

Usporedba sustava za upravljanje sadržajem u kontekstu integracije web trgovine

Jurak, Elena

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:200953>

Rights / Prava: [Attribution 3.0 Unported/Imenovanje 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-04-01**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Elena Jurak

**USPOREDBA SUSTAVA ZA
UPRAVLJANJE SADRŽAJEM U
KONTEKSTU INTEGRACIJE WEB
TRGOVINE**

DIPLOMSKI RAD

Varaždin, 2022.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Elena Jurak

Matični broj: 0016123514

Studij: *Ekonomika poduzetništva*

**USPOREDBA SUSTAVA ZA UPRAVLJANJE SADRŽAJEM U
KONTEKSTU INTEGRACIJE WEB TRGOVINE**

DIPLOMSKI RAD

Mentorica:

Izv. prof. dr. sc. Dijana Plantak Vukovac

Varaždin, rujan 2022.

Elena Jurak

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

Napretkom i stalnim ulaganjem u tehnologiju, danas živimo u dobu gdje su prisutna različita tehnološka rješenja kako bi olakšali poslove, skratili im vrijeme koje je potrebno za njihovo obavljanje, izbjegli monotoniju i na kraju dobili kvalitetnija rješenja. Sustav za upravljanje sadržajem (*engl. Content Management System*) CMS predstavlja suštinski dio gotovo svakog poslovanja. Svaka tvrtka bila ona mala ili velika, nudila proizvode ili usluge, treba imati web stranicu ili web trgovinu, kako bi došla do svih (potencijalnih) kupaca. Preko web trgovine kreira se sadržaj koji je namijenjen korisnicima i služi za privlačenje i zadržavanje klijenata, a samim time garantira porast prodaje i profit. Onaj glavni dio svakako je na korisniku CMS sustava, koji pomoću CMS alata kreira, uređuje, oblikuje različite sadržaje te ih prenosi do potencijalnih kupaca. Cilj rada je istražiti što je CMS, što su CMS alati i čemu služe, kako se koriste i što sve nude. U radu je analizirano i uspoređeno nekoliko CMS alata za izradu web trgovina, a to su: Wix, Shopify i WordPress. Analizirajući CMS i spomenute alate za izradu web trgovina, može se zaključiti kako CMS pomaže u oblikovanju i strukturiranju sadržaja, dok alati olakšavaju izradu web trgovina bez znanja kodiranja i pomažu u prodoru na tržište.

Ključne riječi: CMS, CMS alati, web trgovina, alati za izradu web trgovina

Sadržaj

Sadržaj	iii
1. Uvod.....	1
2. Uvod u CMS.....	3
2.1. Što je sadržaj i upravljanje sadržajem.....	4
2.2. Sustav za upravljanje sadržajem (CMS)	5
2.3. Različite vrste upravljanja sadržajem.....	6
2.4. Što CMS (ne) radi	8
3. Značenje CMS sustava u integraciji web trgovine	9
3.1. Što su web trgovine i njihova važnost u poslovanju	9
3.2. Sadržaj web trgovine.....	10
3.3. Kako i zašto izgraditi web trgovinu	12
4. Zakonodavni aspekti web trgovina	14
4.1. ISO certifikati	15
4.2. ISO 27001:2013 – Informacijska sigurnost.....	15
4.3. GDPR	16
5. Alati za izradu web trgovina.....	18
5.1. WordPress.....	18
5.1.1. Općenito.....	18
5.1.2. Mogućnosti	18
5.1.3. Funkcionalnosti.....	19
5.1.3.1. WordPress dodaci.....	20
5.1.3.2. Usporedba nekoliko dodataka za WordPress.....	21
5.1.3.3. Dodaci za web trgovinu	22
5.2. Wix.....	24
5.2.1. Općenito.....	24
5.2.2. Mogućnosti	24
5.2.3. Funkcionalnosti.....	25
5.2.4. Dodaci za web trgovinu	25
5.3. Shopify	26
5.3.1. Općenito.....	26
5.3.2. Mogućnosti	26
5.3.3. Funkcionalnosti.....	27
5.3.4. Dodaci za web trgovinu	28

5.4. Usporedba alata s obzirom na funkcionalnosti.....	30
5.4.1. WordPress i Shopify.....	30
5.4.2. WooCommerce i Shopify	31
5.4.3. Wix i Shopify.....	34
5.4.4. Wix i WordPress	35
6. Implementacija primjera web trgovine u odabranim alatima.....	37
6.1. Plan izrade web trgovine	37
6.2. Opis implementacije web trgovine	38
6.2.1. Implementacija u Wixu	38
6.2.2. Implementacija u Shopifyu	43
6.2.3. Implementacija u WordPressu	46
6.3. Usporedba implementacije	48
7. Zaključak.....	50
Popis literature	51
Popis slika	55
Popis tablica	56

1. Uvod

Temu diplomskog rada izabrala sam za vrijeme pandemije COVID-19. Svi smo svjedoci raznih promjena koje nam je pandemija nametnula. Imala je snažan utjecaj na poslovanje općenito. Mnoga poduzeća su se zatvorila, ali s druge strane utjecaj pandemije otvorio je mnoga vrata drugim poslovnim aktivnostima - pretežito Internet poslovanje doživjelo je procvat. Veliko porast poslovanja doživjeli su ne samo trgovci putem web trgovina, već i sami dizajneri i kreatori web trgovina i mnoga druga poduzeća koja se bave marketinškim aktivnostima. Zahvaljujući pandemiji i promjenama poslovanja, mnogi obrtnici i poljoprivrednici bili su na neki način prisiljeni izaći na tržište putem web trgovina i time poboljšati svoje poslovanje. Pandemija je spomenuta samo kao primjer, gdje možemo vidjeti važnost i porast web trgovina. Moje mišljenje je da CMS sustavi imaju veliku ulogu u izgradnji web stranica, odnosno web trgovina. CMS sustavi koje ću obraditi pretežito su besplatni ili jeftini što mnogim korisnicima pruža jednostavan, jeftin i brz način da izgrade web trgovinu i time postanu konkurentniji na tržištu nudeći svoje proizvode i usluge. U radu, ponajviše ću se osloniti i pokušati objasniti CMS odnosno sustave za upravljanje sadržajem i njihovu ulogu u poslovanju.

Autorica Sofia Hauschildt (2010.) kaže: „ CMS je skraćenica za sustav za upravljanje sadržajem. Općenito, to je primjena koja pomaže u stvaranju strukture web stranice i upravljanju njezinim sadržajem. Pod sadržajem podrazumijevamo sve vrste dokumenata kao što su stranice, slike, strukturirani podaci kao proizvodi ili korisnici.

Stephen Fraser (2002) objašnjava kako je sustav za upravljanje sadržajem sustav koji upravlja sadržajnim komponentama web stranice. Navodi kako je problem u višeznačnosti riječi sadržaj odnosno u djelokrugu sadržaja. Mnogo autora složiti će se da je sadržaj materijal koji se može podijeliti u dvije kategorije: informacije i aplikacije ili softveri. Pod informacije navodi informacije poput teksta i slike koje se mogu nalaziti na web stranici. Dok pod drugom kategorijom smatraju se aplikacije i softveri koji su smješteni na poslužiteljima web stranica i zapravo prikazuju informacije.

Oba autora na gotovi isti način objašnjavanju definiciju CMS-a. Fraser je u drugom dijelu samo bolje podijelio odnosno sistematizirao sadržaj u dvije skupine, dok se autorica Hauschildt u svojoj definiciji nije dotakla softvera. Smatram kako je važno u definiciju CMS-a svakako uključiti aplikacije/softvere jer su upravo oni zaslužni za uređivanje i upravljanje sadržajima.

Prema mišljenju autora Pagač A., Šimec A. i Tepeš Glubić L. (2017) zadaća CMS sustava je omogućiti lakše održavanje sadržaja na web stranicama i namijenjena je

korisnicima koji nemaju dovoljno znanja u području web tehnologija. Isto tako CMS sustavi pružaju mnogo mogućnosti što smanjuje vrijeme koje je potrebno za razvoj web stranica.

Osim što CMS sustavi pružaju lakše održavanje sadržaja, važno je staviti naglasak na upravljanje iskustvom kupaca. Autorica se dotakla ideje kako uspješna interakcija s kupcima bude rezultat digitalnog ulaganja, odnosno da je važno na koji način kupci doživljavaju sadržaj i pružiti im upravo onaj sadržaj koji kupci traže. (Barker D., 2016)

Sve gore navedeno ide u prilog CMS sustavima na način da se upravlja sadržajem lakše, jednostavnije i sa dobrim rezultatima. Uz mogućnost brojnih alata CMS sustavi definitivno imaju jako važnu ulogu u kreiranju i upravljanju web stranicama. Nadalje u radu nadovezat ću se na CMS sustave tako što ću objasniti njihovu ulogu u izgradnji web trgovina.

2. Uvod u CMS

Nakon uvoda i nekoliko definicija o tome što je CMS, valja se pozabaviti pitanjem zašto uopće postoji CMS odnosno što CMS nudi korisnicima.

Prema mišljenju autora ovog članka, Christopheru Lari (2021.) postoje pet razloga za korištenje sustava za upravljanje sadržajem. Prvi od razloga je taj što za korištenje sustava za upravljanje sadržajem nije potrebno znanje iz programiranja. Nakon razvitka web mjesta od strane stručnjaka za web dizajn, upravljanje sadržajem web mjesta vrlo je jednostavno. Sav web sadržaj poput teksta i slika vrlo jednostavno se može prenijeti na određene stranice i oblikovati. Druga prednost jest lak pristup i suradnja što znači da CMS sustavi pružaju mogućnost pristupa web stranici većem broju ljudi gdje svaki korisnik ima svoj račun i može dodavati, uređivati i ažurirati sadržaj web stranice izravno putem svog računala. CMS također pohranjuje sadržaj na jednom mjestu i nudi ga svima koji imaju pristup web stranici. CMS sustavi nude brojne alate u dodatke kao primjerice alate koji nude bolje rangiranje web stranice u glavnim tražilicama. Danas je također važna sigurnost web stranice odnosno zaštita web stranice od napada hakera. To se osobito odnosi na web trgovine i krađu osobnih podataka. I zadnji razlog navodi kako ulaganje u sustav za upravljanje sadržajem štedi vrijeme i novac gdje nema potrebe za oslanjanje na programere da izvrše neke promjene na web stranicama, već ih s lakoćom mogu izvršiti korisnici CMS sustava.

CMS je sustav za upravljanje sadržajem koji pomaže korisnicima i tvrtkama u upravljanju sadržajem. Osim upravljanja sadržajem CMS pruža mogućnosti poput upravljanja strukturom i izgledom web stranica. Omogućuje uređivanje sadržaja u bilo koje vrijeme. Neke od prednosti CMS-a svakako su i mogućnost da više osoba upravlja sadržajem kao i ne ograničava pristup sadržaju sa bilo kojeg računala koje naravno mora biti povezano s Internetom, pruža veći kapacitet za rast s uštedom vremena i novaca, poboljšana navigacija i dosljednost sadržaja. (Softwise)

Glavne funkcije CMS sustava su (Softwise):

- kreiranje sadržaja - korisnicima pruža kreiranje sadržaja bez znanja iz programiranja. Uz sadržaj pruža mogućnost i definiranja strukture stranice, gdje će se nalaziti koji dio sadržaja, kojim redom, što će biti s čim povezano.
- Upravljanje sadržajem - funkcija je CMS-a koja pruža mogućnost promjena od strane više korisnika, a isto tako pruža mogućnost pristupa samo određenom dijelu sadržaja, ovisno o tome tko je za što odgovoran i za koji dio ima dozvoljen pristup.

- Objava sadržaja – novi se sadržaj može objavljivati na web stranicama nakon njegovog spremanja u spremište podataka. Ovisno o dizajnu stranice određeno je objavljivanje sadržaja što omogućuje dosljednost i dobar standard izgleda
- Prezentacija sadržaja - CMS omogućava dodatne značajke za unaprjeđenje kvalitete stranica

Oba članka navode neke od prednosti CMS sustava, gdje se neke čak i preklapaju. Sa glavnim funkcijama CMS sustava možemo povezati prednosti koje on nudi.

2.1. Što je sadržaj i upravljanje sadržajem

Deane Barker (2016) u svojoj knjizi daje definiciju sadržaja: „Sadržaj je informacija proizvedena kroz proces uređivanja i u konačnici namijenjena ljudskoj potrošnji putem objavljivanja.“

Bob Boiko (2005) kaže: „Sadržaj je informacija koju označavamo podacima kako bi računalo moglo organizirati i sistematizirati njihovo prikupljanje, upravljanje i objavljivanje. Takav sustav, sustav za upravljanje sadržajem, uspješan je ako može primijeniti podatkovne metodologije bez umanjivanja interesa i značenja informacija prikupljenih putem.

Glavna razlika između upravljanja sadržajem i upravljanja bilo kojom drugom vrstom podataka jest da se sadržaj stvara drugačije i sadržaj se koristi drugačije. Sadržaj se stvara kroz proces uređivanja. Taj proces rade ljudi kako bi pripremili te informacije za publiku. Proces uređivanja uključuje aktivnosti poput: modeliranja, autorstva, uređivanja, pregledavanja, recenziranja, odobravanja, uspoređivanja i kontroliranja. Korištenjem istih informacija dvoje različitih urednika može dati potpuna različite članke odnosno sadržaje. Stvaranje sadržaja temelji se na mišljenjima ljudi koji kreiraju taj sadržaj. Postoji mogućnost da predmet sadržaja, ciljana publika za taj sadržaj, kut iz kojeg se gleda na sadržaj, duljina sadržaja i podržanost sadržaja od strane medija za svakog urednika sadržaja je drugačija. (Barker D., 2016).

Krajnji cilj sadržaja je njegovo korištenje i procjena od strane korisnika. Prema mišljenju Boika B. (2005) sadržaj ima vrijednost u budućnosti. Sadržaj se može koristiti godinama, ima vrijednost u budućnosti i pruža vrijednost organizaciji. Sadržaj je ulaganje u budućnost, a ne zapis prošlosti. Sadržaj prolazi kroz proces uređivanja te se objavljuje kako bi ga ljudi mogli koristiti.

Oba autora dajući značenje sadržaju i upravljanju sadržajem, slažu se kako je informacija općenit pojam, dok je sadržaj mnogo precizniji i uži pojam od informacije.

Sadržajem je potrebno upravljati i „prilagoditi“ ga za publiku. Nadovezujući se na dane definicije, idući odlomak također govori o važnosti sadržaja.

Bill Gates 1996. godine napisao je esej pod naslovom: „Sadržaj je kralj“ (*engl. Content is King*). U prvom dijelu govori kako bilo tko, tko ima pristup računalu, ukoliko je spojeno na Internet može stvoriti i objaviti neki sadržaj. Taj sadržaj može biti distribuiran diljem svijeta, po niskoj cijeni, bez obzira na veličinu publike.

Zatim dalje u članku spominje prelazak sa tiskanih medija primjerice znanstvenih članaka ili časopisa na online medije i smatra kako publika da bi željela prijeći na online medije, mora na neki način biti nagrađena. Nagrađena u obliku mogućnosti da se publici nudi sadržaj koji je ažuriran, koji se može istražiti, koji sadrži audio i video prikaze, a osim toga i priliku za osobni angažman što uvelike premašuje mogućnosti tiskanih časopisa (Evans H., 2017).

Ovaj članak dokazuje kako je sadržaj oduvijek važan, bilo da se radilo o sadržaju u novinama, nekom znanstvenom članku ili časopisu. Sadržaj je i dalje zadržao iznimnu važnost, ali je tražio i nove načine i oblike kako ga prenijeti do publike. Danas tiskani mediji polako se gase, ali im je pružena mogućnost preseliti se na druge kanale poput Interneta. Uz to publika osim tekstualnih sadržaja traži i nove oblike sadržaja poput slika, audio sadržaja i video sadržaja.

2.2. Sustav za upravljanje sadržajem (CMS)

Sustav za upravljanje sadržajem softverski je paket koji pruža određenu razinu automatizacije za zadatke potrebne za učinkovito upravljanje sadržajem (Barker D., 2016).

CMS je najčešće smješten na vanjskom poslužitelju. To je višekorisnički softver koji koristi i prezentira sadržaj koji je smješten na istom poslužitelju. Sadržaj može biti pohranjen na istom poslužitelju kao i softver ili zasebno na vlastitom poslužitelju ili lokalno kod korisnika. CMS omogućuje korisnicima stvaranje novog sadržaja ili uređivanje postojećeg. CMS taj sadržaj čini dostupnim raznim posjetiteljima web trgovine. (Barker D., 2016).

Disciplina koja se bavi upravljanjem sadržajem sadrži skup teorija, prihvaćenih obrazaca i najboljih praksa i to sve nadilazi svaki specifičan sustav u tom području. Može se reći kako je sustav za upravljanje sadržajem apstraktan i subjektivan. Sve ovisi o iskustvima koje imaju korisnici, preferencijama i potrebama koje promatrači imaju (Barker D., 2016).

To sve pokazuje kako ne postoji jedan način kako upravljati sadržajem, već sve ovisi za što je sadržaj namijenjen, tko su korisnici sadržaja, na koji način taj sadržaj vidi korisnik CMS sustava, kako ga želi prezentirati korisnicima sadržaja, ima puno mjesta za neko subjektivno viđenje i uređivanje.

2.3. Različite vrste upravljanja sadržajem

CMS pruža grafičko sučelje i nudi alate kojima se može stvarati, uređivati i objavljivati web sadržaj. CMS se sastoji od dva dijela (Amsler S., bez dat.):

- Aplikacije za upravljanje sadržajem (CMA, *engl. content management application*)
- Aplikacije za isporuku sadržaja (CDA, *engl. content delivery application*)

CMA je grafičko sučelje koje pruža mogućnost izrade, dizajna, izmjene i brisanja sadržaja, dok CDA omogućuje upravljanje i isporuku tog sadržaja nakon stvaranja sadržaja. Odnosno, CDA prikuplja sve promjene koje se izvršavaju na sadržaju i objavljuje ih na web mjesto kako bi bile dostupne korisnicima sadržaja. (Wilson G., 2018).

Postoje različite vrste upravljanja sadržajem:

- Upravljanje web sadržajem (WCM)
- Upravljanje sadržajem poduzeća (ECM)
- Upravljanje digitalnom imovinom (DAM)
- Upravljanje zapisima (RM)
- Upravljanje dokumentima (DM)

WCM (*engl. Web Content Management*) nastaje kao potreba poduzeća za organizacijom velike količine informacija koje se objavljuju na web stranicama pomoću jednostavnih i fleksibilnih instrumenata (Benevolo C. i Negry S., 2007).

ECM (*engl. Enterprise Content Management*) je upravljanje sadržajem koji nije namijenjen masovnoj isporuci kao WCM već može se reći kako je ECM upravljanje dokumentima poput životopisa zaposlenika (Barker D., 2016).

DAM (*engl. Digital Asset Managment*) je upravljanje imovinom kao što su slike, audio i video odnosno jednom riječju digitalnom imovinom (Barker D., 2016).

