

Uključenost poduzetnika u izradu poslovnog web mjesta

Mundđer, Iva

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:211:547711>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

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



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

Iva Munder

**UKLJUČENOST PODUZETNIKA U IZRADU
POSLOVNOG WEB MJESTA**

DIPLOMSKI RAD

Varaždin, 2022.

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

Iva Munder

Matični broj: 0016131609

Studij: Ekonomika poduzetništva

**UKLJUČENOST PODUZETNIKA U IZRADU POSLOVNOG WEB
MJESTA**

DIPLOMSKI RAD

Mentorica :

Izv. prof. dr. sc. Dijana Plantak Vukovac

Varaždin, rujan 2022.

Iva Munder

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

Ovaj diplomski rad razmatra temu uključenosti poduzetnika u izradu poslovne web stranice. Na samom početku objašnjena je svrha web stranice, a zatim su prikazane njene karakteristike. U radu se nastoje prikazati mogućnosti i koraci izrade web stranice. Kroz primjer je prikazana i mogućnost kreiranja web stranice pomoću alata WordPress. U praktičnom dijelu rada provedeno je anketiranje i sama analiza rezultata. Pomoću ankete dobiveni su rezultati o tome koliko je poduzetnika sklono informatizaciji i dizajnu i koliko ih je uključeno u izradu vlastitih web stranica, a koliko njih se i dalje drži tradicionalne ekonomije i koji digitalizaciju ne smatraju nužnom za vlastiti razvoj.

Ključne riječi: Web dizajn, malo i srednje poduzetništvo, anketa, WordPress, poslovno web mjesto, web stranica

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Svrha poslovne web stranice	2
2.1. Proces planiranja izrade web stranice	2
2.2. Financijski aspekt izrade web stranica	3
3. Karakteristike prezentacijskih poslovnih web mjesta	5
3.1. Dizajn prezentacijskih poslovnih web mjesta	6
3.2. Sadržaj prezentacijskih poslovnih web mjesta	6
3.3. Optimizacija prezentacijskih poslovnih web mjesta	6
4. Mogućnosti izrade web stranica za male i srednje poduzetnike	8
4.1. Vrste i prednosti CMS sustava	8
4.2. Angažiranje tvrtke za izradu web stranica	9
5. Svojstva i mogućnosti WordPressa	14
5.1. Priprema i koraci izrade web mjesta na primjeru	15
5.1.1. Instalacija WordPressa	18
5.1.2. Struktura navigacije	19
5.1.3. Odabir teme	19
5.1.4. Prilagodba zaglavlja i podnožja	20
5.1.5. Izrada navigacije	22
5.1.6. Izrada web stranica	23
5.2. Primjer poslovnog web mjesta u WordPressu	25
5.2.1. Početna stranica	25
5.2.2. O nama	28
5.2.3. Naše usluge	29
5.2.3.1. Dekoracije vjenčanja	31
5.2.3.2. Dekoracije djevojačkih večeri	32
5.2.3.3. Rođendanske dekoracije	34
5.2.3.4. Dekoracije poslovnih događaja	36
5.2.3.5. Ostale svečane dekoracije	38
5.2.4. Kontakt	40
6. Istraživanje	42
6.1. Ciljevi istraživanja	42
6.2. Metode istraživanja	42

7. Rezultati istraživanja	43
7.1. Prva sekcija pitanja (N=39)	43
7.1.1. Druga sekcija pitanja (N=14)	49
7.1.2. Treća sekcija pitanja (N=25)	51
8. Zaključak	55
Popis literature	58
Popis slika	61
Popis popis tablica	62

1. Uvod

U ovom diplomskom radu razmatra se tema uključenosti poduzetnika u izradu poslovnog web mjesta. U teorijskom dijelu bit će objašnjena svrha web stranice, a zatim će se prikazati njene karakteristike.

Naglasak je stavljen na korištenje informacijske tehnologije koja je vrlo bitna. Govori se o tome da ako mali i srednji poduzetnici žele pridobiti ili održati svoj tržišni udio trebaju uzastopno pratiti trendove. Nadalje, digitalizacija postaje sve zastupljenija diljem svijeta, a online dostupnost postaje nužna. Rijetko koje novo poduzeće će se probiti na tržište ako nema vlastitu web stranicu koja klijentima omogućava informiranje o poduzeću. Danas postoji niz alata koji omogućuju izradu web stranica, od onih jednostavnih koji pružaju izradu pomoću predloška, do nešto zahtjevnijih koji zahtijevaju znanje programskog jezika.

U nastavku rada nastoje se prikazati mogućnosti i koraci izrade web stranice. Kroz primjer će se prikazati i mogućnost kreiranja web stranice preko alata WordPress. Takav razvoj web stranice poduzetnicima omogućava brza i jednostavna rješenja uz minimalne troškove.

U drugom dijelu rada je provedeno anketiranje kao i sama analiza rezultata, kako bi se uvidjelo koliko malih i srednjih poduzetnika smatra da je web stranica bitna za njihovo poslovanje, koliko njih uopće zna koji su bitni elementi web stranice, koliko njih poznaje WordPress i koliko njih bi se upustilo u samostalnu izradu, a koliko bi ih radije platilo izradu web stranice profesionalcima. Pomoću ankete dobivaju se rezultati o tome koliko je poduzetnika sklono informatizaciji, a koliko se njih i dalje drži tradicionalne ekonomije.

2. Svrha poslovne web stranice

Prema članku koji objavljuje "Horizont.solutions bez dat.", dolazimo do saznanja da postoji mnogo razloga zašto je web stranica poduzeću potrebna za unaprjeđenje poslovanja. Navodi se da su neki od razloga dostupnost kupcima, vjerodostojnost i olakšavanje poslovanja. Ako poduzeće želi biti konkurentno na tržištu, izrada web mjesta mu je neophodna. Iako se još mnogi mali i srednji poduzetnici pitaju treba li im web stranica, a ako im je cilj unaprjeđenje prodaje, odgovor je potvrđan.

Digitalizacija je promijenila svijet u kojemu smo živjeli ranijih stoljeća, te je nametnula novi način života. Sve informacije, sadržaji, ideje, fotografije, događaji, pa čak i kupnja, odvija se preko interneta. Zahvaljujući digitalizaciji, svijet je postao "globalno selo" koje omogućuje laku i brzu dostupnost svim informacijama koje su potrebne bilo kome tko koristi internet, dok se ta dostupnost smanjila onima koji ne prate digitalne trendove. Valja naglasiti da je većina tvrtki prepoznala utjecaj i prednosti interneta za pronalaženje novih klijenata jer su se digitalizacijom promijenile i navike kupaca koji sve više informacija prikupljaju online. Osim informacija, digitalizacija omogućuje online kupovinu preko online trgovina, online plaćanja i slično. Međutim, kada tvrtka odluči investirati u razvoj svoje web stranice, treba imati na umu da će konkurentnost postići tek onda kada će imati bolju web stranicu ili podjednako dobru kao konkurentna tvrtka. Takav postupak je ponekad dugotrajan i skupocjen, međutim, ako tvrtka nema web stranicu, propušta priliku za ostvarenje poslovne suradnje i potencijalni kupci na kraju odlaze konkurenciji. (Fer.projekt bez dat.).

Iako je izrada web stranice proizvoljna i nitko ju ne može uvjetovati, postoje razlozi za motivacijom i željom izgradnje poslovne web stranice. Neki od razloga su već ranije spomenuti: web stranica poduzeću donosi određene vrijednosti kao što su povećanje broja klijenata, utjecanje na klijente, smanjenje troškova i slično (Diffly 2006.).

2.1. Proces planiranja izrade web stranice

Prilikom izrade web stranice, bilo da se radi o poslovnom web mjestu ili rekreativnom prezentacijskom web mjestu, postoji niz procesa koji se moraju proći prije samog dizajniranja web stranice. Ti procesi se sastoje od određenih koraka koji su važni za samu funkcionalnost web stranice. Bilo da se radi o poslovnom web mjestu malih, srednjih ili velikih poduzeća, bilo da poduzeće ima vlastiti tim za razvoj web stranice ili angažira određeni web studio, potrebno je izdvojiti određeno vrijeme kako bi se osmislio logičan i realističan plan koji bi dizajnerima omogućio lakšu implementaciju zahtjeva korisnika web stranice (Kyrnin 2018.).

Diffly 2006. u svom radu navodi da prije početka realizacije projekta sam proces kreće od prepoznavanja ciljanog objekta koji može biti nova web stranica, rekonstrukcija sadržaja ili nova aplikacija. Nakon što je prepoznat objekt, odnosno predmet projekta, potrebno je organizirati projektni tim koji će provoditi realizaciju. Projektni tim sastoji se od voditelja projekta, dizajnera, kreatora sadržaja i programera. Nadalje, potrebno je odrediti budžet projekta, te okvirno vrijeme koje je potrebno za realizaciju i implementaciju. Kada se radi o dugotrajnim pro-

jektima velikog budžeta, važno je provesti analizu rizika projekta kako bi se predvidjele moguće prijetnje koje bi utjecale na samu realizaciju, produžile tijek realizacije ili izazvale povećanje budžeta. Osim navedenog, komunikacija između projektnog tima i korisnika trebala bi se odvijati kontinuirano, uz moguće promjene zahtjeva ili radi samog uvida u stanje tijekom projekta.

Poznavanje svrhe web stranice pomoći će u postavljanju ciljeva usmjerenih prema ciljanoj publici, dok će poznavanje ciljane publike pomoći u dizajniranju elemenata web stranice. Valja naglasiti da je veoma važno poznavanje ciljane publike koja se može razlikovati u dobi, spolu, preferencijama i ostalim karakteristikama, te nastojati prema definiranoj ciljanoj publici odrediti dizajn i funkcionalnost web stranice (Diffly 2006.).

Ključna pitanja poduzeća koje planira razvoj web stranice glase:

- Zašto radimo web stranicu?
- Koju vrijednost za naše poduzeće ima web stranica?
- Tko su naši ciljani klijenti?
- Što ciljani klijenti žele?

Navedena pitanja osnova su za izgradnju uspješne web stranice te su ključna za daljnji nastavak razvoja i postavljanja ciljeva navedenoga (Diffly 2006.).

2.2. Financijski aspekt izrade web stranica

Često se postavlja pitanje financiranja web stranice, odnosno koliko može koštati izrada web stranice za poduzeće i je li njena izrada na kraju isplativa. Nema sumnje da je web stranica svakom poduzeću neophodna, međutim, treba prepoznati koja razina i struktura web stranice je potrebna poduzeću. To često ovisi o veličini poduzeća i financijskim mogućnostima. Ako se radi o velikim poduzećima, obavezan je stručni i dugotrajni angažman profesionalnog tima koji će raditi na projektu izrade web stranice. Web stranica takvog poduzeća sastoji se od velikog broja funkcionalnosti i raznolikih, kompleksnih elemenata koji obuhvaćaju sveobuhvatni spektar aktivnosti poslovanja. Takve stranice zahtijevaju veći budžet od onih jednostavnijih koje su dovoljne za potrebe malih i srednjih poduzeća. Jednostavnije web stranice imaju kraći rok izrade i jeftinije su, te se temelje na osnovnim elementima.

Cijena web stranice ovisi i o načinu implementacije, odnosno načinu njene izrade. Razlikuju se web stranice pisane programskim kodovima poput HTML-a, CSS-a i slično, i web stranice izrađene pomoću alata koji omogućuju rad uz pomoć dodataka i postojećih tema kojima se kreiraju potrebni elementi stranice. Nadalje, cijena se definira prema razini kvalitete isporuke, brzini okretaja i kompleksnosti. Najvažnija ograničenja u razvoju web stranice su proračun i vrijeme, stoga poduzeća posežu za onime što si mogu priuštiti i koliko su truda spremni uložiti u tekuće održavanje (Diffly 2006.).

Valja napomenuti da mala i srednja poduzeća nemaju razloga posezati za visokobudžetnim web stranicama ili angažmanom stručnih eksperata. Velika prednost je poznavanje

osnovnih alata za izradu jednostavnijih web stranica jer takav način izrade smanjuje troškove poduzeća. Edukacije nekih od alata poput WordPressa su kratkotrajne i samouke, a za vlasnika poduzeća predstavljaju prednost u postavljanja ciljeva i zahtjeva. Neki poduzetnici će se upustiti i u vlastitu izradu koja će trošiti samo vrijeme, ali ne i novac poduzeća.

3. Karakteristike prezentacijskih poslovnih web mjesta

Pozitivno korisničko iskustvo jedan je od važnih čimbenika koji utječu na uspjeh poduzeća. Korisnici web stranice gotovo uvijek ostaju lojalni kada su zadovoljni sadržajem, funkcionalnošću i dizajnom web stranice. Važno je voditi brigu o tome koliko je jednostavno koristiti web mjesto ili koliko je stranica zanimljiva korisnicima za korištenje. Korisnike također zanima učinkovitost stranice i ugodnost za korištenje.

Kako bi se postiglo pozitivno korisničko iskustvo, autor web stranice ili vlasnik koji sudjeluje u delegiranju prilikom njene izrade, treba poznavati ciljne klijente kako bi im prilagodili sve karakteristike web stranice.

Svako prezentacijsko poslovno web mjesto rezultira uspješnosti ako pogodi ključne atribute koji su navedeni u nastavku:

- Mogućnost učenja odnosi se na brzinu kojom korisnici prvi puta mogu naučiti što sve trebaju znati kako bi pronašli informacije koje zapravo traže, odnosno kako bi pronašli proizvod ili uslugu zbog kojih su pristupili web stranici na kojoj se nalaze.
- Lakoća orijentacije predstavlja način na koji se korisnik snalazi po navigaciji, koliko lako i ispravno shvaća navigacijski sustav koji ga vodi kroz čitavu stranicu, a najbitnije je da korisnika bez nepotrebnog lutanja navigacija dovede do onoga što zapravo traži.
- Učinkovitost označava koliko brzo korisnici mogu doći do tražene informacije, proizvoda ili usluge na poslovnom web mjestu. Brzina pregledavanja i pretraživanja za korisniku može predstavljati veliku prednost u procjeni korisničkog iskustva.
- Pamtljivost se odnosi na mogućnost ponovne uspostave znanja korisnika na web stranici kojoj neko vrijeme nije pristupio.
- Pristupačnost predstavlja način na koji mlađe ili starije osobe koje nisu previše informatički kompetentne, osobe s poteškoćama koriste sadržaj web lokacije.
- Oprost grešaka odnosi se na sprečavanje korisničkih grešaka kroz kvalitetan web dizajn. Takav dizajn web stranica interakcijske greške svodi na minimum. U slučaju da korisnik pogriješi u odabiru ili unosu, npr. podataka u obrazac, sustav radi na način da registrira pogrešku te korisniku daje povratnu informaciju o slijedećem koraku ili ispravnom načinu unosa.
- Zadovoljstvo je atribut koji u konačnici dovodi do rezultata korisničkog iskustva. Svaki si korisnik prije procjene iskustva postavlja pitanje koliko je zadovoljan web stranicom i svom snalaženju na njoj. Odnosno je li web stranica rezultirala pozitivnim učinkom ili je predstavljala naporan posao (Lynch i Horton 2016.).

3.1. Dizajn prezentacijskih poslovnih web mjesta

Univerzalni dizajn smatra se ključnom karakteristikom prezentacijskih web stranica. Kako bi se postigla univerzalna upotrebljivost koja uključuje korisnike različite dobi, spola, fizičkih ograničenja, korisnike koji se razlikuju po korištenju veličine zaslona na kojima pregledavaju web stranice, korisnike različitih mogućnosti vida za koje treba omogućiti upečatljiva i velika slova onog sadržaja koji je bitan. Zbog različitosti korisnika web stranica najprofitabilnije je voditi računa o svim navedenim korisničkim bazama te sve navedene karakteristike korisnika spojiti i dizajnirati web stranicu koja će svojim dizajnom odgovarati svima. Međutim, jasno je da je nemoguće ugoditi svakom profilu korisnika, no uz današnju tehnologiju postoji mogućnost prilagodljivog dizajna koji podržava različite razlučivosti ekrana, prilagodbe zaslona i slično (Lynch i Horton 2016.).

Kyrnin 2018. u svom radu naglašava da dizajn web stranice treba unaprijed odrediti i osmisлити kako bi se dobilo najbolje korisničko iskustvo. Iako danas postoji mnogo web uređivača pomoću kojih se dizajn može stvarati paralelno s izradom stranice, taj proces nije najzahvalniji. Preporuka je dizajniranje stranice unaprijed na običnom papiru ili u nekom grafičkom programu. Postoji niz programa koji omogućuju žičane modele i pružaju realističan prikaz buduće web stranice. Osim toga, potrebno je planirati temu, fotografije, motive i ostalo (Duyne, Landay i Hong 2002.).

3.2. Sadržaj prezentacijskih poslovnih web mjesta

Sadržaj web mjesta ono je zbog čega web stranica postoji i zbog čega korisnici dolaze posjetiti web stranice. Sadržaj ne znači nužno tekst koji je korisnicima namijenjen za čitanje, sadržaj mogu biti i medijski zapisi koji se nalaze na stranici poput slika, videa i ostalih multimedijских sadržaja.

Kako i kod dizajna, valja unaprijed pripremiti barem dio sadržaja koji će biti vidljiv na web mjestu. Sadržaj se može prikupiti preko niza izvora kao što su postojeći članci, blog postovi, recenzije i tako dalje. Osim navedenog, osoba koja je vlasnik web stranice može sama osmisлити sadržaj, a ako se ne smatra dovoljno hrabrom za takav način prikupljanja sadržaja, postoji varijanta da se unajmi pisac sadržaja, takozvani "content creator", koji će profesionalno, uz naknadu, odraditi taj dio. Nadalje, multimedijски sadržaj ključan je za dobar izgled web stranice, toga fotografije i videozapisi trebaju biti visokokvalitetni. Ako autor ne preferira samostalnu izradu fotografija, postoje mjesta na kojima se može pronaći niz besplatnih fotografija. Format fotografija i zvuk videozapisa mogu imati negativan utjecaj na web stranicu ako nisu ispravni te iz tog razloga valja provjeriti izvor, specifikacije i izgled navedenog (Kyrnin 2018.).

3.3. Optimizacija prezentacijskih poslovnih web mjesta

Optimizacija web stranice usmjerena je prema podizanju posjećenosti stranice. Postoji niz faktora koji mogu utjecati na posjećenost te ako se drži uputa optimizacije, vidljivost web

stranice u internet pregledniku može se podići za određeni broj mjesta, što ujedno rezultira veću posjećenost (Brekalo i Vrtarić 2011.).

