

IZRADA WEB STRANICA ZA TRGOVINU

Jančevac, Mirna

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic in Pozega / Veleučilište u Požegi**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:112:249629>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-05**



VELEUČILIŠTE U POŽEGI
STUDIA SUPERIORA POSEGANA

Repository / Repozitorij:

[Repository of Polytechnic in Pozega - Polytechnic in Pozega Graduate Thesis Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U POŽEGI



MIRNA JANČEVEC, 7562

IZRADA WEB STRANICA ZA TRGOVINU

ZAVRŠNI RAD

Požega, 2020. godine

VELEUČILIŠTE U POŽEGI

DRUŠTVENI ODJEL

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TRGOVINA

IZRADA WEB STRANICA ZA TRGOVINU

ZAVRŠNI RAD

IZ KOLEGIJA PRIMJENA INFORMATIČKIH TEHNOLOGIJA U TRGOVINI

MENTOR: dr.sc. Robert Idlbek, prof.v.š.

STUDENT: Mirna Jančevc

Matični broj studenta: 7562

Požega, 2020. godine

SADRŽAJ

SAŽETAK	
APSTRACT	
1. UVOD	1
2. WEB TEHNOLOGIJE U POSLOVANJU PODUZEĆA	2
2.1. Elektroničko poslovanje	2
2.1.1. Prednosti elektroničkog poslovanja.....	3
2.1.2. Nedostaci elektroničkog poslovanja.....	4
2.2. Web stranica	5
2.2.1. Pozicioniranje web stranice na Google	6
2.2.2. Google Analytics i Google Trends	7
2.2.3. Optimizacija za tražilice (SEO).....	9
2.2.4. Načini plaćanja	11
3. TEHNOLOGIJE ZA IZRADU WEB STRANICA	13
4. PLATFORME ZA BRZI RAZVOJ WEB STRANICA	16
4.1. Shopify	16
4.2. Wix.....	17
4.3. WordPress	18
4.4. Bigcommerce.....	19
5. PRAKTIČNI PRIMJER	21
6. ZAKLJUČAK	27
LITERATURA	28
POPIS SLIKA I TABLICA	30
POPIS KRATICA	31

SAŽETAK

Tema ovog završnog rada je izrada web stranica za trgovinu. U današnje vrijeme u svijetu pa i u Hrvatskoj sve tvrtke i poduzeća sve se više razvijaju i rastu, a zajedno sa njima razvijaju se i nove tehnologije. Internet postaje ključan faktor za kvalitetnu komunikaciju s ljudima odnosno potencijalnim klijentima. Kako bi promovirali svoje poslovanje poduzeća otvaraju svoje web stranice te njihovim sadržajem pokušavaju privući i zadovoljiti posjetitelje. U ovom završnom radu najprije će biti teorijski opisana elektronička trgovina, zatim će biti objašnjene web tehnologije koje se koriste u poslovanju poduzeća te alati kao što su Google Analytics i Google Trends. U radu će biti navedene tehnologije koje se koriste kod izrade stranica te najpoznatije platforme koje se koriste kako bi se izradile kvalitetne web stranice. Na praktičnom primjeru će biti opisan i uspoređen postupak izrade web stranice u dvije platforme Wix i WordPress.

Ključne riječi: web stranica, trgovina, elektroničko poslovanje, Google Analytics

ABSTRACT

The theme of this final work is making of a web page for trading company. Today world including Croatia all companies and trades are developing rapidly and together with them new technologies. Internet is becoming crucial factor for quality communication among people as potential customers. In purpose of promoting their business, companies are opening web pages and with its content are trying to attract visitors. In this final work, I will theoretical describe electronic trade, then web technologies used for web page design and most known platforms used in company business, tools like Google Analytics and Google Trends. There will be listed technologies used for web page design and most known platforms used in order to make quality web pages. On practical example it will be described and compared procedure of making a web page on two platforms Wix and WordPress.

Key words: Web page, trade, electronic business, Google Analytics

1. UVOD

U današnje vrijeme poduzeća, ali i pojedinci i obitelji sve više koriste Internet kako bi se predstavili ljudima i potencijalnim klijentima stvarajući web stranice koje im omogućuju da zainteresiraju ljude za svoje usluge ili proizvode, a svojim web stranicama nude sve potrebne informacije koje ih zanimaju. Za razliku od prije desetak godina kad to nije bilo tako jednostavno, danas svatko može izraditi lijepu, privlačnu i kvalitetnu stranicu bez puno znanja. Postoje platforme pomoću kojih se mogu izraditi kvalitetne web stranice, a to su WordPress platforma, Wix, Shopify i druge. Isto tako više nismo ograničeni i ne moramo sjediti za računalom kako bismo mogli surfati, već to možemo činiti i putem mobilnih telefona ili tableta pa moramo voditi računa o tome da se web stranica može prilagoditi i takvim uređajima. Dobar dizajn kod web stranica vrlo je bitan kako bi publika dobila ono što očekuje, zato je potrebno stalno pratiti trendove. Tehnologija se ne prestaje razvijati, a čovjek postaje sve više ovisan o njoj.

U ovom radu predstaviti će se temelji elektroničke trgovine i definirat će se njezine prednosti i nedostaci. Ciljevi ovog rada su objasniti kakve tehnologije se koriste u izradi web stranica te zašto je web stranica bitna za uspjeh nekog poslovanja. Ovaj rad se sastoji od 6 poglavlja. Prvo poglavlje čini uvod gdje se nalaze osnovni podaci o radu te ciljevi rada. U drugom poglavlju se definira elektronička trgovina te njezine prednosti i nedostaci, zatim što je to web stranica i objašnjeni su alati Google Analytics i Google Trends te SEO (optimizacija za tražilice). U trećem poglavlju navedene su tehnologije za izradu web stranica a to tu HTML, CSS, PHP I CMS i objašnjenje svake od njih. U četvrtom poglavlju su definirane platforme za brzi razvoj web stranica poput Shopify platforme te njezine prednosti i nedostaci, zatim Wix platforma i njezine prednosti i nedostaci, WordPress i Bigcommerce platforme i njihove prednosti i nedostaci. U petom poglavlju se nalazi praktični primjer i završno šesto poglavlje je zaključak rada.

2. WEB TEHNOLOGIJE U POSLOVANJU PODUZEĆA

Suvremena tehnologija vrlo je važan čimbenik konkurentnosti poduzeća i ona u posljednjih nekoliko godina ima glavnu ulogu u rastu produktivnosti poslovanja poduzeća. Dukić (2018: 25) u svojoj knjizi navodi da je „tehnologija upravo ta komponenta koja je omogućila evoluciju ljudskog društva, dok je informacijsko-komunikacijska tehnologija osigurala nastanak novog društvenog oblika koji u svom nazivu nosi pridjev „elektroničko“.“ Danas, elektroničko poslovanje puno je više od samog naručivanja nekog proizvoda putem web stranice. Ono zapravo služi kako bi se ostvarila bolja komunikacija s potencijalnim klijentima i drugim dobavljačima te poboljšalo i proširilo poslovanje. Kad se govori o elektroničkom poslovanju većina ljudi odmah pomisli na e-trgovinu. U nastavku rada definirat će se e-trgovina i njezine prednosti i nedostaci, i što je to web stranica i pojmovi poput Google Trendsa i Analyticsa.

