в друга без дори да има ясна разлика между границите им.

Контейнер №5 ще съдържа в себе си разширение за вход в уеб платформата. Ако вече потребителят е влязъл там, ще се изписва неговото име.

Контейнер №6 ще е контейнера с основно съдържание на страницата. Тук на първата страница ще бъде изписано кратко описание за фирмата и нейните услуги. Ще съдържа информация за начина на поръчка, дали има ограничения при поръчването и друга информация.

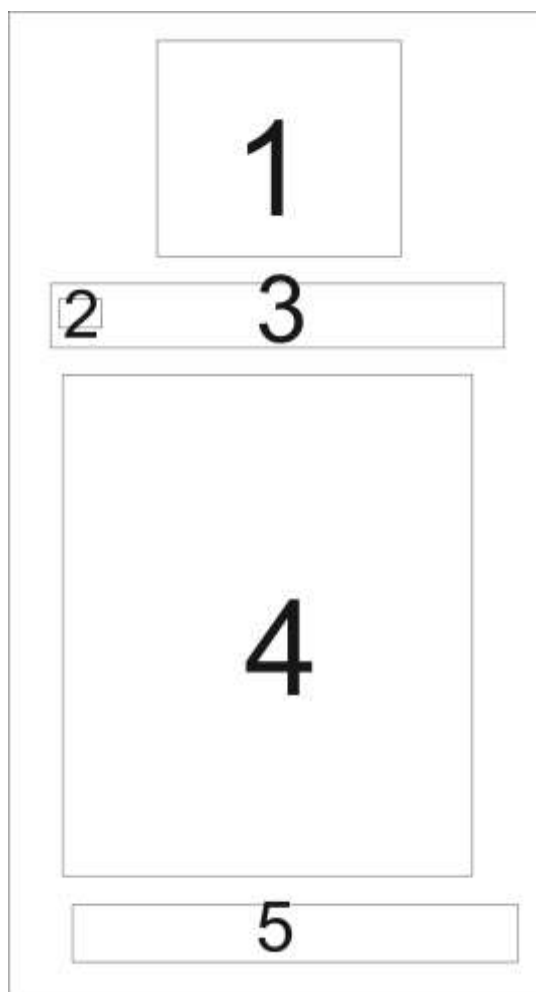
Контейнер №7 ще съдържа един топ продукт по наш избор като освен на първата страница, този контейнер ще се разположи и на всички други страници, а всяка страница ще бъде различен продукт.

Контейнер №8 е оставен за така наречения “Footer”. Там ще се съдържа кратка информация за работното време и начина за контакт с компанията. Ще се изпише и името на създателя на сайта и кратък текст за запазените права върху съдържанието на сайта. Този контейнер също ще се повтаря на всички страници.

Структурата на сайта ще е такава, че само съдържанието в контейнер №6 ще се изменя и ще бъде динамично според в зависимост от това къде иска да отиде потребителят на сайта.

Друга основна функционалност на сайта е той да изглежда добре както на голям екран на настолно персонално устройство така и на таблет и дори на смартфон. За целта преди зареждане ще се разпознава размера на екрана(на който се зарежда сайта) и контейнерите със съдържание ще се подреждат по различен начин, като дори може някой от тях да не визуализират, освен ако не ги извикаме от навигационната лента, с цел да не се налага да се „скролва“

настрани, а само в една посока(надолу и нагоре). Примерна подредба на екран на телефон “Lenovo P-70” е дадена на следващата схема.



2.3. Фигура. Основен изглед на сайта в мобилен режим

Легенда:

1. Лого
2. Навигационна лента
3. Снимка на основни ястия произведени от фирмата
4. Основно съдържание на страницата
5. „Footer“-контакти и друга информация за фирмата

2.3. Избор на платформа за направа на веб сайта

Както е изяснено във втора глава на настоящата дипломната работа, създаването на веб сайт се позовава на някои основни правила. Спазването им, увеличава вероятността разработеният проект да бъде успешен, независимо обстоятелства и използваната технология. За изпълнението на целта, поставена в началото на дипломната работа, ще бъде използвана система за управление на съдържанието, като ще бъде модифициран вече готов темплейт, по начин, който ще удовлетвори изискванията към платформата.

След направено проучване на съществуващите продукти и техните възможности по естествен на чин се спрях на една от известните в интернет пространството система, наречена JOOMLA. Изборът е направен с помощта на интернет проучване на компанията Web designer depot, наречено „Top ten content management systems“ според, което най-добрите системи в света са WordPress, JOOMLA, Drupal⁶. С трите системи за управление на съдържанието се запознах подробно по време на лекциите на д-р Катя Рашева. Така разбрах, че JOOMLA допада повече на начина ми на работа и с нейна помощ ще мога да изпълня най-добре задачата, поставена в дипломната работа.

Съществуват и достатъчен брой доставчици предоставящи различни приложения и разширения с помощта, на които могат да бъдат добавени разнообразни функционалности към сайта. Сред тези функционални решения могат да бъдат изброени:

- Динамични пощенски форми;
- Бизнес директории;
- Управление на документи;
- Динамични галерии;
- Комерсиални сайтове и магазини;

⁶ www.webdesignerdepot.com - Top ten content management systems – Топ 10 системи за управление на съдържанието.

- Форуми и чат;
- Календари;
- Софтуер за създаване на блог
- Игри и забава
- Пощенски бюлетини
- Съхраняване на различни данни
- Банери и рекламни услуги
- Абонаментни услуги.
- И много други.



2.4 Фигура. Лого на Joomla

За да се създаде уеб сайт с помощта на система за управление на съдържанието(CMS) е необходимо да се знае как работят CMS програмите⁷. Отговор на този въпрос ще бъде предложен в следващия подраздел.

2.3.1 Начин на работа на системата

CMS уеб приложенията създават динамична среда, в която цялото съдържание се записва в определена база данни или в XML файлове. Използвайки лек и достъпен интерфейс, администраторът може да избере коя страница от уеб сайта да бъде редактирана и без никакви усилия да въведе необходимите промени или ново съдържание. След като съдържанието бъде

⁷ www.help.superhosting.bg - Joomla! - Изграждане на уеб сайт за няколко минути.

обновено, с натискането на един бутон, CMS системата ще превърне текста в HTML код и ще го публикува на уеб сайта ви.

Един от най-важните аспекти на добрата CMS програма е лесната работа с нея и множеството възможности за обработка на съдържанието. Основното предимство на тези системи е, че не е необходимо да познавате езиците за програмиране. Тези програми предоставят текстов редактор, който разполага със същите функции и възможности, както стандартните текстообработващи програми от типа на Microsoft Word или Open Office. По този начин съвсем лесно може да се подготвят текстовете за уеб сайта, а CMS системата ще генерира необходимия HTML код и ще ги публикува на избраната от вас страница. Много от CMS програмите позволяват интеграция на онлайн магазин, форум или чат, чрез които лесно да разширите функционалността на своя уеб сайт.

Една от най-популярните системи за управление на съдържанието през последните години е безплатният open source проект Joomla. Тази система е създадена след като екипа, работещ по проекта Mambo (друга система за управление на съдържанието) се разделя на две групи. Групата на водещите разработчици започва работа по нов проект, по-късно наречен Joomla. Името Joomla, произлиза от думата Jumla (на суахили), която означава "всички заедно", като потвърждение на open source инициативата, която стои зад проекта и при която група от специалисти доброволно работят заедно по изграждането на различни проекти. През последната година Joomla успя да се утвърди като една от най-мощните системи за управление на съдържанието сред open source проектите. Популярна е и се използва по целия свят за създаването, както на леки и опростени уеб сайтове, така и за сложни корпоративни приложения. Основният Joomla пакет е проектиран така, че да бъде лесен за инсталация, дори и от хора без опит в програмирането.

2.4 Създаване на уеб сайт

В настоящия раздел ще бъдат дефинирани основните моменти свързани с изработката на уеб сайт с помощта на CMS JOOMLA.

2.4.1 Инсталиране на JOOMLA

За да започне създаването на уеб сайта и инсталирането на Joomla първо трябва да бъде закупен домейн (адрес на уеб сайта в интернет) и хостинг (мястото, където ще бъде качен нашия готов сайт). Това се случва много лесно чрез компаниите за доставка на такива услуги като Host Bulgaria⁸. Там директно може да се направи покупката и на двете услуги, като накрая получаваме електронна поща с необходимата информация за донастройване на различните услуги, които предлага закупуването на услугите от тях. В електронното писмо също получават и данните за достъп до C-Panel. C-Panel помага да администрираме нашият хостинг.

Какво е cPanel/WHM VPS?

⁹Cpanel е графичен уеб базиран контролен панел, който помага бързо и лесно да управлява вашия уеб сайт и хостинг акаунт. cPanel дава пълен контрол на огромно количество функции и рационализиране на полезни процеси като:

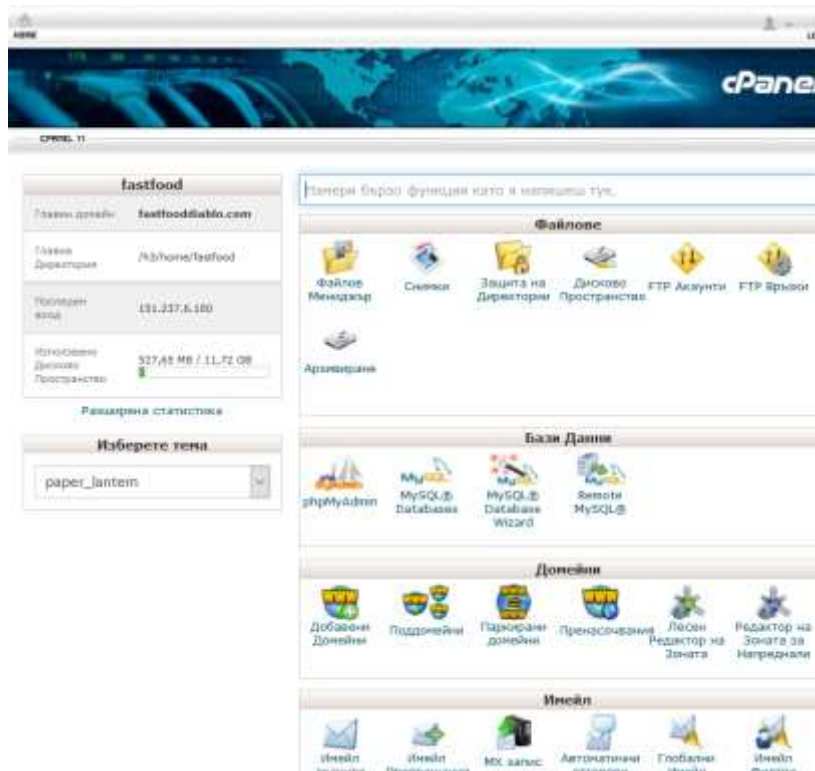
- Създаване на бази данни
- Управление на файловете на уеб сайта
- Настройка на e-mail акаунти и автоотговори

cPanel е един от най-популярните уеб хостинг контролни панели, който се използва от милиони уеб сайтове по целия свят. cPanel е създаден, за да се даде на собствениците на сървъра и на уеб сайта контрол върху функциите.