DM (*engl. Document management*) koristi se za upravljanje velikom količinom dokumenata u izvornom formatu, odnosno to je sustav koji pomaže sa upravljanjem i pohranjivanjem dokumenata (Benevolo C. i Negry S., 2007).

RM (*engl. Records Management*) koristi se za upravljanje informacijama koje su nastale transakcijskim putem, a nastale kao rezultat poslovnih aktivnosti poput prodaje, sklapanja ugovora itd. (Barker D., 2016).

Glavne funkcionalnosti		CM	WCM	DM	RM	ECM
Zbirka	Autorstvo	+	+	+		+
	Stjecanje	+	+	+	+	+
	Promjene	+		+	+	+
	Sakupljanje	+		+		+
	Usluge prikupljanja	+		+		+
Upravljanje	Spremište	+		+	+	+
	Administracija	+	+	+	+	+
	Tijek rada	+	+	+	+	+
Objavljanje	Sustav predložaka	+	+			+
	Usluge izdavanja		+	(+)	(+)	(+)
	Podrška web stranici	+	+			+
	Ostala medijska podrška	+				

Tablica 1. Usporedba između glavnih funkcionalnosti CMS-a (Benevolo C. i Negry S., 2007).

Tablica 1. prikazuje usporedbu glavnih funkcionalnosti CMS-a. Iz prikazanog možemo zaključiti kako je CMS jedini cjeloviti i sadrži sve funkcionalnosti. Usluge izdavanja DM, RM i ECM sustava označene su (+) jer nisu jezgra funkcionalnosti i ne nude se uvijek. Ako i postoje, nisu dobro razvijeni.

2.4. Što CMS (ne) radi

CMS omogućuje kontrolu nad sadržajem, na način da CMS zna tko ima dozvole za promijeniti, obrisati i vidjeti sadržaj, je li sadržaj u nacrtu, objavljen, arhiviran ili uklonjen, koliko je puta sadržaj mijenjan i kako su izgledale prijašnje verzije, utjecaj jednog sadržaja na drugi. Zatim CMS omogućuje pronalazak dijela sadržaja, grupiranje i povezivanje sadržaja te ponovnu upotrebu sadržaja (Barker D., 2016).

Dok s druge strane, iako jednostavno upravlja sadržajem, CMS ne stvara sadržaj. Ne piše članke ili postove na blogu. CMS ne može osigurati dobar sadržaj, ne može nikako uređivati sadržaj na način da ima smisla. Potrebno je izraditi marketinške planove. Čak i da se sadržaj dosljedno stvara i njime se dobro upravlja. CMS može učiniti lakše i učinkovitije planiranje, ali te planove potrebno je osmisliti i kreirati od strane kompetentnih ljudi. CMS ne može obaviti posao za koji je zadužen tim ljudi i razumjeti ciljano tržište, klijente i konkurente. Nijedan softver ne može zamijeniti dobru digitalnu marketinšku strategiju ili tim. Potrebno je učinkovito formatirati sadržaj (Barker D., 2016)

3. Značenje CMS sustava u integraciji web trgovine

Nakon uvodnog dijela teme i detaljnog objašnjenja CMS-a, vrijeme je da produbimo temu krenuvši od definiranja što su to uopće web trgovine i koja je njihova zadaća u poslovanju općenito, zatim kratka priča o uspjehu web trgovina i kako za uspješno poslovanje nije dovoljno samo dobro poznavanje CMS alata za izgradnju web trgovine, što sve web trgovina treba sadržavati odnosno od čega se sastoji i na kraju kako sagraditi web trgovinu.

3.1. Što su web trgovine i njihova važnost u poslovanju

Prema definiciji (Bloomenthal A., 2022) elektronička trgovina (*engl. eCommerce*) odnosi se na tvrtke i pojedince koji kupuju i prodaju robu i usluge putem interneta. E-trgovina djeluje u različitim vrstama tržišnih segmenata i može se provoditi preko računala, tableta pametnih telefona i drugih pametnih uređaja. Gotovo svaki zamislivi proizvod i usluga dostupni su putem transakcija e-trgovine, uključujući knjige, glazbu, avionske karte i financijske usluge poput ulaganja u dionice i internetskog bankarstva. Kao takva smatra se vrlo destruktivnom tehnologijom.

CMS i softveri za web trgovine popularni su zbog fleksibilnosti i jednostavnosti korištenja. Upotrebljivost je jedan od najvažnijih pokazatelja koliko je kvalitetna web stanica ili web trgovina (Ahmad, Ismail, Nurfarihin Abdullah, Mat Diah, 2021).

Prema ISO (International Organization for Standardization, Međunarodna organizacija za standardizaciju) 9241 upotrebljivost je definirana kao stupanj do kojeg korisnici mogu koristiti proizvod za postizanje ciljeva s učinkovitošću, djelotvornošću i zadovoljstvom u određenom kontekstu upotrebe. Upotrebljivost se može tumačiti u smislu performansi i zadovoljstva korisnika i naglašava da upotrebljivost ovisi o specifičnim okolnostima u kojima se koristi sustav, proizvod ili usluga (ISO 9241, 2018).

Prodaja putem e-trgovine nastavlja rasti i predviđanja su kako će udio e-trgovine u ukupnoj globalnoj maloprodaji 2023. godine dosegnuti 23%. Svatko tko želi biti uspješan u prodaji svojih proizvoda ili usluga trebao bi početi razmišljati o web trgovini (BigCommerce, bez dat.).

Još jedna definicija CMS-a govori: CMS je softver koji vlasnicima web trgovina omogućuje stvaranje, uređivanje i objavljivanje digitalnog sadržaja web stranica bez pisanja koda. Korisnicima također omogućuje izmjenu izgleda i dojma internetske trgovine, poput promjene u izgledu stranice proizvoda, dodavanja promotivnih natpisa ili brzog dodavanja novih odjeljaka web stranice za bolju promociju proizvoda (BigCommerce, bez dat.).

Platforma za e-trgovinu omogućuje upravljanje proizvodima i prodaju proizvoda izravno putem web stranice. Dvije glavne kategorije CMS softvera za e-trgovinu su: Saas CMS i otvoreni kod. Saas CMS je rješenje koje se temelji na oblaku za one e-trgovine koje ne zahtijevaju posebnog poslužitelja. Odnosno, plaća se pretplata i nije potrebno ništa preuzimati, ažurirati ili pohraniti jer se za sve to brine dobavljač softvera. Kao primjer SaaS CMS-a jest Shopify. S druge strane, kod platforma za e-trgovinu otvorenog koda, korisnici imaju potpunu kontrolu nad funkcionalnostima web stranice. Softver otvorenog koda može se besplatno preuzeti i često se samostalno smješta na web poslužitelj. Što znači da su administratori web trgovine zaduženi da pronađu hosting za svoje web mjesto za web trgovinu. Isto tako zaduženi su da instaliraju ažuriranja po potrebi i za održavanje poslužitelja (BigCommerce, bez dat.).

Autor Miller D. (2017) mišljenja je da riječi prodaju stvari. Ne izgled i dizajn stranice odnosno da koliko god novaca uložili i platili grafičare i dizajnere ne može se postići porast web trgovine. Vrlo je važno stvoriti komunikacijski kanal i snažnu priču jer oni prodaju proizvode. Priča koju poduzeće želi prenijeti publici mora biti jasna. Ispričao je zanimljivu priču na primjeru filma. U priči, publika mora uvijek znati tko je heroj i što on želi, koga heroj mora pobijediti da dobi što želi, što će biti popratna tragična stvar ukoliko heroj ne pobijedi i što će se dobrog dogoditi ukoliko heroj pobijedi. Ukoliko publika ne može odgovoriti na ta pitanja film će izgubiti milijune. Autor ovom pričom prenesenog značenja želi objasniti da kupci koji će kupovati proizvode ili usluge imaju pitanja i ukoliko ne mogu odgovoriti na ta pitanja, prijeći će na drugu marku. Poruka mora biti jasna ukoliko se želi prodati proizvod.

Iako ova priča pomalo odudara od srži teme rada, željela sam njome samo prikazati kako CMS bez obzira na sve funkcionalnosti i napredne alate, ne može napisati i razaznati što je dobar sadržaj, već je taj dio i dalje u rukama ljudi. Isto tako nakon definicija web trgovina, ovom pričom možemo vidjeti da web trgovine možda se jesu počele širiti zbog svoje popularnosti i niza prednosti koje nude, ali onaj najvažniji aspekt web trgovina i zašto podižu poslovanje na neku višu razinu svakako je ljudski faktor sa znanjem u tom području, i upravo ta važnost poslovanja očituje se u komunikaciji web trgovine sa kupcima jer na taj način se postiže uspjeh u poslovanju.

3.2. Sadržaj web trgovine

Web trgovina doživjela je svoj procvat i mnogo prije pandemije COVID-19. Zbog rasta web trgovina raste i konkurencija s kojom se tvrtke moraju suočiti. Prema članku iz jednog bloga, autor smatra prvom stvari koju je potrebno razmotriti kod web trgovine svakako je dizajn i razvitak web stranice za web trgovinu koja pruža jednostavno i intuitivno iskustvo kupnje kupcima (Domain.com, bez dat.).

Prvo je potrebno razumjeti kome je namijenjena prodaja proizvoda. Jer je prodaja glavni cilj zašto imamo web trgovinu, pa je logično, poznavanje kupaca usko vezana s prodajom. Nakon što znamo tko su i kakvi su kupci kojima želimo prodati proizvode potrebno je prema tome dalje kreirati i graditi web trgovinu. Web trgovine pružaju brojne mogućnosti u korištenju fotografija, slika i videozapisa. Oni će privući kupca jer je zanimljivije i jednostavnije pogledati video ili slike nego čitati mnogo teksta. Web trgovina ne pruža mogućnosti poput fizičke trgovine, pa je potrebno što bolje, sa što više detalja i potpuno prikazati proizvode. To se može pomoću kvalitetnih fotografija i videa. Dobro je i prikazati proizvode u upotrebi da ljudi na primjeru vide kako koristiti proizvod. Osim vizualnih elemenata proizvoda, potreban je i tekst sa opisom proizvoda i mogućnosti koje pozivaju na akciju, poput „kupi sada“, „dodaj u košaricu“. Vizualno je potrebno pomoću boje, dizajna i veličine prikazati proizvod kao najvažniji dio stranice, dok je poziv na akciju drugi po redu najvažniji i mora biti prikazan na način da se lako uoči. Na stranicama web trgovine bitna je jednostavnost, važne informacije prikazuju se na sredini kako bi odmah bile uočljive. Previše vizualnog nereda odvraća pažnju kupca. Recenzije su jako korisne, jer ne samo da na taj način drugi kupci pomažu uvjeriti potencijalne kupce da kupe proizvod, već daju povratnu informaciju i ideju što poboljšati i promijeniti (Domain.com, bez dat.)

Svaka web trgovina ima domenu. Ona ponekad može imati vrlo važnu ulogu. Kada se u nazivu domene primjerice pojavljuje riječ trgovina (*engl. Store*) odmah se može prepoznati da je to stranica za web trgovinu i da nešto prodaje. Cilj svake web trgovine definitivno je estetska dopadljivost i laka navigacija. Estetski dojam morao bi se uskladiti sa onim što se prodaje (Domain.com, bez dat.)

Primjerice, prodaje li se kozmetika za djecu, poželjno je da stranica bude nježnih i svijetlih tonova. Ukoliko je riječ o proizvodima poput vijaka, stranica može imati jače i tamnije tonove.

Jedna od vrlo važnih stavki web trgovina svakako je kupnja. Ukoliko želimo da ljudi kupuju, postupak naplate mora biti jednostavan. Što je dulji i kompliciraniji mnogo će potencijalnih kupaca napustiti web trgovinu i neće završiti kupnju. Dovoljna su tri koraka: osnovne informacije, adresa dostave i podaci o plaćanju. Zbog toga što kupci ostavljaju osjetljive podatke, potrebno je osigurati web stranicu. SSL (*engl. Secure Sockets Layer*) siguran je kanal preko kojeg se prenose podaci.

U fizičkoj trgovini postoje trgovci koji uslužuju i pomažu kupcima, pa je svakako važno kod web trgovina biti dostupan i odgovarati na pitanja kupcima. Za to je dobro imati stranicu kontaktirajte nas gdje budu jasni podaci o kontaktu, e-mail pošti, broj telefona i ono što nikako ne smijemo zaboraviti društvene mreže (Domain.com, bez dat.)

3.3. Kako i zašto izgraditi web trgovinu

Kako bi se proširila prodaja, logičan korak nakon izrade web stranice svakako je izrada web trgovine uz pomoć alata za izradu web trgovina. Današnji alati za izradu web trgovina moderni su i jednostavni za korištenje. Postoje unaprijed postavljeni predlošci gdje se u nekoliko jednostavnih koraka može dizajnirati i prilagoditi e-trgovina. Neke od značajka su upravljanje sadržajem, različite mogućnosti prilagodbe, izvješćivanja. Dostupne su besplatne ili s nižom cijenom opcije alata za izradu e-trgovina koji najčešće neće uključivati sve moćne ugrađene značajke ili dodatke. Jedna od glavnih značajki kod odabira web alata svakako je proračun. On sadrži svotu novaca koju je kupac spreman izdvojiti za e trgovinu. Većina alata plaća se na mjesečnoj ili godišnjoj razini. Često je pokretanje trgovine besplatno, međutim tu nisu uključene naprednije značajke. Zatim vrlo je važno odabrati predložak koji odgovara poslovanju, postoji li korisnička podrška, postoji li sustav za upravljanje sadržajem koji koristi blog, koji načini online plaćanja se nude, kolike su transakcijske naknade i mnoge druge (Ownr, bez dat.).

Kod odabira CMS platforme potrebno je odabrati onu koja omogućuje bolju prilagodnu. Isto tako danas su društveni mediji neodvojivi dio e-trgovine, pa je važno omogućiti prikazivanje gumba za trenutno dijeljenje na društvenim mrežama. Za male i srednje tvrtke pogodno je korištenje CMS platforma koje su jednostavne za korištenje kako bi vlasnici njima mogli sami upravljati. Niti jedan CMS nije savršen i potrebno ga je proširiti sa drugim alatima (SimiCart, 2022).

Danas na tržištu postoji mnogo različitih CMS platformi. Neke od značajka koje je svakako dobro proučiti kod odabira CMS platforme svakako su jednostavnost korištenja kako bi što lakše bilo stvarati i uređivati sadržaj. Na taj se način mogu lakše dodavati različiti elementi. Još jedna vrlo važna značajka kod odabira CMS platforme koju je potrebno uzeti u obzir svakako je lakoća u izmjeni sadržaja nakon objavljivanja. CMS platforma treba nuditi i mogućnost dizajna sa mnogo predložaka i jednostavnom prilagodbom tih predložaka. Zatim ponudu alata za jednostavan izvoz i premještanje podataka. Svaka CMS platforma nudi različite oblike proširenja i dodataka u obliku zasebnih softvera kako bi se proširile značajke CMS-a. CMS platforma također trebala bi nuditi mogućnost pomoći i podrške ukoliko korisnici imaju kakva pitanja. I kao zadnja stvar spominje se cijena. Neke CMS platforme su potpuno besplatne, dok se druge naplaćuju. Čak i uz besplatne, dodatne se značajke mogu naplaćivati. Neke od najpoznatijih CMS platformi su: Joomla, WordPress, Drupal, Wix, Shopify, Magento (Wpbeginner, 2022).

Neki od razloga zašto pokrenuti web trgovinu su (The Staff of Entrepreneur Media and Mintzer R., 2014) :

- Jeftino je – najjeftiniji način za pokretanje poslovanja svakako je web stranica.
- Smanjeni su troškovi izvršenja narudžbe – zaprimanje narudžba putem telefona je skupo, dok je najučinkovitije i najjeftinije zaprimanje narudžbi putem web trgovina, a svakako i brzo i najtočnije
- Katalog je uvijek aktualan – tiskani katalog nemoguće je promijeniti, ukoliko se želi promijeniti cijena ili nešto ispraviti najbolje rješenje je web trgovina. U nekoliko minuta se može ažurirati sve što je potrebno
- Nema više visokih troškova ispisa i slanja – informacije o proizvodima korisnici mogu preuzeti sa web stanice, marketinške napore bolje je usredotočiti na društvene medije, e-mail poštu ili online oglašavanje.
- Smanjeni troškovi osoblja – prilikom pokretanja web trgovine nije potrebno više od dvoje ljudi, kasnije kada poslovanje naraste, lako se pronađu slobodni suradnici (*engl. Freelanceri*) koji se angažiraju da riješe neki problem. Nema potrebe za stalnim zapošljavanjem.
- Nema ograničenja radnog vremena – web trgovina otvorena je 24/7
- Mogućnost izlaska na globalno tržište – web trgovina pruža mogućnost da svoje proizvode klijenti nude na svim tržištima, osim toga postoji i mogućnost praćenja web lokacija klijenata
- Manje posla sa dozvolama i zakonima od uobičajene fizičke trgovine – naravno da postoje zakoni kojih se treba držati, ali je svakako manje birokracije, pogotovo kod pokretanja poslovanja

Osim toga, Internet pruža mogućnost komunikacije, tj. klijenti mogu komentirati proizvode i usluge, postavljati pitanja, na brz i jednostavan način može se saznati što se publici sviđa.

Svi ovi razlozi govore u prilog web trgovine, bilo na strani kupaca ili klijenata.

4. Zakonodavni aspekti web trgovina

Osim tehničkih aspekti kod pokretanja web trgovine, vrlo važno je obuhvatiti i zakone i odredbe koji su vezani za web trgovinu. Neki od njih su zakon o zaštiti potrošača, zakon o elektroničkoj trgovini, zakon o trgovini, zakon o obveznim odnosima, zakon o fiskalizaciji... Prilikom pokretanja web trgovine potrebno je registrirati poslovnog subjekta i djelatnosti odnosno registracija obrta ili tvrtke u registar djelatnosti.

Zakon o trgovačkim društvima propisuje kako je potrebno na web stranici naznačiti podatke vezane uz naziv tvrtke, sjedište tvrtke, sud kod kojeg je tvrtka upisana u sudski registar, broj pod kojim je tvrtka upisana u sudski registar, iznos temeljnog kapitala i je li uplaćen u cijelosti, ukoliko je dioničko društvo potrebno je navesti ukupan broj izdanih dionica i njihov nominalni iznos, barem jedno ime člana uprave društva, tvrtku i sjedište institucije kod koje se drži račun i broj računa kao i OIB (osobni identifikacijski broj) tvrtke.

Osnovni zakoni vezani uz pokretanje web trgovine su sljedeći:

- Zakon o zaštiti potrošača
- Zakon o elektroničkoj trgovini
- Zakon o alternativnom rješavanju potrošačkih sporova
- Zakon o elektroničkim komunikacijama
- Zakon o obveznim odnosima
- Zakon o trgovini

Zakon o zaštiti potrošača sadrži obveze kojih se trgovac mora pridržavati u odnosu prema kupcu, gdje je najvažniji dio Zakona o zaštiti potrošača koji se odnosi na opće uvjete poslovanja - registraciju kupca, naručivanje, plaćanje, dostavu, preuzimanje, povrat ili reklamaciju i odgovornost za materijalne nedostatke. Zakon o elektroničkoj trgovini s druge strane sadrži regulative koje su vezane uz odgovornost davatelja usluga i pravila vezana uz sklapanje elektroničkog ugovora, odnosno propisi za isticanje cijena, dodatnih troškova prilikom dostave primjerice i narudžbe. Zakon o trgovini obvezuje trgovce da osiguraju skladišni prostor za robu koju nude. Zakon o zaštiti potrošača također definira točnost informacija, zabranu naplata skrivenih troškova, dodatne naknade, zabranu ponude dodatnih usluga u obliku automatski označenih polja.