Razlika između elektroničkog poslovanja i elektroničke trgovine je to što „Elektronička trgovina opisuje proces kupovine, prodaje ili razmjene proizvoda, usluga ili informacija putem interneta, a elektroničko poslovanje ili e-poslovanje uz kupovinu i prodaju proizvoda i usluga, također se odnosi i na usluživanje, suradnju s poslovnim partnerima i obavljanje elektroničkih transakcija unutar organizacija.“ (Anonymous, 2018, url)

2.1. Elektronička trgovina

Postoji više primjera elektroničkog poslovanja koji se često vežu uz elektroničku trgovinu a to su:

- Business to Consumer (B2C) - prodavač je neka organizacija a kupac pojedinac odnosno fizička osoba
- Business to Business (B2B) - i kupci i prodavači su poslovne organizacije
- Consumer to Consumer (C2C) - oblik poslovanja gdje jedan pojedinac prodaje drugim pojedincima
- Business to Employee (B2E) - odnos između poslodavca i zaposlenika
- E-uprava – podrazumijeva korištenje tehnologije interneta, korištenje elektroničkog poslovanja da se građanima osiguraju informacije i javne usluge

Poslovni modeli navedeni su u tablici 1. i prikazan je njihov odnos. B2C je model elektroničke trgovine na malo, između prodavača i skupine sitnih potrošača. Tu se ubraja i prodaja putem elektroničkog kataloga gdje kupac vidi proizvod preko slike i slično, te prodaja putem pošte. B2B je model koji se odnosi na razmjenu roba i usluga najčešće između poduzeća. Kako bi se poslovni život pojednostavio, poduzeća putem Interneta kupuju kemijske olovke i dr. C2C je model u kojem potrošači prodaju robu drugim potrošačima, npr. na aukcijama. Poslovanje se s poduzeća i potrošača proširilo i na područje javne uprave (eng. Government) i zaposlenih (eng. Employee).

Tablica 1. E-business tržišta

	Poslovnim subjektima	Potrošačima	Državnim organima
Iniciran od poslovnih subjekata	Business to Business (B2B)	Business to Consumer (B2C)	Business to Government (B2G)
Iniciran od potrošača	Consumer to Business (C2B)	Consumer to Consumer (C2C)	Consumer to Government (C2G)
Iniciran od državnih organa	Government to Business (G2B)	Government to Consumer (G2C)	Government to Government (G2G)

Izvor: Ružić, Biloš i Turkalj (2009: 263)

2.1.1. Prednosti elektroničke trgovine

U odnosu na klasičnu trgovinu, e-trgovina ima brojne prednosti. U čitavom svijetu dolazi do porasta broja poduzeća koja sve više posluju preko Interneta i tako ostvaruju bolju komunikaciju sa svojim klijentima i bolju poziciju na tržištu.

Elektronička trgovina nudi sljedeće prednosti:

- Proširenje tržišta – kod e-trgovine postoji neovisnost o lokaciji jer je ponuda dostupna svugdje u svijetu neovisno o tome koliko je kupac udaljen,
- Poboljšani marketing – mogućnost dobivanja povratnih informacija od potrošača, mogućnost bilježenja podataka o kupcima i njihovim prijašnjim kupovinama,

- Smanjenje troškova – podrazumijeva se smanjenje troškova održavanja skladišta jer često trgovci koji prodaju robu putem Interneta ni nemaju svoja skladišta nego se kupcima prodaje izravno iz skladišta proizvođača,
- Duže radno vrijeme – Internet prodavaonica otvorena je 24 sata dnevno, 365 dana godišnje i u bilo koje vrijeme se može preuzeti narudžba,
- Bolja informiranost – potrošači često koriste web stranice kako bi se informirali o cijenama te pronašli što bolju ponudu proizvoda koji ih zanimaju,
- Veći izbor proizvoda – na Internetu postoji globalna konkurencija pa potrošač ima mogućnost birati između tisuća prodavača i još većeg broja proizvoda.

Uz navedene prednosti postoje i još neke kao što su veličina prodajnog programa, kod Internet prodavaonice na raspolaganju je neograničen prodajni prostor jer proizvodi nisu fizički smješteni u tom prostoru, zatim prilagodljivost jer kupac može odrediti koje proizvode želi i kako želi da mu oni budu prezentirani, mnogi prodavači pružaju tu mogućnost kupcima. Još jedna od prednosti je praktičnost jer kupac ne mora izaći iz kuće da bi kupio nešto. Tako je uštedio vrijeme i nema određeno kada mora kupovati jer Internet prodavaonica radi 24 sata dnevno. A i cijene su često niže u takvim prodavaonicama.

2.1.2. Nedostaci elektroničke trgovine

Uz mnogo navedenih prednosti, primjena Interneta i e-trgovine može imati i loše strane, a Ružić, Biloš i Turkalj (2009: 293) u svojoj knjizi navode neke od njih :

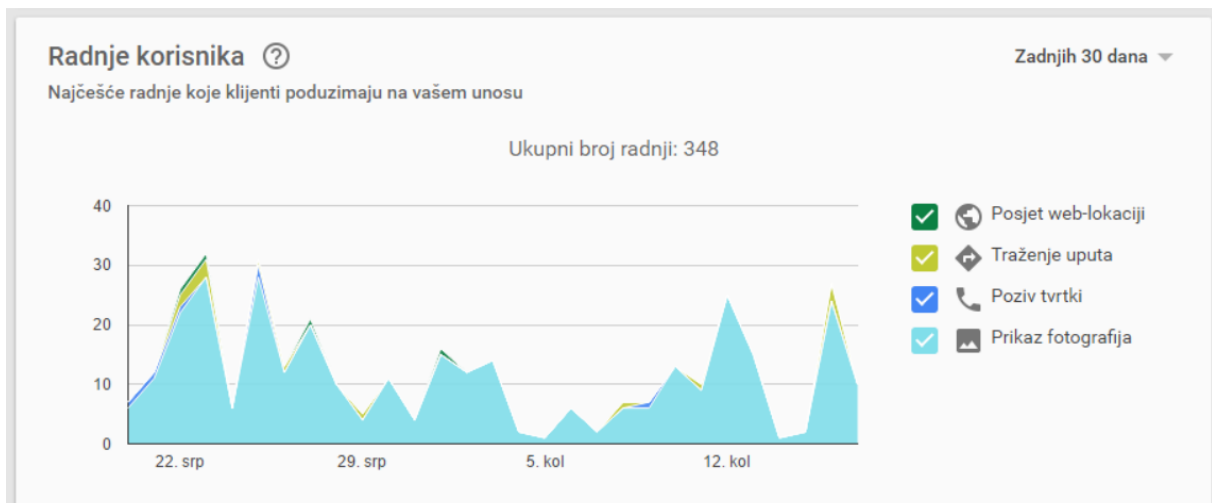
- Prebrzo mijenjanje tehnologije – zbog stalnog razvoja tehnologije poduzeća stalno moraju ulagati u poboljšavanje informatičke tehnologije, a to može izazvati skupe troškove,
- Međunarodne poteškoće – u različitim zemljama postoje drugačiji zakoni, a i nepoznavanje stranih jezika i tradicija može uzrokovati problem i onemogućiti poslovanje između zemalja,
- Neprikladnost nekih proizvoda – ponekad kupci žele opipati neki proizvod prije kupovine pa nisu svi proizvodi za prodaju putem Interneta, npr. kod odjeće kupci žele isprobati odjeću i kvalitetu materijala,
- Digitalni jaz – za takvo poslovanje potreban je Internet a neki ljudi nisu u mogućnosti priuštiti si njegovo uključivanje.

Osim navedenih nedostataka postoji još i zakonska regulativa jer u nekim državama poslovanje na Internetu još nema pravne temelje pa to može biti problem, kao i neprihvatanje digitalnog potpisa u nekim državama. Zatim treba paziti na sigurnost, kupovati samo s provjerenih stranica zbog osobne zaštite, ne davati više osobnih podataka nego što je potrebno.