⁸ www.hostbulgaria.com - ХОСТИНГ И ДОМЕЙНИ ОТ ХОСТ БЪЛГАРИЯ

⁹ www.bgcode.com – Какво е cPanel и за какво служи?

Уеб Хост Мениджър (WHM) осигурява на хостинг доставчиците графичен интерфейс за управление на всеки акаунт на сървър. С WHM потребителят може да конфигурира пакет от услуги, внедри и контролира DNS и FTP конфигурация, акаунти, настройки за защита и др. VPS Optimized е версия на cPanel на разположение за ползване от клиенти, които купуват VPS лиценз. VPS обикновено имат RAM ограничения. VPS Optimized е проектиран единствено за монтаж на VPS. Той поддържа същата функционалност като cPanel, но е оптимизиран за лесна и успешна работа в рамките на ограниченията на средата VPS.



2.5 ¹⁰ Фигура. cPanel - Основен изглед

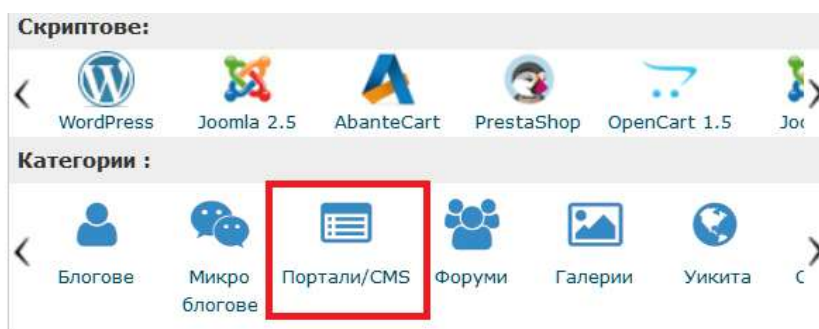
След запознаване с функциите на cPanel и за какво се използва може да се премине към инсталирането на CMS системата, на която сме се спрели в предишната точка, а именно на JOOMLA. С помощта на CP¹¹ и по-точно на неговата библиотека от приложения за автоматична инсталация „Softaculous“, предоставена ни от нашия доставчик, инсталацията на платформата за

¹⁰ www.s8.rlservers.com:2083 – cPanel на хостинга на бърза закуска „Диабло“

¹¹ cPanel*

управление на съдържание JOOMLA става изключително лесно и то само с няколко основни кликания.¹²

Първо трябва да се избере от главното меню на CP в секция на Softaculous иконата за инсталация на Портали и CMS.



2.6 Фигура. Влизане в системата за инсталиране на портали или CMS

На следващата страница, която се появява, трябва да се избере системата за управление на съдържанието, която да се инсталира, в случая тази на JOOMLA.



2.7 Фигура. Избор на платформа за инсталиране

Следващата стъпка, която се вижда, е информационната страница на Joomla. За да започне инсталацията, трябва да се натисне бутона "Install".

¹² www.icn.bg - Как да инсталирате Joomla чрез Softaculous?



2.8 Фигура. Информация относно JOOMLA и старт на инсталацията

На следващата стъпка ще трябва да се попълни детайлна информация относно инсталацията на Joomla. Важно е тези данни да са коректни и да се съхранят, тъй като загубата или некоректността им може да доведе до невъзможност за администриране на приложението. Например-да бъде забравено администраторското име или парола, което ще доведе от своя страна до невъзможност за влизане с администраторски права и съответно до прекратяване на работата по сайта.

[Инсталация](#) | [Преглед](#) | [Характеристики](#) | [Снимки](#) | [Дено](#) | [Оценки](#) | [Отзиви](#) | [Възврат](#)

Настройки за софтуер

Изберете версията, която искате да инсталирате.
 Моля изберете версията за инсталиране:

Избери протокол
 Ако използвате мрежа SSL, моля изберете HTTPS протокол:

Избери домейн
 Моля изберете домейна, за да инсталирате софтуера:

В директория
 Директория е по отношение на вашия домейн и не трябва да съществува. Например за да инсталирате на адрес http://mydomain.org/ напишете #/#. За да инсталирате на адрес http://mydomain/ оставете празно.

Site Settings

Site Name:


Site Description:

Database Settings

Report Sample Data:

Admin Account

Admin Username:

Admin Password: 

Real Name:

Admin Email:

Choose Language

Select Language:

Advanced Options

[Инсталация](#)

2.9 Фигура. Настройване на JOOMLA

- В полето „Choose the version you want to install“ може да се избере версията на Joomla , която желаем да бъде инсталирана.

*Препоръчвам винаги да се инсталираме най-актуалната версия на всяка една CMS система, както и старите да се обновяват при излизане на нова

версия, тъй като това води до по-добра сигурност и надеждност на нашия уебсайт.

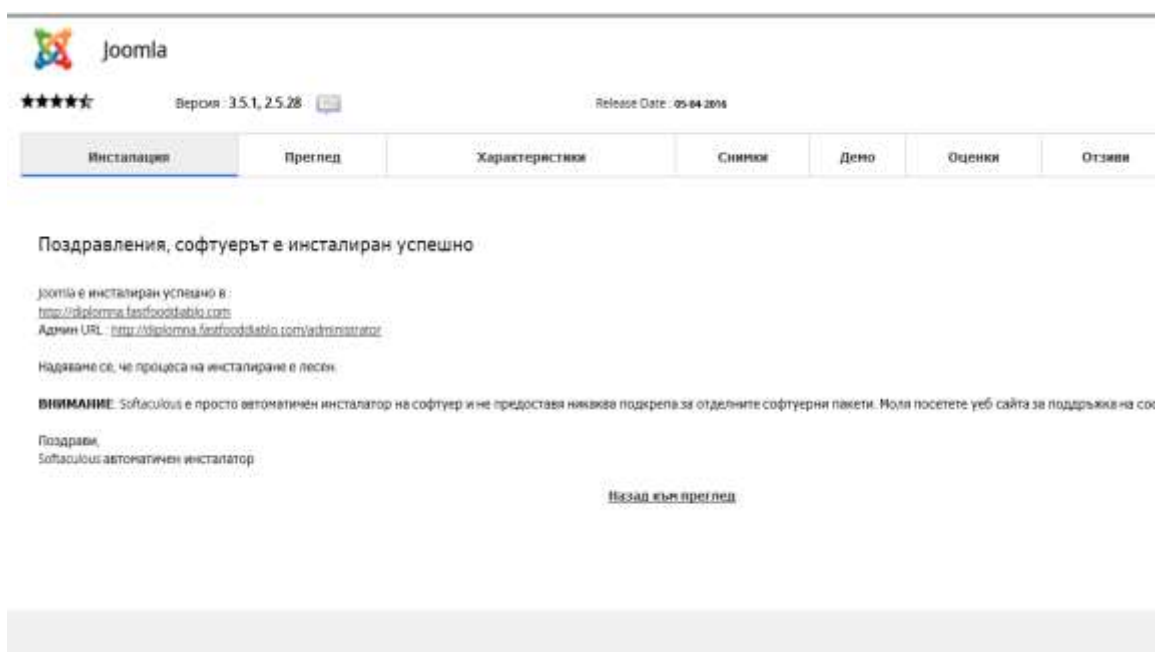
- От полето „Choose protocol“ – може да се избира какъв протокол да използва сайтът за достъп в случай, че трябва да бъде закупен в последствие SSL сертификат. В такъв случай е необходимо да се избере „https://“. Ако не е необходимо да се инсталира SSL сертификат трябва да изберем стандартният протокол „http://“.
- Полето „Choose Domain“ – може да се избере домейнът, на който да се инсталира системата.
- От полето „ In Directory“¹³ – може да се избира директорията, в която ще бъде инсталиран сайтът. Полето се оставя празно, ако не желаем да инсталираме JOOMLA в поддиректория, а в главната на хостинга.
- В полето „Site Name“ се въвежда името на нашия сайт. В случая името ще бъде „Бърза закуска Дябло- гр. Перник“.
- В полето „Site Description“ се въвежда кратко описание на нашия сайт, представяне на фирмата и на сайта пред нашата аудитория.
- В полето „Table prefix“ – се избира каква представка да се поставя в имената на таблиците в базата данни.
- От полето „Import Sample Data“ може да се избере една от две опции, дали помощникът да напълни бъдещия ни сайт с примерни данни снимки и текст, или да не го прави
- Полетата „Admin Username и Admin Password“ са едни от най-важните в инсталацията, както е отразено и в трета глава на дипломната работа. В тях се попълва администраторското име и парола. Те са необходими, за да може на следващ етап да бъдат нанесени корекции по бъдещия ни сайт.
- В полето „Real Name“ се нанася истинското име на администратора

¹³ *За основен домейн се препоръчва инсталацията да бъде направена в „public_html“. Различна от стандартната конфигурация би могла да доведе до нарушаване на работата на сайта при обновяване на система, плъгини или на темата.