Osim toga vrlo je važno spomenuti i zakon o fiskalizaciji gdje zakon o fiskalizaciji u prometu gotovinom uključuje plaćanje novčanicama i kovanicama, ali i plaćanje kreditnim karticama poput Visa i MasterCard pa dolazi do obveza fiskalizacije. Kod plaćanja pute

PayPal-a nije potrebno fiskalizirati račun jer se transakcija tretira kao plaćanje s transakcijskog računa (Virtualna tvornica, bez dat.).

4.1. ISO certifikati

Kako bi se održala dosljednost i kvaliteta na svjetskim tržištima ISO (*engl. International Organization for Standardization*) certifikatima vrši se provjera i održava ravnoteža. ISO certifikati su zaslužni da potvrde kako su sustav upravljanja, proizvodni proces, usluga ili dokumentacija ispunili sve zahtjeve za standardizaciju i osiguranje kvalitete.

Međunarodna organizacija za standardizaciju neovisna je i nevladina organizacija, koja radi na razvoju standarda da se osigura sigurnost, kvaliteta i učinkovitost proizvoda, usluga ili sustava. Isto tako ISO certifikati su zastupljeni u brojnim područjima, svaki certifikat ima zasebne standarde i označeni su numerički (Wilber, 2020).

4.2. ISO 27001:2013 – Informacijska sigurnost

Povjerenje je ključ uspjeha na današnjim tržištima pa je potrebno spriječiti bilo kakvu pojavu incidenata pomoću informacijske sigurnosti.

ISO/IEC 27001 je standard koji su napisali najbolji svjetski stručnjaci u polju informacijske sigurnosti i čija je svrha uvesti informacijsku sigurnost organizaciju. Kada organizacija dobije certifikat znači da je informacijska sigurnost na najbolji način provedena u dotičnoj organizaciji. Prednosti primjene normi su (TCG, bez dat.):

- Bolje pozicioniranje u odnosu na konkurenciju
- Ispunjavanje zahtjeva klijenata za ISO 27001
- Smanjenje rizika koji je vezan za važne informacije
- Ispunjenje zakonskih zahtjeva
- Smanjenje troškova poslovanja zbog prevencije reklamacija
- Optimizacija procesa – jasno definirani poslovi u organizaciji

Certifikati po toj normi upotrebljavati se mogu u svim organizacijama. Kako je vrijeme informacijske revolucije potrebno je zaštititi podatke jer su podaci najvrjednija imovina svakog poduzeća. ISO 27001 pruža smjernice kako zaštititi informacije i kompatibilan je sa postojećim sustavima upravljanja i svim procesima unutar pojedinih organizacija. Neki od razloga zašto postoji taj sustav su (URS, bez dat.):

- Osigurava siguran i učinkovit protok informacija
- Osigurava dostupnost informacija na vrijeme
- Sprječava gubitak, zlouporabu i neovlašteno mijenjanje podataka
- Osigurava dostupnost podataka samo osobama koje imaju ovlasti za to
- Osigurava zaštitu osobnih podataka i njihovu usklađenost sa aktom o zaštiti osobnih podataka

4.3. GDPR

GDPR je uredba Europske Unije i djeluje iznad razine drugih zakona država članica. GDPR određuje prava pojedinaca koja se odnose na njihove osobne podatke. Svi koji sakupljaju osobne podatke moraju postupati sa tim podacima u skladu sa GDPR-om kako bi pojedinci bili zaštićeni (IT Governance, 2017).

IT Governance, vodeći globalni pružatelj IT usluga daje definiciju osobnih podataka: „Osobni podaci” označavaju sve informacije koje se odnose na identificiranu fizičku osobu ili osobu koja se može identificirati ('subjekt podataka'); fizička osoba koja se može identificirati je ona koja se može identificirati, izravno ili neizravno, posebno pozivanjem na identifikator kao što je ime, identifikacijski broj, podaci o lokaciji, mrežni identifikator ili jedan ili više čimbenika specifičnih za fizički, fiziološki, genetski, mentalni, ekonomski, kulturni ili društveni identitet te fizičke osobe.

GDPR primjenjuje se samo na osobne podatke. Osobnim podaci su oni iz kojih se može saznati identitet pojedinca. Podatke koje pokriva GDPR su sljedeći (GDPR informer, bez dat.):

- Osobni podaci poput imena i prezimena, broja osobne iskaznice i lokacijski podaci
- Podaci kreditnih kartica
- Zdravstveni karton
- Biometrijski podaci
- Genetski podaci
- Vjerska i filozofska uvjerenja
- Etnička pripadnost
- Ekonomsko stanje
- Članstvo u sindikatu
- Seksualna orijentacija i spolni život

- IP adrese
- Osobne poruke e-pošte
- Kolačići u pregledniku
- Pseudonimizirani podaci

Opća odredba o zaštiti podataka primjenjuje se ukoliko poduzeće obrađuje osobne podatke i ima poslovni nastan u EU ili izvan EU, ali se obrađuju podaci koji su povezani sa ponudom roba ili usluga pojedincima u EU (EU, 2022).

Za obradu osobnih podataka postoje dvije ključne uloge. To su voditelj obrade podataka koji odlučuje koja je svrha obrade i načinu kako će se obraditi podaci i izvršitelj obrade koji čuva i obrađuje podatke. Obrada podataka dopuštena je samo u slučajevima kada (EU, 2022):

- Obraditelj ima privolu predmetnog pojedinca
- Osobni podaci su potrebni kako bi se ispunila ugovorna osoba prema pojedincu
- Osobni podaci su potrebni kako bi se ispunila zakonska obveza
- Osobni podaci su potrebni kako bi se zaštitio životni interes pojedinca
- Za obradu podataka u okviru zadaća javnog interesa
- Djeluje se u ime legitimnih interesa poduzeća pod uvjetom da se ne naruše temeljna prava i slobode pojedinca čiji se podaci obrađuju

Privola je način na koji pojedinac pristaju na obradu osobnih podataka, ona mora biti dobrovoljna, nedvosmislena i informirana, napisana jasnim i jednostavnim jezikom. Kada netko da privolu, osobni podaci se smiju koristiti samo na način koji je opisan u privoli (EU, 2022).

Svim ovim zakonima, ISO certifikatima i GDPR-om, definirani su okviri koji se moraju poštovati kod pokretanja web trgovina, tijekom poslovanja te obrade i korištenja osobnih podataka pojedinaca.

5. Alati za izradu web trgovina

U vrijeme pandemije porasla je web trgovina. Kako ljudi nisu izlazili, manje su fizički posjećivali trgovine, tako je još veću priliku za rast dobila web trgovina

Danas na tržištu nalaze se brojni alati za izradu web trgovina. Sve ovisi o tome koje su naše potrebe, koliko znamo o tim alatima, kolika im je cijena, neki su jednostavniji dok su neki složeniji. Ima alata koji su besplatni, ali i alata koji se plaćaju. Dalje u tekstu biti će detaljnije objašnjena tri alata, WordPress, Wix i Shopify.

5.1. WordPress

5.1.1. Općenito

WordPress je softver koji su razvili Mike Little i Mike Mullenweg. Započeo je s radom 2003. godine i omogućuje stvaranje web stranice ili bloga. WordPress je besplatan alat koji omogućuje svima da budu prisutni na internetu. WordPress omogućuje korisnicima modifikaciju kako bi odgovarao potrebama svima. WordPress je platforma za sve, kako za početnike tako i za iskusne programere (Johnson D., 2018).

5.1.2. Mogućnosti

Mogućnosti i prednosti WordPressa su brojne. Jednostavan je za instalaciju i namijenjen je početnicima kao što je spomenuto već iznad u tekstu, ali isto tako i profesionalcima. Kod instalacije nema potrebe za kodiranjem. Jasan je i jednostavan za korištenje. Pruža intuitivan dizajn i upute za početnike. Besplatan je. Dodaci se plaćaju, ali taj iznos nije veliki.

WordPress je pogodan za tražilice i SEO. SEO omogućuje veću posjećenost stranice. WordPress pruža izvrstan izgled web stranice na svim uređajima primjerice na mobilnom telefonu. Danas sve više ljudi sudjeluje u internetskom prometu pomoću mobilnih uređaja. Prednost je svakako i ta da WordPress ima redovita automatska i jednostavna ažuriranja koja su potrebna da se bude u korak sa promjenjivim okruženjem. Osim toga WordPress pruža sigurnost web stranici, odnosno dodatke vezane uz sigurnost kako bi se spriječili napadi i ranjivost web stranica. WordPress pruža mogućost odabira tema, te teme dopuštaju različite funkcionalnosti za web mjesto i različite izgleda i dojmove. Sve ovisi o temi koja se izabere i za što se koristi web mjesto. WordPress pruža i mogućnost dodavanja bloga, blog je važan dio SEO-a (*engl. Search engine optimization*) ili optimizacije za tražilice. WordPress platforma pruža neograničenu fleksibilnost. Zbog svih tema i aplikacija i mogućnosti koje nudi,

korisnicima pruža stvaranje stranice kakvu žele. Sučelje je intuitivno sa jednostavnim oznakama, navigacijom i dizajnom.

WordPress ima i forume za podršku gdje su često postavljena pitanja ukoliko je potrebna pomoć pri izradi web stranica. Također jedna od mogućnosti koje pruža WordPress je otvoreni kod što znači da je baza koda javna pa programeri mogu unijeti promjene kako bi pružili još bolju platformu za upravljanje sadržajem. Pruža mogućnost uređivanja web stranica više korisnika od jednom i to sa različitim razinama dopuštenja (Benefits And Advantages Of WordPress, bez dat.).

5.1.3.Funkcionalnosti

Kako bi funkcionalnost web stranice bila što veća, potrebno je na početku odabrati snažan i pouzdan hosting ovisno o proračunu projekta i količini podataka koje treba dijeliti na web stranici. Hosting mora osigurati redovne sigurnosne kopije kako bi se spriječila ranjivost. Osim toga hosting pruža mogućnost bržeg učitavanja stranice na način da ima sustav predmemorije.

Kako bi web stranica bila funkcionalna i na mobilnim uređajima, WordPress pruža mogućnost prilagodbe web stranice različitim veličinama ekrana uz pomoć instalacije dodataka. Na taj način se web stranica prikazuje u pravom obliku na manjim ekranima.

Danas svaka osoba ima profil na društvenim mrežama. WordPress pruža mogućnost integracije web stranice sa društvenim mrežama.

Vrlo je važno učiniti navigaciju jednostavnu i očitu kako bi se korisnici prilikom posjeta što lakše orijentirali po web stranici. Isto tako korisno je staviti tražili pored glavne navigacije.

Kako bi se poboljšala funkcionalnost web stranice vrlo je važno koristiti jednostavan i elegantan dizajn. Ljudi imaju percepciju na kojem mjestu na web stranici se nalaze određeni elementi pa je potrebno kod izgradnje voditi o tome računa da svi elementi budu otprilike gdje očekuju kako ne bi napustili stranicu. SEO je također važan segment funkcionalnosti web stranica. Postoji mnogo dodataka i savjeta za optimizaciju tražilica (Behmaster, 2017).

WordPress sadrži više od 50.000 dodataka koji pružaju mogućnost poboljšanja web mjesta. Kako bi web stranica bila jednostavna, sigurna i brza potrebno je odabrati dodatke koji će to učiniti. Dodaci su sastavni dijelovi WordPress stranice i imaju važnu funkciju na web stranici (Baker K., 2022).

5.1.3.1. WordPress dodaci

Neki od dodataka biti će spomenuti i u kratko objašnjeni u donjem tekstu (Baker K., 2022):

Prvi od dodataka koji svakako valja spomenuti je **HubSpot WordPress**. To je marketinški dodatak koji omogućuje: praćenje potencijalnih kupaca, e-mail marketing, interakciju sa posjetiteljima stranice putem chata, upravljanje kontaktima. Taj dodatak omogućuje integraciju web stranice s HubSpot CRM-om. Zatim sadrži analitiku koja nam pomaže u procijeni uspješnosti napora koji se ulažu u marketing. Jednostavan je i besplatan.

WooCommerce vodeći je dodatak za web trgovinu. Omogućuje prodaju proizvoda i usluga na web stranicama. Dodavanje valute, prikaz recenzija, ocjena, funkciju sortiranja i filtriranja, mogućnost prikaza slika proizvoda, pretplate, višestruke cijene. Temeljna je funkcionalnost besplatna.

WPForms koristi se za izradu obrazaca. Omogućuje izradu i dodavanje obrazaca na WordPress web mjesta pomoću alata na način povuci/spusti, bez koda. WPForms najlakši je način da se stvore fleksibilni i prilagođeni obrasci za web stranicu.

AIOSEO (*engl. All in One SEO*) dodatak je za WordPress koji omogućuje upravljanje sveobuhvatnim SEO-om na web mjestima i optimizaciju kako bi se web mjesto rangiralo visoko u rezultatima pretraživanja.

Jetpack su alati koji omogućuju bolju sigurnost web mjesta, gumbе za dijeljenje na društvenim mrežama, obrasce za kontakt i pretplatu putem e-mail pošte.

Elementor i DragDrop su dodaci koji omogućuju postavljanje različitih elemenata na stranice pomoću opcije povuci i ispusti i nije potrebno kodiranje.

W3 Total Cache je dodatak koji omogućuje predmemoriranje, odnosno pohranjivanje sadržaja web stranice u preglednik korisnika kako bi kod idućeg pristupa podaci brže pružili. U prijevodu, smanjuje vrijeme koje je potrebno da se učita web stranica.

Borderless dodatak pruža elemente, widgete i ikone. Poput widgeta za kontakte, društvene ikone.

Weglot omogućuje prevođenje na više od 100 jezika na način da se prevede cijela web stranica koristeći prvi sloj strojnog prevođenja. To pomaže u širenju na nova tržišta.

Kako bi se osigurala web stranice postoji dodatak **iThemes Security** koji omogućuje primjerice sigurnost web stranice uključujući istek lozinke, dvofaktorsku autentifikaciju.

WP Sticky je dodatak koji omogućuje jednostavno lijepljenje bilo kojih elemenata na web mjesto.

UpdraftPlus je dodatak za sigurnosno kopiranje i omogućuje pravljenje sigurnosnih kopija i zaštitu od gubitka podataka.

Formidable Forms omogućuje naprednu izradu obrazaca za kontakt obrasce, kvizove, ankete, obrasce za registraciju.. Omogućuje praćenje rezultata obrazaca na nadzornoj ploči WordPressa.

WP Subscribe Pro je dodatak za pretplatu na e-mail poštu na način da se odabere gdje postaviti na stranici widget za pretplatu na e-mail poštu, prilagoditi boje i postaviti skočne prozore kako bi privukli pozornost korisnika.

5.1.3.2. Usporedba nekoliko dodataka za WordPress

Kategorija	Dodatak	Besplatan plan	Ocjena	Istaknuto
<i>Dodaci za web trgovinu</i>	WooCommerce	✓	★ 4.5/5	Najprilagodljiviji, najveća zajednica
	Ecwid shopping card	✓	★ 4.5/5	Automatska dostava i porezi, 45 jezika
	Tidio	✓	★ 4.4/5	Najbrža i najjednostavnija kolica
<i>Sigurnosni dodaci</i>	iThemes Security	✗	★ 4.6/5	Preventivne mjere
	Jetpack	✓	★ 4.6/5	Raznolik paket
<i>SEO dodaci</i>	SiteGround Security	✗	★ 3.9/5	Najdetaljniji prikaz
	Yoast SEO Premium	✗	★ 4.8/5	Najlakši za korištenje
	Rank Math	✓	★ 4.9/5	Intuitivni prijedlozi
	SEOPress	✗	★ 4.9/5	Jeftina optimizacija

Tablica 2. Usporedba nekoliko WordPress dodataka (Szaniawska- Schiavo G., 2022).

U tablici iznad uspoređeni su tri vrste dodataka. Dodaci za web trgovinu, sigurnosni dodaci i SEO dodaci. **Dodaci za web trgovinu** neophodni su za povećanje učinkovitosti web trgovine. U tablici je naveden WooCommerce koji koriste 94% web stranica za web trgovinu. WooCommerce uključuje upravljanje zalihama i proizvodima, izbor dostave, profile kupaca,

nagrade za vjernost i još je besplatan. Prednost koju svakako valja spomenuti je cjelovito rješenje za bilo koji posao vezan uz web trgovinu. WordPress i WooCommerce su besplatni, ali ima dodatnih troškova poput hostinga i domene, dodataka, integracije, koji se plaćaju. Ecwid nudi opciju postavljanja košarice za kupnju na WordPressu, Instagramu i Facebooku. Taj dodatak podržava 175 zemalja, 45 jezika i više od 40 opcija plaćanja. Prilagođen je mobilnim uređajima i neograničena je pohrana sigurnosne kopije. Tidio je softver za chat uživo pojačan sa chatbotovima. Koristi se za upravljanje odnosima s kupcima za web trgovinu.

WordPress sigurnosni dodaci štite stranicu od napada i čuvaju podatke. Prvi od dodataka iThemes Security, najčešće se koristi kao preventivna mjera i kako bi se otkrila prijetnja. Neke od prednosti su stalno praćenje sumnjivih aktivnosti i mjere provjere autentičnosti za zaštitu integriteta stranice, dok je jedan od nedostataka taj da ne može spriječiti svaki napad. Cijena mu se kreće od 80 USD-199 USD ovisno o broju stranica. Jetpack nudi optimizaciju slika, alat za ugradnju poveznica i gumba za dijeljenje na društvenim mrežama, ali osim toga nudi sigurnost – zaštitu od napada, sigurnosnu kopiju podataka, filtre za neželjene komentare. Početni paket je besplatan, dok se sigurnosna kopija plaća oko 4 USD mjesečno. I treći iz tablice, dodatak za sigurnost, je SiteGround dodatak, koji pokriva ulazne točke web stranice. Opsežan je i pokriva ono što većini dodataka nedostaje, nudi besplatno dnevno sigurnosno kopiranje, utječe na brzinu stranice.

I treći skup dodataka su **SEO dodaci**. Yoast SEO Premium jednostavan je za korištenje, nudi vodiče, uključuje sve osnove SEO na stranici. Rank Math koristi inteligentne značajke i nudi mogućnost da jedan stručnjak obavi posao malog tima ljudi. I kao treći dodatak, SEOPress, koristi se kao dodatak za SEO s fokusom na dijeljenje na društvenim mrežama (G. Szaniawska -Schiavo, 2022).