2.2. Web stranica

Danas je Internet vrlo popularna mreža koja utječe na sva područja ljudskog života. Vrlo je važan u trgovini, informiranju, zabavi ali i poslovanju gdje se poduzeća natječu međusobno za svoje kupce i klijente. Za poduzetnika web stranica je i marketinški alat i katalog usluga i proizvoda, ali i mjesto gdje on može ostvariti kontakt s potencijalnim klijentima. „To je elektronički dokument koji omogućuje objavljivanje tekstualnog i multimedijskog sadržaja. Ona se pohranjuje na internetskom poslužitelju, odnosno internetskom serveru koji se može nalaziti bilo gdje na svijetu.“ (Brkić et. al., 2016). Neovisno o veličini poduzeća ili obrta, vrlo je važno imati web stranicu, jer je ona glavni dio svakog poslovnog pothvata i može pridonijeti poslovnom uspjehu.

Posjetitelji najčešće pretražuju putem Google lokalne pretrage tako da upišu u Google ime poduzeća ili adresu, ili upisivanjem ključnih riječi koje imaju veze s našim poduzećem pa Google sam izbací našu web stranicu.



Slika 1. Aktivnosti koje korisnici rade nakon što pronađu našu web stranicu

Izvor: <https://webizrada.org/pet-skrivenih-statistika-iz-google-business-direktorija/> [pristup: 15.07.2020.]

Na slici 1. možemo vidjeti analizu koja prikazuje što korisnici rade kad nas pronađu na Google-ovoj pretrazi. Najčešće je to posjećivanje naše web-stranice, zatim traženje uputa kako bi mogli doći do nas, zatim kontakt kako bi nas mogli nazvati i pregled fotografija.

2.2.1. Pozicioniranje web stranice na Google

Svima je važno da im stranica bude među prvima na Google-u jer to daje rezultat najvećeg broja posjetitelja, ali to nije moguće ostvariti preko noći. Kako bi web stranica bila na što boljoj poziciji potrebno je dosta vremena i stalnog rada na stranici. Vrlo je važan sadržaj koji mora biti kvalitetan i potrebno ga je stalno ažurirati, jer web stranica koja ne ažurira sadržaj bit će prepoznata kao da ne postoji i sve će lošije biti rangirana. Kako bi povećali kvalitetu naše web stranice potrebno je fokusirati se na više ključnih riječi. Na svaku stranicu i uz svaki proizvod trebali bi postaviti prilagođene ključne riječi. Jedan od većih faktora koje Google gleda su hyperlinkovi. „Google gleda linkove unutar vaše web stranice i izvan nje. Google gleda riječi koje koristite u linkiranju sadržaja vaše stranice. Koristite linkove ili poveznice unutar vaše web stranice kako bi osnažili vaše ključne riječi.“ (Pozicioniranje web stranice, 2018: url)

Aktivnosti koje mogu pomoći pri poboljšanju pozicioniranja stranice su i aktivnost na društvenim mrežama koje imaju velik broj aktivnih korisnika npr. Facebook. Ako Google vidi da svakih par dana objavljujemo nešto, sliku ili link on zaključuje da smo aktivni i to nas diže na rezultatima pretraživanja. Zatim vrlo je važan dobar dizajn stranice, važan je njezin dobar izgled ali treba paziti da je stranica dobro organizirana. U današnje vrijeme sve više ljudi koristi mobitele za pretraživanje pa je potrebno izraditi responzivnu web stranicu koja se može prilagoditi zaslonu mobilnih telefona i drugih uređaja.

Još jedna važna stvar su komentari i recenzije korisnika, jer pomoću njih Google vidi koliko su korisnici zadovoljni s nama i našim uslugama. Ako su zadovoljni i postoji puno pozitivnih komentara, Google će biti sretan da može baš nas staviti na prvo mjesto i preporučiti drugima, jer zna da će vjerojatno i drugi biti zadovoljni.

„Već je na prvi pogled vidljivo da mnogi od navedenih faktora ovise o vremenu i aktivnosti web stranice na Internetu, tako da je najbolji savjet koristiti i održavati web stranicu, samostalno izrađivati sve materijale koji će se na njoj prikazati, i s vremenom će se pozicija stranice poboljšati.

Treba uzeti u obzir da danas svi žele biti dobro pozicionirani na tražilicama, tako da je još jedan važan savjet ciljati na ključne riječi za koje postoji realna mogućnost da poboljšaju poziciju na tražilici. Alternativa svemu navedenom je usluga Google AdWords koja se odnosi na plaćene oglase na Google tražilici, ali ona se zasebno naplaćuje. Google oglasi se naplaćuju tek kada netko klikne na vaš oglas. Ovisno o konkurenciji, cijena klika će biti od par lipa, do par desetaka kuna.“ (Web stranica prva na Googleu, 2019: url)

2.2.2. Google Analytics i Google Trends

Google Analytics alat je koji služi za praćenje posjećenosti web lokacije. Usluga je besplatna, lako se koristi i pruža statističke podatke o tome koliki je broj posjetitelja na web stranici, koje su stranice najposjećenije i drugo.

Pomoću usluge Google Analytics još se može saznati:

- odakle dolaze posjetitelji, što traže i koliko se zadržavaju na određenoj stranici,
- što posjetitelji čitaju i klikaju, a koji dio weba ih ne zanima,
- kako potaknuti posjetitelje da nastave posjećivati web,
- posjećuju li stranicu više mobitelom ili preko desktopa,
- koji su najčitaniji blog članci,
- koja društvena mreža najbolje prolazi kod "pratitelja",
- koji sadržaj na stranici se najviše čita. (Krol, 2017: 158)

Kako bi omogućili uslugu Analytics, potrebno se prvo prijaviti na Google račun kao što je vidljivo na slici 2. te dodati web lokaciju na kontrolnu ploču usluge i zatim preuzeti kod za praćenje koji je potreban kako bi Google mogao generirati i ugraditi ga u web lokaciju. Kad se završi s tim web lokacija će biti povezana s uslugom Analytics i može započeti s prikupljanjem informacija o posjetiteljima.

Izrada računa

1 Postavljanje računa

Pojednosti o računu

Naziv računa (obavezno)

Accounts can contain more than one tracking ID.

Obavezan je naziv računa

Postavke dijeljenja podataka računa ?

Podaci koje prikupite, obradite i pohranite pomoću usluge Google Analytics ("Google Analytics podaci") sigurni su i povjerljivi. Ti se podaci upotrebljavaju za održavanje i zaštitu usluge Google Analytics te za izvođenje kritičnih operacija sustava, a u rijetkim slučajevima i za pravna pitanja, kao što je opisano u našim [pravilima o privatnosti](#).

Opcije dijeljenja podataka pružaju vam veću kontrolu nad dijeljenjem Google Analytics podataka. [Saznajte više](#).