Arbona 2022. kao jedna od poznatih marketinških organizacija, na svom blogu navodi neke od osnovnih elemenata koji utječu na optimizaciju web stranice. Potrebno je pripaziti na ključne riječi koje opisuju sadržaj koji se prikazuje. Upravo ključne riječi Google prepoznaje i prema njima prikazuje web stranice u svom pregledniku, odnosno Google-ov algoritam tako shvaća o čemu se radi na web stranici. Ako su ključne riječi pravilno odabrane, velika je vjerojatnost da će Google prikazati web mjesto korisniku koji pretražuje željeni objekt. Preporučuje se kroz cijeli sadržaj dodavati poveznice na već ranije spomenute teme ili proizvode s iste web stranice. Takve poveznice pripadaju internim poveznicama, a Google-u ukazuju na cjelovitu priču o određenoj temi. Poželjno je da se drugim web stranicama javljaju poveznice tuđih web stranica jer ukazuju na kvalitetan sadržaj koji koriste i primjećuju ostali. Takva vrsta poveznica je najcjenjenija i baš iz tog razloga je teško postići takozvane ulazne poveznice.

Postoje još mnogi drugi faktori koji utječu na rangiranje web stranice. Iako je teško utjecati na sve njih i detaljno ih obraditi, svaki pokušaj kojim se može učiniti barem nešto u svrhu optimizacije ima bolji učinak nego ne poduzimati ništa.

4. Mogućnosti izrade web stranica za male i srednje poduzetnike

Prema stručnoj literaturi Košak, Tomiša i Čačić 2015., postoji osnovna podjela web stranica na statičke i dinamičke web stranice. Upravljanje web stranicama odvija se pomoću web tehnologija koje su prilagođene navedenim vrstama web stranica. Statičke web stranice izrađuju se prema statičkom modelu upravljanja uz korištenje HTML-a i CSS-a, dok se dinamički modeli upravljanja baziraju upotrebom CMS sustava.

U starije vrijeme, većina web stranica bila je statičkog karaktera, pa su web stranicu činile samo HTML datoteke. Radi mogućnosti kvalitetnijeg vizualnog oblikovanja razvio se CSS standard koji ima mogućnost oblikovanja web stranice prema dizajnerskim uputama. Nedostatak takvog razvoja web stranica javlja se kada klijent bez stručnog znanja programskog koda nije kompetentan samostalno provoditi izmjene sadržaja. Za ažuriranje promjena potrebna je stručna osoba koja ima stručne vještine. Nadalje, kako je poznato da statičke web stranice sastoje od niza HTML datoteka, osnovna prednost je upravo ta da nad stranicom postoji kontrola datoteka i sadržaja. Dinamički model upravljanja web stranicama ima mogućnost jednostavne imitacije statičke web stranice s prednošću korištenja korisničkog sučelja i jednostavnog ažuriranja. Dakle, radi se o web stranicama koje korisniku pružaju izmjenu sadržaja bez poznavanja stručnih vještina. Dinamičke web stranice su namijenjene onim klijentima koji zahtijevaju učestale izmjene i ažuriranja, kao i sudjelovanje više administratora u uređivanju (Mabić, Lasić i Zovko 2019.).

Mala i srednja poduzeća mogu si priuštiti brza i jednostavna rješenja koja će za njih biti učinkovita. Takva rješenja omogućuju smanjenje vremena izrade web stranice i garantiraju učinkovitost poslovanja. Radi se o WordPress sustavu preko kojeg klijenti upravljaju sadržajem putem sučelja koje je ranije korisnik prilagodio svom poslovanju. Cilj takvog sustava je omogućiti korisnicima da upravljaju svojim sadržajem online. Tako korisnici lakše dopiru do klijenata, olakšava im se put kojim dopiru do ciljanih klijenata, a klijenti se brže informiraju i lakše dolaze do informacija koje su im potrebne. WordPress omogućuje korištenje gotovih predložaka koji svojim karakteristikama odgovaraju određenoj skupini korisnika. Takvo rješenje idealno je za manje ili srednje poduzetnike čija web stranica ne zahtjeva prilagodbu predloška, već se ona prilagodi predlošku. Takav pristup izradi web stranice uvelike doprinosi smanjenju troškova i vremena potrebnog za razvoj web stranice (Šimec, Grlic i Tepeš 2019.).

4.1. Vrste i prednosti CMS sustava

CMS sustav, odnosno sustav za upravljanje sadržajem Internetskih stranica, može se podijeliti na sustav zatvorenog koda i otvorenog koda, te na komercijalne i besplatne. Sustavi zatvorenog koda specifični su po tome što su u vlasništvu neke organizacije, a prilikom njihove kupnje, korisnici nemaju uvid u izvorne datoteke. Ako kupac preuzima sustav otvorenog koda, imaće uvid u izvorne datoteke što znači da može mijenjati i personalizirati kod. Sama svrha CMS-a je pružanje mogućnosti brzog uređivanja objavljenog sadržaja bez da se ulazi u dubinu

HTML-a, CSS-a ili JavaScripta.

Nadalje, prednost CMS sustava, odnosno dinamičkog upravljanja web stranicom je ta da su sadržaj i HTML kod odvojeni, dok se kod statičkih web stranica isprepliću u jednoj datoteci. Navedeno se može poistovjetiti prema primjeru WordPressa gdje se datoteke koje pokreću sustav nalaze na tvrdom disku poslužitelja, a sučelju sustava se pristupa putem internetskog web preglednika. Vizualna i sadržajna pitanja rješavaju se kroz administracijsko sučelje. Na taj se način sadržaj sprema u bazu podataka, a vizualni predlošci se poslužuju iz glavnog direktorija CMS-a. Još jedna od prednosti je mogućnost kreiranja vlastitog korisničkog računa i dodjela uloga ostalim korisnicima (dizajner/developer) koji imaju pristup računu. Sama struktura WordPressa sastoji se od zaglavlja, sadržaja i podnožja. Takvo strukturiranje omogućuje korisnicima da promjene u zaglavlju i podnožju učine samo jednom, a izvedena promjena će se automatski primijeniti na ostalim stranicama unutar web mjesta. Takav pristup korisnicima omogućuje samostalnu provedbu izmjena, što ujedno smanjuje i troškove održavanja web stranica (Košak, Tomiša i Čačić 2015.).

4.2. Angažiranje tvrtke za izradu web stranica

Poduzetnici se često odluče angažirati tvrtku za izradu svojih web stranica. Mnogi poduzetnici smatraju da nisu dovoljno kompetentni za izradu vlastitog web mjesta i to se javlja kod starije populacije koja nije odrasla u digitalno doba. Još neki od razloga su nedostatak vremena, inspiracije i motivacije. U tom slučaju pozitivno je to što na tržištu postoji velik broj tvrtki koje se bave izradom web stranica, te ih je lako pronaći na webu. Isto tako, na njihovim web stranicama klijentima su lako dostupne informacije o uslugama koje nude, cijenama, načinu izrade i slično.

Primjer takvih tvrtki za izradu web stranica opisan je u nastavku. Priložene su dvije tablice u kojima je prikazana usporedba kroz opis usluge, popis funkcionalnosti i usluga koje klijent dobiva, cijena usluga, cijena održavanja i implementacije stranih jezika. U tablici 1. prikazana je usporedba usluge izrade jednostavnih web stranica tvrtke Insieme Split j.d.o.o. i tvrtke IDEA X j.d.o.o., dok je u tablici 2. prikazana usporedba usluge izrade web trgovina istoimenih tvrtki.

Tablica 1: Usporedba usluge izrade jednostavnih web stranica dviju tvrtki

Jednostavne web stranice		
Naziv tvrtke	Insieme Split j.d.o.o.	IDEA X j.d.o.o.
Opis usluge	Idealno rješenje za manje tvrtke ili obrte koji nemaju potrebe za samostalnim ažuriranjem sadržaja web stranice	Namijenjena je poduzećima koja žele kratku prezentaciju poslovanja na webu i onima koji nemaju potrebu česte izmjene sadržaja. Web mjesto koja se sastoji od svega 5-6 podstranica (Početna, O nama, Proizvodi, Usluge, Kontakt ili slično).
Što klijent dobiva?	<ul style="list-style-type: none"> • digitalna obrada slika • responzivan web dizajn • mobile-friendly stranice • unos i obrada svih materijala • broj pod-stranica prema potrebama • atraktivne foto galerije • slideri • praćenje statistike posjeta web stranice (Google Analytics) • povezivanje web stranice s društvenim mrežama • SEO optimizacija • podrška za više jezika • kontakt formular • Google karte • SSL certifikat 	<ul style="list-style-type: none"> • grafička obrada i prilagodba slika • unos i obrada svih materijala primljenih u digitalnom obliku • foto galerije • responzivan web dizajn (web stranice koje se prilagode veličini ekrana) • kontakt forma • Google karta • implementaciju Facebook likebox-a • spajanje s društvenim mrežama • postavljanje SEO friendly URL-ova • prijavu u tražilice • hosting u trajanju godine dana (sljedeće godine iznosi 219 Kn + PDV) • domena u trajanju godine dana (sljedeće godine iznosi 80 Kn + PDV)

Jednostavne web stranice		
Naziv tvrtke	Insieme Split j.d.o.o.	IDEA X j.d.o.o.
Cijena	Od 3.000,00 kn	Od 3.500,00 kn
Cijena održavanja	150,00 kn/h, klijenti koji imaju potrebu za čestim održavanjem plaćaju po sljedećim cijenama: <ul style="list-style-type: none"> • 3 sata mjesečno: 400,00 kn • 5 sati mjesečno: 600,00 kn • 10 sati mjesečno: 1.000,00 kn 	150,00 kn/h
Implementacija stranog jezika	25% od osnovne cijene po jeziku	<ul style="list-style-type: none"> • 1 jezik: 1.200,00 kn + PDV • 2 jezika: 2.400,00 kn + PDV • 3 jezika: 3.000,00 kn + PDV • 4 jezika: 4.000,00 kn + PDV

(Izvor: Insieme.Split 2022., WebProjekt 2022.)

Tablica 2: Usporedba usluge izrade web trgovina dviju tvrtki

Web trgovine		
Naziv tvrtke	Insieme Split j.d.o.o.	IDEA X j.d.o.o.
Opis usluge	Sustavi za prodaju proizvoda ili usluga putem interneta.	Web sustavi za prodaju putem interneta.
Što klijent dobiva?	<ul style="list-style-type: none"> • jednostavna administracija za unos novih i izmjena postojećih proizvoda • neograničen broj proizvoda i kategorija • atraktivan i fleksibilan dizajn • neograničene varijacije proizvoda • pretraga proizvoda • mogućnost postavljanja cijene dostave • razni moduli i dodaci • praćenje narudžbi i statistike • različiti načini plaćanja • mogućnost integracije Payment Gatewaya za • kartično plaćanje (Corvus Pay, Pay Way, PayPal) • uvoz i izvoz proizvoda putem .CSV datoteke • filtriranje proizvoda • praćenje zaliha • praćenje statistike posjeta web trgovine (Google Analytics) • mobile-friendly stranice • SEO optimizacija • SSL certifikat 	<ul style="list-style-type: none"> • grafička obrada i prilagodba slika • unos i obrada svih materijala primljenih u digitalnom obliku • broj stranica i podstranica prema potrebama • prilagođene svim potrebama i željama • jednostavnost i fleksibilnost unosa sadržaja • brza i jednostavna navigacija • različiti moduli za promoviranje istaknutih proizvoda • varijacije proizvoda • kalkulator cijene dostave • bez potreba za održavanjem jer klijenti sami uređuju sadržaj • rad sličan radu u bilo kojem programu za obradu teksta • administratorska hijerarhija (različita prava administratora) • velik broj razvijenih modula i dodataka • komentari korisnika • praćenje statistike posjeta web stranice (Google Analytics) • foto galerije

Web trgovine		
Naziv tvrtke	Insieme Split j.d.o.o.	IDEA X j.d.o.o.
Što klijent dobiva?		<ul style="list-style-type: none"> • responzivan web dizajn (web stranice prilagode veličini ekrana) • kontakt forma • Google karta • implementaciju Facebook likebox-a • spajanje s društvenim mrežama • postavljanje SEO friendly URL-ova • prijavu u tražilice • hosting u trajanju godine dana (sljedeće godine iznosi 219 Kn + PDV) • domena u trajanju godine dana (sljedeće godine iznosi 80 Kn + PDV)
Cijena	Od 4.800,00 kn + PDV	Od 5.500,00 kn + PDV
Cijena održavanja	150,00 kn/h, klijenti koji imaju potrebu za čestim održavanjem plaćaju po sljedećim cijenama: <ul style="list-style-type: none"> • 3 sata mjesečno:400,00 kn • 5 sati mjesečno: 600,00 kn • 10 sati mjesečno: 1.000,00 kn 	150,00 kn/h
Implementacija stranog jezika	50% od osnovne cijene po jeziku	<ul style="list-style-type: none"> • 1 jezik: 1.700,00 kn + PDV • 2 jezika: 3.400,00 kn + PDV • 3 jezika: 4.400,00 kn + PDV • 4 jezika: 5.000,00 kn + PDV

(Izvor: Insieme.Split 2022., WebProjekt 2022.)

5. Svojstva i mogućnosti WordPressa

Proteklih godina WordPress je prerastao u najkorišteniji CMS sustav. Prema podacima iz rada Božajić i Pavlaković 2018. doznajemo da statistika ukazuje na to da je od cijelog weba 48 posto web stranica izraženo u CMS sustavu. U toj kategoriji WordPress ima udio od 59,9 posto. U navedenom udjelu mogu se naći mnoge stabilne kompanije koje su uz pomoć WordPressa prilagodile svoje zahtjeve i svoja očekivanja pronašle u navedenom CMS sustavu koji sve to u potpunosti podržava. Osim velikih kompanija, svoje prezentacijske ili prodajne web stranice u WordPressu mogu izraditi i mali poduzetnici koji tek startaju sa svojim poslovanjem ili su na vrhuncu poslovanja. Također se tu mogu pronaći i amateri koji vole samostalno učiti i istraživati. Velika prednost WordPressa je upravo ta da pruža mogućnost brzog i jednostavnog uređivanja sadržaja i implementacije, a troškovi izrade web sjedišta su minimalni. Može se zaključiti da je WordPress alat koji je namijenjen svima zato što je pristupačan, siguran i jednostavan za korištenje. Pomoću njega može se lako poigrati dizajnom ili koristiti ponuđene predloške koji uvelike ubrzavaju cjelokupnu izradu web mjesta.

Navedeni alat se može koristiti na tri različita načina:

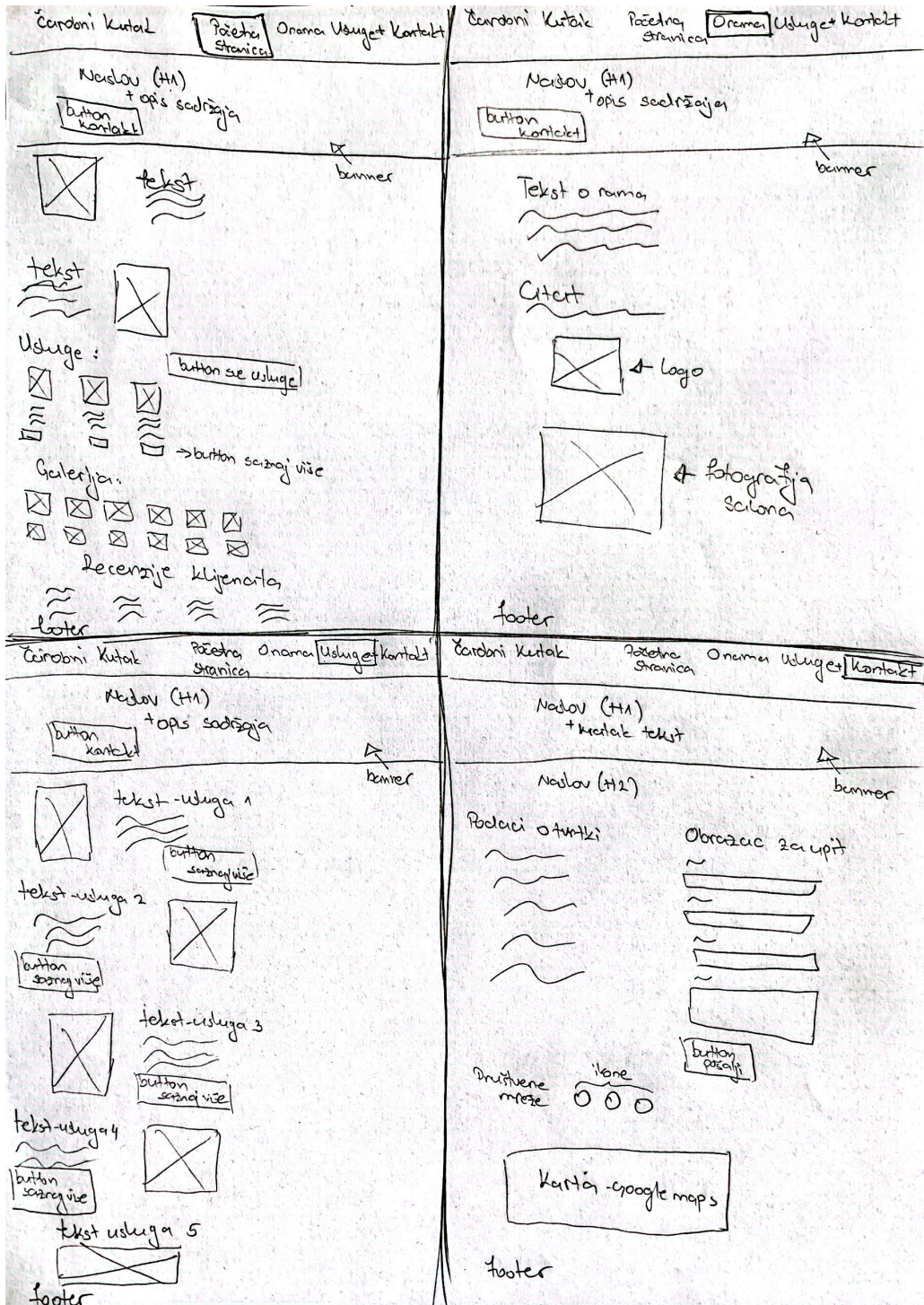
- korištenje WordPress.com softvera koji je u potpunosti hostiran;
- korištenje WordPress.com softvera s nadograđenim načinom koji omogućuje dodatne self-hosted funkcionalnosti, poput pluginova i tema;
- korištenje WordPress.org, koji zahtjeva kupnju hostinga i instaliranje WordPress softvera na njega.