5.1.3.3. Dodaci za web trgovinu

WooCommerce ističe se kao najpopularniji dodatak za web trgovinu. O njemu je već bilo riječi u prethodnim poglavljima pa će ovdje biti samo još ukratko spomenut. Pomoću WooCommerca može se dodati neograničen broj proizvoda i slika, prihvatiti plaćanje kreditnim i debitnim karticama, upravljati narudžbama. Prilagodljiv je, dostupne su integracije poput Facebooka i Mailchimp, jednostavno se preuzima i postavlja (Stefanowicz B., 2022).

Jedan od najboljih WooCommerce dodataka je WooCommerce Store Customizer koji omogućuje da se dodaju ili uklone elementi dizajna i gumbi za web trgovinu, vizualno uređivanje teksta i postavki o cijeni proizvoda i gumba „Dodaj u košaricu“, statistiku prodaje proizvoda za administratore. Osim toga još jedan od dodataka je i WooCommerce ShipStation, integracija koja omogućuje automatski uvoz, upravljanje i ispunjavanje narudžaba, slanje

e-mail poštom povratne obavijesti kupcima i praćenje narudžaba i pošiljka (Kisiełowska M., 2022).

WP Shopify – Shopify je platforma za web trgovinu, koja je ukinula dodatak za WordPress, o kojoj će biti riječi kasnije. Iz tog je razloga stvoren WP Shopify koji je zadužen za sinkronizaciju Shopify proizvoda i prodaju istih na WordPress stranici.

BigCommerce je dodatak koji omogućuje prodaju proizvoda s jednog mjesta na više tržišta i kanala.

WP EasyCart je dodatak za web trgovinu za košaricu. Dodatak omogućuje prodaju robe, digitalnih proizvoda, darovnih kartica i usluga. Taj dodatak omogućuje prekograničnu prodaju proizvoda. Pruža upravljanje narudžbama, porezima i prikupljanje uplata. Nudi digitalne načine plaćanja poput Apple i Google Paya, više valuta i jezika, dostupnost međunarodnih poreza, ugrađenu Google analitiku.

WP ERP (*engl. Enterprise Resource Planning*): je sustav za upravljanje online poslovanjem s jedne platforme. Pomaže u praćenju financija, jednostavan je, pomaže u pridobivanju kupaca, pregledu i praćenju prihoda i rashoda, pruža razna izvješća. Omogućuje plaćanje dobavljačima i sve što je uz to vezano.

MC4WP Mailchimp je WordPress dodatak za web trgovinu koji omogućuje marketing putem e-mail pošte na način da se kreiraju obrasci za prijavu koji su prilagođeni korisniku i omogućuju da se pretplate.

Cost Calculator Builder je dodatak za web trgovinu koji olakšava izračun troškova. Kupcima pruža informacije o troškovima proizvoda.

Još jedan od vrlo korisnih WordPress dodataka je dodatak za dostavu web trgovine. Omogućuje izračun troškova dostave temeljem različitih stavki poput težine ili ukupnog iznosa košarica. Na taj se način cijene dostave mijenjaju s obzirom na sadržaj košarice, kodove za popuste ili mogućnost besplatne dostave prijeđe li se određen iznos kupnje.

Recenzije web mjesta također je koristan dodatak, pogotovo danas kada se prodaja preko interneta povećala. Nudi mogućnost posjetiteljima da ocjene proizvode od 1 do 5 i daje mogućnost ostavljanja najboljih recenzija prvih.

Tri najvažnija aspekta kod odabira dodataka za WordPress stranicu su brzina, podrška i redovna ažuriranja. Dok sve ostale značajke ovise o vrsti posla i potrebama vezanim uz posao (Stefanowicz B., 2022).

5.2. Wix

5.2.1. Općenito

Wix je platforma za stvaranje web stranica bez potrebe za znanjem kodiranja. Osnovali su je Avishai Abrahami, Nadav Abrahami i Giora Kaplan 2006. godine. Prošle godine Wix je brojao 200 milijuna korisnika. Wix nudi izradu profesionalne web stranice bilo početnicima ili dugogodišnjim stručnjacima uz potpunu slobodu (Wix, 2022).

5.2.2. Mogućnosti

Wix je namijenjen za web stranice, blogove i web trgovine, zapravo onima koji su usredotočeni na sadržaj. Pruža mogućnost izrade web stranica vlastitim stilom i idejama. Omogućuje jednostavno povlačenje i ispuštanje elemenata kako bi se dobio željeni izgled web stranice bez znanja kodiranja. Neke od glavnih značajki su postavljanje web stranice na način koji je korisnik zamislio, pruža preko 500 predložaka koji se također mogu urediti po želji korisnika. Platforma brzo učitava sve elemente, ima mogućnost dizajniranja i upravljanja blogom pomoću jednostavne nadzorne ploče.

Wix osim toga pruža mogućnost izrade SEO plana kako bi se optimizirala web stranica za tražilice.

Wix ADI je umjetna inteligencija koja nastoji voditi korisnike kroz zadatke koje je potrebno obaviti vezana ne uz web stranicu. Osim toga pruža mogućnost rada i na mobilnoj verziji.

Neke od prednosti Wixa koje treba spomenuti svakako su jednostavnost korištenja, prilagođen je početnicima i intuitivan je. Wix nudi širok izbor predložaka kojima imaju cilj svima ugoditi i zadovoljiti svačije potrebe. Vezano uz dizajn, uz pomoć uređivača povuci i ispusti Wix pruža jednostavnost u izradi web stranica, mogućnost dodavanja stotine elemenata, teksta sa različitim fontovima, slika, gumbi, izbornika i svega što je potrebno. Što se tiče domene, kada se započne raditi u Wixu dobije se naziv domene i jednostavno se može promijeniti naziv računa u bilo koji naziv koji se želi. Ukoliko korisnik već posjeduje domenu, lako se povezuje sa Wix stranicom. Wix može pomoći i da se dobije nova domena, no prilagođene domene koštaju. Wix pruža i optimizaciju za mobilne uređaje i to na način ukoliko se promijeni nešto u mobilnom uređivaču, promjene neće utjecati na glavnu stranicu. Nadalje, nakon izrade stranice važno je optimizirati web stranicu za tražilice. Wix nudi SEO plan i vodič za pomoć kod optimizacije. Wix nudi i mogućnost izrade bloga sa jednostavnim sučeljem, pokretanje web trgovine, ali ne sa besplatnim paketom. Korisnička podrška također može pomoći korisnicima ukoliko imaju pitanja (Djuraskovic O., 2022).

5.2.3. Funkcionalnosti

Wix aplikacije svrstane su u nekoliko kategorija. O web trgovini biti će riječ malo kasnije, a sada će biti predstavljene one aplikacije, bez kojih također web stranica ne bi bila potpuna.

Aplikacije vezane uz društvo su ikone za društvene medije i gumbi za dijeljenje na društvenim mrežama. Vezano uz recenzije, Wix nudi alata preko kojih se mogu prikazati recenzije sa različitih aplikacija poput Google recenzija, Facebook recenzija. Što se tiče komunikacije Wix nudi alate pomoću kojih kupci mogu komunicirati sa prodavateljem. Tu spadaju WhatsApp Chat, Facebook Chat, Viber Chat...

Obrasci su također važni za web stranice, pa Wix nudi zbirku obrazaca kako bi se došlo do potencijalnih klijenata. Form Builder za prikupljanje mišljenja, kontakt obrasce i obrasce za pretplatu.

Wix nudi prikaz YouTube kanala i videozapisa na web stranici kao i ugradnju Audio Playera ili pak pozadinske glazbe (Wix, 2022).

5.2.4. Dodaci za web trgovinu

Wix omogućava izradu web stranica i web trgovine u samo nekoliko sati. Nadalje biti će razrađeni neki od Wix dodataka za web trgovinu koji se nude na tržištu.

Wix Stores je aplikacija koja se koristi za web trgovinu i omogućuje stvaranje prodajnog prostora, upravljanje proizvodima, otpremu, isporuku i plaćanje. Nudi izradu košarice za kupnju i naplatu, kao i prilagođene stranice i kategorije proizvoda. Osim prodajom putem web trgovine omogućuje i prodaju na Facebooku i Instagramu. Taj dodatak omogućuje plaćanja putem Paypala, Stripea i Wix Paymentsa te se automatski izračunava porez na promet. Podržava više od 30 jezika.

Idući dodatak je **Tidio Live Chat & Chatbots**. Prema istraživanju chatbotovi mogu povećati prodaju. Osim komunikacije sa potencijalnim klijentima nudi i uvid što klijenti posjećuju.

Visitor Analytics služi za analizu prometa, intuitivan je i jednostavan za korištenje te pruža mnogo korisnih podataka o posjetiteljima. Nudi naprednu statistiku posjetitelja kao primjerice: napuštanje stranice, detaljnu analizu ponašanja i prikupljanja povratnih informacija po korisnicima sa 100%tnom usklađenošću sa GDPR-om (Aleksandrova M., 2022).

Visitor Analytics pruža praćenje posjetitelja po web mjestu zemlje, vrsti uređaja, IP adresi i stopi konverzije. Osim toga pruža i putanju koju su prošli na web stranici (Lazzaro Blasbalg C., 2021).

QuickBooks Connector omogućuje integraciju financijskih podataka iz Wix trgovine u QuickBooks. Prenose se podaci vezani uz klijente, proizvode, poreze, plaćanje i preuzimanje narudžbi na temelju statusa plaćanja.

Site Search omogućuje pretraživanje web stranice i pronalaženje proizvoda. Također se može dobiti uvid u SEO kako bi se vidjelo što korisnici pretražuju.

Recenzije su alat za prodaju, pa jedan od dodataka Wixa su i recenzije. **Fera Reviews** omogućuje dodavanje recenzija, ocjena i komentara na web stranicu.

Price Table je dodatak koji omogućuje prikaz cijena proizvoda i paketa. Primjerice ukoliko se želi povećati prodaja i prodati srodni proizvodi (Aleksandrova M., 2022).

Alat **Wix SEO Wiz** služi za postavljanje SEO na stranici. Besplatan je, ali pomaže samo u osnovnim faktorima rangiranja. Neki drugi alati koje je bolje koristiti su SEMRush ili Ahrefs. Wix pokriva osnovne SEO opcije koje su potrebne običnim web stranicama. Ukoliko su potrebne neke naprednije značajke i klijent se nalazi u konkurentnoj industriji tada je bolje uzeti neki drugi alat (Garcia J. i Brandl R., 2022).

Easy Magazin su web časopisi kojima je zadaća organiziranje relevantnog sadržaja za posjetitelje i na taj način povećavaju promet i prodaju. Omogućuju pretplatu i dulje zadržavaju korisnike na web stranici (Guill J., 2022).

5.3. Shopify

5.3.1. Općenito

Shopify je platforma koja omogućuje pokretanje, razvoj i upravljanje tvrtkom. Platformu su osnovali tri osnivača: Tobias Lütke, Daniel Weinand i Jezero Scott, 2006. godine. Shopify je u potpunosti temeljen na oblaku i smješten na web poslužitelju, pa mu se može pristupiti sa bilo kojeg kompatibilnog uređaja (Shopify, 2022).

5.3.2. Mogućnosti

Shopify omogućuje izgradnju i prilagodbu web trgovine. Nudi prodaju na više mjesta poput weba, mobitela, fizičkih lokacija, preko društvenih medija. Nudi niz alata za upravljanje proizvodima, inventarom, plaćanjima i otpremom. Shopify omogućuje pristupanje svim alatima koji su potrebni za poslovanje.

Shopify nudi predloške koji su zaslužni za dojam i izgled, SEO i marketinške alate. Osim toga Shopify App Store ima tisuće aplikacija za prilagodbu trgovine bez znanja kodiranja.

Prednosti Shopifyja su brojne. Od toga da podržava cijelu zajednicu web trgovine, globalan, koriste ga poduzetnici diljem svijeta u više od 175 zemalja, omogućuje kreativno izražavanje na način da dizajniraju alat koji se može proširiti i fleksibilan je. Shopify nudi uređivanje web stranice po želji, integraciju društvenih kanala na način da se preko Shopify središnjeg kanala, promovira i prodaje na društvenim mrežama i popularnim tržištima. Shopify omogućuje kupovinu, upravljanje osobljem, praćenje zaliha. Alat omogućuje pohranu podataka, medija i sadržaja, izgradnju brenda i izradu logotipa. Nudi mogućnost kupnje domene, korištenje postojeće ili besplatne: .myshopify.com.

Shopify nudi marketinške alate poput alata za segmentaciju kupaca i alata za marketing putem e-mail pošte. Ima mogućnost razmjene poruka sa kupcima i izradu automatiziranih poruka. Također i marketinški uvid i analitiku, korištenje marketinških alata i donosi izvješća. Zatim mogućnost brze naplate i praćenja pojedinosti o narudžbi.

Shopify nudi prodajne strategije da kupcima se ponude jedinstvene cijene i promocije (Shopify, 2022).

Shopify nudi razne mogućnosti kao što su: ponude termina za usluge i virtualno savjetovanje, članstva, konzultacije, digitalne proizvode, iskustva, nastavu i radionice, iznajmljivanja, procjene, donacije, ulaznice za događaje, digitalne poklon kartice, prijenose uživo (Winter, D., 2021).

5.3.3. Funkcionalnosti

Shopify nudi mnogo aplikacija koje pomažu u poslovanju. Neke od njih biti će predstavljene u ovom ulomku, dok će one koje se usko vežu uz web trgovinu biti u podnaslovu kasnije.

Tidio služi za razgovor uživo i ima robote za pričanje. Najpopularnija je aplikacija za chat uživo za Shopify. Njegove glavne značajke su prilagodba widgeta za chat, obavijesti i praćenje posjetitelja, automatske poruke i standardni odgovori, push obavijesti za mobilne aplikacije i mnoge druge.

Privy je aplikacija koja nudi skočne prozore za prijavu, e-mail poštu, kolačiće, bannere i SMS. Privy je aplikacija za marketing koja prikuplja podatke. Nakon što se stvori baza klijenata do njih se može doprijeti putem e-maila i SMS-a. Pruža napredne mogućnosti segmentacije kupaca, dobre marketinške predloške e-mail pošte za različite situacije i još mnogo toga.

Judge.me je aplikacija u kategoriji recenzija kupaca. Alternativa je aplikaciji Product Reviews. Neke od glavnih značajki su besplatne recenzije stranica proizvoda s fotografijama i

videozapisima, optimizirano za istaknute isječke tražilice, dijeljenje recenzija na društvenim mrežama.

Četvrta aplikacija je **PageFly**, koristi se kao graditelj odredišnih stranica sa značajkama poput mjerača vremena ili personalizirane trake besplatne dostave. Neke od glavnih značajki su predlošci prodajnih i odredišnih stranica proizvoda, stranice sa ponovno na zalihama, malo na zalihama i uskoro dolaze, stranice sa često postavljenim pitanjima.

Smile je aplikacija koja nudi nagrade i vjernost. Pomoću nje izgrade se skočni prozori da se potaknu klijeti da ugrabe ponude i zarade bodove. Služi za zadržavanje kupaca i kao poticaj lojalnim kupcima.

AVADA SEO- optimizacija trgovine za tražilice i Google Shopping. Glavne značajke ove aplikacije su besplatna optimizacija slike za 50 proizvoda mjesečno, upravljanje alternativnim tekstom bez ograničenja, SEO alati za reviziju i analizu problema...

Instafeed je Shopify aplikacija koja omogućuje korištenje društvenim medija za marketing. Glavne značajke ove aplikacije su podržavanje objava na Instagramu temeljenih na slikama i videozapisima, prikazuje broj likeova i komentara.

Vajro je aplikacija koja pretvara Shopify trgovinu u aplikaciju koja je spremna za korištenje sa dodatnim aplikacijama. Daje detaljna izvješća o prodaji i marketingu, aplikacija se dizajnira bez znanja kodiranja, nudi tim za podršku i nudi push obavijesti koje su pokrenute ponašanjem korisnika.

GDPR/CCPA i upravljanje kolačićima je također aplikacija koja olakšava uvođenje pravila privatnosti i prihvaćanja kolačića (Rajnerowicz K., 2022).

5.3.4. Dodaci za web trgovinu

Shopify dodaci za web trgovinu omogućuju vlasnicima trgovina da poboljšaju korisničko zadovoljstvo, povećaju prodaju i prikupe više potencijalnih kupaca. Neki od dodataka biti će spomenuti u daljnjem tekstu.

Growave je dodatak za Shopify koji omogućuje dodavanje popisa želja kako bi posjetiteljima bilo omogućeno spremanje proizvoda koji im se sviđa prije same kupnje. To povećava prodaju, ali i smanjuje stopu napuštanja košarice.

Recharge omogućuje postavljanje programa pretplate za naplatu koji se poveže sa omiljenim načinom plaćanja kupaca.

Bold Memberships, dodatak za web trgovinu Shopify, omogućuje prikazivanje i sakrivanje sadržaja, proizvoda, cijena ili nečeg drugog. Ovisno o vrsti članstva koju posjeduju posjetitelji web trgovine. Mogu se izgraditi zasebne stranice za članove, pa će samo članovi imati uvid, dok će ne članovi imati drugačiji pogled na stranicu.

Frequently Bought Together – dodatak je koji nudi preporuku proizvoda. Omogućuje dodavanje proizvoda kako bi se stvorili paketi proizvoda i povećala prodaja. Taj dodatak pruža AI analizu prethodnih kupnji putem rudarenja podataka i proizvodi memorijske grafikone s artiklima koji se često kupuju za bolje rezultate.

Klaviyo je platforma koja nudi specifične segmentacije za SMS i e-mail marketinške kampanje. Nudi tvrtki vlasništvo nad podacima o klijentima i interakcijama i na taj način se povećava personalizacija komunikacije s klijentima. Nudi podsjetnike za košarice, obavijesti o padu cijena kao i poruke dobrodošlice. Neke od glavnih značajka su napredna segmentacija klijenata kao i integracija sa bazom podataka.

Booster je SEO dodatak za Shopify koji osigurava da je web stranica postavljena za tehnički SEO uspjeh na stranici. Zadaća ovog alata je nadziranje i automatska optimizacija web lokacije za web trgovinu. Neke od glavnih značajki su: optimizacija alternativnih oznaka slike, meta oznaka i URL-a, tjedno izvješćuje o stanju SEO-a, automatski izrađuje, održava i šalje karte web stranicama Googlea.

GemPages je dodatak Shopifya za blog. Omogućuje uređivanje stranica na način da se povlače i spuštaju elementi kao i razne predloške za jednostavno stvaranje stranica. Koristi se za poboljšanje angažmana kupaca na web stranici i kako bi se povećala prodaja, nudi elemente za poticanje prodaje kao primjerice odbrojavanje, dijeljenje na društvenim mrežama i slično.

Packlink Pro je Shopify dodatak za dostavu. Pomaže u slanju proizvoda i nudi uslugu prijevoznika na izbor. Nudi optimiziranje procesa dostave od uvoza narudžbi, ispisa otpremnih naljepnica, pakiranja i otpreme proizvoda kao i dostavu domaćim i međunarodnim prijevoznicima da se omogući širenje u druge zemlje.