- В полето „Admin email” се въвежда реална електронна поща, на която ще получаваме както информация от системата за достъпни обновления по платформата ,така и писма от нашите бъдещи потребители.
- От „Advanced Options“ може да се избира името на базата данни, която ще бъде създадена за работата на JOOMLA. Може да бъдат зададени автоматични правения на резервни копия на нашата система с цел да не загуби ценна информация. Аз лично не използвам тази вградена функция на системата, а „Akeeba backup“ добавка към JOOMLA, която е много по-удобна и лесна за употреба.
- От полето „Select Language“ се избира на какъв език да бъде инсталирана система за управление на съдържанието.

С това първоначалните настройки по инсталацията са готови и може да се пристъпи към инсталиране от бутона „Install“.

При успешно завършване на инсталацията ще се появи следния екран.



2.10 Фигура. Успешно инсталирана JOOMLA

На този екран се вижда какви са URL адресите на нашия сайт, както и на толкова важния административен адрес , от който може да се добавя съдържание към сайта.

2.4.2 Избор и редакция на темплейт

След като вече е инсталирана платформата идва, ред на това да се избере темплейт, върху който да се работи и да се изгради нашият сайт. В интернет пространството има много голям избор от темплейти за JOOMLA. Повечето от тях са напълно безплатни и или частично платени. Като повечето от основните характеристики на темплейта са безплатни , а платени остават някои така наречени екстри.

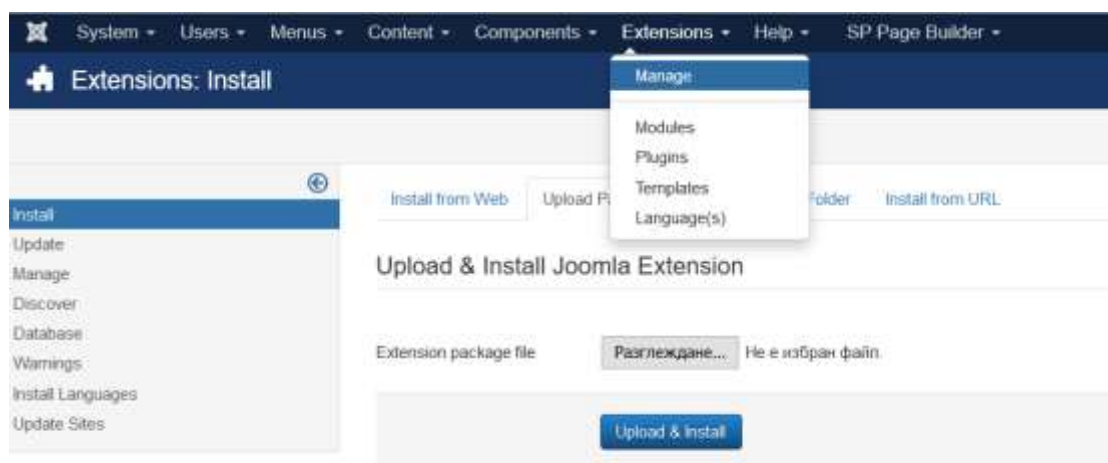
При избора на темплейт ще се ръководя от задачата, поставена в началото на дипломната работа. Темплейта, който избира, трябва да бъде с някои функционалности повече от своите конкуренти, например да бъде доста динамичен и с възможност да се интегрира система за онлайн поръчки (кошница за пазаруване). След дълго търсене на подходящ вариант за изпълнението на задачата реших да се доверя на един темплейт, който има повече от 2 084 584¹⁴ към февруари 2016 потребители и се увеличават със всеки изминал месец, а това е именно T3 – Framework. Този темплейт може да изпълни всички изисквания към сайта на фирмата. T3 е един от първите темплейти, който е напълно адаптивен. Сайт изграден с него, може сам да разпознава размера на екрана на потребителя и да адаптира различните компоненти (контейнери) според предварително зададен шаблон. Има вградени шаблони за: Wide, Normal, XTablet, Tablet и Mobile екрани. T3 е темплейт тип рамка, която е написана с HTML 5 код, който осигурява качество на визуализация и богата съвместимост с различни браузъри. Рамката на T3 не само изглежда добре, но е и изключително приспособима рамка, особено когато става въпрос за оформяне и персонализиране на базата на визуална конфигурация на контейнерите със съдържание. Заедно с него ще бъде използвана една добавка за JOOMLA, наречена J2 Store¹⁵. С нейна помощ ще се организира поръчването на продукти от сайта. Тази приставка е изключително удобна за такъв тип сайтове, някои от предимствата и са, че превръща статиите ,които създаваме в J2 Store директно в

¹⁴www.t3-framework.org - Explore the best Joomla Framework – Разгледайте най-добия темплейт за JOOMLA

¹⁵www.j2store.org – Направи си онлайн магазин, бързо и лесно

продукти за продаване. Предлага управление на продаваните количества, бързо и лесно може да се дават отстъпки върху определени продукти и др.

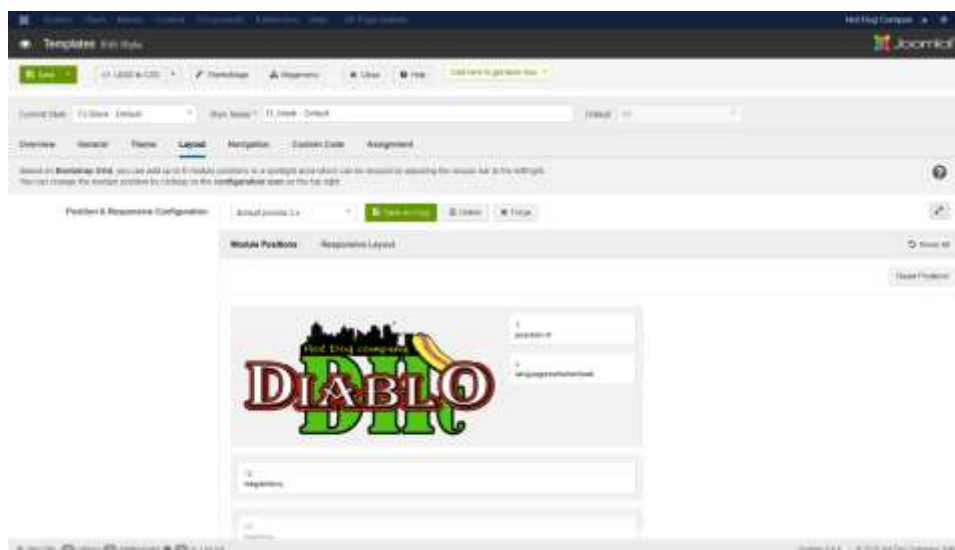
Първото, което трябва да се направи е да се свали темплейта от официалния сайт на компания производител¹², както и приставката която ще позволи на потребителите да пазаруват от сайта. След което се влиза в администраторския акаунт на нашия сайт, и се отива от администраторския панел в Extensions > Manage. В появилия се нов прозорец кликва на Upload Package. Това отвежда до страницата, от която може да се инсталират различни добавки към JOOMLA, включително и самите темплейти, които ще се ползват. От бутона „Разглеждане“ се избира пакетът, който да се инсталира, в нашия случай първо се избира вече сваленият файл на темплейта от нашия компютър и се натиска бутона „Upload & Install“. След приключване на процедурата по качване на пакета и инсталиране ще се появи прозорец за потвърждение на извършените действия. Процедурата се повтаря и за кошницата за пазаруване.



2.11 Фигура. Инсталиране на добавки в JOOMLA

Инсталираният темплейт все още не е видим, както за нас, така и за нашите потребители. За да се види трябва да го активираме от менюто “Templates” , намиращо се в главния прозорец на Joomla. След като бъде активиран и се кликне върху темплейта , ще се зареди екран с възможни настройки. ТЗ разполага със собствено меню за администриране, което е изпълнено с множество функционалности. Те помагат с малко познания по

програмиране и писане на код да бъде оптимизиран нашият темплейт според вкусовете ни. Някои от нещата, които могат да бъдат направени, ще изброя по - долу:



2.12 Фигура. Контролен панел на T3 Framework

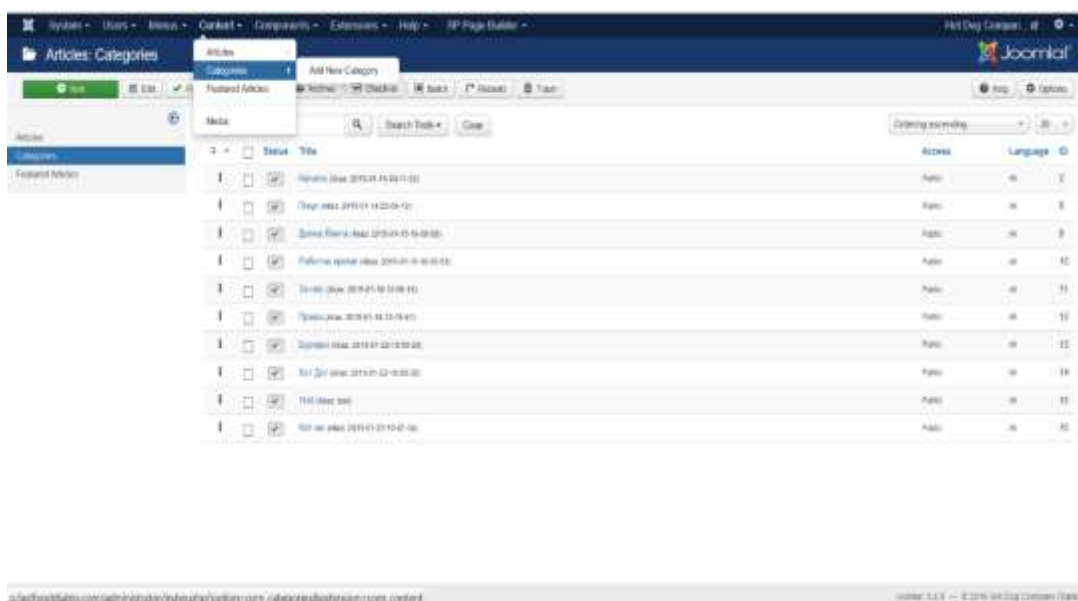
Първото и основно е да бъде заредено логото на компанията за да се вижда на сайта. На същата страница има и възможности както да бъде избран какъв тип да е логото, дали да е текст и снимка или само текст. Има възможност да се напише и малко послание към него , което се появява в някои обстоятелства, като например като се мине с мишката върху него. От това поле може да се задава начина на подреждане на контейнерите със съдържание тяхното наименование и големина. За всеки размер на екрана на потребителя може да се задава различно местоположение на контейнерите. В друго подменю на контролния панел на темплейта, може да настройват различни ефекти , например: каква анимация да се използва при отваряне на подменюта и менюта, какъв да е стилът на главното меню, колко време да продължават анимациите. Можем да бъде вкаран и собствен код в темплейта, за да бъдат удовлетворени някои наши желания. Друга основна характерна черта за този темплейт е възможността да бъдат редактирани визуалните му характеристики в реално време от бутона “Theme Magic”. Кликвайки на него, в лявата му част се отваря прозорец, на който се изобразяват различните настройки за персонализиране, а в дясната – самият сайт и промените, които се нанасят в реално време.