 Googleovi proizvodi i usluge **PREPORUČENO**

Ako ste omogućili [Google signale](#), ta će se postavka također primijeniti na autentificirane podatke o posjetima koji su povezani s Google korisničkim računima. Ta je postavka potrebna za [poboljšana demografska izvješća](#) i [izvješća o interesima](#). Ako onemogućite ovu opciju, podaci se mogu i dalje prenositi na druge Googleove proizvode koji su izričito povezani s vašim entitetom. Posjetite odjeljak povezivanja proizvoda u svakom entitetu da biste pregledali ili izmijenili postavke. [Prikaži primjer](#)

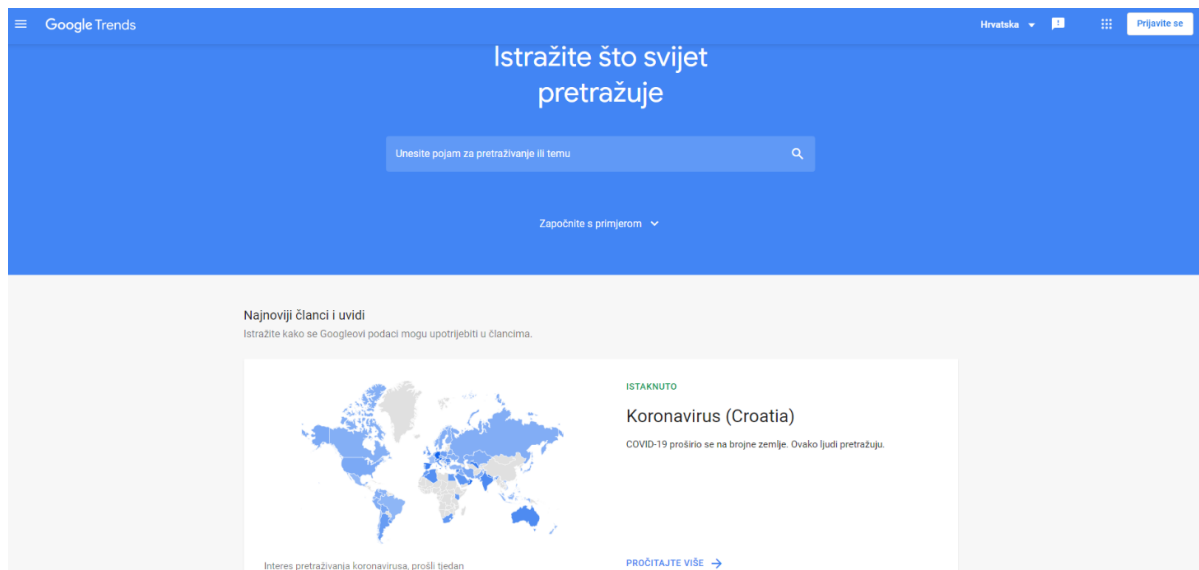
 Usporedna analiza **PREPORUČENO**

Priložite anonimne podatke u skup zbirnih podataka da biste omogućili značajke kao što su komparativna analiza i publikacije pomoću kojih možete steći uvid u trendove podataka. Svi podaci koji otkrivaju identitet o vašoj web-lokaciji uklanjaju se i kombiniraju s drugim anonimnim podacima prije nego što se podijele s drugima. [Prikaži primjer](#)

Slika 2. Prijava na Google Analytics

Izvor: Autor

Google Trends je također besplatan alat koji na jednostavan način omogućuje da vidimo što ljudi u točno određenom vremenu pretražuju na Internetu, kao što je prikazano na slici 3. Alat koji prikazuje broj upita za određeni pojam te ga može prikazati kroz povijest tj. koliko je puta taj pojam pretraživan. To je usluga koja može biti jako korisna za poboljšanje poslovanja, možemo vidjeti što ljudi pretražuju i što ih zanima, služi za bolje razumijevanje potreba i interesa korisnika i koje ključne riječi možemo upotrijebiti i to iskoristiti na našoj web stranici i tako privući posjetitelje.



Slika 3. Google Trends

Izvor: Autor

2.2.3. Optimizacija za tražilice (SEO)

Optimizacija za tražilice služi kako bi se poboljšala pozicija web stranice na popisu rezultata pretraživanja i to bi rezultiralo većim brojem posjetitelja. Tražilice su vrlo važan izvor posjetitelja jer dolaze do nas upisivanjem ključnih riječi. Ako imamo web stranicu izrađenu, a vrlo malo posjeta to znači da stranica nije optimizirana. Sadržaj web stranice mora biti kvalitetan da bi privukao što više korisnika, ali i mora poštovati pravila kako bi i tražilice mogle prepoznati tu kvalitetu. SEO osigurava da naši proizvodi budu prezentirani na najbolji mogući način. SEO je dugoročan proces a rezultati se vide tek nakon određenog vremenskog razdoblja. Potrebno je neko vrijeme da Google indeksira stranicu, ocijeni ju kao kvalitetnu stranicu i tek ju tada može nagraditi visokom pozicijom na pretrazi. Na slici 4. prikazani su najvažniji faktori optimizacije za tražilice, među kojima su ključne riječi, kvalitetan sadržaj koji se stalno treba ažurirati, aktivnost na društvenim mrežama i stavljanje poveznica na stranice, sve to vodi zadnjem koraku a to je rangiranje web stranice. Za sve to potrebno je uložiti puno truda i vremena kako bi se postigla željena pozicija na pretrazi.



Slika 4. Najvažniji faktori SEO procesa

Izvor: <https://www.webpoint.com.hr/seo/> [pristup: 18.07.2020.]

„Na kakve korisnike ciljamo? Koliko je jaka naša konkurencija? Sve su to pitanja na koja se moraju znati odgovori za uspješnu provedbu SEO kampanje. Ciljane tehničke izmjene na web stranici nužne su da se otklone svi SEO problemi te da se tražilicama olakša pristup i dohvaćanje informacija. Dobro tehnički optimizirana web stranica imat će i mnogo veći organski promet.“ (Optimizacija za tražilice, 2020: url)

„Osnovni SEO koraci su: dogovor oko ciljeva, analiza web stranice i konkurencije, određivanje ključne riječi i fokusa rada, izrada plana aktivnosti rada na mjesečnoj bazi, odabir kvalitetnih tematskih domena i kanala promocije, svakodnevno upravljanje vanjskim poveznicama, kreiranje sadržaja i članaka i njihovo plasiranje na webu, praćenje kretanja u pozicijama i dovođenje na optimalnu poziciju na internet tražilicama.“ (SEO, n.d., url)

SEO se radi tako da se prvo isplaniraju ključne riječi prema vrsti sadržaja koje se zatim koriste i u naslovima. Potrebno je pametno osmisliti naslove i podnaslove jer su oni važna stavka web stranice. Naslovi su ono što posjetitelji prvo uoče kad uđu na stranicu pa moraju biti razumljivi i primamljivi kako bi oni odlučili ostati na web stranici i pročitali njezin sadržaj. Fotografije su isto važan dio web stranice i one mogu zadržati posjetitelje. Trebale bi biti visoko kvalitetne ali ne treba pretjerivati.

Postoje dvije tehnike SEO a to su Bijeli Šešir (eng. White Hat) i Crni Šešir (eng. Black Hat). Bijeli Šešir cilja ljudsku publiku a ne tražilice. Izbjegavaju se trikovi kako bi se poboljšali rezultati pretraživača i ne postoji rizik od kazne. „Ova tehnika uključuje osiguranje visokokvalitetnih ulaznih veza, stvaranje originalnog i atraktivnog sadržaja, pravilnu upotrebu ključnih riječi i veliku organizaciju web stranica. Kampanje visoke upotrebe koriste se za generiranje prometa za web mjesto, ali rezultati su dugotrajni.“ (Anonymous, 2020, url)

Crni šešir koristi razne prečace i tehnike kako bi se pronašle slabosti tražilica, pažnja se ne obraća na ljudsku publiku i često se krše pravila pa je moguć rizik kažnjavanja. Neki od trikova koji se koriste su nevidljive veze, stranice s malo teksta, prekomjerna upotreba ključnih riječi i slično. Moguća kazna je ta da stranica može jednostavno nestati iz rezultata pretraživanja.