Profit Analytics & Benchmark je dodatak za analitiku koji omogućuje cjelovitu sliku kupaca, marketinga i analitike proizvoda i uključuje povrat ulaganja. Pruža dnevne podatke o prodaji, dobiti i slično. Nudi segmentaciju klijenata na temelju različitih varijabli kako bi se izradili profili kupaca i bolje razumjelo što kupac želi (Stefanowicz, B., 2022).

5.4. Usporedba alata s obzirom na funkcionalnosti

5.4.1. WordPress i Shopify

U prvom dijelu biti će uspoređeni WordPress i Shopify na temelju nekih stavki. Prva od njih je **cijena**. Između ova dva alata postoje velike razlike u cijeni. Dok Shopify nudi 14 dana probno razdoblje, osnovni plan je 29,99 USD, sljedeći plan je 79,99 USD mjesečno i napredna opcija iznosi 299,99 USD. Shopify nudi vlastiti hosting. S druge strane WordPress je potpuno besplatan za korištenje, otvorenog je koda, ali košta hosting i naziv domene. Po tome, WordPress je jeftiniji.

Vezano uz sučelje i jednostavnost korištenja, Shopify je jednostavan i idealan za korisnike sa malo tehničkog znanja u pokretanju web trgovine. Za WordPress (WP) je potrebno malo razumijevanja za dodatke i kako ih koristiti.

Vezano uz predloške i teme, Shopify ima veliki izbor tema sa nizom opcija koje je moguće prilagoditi. WP je otvorenog koda, pa svatko može kreirati temu, ali ima i vlastitu trgovinu s temama.

Uspoređujući dodatke, WP izlazi kao pobjednik. Kako je otvorenog koda ima tisuće dodataka. Dok Shopify ima sveobuhvatno tržište aplikacija za web trgovinu – App Store. Shopify ima mnogo značajki za web trgovinu, a neke od njih su:

- Spreman je za mobilnu trgovinu
- Služi i kao registrator domene
- Nudi besplatan SSL certifikat
- Niz opcija dostave i mnogo načina plaćanja
- Teme su responzivne
- Integracija sa društvenim prodajnim platformama

WordPress nije platforma za web trgovinu, ali kao sustav za upravljanje sadržajem nudi instalaciju WooCommerca kako bi postao web trgovina. Usporedba Shopifyja sa WooCommercom je u idućem odlomku. Kada WP postane web trgovina, ima uključene značajke koje i Shopify uz:

- Mogućnost prilagodbe kolica za kupnju
- Mogućnost dostave
- Opsežno upravljanje stranicama proizvoda
- Upravljanje povratima

- Razine zaliha
- Upravljanje više valuta i mnoge druge

I WP i Shopify imaju SEO dodatke i proširenja, a mogu se koristiti i u marketinške svrhe. Nešto detaljnije biti će uspoređeni u podnaslovu ispod. WooCommerce i Shopify (Ahmed N., 2022).

5.4.2. WooCommerce i Shopify

Kao što je već spomenuto WooCommerce je platforma od WordPressa za web trgovinu. U daljnjem tekstu biti će uspoređeni Shopify i WooCommerce prema unaprijed definiranim stavkama. Glavna razlika je u tome što je Shopify potpuna platforma za web trgovinu, dok je WooCommerce kao što je već spomenuto dodatak otvorenog koda koji pretvara WordPress web mjesto u web trgovinu.

Shopify je jednostavan i pouzdan, ima izvrsnu korisničku podršku, ali nije toliko fleksibilan i skalabilan kao WooCommerce. On ima neograničenu prilagodbu i fleksibilnost, ali su potrebne veće tehničke vještine.

Prvo krećemo od cijene. WooCommerce mjesečno košta oko 14 dolara za osnovne značajke, a godišnje između 200 i 1000 dolara. Dok Shopify mjesečno košta između 29 i 299 dolara.

WooCommerce ima besplatan pristup, ali nosi sa sobom dodatne troškove za naziv domene, pružatelja web hostinga, sigurnost.. Shopify je besplatan prvih 14 dana, ali nudi fiksne mjesečne cijene sa određenim rasponom značajki. Iako Shopify nudi napredne značajke tijekom nadogradnje plana, WooCommerce je definitivno bolje odabrati na temelju cijene. Jeftiniji je i čak ako se plaća hosting, sigurnost i dodaci, opet je jeftiniji nego Shopify.

WooCommerce je softver otvorenog koda, besprijekorno se integrira sa oko 50 tisuća dodataka, a korištenje većine funkcionalnosti leži u njegovoj srži. Dok Shopify ima oko 4 tisuće plaćenih i besplatnih dodataka. Pa opet možemo reći uspoređujući dodatke i integraciju da je WooCommerce bolji. Shopify ima manje dodataka i manje su pouzdani.

Ono što je važno izdvojiti jest da oba alata imaju integraciju s Tidiom, platformom koja pruža korisničku podršku i chat uživo kao i chatbotove za oporavak napuštene košarice.

Iduća stavka usporedbe je vrijeme. Iako WooCommerce daje mogućnost ručnog postavljanja, vlastitog dizajna i veću fleksibilnost, za sve to je potrebno utrošiti više vremena nego kod Shopifya. Shopify pruža čarobnjaka za automatsko postavljanje koji vodi kroz proces, unaprijed dizajnirane teme i pruža praktičniji pristup. Dakle, kada je riječ o vremenu svakako je Shopify praktičniji.

Kada je riječ o dizajnu i temama, Shopify nudi 70 elegantnih tema koje je moguće prilagoditi. Dok WooCommerce ima jednu koju je moguće prilagoditi po svojim željama. Osnovna je razlika u tome što Shopify nudi teme za bilo koju vrstu trgovine, koje je zatim moguće prilagoditi, dok WooCommerce ima jedinstvenu temu te je potrebno imati vještine i vrijeme kako bi se dobio željeni izgled web trgovine. Kao rješenje toga može se kupiti jedna WordPressovih tema posvećenih web trgovini.

Kada se uspoređuje jednostavnost korištenja, presudno je kod web trgovine pogotovo za početnike da je jednostavna za korištenje. WooCommerce zahtjeva osnovne tehničke vještine za upravljanje, dok Shopify je za svakoga i ima lak pristup i korištenje. Za WooCommerce je potrebno osnovno znanje o softveru, sigurnosnim kopijama web stranica, hostingu i domeni.

Sigurnost je iduća stavka usporedbe. Shopify nudi SSL certifikat i kompatibilan je sa PCI-DSS što u prijevodu znači da se brine za sigurnost kupaca. kod WooCommerca potrebno je dodatno nabaviti SSL i postaviti PCI-DSS. SSL (*engl. Secure Sockets Layer*) je zaštita za osobne podatke kako ne bi došlo do krađe, dok PCI-DSS (*engl. Payment Card Industry Data Security Standard*) pruža obradu plaćanja karticom. Kako je WooCommerce dio WP, platforme otvorenog koda, potrebno je dodatno osigurati te dodatke, a Shopify s druge strane je platforma smještena na web poslužitelju sa ugrađenim sigurnosnim značajkama.

Kada je riječ o web trgovinama mora postojati mogućnost naplate. Iako oba alata podržavaju mnogo dodatka za plaćanje, uz troškove koji se uvijek pojavljuju vezani uz pružatelja usluge, Shopify dodatno naplaćuje naknadu od 2% za svaku transakciju.

Što se tiče značajki prodaje, Shopify nudi prodajne značajke koje su ugrađene u sustav, dok su WooCommerce prodajni alati ograničeni. WooCommerce ima mogućnost prilagodbe tako da vlasnik web trgovine može kombinirati dodatke, dok Shopify nudi alate koji su korisni kao dio svoje platforme, odnosno već ugrađeni.

Marketing znači privući kupce i predstaviti im proizvode. Uspoređujući spomenute alate, Shopify pruža širok izbor marketinških značajki kao dio svakog plana. WooCommerce oslanja se na plaćene dodatke, što znači da svaki alat nudi više kanala prodaje. Kod Shopifya se ne plaća integracija trgovine sa kanalima, dok se kod WooCommerca plaća, za svaki kanal zasebno. Razlika je u tome da Shopify nudi više marketinških alata kao dio sustava i to besplatno, dok WooCommerce jedino besplatno nudi integraciju sa Facebookom i Mailchimpom.

Usko povezano sa marketingom je i SEO. Ukoliko je web stranica dobro optimizirana to je garancija da će biti vidljiva na Google rezultatima pretraživanja, a samim time i izložena potencijalnim kupcima. Ovaj puta pobjedu odnosi WooCommerce iz razloga što ima širok

raspon SEO dodataka kao i Yoast SEO koji je spomenut u odjeljku o WordPressu. Dok je ponuda SEO dodataka ograničena. WooCommerce pruža mogućnost jednostavnog dodavanja detaljnih meta naslova i opisa kao i prilagodbu URL-ova. Svi SEO alati za WordPress web stranice rade i za WooCommerce (Szaniawska -Schiavo G., 2022).

Vezano uz korisničku podršku Shopify je bolji, jer nudi 24/7 podršku putem telefona, live chata i e-mail pošte (Szaniawska -Schiavo G., 2022).

Uz sve navedeno, može se zaključiti kako se ne može reći koji alat za izradu web trgovine je bolji odnosno gori. Sve ovisi o tome što korisnik želi i može. Nadalje slijedi kratak pregled svega spomenutog.

WooCommerce	Shopify
Jeftiniji	Skuplji
Više dodataka	Manje dodataka
Više vremena potrebno	Manje vremena potrebno
Manji izbor tema i dizajna – više prostora za vlastiti izražaj	Veći izbor tema i dizajna, manja mogućnost prilagodbe
Malo kompliciraniji za početnike	Jednostavnije korištenje, za početnike
Potrebno dodatno osigurati dodatke za sigurnost	Dolazi sa ugrađenim sigurnosnim značajkama
Kod naplate jeftiniji	Kod naplate skuplji
Ograničeni prodajni alati	Ugrađeni prodajni alati
Marketinški alata - dodatno plaćanje	Više marketinških alata besplatno
Širok izbor SEO dodataka	Ponuda SEO dodataka ograničena
Slabija korisnička podrška	24/7 korisnička podrška

Tablica 3. Usporedba WooCommerce i Shopifya (Szaniawska-Schiavo G., 2022)

5.4.3. Wix i Shopify

Uspoređujući Wix i Shopify u prvoj rečenici treba reći kako je Wix usmjeren na male internetske trgovine koje sadrže manje od 300 proizvoda. Dok s druge strane Shopify je alat koji je namijenjen da se njime upravlja mnogo većim brojem artikala.

Kada se uspoređuje jednostavnost korištenja, Wix je jednostavniji, jedan od najlakših alata za izgradnju web trgovine. Wixove web trgovine jednostavnije su od web trgovina Shopifyja.

Što se tiče tema i fleksibilnosti, Shopify ima mnogo tema kao i Wix, ali je problem u prilagodbi. Teme koje nudi Wix nisu toliko fleksibilne. Shopify teme su usmjerene na web trgovinu, mogu se uređivati i dobro izgledaju i na stolnim i na mobilnim uređajima.

Vezano uz proizvode i značajke koje nude oba alata, Wix ima oko 300 aplikacija za prilagodbu, dok Shopify ima 6000. Iako Wix nudi na lakši način prilagodbu stranica proizvoda, Shopify svakako to nadmašuje sa velikim brojem integracija i dodataka, pa Shopify daje više opcija i veću fleksibilnost.

Vezano uz plaćanje, Shopify nudi puno više opcija za prodaju artikala, ali postoji mogućnost naplate dodatnih 2% u određenim zemljama.

Vezano uz kanale prodaje, postavke troškova dostave i integracije prijevoznika, Wix nudi mnogo manje kanala od Shopifyja. Iako je posljednjih godina Wix poboljšao mogućnosti dostave, Shopify je ipak jači zbog usluge koju nudi: Shopify Shipping.

Osim toga Shopify također bolji što se tiče jezika. Nudi posjetiteljima da odaberu jezik koji žele ukoliko je to kompatibilno s odabranom temom. Wix iako ima višejezičnu značajku, nije prilagođena SEO-u. Shopify planovi uključuju do 20 jezičnih verzija.

Što se tiče SSL i Checkouta na vlastitoj domeni, ovdje oba alata su podjednaka. Oba nude SSL enkripciju i omogućuju klijentima da se odjave na domeni.

Oba programa su dobra kada je u pitanju optimizacija tražilice. Mogu se mijenjati naslovi stranica, opisi, alternativni tekstovi i preusmjeravanja. Oba imaju mogućnost izmjene URL-a, ali jedino se razlikuju u tome što je Shopify višejezična trgovina, pa ukoliko se korisnik bavi međunarodnim poslovanjem, bolje je odabrati Shopify. Mana Wix trgovina je ta što iako su u postavkama višejezične, koristit će osnovni URL i za druge jezike. Što se tiče analitičkih alata, oba alata imaju osnove za praćenje kupaca.

Kod provjere brzine, svakako je pobjednik Shopify, vremensko učitavanje je između 1 i 4 sekunde, dok je Wixu potrebno nešto više vremena.

Vežano uz podršku, već je gore bilo govora o izvrsnoj podršci od Shopifyja, no Wix ne zaostaje puno. No nakon testiranja Shopify je dao bolje odgovore.

Aplikacije koje nude i Wix i Shopify ima mnoštvo. Neke su sa samih platforma, neke od trećih strana, neke besplatne, neke se plaćaju. Ona osnovna razlika je u tome što su Shopify aplikacije povezane sa web trgovinom. Sve ovisi o vrsti proizvoda koji se želi prodati. Dok će Shopify aplikacije proširiti web trgovinu, Wix aplikacije će pomoći web stranici u cjelini.

Vežano uz cijene, Wix je jeftinija opcija, primjerice osnovni Shopify košta 24 USD, dok je osnovni Wix 27 USD, uspoređujući napredne pakete, Shopify uvelike nadmašuje u cijeni Wix i košta 299 USD, dok Wix će iznositi 59 USD (Garcia J. i Brandl R., 2022).

Zaključak ove usporedbe je da nedvojbeno pobjeđuje Shopify. No, ukoliko je potrebni jeftiniji, jednostavniji i kao glavni cilj nije web trgovina već blog ili nešto čemu je sadržaj glavni način stjecanja prometa, Wix je svakako pametnija odluka

5.4.4. Wix i WordPress

I kao zadnja usporedba ostaje Wix i WP. Prvo krećemo od cijene i troškova. Wix nudi besplatno početni plan, no ima dvije mane. Prva su oglasi, a druga ne može se koristiti prilagođeni naziv domene već će adresa biti: username.wix.com/sitename. Taj osnovni plan ne uključuje dodatke koji su potrebni za web trgovinu poput Google Analyticsa, eCommercea. Cijena za male tvrtke i planove za web trgovinu počinje sa 17 USD mjesečno.

Kao što je nekoliko puta već spomenuto, WP je softver otvorenog koda i potreban je naziv domene i web hosting. WP odmah dolazi sa podrškom za web trgovinu, nudi instalaciju WooCommerca i to besplatno. Može se zaključiti kako je WP bolji izbor od Wixa.

Nadalje kada je riječ o jednostavnosti, već je bila riješ o Wixu i njegovoj jednostavnosti korištenja, no Wixu nedostaju napredne mogućnosti. Dok WP zahtjeva malo učenja, ali to nadoknađuje sa mogućnostima koje nudi.

Što se tiče tema i dizajna, oba alata imaju mnoštvo tema na odabir i nude dodatnu prilagodbu dizajna i promjenu izgleda. No, svakako je bolji WP jer ima veći raspon tema i mogućnost dizajna, kao i jednostavnije prilagođavanje.

Vežano uz dodatke i aplikacije, Wix nudi širok raspon značajki poput marketinga putem e-mail pošte, komentara, dodavanje obrazaca za kontakt i mnoge druge. Iako su jednostavne i mnoge besplatne, WP ponovno nadmašuje Wix i sa njim se može raditi što god se želi. Ima mnogo veći izbor aplikacija i naprednije su.

Vezano uz blog, Wixu nedostaje mnogo važnih značajki, primjerice mogućnost stvaranja privatnih postova, pa je WP idealno rješenje za blog, a samim time prvotno se i razvio kao platforma za blog.

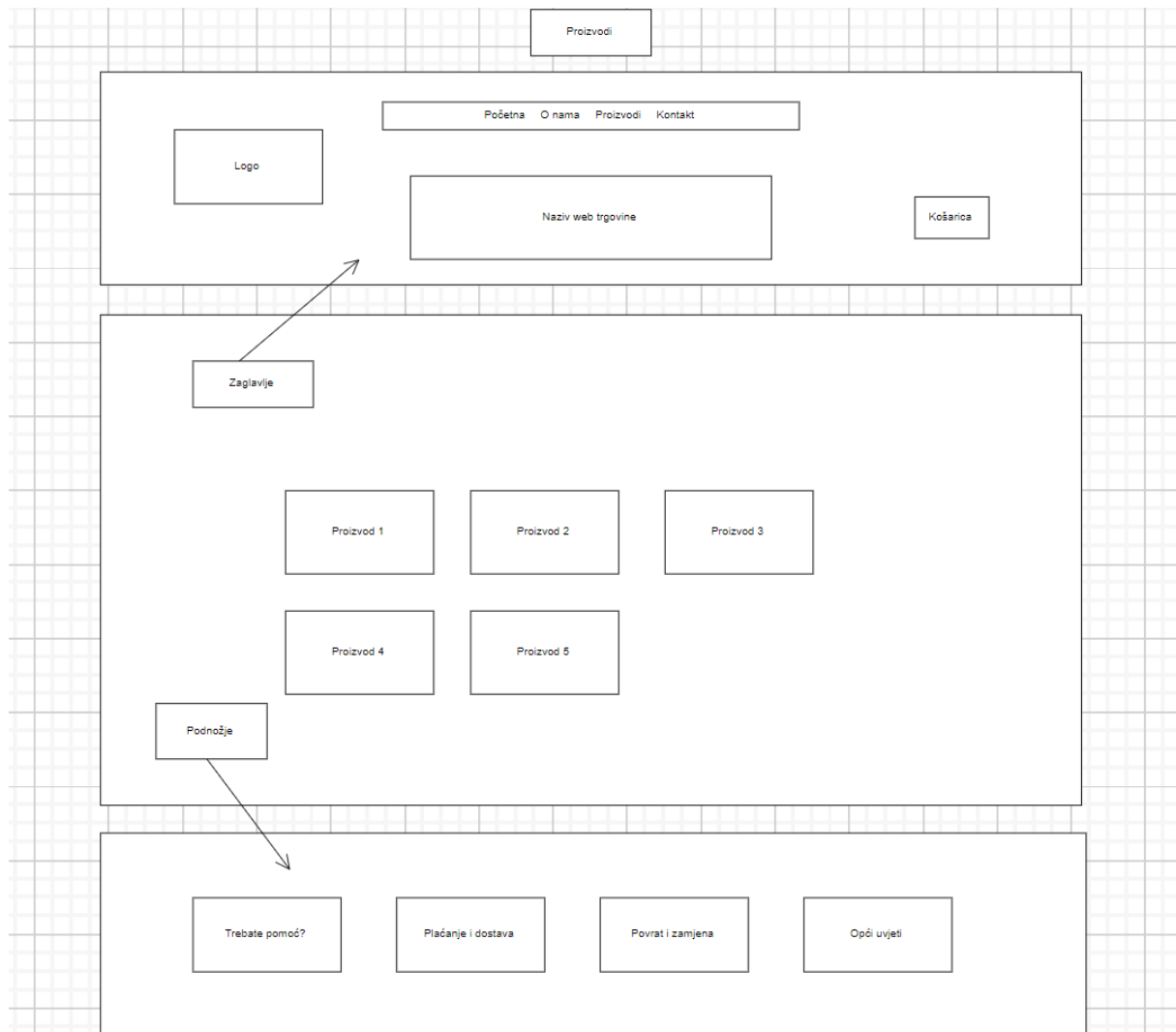
Što se tiče web trgovine Wix ima ograničene značajke web trgovine, dok WP olakšava izradu web trgovine pomoću WooCommerca što je bilo objašnjeno u prošlim poglavljima. Nudi također mnoštvo dodataka i ukoliko se traži platforma za web trgovinu koja će rasti i razvijati se, definitivno je to WP (WPBeginner, 2022).