2.4.3 Създаване на съдържание, персонализиране и активиране на J2 Store

След като е инсталиран и активиран темплейта трябва да започне запълването на сайта със съдържание. Основните стъпки от персонализирането ще опиша по-подробно, например: как се създава меню на сайта и как да се добавят статии(артикули) към него, както и някои по-специфични промени по самия темплейт, и по точно във неговия код.

За да има пълноценен сайт трябва да има и пълноценно съдържание. Съдържанието в JOOMLA ще се нарича статии. Основно нещо, което трябва да се знае при създаване на статии е това ,че трябва да сме изключително наясно какво ще създаваме и статиите да бъдат организирани с помощта на категории. Препоръчително е всеки различен тип статия да бъде отделен в отделна категория, заедно с другите статии от този тип. Например, за изпълнението на задачата на дипломната работа ще бъде създадена отделна категория за всеки различен артикул(пици, бургери, грил и т.н.)

Без статии няма да има сайт, следователно трябва да бъдат създадени няколко. Създаването на статия е лесно с JOOMLA. Преди да бъде създадена самата статия, както е написано по-горе в трета глава, ще бъдат създадени отделни категории. Това става от главното меню, където отиваме в „Content>Categories“.



2.13 Фигура. Редактиране на категория

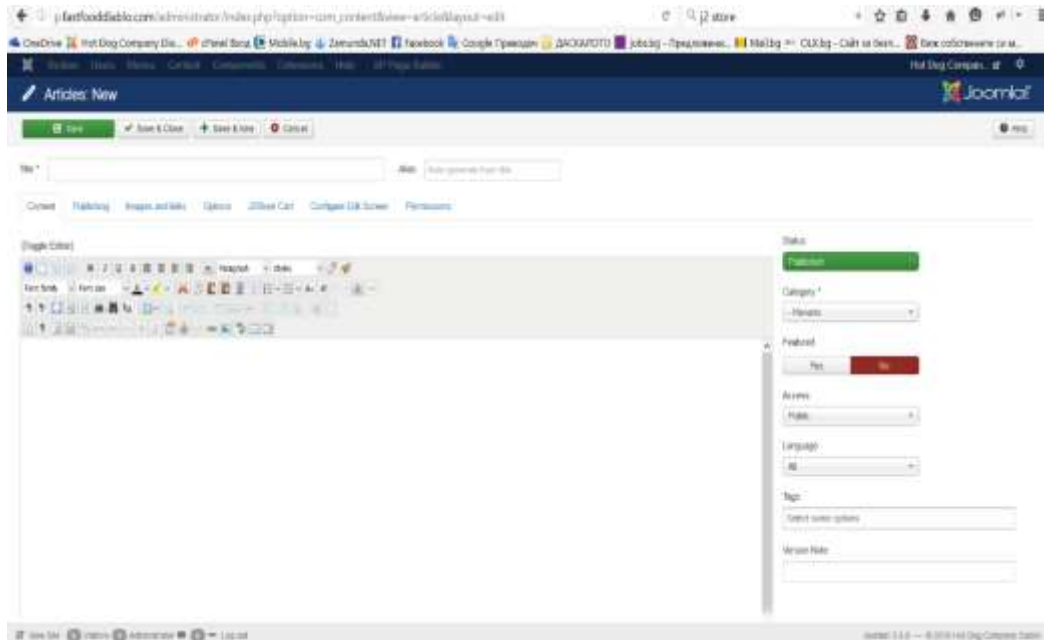
В отворилата се страница може да се добавят нови категории, както и да бъдат редактирани вече създадени такива. За да бъде добавена нова категория се натиска бутона „New“, който ни зарежда страницата за създаване на категория. В нея освен заглавието на категорията имаме и някои други възможности:

- Може да се добавя родителска категория, т.е. да се направи новата категория под-категория на някоя друга.
- Може да се определи за кой да бъде видима тази категория, дали само за регистрирани потребители, или за всички, които разглеждат сайта ни. Може да бъде разрешено само някои типове потребители да я виждат, например само супер-потребителите.
- Можем да се бъде избрано за кой език се отнася категорията (ако имаме няколко).
- Можем да се добавят бележки към статията, както и да се пише коя версия подред е тя, ако има различни версии на една и съща категория.
- Можем да се добавят авторски права:
 - От кого е написана статия
 - На коя дата е написана
 - На коя дата е променяна
- Можем да се добавят и за всяка категория отделни ключови думи и описание за всяка категория, с което да се допринесе за оптимизацията на сайта спрямо роботите на търсачките като „GOOGLE“
- Всяка категория може да бъде редактирана от различни потребители, като за да може да се контролира, кой редактира и създава, всяка категория има опции кои потребители какво могат да правят. Например: да могат да изтриват съдържание ще

направим да могат само администраторите; да редактират само авторите и т.н.

- Всяка категория може да има и собствена снимка.

След като са създадени вече необходимите ни категории е време да създадем статия.



2.14 Фигура. Създаване на статия

Създаването на статия става по идентичен начин със създаването на категория, като визуално страниците са почти еднакви. Само при създаването на статия имаме повече опции, дори и да бъде зададена цена на продукта.

За да започнем, първо се отива в менюто за създаване на статия „Content>Article“. От там се натиска бутона „NEW“. В отворения се прозорец освен заглавието на статията и псевдонима и, в различни табове имаме и различни опции за настройване:

- В първия таб може да се добавя самото съдържание на статията
 - Да се определи към коя категория принадлежи статията
 - Дали е на фокус спрямо другите
 - Какъв да бъде достъпа до нея, според потребителите, т.е. дали да се вижда от всеки, който влиза на сайта или да е видима само за определени потребители.

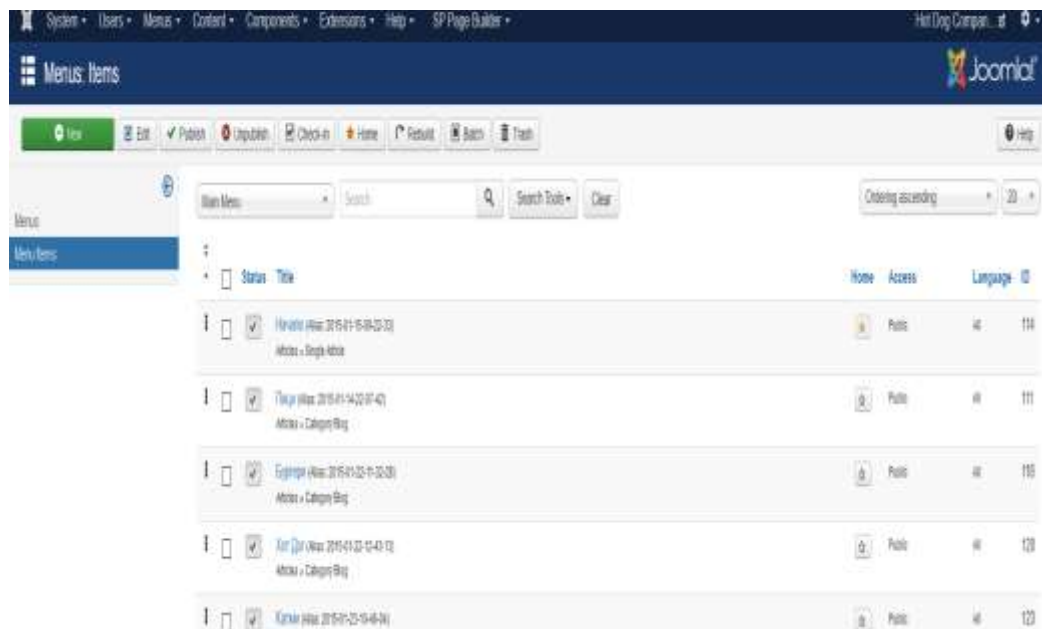
- За кой език се отнася статията.
- Във втория таб, както и при категориите, може да се задават настройки относно публикуването на статията в сайта
 - Кога да започне да се публикува
 - Кога да се свали от публикация(опционално)
 - Кога е направена
 - От кого е направена
 - От кого модифицирана и кога
 - Когато статията се редактира в този таб, може да се види колко пъти е преглеждана от потребителите
 - Може да се въведат отделни ключови думи и описание специално за тази статия. Препоръчително е ключовите думи навсякъде да са едни и същи за да може по лесно сайта да се изкачи в ранглистата на търсещите машини, което да доведе до по-добра оптимизация.
- В третия таб може да се добавят снимки и хипер връзки към статията
 - Тук възможностите са да бъде зададена само снимка, която да е нещо като предшестваща на цялата статия, като когато потребител кликне на нея, тя да препраща към статията и вече голямата снимка.
 - Можем да се задават хипер връзки на статия към други страници на сайта.
- В четвъртия таб са опциите на статията, които се отнасят до това как визуално да изглежда тя, какви подробности да изкарва на екран:
 - Дали да се вижда заглавието на статията
 - Дали да се виждат линковете към другите страници или не
 - Дали да се показва предшестващ текст
 - Къде да се позиционира инфото на статията.
 - Дали да се вижда от коя категория е статията.
 - Дали да се вижда от кой и кога е написана статията
 - и много др.