2.2.4. Načini plaćanja

Da bi se omogućila razmjena ekonomskih dobara nastao je novac. Kako se elektronička trgovina sve više razvila stvorila se potreba za novim načinom plaćanja, elektroničkim plaćanjem, jer papirnim novcem nije moguće obaviti razmjenu tamo gdje nema fizičkog kontakta kupca i prodavača. „Elektroničko plaćanje je zaseban dio elektroničke trgovine. Protokol elektroničkog plaćanja čini niz međukoraka na čijem kraju je plaćanje obavljeno, korištenjem token-a izdanog od treće strane. Niti osoba koja plaća, niti osoba koja je plaćena ne izdaje token kojim je plaćanje obavljeno, već obje prihvaćaju token izdan od treće strane (banke ili organizacije) kao valjano platežno sredstvo.“ (Ružić, Biloš i Turkalj, 2009: 299)

Elektroničko plaćanje uključuje tri vrste sudionika:

- subjekt koji plaća elektroničkom gotovinom
- subjekt koji je plaćen elektroničkom gotovinom
- banka

Elektronički oblici plaćanja mogu se pronaći u više oblika a to su digitalni čekovi, debitne kartice, kreditne kartice, kartice s pohranjenom vrijednosti, elektronička gotovina i ostalo.

Neki od najpopularnijih načina plaćanja su:

- Plaćanje pouzecom – proizvod ne plaćamo pri naručivanju nego tek prilikom preuzimanja robe od dobavljača,

- Kartično plaćanje – popularan oblik bezgotovinskog plaćanja, plaćanje karticama koristi se sve češće, jedna od prednosti je ta što korisnici ne moraju sa sobom nositi puno gotovine. Da bi se aktiviralo kartično plaćanje potreban je Payment Gateway, a to je zapravo posrednik koji prenosi transakcije između kupca, web trgovine i banke,
- PayPal – popularan način plaćanja u web trgovinama, cijene je potrebno izraziti u Eurima jer ne podržava plaćanje u kunama, nudi mogućnost plaćanja i primanja uplata elektroničkim putem u više od 25 valuta, siguran je i pouzdan jer se veže na našu kreditnu ili debitnu karticu ali broj kartice ostaje nevidljiv,

Od modernijih načina plaćanja postoje još i :

- Google Pay – „u Hrvatsku stigao tek prije nekoliko godina, usluga uz koju se pomoću pametnog telefona plaća na blagajni i pri online kupovini. Plaćanje je jednostavno, u tren oka - dovoljno je prisloniti mobilni telefon POS uređaju i nije potreban PIN, sigurno je jer su podaci o kartici zaštićeni te se ni u kojem slučaju ne prosljeđuju trgovcu.“ (Google Pay, n.d., url)
- Apple Pay – jednostavan za korištenje i omogućuje sigurnu kupnju u trgovinama, radi na Appleovim uređajima koje korisnici imaju uz sebe. „Kada se kupuje na webu u Safariju na svom iPhoneu ili iPadu, može se koristiti Apple Pay bez kreiranja računa, unošenja podataka o kartici ili popunjavanja dugačkih obrazaca. Prilikom plaćanja Apple nikada ne dijeli brojeve kartica s trgovcima.“ (Apple Pay, 2020, url)

3. TEHNOLOGIJE ZA IZRADU WEB STRANICA

Danas, u 21. stoljeću ako želimo uspjeti u poslovnom svijetu nužno je imati web stranicu. Ako želimo kvalitetnu web stranicu možemo je izraditi i sami. Postoje neki pojmovi s kojima se moramo upoznati a to su: - HTML (eng. Hyper Text Markup Language)

- CSS (eng. Cascading Style Sheets)
- PHP (eng. Hypertext Preprocessor)
- CMS (eng. Content Management System)

Web već nekoliko godina ne ovisi samo o HTML-u. Da bi se sjedišta učinila atraktivnijima, dizajneri osim HTML koda i jezika za serversko programiranje PHP-a koriste i stilsku kontrolu CSS-a. HTML je programski jezik koji se koristi za kreiranje web stranica i definira se izgled dokumenta – položaj slika, linkovi veličina slova, boja pozadine i dr. HTML kod koristi niz raznih tagova i elemenata pomoću kojih se određuje funkcija svakog pojedinog dijela web stranice. Potrebno je znati točno što znači pojedini tag, a to se lako pronađe na internetu.

„Svaka web stranica uobičajeno počinje i završava s početnom i završnom oznakom elementa <html>. Unutar njega nalaze se dvije cjeline. Označene su oznakama elementa <head> i <body>. <head> dio služi za zadavanje osobina web stranice. U njemu se nalazi <title> element koji sadrži tekst koji će biti ispisan na kartici web preglednika. Ovaj tekst je važan dio SEO optimizacije web stranice. On biva ispisan u tražilici (Google, Bing, Yahoo) kao naziv web stranice. <body> dio sadrži html kôdove koji određuju sadržaj koji će biti prikazan na web stranici. To mogu biti tekst, slike, popisi, poveznice, tablice, strukturni elementi i elementi za video i audio zapise.“ (HTML struktura web stranice, 2020, url)

Kako bi poboljšali izgled stranice dodajemo slike, i njima prenosimo korisne informacije korisnicima. Ako se koriste pravilno, slike mogu poboljšati izgled stranice, a ako se ne koriste pravilno onda se može dogoditi da stranica bude nečitljiva. Slike možemo spremiti u više formata, npr. GIF (eng. Graphics Interchange Format) slike koje su manje od ostalih, zatim JPEG (eng. Joint Photographic Experts Group) koje podržavaju i fotografije i drugi formati. Element za sliku je prazni element .

CSS je stilski jezik koji se koristi za ukrašavanje HTML oznake web stranice. Preduvjet za razumijevanje ovog jezika je poznavanje HTML-a koji služi izradi sadržaja neke stranice. CSS je ono što čini stranicu onakvom kakvu smo željeli. U CSS dokument možemo staviti sve što je potrebno da se opišu elementi stranice a to su boje, font, ukras teksta i drugo. Ako želimo promijeniti izgled slika ili im dati jedinstven izgled možemo promijeniti pozadinu korištenjem CSS-a. Na raspolaganju je oko 140 boja koje se mogu jednostavno koristiti pomoću svojstva eng. color i njihova imena. Postoji mogućnost i postavljanja sjena na slova i korištenje različitih fontova.

CSS je tehnologija koja se neprestano razvija pa je tako razvijena najnovija verzija CSS3 koja se još uvijek nadograđuje, a obuhvaća neka poboljšanja u odnosu na starije verzije. „CSS3 uvodi potpuno novi skup značajki koje ga pripremaju za svijet u kojem su Web preglednici sveprisutni. Prve značajke su se odnosile na prezentaciju sadržaja i korištenje pisama iz različitih izvora, zaobljeni uglovi, sjene teksta i slično. Zatim novi selektori koji su olakšali oblikovanje i efekti poput dvodimenzionalnih prijelaza i prijelaznih animacija.“ (Gasston, 2013: 16)

PHP je programski jezik, u počecima se koristio samo za jednostavne web stranice, a danas je jedan od najpopularnijih jezika. Zbog svoje jednostavnosti, pomoću njega nije problem izraditi web stranicu. „PHP je jezik pomoću kojeg se može kreirati HTML stranicu na serveru prije nego što je ona poslana klijentu popunjena dinamičkim sadržajem. Isto tako njegova neovisnost o operacijskom sustavu i pristupačne cijene (besplatan je) ga čini prvim izborom velikih i malih kompanija za izradu vlastitih mrežnih sustava.“ (PHP programiranje, 2019, url) PHP kod uvijek započinje s oznakom `<?php`, a kraj koda je označen sa `?>` kao što je vidljivo na primjeru Hello world na slici 5.

```
<html>
  <head>
    <title>Uvod u PHP programski jezik pr.01</title>
  </head>
  <body>
    <?php echo 'Hello world!'; ?>
  </body>
</html>
```

Slika 5. Primjer PHP koda na početku i na kraju

Izvor: <https://www.ucionica.net/programiranje/uvod-u-php-programski-jezik-104/>
[pristup: 25.07.2020.]