Neka od osnovnih svojstva su jednostavnost za korištenje, fleksibilnost uređivanja, upravljanje korisnicima, lakoća objavljivanja, upravljanje medijskim zapisima, sustav jednostavnih tema, dodaci, ugrađeni komentari, prilagodba za web pretraživače, jednostavnost postavljanja i nadograđivanja, mnoge druge. Također, ranije spomenuto, omogućuje stvaranje različitih vrsta web stranice poput osobnog bloga, osobnih ili poslovnih web mjesta, profesionalni portfolio, web časopis, internetsku zajednicu i mrežu web stranica. Pomoću predloženih tema web stranica može se dizajnirati prema raznim dodacima i proširenjima. Direktorij s preko pedeset tisuća dodataka pruža dodavanje galerija, widgeta, kalendara, formula, obrasca i mnogih drugih modula na web stranicu koja se implementira. Prijenos fotografija je brz i jednostavan. Povlačenjem i ispuštanjem medijskih zapisa u izbornik prenose se slike na web stranicu. Optimiziran je za tražilice, te i za detaljnu SEO kontrolu postoje mnogi dodatci (WordPress 2022.).

5.1. Priprema i koraci izrade web mjesta na primjeru

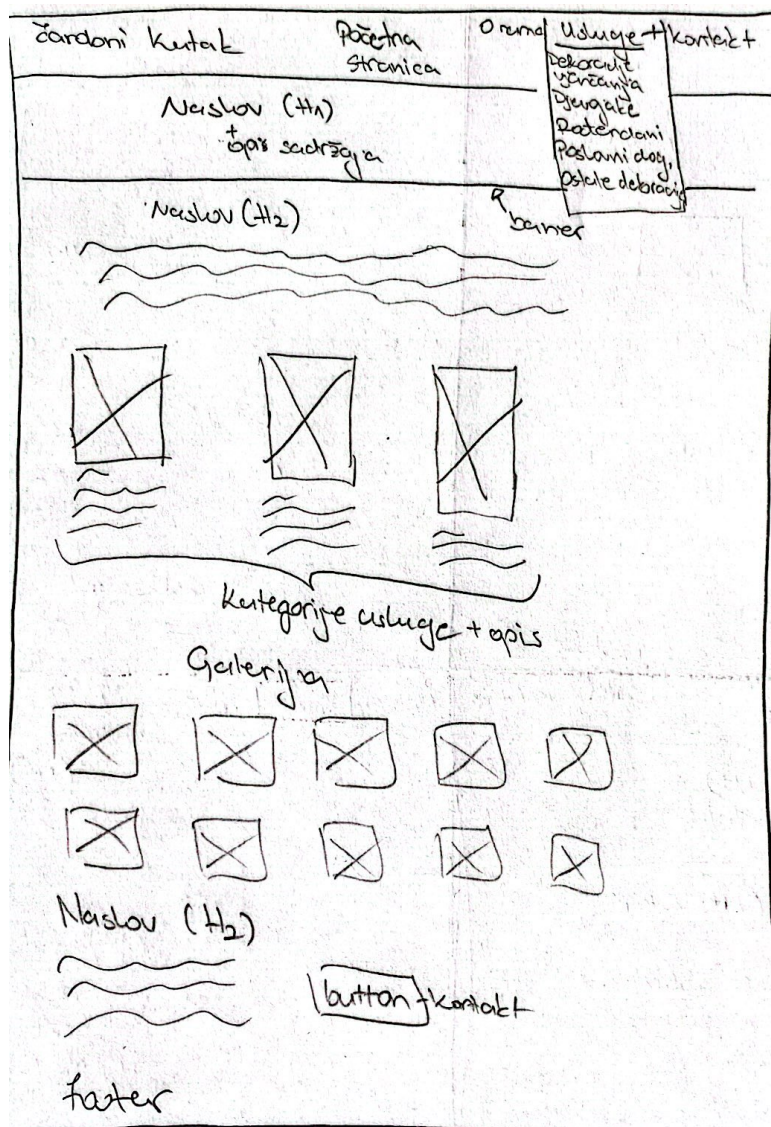
U svrhu prikaza primjera izrade web mjesta u WordPressu, izrađeno je web mjesto za izmišljenu tvrtku "Čarobni Kutak". Navedena tvrtka bavi se dekoracijom raznih svečanih i zabavnih događaja kao što su vjenčanja, djevojačke večeri, rođendani i slično. Radi prikupljanja što većeg broja klijenata i mogućnosti informiranja klijenata o uslugama, izrađeno je informativno web mjesto koje klijentima pruža prikupljanje informacija o tvrtki i mogućnost kontaktiranja tvrtke preko ispune obrasca. Web mjesto se sastoji od četiri glavne stranice (početna stranica, o nama, usluge i kontakt) i pet pod-stranica koje prikazuju pojedinačne usluge koje tvrtka nudi. Svaka stranica je dizajnirana na način da klijent dobije informacije o sadržaju za koji je namijenjena stranica, te mu je omogućena i vizualna percepcija prilagođena svakom sadržaju. Stranice sa sadržajem o uslugama tvrtke sastoje se od galerije fotografija sa prijašnjih događaja.

Prije implementacije Web stranica potrebno je analizirati i isplanirati sve stranice koje će web mjesto sadržavati, te na temelju toga skicirati zamišljene stranice. Slika 1. prikazuje skice četiri glavne stranice koje su vidljive u izborniku, dok slika 2. prikazuje skicu dizajna pod-stranica koje imaju jednak dizajn za sve navedene usluge. Stranice usluga razlikuju se samo po sadržaju.



Scanned with CamScanner

Slika 1: Skice glavnih stranica



Scanned with CamScanner

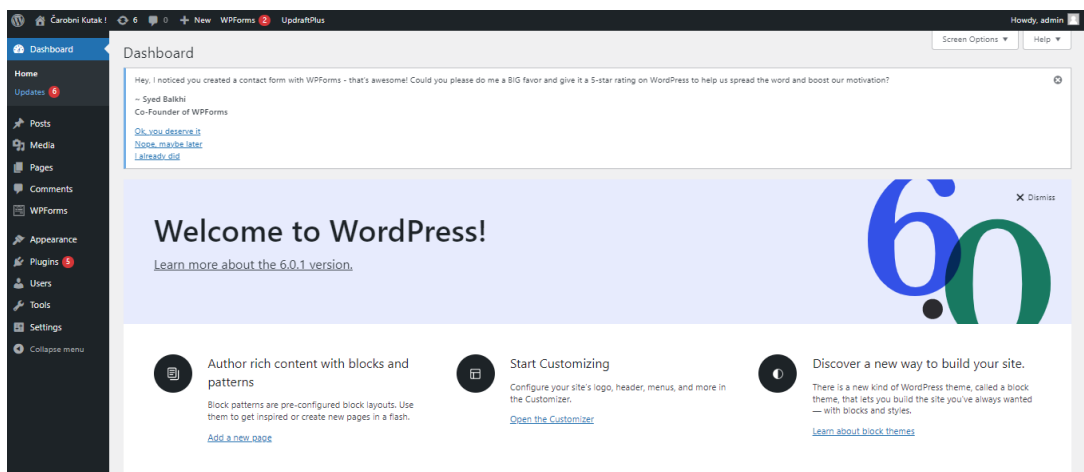
Slika 2: Skica pod-stranica usluga

Na primjeru izrađenog web mjesta "Čarobni Kutak" u ovom poglavlju će biti prikazani i koraci koje je potrebno proći prije same kreacije dizajna i sadržaja web stranice. U nastavku su nabrojani i opisani koraci koje je potrebno proći:

1. Instalacija WordPressa
2. Struktura navigacije
3. Odabir teme
4. Prilagodba zaglavlja i podnožja
5. Izrada navigacije
6. Izrada web stranica

5.1.1. Instalacija WordPressa

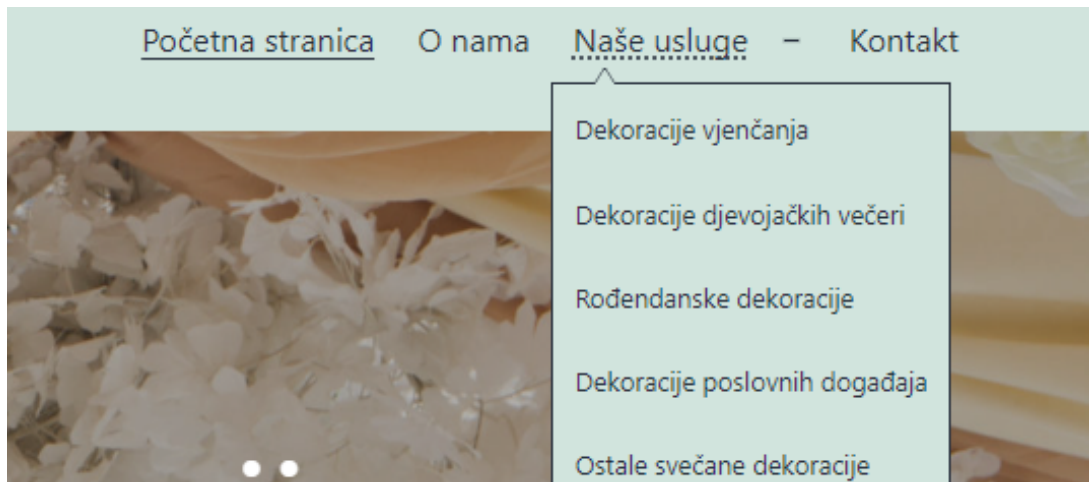
Nakon preuzimanja datoteke za instalaciju, potrebno je slijediti nekoliko koraka do uspješne instalacije. Prvo je potrebno podesiti "admin account" i vrlo pažljivo ispuniti tražena polja za prijavu. Nakon toga slijedi odabir imena web sjedišta (u odabranom primjeru ime sjedišta je "Čarobni Kutak"). Nakon uspješne instalacije potrebno je ulogirati se s ranije postavljenim podacima za prijavu. Samim time je odrađen prvi korak kojim se pristupa WordPress alatu (WordPress.org 2022.).



Slika 3: WordPress početni prikaz

5.1.2. Struktura navigacije

Struktura navigacije odnosi se na shemu web stranice i potrebno ju je unaprijed isplanirati. Navigacija web mjesta može biti ručno skicirana ili kreirana u nekom alatu. Planiranje navigacije web mjesta važno je za buduću koordinaciju korisnika web stranice. Ona može biti jednostavna ili razgranata. Ako se radi o web stranici informativnog karaktera, preporuka je na jednostavnijoj navigaciji uz mogućnost malog grananja.



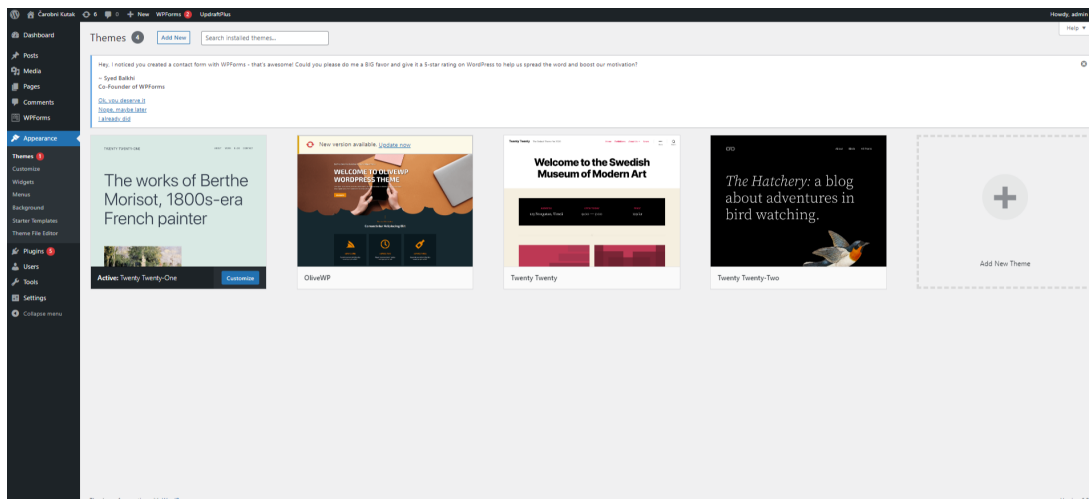
Slika 4: Struktura navigacije

Prikazana je slika navigacije web stranice "Čarobni Kutak". Vidljiva je jednostavna navigacija s grananjem. Primarni izbornik se sastoji od sekcija Početna stranica, O nama, Naše usluge i kontakt. Sekcija "Naše usluge" grana se na kategorije koje su vidljive na slici 2.

5.1.3. Odabir teme

WordPress teme omogućuju i pojednostavljuju dizajn web stranice, te ujedno i kontroliraju prikaz sadržaja. Moguć je odabir raznolikih tema koje su prilagođene određenim karakteristikama raznih djelatnosti. Teme funkcioniraju kao zbirke datoteka koje stvaraju grafičko sučelje za primarni dizajn web stranice. Tema radi tako da mijenja prikaz stranice, bez promjene temeljnog softvera. One mogu uključivati prilagođene predloške, slikovne datoteke, stilske tablice, prilagođene stranice i sve potrebne datoteke koda. Osim ponudene teme koja dolazue s instalacijom WordPressa, moguće je instalirati i dodatne teme. Postoje teme koje su besplatne za preuzimanje i one koje ne naplaćuju.

U izborniku "Appearance", klikom na "Themes", a zatim "Add new" omogućava se pregled tema. Prije odabira teme i instalacije teme, moguće je vidjeti kako tema izgleda i koje funkcije pruža. Nakon pronalaska odgovarajuće teme, ista se instalira i aktivira. U primjeru "Čarobni Kutak" odabrana je i aktivirana besplatna tema "Twenty Twenty-One".

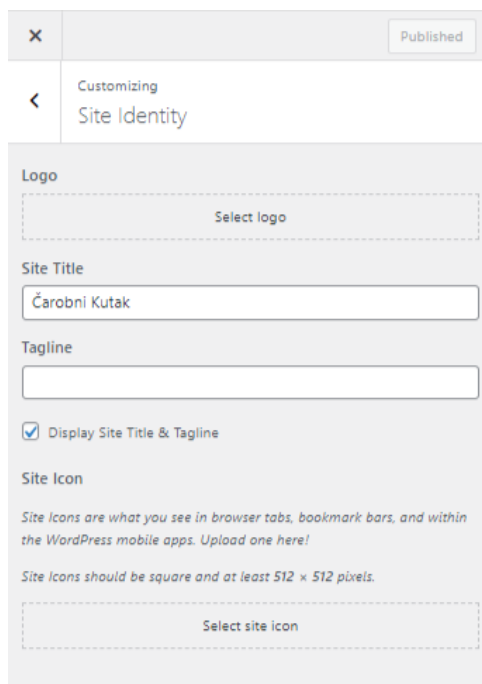


Slika 5: Instalacija i aktivacija teme

5.1.4. Prilagodba zaglavlja i podnožja

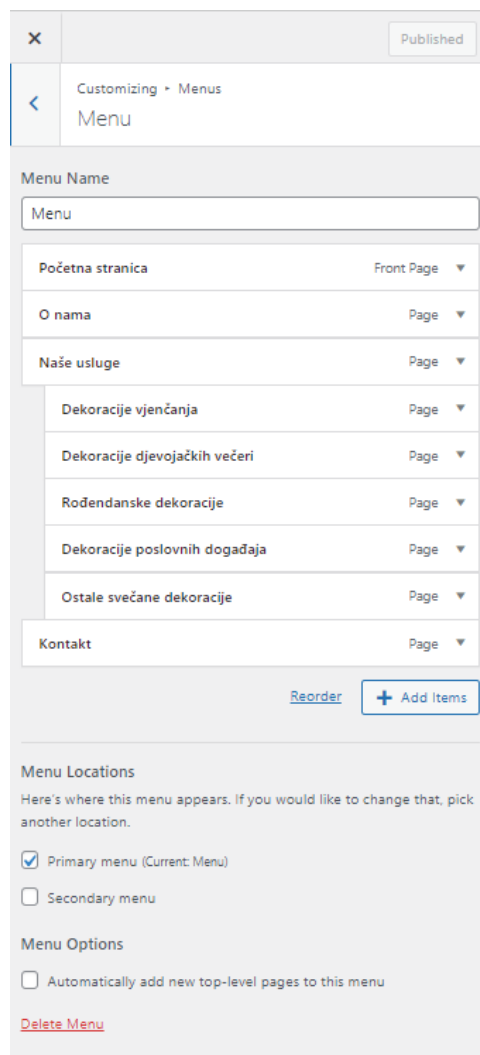
Nakon odabira teme slijedi uređivanje zaglavlja i podnožja. Jednom kada se oni uredi, njihov dizajn bit će jednak na svakoj stranici web mjesta, odnosno, radi se o fiksnim komponentama koje čine web stranicu.

U izborniku "Appearance", klikom na "Customize" otvara se novi izbornik koji služi za podešavanje identiteta stranice, boja teme i pozadine, navigacije, widgeta, postavki početne stranice, ostalih postavki i CSS-a. Identitet stranice služi za podešavanje naslova u zaglavlju, pruža mogućnost umetanja loga i ostalog.



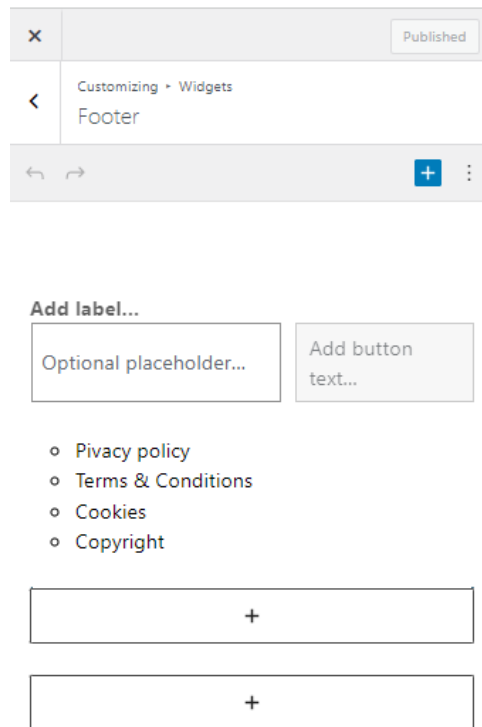
Slika 6: Naslov u zaglavlju

Klikom na "menus" stvara se i oblikuje navigacija koja može biti primarna i sekundarna. Na desnoj strani zaglavlja nalazi se navigacija koja je ranije spomenuta. Na slici 7 vidljivo je kako je oblikovana navigacija stranice "Čarobni Kutak".