- Петият таб е и най-важният таб за целта на дипломната работа. С негова помощ ще бъдат направени статиите продукти за продаване и съответно ще може да се продава чрез сайта. Този таб е табът на J2Store – добавката, която е инсталирана заедно със темплейта, за да може да се организират онлайн продажбите на компанията. В този таб ще може да:
 - Да се включваме или изключваме добавката за тази статия/продукт.
 - Да се добавя цена на продукта
 - Да се добавя промоционална цена на продукта.
 - Да се добавя дали да се добавят такси автоматично.
 - Можем¹⁶ да се добавят различни модификатори към продукта, за целта на проекта ще се добавят различни продукти, които клиентите могат да си добавят към даден артикул.
 - Можем да се добавят снимки към статия, които ще се виждат ако бъде използван модула на J2Store като елемент на меню.
- Шестият таб можем да показва и скрива информация за статията като например дали да се показват опциите за редактиране и кой е авторът.
- В последния седми таб отново, както и при създаването на категории, имаме възможност да се определи кой потребител какви права има върху статията, дали може да я изтрива или редактира.

Един сайт не може без навигационна лента или за по кратко-меню. В JOOMLA добавянето на меню става изключително лесно както всичко, само с няколко кликания. Трябва да се знае, че можем да се добавя не само едно меню, а няколко според, зависимост от нуждите ни. Например, ако ни е необходимо да имаме меню на два различни езика.

За създаването на ново меню или за да се добавят елементи към съществуващото вече, се отива от главния прозорец в „Menu > Manage“.

¹⁶ Виж Приложение 2



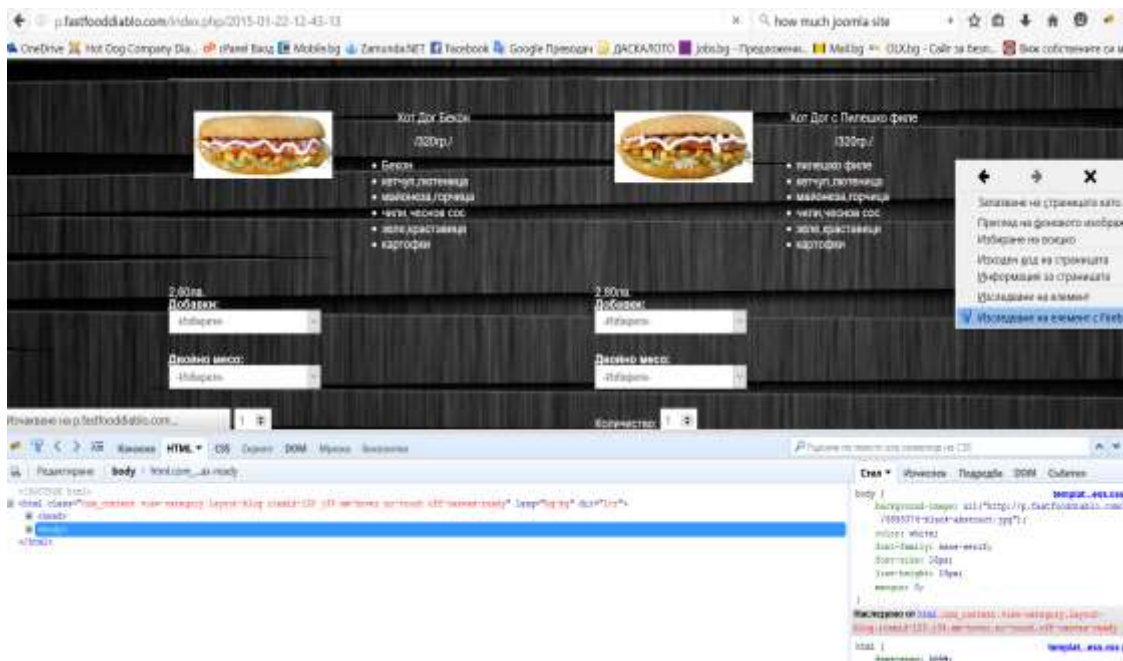
2.15 Фигура. Редактиране на менюта

В появилия се прозорец можем да се добавя както ново меню, така и елементи на вече съществуващо. Може да се редактират старите елементи, може да се подрежда тяхната последователност, да се изтриват някои елементи и да се избира главния елемент на менюто, т.е. страницата на която да се зарежда сайтът при първо стартиране от даден потребител. За да се добави елемент, се избира бутона „New“, след което се зарежда страница с някои настройки на новия елемент. От нея може да се избере от какъв тип е този елемент (Страница), какво да зарежда, дали единична статия или категория от статии. Може да бъде указано как да се зарежда тази страница, дали да бъде в нов прозорец на браузъра или в същия, с какъв стил да бъде. Ако елементът на менюто е като подменю на някой друг елемент може да се избере „Parent Item“, т.е. избира се на кой елемент е подчинен новият. Друга хубава функционалност при създаване на нови елементи в менюто или на създаване на какъвто и да било елемент(статия, категория или модул) в сайта е възможността да бъде зададено дали да се публикува веднага или да бъде запазено като чернова. Тази функционалност позволява гъвкавост при администрирането и правенето на промени по сайта, като бъдат запазени като чернова и в мига, в който са готови. В удобен за нас момент може да бъдат дадени елементите за публикуване, което прави промените за посетителите ни почти мигновени. В същия този прозорец за

редактиране на елементи на менюто можем от таба „Page Display“ можем да бъде добавено специфично заглавие на страницата, дали да се показва на сайта името на елемента.

След добавянето на всички статии(продукти), разделени коректно на категории и създаването на необходимите елементи на главното и второстепенно меню, според проектирането от втора глава на дипломната работа, сме готови може да се пристъпи към персонализирането на сайта. Тъй като ТЗ темплейта не поддържа фона на сайта да бъде сменен със снимка, а може да бъде само в различни цветове се налага да се промени кода на самият темплейт, за да бъде постигнат футуристичен ефект, какъвто би бил най-подходящ за целите на компанията.

За да може по-лесно да се намери необходимото правило в „css“ кода, за да бъде променен според нуждите ни, е необходимо да се използва инструмент за намиране на правилата, които отговарят за дадения елемент. Такъв инструмент е Fire Bug, който е безплатна добавка към браузъра Mozilla Firefox и може да бъде инсталиран от добавките на браузъра лесно и бързо. Следва зареждане на сайта ни в браузъра и след кликуване с десния бутон върху елемента, който ще се изследва, в нашия случай върху фона. В изскочилият прозорец избираме „Изследване с Firebug“.



2.16 Фигура. Изследване на елемент с Firebug

В появилия се прозорец, по-точно в дясната му част, се вижда кое е правилото, а текстът оцветен в синьо е файлът, в който се намира съответното правило. Задържайки мишката върху текста, може да се види и пътят до местоположението на файла. Файлове на темплейта и всички други файлове могат да се виждат, местят и редактират през сPanel-на нашия хостинг акаунт.

От главното меню на сPanel се избира файловият мениджър и в появилия се нов прозорец на браузър, се отива до местоположението на файла, което открихме по-горе. Навигацията във файловия мениджър на сPanel е много лесна и е подобна на тази в Windows. След откриването на съответния файл, се кликва с десния бутон върху него и се дава „Edit“, отваря се текстови редактор както този на Notepad. Намира се частта от кода, която ще бъде променена. В нашия случай е ето тази:

```
„body {  
background-color: #fff;  
color: #666;  
font-family: sans-serif;  
font-size: 14px;  
line-height: 20px;  
margin: 0;  
}“
```

Както се вижда от израза „background-color: #fff;“ за цвят на фона е зададен той да бъде статичен и да е с бял цвят. На мен това не ми допада и затова ще го направя малко по-симпатичен. За целта, ще използвам вместо статичен цвят, снимка. Снимката, която ще бъде използвана не може просто да се постави в текстовия редактор. За да може да се визуализира като фон на нашия сайт тя, трябва да е достъпна в интернет. Най-лесно може да се направи това, като се качи снимката в нашия хостинг и си запишем нейния адрес в интернет, който в следствие да бъде извикван за фон на сайта от правилото, което е модифицирано. Правилото се променя със следното:

```
„body {  
    background-image:url('http://p.fastfooddiablo.com/images/6895374-black-  
abstract.jpg');  
    color: white;  
    font-family: sans-serif;  
    font-size: 16px;  
    line-height: 15px;  
    margin: 0;}“
```

За проверка на направените промени, страницата се презарежда.

След така направените промени по сайта и неговото запълване със съдържание на 23.3.2016 година, той беше пуснат за тестова употреба от избрани клиенти и от служителите с цел да се проведе проучване относно работата с платформата, да се проучи нагласата на клиентите на заведенията и на това какъв ефект ще има подобна платформа върху работата на компанията.

2.5 Публикуване на сайта.

Както се разбра в първа глава на дипломанта работа има две основни неща без, които не може да имам сайт.

- Хостинг
- Домейн

За да може да се избере правилно нашия хостинг и домейн ще се запознаем с някои основни правила и функции, които трябва да има нашия хостинг и как да бъде избрано правилно името на сайта в интернет(Домейн).