„CMS ili sustav za upravljanje sadržajem izgrađen je toliko taktički da pristaje prvoklasnim početnicima i iskusnim web programerima. To je softverska aplikacija koja olakšava izradu i upravljanje mrežnim sadržajima. Većina ih je slobodna za korištenje.“ (Low, 2020, url) Glavna zadaća CMS-a je olakšati i omogućiti korisnicima kako bi mogli upravljati web stranicom ili barem dijelom sadržaja web stranice. To se odnosi na stvaranje, uređivanje, distribuciju web sadržaja i informacija, mijenjanje i dodavanje teksta, slika i drugo.

Postoje tri slobodna izbora CMS platformi koje se mogu odabrati prema potrebi a to su WordPress, Joomla i Drupal. Kod blogova i malih ili srednjih web stranica najčešće se koristi WordPress jer je jednostavan za korištenje čak i za početnike. Za njih je drugi najbolji izbor Joomla, tehnički je napredniji i ima više opcija od WordPressa. Drupal je popularan ali ne za početnike nego za iskusne web programere, potrebno je poznavati osnove kodiranja pa se on preporučuje naprednijim korisnicima.

4. PLATFORME ZA BRZI RAZVOJ WEB STRANICA

Kako bi razvili elektroničku trgovinu prvo moramo odabrati najbolju platformu. Postoji mnogo platformi pa moramo paziti koju ćemo odabrati, trebali bi uzeti u obzir da platforma koju izaberemo bude praktična i jednostavna za upotrebu, sigurna i povoljna. Neke od poznatijih platformi su Shopify, Wix, WordPress i Bigcommerce.

4.1. Shopify

Shopify je popularna i jedna od najprodavanijih platformi. Malo je skuplja od ostalih ali je odlična za početnike jer je jednostavna i za samo uređivanje proizvoda i dodavanje stranica nije potrebno preveliko znanje. Shopify je skuplja od ostalih jer pruža više mogućnosti i planova.

„Njezine prednosti su:

- Jednostavna za korištenje - često se oglašava kao jednostavna za upotrebu i upravljanje, a pojednostavljena središnja nadzorna ploča omogućava upravljanje cijelom trgovinom u samo nekoliko klikova,
- Ima lijepe, profesionalne teme - poznata je po tome što ima veliku količinu tema koje odgovaraju i mobilnim uređajima, Premium teme su dostupne za kupovinu, kao i izbor besplatnih tema,
- Brza i sigurna - kao rješenje s hostom pokriva se sva sigurnost poslužitelja Shopify, datoteke i podaci o kupcima sigurni su na poslužiteljima, tako da se vaša trgovina brzo učitava čak i na mobilnim uređajima,
- Povoljna - uz pristupačne mjesečne cijene Shopify nudi i konkurentne, niske troškove transakcije - niže od mnogih drugih platformi i procesora plaćanja.“ (Wagner, 2018, url)

Uz mnoge prednosti, postoje i neki nedostaci koje ta platforma ima a neki od njih su:

- Koristi se prilagođeni jezik, problem je što nema višejezične mogućnosti
- Struktura Shopify nije fleksibilna pa nije pogodna za optimizaciju sadržaja
- Opasnost od gubitka podataka
- Cijena drastično raste ako se dodaju npr. recenzije ili prijave na društvene mreže

4.2. Wix

Wix je digitalni alat za korištenje, izradu i unos materijala i stvaranje elemenata koje jedna mrežna stranica mora sadržavati. Odličan je i jednostavan za korisnike početnike koji nemaju iskustva s izradom web stranica. Proces izrade web stranice putem Wix-a prvo započinje registracijom putem Facebooka ili Google korisničkog računa ili unosom svojih podataka kao što vidimo na slici 6.

Slika 6. Registracija u sustav Wix

Izvor: Autor

Kako bi se korisniku omogućilo jednostavno korištenje, Wix ga u koracima navodi kako može odabrati određenu kategoriju koja mu je potrebna za web stranicu npr. restoran, stranica za posao ili trgovina. Zatim se korisniku nudi niz različitih tema koji određuju dizajn i izgled stranice te može odabrati boju, fontove i druge gumbe i blokove sa sadržajem.

„Svaki pojedini element ima svoje postavke preko kojih se on detaljno podešava. Uz svaki ponuđeni element postoje kratke upute kako podesiti taj element i na koji ga način unijeti u stranicu. Nakon početničkog isprobavanja, svaki će korisnik vrlo jednostavno shvatiti na koje se načine moduli mogu grupirati i kako ih slagati prema svojim potrebama i željama. U svakom trenutku korisnik može pregledati kako izgleda mrežna stranica klikom na “Preview” ili u trenutku kada je stranica gotova klikom na “Publish”.

Prilikom objave stranice korisnik mora odabrati domenu na kojoj će stranica biti objavljena. Moguće je koristiti besplatnu domenu npr. www.ime.korisnika-wix/ime-stranice ili je moguće kupiti domenu po izboru i aktivirati ju kao primarnu za tu stranicu.“ (Negulić, 2017, url) Uz dobre strane korištenja alata Wix postoji i nekoliko nedostataka. Neki od njih su zastarjela tehnologija, lošije rangiranje stranice u Google pretraživanju, sporo učitavanje, stranice su manje privlačne za razliku od ostalih pa ih ljudi izbjegavaju i na kraju, s obzirom na to da nisu baš kvalitetne Wix stranice su dosta skupe.

4.3. WordPress

WordPress je platforma koja služi za izradu web stranica. Koristeći WordPress, svatko može i uz najmanje znanja i uz najmanje napora izraditi lijepu i kvalitetnu web stranicu i to u vrlo kratkom vremenu. Neke od značajki koje ova platforma može ponuditi su neograničen broj objava i stranica, prilagođena je mobilnim uređajima, fleksibilna, laka je za korištenje, podržava više jezika, pruža mogućnost zaštite sadržaja lozinkom, podržava velik broj korisničkih računa, pruža mogućnost integracije s društvenim medijima, nudi jednostavno uređivanje slika i uvoz slika i dr. Za razliku od ostalih platformi praktičnija je, bolja i ljepša. To nije jedina platforma za objavljivanje ali ima dosta toga za ponuditi.

„Neke od najvažnijih prednosti su:

- WordPress pruža potpunu kontrolu nad Web lokacijom. Mogu se mijenjati/prilagođavati svi njezini elementi,
- Na raspolaganju su tisuće tema i programskih dodataka, što omogućava da Web lokaciju potpuno uredite prema svojim željama. Bilo koja funkcionalnost koju zamislite može se dodati preko programskog dodatka koji možete napisati sami,
- Uobičajeni poslovi oko Web lokacije se vrlo jednostavno izvode. Zadaci poput uređivanja sadržaja i objavljivanja novih članaka/objava vrlo se jednostavno izvode,
- WordPress je otvorenog izvornog koda. Platforma ne košta ništa – možete je dobiti besplatno.“ (Krol, 2017: 14)

Uz brojne prednosti WordPress platforma ima i neke nedostatke. Osnovni je problem to što stranice koje su brzinski napravljene podsjećaju na još tisuće drugih web stranica na Internetu. Korisnik može odabrati temu između nekoliko ponuđenih s time da se sadržaj ubacuje automatski, a vizualni identitet ostaje nepromijenjen. SEO se isto tako zanemaruje iako je to ključ za uspjeh naše web stranice, a ujedno i poslovanja.