Slika 7: Navigacija u zaglavlju

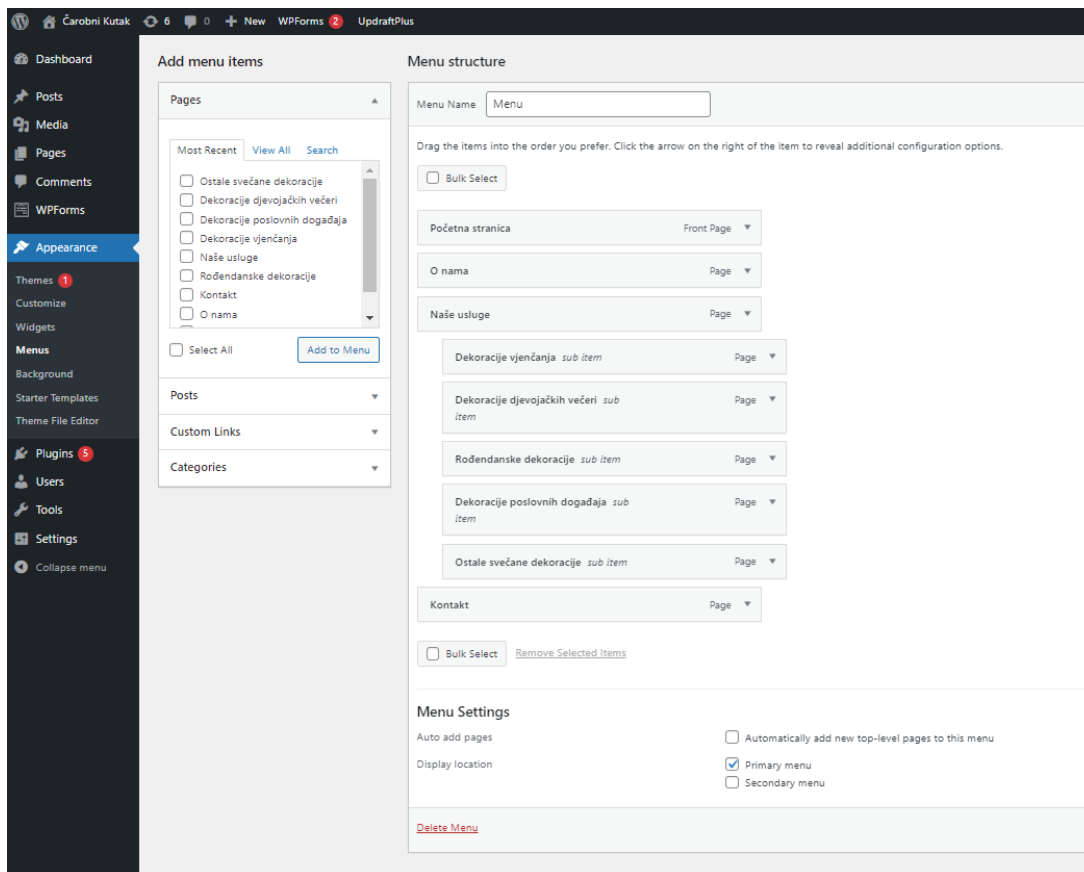
Klikom na "widgets" uređuju se widgetsi koji dolaze s odabirom teme, a odnose se na podnožje. Oni se mogu uklanjati i dodavati novi, ovisno o potrebama web stranice. Navedeni primjer podnožju sadrži tražilicu i odredbe privatnosti, uvjete poslovanja, kolačiće itd. Slika 8 prikazuje uređenje podnožja na primjeru "Čarobni Kutak".



Slika 8: Podnožje

5.1.5. Izrada navigacije

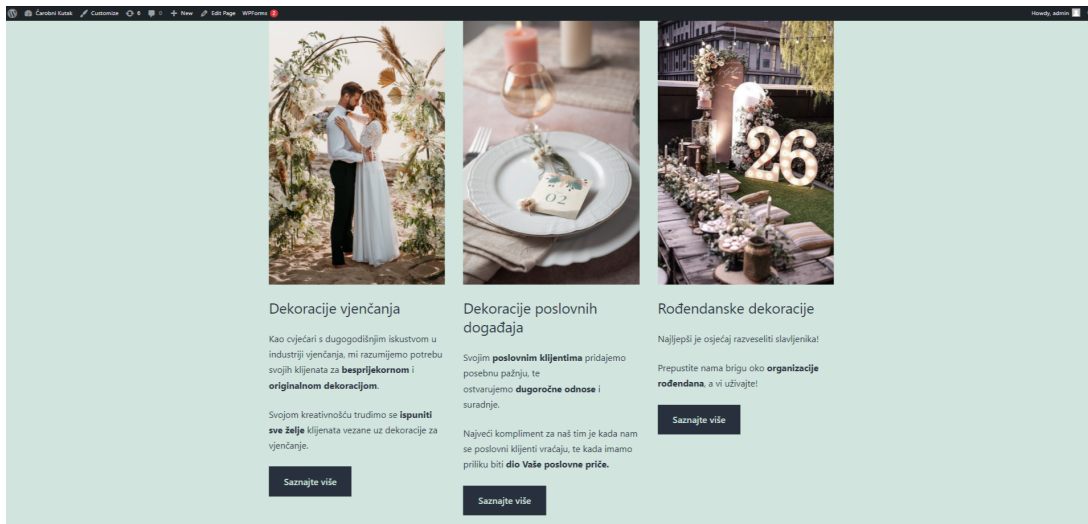
Ranije spomenuta navigacija korisniku web stranice omogućuje snalaženje po stranici. U primjeru "Čarobni Kutak" kreirana je primarna navigacija koja se sastoji od sekcija: Početna stranica, O nama, Naše usluge i Kontakt. Navedene sekcije su glavne, dok sekcija "Naše usluge" sadrži kategorije: Dekoracije vjenčanja, Dekoracije djevojačkih večeri, Rođendanske dekoracije, Dekoracije poslovnih događaja i Ostale svečane dekoracije. Klikom na jednu od sekcija ili kategorija, otvaraju se odabrane stranice koje su ranije povezane određenim URL-om. Klikom na "Početna stranica" navigacija vodi na glavnu stranicu koja se otvara dolaskom na web mjesto. Klikom mišem na navigaciju, odabrano polje označeno je bijelo, dok je ostatak navigacije zelene boje. Prelaskom miša preko navigacije, određeni tekst se podcrtava. Takve promjene korisniku omogućuje lakše praćenje kretanja po stanicima.



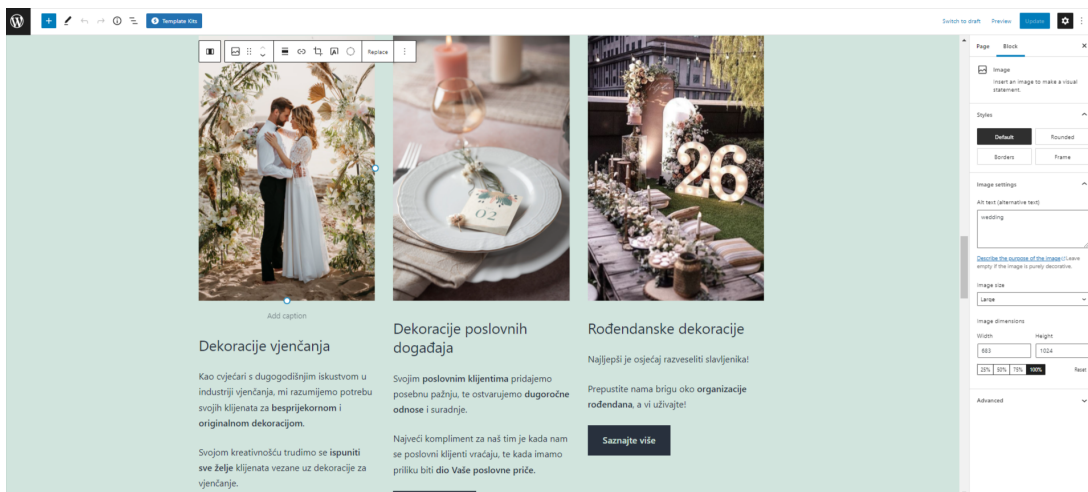
Slika 9: Navigacija

5.1.6. Izrada web stranica

Nakon izrađene skice web stranice korisnik treba imati viziju kako će njegova web stranica izgledati, koje kategorije želi istaknuti i na koji način se želi prikazati klijentima. Bitno je imati na umu što klijenti žele vidjeti te razumjeti njihove potrebe, a posebnu pažnju treba pridonijeti funkcionalnosti usmjerenoj korisnicima. Nadalje slijede koraci izrade web mjesta koji su ranije nabrojani i objašnjeni na primjeru "Čarobni Kutak". Kada su svi koraci odrađeni, slijedi izrada pojedinih stranica koje čini cjelokupnu web stranicu. Da bi se sadržaj web stranice prikazao, iza samog vizualnog dijela postoji HTML dokument koji sadrži elemente potrebne za prikaz tog sadržaja. HTML dokument razlikuje blogove i stranice. Blogovi služe za pisanje objava, dok su stranice informativnog karaktera. Stranice omogućavaju upravljanje sadržajem na webu uz oblikovanje tekstualnog, medijskog, i drugog sadržaja. Medijski zapisi namijenjeni su za dodavanje galerije fotografija, audio i video zapisa i slično. Tekstualni sadržaj moguće je urediti dodavanjem boja, mijenjanjem veličine fonta, dodavanjem poveznica i ostalih karakteristika. Osim tekstualnog i medijskog zapisa moguće je dodavati widgete koji se sastoje od elemenata poput tražilice, kalendara, sata i mnogih drugih. Svaka stranica prikazuje se različito u trenutku uređivanja i čitanja. Slika 10. prikazuje stranicu u položaju za čitanje, dok slika 11. prikazuje izgled stranice koja je u procesu uređivanja.



Slika 10: Prikaz stranice za čitanje



Slika 11: Prikaz stranice za uređivanje

U primjeru "Čarobni Kutak" kreirano je 12 stranica kroz koje se klijenti informiraju o tvrtki i njezinim uslugama, a javlja se i obrazac putem kojeg se može poslati upit na e-mail poduzeću. U izborniku "Pages" prikazane su sve stranice i blogovi koji su kreirani na tom web mjestu. U navedenom prikazu za svaku stranicu postoje opcije: "Edit", "Quick edit", "Trash" i "View". Klikom na "Edit" otvara se stranica u spremna za uređivanje, klikom na "Quick edit" mogu se na brži način urediti neke od postavki stranice, "Trash" služi za brisanje stranice, a "View" prikazuje stranicu u pregledniku za čitanje. Za svaku stranicu vidljiv je datum i vrijeme objave, te autor stranica.



Slika 12: Kreirane stranice

5.2. Primjer poslovnog web mjesta u WordPressu

Za potrebe ovog rada izrađena je već ranije spomenuta web stranica izmišljene tvrtke "Čarobni Kutak". Web stranica je pohranjena lokalno na računalu te će u svrhu primjera u ovom radu biti prikazana kao web stranica poduzeća koje se bavi dekoriranjem svečanih događaja. Primjer služi kako bi se prikazala cjelovita web stranica koja se može izraditi u kratkom vremenu, uz minimalne resurse, a ujedno biti učinkovita.



Slika 13: Logo

5.2.1. Početna stranica

Početna stranica, kao i svaka sljedeća, započinje sa zaglavljem na kojemu je vidljiva navigacija i naziv stranice, odnosno poduzeća. Dalje slijedi "banner" sa specifičnom fotografijom preko koje se nadzire naslov stranice i kratak opis uz interaktivni gumb za poziv na suradnju koji vodi na stranicu "Kontakt".



Slika 14: Prvi dio sadržaja stranice "Početna stranica"

Spuštajući se niže po stranici, dolazi se do dijela s opisom djelatnosti i prigodnim fotografijama. Već na početnoj stranici bitno je istaknuti kvalitete poduzeća i priložiti upečatljive fotografije koje klijenta neće ostaviti ravnodušnim.



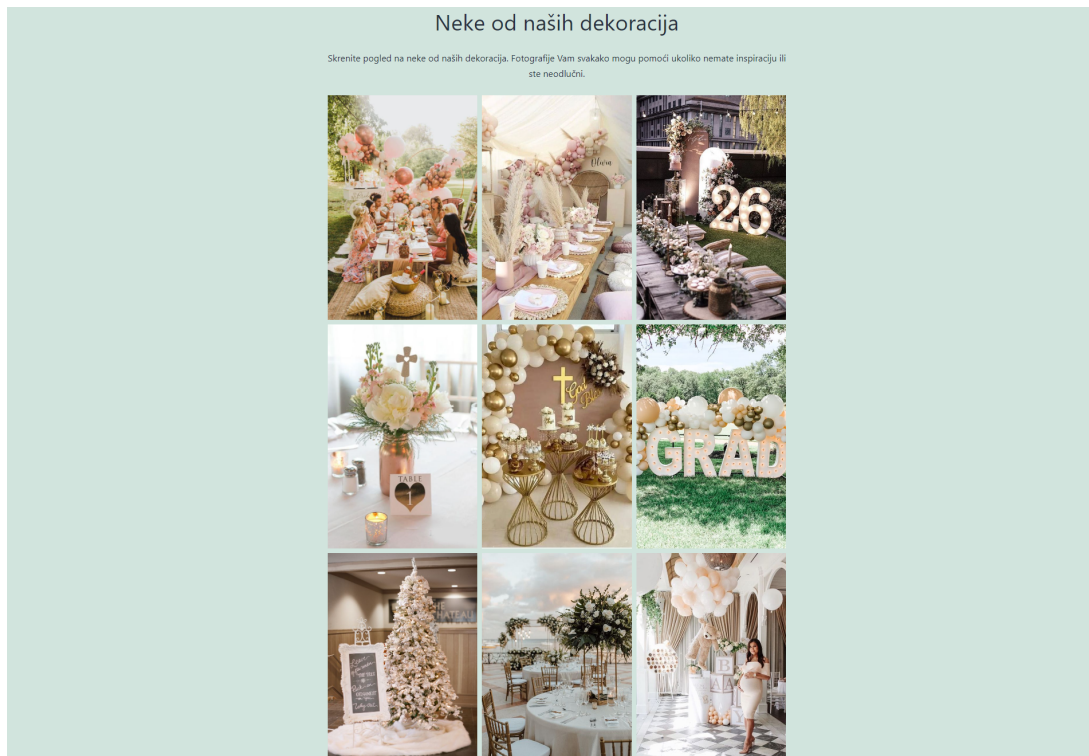
Slika 15: Drugi dio sadržaja stranice "Početna stranica"

Slijedi prikaz nekih od usluga koje poduzeće nudi, te kratak opis usluge. Također se pokraj naslova nalazi gumb koji poziva na pregled svih usluga koje poduzeće nudi, a ispod svake od navedenih usluga pojavljuje se još jedan gumb "Saznajte više" čiji klik vodi na stranicu odabrane usluge.



Slika 16: Treći dio sadržaja stranice "Početna stranice"

Nakon toga dolazi galerija s nasumičnim fotografijama svih događaja koja je tvrtka dekorirala. Fotografije su pažljivo birane kako bi se izdvojile sve najkvalitetnije i najuspješnije odrađeni projekti. Svrha takvog pristupa je navesti klijenta da ostane na web stranici te da dalje nastavi s pretraživanjem stranice.



Slika 17: Četvrti dio sadržaja stranice "Početna stranica"

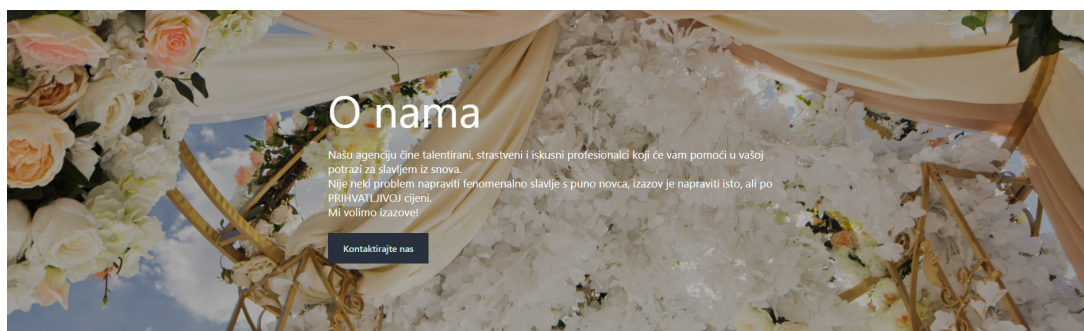
Na samo kraju Početne stranice nalaze se recenzije zadovoljnih klijenata koje ukazuju na uspješnu suradnju i kvalitetno izvršeni posao. Recenzije često privuče pažnju klijentima koji su neodlučni ili se dvoume između konkurenata. Svaka pohvala i preporuka ukazuje na isplativost uloženog novca, što je i konačnici i cilj klijenata.



Slika 18: Peti dio sadržaja stranice "Početna stranica"

5.2.2. O nama

Stranica "O nama" započinje "bannerom" s jednakom fotografijom na kojoj je naveden naslov u sadržaj, priložen kratak uvod u stranicu i gumb s pozivom na komunikaciju.



Slika 19: Prvi dio sadržaja stranice "O nama"

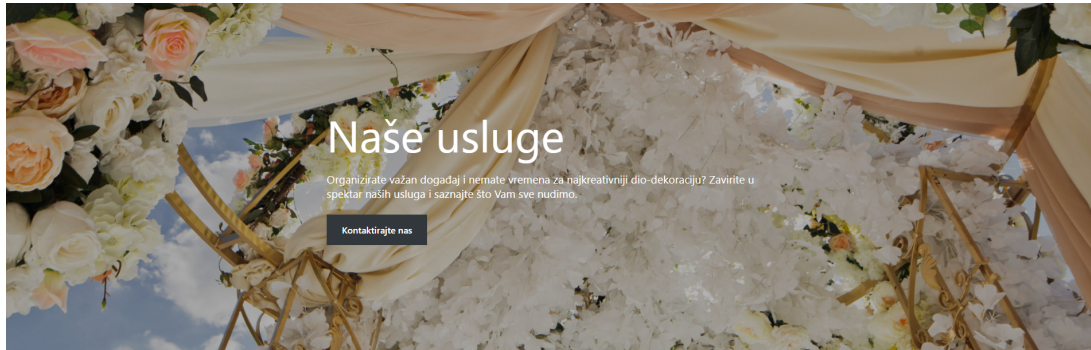
U nastavku slijedi sadržaj koji opisuje poslovanje i navodi zašto bi trebali odabrati baš "Čarobni Kutak" za pružatelja usluge. Istoimene stranice općenito sadrže određenu priču o svom nastanku kroz povijest, načela i ostale informacije koje bi klijenta mogle zanimati o poduzeću.



Slika 20: Drugi dio sadržaja stranice "O nama"

5.2.3. Naše usluge

Stranica "Naše usluge" započinje poznatom fotografijom s prethodnih stranica te je na njoj poznati sadržaj koji se sastoji od naslova, kratkog teksta koji poziva na suradnju i gumba koji vodi na stranicu "Kontakt".