Изборът на домейн¹⁷, е най-важната стъпка за стартирането на уеб сайт. Както при изработката на сайт и при избора на домейн има няколко правила при спазването, на които неминуемо ще доведе до изпълнение на целта:

- Домейнът трябва да носи или името на фирмата, или на продукта, който предлага и съответно е най-известна сред клиентите.

¹⁷ www.blog.icn.bg – Как да изберем домейн име

- Дължината на един домейн не трябва да е прекалено дълга с да не затруднява изписването му от потребителите. В много случаи сайтът има и собствен пощенски клиент. Даването на дълъг домейн ще затрудни доста бъдещата кореспонденцията с фирмата
- Много важен е и изборът на разширението на домейна(например „.com“). Всяко разширение има определено разширение и е желателно да се съобразим с него. Например:
 - .com – съкращението означава Commercial или в превод търговски/комерсиален. То е и едно от най разпространеното в света.
 - .net - съкращението означава Network
 - .org – съкращението означава Organization
 - .info – съкращението означава Information , подходящо за използване от информационно носещи сайтове.
 - .eu – съкращението означава Europa.
 - .bg – съкращението означава Bulgaria, официалния домейн на Република България.

Изборът на хостинг¹⁸ е също важен при създаването на сайт. Според това какви възможности ще има сайтът, се избира и типът на домейна, който ще бъде използван. Основните критерии, от които трябва да се водим при избора си са:

- Предоставяното пространство- мястото, където ще се разположи сайтът, важно е то да бъде по-голямо от необходимото ни първоначално, за да има място при последващото развитие и съответно увеличаване на размера на сайта.
- Месечен трафик – това означава колко данни в рамките на един месец могат да бъдат изпратени към и от сайта.

¹⁸ www.fx-team.info – Как да изберем хостинг?

- Брой паркирани домейни – те предоставят да се ползва един хостинг за няколко домейна.
- Брой безплатни домейни – ако се предлага
- Брой под домейни – възможност да се добавят имена към основния си домейн (например www.radomir.fastfooddiablo.com).
- Брой пощенски кутии – възможност на хостинга да се създават пощенски кутии за потребители, като тези кутии са свързани с фирмения домейн и техния брой е ограничен от типа на хостинг плана.
- Поддръжка на PHP и MySQL – това изискване е задължително ако искаме се иска да има динамичен сайт, тоест сайт написан с помощта на специални езици за програмиране като PHP.
- Какъв брой бази данни поддържа хостинга, като броя им зависи от това, колко сайта ще има качени на хостинга.
- Денонощна поддръжка- почти няма хостинг компания която да не предлага такава.
- Ежедневно архивиране на данните.
- Антивирусна защита и антиспам защита.
- Контролен панел за достъп например, като cPanel.

РЕЗУЛТАТИ И ИЗВОДИ ПО ВТОРА ГЛАВА

Във втора глава е избрана платформа за изпълнение на поставената задача и се запознахме подробно с нея. След това е инсталирана системата за управление и подготовката и за работа. След инсталирането е запълнен сайтът със съдържание. Променена е визията му с помощта на различни методи, включително и промяна на кода на самия темплейт. В края на втора глава е направено изследване какво е необходимо, за да бъде избрано подходящо име за сайта ни в интернет (домейн) и хостинг план.

След направеното проучване на критериите, важни за публикуването на сайта, се избра следният домейн за нашия сайт „www.fastfooddiablo.com“. Неговото име е взето от името на заведенията написано на английски език, защото се предполага, че сайта ще се посещава и от потребители, говорещи и четящи на различен език от българския, а самото име е най-разпространено сред клиентите на заведенията. Хостингът, който изпълнява всички изисквания, за изпълнението на задачата, е най-изгодно да бъде закупен от една от бързо развиващите компании в България Host Bulgaria¹⁹. Като за услугата, за една година, фирмата ще заплати само 4.40 лв. за месец. Разширението .com е избрано заради посланието което носи към потребителите(търговски сайт).

¹⁹ www.hostbulgaria.com – Host Bulgaria

ГЛАВА 3. ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ НАГЛАСИ И ПОТЕНЦИАЛНИЯ УСПЕХ НА САЙТА

3.1 Дефиниране на целта и методика на изследването

Извършеното проучване и изследване е реализирано по време на тестовия период на уеб платформата през април 2016 година. Целта на изследването е да покаже дали проектът е успешен за компания и какви са нагласите на потребителите спрямо интернет поръчването на храна. За целите на анализа са предложени анкетни карти на общо 10 клиенти и 15 служители, изразили своето мнение по поставените въпроси в анкетната карта.

Използвани са специални анкетни карти, ориентирани както към работата на сайта, така и към обслужването в заведенията, с цел да се извлече по голяма статистика относно самата нагласа на клиентите към произвежданите храни. Част от анкетните карти са раздадени на служителите на заведенията, за да оценят работата на платформата, а останалите на случайни клиенти.

- Темата на анкетните карти: „Бърза закуска „Диабло“ – обслужване, поръчки и интернет“.
- Предмет: Проучването е концентрирано към това да се разбере как се отразява наличието на уеб платформа на клиентите. Има ли промяна в начина на изпълнение на поръчките?
- Обект на проучването са както клиентите на заведението, така и неговите служители.
- Целта на изследването е да се разбере дали платформата ще бъде от полза за работата на самото заведение, за нейно улеснение. Дали благодарение на по-бързото приемане на поръчки от сайта ще може да се подобри бързината на издаване на поръчки.

3.1.1 Методика на изследването

Изследването е проведено с помощта на два типа анкетни карти. Единият тип е ориентиран към служителите на компанията, а другият към клиентите на заведенията. Анкетата за служители съдържа 5 въпроса с отворени и затворени въпроси, които имат за цел да:

- установят наличието на някакви нередности в платформата;
- дали платформата е достатъчно лесна за употреба
- да бъде подпомогнато развитието на платформата.

Анкетата за клиенти съдържа 10 въпроса, както отворени, така и затворени. Нейната основна цел е да запознае клиентите с възможните начини за поръчки. С информацията, която попълват клиентите, може да се направи анализ, даващ информация както за дейността на заведенията, така и за работата с платформата. Анкетата е изцяло анонимна както за клиентите, така и за служителите. Изследването е проведено по време на тестването на онлайн платформата, а именно в края на месец март и началото на месец април 2016 година (от 25.03.2016 г. до 20.04.2016 г.).

В следващите редове са предложени въпросите, които съдържа анкетата за служители:

1. Лесно ли се приемат поръчките от сайта за приготвяне и експедиция към клиента?
2. Ако трябва да оцените работата по обновяване на продукти и добавяне на нови в платформата, каква оценка бихте дали по десетобалната система?
3. Бихте ли препоръчали на приятели да използват платформата за поръчка, вместо да си поръчват на стационарния телефон?
4. Достатъчно ли са забележими топ продуктите?
5. Ориентирате ли се достатъчно бързо към администраторския профил и самото администриране на продуктите. (Моля отговорете по десетобалната система)?

В следващите редове са предложени въпросите, които съдържа анкетата за клиенти:

1. Колко често и по кое време пазарувате от бърза закуска „Диабло“?
2. Колко време отнема цялостното обслужване от вземането на поръчката Ви до вземането на покупката?
3. Разглеждали ли сте сайта на компанията и с каква цел?
4. Кой е любимият Ви продукт?
5. Ако трябва да оцените ефективността на платформата при поръчка, каква оценка бихте дали по десетобалната система ?
6. Бихте ли използвали пак онлайн поръчка?
7. Защо избрахте бърза закуска „Диабло“?
8. Как оценяване обслужването от нашите служители, по десетобалната система?
9. Спазва ли се уговореното време за изпълнение на поръчките приети през сайта?
10. Как бихте оценили удовлетвореността си от нашите услуги?
11. Бързо ли се поръчва през платформата?

Резултатите от анализа на получените данни са предложени в следващия раздел на настоящата глава.

3.2 Резултати от анкетното проучване

3.2.1. Резултати от анкетите на служителите

На въпроса: *„Лесно ли се приемат поръчките от сайта за приготвяне и експедиция към клиента?“* резултатите от анкетата са следните:

- Над 75% от служителите в различните заведения на фирмата отговарят на въпроса с „Да“. Като допълнителни впечатления от разговор с тях казват, че биха променили начина на достигане на поръчката към тях. Тоест да се промени сегашната технология на получаване на поръчките от системата във вид на писмо на електронната поща и да се проверява от служител за коректност на поръчката и след това да се подава към диспечерската програма за изпълнение. Според тях е по добре поръчката директно да се

получавана от диспечерите и да започва да се работи веднага(да се приготвя от кухнята и пакетира за доставка).

На въпроса: „Ако трябва да оцените работата по обновяване на продукти и добавяне на нови в платформата, каква оценка бихте дали по десетобалната система?“ резултатите са следните“

- Почти всички служители или повече от 90% от анкетирания споделят общо мнение, че работата по добавяне на нови продукти им харесва доста и това е благодарение най-вече на факта , че обработката на снимките на новия продукт се извършват автоматично от системата и се показват подобрени и изрязани в сайта.
- 10% от анкетирания споделят, че единствено не има харесва забавянето, което се получава на моменти при обновяване на продукти и по точно забавеното зареждане на сайта.

На въпроса: “Бихте ли препоръчали на приятели да използват платформата за поръчка, вместо да си поръчват на стационарния телефон?“ резултатите са:

- И тук както и на предишния въпрос, служителите отговарят положително, при допълнително устно запитване споделят, че биха препоръчали платформата най-вече, защото тя улеснява работата им и прави грешките при взимане на поръчката почти минимални.

На въпроса „Достатъчно ли са забележими топ продуктите?“ резултатите са следните:

- На този въпрос 25% от служителите отговарят, че им допада разположението на продуктите.
- Според останалите 75% от служителите е необходимо да се наблегне повече на топ предложенията, като според тях, тези предложения дори трябва да се поставят на първата страница и дори един вид да са задължителни за преглед, от посетителите.