Neki od nedostataka su:

- Predlošci koje često nije moguće u potpunosti izmijeniti prema potrebama klijenta,
- Nije predviđen za veće stranice s jako puno URL-ova,
- Nije posebno siguran,
- Nije prikladan za veće web trgovine.

4.4. Bigcommerce

Bigcommerce platforma je druga po redu, nakon Shopify, po veličini i popularnosti. Ona nudi cijeli paket usluga poput dizajna, SEO, plaćanja i marketinških funkcija. Platforma je popularna ali to ne znači da je najbolji izbor za sve tvrtke. Bigcommerce ima dobru kolekciju predložaka za brzo učitavanje i koji se prilagođavaju mobilnim uređajima.

Bigcommerce je brza, pouzdana i sigurna platforma. Osigurana je sa specifičnim zaštitnim zidom, skenerima, sistemom za otkrivanje provala i nadzorom 24/7. Bigcommerce nudi više opcija plaćanja i podržava digitalne novčanike kao što su PayPal, Masterpass i Apple Pay, ali ne podržava digitalne valute. Podržava gotovo 250 lokalnih načina plaćanja.

Bigcommerce nema baš velik izbor predložaka, svaka tema dolazi s nekoliko stilova. Problem je kvaliteta i to što će trebati malo više vremena da se pregleda stranica jer puno njih izgleda slično. Od najveće važnosti kada poslujemo putem Interneta je sigurnost. Bigcommerce koristi Google Cloud kao garanciju sigurnosti. U oblaku se mogu spremati i dokumenti na kojima radimo jer im se tako može lako pristupiti, čak i kad nemamo uz sebe računalo.

„Uz brojne prednosti, postoje i neke loše strane ove platforme a to su:

- Godišnji prag prodaje – svaki Bigcommerce plan dolazi s godišnjim pragom prodaje. Drugim riječima, ako je prekoračen godišnji limit prodaje, to može dovesti do većih neočekivanih troškova,

- Stvarajte redovit sadržaj – stvaranje redovitog sadržaja kao što su postovi na blogovima, odredišne stranice ili čak „o nama“ izazovno je jer je njihov urednik za takve vrste sadržaja jednostavan i ne baš fleksibilan,
- Trgovina na više jezika – ovo nije ugrađena značajka Bigcommercea, jedini način za to je putem koda, a to nije lako za ne-programere.“ (Josep, 2020, url)

5. PRAKTIČNI PRIMJER

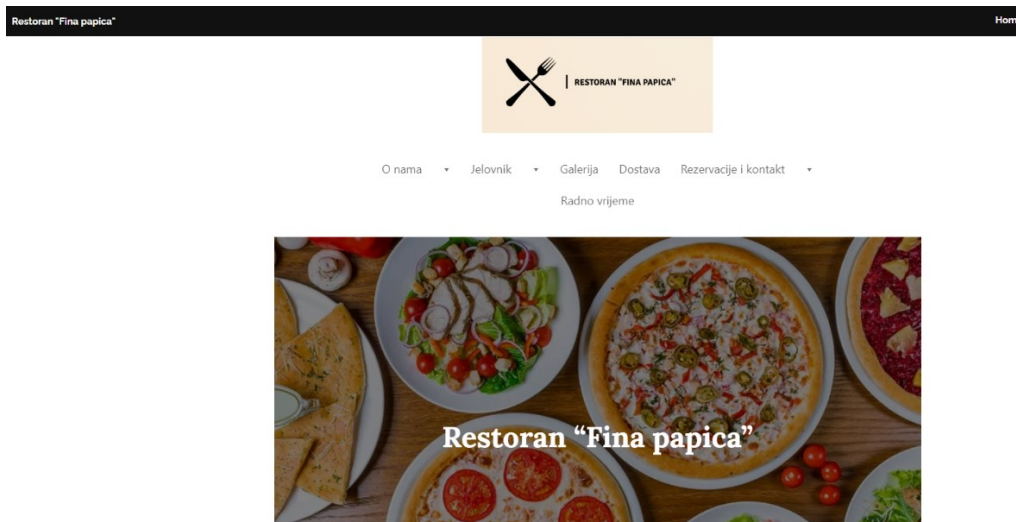
Postoje mnoge platforme za izradu web stranica koje nisu prekomplikirane i pomoću kojih svatko može uz malo truda izraditi kvalitetnu web stranicu. Praktični dio ovog završnog rada temelji se na izradi slične web stranice u dvije različite platforme, a odabrane su Wix i WordPress. Nakon izrade stranica usporedit će se te dvije platforme. Obje platforme omogućuju besplatnu izradu stranice, a u ovom radu izabrana je tema restoran koje se naziva „Fina papica“. Izrada stranice započinje u obje platforme s registracijom, potrebno je upisati svoju e-mail adresu ili korisničko ime i lozinku.



Slika 7. Izgled početne stranice izrađene u platformi Wix

Izvor: Autor

Slika 7. prikazuje izgled početne stranice u platformi Wix. Prvi korak kod izrade web stranice u obje platforme je izabrati temu ili predložak koji će nam služiti kao dizajn naše stranice. Već kod biranja predložaka Wix je u maloj prednosti jer ih ima više od WordPressa, lako je prilagodljiv i fleksibilan i možemo promijeniti skoro cijelu strukturu stranice. WordPress također ima puno predložaka ali za većinu njih je potrebno platiti. Svaka platforma nudi svoj program za izradu loga, u Wix-u se logo može izraditi pomoću programa eng. WixLogoMaker, a WordPress ima program Looka pomoću kojeg se može jednostavno izraditi logo kakav želimo, potrebno je samo upisati ime trgovine ili restorana. Sadržaj stranica je skoro pa isti u obje platforme, kao što vidimo na slici 8.



Slika 8. Izgled početne stranice u platformi WordPress

Izvor: Autor

Kao što je prikazano na slikama 9. i 10. sadržaj započinje sa stranicom „O nama“ gdje se ukratko nalaze informacije o restoranu i opisuje se ugodan unutarnji ambijent te se opisuje rad sa svježim namirnicama. Kao što vidimo na slikama, stranica u Wix-u boljeg je i kvalitetnijeg vizualnog izgleda i lakše bi privukla posjetitelje i zadržala ih. Wix nudi jednostavne alate za uređivanje, mogućnost povlačenja i spuštanja bilo koje stavke ili gumba bilo gdje na stranici, dok je kod WordPressa malo kompliciranije jer se potrebno upoznati s odjeljcima poput navigacijskih izbornika i drugih.



Slika 9. Sadržaj stranice „O nama“ u Wix-u

Izvor: Autor

Naša priča

Upoznajte nas, uživajte u našoj ukusnoj hrani i provedite ugodne trenutke uz nas!

Ugodan ambijent

Restoran "Fina papica" u ugodnom ambijentu u Koprivnici nudi odličan izbor pizza i meksičkih jela. Pružamo visokokvalitetne gastronomske usluge po dobrim cijenama u prijateljskoj i opuštenoj atmosferi.