Slika 21: Prvi dio sadržaja stranice "Naše usluge"

Sadržaj se nastavlja s navođenjem svih događaja za koje poduzeće pruža usluge. Po-kraj svakog određenog svečanog događaja nalazi se fotografija koja je opisana tekstom, a ispod teksta se nalazi gumb "Saznajte više" koji vodi do specijalne stranice za svaku vrstu događaja.



Life event. Bachelorette party in studio

Dekoracije djevojačkih večeri

Želite **žensku večer** iz snova, a ne znate otkud krenuti? Ideja i mogućnosti ima bezbroj, a neke od njih donosimo u nastavku.

Saznaj više

Dekoracije vjenčanja

Kao cvjećari s dugogodišnjim iskustvom u industriji vjenčanja, mi razumijemo potrebu svojih klijenata za **besprijekornom i originalnom dekoracijom**.

Svojom kreativnošću trudimo se **ispuniti sve želje** klijenata vezane uz dekoracije za vjenčanje.

Saznaj više



Dekoracije poslovnih događaja

Svojim **poslovnim klijentima** pridajemo posebnu pažnju, te ostvarujemo **dugoročne odnose** i suradnje.

Najveći kompliment za naš tim je kada nam se poslovni klijenti vraćaju, te kada imamo priliku biti **dio Vaše poslovne priče**.

Saznaj više

Rođendanske dekoracije

Najljepši je osjećaj razveseliti slavljenika!

Prepuštite nama brigu oko **organizacije rođendana**, a vi uživajte!

Saznaj više



Ostale svečane dekoracije

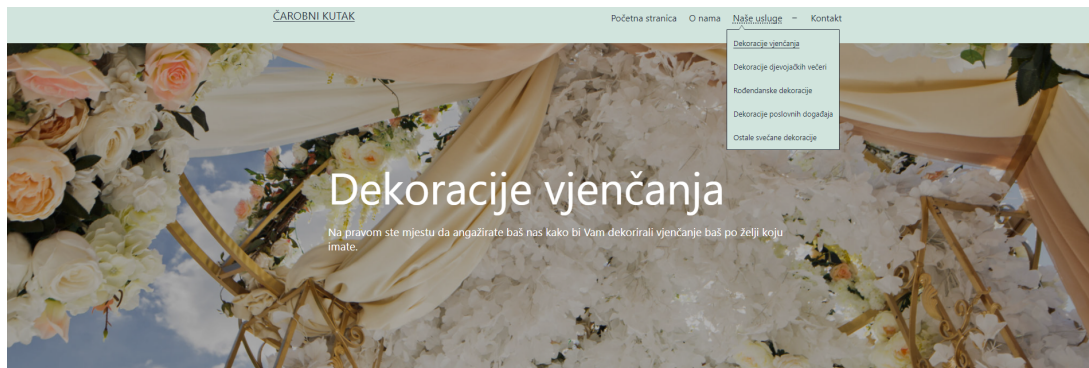
Ukoliko želite da svečanost koju dijelite s najbližima postane prigodom za **pančenje**, na pravom ste mjestu. Čarobni Kutak je idealno mjesto za dekoraciju proslava **krištenja, pričeći, krizni, maturalnih zabava** te drugih različitih evenata.

Saznaj više

Slika 22: Drugi dio sadržaja stranice "Naše usluge"

5.2.3.1. Dekoracije vjenčanja

Prelaskom mišem preko navigacijskog bara u rubrici "Naše usluge", navigacija se grana na vrste usluga koje tvrtka pruža. Taj dio pripada zaglavlju. Sadržaj započinje ranije spomenutim "bannerom" preko kojeg je vidljiv naziv stranice koja se pregledava, te kratak uvod o vrsti usluge.



Slika 23: Prvi dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"

Spuštanjem po stranici slijedi kratak sadržaj o temi, u ovom slučaju spominje se važnost dekoracija na vjenčanju. Tekst je uređen tako da su podebljane one riječi koje klijentu prve trebaju biti uočljive. Sadržaj se nastavlja fotografijama koje predstavljaju vjenčanja u ljetnim i zimskim mjesecima, te jedna fotografija koja prikazuje dekoraciju tematskog vjenčanja. Ispod svake kategorije priložen je kratak tekst koji opisuje fotografije.



Slika 24: Drugi dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"

Slijedi galerija fotografija s vjenčanja koje je dekorirala tvrtka. Na slikama se mogu vidjeti razni detalji koji doprinose kvaliteti obavljanja usluga. Galerija fotografija predstavlja važnu komponentu na web stranici jer pomoću fotografija klijent može stvarati svoje mišljenje o usluzi koja se pruža.



Slika 25: Treći dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"

Sadržaj na stranici završava kratkim tekstom koji klijenta još jednom podsjeća na važnost dekoracija na vjenčanju, te svojim apelom poziva na suradnju koju je moguće započeti klikom na gumb.

Detalji su bitni

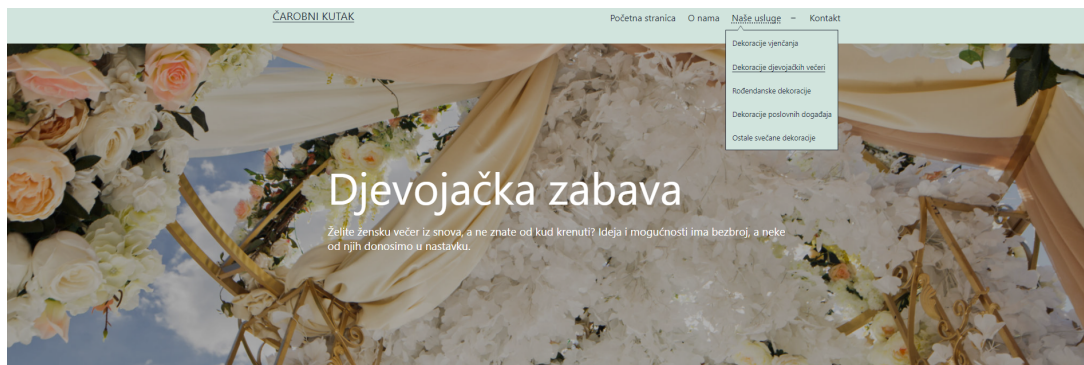
Kroz samu dekoraciju vjenčanja želimo **povezati sve elemente** koji su prethodili dolasku svih uzvanika na proslavu vjenčanja, a cijelu priču započinjemo smišljenim dizajnom **pozivnica** preko **revera** i **narukvica** koji **prate dekoracije** koje su uzvanici zatekli u prostoriji gdje se sama proslava i odvija.

[Kontaktirajte nas](#)

Slika 26: Četvrti dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"

5.2.3.2. Dekoracije djevojačkih večeri

Stranica "Dekoracije djevojački večeri" također pripada sekciji "naše usluge", a započinje s "bannerom" prikazanim na slici 27.



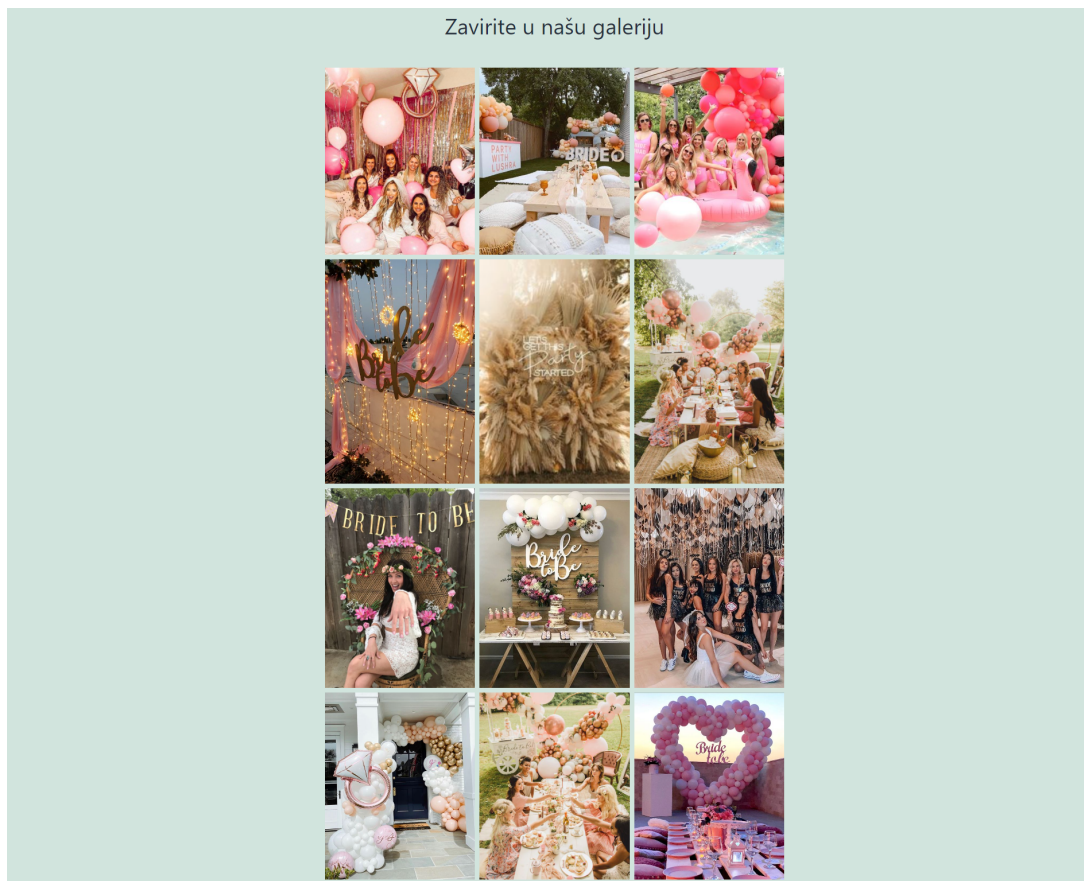
Slika 27: Prvi dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"

U drugom dijelu stranice sadržaj započinje tekstem za kumu. Pretpostavlja se da je kuma glavni organizator djevojačke zabave, stoga je ciljani klijent ove kategorije usluga kuma. Cilj je osvijestiti klijenta o važnosti dekoracija i svojim pristupom ga zadržati na web stranici. U nastavku su priložene fotografije triju različitih motiva djevojačkih zabava, što klijentu daje pomoć pri organizaciji. Svaki od spomenutih motiva ukratko je opisan. Time odaje više detalja i ciljanom klijentu pomaže prepoznati motiv koji bi najviše odgovarao mladoj.



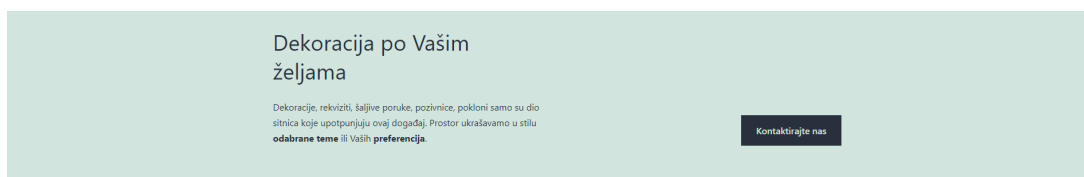
Slika 28: Drugi dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"

Slijede fotografije koje čine galeriju u kojoj su vidljive razne djevojačke večeri koje je dekorirala tvrtka "Čarobni Kutak". Fotografije služe kako bi klijent dobio ideju o detaljima djevojačke večeri koja najviše odgovara mladoj ili kako bi tvrtka dokazala svoje prijašnje projekte kojima želi potaknuti klijenta na suradnju.



Slika 29: Treći dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"

Stranica završava podsjetnikom da se uvijek poštuje klijentovo mišljenje te da se usluge kreiraju isključivo prema njegovim željama i preferencijama. U desnom kutu nalazi se gumb "Kontaktirajte nas" koji vodi na stranicu "Kontakt" preko koje klijent može poslati upit ili saznati informacije o lokaciji tvrtke.



Slika 30: Četvrti dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"

5.2.3.3. Rođendanske dekoracije

Sekcija "Naše usluge" sadrži i kategoriju "Dekoracije rođendana". Odabirom navedene kategorije u navigaciji otvara se stranica koja započinje jednakim "bannerom" kao i dosadašnje stranice i naslovom koji otkriva sadržaj stranice.

Sadržaj se nastavlja kategorizacijom rođendana na dječje rođendane i rođendane za odrasle. Dekoriranje rođendana prigodno je za sve dobne skupine, stoga se klijent odmah može svrstati u jednu od dviju spomenutih kategorija.

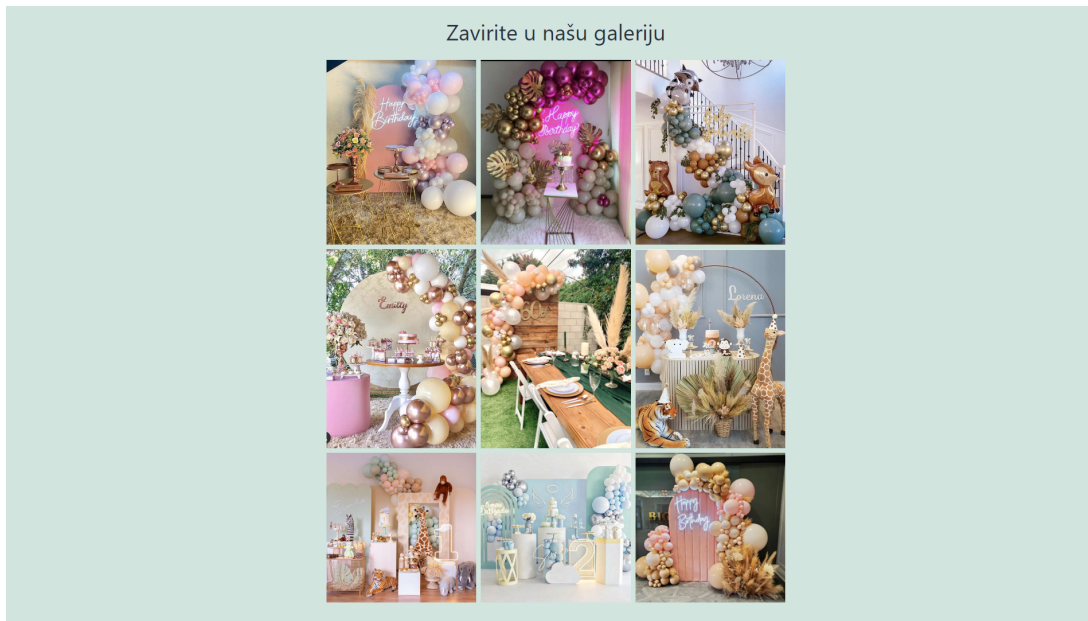


Slika 31: Prvi dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"



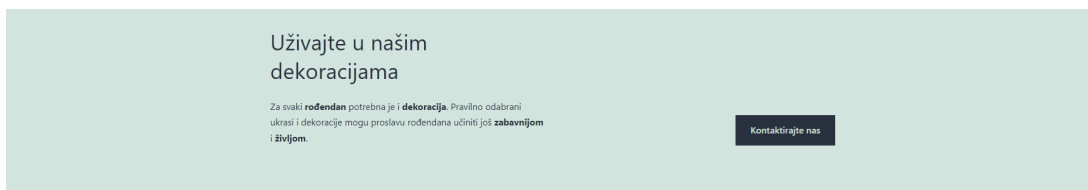
Slika 32: Drugi dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"

Slijedi prikaz dekoracija na ostalim projektima koji podrazumijevaju rođendane. U galeriji fotografija izdvojene su dekoracije s različitim temama i prilagođene raznim dobnim skupinama, od najmlađih do zrelijih.



Slika 33: Treći dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"

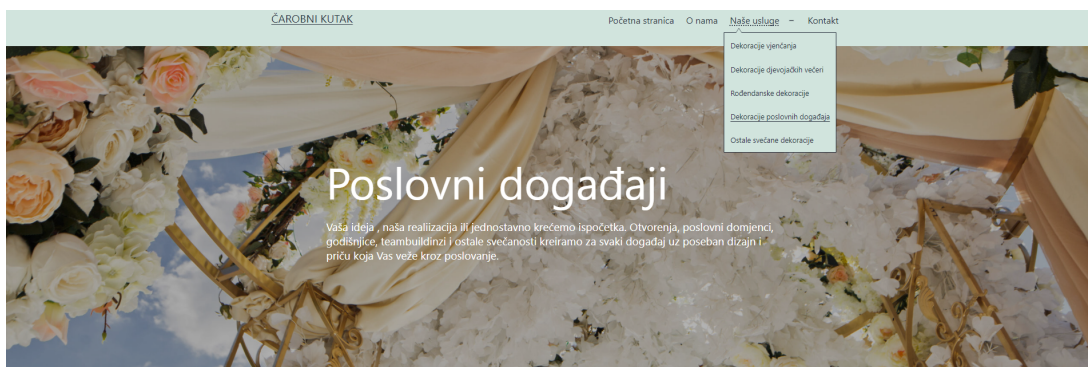
Na samom kraju sadržaja stranice nalazi se kratak tekst koji klijenta podsjeća na važnost usluge koju traži, a istovremeno upućuje poziv za kontakt preko gumba "Kontaktirajte nas".



Slika 34: Četvrti dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"

5.2.3.4. Dekoracije poslovnih događaja

Stranica "Dekoracije poslovnih događaja" dolazi kao grana sekcije "Naše usluge". Na početku stranice vidljiva je jednaka fotografija kao i na ostalim stranicama tvrtke, a naslov i kratak opis ove kategorije usluge klijenta pripremaju za sadržaj stranice.



Slika 35: Prvi dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"

Stranica se nastavlja s kategorijama određenih poslovnih događaja. Sve tri kategorije potkrijepljene su fotografijama sa sličnih događaja za koje je tvrtka bila angažirana. Nadalje, uz fotografije stoji opis događaja za koji je izvršena usluga dekoriranja. Primjeri poslovnih događaja priloženi su kao ideja klijentu, a prema njegovim zahtjevima tvrtka je spremna odraditi projekte i na ostalim, nespomenutim poslovnim događajima.



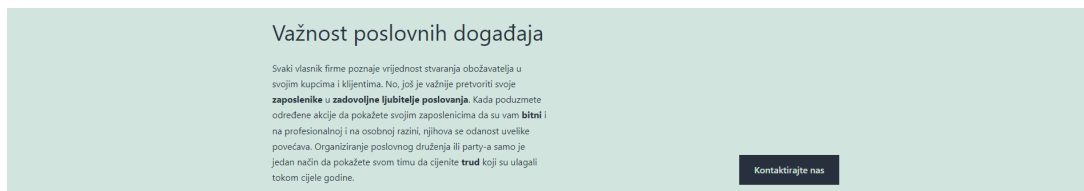
Slika 36: Drugi dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"

Slijedi galerija fotografija u kojoj klijent može vidjeti razne poslovne događaje koje je ukrasila tvrtka, a klijent pomoću fotografija može dobiti i inspiraciju.