6. Implementacija primjera web trgovine u odabranim alatima

Prema skici, biti će izrađen primjer web trgovine u tri odabrana alata: Wixu, Shopifyu i WordPressu zajedno sa dijelom opisa implementacije i na kraju usporedba implementacije u odabranim programima.

6.1. Plan izrade web trgovine

U ovom poglavlju biti će, prije same implementacije predstavljena skica web trgovine. U svakom alatu izradit ću nekoliko stranica od kojih se sastoji web trgovina. Svaka stranica web trgovine sastoji se od zaglavlja, središnjeg dijela i podnožja. Zaglavlje sadrži neke od osnovnih elemenata poput naziva web trgovine, loga web trgovine, navigacije koja uključuje: početnu stranicu, o nama, stranicu sa proizvodima i kontakt. Osim toga, vrlo je važno da se na vidljivom i lako dostupnom mjestu nalazi košarica kako bi bilo kojem trenutku kupac mogao odabrati košaricu i kupiti proizvode, a ne odustati od kupnje. Zatim središnji dio, koji ovisi o tome na kojoj stranici se kupac nalazi. U skici je uzeta stranica sa proizvodima. I kao treći dio stranice je podnožje. Podnožje treba sadržavati elemente poput pomoći kupcima, podatke o plaćanju i dostavi, povratu i zamjeni i podatke o općim uvjetima poslovanja. Kako bi potencijalni kupci i kupci mogli saznati sve što ih zanima ukoliko imaju kakva pitanja, ukoliko ih zanima nešto vezano uz plaćanje proizvoda ili dostave, povrata ili zamjene kao i opće uvjete poslovanja. Poželjno je da svaki od tih dijelova bude što detaljnije objašnjen, jer ukoliko potencijalni kupci ne nađu odgovor koji traže postoji velika mogućnost da će odustati od kupnje.



Slika 1. Skica stranice sa proizvodima (Samostalna izrada u alatu diagrams.net)

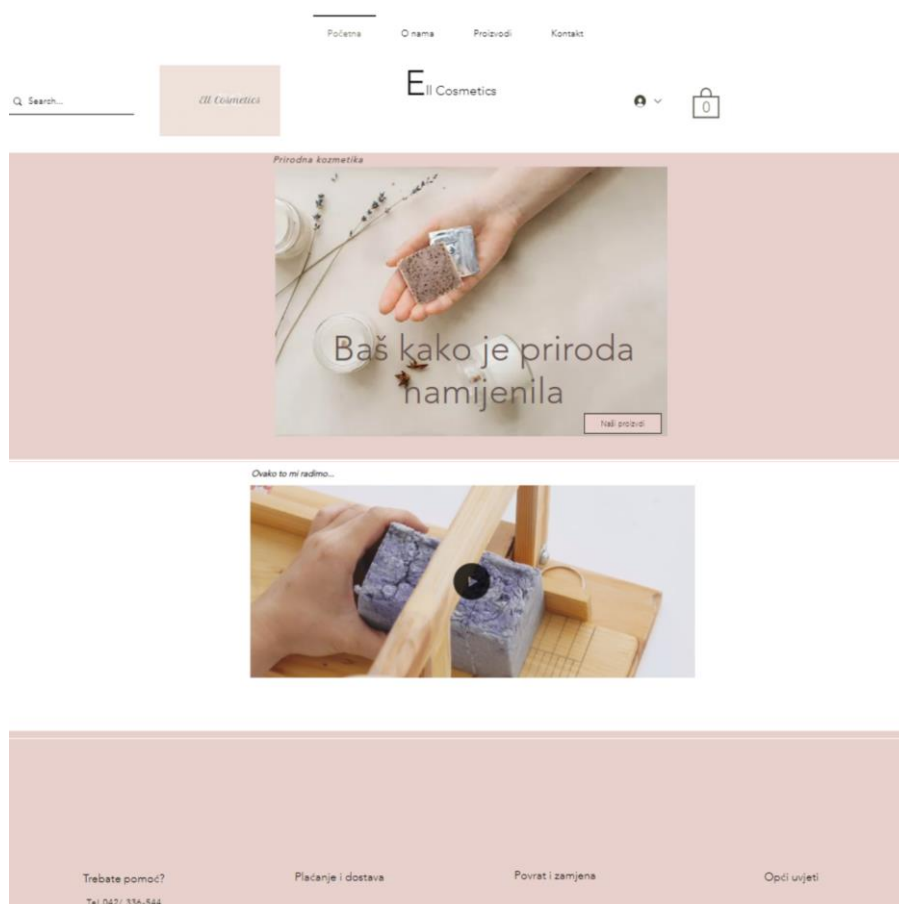
Svaka iduća stranica; *Početna* stranica, stranica *O nama*, i stranica *Kontakt*, sadrži zaglavlje i podnožje, no razlikuje se sadržajem koji nudi u središnjem dijelu. Postoje pravila, što je poželjno da sadrži koja stranica, kako bi web trgovina bila uspješna i privukla nove kupce.

6.2. Opis implementacije web trgovine

6.2.1. Implementacija u Wixu

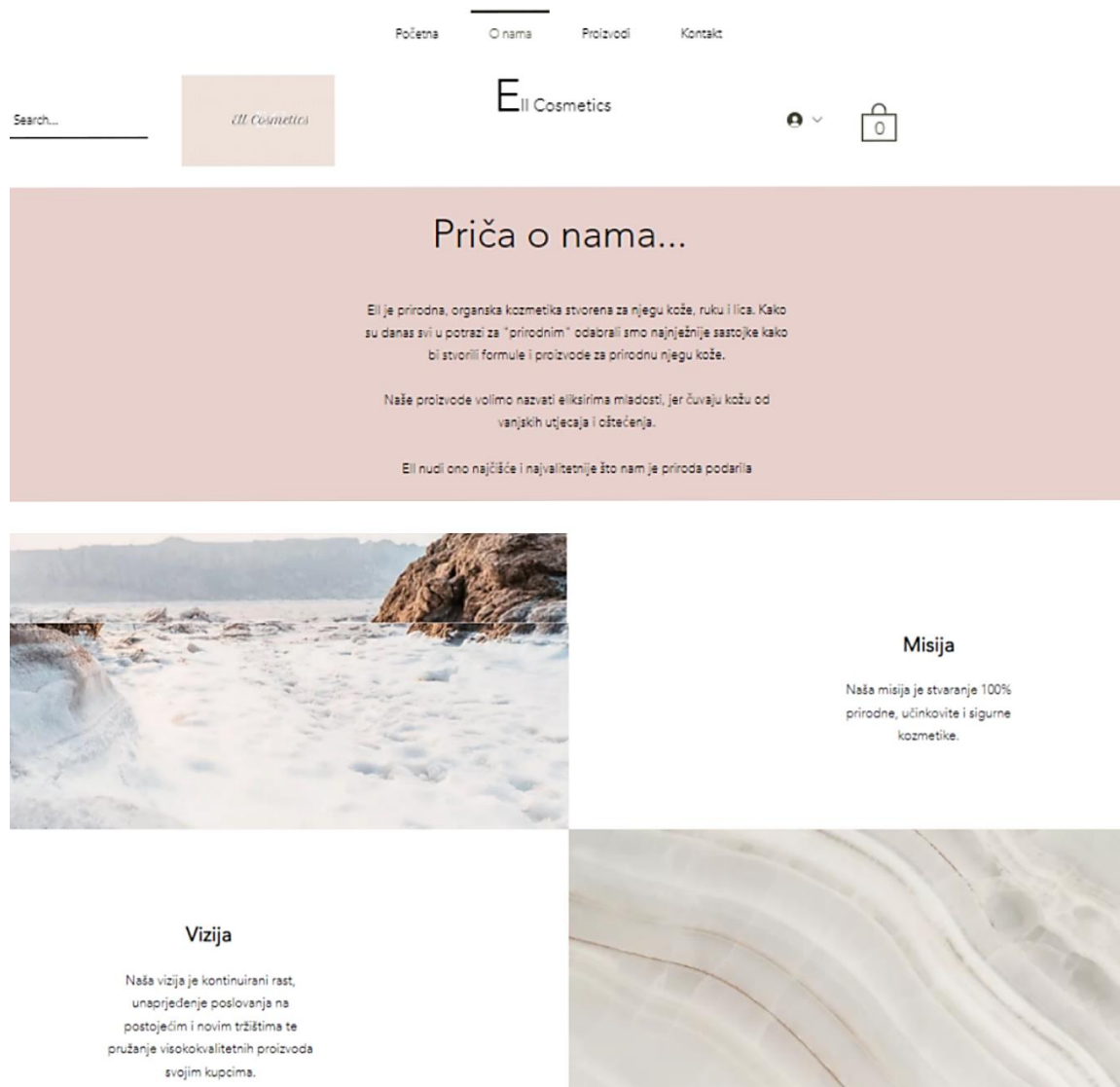
Kao što je već rečeno, biti će implementiran primjer web trgovine u svakom od spomenutih alata. Prvo krećemo sa Wixom. Slika 2. prikazuje početnu stranicu izrađenu u alatu Wix. Za izradu web trgovine uzet je primjer trgovine koja se bavi prirodnom kozmetikom.

Početna stranica sastoji se od zaglavlja, koje osim spomenutih elemenata, naziva web trgovine, loga, navigacije i košarice, sadrži i mogućnost pretraživanja s lijeve strane i mogućnost prijave kupaca s desne strane. Središnji dio sastoji se od slike i slogana kao što je vidljivo na slici, ali i videa. Vrlo je važno koristiti što više vizualnih elemenata, pogotovo video, jer je on danas dominantan medij. I kao zadnji dio početne stranice je podnožje koje je opisano u podnaslovu prije i koje sadrži sve potrebne elemente.



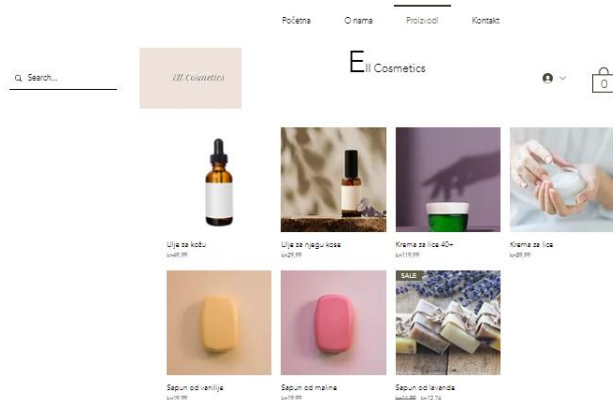
Slika 2. Početna stranica (Samostalna izrada u alatu Wix)

Slika 3. prikazuje stranicu *O nama*. Stranica također sadrži zaglavlje i podnožje dok se na središnjem dijelu nalazi tekst o tome kako je nastala tvrtka i čime se bavi kako bi se prikazala autentičnost, prijateljski ton i privuklo kupce zašto baš kupovati preko te web trgovine. Osim toga sadrži i misiju i viziju tvrtke.

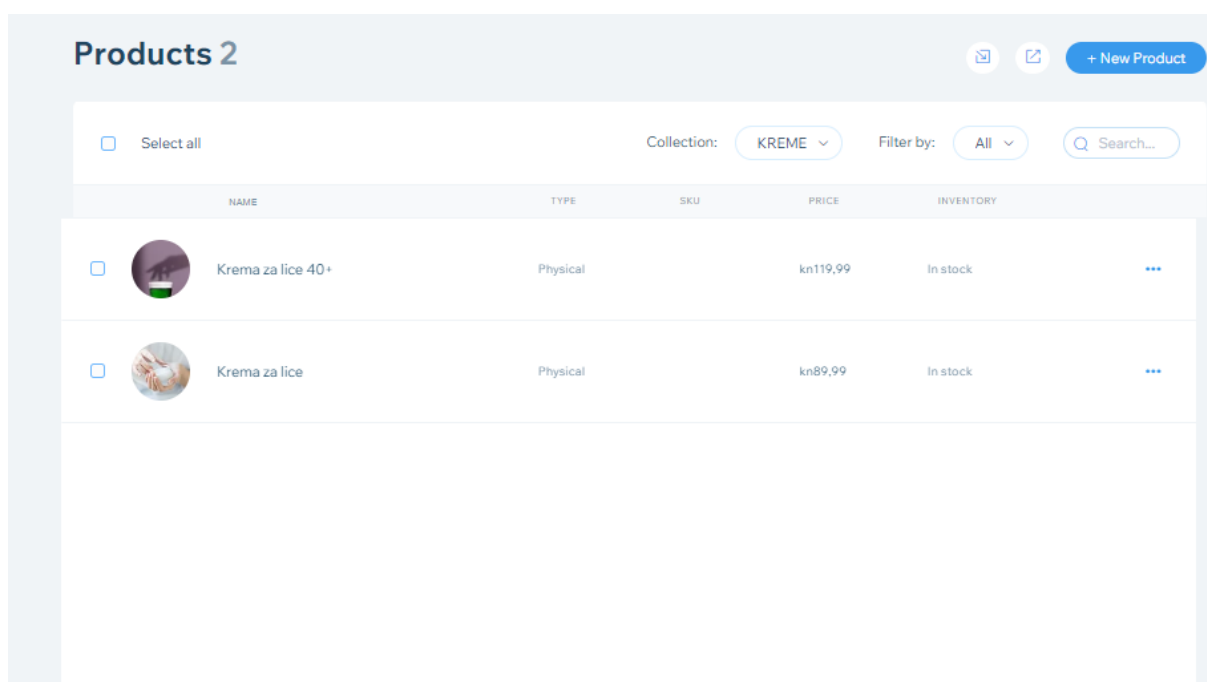


Slika 3. Stranica O nama (Samostalna izrada u alatu Wix)

Nakon početne stranice i stranice o nama, web trgovina treba sadržavati i stranicu sa proizvodima koje nudi. Iduća slika prikazuje stranicu sa svim proizvodima, dok slika 5. prikazuje grupiranje proizvoda. Wix nudi grupiranje proizvoda u zadane grupe, pa je kao primjer uzet grupa kreme, gdje su izdvojeni svi proizvodi koji spadaju u kreme.

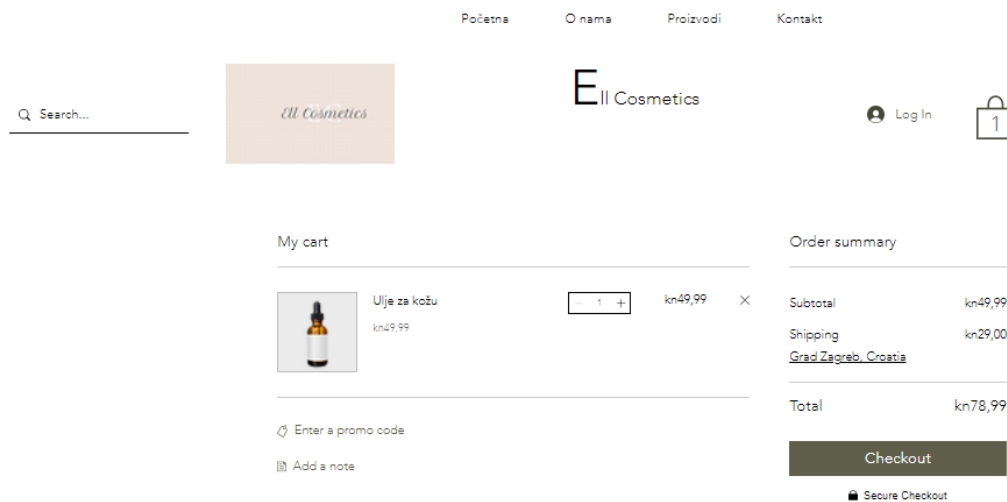


Slika 4. Stranica Proizvodi (Samostalna izrada z alatu Wix)

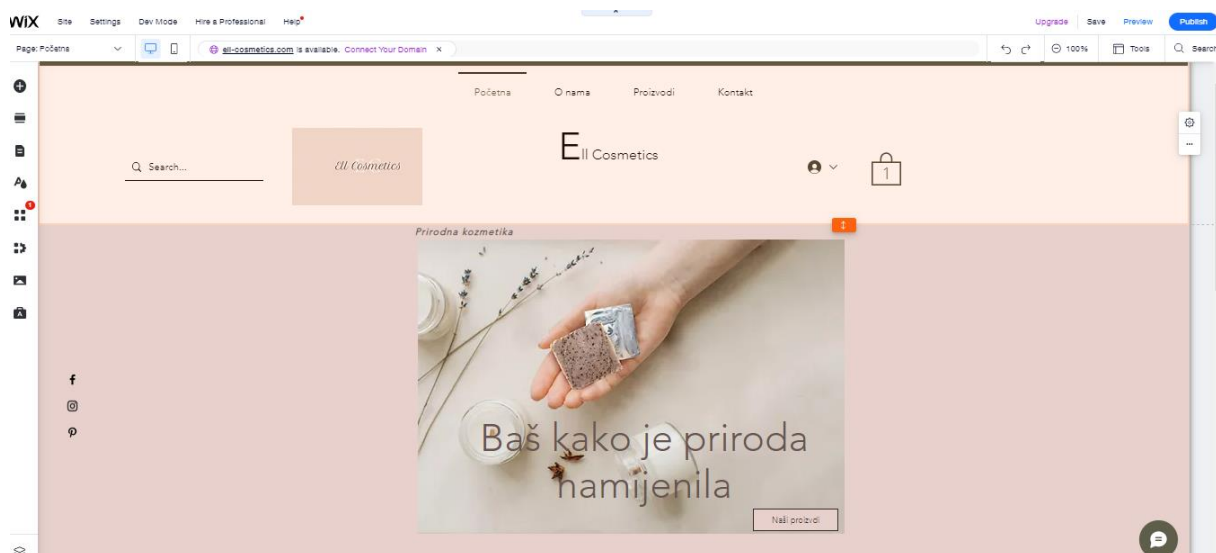


Slika 5. Grupa proizvoda - KREME (Samostalna izrada u alatu Wix)

Iduća slika prikazuje dodavanje proizvoda u košaricu u alatu Wix. Prikazano je zaglavlje, košara sa proizvodima, dodan je jedan proizvod, piše cijena proizvoda i cijena dostave, te ukupna cijena.