На въпроса: *„Ориентирате ли се достатъчно бързо към администраторския профил и самото администриране на продуктите. (Моля отговорете по десетобалната система)?“* резултатите са следните:

- На този въпрос 60% от служителите отговарят положително на въпроса, като дават 5 или повече точки на системата.
- Останалите служители или са се въздържали от отговор или са поставили по-ниска оценка от 5.

3.2.2 Резултати от анкетите за клиенти

На въпроса: *„Колко често и по кое време пазарувате от бърза закуска „Диабло“?“* резултатите са:

- Резултатите показват, че 75% от анкетиранияте дават отговор „Б“, това ни дава представа, че резултатите от анкетата ще са реално на редовни клиенти на фирмата и тяхното мнение ще бъде коректив за развитието на отделните заведения.
- Останалите анкетирани отговарят с отговор “В“, което е коректив за това, че поне един път в седмицата заведението е алтернатива на храненето, за тези хора и предпочитано за разнообразно хранене спрямо ежедневното. При предаването на анкетата, анкетиранияте клиенти споделят, че най-много харесват да разнообразяват храненето си със семейна пица за вкъщи. Според тях поръчването на пица за вечеря е нещото, което кара цялото семейство да се събира и да разговарят помежду си.

На въпроса *„Колко време отнема цялостното обслужване, от вземането на поръчката Ви до вземането на покупката?“*, резултатите са:

- 43% от анкетиранияте дават отговор „Б“. този резултат от анкетата е малко разоравач за реномето на фирмата, защото масовото време за производство и издаване на поръчки е доста над тези 15 минути, това означава, че производството се забавя доста повече от очакваното и удовлетвореността на клиентите е ниска.

- Едва 20% от анкетиранияте дават отговор „А“.
- Останалите 37% споделят, че често поръчката им се бави повече от 15 минути и това води до раздразнение и нежелание за повторно идване за пазаруване от заведението. По техни думи единствената причина да идват пак е невероятният вкус на продуктите, който обаче по никакъв начин не оправдава забавянето на поръчките.

На въпроса *„Разглеждали ли сте сайта на компанията и с каква цел?“* резултатите са следните:

- Над 70% от анкетиранияте са отговорили на повече от един въпрос, като първо са отговорили с отговор „А“, а след това с отговор „Б“, което означава, че първоначално са посетили сайта от любопитство, какво предлага фирмата. След като ги грабва представянето на продуктите и тяхното визуално представяне чрез висококачествени снимки в голям размер решават да си поръчат и да опитат от изкушенията.
- 30% от анкетиранияте заявяват отговор „В“. Те не са преглеждали никога сайта на компанията, като на въпроса „Защо“ отговарят, че сега разбират за съществуването и непременно ще разгледат по-късно и дори ще поръчат от него при първа възможност за да могат да дадат актуално мнение за платформата.

На въпроса *„Кой е любимият Ви продукт?“* резултатите са следните:

- На този въпрос отговорите на клиентите са доста хаотични и не са конкретизирани. Всеки един анкетирания е дал различен отговор, което означава, че клиентите харесват всички продукти на заведенията и са доволни от вкусовите им качества.

На въпроса: *„Ако трябва да оцените ефективността на платформата при поръчка, каква оценка бихте дали по десетобалната система, може допишете и защо давате такава оценка в едно изречение?“* резултатите са следните:

- Повече от 80% от потребителите на платформата дават оценка над 8, което означава че са доволни от представянето и. В резултат на това може да се

каже, че клиентите са доволни от платформата. Повечето от тях в допълнителния си коментар изказват мнение, че харесват платформата, защото тя им спестява време при поръчка и задаването на излишни въпроси по време на поръчването, като къде да бъде доставена храната, на кой телефон и кога да се обади доставчика(когато е на адрес или малко по-рано).

- Останалите анкетирани дават също положителна оценка по десетобалната система, но не обосновават избора си. За нас това е положителна оценка и представянето на платформата се счита за успешно в тестовия си период.

На въпроса: *„Бихте ли използвали пак онлайн поръчка?“* резултатите са следните:

- Отговорите на този въпрос са 100% положителни за фирмата, като отговорили на въпроса са само тези които са използвали платформата, а клиентите които още не са я използвали са се въздържали от отговор на въпроса.

На въпроса: *„Защо избрахте бърза закуска „Диабло“?“* резултатите са следните:

- Почти всички анкетирани се обединяват около мнението, че избира да се възползват от храната предлагана в заведенията, защото е по-вкусна спрямо конкурентите си и е по-евтина.

На въпроса: *„Как оценявате обслужването от нашите служители, по десетобалната система и защо давате тази оценка?“*, резултатите са следните:

- 60% от анкетирани дават положителна оценка на служителите, които приемат поръчки. Определят ги като вежливи и спретнати.
- 25% от анкетирани не са отговорили на въпроса с цел да не навредят на някого с отговора си.
- 15% от клиентите не са доволни от обслужващия ги персонал. Като аргумент са приложили, че много често продавач-консултантите не знаят какво да отговорят на клиентите и не си познават продуктите на фирмата, което е пропуск в местното управление на отделните обекти.

На въпроса: „Спазва ли се уговореното време за изпълнение на поръчките приети през сайта?“ , резултатите са следните:

- Повечето от анкетираниите 80% споделят, че са доволни от доставката на храна и пак биха си поръчали от заведенията.
- 20% от анкетираниите не са доволни от представянето на доставчиците. Основен проблем за неспазването на времето за доставка се явява невъзможността да се изпълняват множеството поръчки, които се струпуват по едно и също време. Освен със забавяне на производството до недоволството на клиента се стига и заради засиления трафик в града по време на поръчването.

На въпроса „Бързо ли се поръчва през платформата?“ резултатите са следните:

- На този въпрос отново отговарят само клиентите , които са ползвали платформата за поръчки. 90% от тези клиенти са доволни от начина на вземане на поръчката, като дори споделят и впечатлението, че данните за доставката са доста точни и възможността за грешка е малка.
- 10% от анкетираниите не са доволни от времето, което отнема поръчването на храна от сайта.

3.2.3 Обобщение на резултатите от изследването

След детайлна обработка на проведените анкети сред служители и клиенти можем да се направят следните изводи:

- Повечето клиенти на заведенията са доволни от обслужването на персонала и биха пазарували. Някои от тях са недоволни от обслужването, защото са попадали на недобре обучен касиер или в час пик, когато кухнята на заведението е натоварена до крайна степен и поръчката се забавя неприемливо много.
- Тестваната платформа е високо оценена от клиентите и се приема положително от служителите въпреки, че има своите недостатъци.

Благодарение на анкетата тези недостатъци ще могат да бъдат отстранени преди официалното стартиране на платформата.

- Според направената анкета, времето за поръчка е намалено драстично благодарение на платформата и с удоволствие биха използвали платформата отново и отново.
- С помощта на платформата се наблюдава по-голямо запознаване на хората с продуктите на фирмата. Детайлните им снимки не оставят място за съмнение в продуктите.
- При стартирането на сайта трябва да се обърне внимание, освен на онлайн рекламата на сайта и на рекламата чрез брошури или организирането на игра, за тези които си поръчват от платформата.

3.3 Установени пропуски и слабости в резултат на проучване

Благодарение на направеното проучване на системата с помощта на анкетни карти са установени някои пропуски и слабости в системата, които ще изброя в няколко подточки:

- Има прекалено много детайли за попълване, при правенето на поръчка за първи път от сайта.
- Топ предложенията на заведенията са на недостатъчно видимо място за потребителите.
- Начинът на приемането на поръчките за изпълнение от служителите на заведенията трябва да се промени, то да става с помощта на вече интегрираната система за приемане на поръчките по телефона , а не чрез пощенска кутия, както сега.
- Трябва да се подобри рекламата на сайта в интернет. И сред клиентите с помощта на брошури.
- Трябва да се изброят по-детайлно отделните артикули с повече подробности, като съдържание и др.
- Да се наблегне на повече информираност относно кой стои зад рецептите и производството в заведенията.

РЕЗУЛТАТИ И ИЗВОДИ ПО ТРЕТА ГЛАВА

С помощта на извършеното изследване, реализирано по време на тестовия период, на уеб платформата се установи дали и до каква степен проекта е успешен за компанията и какви са нагласите на потребителската маса на компанията, спрямо поръчването на храна чрез интернет сайт.

Изследването се извърши с помощта на анкетни карти, които за по обективна оценка на платформата са попълнени, както от клиенти така и от служители на фирмата. По този начин платформата се оцени от два различни погледа, от една страна от хората, които работят с платформата и от друга страна- клиентите, които оценяват работата на целия екип, стоящ зад проекта чисто от потребителска гледна точка. След направения анализ на анкетите се получават, както доста позитивни отзиви, така и призови за промяна на някои елементи в платформата и начина и на работа. В няколко подточки може да се изброят най-общите резултати и изводи от изследването, които са както положителни, така и поучителни за бъдещото развитие на сайта:

- Трябва да се промени начина на обработване на поръчките след подаването им от платформата към изпълнение.
- Добавянето на нови продукти е лесно и разбираемо за повечето служители.
- Платформата намалява времето за приемане на поръчка и улеснява работата на служителите, намалява се вероятността от грешки при приемането на поръчка.
- Някои от топ предложенията на компанията не са достатъчно на фокус.
- Трябва да се улесни правенето на поръчка и намаляване на изискванията спрямо регистрацията на потребител за първи път в сайта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение може да се каже, че създаването и проектирането на уеб сайт не е лека задача и носи със себе си доста голяма отговорност. Основното и най-важното нещо при създаване на сайт е запознаването с изискванията на поръчителя за изгледа и съдържанието на платформата. Създаването на сайт се основава на няколко прости стъпки изброени във втора глава, като следването им задължително ще доведе до успех и изпълнение на крайната цел. Много важно при започването на един проект, е той да бъде добре структуриран от самото начало, а именно да се направи добро проектиране на платформата, да се извършат необходимите проучвания, както на целта, така и на необходимите средства за изработката на системата. След като проекта е готов е задължително той да бъде обсъден заедно с поръчителите, за да се избегнат бъдещи несъответствия във вижданията на поръчителя, от една страна и от друга на изпълнителите на проекта. Чак при одобрение се започва практическото изпълнение на задачата.