Slika 37: Treći dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"

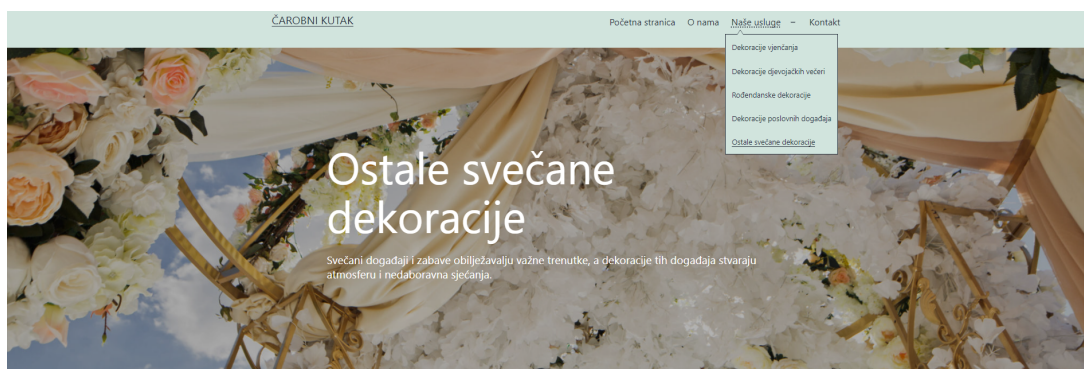
Klijentu valja naglasiti važnost spomenute kategorije usluga koje pruža, u ovom slučaju dekoracije na poslovnim događajima. Ljudsko oko reagira na vizualne kontakte i pomoću njih stvara automatske pokrete. Iz tog razloga dodan je upečatljiv gumb "Kontaktirajte nas" na koji će većina klijenata nesvjesno kliknuti. Kada klijent otvori stranicu "Kontakt" vrlo vjerojatno će izdvojiti neko vrijeme za boravak na njoj, što povećava mogućnost početka suradnje.



Slika 38: Četvrti dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"

5.2.3.5. Ostale svečane dekoracije

Posljednja kategorija u sekciji "Naše usluge" je kategorija "Ostale svečane dekoracije". Stranica kreće sa specifičnim "bannerom" čitavog weba.



Slika 39: Prvi dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"

Glavni sadržaj prikazan je kroz primjere ostalih događaja koje klijent može zatražiti za izvođenje projekta. Za svaki primjer priložena je fotografija s događaja i kratak opis događaja. Posebna važnost usmjerena je na tim koji dizajnira i izvodi dekoracije na terenu, što osvještuje klijenta o sposobnostima tima tvrtke "Čarobni Kutak".

Svaki Vaš događaj činimo nezaboravnim

Nema događaja koji za Vas predstavlja **veselje i zadovoljstvo**, a da ga mi ne možemo učiniti **čarobnim**.

Bilo da se radi o **primanju sakramenata, rođenju djeteta, godišnjicama, promocijama** ili nekim drugim eventim, sa zadovoljstvom ćemo ispuniti svaku Vašu želju, a ni jednog gosta **nećemo ostaviti ravnodušnim**.



Krštenja, pričesti, krizme

Sve za primanje **sakramenata** Vaših najmilijih – **dekoracije stola i prostora u prigodnim bojama, dodaci za pripremu i dekoraciju slatkog stola, kutak za fotografiranje**... Na vama je samo da se prepustite našem timu i uživate u danu.



Baby shower

Za **dolazak vaših mališana** na svijet pripremit ćemo mnoštvo **dekoracija i dodataka kojima ćete oduševiti svoje goste ili buduće mame!** Odaberite kolekciju za djevojčice ili dječake i upotrijebite naše prigodne dodatke, dekoracijama i balonima s baby motivima.



Godišnjice braka

Okupite svoju obitelj i bliske prijatelje te **proslavite Vašu godišnjicu braka**. Organizaciju proslave prepustite našem stručnom timu koji ima dugogodišnje iskustvo osmišljavanja **najboljih proslava**.



Maturalne zabave

Organizacija **maturalnih zabava** vrlo je zahtjevan i ozbiljan posao. Tu nema mjesta grešci, jer se maturalna zabava svakom pojedincu događa jedanput u životu. Tu nastupamo mi s našim **kreativnim idejama**. Dekoracije osmišljene samo za taj događaj upotpunjuju Vaše fotografije i stvaraju sjećanja.



Promocije diplomanata

Svaki student pri upisu na neki fakultet jedva čeka **svečanu promociju** kada će mu dekan uručiti diplomu za koju se mučio dugi niz godina. Dozvolite da naš tim svojim prigodnim dekoracijama Vaš veliki dan **učini nezaboravnim**.

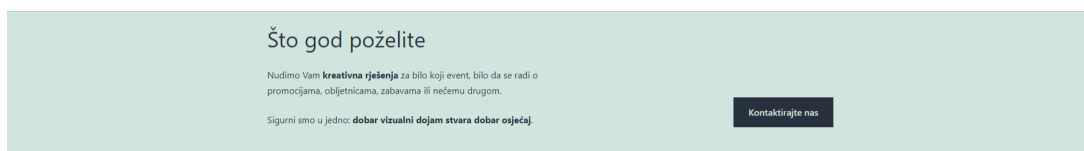
Slika 40: Drugi dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"

U galeriji fotografija klijenti mogu naići na razne događaje koje možda nisu ni planirali angažirati tvrtku za dekoracije, međutim, sposobnost tima tvrtke "Čarobni kutak", koja je vidljiva na fotografijama, neće ostaviti ravnodušnim ni jednog klijenta. Pregledavajući galeriju fotografija 50 posto klijenata će zasigurno poželjeti sličnu proslavu određenog događaja.



Slika 41: Treći dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"

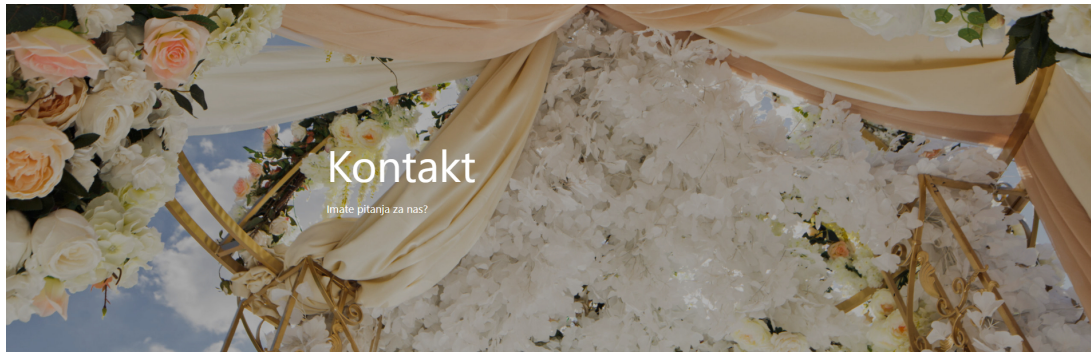
Stranica završava kratkim tekstom pomoću kojeg se želi u posljednjem trenutku pregledavanja stranice nagovoriti klijenta da angažira tvrtku za dekoriranje događaja ili se s druge strane istim tekstom želi potvrditi odlučnost klijenta za angažman tvrtke.



Slika 42: Četvrti dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"

5.2.4. Kontakt

Stranica "Kontakt" vidljiva je u navigaciji pod kategorijom "Kontakt". Navedena stranica klijentu daje osnovne informacije o lokaciji tvrtke te podatke za kontakt u slučaju da klijent želi uputiti upit tvrtki. Stranica započinje već do sad viđenim "bannerom" na kojemu se nalazi naslov stranice i upitna rečenica upućena klijentu. Istom rečenicom korisniku je cilj stvoriti komunikaciju s klijentom.

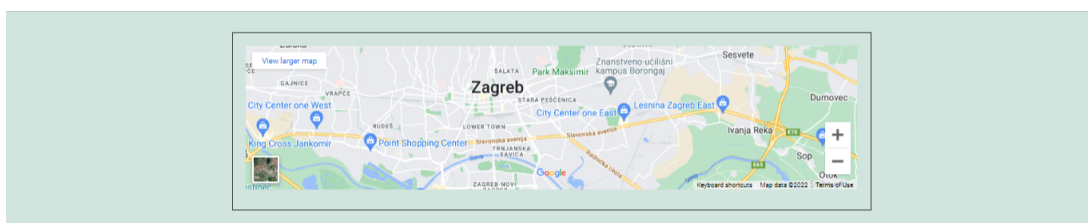


Slika 43: Prvi dio sadržaja stranice "Kontakt"

Središnji dio stranice sastoji se od podataka o adresi tvrtke, radnom vremenu, broju telefona, e-mail adresi i ikonama koje vode do društvenih mreža tvrtke "Čarobni Kutak". Navedene podatke korisno je objaviti na web stranici kako bi se klijenti na vrijeme informirali o vremenu kada mogu posjetiti poslovnicu ili kontaktirati tvrtku. Također, društvene mreže postale su popularno mjesto za promoviranje, stoga postoji mnogo registriranih profila sa sličnim nazivima. Ukoliko se klijentu pruži poveznica društvene mreže, puno lakše će je pronaći i bit će siguran da je na pravom profilu. Nadalje, s desne strane stranice nalazi se formular kojeg klijent može u bilo kojem trenutku ispuniti, a formular će se automatski poslati na službenu e-mail adresu tvrtke. Velika prednost formulara je što korisnik kroz njega dobije sve potrebne podatke za obradu upita.

Slika 44: Drugi dio sadržaja stranice "Kontakt"

Stranica završava prikazom lokacije na mapi. Prikazana mapa, preko GPS-a, može dovesti korisnika točno do adrese na kojoj se tvrtka nalazi.



Slika 45: Treći dio sadržaja stranice "Kontakt"

6. Istraživanje

U svrhu istraživanja provedena je anketa o uključenosti poduzetnika u izradu poslovnog web mjesta. U nastavku slijede ciljevi i metode istraživanja u kojima će biti navedeno zbog čega i na koji način se provodilo istraživanje.

6.1. Ciljevi istraživanja

Cilj ovog istraživanja je saznati imaju li mali i srednji poduzetnici poslovno web mjesto ili ga planiraju imati u budućnosti, koliko su poduzetnici kompetentni u području izrade web stranica, koliko su uključeni u njenu izradu i smatraju li da je njihova uključenost u izradu web mjesta važna.

6.2. Metode istraživanja

Istraživanje je provedeno među malim i srednjim poduzetnicima registriranim u različitim županijama. Istraživanje je provedeno online, u razdoblju od 23. kolovoza do 30. kolovoza 2022. godine., nakon čega se zatvorilo prikupljanje odgovora. Distribucija ankete vršila se elektroničkim putem na način da je postala na službenu mail adresu tvrtke. Pomoću Google obrasca kreirana je anketa koja sadrži 22 pitanja. Najčešći tip pitanja bio je višestruki odabir. Pitanje o županiji u kojoj je registrirana tvrtka bilo je kreirano u obliku padajućeg izbornika, a još neka od pitanja bila su kreirana u obliku potvrdnog okvira i odjeljka u koji se upisuje odgovor. Anketa je izrađena u 3 sekcije. Prva sekcija sadrži skup od 13 pitanja na koja odgovaraju svi ispitanici. Druga sekcija sadrži skup od 4 pitanja i na njih odgovaraju samo oni ispitanici koji su ranije odgovorili da tvrtka nema poslovno web mjesto. Treća sekcija se sastoji od 5 pitanja na koja odgovaraju osobe koje su ranije navele da tvrtka ima vlastito web mjesto.

7. Rezultati istraživanja

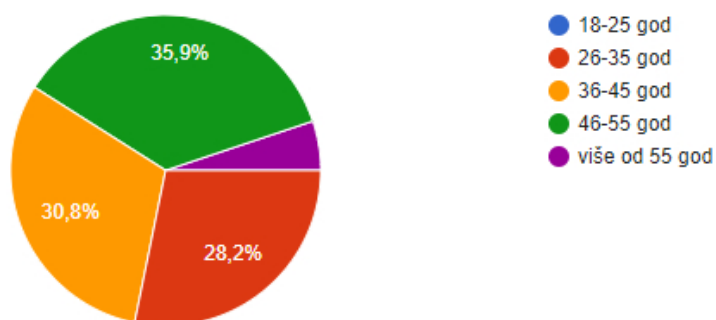
U ovom poglavlju slijedi interpretacija odgovora iz anketnog upitnika. U anketi je sudjelovalo 39 ispitanika te su svi njihovi odgovori prikazani grafički radi lakše analize rezultata.

7.1. Prva sekcija pitanja (N=39)

U provedenom istraživanju sudjelovalo je 39 ispitanika (N=39). Uzorak ispitanika, koji je prikazan grafikonom na slici 46, sastoji se od osoba koje su vlasnici malih ili srednjih poduzeća. Od ukupno 39 (100%) ispitanika, nitko nije u dobi između 18-25 godina, upitnik je ispunilo 11 (28,2%) osoba u dobi od 26-35 godina, 12 (30,8%) osoba u dobi od 36-45 godina, 14 (35,9%) osoba u dobi od 46-55 god, te 2 (5,1%) osobe s više od 55 godina.

Dob ispitanika:

39 odgovora

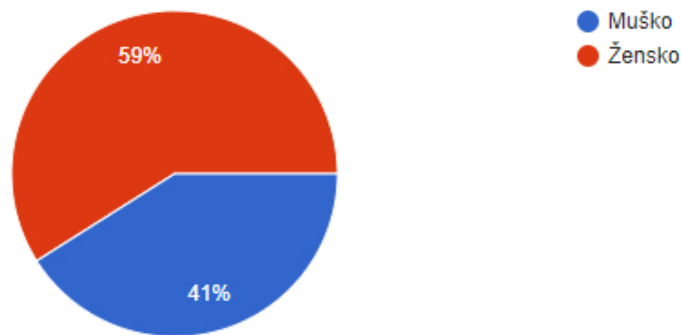


Slika 46: Dob ispitanika

Upitnik je ispunilo ukupno 16 (41%) osoba muškog spola i 23 (59%) osobe ženskog spola (vidljivo na slici 47).

Spol ispitanika:

39 odgovora



Slika 47: Spol ispitanika

Na pitanje o obrazovanju ispitanika (slika 48) odgovori glase: 1 (2,6%) osoba završila je samo osnovno obrazovanje, 16 (41%) osoba ima strukovno obrazovanje, 2 (5,1%) osobe završile su gimnaziju, 1 (2,6%) osoba završila je stručni studij, 3 (7,7%) osobe završile su preddiplomski studij, 13 (33,3%) osoba završilo je diplomski studij, te su 3 (7,7%) osobe završile poslijediplomski studij.

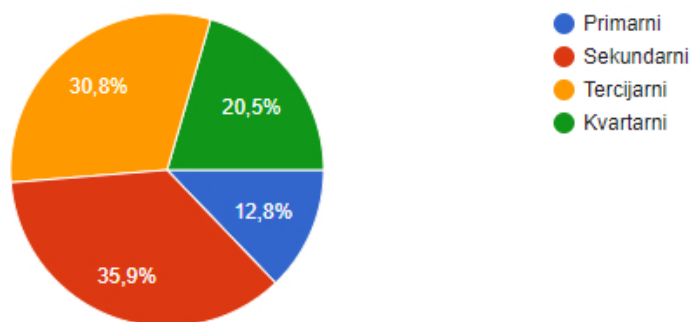


Slika 48: Obrazovanje ispitanika

Slika 49 prikazuje grafikon od ukupno 39 (100%) ispitanika, 5 (12,8%) osoba odgovorilo je da njihova tvrtka pripada primarnom sektoru, 14 (35,9%) osoba odgovorilo je da pripada sekundarnom sektoru, 12 (30,8%) osoba odgovorilo je da pripada tercijarnom sektoru i 8 (20,5%) osoba odgovorilo je da njihova tvrtka pripada kvartarnom sektoru.

Sektor kojemu tvrtka pripada:

39 odgovora



Slika 49: Sektor kojemu pripada tvrtka

Iz pitanja "Županija u kojoj je registrirana tvrtka", analizom odgovora ustanovljeno je da su tvrtke ispitanika registrirane u 9 različitih županija koje su navedene u tablici na slici 50. U tablici je naveden broj i postotak ispitanika iz svake županije. Na slici je vidljiva raznolikost županija u kojima su registrirane tvrtke, a može se zaključiti da dominira Krapinsko-zagorska županija s ukupno 25 (64%) ispitanika.

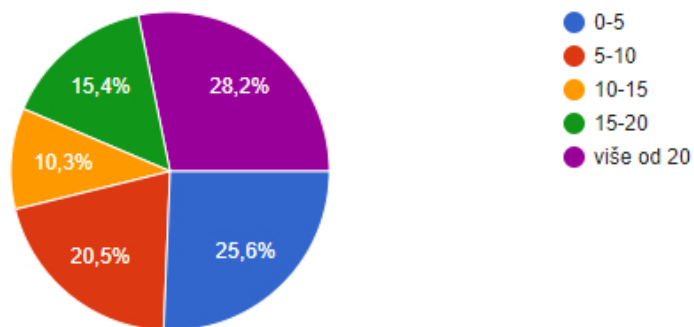
Analiza županija		
Županija u kojoj je registrirana tvrtka	Broj ispitanika	Postotak
Bjelovarsko-bilogorska	2	5.1
Karlovačka	1	2.6
Koprivničko-križevačka	1	2.6
Krapinsko-zagorska	25	64
Primorsko-goranska	1	2.6
Varaždinska	2	5.1
Vukovarsko-srijemska	1	2.6
Zagrebačka	3	7.7
Grad Zagreb	3	7.7
Ukupno	39	100

Slika 50: Županije u kojima su registrirane tvrtke

Grafikon na slici 51 prikazuje da je svega 10 (25,6%) ispitanika odgovorilo je da njihova tvrtka posluje između 0-5 godina, 8 (20,5%) ispitanika odgovorilo je da tvrtka posluje između 5-10 godina, 4 (10,3%) ispitanika odgovorilo je da njihova tvrtka posluje između 10-15 godina, 6 (15,4%) ih je odgovorilo da tvrtka posluje između 15-20 godina, te je 11 (28,2%) ispitanika odgovorilo da njihova tvrtka posluje više od 20 godina.

Koliko godina tvrtka posluje?