Slika 6. Dodavanje proizvoda u košaricu (Samostalna izrada u alatu Wix)



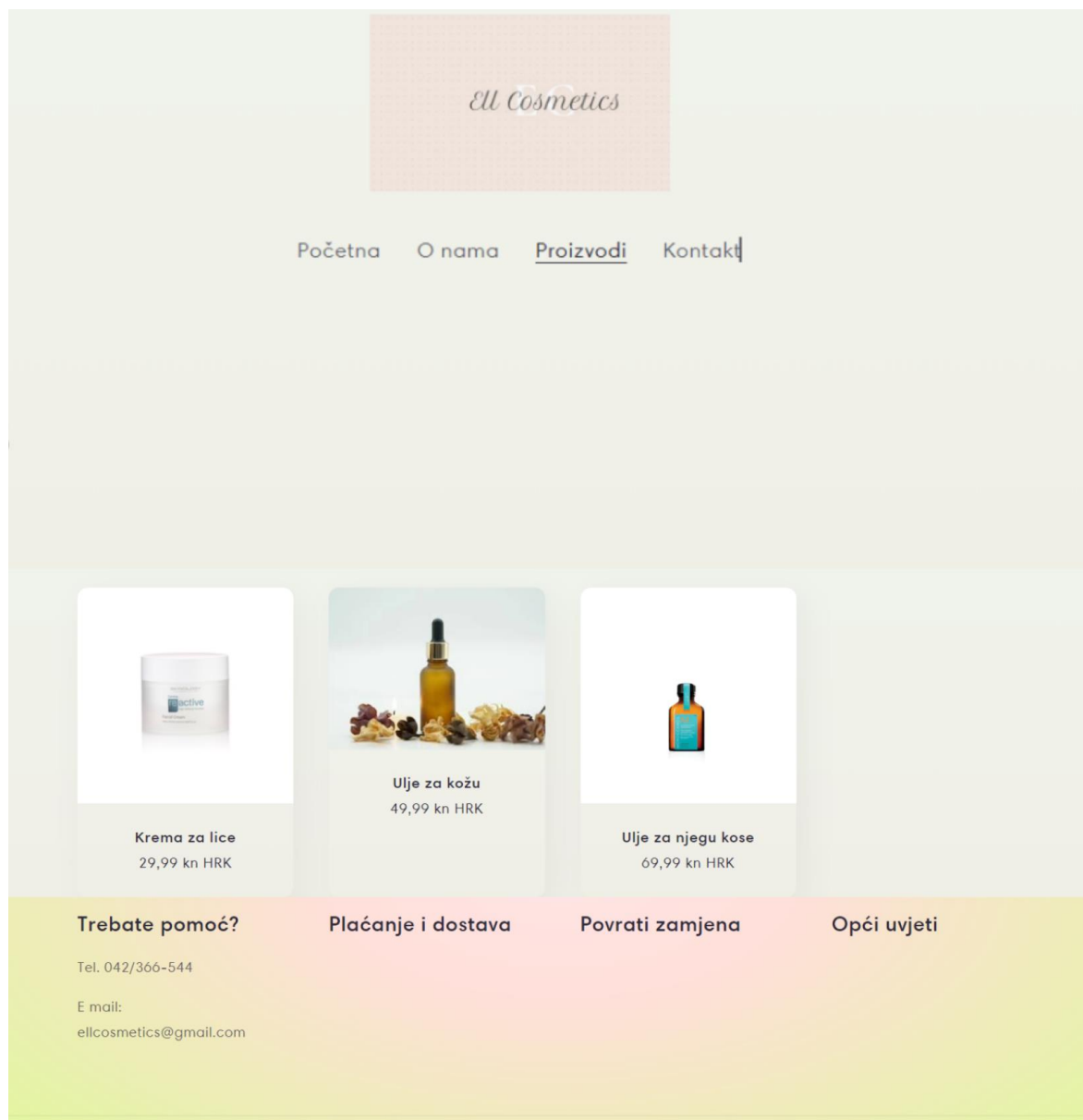
Slika 7. Administracijsko sučelje-Početna stranica (Samostalna izrada u alatu Wix)

Slika 7. prikazuje administracijsko sučelje u alatu Wix. S lijeve strane je prikazana alatna traka sa mogućnostima, jednostavno se gore odabere stranica koja se želi uređivati. Pruža i mogućnost odabira mobilne verzije web trgovine.

Link za pristup web shopu: <https://jurakelena11.wixsite.com/ell-cosmetics>

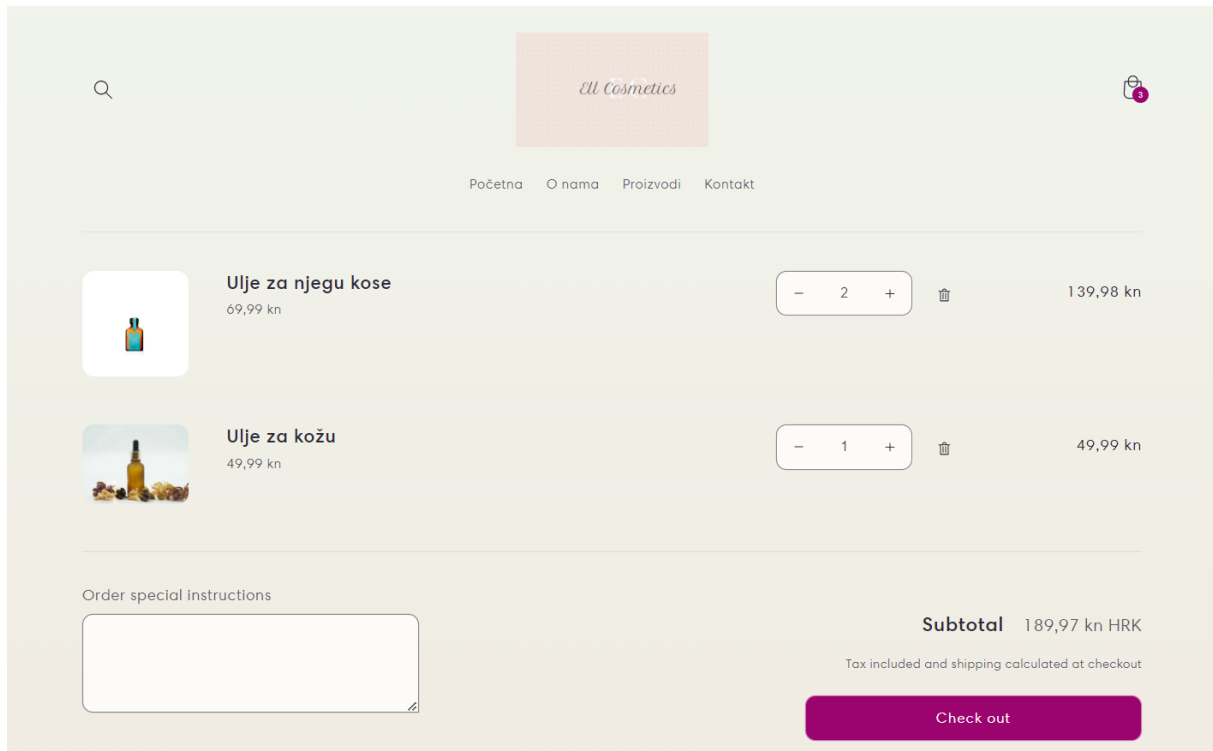
6.2.2. Implementacija u Shopifyu

Iduća implementacija web trgovine izrađena je u programu Shopify. Iduća slika prikazuje stranicu *proizvodi*. Dodana su tri proizvoda zajedno sa imenom i cijenom. U zaglavlju nalazi se logo i ime web trgovine i traka za navigaciju, dok su u podnožju: pomoć, plaćanje i dostava, povrati zamjena i opće uvjeti.



Slika 8. Stranica Proizvodi (Samostalna izrada u programu Shopify)

Sljedeća slika prikazuje stranicu koja se otvori nakon pritiska na košaricu. Prikazuje proizvode koji su dodani u košaricu, u kojoj količini, po kojoj cijeni zajedno sa slikama odabranih proizvoda. Moguće je mijenjati količine odabranih proizvoda kao i ukloniti proizvod iz košarice. Nadalje, moguće je dodati neki komentar prilikom kupnje. Prikazan je i ukupan iznos koji je potrebno platiti.



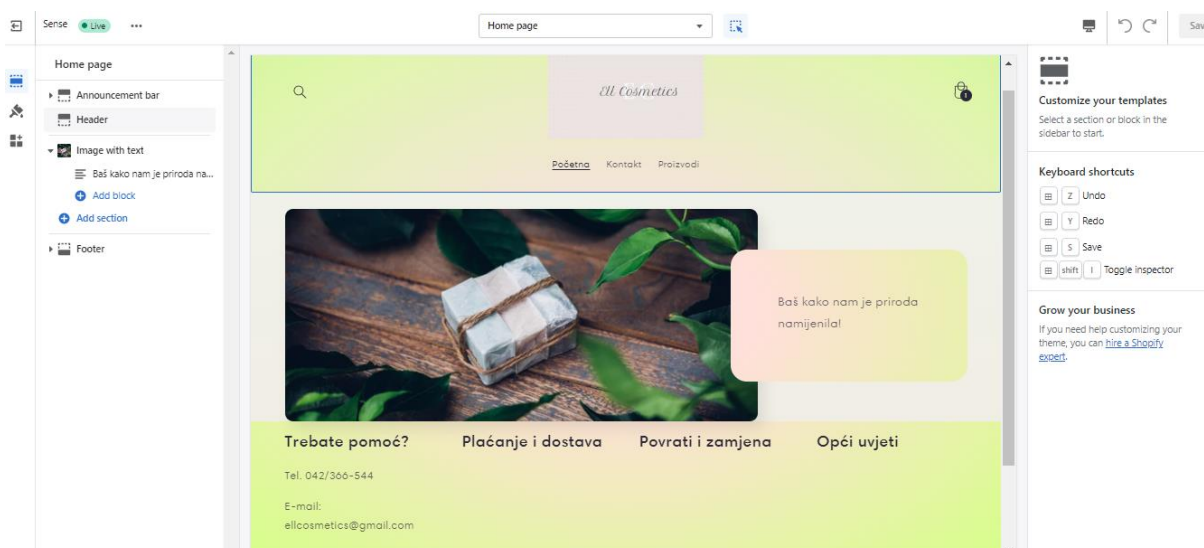
Slika 9. Prikaz sadržaja košarice (Samostalna izrada u alatu Shopify)

Slika 10. prikazuje jedan od proizvoda dodan u alatu Shopify. Ovako izgleda proizvod iz perspektive kupca. Kupac vidi naziv proizvoda, sliku proizvoda, cijenu proizvoda, odabranu količinu, ima mogućnost dodavanja proizvoda u košaricu, pa nastaviti kupnju ili ga odmah kupiti, osim toga prikazani su sastojci proizvoda, kako se koristi, dostava i politika povrata. Također i kratki opis proizvoda i mogućnost dijeljenja proizvoda.

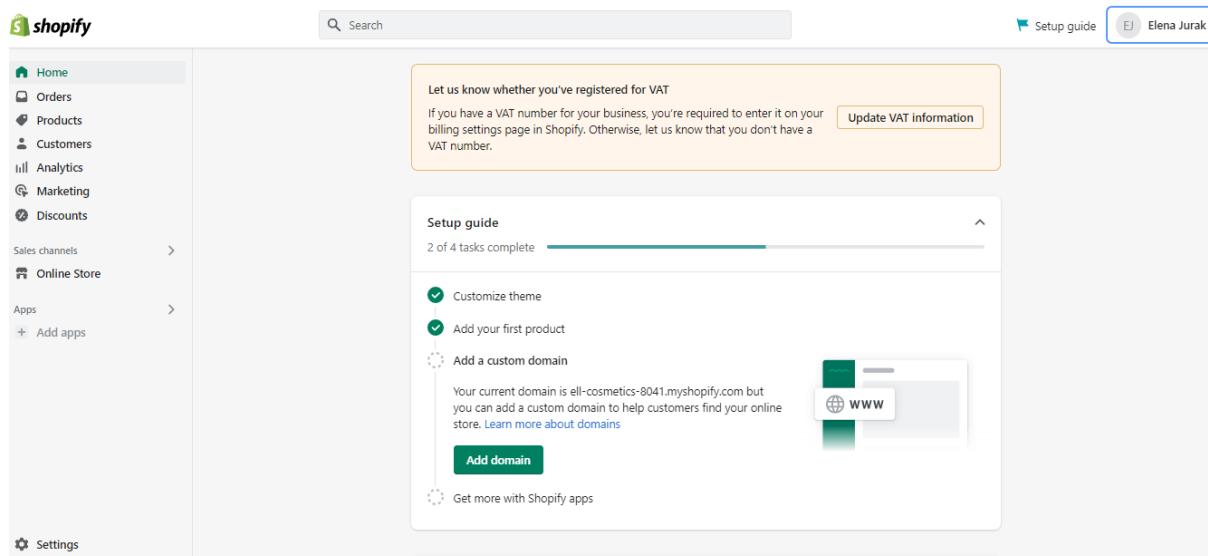


Slika 10. Detalji o proizvodu (Samostalna izrada u alatu Shopify)

Slika ispod prikazuje administracijsko sučelje početne stranice u programu Shopify. Lijevo piše koja stranica se uređuje, odabire se tekst i slike koje se žele dodati, omogućuje uređenje zaglavlja (*engl. Header*) i podnožja (*engl. Footer*). Nakon svega što se želi dodati/promijeniti u desnom kutu se spremi te je tada vidljivo na stranicama web trgovine.



Slika 11. Administracijsko sučelje-Početna stranica (Samostalna izrada u alatu Shopify)



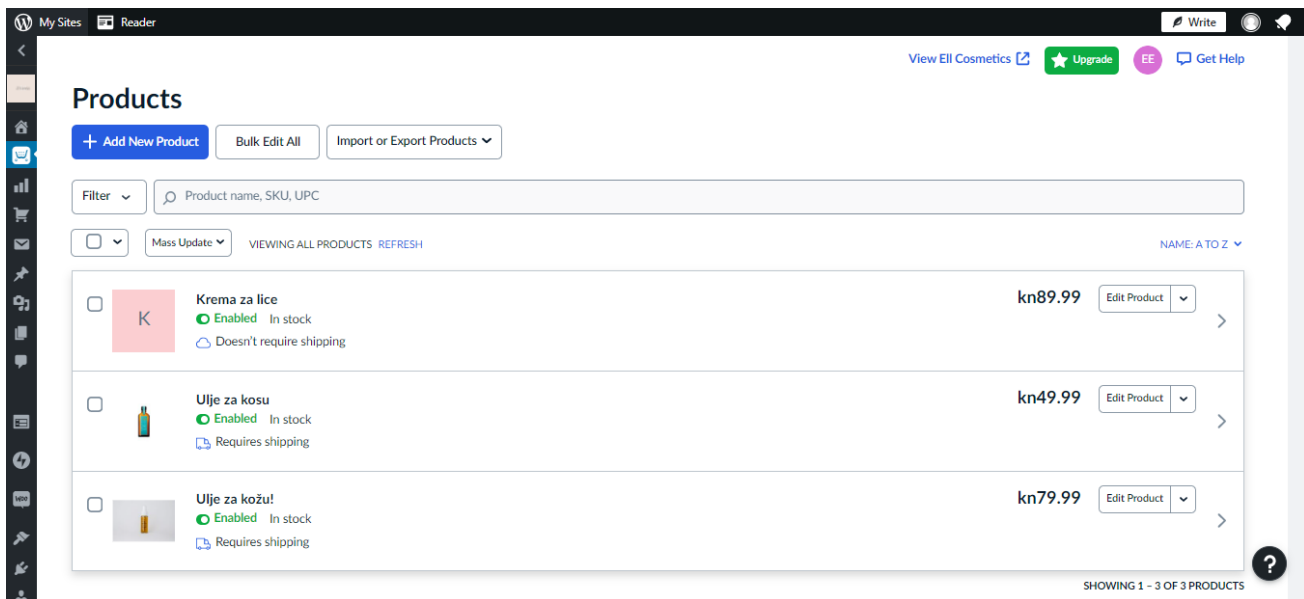
Slika 12. Prikaz glavnog sučelja (Samostalna izrada u alatu Shopify)

Slika 12. prikazuje glavno sučelje koje se prikazuje administratoru nakon prijave u Shopify. Slika prikazuje s lijeve strane izbornik gdje se nudi mnogo mogućnosti za uređenje u vođenje web trgovina.

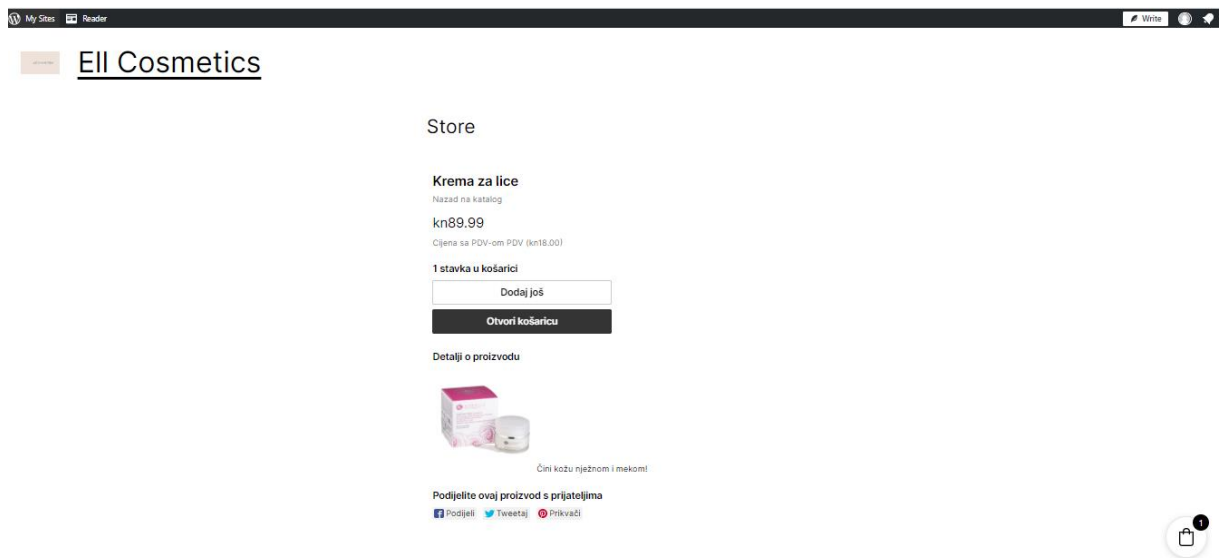
Link za pristup web shopu: <https://ell-cosmetics-8041.myshopify.com/>

6.2.3. Implementacija u WordPressu

Nakon implementacije u Wixu i Shopifyu, slijedi implementacija u alatu WordPress. WordPress nudi mnoge teme, mogućnost uređivanja i unašanje promjena, no nešto je zahtjevniji od Wixa, ali i od Shopifyja. Nakon kupnje Business plana u WordPressu uz instaliranje dodatka Ecwid, izrađena je web trgovina sa tri proizvoda, pruža mogućnost prikaza proizvoda sa slikama, opisa proizvoda, dodavanje u košaricu proizvoda u odabranim količinama. Slika ispod prikazuje administracijsko sučelje i tri dodana proizvoda. Dok iduća slika prikazuje jedan određeni proizvod.