След като са извършени необходимите проучвания и консултации, относно правилното изпълнение на задачата за създаване на уеб сайт, избрах най-добрия и бърз вариант за неговото създаване. Използването на система за управление на съдържанието, е възможно най-лесният вариант за администриране на сайта и за неговата изработка, като дори и незапознати с уеб програмирането могат да обновяват информация за продуктите или дори и да добавят нови такива.

Спазването на изискванията към платформата се оказва не лека задача и за вградените възможности на темплейта, който избран да бъде използван. Поради това се наложи да се промени начина на визуализиране, на някои от елементите на сайта, като се поровим в кода на самия темплейт. Намирането на точния ред в правилото, което трябва да се промени се оказва лесна задача, с помощта на малка добавка към браузера наречена Firebug.

След въвеждането на целия материал, който трябва да съдържа платформата, тя е пусната в тестова употреба за избрани клиенти и служители.

Случайни потребители на сайта, попълниха анкетни карти, чиято цел е даде реална представа за положителните и отрицателните страни на сайта. Резултатите безспорно показват, че разработването на уеб сайта е верния ход по отношение на развитието на фирмената политика на верига за бързо хранене „Диабло“. Проектът ще бъде стартиран в ранната есен на 2016 година. Дотогава предстои изчистване на възникнали проблеми и корекции на пропуските, установени благодарение на направеното проучване. Дали проектът ще бъде успешен и търсен от потребителите – само времето ще покаже.

ЛИТЕРАТУРНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Калинова, А., Етапи при създаването на уебсайт, Общински детски комплекс-Пловдив, 2015
2. Наков С., Интернет програмиране с JAVA, Софийски университет “Св. Климент Охридски“, София, 2004
3. Рашидов, А., HTML, XHTML & CSS кодиране, Асеновци, 2014
4. С Г., Системи за управление на съдържанието, За Буквите, София, 2014
5. Якоб, Н., Уеб дизайн, СофтПрес, 2014.
6. Тодор, А. Сборник от теми за държавен изпит <<https://tprogramirane.alle.bg>> (15.05.2016)
7. Dr.Mauthe, A., Professional Content Management Systems: Handling Digital Media Assets, Професионални системи за управление на съдържанието <<https://books.google.bg> > (18.05.2016)
8. JOOMLA < <https://bg.wikipedia.org/wiki/Joomla!>> (10.05.2016)
9. Начини за направата на сайт <www.domakin.org> (12.05.2016)
8. Настройки на сайт в Joomla <<http://help.superhosting.bg/site-settings-in-joomla.html>> (28.04.2016)
10. Създай своя сайт с JOOMLA < <http://joomla.bg/>> (20.05.2016)
11. 10.Система управления сайтом CMS Joomla. Система за управление на сайтове CMS Joomla.< <http://www.cyberprog.ru/xarakteristiki-joomla.html>> (25.05.2016)
12. Create your Joomla online store fast & easy, Направи си своя онлайн Joomla магазин лесно и бързо < <https://www.j2store.org/>> (03.05.2016)

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

1.1 Някои от попълнените анкетни карти за клиенти в бърза закуска „Диабло“ – 13 броя

Анкета карта на тема: Бърза закуска „Диабло“ – обслужване, поръчки и интернет:№1

1. Колко често и по кое време пазарувате от бърза закуска „Диабло“?

- Всеки ден
- X Всяка седмица по 3-4 пъти.
- Един път в седмицата.
- Рядко 1-2 пъти месечно.

2. Колко време отнема цялостното обслужване, от вземането на поръчката Ви до вземането на покупката?

- До 5 мин.
- X До 15 мин.
- Повече от 15 мин.
- Толкова много , че забравям кога съм си поръчал.

3. Разглеждали ли сте сайта на компанията и с каква цел?

- Само да разгледам продуктите
- X За да разгледам продуктите и да си поръчам за вкъщи или за на място.
- Не съм разглеждал сайта.

4. Кой е любимият Ви продукт?

.....

5. Ако трябва да оцените ефективността на платформата при поръчка, каква оценка бихте дали по десетобалната система?

.....

6. Бихте ли използвали пак онлайн поръчка?

Да

- Не

7. Защо избрахте бърза закуска „Диабло“?

.....

8. Как оценяване обслужването от нашите служители, по десетобалната система, обоснове в едно изречение?

.....

9. Спазва ли се уговореното време за изпълнение на поръчките, приети през сайта?

Да

- Не

10. Бързо ли се поръчва през платформата?

Да, изключително бързо.

- Не, защото.....

Анкета карта на тема: Бърза закуска „Диабло“ – обслужване, поръчки и интернет:№2

1. Колко често и по кое време пазарувате от бърза закуска „Диабло“?

- Всеки ден

Всяка седмица по 3-4 пъти.

- Един път в седмицата.

- Рядко 1-2 пъти месечно.

2. Колко време отнема цялостното обслужване, от вземането на поръчката Ви до вземането на покупката?

- До 5 мин.

- До 15 мин.

- Повече от 15 мин.

X Толкова много , че забравям кога съм си поръчал.

3. Разглеждали ли сте сайта на компанията и с каква цел?

X Само да разгледам продуктите

- За да разгледам продуктите и да си поръчам за вкъщи или за на място.
- Не съм разглеждал сайта.

4. Кой е любимият Ви продукт?

.....

5. Ако трябва да оцените ефективността на платформата при поръчка, каква оценка бихте дали по десетобалната система?

.....

6. Бихте ли използвали пак онлайн поръчка?

X Да

- Не

7. Защо избрахте бърза закуска „Диабло“?

.....

8. Как оценяване обслужването от нашите служители, по десетобалната система, обоснове в едно изречение?

.....

9. Спазва ли се уговореното време за изпълнение на поръчките, приети през сайта?

- Да

X Не

10. Бързо ли се поръчва през платформата?

- Да, изключително бързо.

X Не, защото.....

Анкета карта на тема: Бърза закуска „Диабло“ – обслужване, поръчки и интернет:№3

1. Колко често и по кое време пазарувате от бърза закуска „Диабло“?

- Всеки ден
- X Всяка седмица по 3-4 пъти.
- Един път в седмицата.
- Рядко 1-2 пъти месечно.

2. Колко време отнема цялостното обслужване, от вземането на поръчката Ви до вземането на покупката?

- До 5 мин.
- X До 15 мин.
- Повече от 15 мин.
- Толкова много , че забравям кога съм си поръчал.

3. Разглеждали ли сте сайта на компанията и с каква цел?

- Само да разгледам продуктите
- X За да разгледам продуктите и да си поръчам за вкъщи или за на място.
- Не съм разглеждал сайта.

4. Кой е любимият Ви продукт?

.....

5. Ако трябва да оцените ефективността на платформата при поръчка, каква оценка бихте дали по десетобалната система?

.....

6. Бихте ли използвали пак онлайн поръчка?

X Да

- Не

7. Защо избрахте бърза закуска „Диабло“?

8. Как оценяване обслужването от нашите служители, по десетобалната система, обоснове в едно изречение?

9. Спазва ли се уговореното време за изпълнение на поръчките, приети през сайта?

- Да
- X Не

10. Бързо ли се поръчва през платформата?

- Да, изключително бързо.
- X Не, защото.....

1.2 Някои от попълнените анкетни карти за служителите в бърза закуска „Диабло“ – 3 броя

Анкета карта на тема: Бърза закуска „Диабло“ – обслужване, поръчки и интернет:№1

1. Лесно ли се приемат поръчките от сайта за приготвяне и експедиция към клиента?

- X Да
- Не

2. Ако трябва да оцените работата по обновяване на продукти и добавяне на нови в платформата, каква оценка бихте дали по десетобалната система, като обоснове отговора си с едно изречение?

3. Бихте ли препоръчали на приятели да използват платформата за поръчка, вместо да си поръчват на стационарния телефон?

X Да , защото.....

- Не
- Не намирам разлика.

4. Достатъчно ли са забележими топ продуктите?

- Да

X Не

5. Ориентирате ли се достатъчно бързо към администраторския профил и самото администриране на продуктите.(Моля отговорете по десетобалната система)

.....8.....

Анкета карта на тема: Бърза закуска „Диабло“ – обслужване, поръчки и интернет:№2

1.Лесно ли се приемат поръчките от сайта за приготвяне и експедиция към клиента?

X Да

- Не

2. Ако трябва да оцените работата по обновяване на продукти и добавяне на нови в платформата, каква оценка бихте дали по десетобалната система, като обоснове отговора си с едно изречение?

.....

3. Бихте ли препоръчали на приятели да използват платформата за поръчка, вместо да си поръчват на стационарния телефон?

X Да , защото.....

- Не
- Не намирам разлика.

4. Достатъчно ли са забележими топ продуктите?

- Да
- X Не

5. Ориентирате ли се достатъчно бързо към администраторския профил и самото администриране на продуктите.(Моля отговорете по десетобалната система)

.....8.....

Анкета карта на тема: Бърза закуска „Диабло“ – обслужване, поръчки и интернет:№3

1.Лесно ли се приемат поръчките от сайта за приготвяне и експедиция към клиента?

- Да
- X Не

2. Ако трябва да оцените работата по обновяване на продукти и добавяне на нови в платформата, каква оценка бихте дали по десетобалната система, като обосновеете отговора си с едно изречение?

.....

3. Бихте ли препоръчали на приятели да използват платформата за поръчка, вместо да си поръчват на стационарния телефон?

- Да , защото.....
- Не
- X Не намирам разлика.

4. Достатъчно ли са забележими топ продуктите?

- Да
- X Не

5. Ориентирате ли се достатъчно бързо към администраторския профил и самото администриране на продуктите.(Моля отговорете по десетобалната система)

.....8.....