39 odgovora

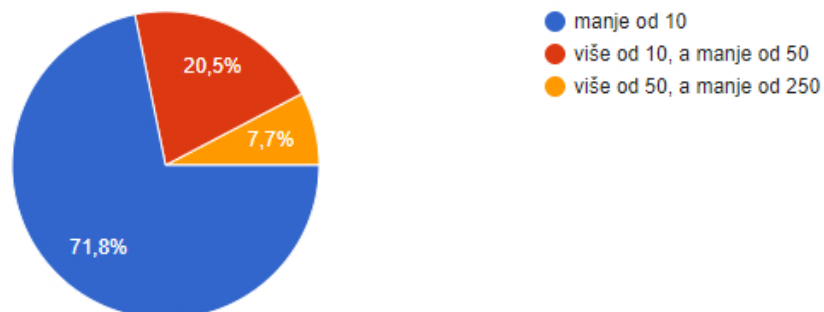


Slika 51: Godine poslovanja

Od ukupno 39 (100%) ispitanika, 28 (71,8%) osoba odgovorilo je da njihova tvrtka broji manje od 10 zaposlenih, 8 (20,5%) odgovorilo ih je da tvrtka broji više od 10, a manje od 50 zaposlenih, a 3 (7,7%) osobe su odgovorile da njihova tvrtka broji više od 50, a manje od 250 zaposlenih (vidljivo na slici 52).

Koliko zaposlenih broji tvrtka?

39 odgovora

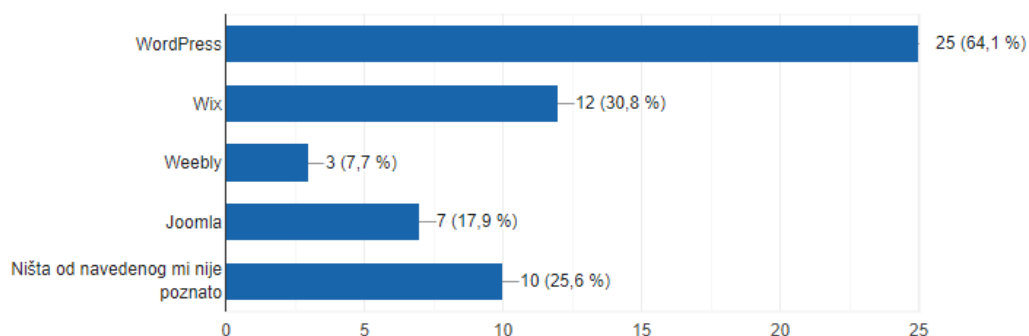


Slika 52: Broj zaposlenih

Slika 53 prikazuje da od ponuđenih alata za izradu web stranica, 25 (64,2%) osoba je čulo za WordPress, 12 (30,8%) osoba je čulo za Wix, 3 (7,7%) osobe su čule za Weebly, 7 (17,9%) osoba je čulo za Joomla, a 10 (25,6%) osoba nije čulo za ni jedan alat. Pizitivno je to što je 29 osoba od 39 osoba čulo za neke od alata za izradu web stranica. Očekivano je da WordPress dominira sa svojih 64,1% glasova. Zanimljivo je da se kasnije u odgovorima vidi da također 64,1% ispitanika ima web mjesto svoje tvrtke, što u konačnici može značiti da je svaka osoba koja ima web mjesto tvrtke, čula za alat WordPress. Naravno, ta tvrdnja ne mora biti točna, međutim, veća je vjerojatnost da je osoba koja ima web stranice čula za WordPress, od onih koje nemaju web stranice. Nadalje, može se pretpostaviti da preostalih 10 ispitanika, koji nisu čuli ni za jedan alat, pripadaju dobnoj skupini starijoj od 45 godina koja može biti manje kompetentnija u tom području od mlađe populacije.

Odaberite alate za koje ste čuli, a omogućuju izradu web stranica:

39 odgovora



Slika 53: Alati za izradu web stranica

Na pitanje: "Znate li se koristiti nekim od alata za izradu web stranica? Ako je odgovor da, navedite kojima.", od ukupno 39 ispitanika 5 osoba se zna koristiti nekim od alata. 1 (2,6%) osoba navela je da se zna koristiti alatom wix, 1 (2,6%) osoba navela je da se zna koristiti alatom Shopify, 1 (2,6%) osoba navela je da se zna koristiti alatom Indesign, 1 (2,6%) osoba navela je da se zna koristiti alatom Wordpress, a 1 (2,6%) osoba navela je da se zna koristiti nekim od alata međutim nije navela kojim.

Na pitanje: "Smatrate li da web mjesto može utjecati na poslovanje tvrtke?", 29 (74,4%) ispitanika smatra da web mjesto pozitivno utječe na poslovanje tvrtke, 8 (20,5%) ispitanika smatra da web mjesto utječe na poslovanje tvrtke ali isto tako smatraju da web mjesto nije potrebno za njihovu tvrtku, te 2 (5,1%) ispitanika ne smatraju da web mjesto utječe na poslovanje tvrtke (vidljivo na slici 54).

Smatrate li da web mjesto može utjecati na poslovanje tvrtke?

39 odgovora



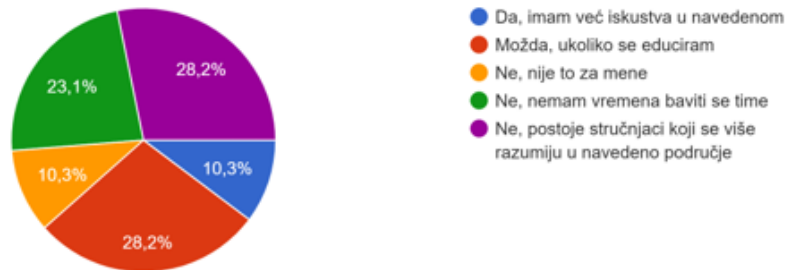
Slika 54: Utjecaj web mjesta na poslovanje tvrtke

Pitanje sa slike 55 glasi: "Biste li se sami upustili izradu web stranica pomoću jednostavnijih alata za izradu?" rezultiralo je različitim odgovorima. 4 (10,3%) ispitanika odgovorilo je da već imaju iskustva u izradi web stranica, 11 (28,2%) ispitanika upustilo bi se u izradu web stranica ako se educiraju u tom području, 4 (10,3%) ispitanika smatra da to nije a njih i ne bi se upustili u izradu, 9 (23,1%) ispitanika nema vremena baviti se izradom web stranica, a 11 (28,2%) ispitanika se ne bi upustilo u izradu web stranica jer smatraju da postoje stručnjaci koji

se bolje razumiju u navedeno područje.

Biste li se sami upustili izradu web stranica pomoću jednostavnijih alata za izradu?

39 odgovora

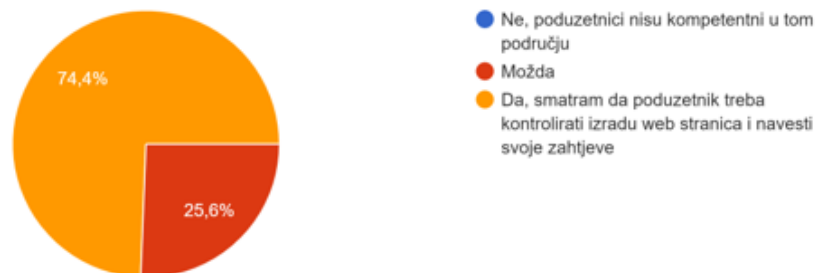


Slika 55: Spremnost poduzetnika u izradu web stranica

Na postavljeno pitanje: "Smatrate li da bi poduzetnici trebali biti uključeni u izradu web stranica vlastite tvrtke?", 10 (25,6%) ispitanika odgovorilo je sa "Možda", dok je 29 (74,4%) ispitanika odabralo odgovor "Da, smatram da poduzetnik treba kontrolirati izradu web stranica i navesti svoje zahtjeve". Pozitivno je što nitko od ispitanika ne smatra da poduzetnici ne bi trebali biti uključeni u izradu web stranica vlastite tvrtke jer nisu kompetentni za to područje (vidljivo na slici 56).

Smatrate li da bi poduzetnici trebali biti uključeni u izradu web stranica vlastite tvrtke?

39 odgovora

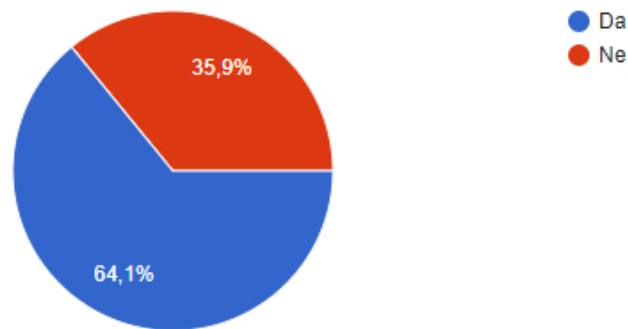


Slika 56: Trebaju li poduzetnici biti uključeni u izradu web stranica tvrtke

Na pitanje o posjedovanju web mjesta tvrtke (slika 57), 25 (64,1%) ispitanika odgovorilo je da tvrtka ima vlastito web mjesto, a nešto manje od polovice ispitanika, odnosno 14 (35,9%) ispitanika odgovorilo je da tvrtka nema vlastito web mjesto.

Ima li tvrtka vlastito web mjesto?

39 odgovora



Slika 57: Posjedovanje web mjesta

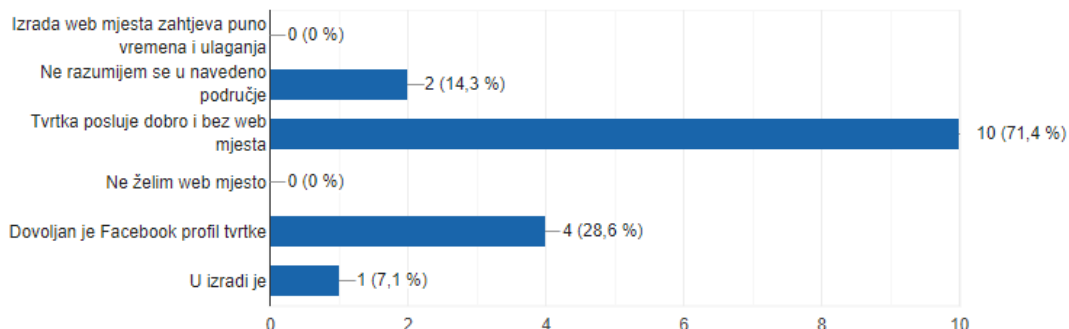
7.1.1. Druga sekcija pitanja (N=14)

Ova sekcija uključuje odgovore na pitanja ispitanika čije tvrtke nemaju vlastito web mjesto. Od ukupno 39 ispitanika, 14 ispitanika kaže da njihova tvrtka nema poslovno web mjesto, što rezultira ukupnim brojem od 14 odgovora u drugoj sekciji pitanja.

Prema slici 58 vidljivo je da od ukupno 14 ispitanika čija tvrtka nema vlastito web mjesto, 2 (14,3%) ih je odabralo odgovor da je razlog tome ne razumijevanje navedenog područja. 10 (71,4%) ih je odabralo da tvrtka posluje dobro i bez web mjesta, 4 (28,4%) ih je odabralo da im je dovoljna Facebook profil tvrtke, a 1 (7,1%) ispitanik je odabrao odgovor da je web mjesto tvrtke trenutno u izradi.

Zašto tvrtka nema poslovno web mjesto?

14 odgovora

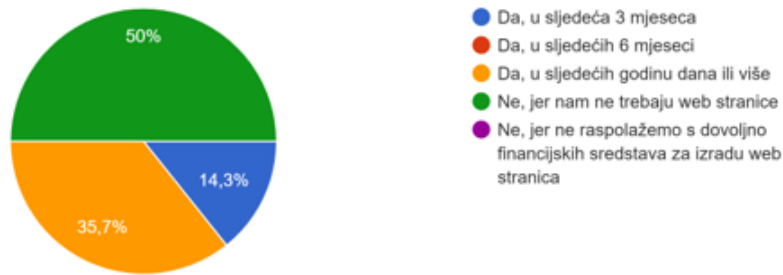


Slika 58: Razlozi ne posjedovanja web mjesta

Na pitanje sa slike 59: "Planirate li uložiti u izradu web stranica svoje tvrtke?", 2 (14,3%) ispitanika odgovorila su da planiraju u sljedeća 3 mjeseca, 5 (35,7%) ispitanika odgovorilo je da planira uložiti u izradu web mjesta u sljedećih godinu dana ili više, a 7 (50%) ispitanika odgovorilo je da ne planiraju uložiti u izradu jer smatraju da im ne trebaju web stranice.

Planirate li uložiti u izradu web stranica svoje tvrtke?

14 odgovora



Slika 59: Plan ulaganja u poslovno web mjesto

Na pitanje: "Koju vrstu web stranica planirate (dati) izraditi?", 3 (31,4%) ispitanika odgovorila su sa "Jedna web stranica samo o osnovnim informacijama o tvrtki", 1 (7,1%) ispitanik odgovorio je sa "Opsežnije web mjesto s puno informacija, slika i videa o tvrtki", 2 (14,3%) ispitanika odgovorila su sa "Opsežnije web mjesto i katalog proizvoda/usluga", 1 (7,1%) ispitanik odgovorio je sa "Opsežnije web mjesto, katalog proizvoda/usluga i web shop", a preostalih 7 (50%) ispitanika koja su ranije navela da ne žele ulagati u web mjesto, odgovorila su sa "Ništa od navedenog" (vidljivo na slici 60).

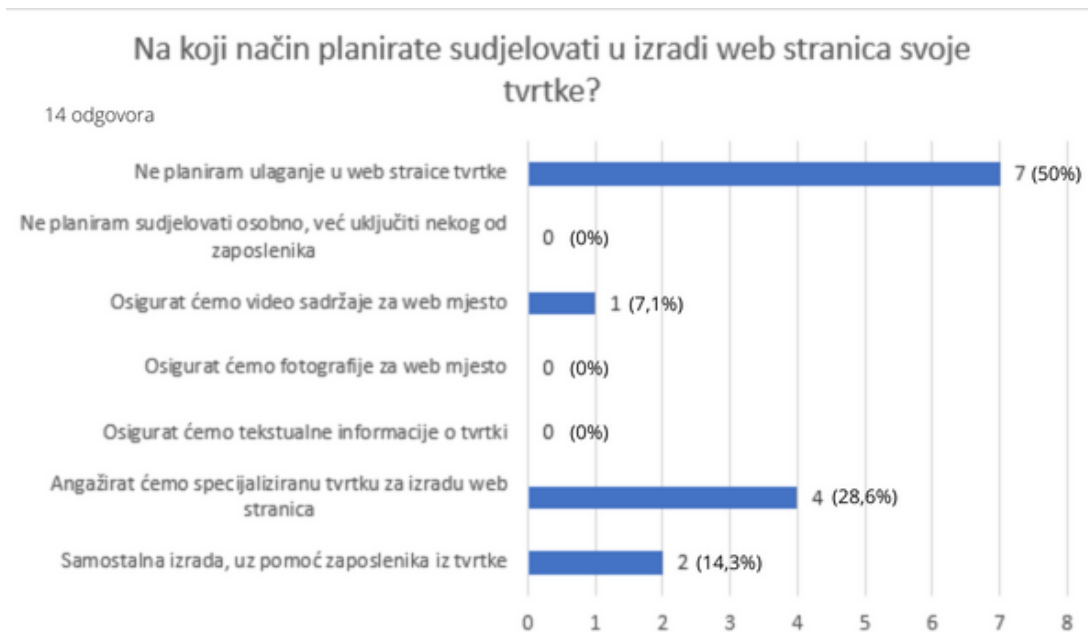
Koju vrstu web stranica planirate (dati) izraditi?

14 odgovora



Slika 60: Planirana vrsta web stranica

Slika 61 prikazuje postavljeno pitanje o načinu sudjelovanja u izradu web stranica tvrtke. Vidljivo je da su 2 (14,3%) osobe odabrale su da će samostalno izraditi web mjesto uz pomoć zaposlenika tvrtke, 4 (28,6%) osobe odabrale su da će angažirati specijalnu tvrtku za izradu web stranica, 1 (7,1%) osoba odabrala je da će osigurati video sadržaje za web mjesto, a 7 (50%) odabralo je da ne planira ulagati u izradu web stranica, stoga ne planira ni sudjelovati u njenoj izradi.



Slika 61: Sudjelovanje u izradi web mjesta

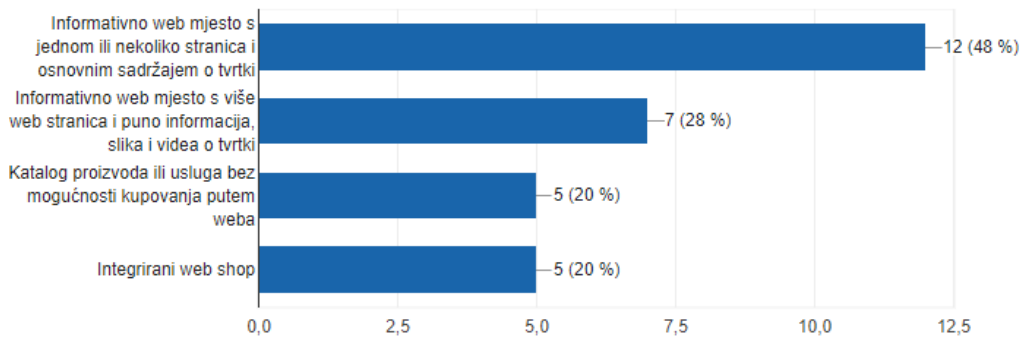
7.1.2. Treća sekcija pitanja (N=25)

Ova sekcija uključuje odgovore na pitanja ispitanika čije tvrtke imaju vlastito web mjesto. Od ukupno 39 ispitanika, 25 ispitanika kaže da njihova tvrtka ima poslovno web mjesto, što rezultira ukupnim brojem od 25 odgovora u trećoj sekciji pitanja.

Na pitanje: "Kakvu vrstu web mjesta tvrtka posjeduje?", od ukupno 25 osoba koje su odgovarale na pitanja u ovoj sekciji, 12 (48%) ispitanika odabralo je da posjeduje informativno web mjesto s jednom ili nekoliko stranica i osnovnim sadržajem o tvrtki; 7 (28%) ispitanika odabralo je da posjeduje informativno web mjesto s više web stranica i puno informacija, slika i videa o tvrtki; 5 (20%) ispitanika odabralo je da posjeduje katalog proizvoda ili usluga bez mogućnosti kupovanja putem weba; a 5 (20%) ispitanika odabralo je da tvrtka posjeduje integrirani web (vidljivo na slici 62).

Kakvu vrstu web mjesta tvrtka posjeduje?