Slika 13. Administracijsko sučelje-Dodavanje proizvoda (Samostalna izrada u alatu WordPress-dodatak Ecwid)



Slika 14. Prikaz proizvoda (Samostalna izrada u alatu WordPress)

Slika 15. prikazuje košaricu sa jednim dodanim proizvodom, izračunatu cijenu koja će se naplatiti, mogućnost ostavljanja e-mail adrese kako bi se pratio status narudžbe.

Store

Košarica
Trgovina / Košarica

Krema za lice ×
Količina: 1 ▼ kn89.99

Međubroj kn89.99

Ukupno, ne uključujući porez kn71.99
PDV (25%) kn18.00

UKUPNO kn89.99
Uključuje PDV (25%) kn18.00

Tražite više? Nastavi kupovinu

Naplata
Upišite svoju email adresu. Ova će se adresa koristiti za slanje ažuriranja statusa narudžbe.

Vaša adresa e-pošte

Naplata

Sljedeće
Informacije o plaćanju
Odaberite način plaćanja i unesite podatke o plaćanju.

Potvrda narudžbe
Postavite narudžbu i primite email s potvrdom.

Moj račun Pratite narudžbe Košarica (1)

Slika 15. Prikaz košarice u alatu Wordpress (Samostalna izrada)

Link za pristup web shopu: <https://ell937395363.wpcomstaging.com/>

6.3. Usporedba implementacije

Od ova tri alata, Wix definitivno jest najjednostavniji i najintuitivniji alat za izradu web trgovina. Iako mu prvotna namjena nije izrada web trgovina, već izrada web stranica ili bloga, Wix omogućuje izradu manjih web trgovina, sa malim brojem proizvoda.

Nastavljajući usporedbu, drugi po redu što se tiče jednostavnosti je Shopify. Također je intuitivan i jednostavan, pruža mnogo predložaka, no ono po čemu se razlikuje od Wixa jest nemogućnost mijenjanja strukture predloška nakon odabira teme. Dok Wix pruža opcije povuci i ispusti. S druge strane Shopify teme su prilagođene upravo za izradu web trgovina, pa su elementi zapravo već na svojim mjestima. No, Shopify je prvotno osmišljen za izradu web trgovina, pa zbog toga pruža mogućnost izrade web trgovina sa svim potrebnim elementima i sa mogućnošću dodavanja mnogo više proizvoda od Wixa, a pogodan je i za prošireno poslovanje.

WordPress je zauzeo treće mjesto što se tiče jednostavnosti, odnosno za WordPress je potrebno malo učenja i vježbe i razumijevanja kako bi se mogla izraditi web trgovina. Ali, s druge strane, WordPress nudi bezbroj mogućnosti i namijenjen je onima koji se žele kreativnije izraziti i potrošiti više vremena za izradu web trgovina.

Nadovezujući se na opcije koje se nude, mana Wixa je nemogućnost promjene predloška nakon dodavanja elemenata i izrade web lokacije, u prijevodu, trebalo bi sve raditi iz početka ukoliko se mijenja predložak, dok Shopify i WP omogućuju promjenu predloška u bilo kojem trenutku.

Vezano uz prilagodbu, već se da zaključiti kako Wix nudi najmanju mogućnost prilagodbe, dok WP i Shopify su mnogo napredniji. To je i zbog dodataka. Wix ima najmanje dodataka, Shopify daleko više od Wixa, dok WordPress još mnogo više od Shopifya.

Vezano uz cijene, Wix jest najjeftiniji, drugi po redu je WP, dok je najskuplji Shopify.

Što se tiče prikaza web stranice na drugim uređajima, primjerice mobilnom uređaju, Wix ovdje gubi jer nije prilagođen kako bi trebao biti. Dok Shopify i WP nude izvrne prilagodbe web trgovine na druge uređaje.

Sve tri aplikacije su dostupne prema modelu softver kao usluga (engl. Software as a service) SaaS.

I kao zadnja stavka u ovom dijelu, uspoređuje se SEO. Wix ima SEO podršku, ali daleko slabiju od Shopifya. Dok Shopify ima SEO podršku slabiju od WordPressa.

7. Zaključak

CMS odnosno upravljanje sadržajem sustav je koji pomoću aplikacija pomaže u strukturiranju, upravljanju i uređivanju sadržaja, koji je namijenjen publici, kako bi ih privukao.

Web trgovine u zadnjih nekoliko godina doživjele su nagli porast. Kako je nastupila pandemija COVID-19, ljudi su bili prisiljeni manje ići u fizičke trgovine, a više kupovati putem interneta. Osim toga na taj su način i trgovci bili prisiljeni nuditi proizvode preko interneta odnosno izaći na tržište izradom web trgovina.

Analizom i usporedbom ova tri alata, može se zaključiti kako je danas vrlo jednostavno izraditi web trgovinu, samo je potrebna ideja odnosno proizvod ili usluga.

Od ova tri alata koja su analizirana, definitivno bi treće mjesto bilo dodijeljeno Wixu. Ukoliko netko nudi malo proizvoda, nisu mu potrebne neke napredne mogućnosti Wix je dobar izbor, no definitivno Shopify i WP su daleko bolji, učinkovitiji, prilagodljiviji i sve ostalo od Wixa. Ukoliko netko treba jednostavan alat za izradu web trgovine koja nudi malo proizvoda i nije namijenjena rastu, Wix je odličan izbor jer je jeftin i vrlo lak za korištenje. Ukoliko netko treba alat za web trgovina, ali je početnik Shopify je odličan izbor, iako je skuplji, lakše se koristi od WordPressa.

Ukoliko je netko voljan uložiti malo truda da shvati i nauči alat za izradu web trgovina, ukoliko mu je cilj rast i širenje asortimana i izlazak na nova tržišta, ukoliko se planira baviti web trgovinom i želi se kreativno izraziti, dobar izbor bi bio WordPress.

U radu sa navedenim alatima, premda svi alati nude slične mogućnosti, zaključila bi da je Shopify optimalan alat za izradu web trgovina. Moje mišljenje je da korisniku pruža najbolji omjer cijene i kvalitete, gdje se ponajviše ističe lakoća uređivanja i objavljivanje sadržaja.

Popis literature

Ahmad S., Ismail M, Nurfarihin Abdullah E., Mat Diah N.. (2021). Evaluating E-commerce Website Content Management System in Assisting Usability Issues. Dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/353895044_Evaluating_E-commerce_Website_Content_Management_System_in_Assisting_Usability_Issues

Ahmed N. (2022). Shopify vs WordPress: Which One Should You Build Your Online Store On (2022)? Dostupno na: https://www.cloudways.com/blog/shopify-vs-wordpress/?data1=18059204527&data2=&id=290872&gclid=EAlaIQobChMlgPvk6fX7-QIVi9iyCh0mMwobEAAYAiAAEgLudvD_BwE

https://www.cloudways.com/blog/shopify-vs-wordpress/?data1=18059204527&data2=&id=290872&gclid=EAlaIQobChMlgPvk6fX7-QIVi9iyCh0mMwobEAAYAiAAEgLudvD_BwE

Aleksandrova M. (2022). Top 10 Best Wix Plugins for E-Commerce Websites. Dostupno na:

<https://www.top10.com/website-builders/top-10-best-wix-plugins-for-e-commerce-websites>

Amsler S. (bez dat.). Content management system (CMS). Dostupno na:

<https://www.techtarget.com/searchcontentmanagement/definition/content-management-system-CMS>

Baker K. (2022). The 36 Best WordPress Plugins to Make Your Site Delightful. Dostupno na:

<https://blog.hubspot.com/website/must-have-wordpress-plugins>

Barker D. (2016). Web Content Management, Sebastopol - O`Reilly Media, Inc

Behmaster (2017). Savjeti za poboljšanje funkcionalnosti WordPressa za svoju web stranicu.

Dostupno na: <https://behmaster.com/hr/tips-to-improve-wordpress-functionality-for-your-website/>

Benefits And Advantages Of WordPress (bez dat.). Top 26 Benefits And Advantages Of

WordPress. Dostupno na: <https://activebusinessgrowth.ca/wordpress-benefits/>

Benevolo C., Serena N. (2007). Evaluation of content management system (CMS): a supply analysis. Dostupno na: https://academic-publishing.org/index.php/ejise/article/view/309?fbclid=IwAR1Bbj_J9E1QiOFjxAA-LFRi0VaPRzaHYufrcqDM_GisD2-PWgQQhFLzILU

https://academic-publishing.org/index.php/ejise/article/view/309?fbclid=IwAR1Bbj_J9E1QiOFjxAA-LFRi0VaPRzaHYufrcqDM_GisD2-PWgQQhFLzILU

BigCommerce (bez dat.). Ecommerce CMS Explained: What It Is, How It Works and Why You Need One. Dostupno na: <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/ecommerce-cms/>

Bloomenthal A., (2022). Electronic Commerce (Ecommerce). Dostupno na:

<https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp>

Boiko B. (2005). Content Management, Bible, 2nd Edition, Indianapolis – Wiley Publishing, Inc

Djuraskovic O.(2022). Wix Website Builder Review 2022. Dostupno na:

<https://firstsiteguide.com/wix-review/>

Domain.com Blog. (bez dat.). How to Create Enticing Product Descriptions on Your E-Commerce Site. Dostupno na: <https://www.domain.com/blog/how-to-create-enticing-product-descriptions-on-your-e-commerce-site/>

EU (2022). Zaštita podataka na temelju Opće uredbe o zaštiti podataka. Dostupno na: https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_hr.htm

Evans H (2017). „Content is King“ – Essay by Bill Gates 1996. Dostupno na: <https://medium.com/@HeathEvans/content-is-king-essay-by-bill-gates-1996-df74552f80d9>

Fraser S., (2002), Real-World ASP.NET: Building a Content Management System, New York-Stewart, Tabori & Chang Inc

Garcia J. i Brandl R. (2022). Is Wix's SEO really that bad? Dostupno na: <https://www.tooltester.com/en/blog/wix-seo/>

Garcia J. i Brandl R. (2022). Shopify Vs Wix; Ecommerce Champion or Website Builder Superstar? Dostupno na: <https://www.tooltester.com/en/blog/shopify-vs-wix>

GDPR informer (bez dat.). Vodič kroz GDPR za početnike. Dostupno na: <https://gdprinformer.com/hr/vodic-kroz-gdpr>

Guill J. (2022.) 7 Plugins All Wix Ecommerce Websites Need in 2022. Dostupno na: <https://www.websiteplanet.com/blog/plugins-wix-ecommerce-websites-need/>

Hauschildt, S., (2010), CMS Made Simple 1.6: Beginner's Guide, Birmingham-Packt Publishing

ISO 9241-11 (2018) Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts. Dostupno na:

<https://www.iso.org/obp/ui/?fbclid=IwAR0xBpbE61cwM92c92hbdmSjvcvKEWGnS-LLeIW1M53ES-Ufw8bIEEXAnQ#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en>

IT Governance (2017). EU General Data Protection Regulation (GDPR): An Implementation and Compliance Guide. IT Governance Publishing

Jim Wilber (2020). WHAT EXACTLY IS ISO CERTIFIED? AND WHY DOES IT MATTER? Dostupno na: <https://www.meadmetals.com/blog/what-exactly-is-iso-certified-and-what-does-it-mean>

Johnson D. (2018). What Is WordPress & What Is It Used For? Dostupno na: <https://www.bluehost.com/resources/what-is-wordpress-what-is-it-used->

[for/?utm_source=google&utm_medium=genericsearch&gclid=EAlaIqobChMI_JCHml7u-QIVhrh3Ch3cKwxEAAAYASAAEgJTfPD_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.tidio.com/blog/best-woocommerce-plugins/)

Kisielewska M. (2022). 21 Best WooCommerce Plugins & Extensions for 2022. Dostupno na: <https://www.tidio.com/blog/best-woocommerce-plugins/>

Lara C. (2021). 5 Reasons to Use a Content Management System. Dostupno na: <https://www.theedigital.com/blog/top-reasons-to-use-a-content-management-system>

Lazzaro Blasbalg C. (2021). 9 Great Apps From the Wix App Market. Dostupno na: <https://www.wix.com/blog/2017/11/7-wix-market-apps/>

Miller D. (2017). Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen. HarperCollins

Ownr (bez dat.). Best Ecommerce Website Builders for Small Business. Dostupno na: [https://www.ownr.co/blog/best-ecommerce-website-builders-for-small-business/#Takeaways for Choosing the Best Ecommerce Website Builder](https://www.ownr.co/blog/best-ecommerce-website-builders-for-small-business/#Takeaways%20for%20Choosing%20the%20Best%20Ecommerce%20Website%20Builder)

Pagač, A., Šimec, A. i Tepeš Golubić, L. (2017). PRIMJENA DRUPAL CMS-A U IZGRADNJI WEB SUSTAVA. Polytechnic and design, 5 (2), 142-149. <https://doi.org/10.19279/TVZ.PD.2017-5-2-08>

Rajnerowicz K. (2022). 14 Best Shopify Apps to Get More Customers in 2022. Dostupno na: https://www.tidio.com/blog/best-shopify-apps/?utm_source=google.com&utm_medium=cpc&utm_campaign=17126576053&utm_content=&utm_term=&a_bucket=sem&a_type=new&a_source=google.com&a_v=2&a_g_campaignid=17126576053&a_g_keyword=&a_g_adgroupid=&a_g_creative=&gclid=EAlaIqobChMI3JLi4cr4-QIVohoGAB0idwOBEEAAYAAEgIT-PD_BwE

Shopify (2022). What is Shopify and How Does it Work? Dostupno na: <https://www.shopify.com/blog/what-is-shopify>

SimiCart. (2022). Top 7 Ecommerce CMS for Online Stores in 2022. Dostupno na: https://www.simicart.com/blog/ecommerce-cms/#Available_integrations

Softwise. Što je CMS i koja je njegova uloga?. Dostupno na: https://softwise.hr/hr_HR/blog/sto-je-cms?fbclid=IwAR27u1Kt1HEeHZDmQQZz2dg4L1P15SIDqtXjVjHY7pnr7cf8RzaXw2SLXk

Stefanowicz B. (2022). 15 Best WordPress Ecommerce Plugins [Reviews 2022]. Dostupno na: <https://www.tidio.com/blog/wordpress-ecommerce-plugins/>

Stefanowicz, B. (2022). 17 Best Shopify Plugins For Your Ecommerce in 2022. Dostupno na: <https://www.tidio.com/blog/shopify-plugins/>

Szaniawska -Schiavo G. (2022). 30 Best WordPress Plugins Compared [2022 Ranking].

Dostupno na: https://www.tidio.com/blog/wordpress-plugins/?utm_source=google.com&utm_medium=cpc&utm_campaign=17126576053&utm_content=&utm_term=&a_bucket=sem&a_type=new&a_source=google.com&a_v=2&a_g_campaignid=17126576053&a_g_keyword=&a_g_adgroupid=&a_g_creative=&gclid=EAlaIQobChMIII6jtr7z-QIVyZBoCR1QmAlsEAAYAiAAEgKGp_D_BwE

Szaniawska -Schiavo G. (2022). WooCommerce vs Shopify: Who's Better? [2022 Comparison].

Dostupno na: <https://www.tidio.com/blog/woocommerce-vs-shopify/>

TCG (bez dat.). ISO 27001:2013 – Informacijska sigurnost. Dostupno na: <https://top-consult-grupa.hr/usluge/iso-270012013-informacijska-sigurnost/>

The Staff of Entrepreneur Media and Mintzer R. (2014). Start Your Own e-Business: Your Step-By-Step Guide to Success. Entrepreneur Press

URS (UNITED REGISTRAR OF SYSTEMS), (bez dat.). ISO 27001 – Sustav za upravljanje informacijskom sigurnošću. Dostupno na: <https://www.urs-adriatica.com/certifikacija-sustava/iso-27001-sustav-upravljanja-informacijskom-sigurnoscu>

Virtualna tvornica (bez dat.). Pokretanje web shopa – zakonski propisi. Dostupno na: <https://www.virtualna-tvornica.com/pokretanje-web-shopa-zakonski-propisi/>

Wilson G. (2018). What's the best CMS to use?. Dostupno na: <https://www.togetherdigital.ie/insights/whats-the-best-cms-to-use/>

Winter D. (2021). 12 Things To Sell on Shopify-From Services To Digital Products (2022). Dostupno na: <https://www.shopify.com/blog/12-things-to-sell-on-shopify-other-than-products>

Wix (2022). The best Wix apps. Dostupno na: <https://elfsight.com/wix-apps/>

Wix. (2022). O nama. Dostupno na: <https://www.wix.com/about/us>

WPBeginner (2022). Wix vs WordPress – Which One is Better? (Pros and Cons). Dostupno na: <https://www.wpbeginner.com/opinion/wix-vs-wordpress-which-one-is-better-pros-and-cons/>

Wpbeginner, (2022). 15 Best and Most Popular CMS Platforms in 2022 (Compared). Dostupno na: <https://www.wpbeginner.com/showcase/best-cms-platforms-compared/>

Popis slika

Slika 1. Skica stranice sa proizvodima (Samostalna izrada u alatu diagrams.net).....	38
Slika 2. Početna stranica (Samostalna izrada u alatu Wix).....	39
Slika 3. Stranica O nama (Samostalna izrada u alatu Wix)	40
Slika 4. Stranica Proizvodi (Samostalna izrada z alatu Wix)	41
Slika 5. Grupa proizvoda - KREME (Samostalna izrada u alatu Wix)	41
Slika 6. Dodavanje proizvoda u košaricu (Samostalna izrada u alatu Wix).....	42
Slika 7. Administracijsko sučelje-Početna stranica (Samostalna izrada u alatu Wix)	42
Slika 8. Stranica Proizvodi (Samostalna izrada u programu Shopify)	43
Slika 9. Prikaz sadržaja košarice (Samostalna izrada u alatu Shopify)	44
Slika 10. Detalji o proizvodu (Samostalna izrada u alatu Shopify)	45
Slika 11. Administracijsko sučelje-Početna stranica (Samostalna izrada u alatu Shopify).....	45
Slika 12. Prikaz glavnog sučelja (Samostalna izrada u alatu Shopify)	46
Slika 13. Administracijsko sučelje-Dodavanje proizvoda (Samostalna izrada u alatu WordPress-dodatak Ecwid)	47
Slika 14. Prikaz proizvoda (Samostalna izrada u alatu WordPress)	47
Slika 15. Prikaz košarice u alatu Wordpress (Samostalna izrada)	48

Popis tablica

Tablica 1. Usporedba između glavnih funkcionalnosti CMS-a.....	7
Tablica 2. Usporedba nekoliko WordPress dodataka.....	21
Tablica 3. Usporedba WooCommerca i Shopifya	33