25 odgovora

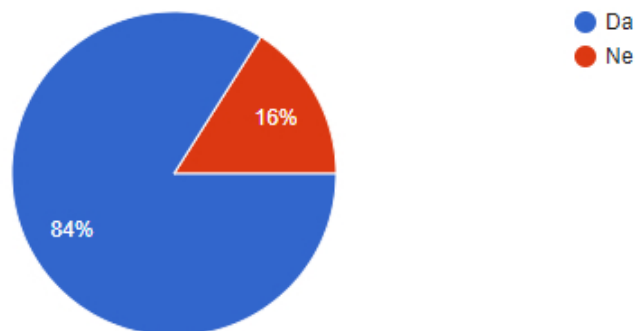


Slika 62: Vrsta web stranica u posjedu

Na pitanje o sudjelovanju u izradi web mjesta, na slici 63 vidljivo je da je 21 (84%) ispitanik odgovorio da je sudjelovao u izradi web mjesta, dok ih 4 (16%) nije sudjelovalo u izradi.

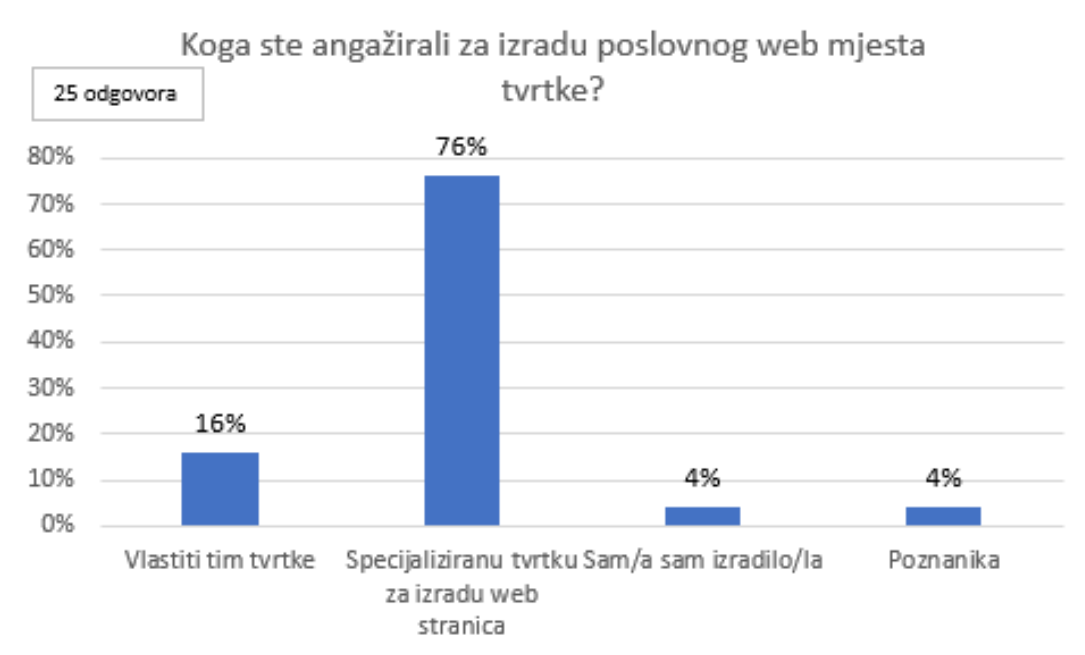
Jeste li sudjelovali u izradi web mjesta tvrtke?

25 odgovora



Slika 63: Sudjelovanje u izradi web mjesta

Na pitanje o angažmanu izrade web mjesta, sa slike 64, može se uočiti da je 4 (16%) ispitanika odgovorilo da je angažiralo vlastiti tim tvrtke, 19 (76%) ispitanika odgovorilo je da je angažiralo specijaliziranu tvrtku za izradu web stranica, 1 (4%) ispitanik odgovorio je da je samostalno izradio web mjesto tvrtke, a još 1 (4%) ispitanik odgovorio je da je angažirao poznanika za izradu web mjesta tvrtke.



Slika 64: Angažman izrade web mjesta

Na pitanje: "Smatrate li da je izrada web mjesta bila velika investicija?", 3 (12%) ispitanika odgovorila su da je izrada web mjesta bila iznimno velika investicija i da se još nije isplatila, 1 (4%) ispitanik odgovorio je investicija bila iznimno velika ali da se isplatila. 9 (36%) ispitanika odgovorilo je da je investicija bila razumno velika i isplativa, a 2 (8%) ispitanika odgovorila su da je investicija bila razumno velika i neisplativa. 10 (40%) ispitanika smatra da investicija u izradu web mjesta nije bila velika s obzirom na njihove zahtjeve. Kada se sumiraju ukupni postoci ispitanika koji nisu mnogo uložili u izradu web stranica i kojima se investicija isplatila, dobije se vrijednost od 80%, što znači da 20% ispitanika tvrdi da im se investicija nije isplatila (vidljivo na slici 65).

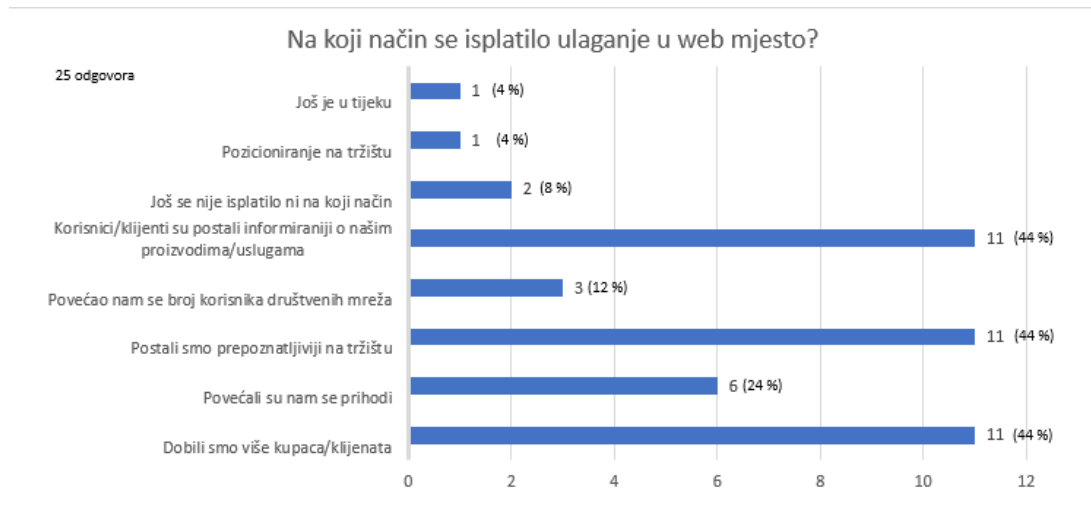
Smatrate li da je izrada web mjesta bila velika investicija?
25 odgovora



Slika 65: Investicija web mjesta

Na pitanje: "Na koji način se isplatilo ulaganje u web mjesto?", na slici 66 prikazano je da je 11 (44%) ispitanika odabralo ponuđeni odgovor da su dobili više kupaca/klijenata, 6 (24%) ispitanika odabralo je odgovor za su im se povećali prihodi, 11 (44%) ispitanika odabralo je odgovor da su postali prepoznatljivi na tržištu, 3 (12%) ispitanika odabralo je odgovor da im se povećao broj korisnika društvenih mreža, 11 (44%) ispitanika odabralo je odgovor da su njihovi

korisnici/klijenti postali informiraniji, 2 (8%) ispitanika odabrala su odgovor da se ulaganje još nije isplatilo ni na koji način, 1 (4%) ispitanik odabrao je odgovor da je ulaganje u web mjesto utjecalo na njihovo pozicioniranje na tržištu, a 1 (4%) ispitanik odgovorio da se ulaganje još nije isplatilo, odnosno da je u tijeku.



Slika 66: Načini isplativosti ulaganja u web mjesto

8. Zaključak

Svrha poslovnog web mjesta prvenstveno je pridobivanje i informiranje klijenata s ciljem unapređenja prodaje. Kada se poduzetnici odluče na izradu web stranica potrebno je znati zašto rade web stranice, koje vrijednosti one predstavljaju za poduzeće, tko su ciljani klijenti, odnosno tržište i što oni traže od korisnika web stranica. Nadalje, često se javlja financijsko pitanje vezano uz izradu web stranica i dugotrajan postupak izrade. Naravno, cijena web stranice ovisi o načinu implementacije, odnosno načinu njene izrade. Ranije je spomenuto da se ona definira prema razini kvalitete isporuke, brzini okretaja i kompleksnosti. Osim cijene izrade web stranica, poduzetnici znaju biti pesimistični oko samog rezultata implementiranih stranica. Važno je imati na umu da korisnici web stranice ostaju lojalni kada su zadovoljni sadržajem, funkcionalnošću i dizajnom web stranice, što zajedno stvara pozitivno korisničko iskustvo. Zahvaljujući brzim i jednostavnim CMS rješenjima poput WordPressa, mali i srednji poduzetnici mogu upravljati svojim sadržajem na web stranicama putem sučelja koje su ranije prilagodili svom poslovanju. Sama svrha CMS-a je mogućnost brzog uređivanja objavljenog sadržaja bez ulaženja u dubinu HTML-a, CSS-a ili JavaScripta, a kroz takav pristup korisnici mogu izvoditi samostalnu izmjenu, što ujedno smanjuje troškove održavanja. Ipak, ako poduzetnici nisu dovoljno kompetentni u tom području ili žele zahtjevnije web stranice, uvijek postoji mogućnost angažiranja tvrtke za izradu web stranica.

U ovom diplomskom radu, prikazan je primjer poslovnog web mjesta koje može biti zadovoljavajuće za male i srednje poduzetnike. U svrhu primjera izmišljeno je poduzeće za dekoraciju događaja, pod nazivom "Čarobni Kutak". Kroz primjer su prikazani svi koraci potrebni za izradu web mjesta namijenjenog navedenom poduzeću. Naglasak je stavljen na pripremu skice planiranih web stranica, instalaciju alata WordPress i korake implementacije web stranica. Kreirano web mjesto sastoji se od četiri glavne stranice i pet pod-stranica koje klijentima pružaju informacije o njihovim uslugama. U primjeru su prikazane jednostavne web stranice koje ne iziskuju mnogo financijskih sredstava i vremena za njihovu izradu.

Nadalje, u istraživanju koje je provedeno putem Google obrasca sudjelovalo je 39 malih i srednjih poduzetnika, koji su svojim sudjelovanjem doprinijeli istraživanju o uključenosti poduzetnika u izradu web mjesta. Prema rezultatima dobivenih odgovora možemo zaključiti da najviše ispitanika pripada skupini malih poduzetnika koji imaju do 10 zaposlenih. Utvrđeno je i da 14 ispitanika nema svoje web mjesto, međutim samo 5 ispitanika poznaje neke od alata za izradu web stranica, te su podjednako mišljenja o tome jesu li spremni upustiti se u samostalnu izradu web stranica. Najčešći razlog zašto tvrtke nemaju web stranice je taj što smatraju da dosta dobro posluju i bez njih, ili imaju samo društvene mreže i one ih zadovoljavaju. Iz tog razloga pola ispitanika ne planira u skorije vrijeme ulagati u izradu web stranica, a oni koji planiraju, većinom planiraju jednostavne web stranice. Ostalih 25 ispitanika koji posjeduju web stranice svojih tvrtki, najčešće imaju jednostavne web stranice s osnovnim sadržajem o tvrtki. Pozitivno je što su skoro svi ispitanici koji imaju web stranice sudjelovali u njihovoj izradi, iako je većina ispitanika odgovorila da su angažirali specijaliziranu tvrtku koja je izradila web mjesto, a gotovo svi tvrde da im se to ulaganje isplatilo. Navode da isplativost vide u brojnijim i informiranijim klijentima, te pozicioniranju na tržištu.

Iz provedenog istraživanja vidljivo je da poduzetnici koji imaju web mjesto svojih tvrtki, najčešće zahtijevaju jednostavnije web stranice koje su slične onoj koja je prikazana u primjeru ovog rada. Može se zaključiti da poduzetnici imaju prostora za napredak u usvajanju znanja o području CMS sustava, kao i informiranju o mogućnostima edukacije i načinu samostalne izrade web stranica u jednostavnim CMS sustavima poput WordPressa, međutim, imaju potencijala, sudjeluju u izradi web stranica svojih tvrtki i razmišljaju u pravom smjeru.

Popis literature

- Arbona (2022.). *Što utječe na rangiranje web stranice na Google-u*. URL: <https://www.arbona.hr/blog/seo/sto-utjece-na-rangiranje-web-stranice-na-google-u/3150>. (Preuzeto: 09.06.2022.)
- Božajić, I. i G. Pavlaković (2018.). „Wordpress – Sve je Blog Post – Od Blog platforme do Web trgovine”. *International Journal of Digital Technology and Economy* 3.1, str. 38–53. DOI: <https://hrcak.srce.hr/216174>.
- Brekalo, S. i M. Vrtarić (2011.). „Optimizacija web stranica za internet pretraživače”. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* 2.2, str. 21–25. DOI: <https://hrcak.srce.hr/74953>.
- Diffly, S. (2006.). *Website Development*. URL: https://www.diffily.com/book/website_development.pdf. (Preuzeto: 23.03.2022.)
- Duynne, K., A. Landay i I. Hong (2002.). *The Design of Sites*. Addison-Wesley.
- Fer.projekt (bez dat.). *Vodič kroz web*. URL: <https://www.fer-projekt.com/vodic-kroz-web/>. (Preuzeto: 23.03.2022.)
- Horizont.solutions (bez dat.). *Web stranica - zašto ju napraviti?* URL: https://www.horizont.com.hr/novost.php?n_id=9&n_naslov=web-stranica---zasto-junapraviti. (Preuzeto: 23.03.2022.)
- Insieme.Split (2022.). *Cijena izrade web stranica*. URL: <https://www.insieme-split.com/cijena-izrade-web-stranica/>. (Preuzeto: 09.09.2022.)
- Košak, B., M. Tomiša i M. Čačić (2015.). „Statičko i dinamičko upravljanje web sadržajem”. *Tehnički glasnik* 9.1, str. 77–83. DOI: <https://hrcak.srce.hr/137998>.
- Kyrnin, J. (2018.). *The Web Design Process*. URL: <https://www.thoughtco.com/web-design-process-3466386>. (Preuzeto: 23.03.2022.)
- Lynch, J. i S. Horton (2016.). *Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites*. URL: <http://www.webstyleguide.com>. (Preuzeto: 23.03.2022.)
- Mabić, M., M. Lasić i J. Zovko (2019.). „Web 2.0 Technologies in Business: Why not?": *Interdisciplinary Description of Complex Systems* 17.2-B, str. 304–314. DOI: <https://doi.org/10.7906/indecs.17.2.7>.
- Šimec, A., B. Grlic i L. Tepeš (2019.). „RAZVOJ PRILAGOĐENOG PREDLOŠKA ZA WORDPRESS SUSTAV”. *Polytechnic and design* 7.4, str. 224–233. DOI: <https://doi.org/10.19279/TVZ.PD.2019-7-4-01>.
- WebProjekt (2022.). *Cjenik*. URL: <https://webprojekt.com.hr/cjenik/>. (Preuzeto: 09.09.2022.)

WordPress (2022.). *Značajke*. URL: <https://hr.wordpress.org/about/features/>.
(Preuzeto: 29.06.2022.)

WordPress.org (2022.). *Wordpress support*. URL: <https://wordpress.org/support/article/how-to-install-wordpress/>. (Preuzeto: 08.08.2022.)

Popis slika

1.	Skice glavnih stranica	16
2.	Skica pod-stranica usluga	17
3.	WordPress početni prikaz	18
4.	Struktura navigacije	19
5.	Instalacija i aktivacija teme	20
6.	Naslov u zaglavlju	20
7.	Navigacija u zaglavlju	21
8.	Podnožje	22
9.	Navigacija	23
10.	Prikaz stranice za čitanje	24
11.	Prikaz stranice za uređivanje	24
12.	Kreirane stranice	24
13.	Logo	25
14.	Prvi dio sadržaja stranice "Početna stranica"	25
15.	Drugi dio sadržaja stranice "Početna stranica"	26
16.	Treći dio sadržaja stranice "Početna stranice"	26
17.	Četvrti dio sadržaja stranice "Početna stranica"	27
18.	Peti dio sadržaja stranice "Početna stranica"	27
19.	Prvi dio sadržaja stranice "O nama"	28
20.	Drugi dio sadržaja stranice "O nama"	28
21.	Prvi dio sadržaja stranice "Naše usluge"	29
22.	Drugi dio sadržaja stranice "Naše usluge"	30
23.	Prvi dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"	31
24.	Drugi dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"	31

25.	Treći dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"	32
26.	Četvrti dio sadržaja stranice "Dekoracije vjenčanja"	32
27.	Prvi dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"	33
28.	Drugi dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"	33
29.	Treći dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"	34
30.	Četvrti dio sadržaja stranice "Dekoracije djevojačkih večeri"	34
31.	Prvi dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"	35
32.	Drugi dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"	35
33.	Treći dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"	36
34.	Četvrti dio sadržaja stranice "Rođendanske dekoracije"	36
35.	Prvi dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"	36
36.	Drugi dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"	37
37.	Treći dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"	37
38.	Četvrti dio sadržaja stranice "Dekoracije poslovnih događaja"	38
39.	Prvi dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"	38
40.	Drugi dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"	39
41.	Treći dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"	40
42.	Četvrti dio sadržaja stranice "Ostale svečane dekoracije"	40
43.	Prvi dio sadržaja stranice "Kontakt"	41
44.	Drugi dio sadržaja stranice "Kontakt"	41
45.	Treći dio sadržaja stranice "Kontakt"	41
46.	Dob ispitanika	43
47.	Spol ispitanika	44
48.	Obrazovanje ispitanika	44
49.	Sektor kojemu pripada tvrtka	45
50.	Županije u kojima su registrirane tvrtke	45
51.	Godine poslovanja	46
52.	Broj zaposlenih	46
53.	Alati za izradu web stranica	47
54.	Utjecaj web mjesta na poslovanje tvrtke	47
55.	Spremnost poduzetnika u izradu web stranica	48

56.	Trebaju li poduzetnici biti uključeni u izradu web stranica tvrtke	48
57.	Posjedovanje web mjesta	49
58.	Razlozi ne posjedovanja web mjesta	49
59.	Plan ulaganja u poslovno web mjesto	50
60.	Planirana vrsta web stranica	50
61.	Sudjelovanje u izradi web mjesta	51
62.	Vrsta web stranica u posjedu	52
63.	Sudjelovanje u izradi web mjesta	52
64.	Angažman izrade web mjesta	53
65.	Investicija web mjesta	53
66.	Načini isplativosti ulaganja u web mjesto	54

Popis tablica

1.	Usporedba usluge izrade jednostavnih web stranica dviju tvrtki	10
2.	Usporedba usluge izrade web trgovina dviju tvrtki	12