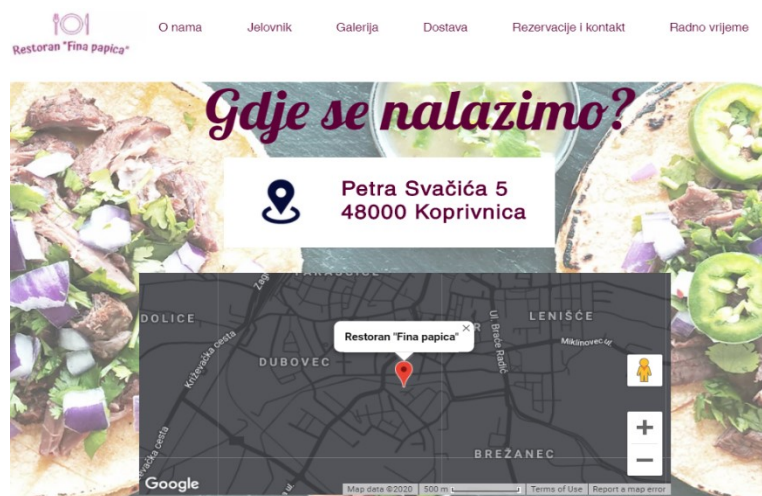


Zadovoljstvo naših gostiju nam je najvažnije. Zato neprestano razvijamo ponudu jela. Uz restoran se nalazi prostrani i osvijetljeni parking za vaše limene ljubimce.

Slika 10. Sadržaj stranice „O nama“ u WordPressu

Izvor: Autor

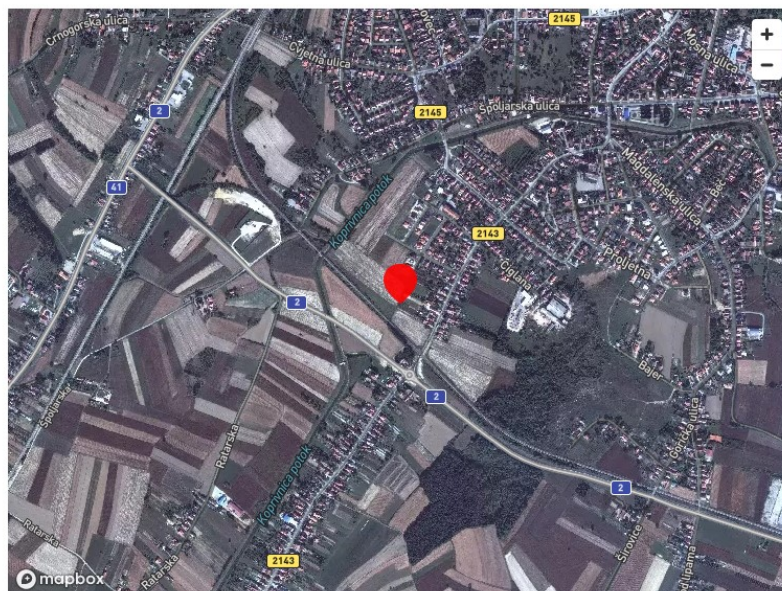
Zatim je umetnuta karta s lokacijom restorana „Fina papica“ kako bi nas posjetitelji mogli lakše pronaći. U WordPressu je mali nedostatak to što kad sam upisala lokaciju restorana na karti nije prikazana ulica u kojoj se nalazi, dok kod Wix-a s tim nije bilo problema, a to možemo vidjeti na slikama 11. i 12. Prikaz lokacije je vrlo bitna stavka na web stranicama jer ona posjetiteljima daje informacije o tome gdje se restoran nalazi. Zatim imamo stranicu „Jelovnik“ koji se dijeli na pizze, meksičku kuhinju i priloge kako bi korisnici vidjeli što restoran nudi u ponudi jela. Zatim „Galerija“ s nekoliko slika o unutarnjem uređenju restorana koje su visokokvalitetne u obje platforme jer one čine stranicu atraktivnijom. Na sljedećoj stranici su podaci o dostavi te broj telefona na koji posjetitelji mogu nazvati i naručiti jelo. Sljedeća stranica je rezervacije i kontakt forma pomoću koje nas ljudi mogu kontaktirati na broj telefona ili nam poslati poruku koja stiže na naš e-mail, te radno vrijeme.



Slika 11. Prikaz lokacije restorana „Fina papica“ u Wix-u
Izvor: Autor

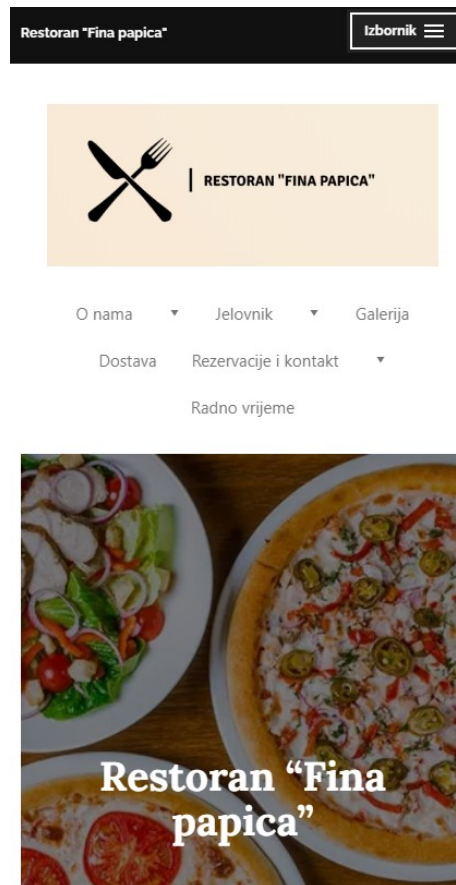
Gdje se nalazimo?

Možete nas pronaći na lokaciji Petra Svačića 5 u Koprivnici!



Slika 12. Lokacija restorana „Fina papica“ u WordPressu
Izvor: Autor

Još jedna važna stavka kod web stranica je mogućnost responzivnog dizajna, to znači da je važno da se stranica može prilagoditi mobilnim uređajima jer u današnje vrijeme korisnici sve više koriste mobitele za pretraživanje i surfanje internetom. A presitna slova ili umanjene slike mogu izazvati samo nezadovoljstvo korisnika. Nedostatak kod Wix-a je taj što su predlošci prilagođeni mobilnim uređajima ali nisu automatski responzivni, dok je u WordPressu omogućen responzivni dizajn, a to možemo vidjeti na slici 13.



Slika 13. Prikaz stranice u responzivnom dizajnu

Izvor: Autor

Platforme kao što su Wix i WordPress vrlo su kvalitetne i jednostavne za korištenje pomoću kojih i početnici mogu izraditi web stranice koje mogu izgledati profesionalno. Nakon izrade slične web stranice u te dvije različite platforme moguće ih je usporediti. Izrađujući web stranice, mogu reći da mi se Wix čini puno jednostavnijom opcijom od WordPressa i lakši je i bolji za uređivanje. Kad govorimo o uređivanju web stranice Wix ima jednostavnu opciju povlačenja i spuštanja elemenata gdje god želim, dok se kod WordPressa ne može izmijeniti raspored elemenata.

Idealan je za početnike i nije potrebno izdvajati vrijeme za učenje platforme ili slično. WordPress je ipak malo zahtjevniji i potrebno je poznavati njegove osnove kako bi nam bilo lakše. Iako su obje platforme besplatne, kod WordPressa to je dosta ograničeno i za neke značajke potrebno se pretplatiti na jedan od skupljih planova.

6. ZAKLJUČAK

Ako želimo pokrenuti neki posao ili osnovati neko poduzeće u današnje vrijeme nemoguće je uspjeti bez dobre i kvalitetne web stranice jer je Internet postao važan dio našeg života. Ali to ne mora biti nikakav problem, ne moramo plaćati skupe dizajnere i slično. Postoji dovoljno modernih platformi koje su besplatne i nije potrebno veliko znanje kako bi mogli izraditi lijepu web stranicu koja će nam pomoći da se proširimo na tržištu među konkurencijom. Tako ćemo privući i zainteresirati korisnike koji će prepoznati kvalitetu naših proizvoda i usluga i moći će saznati sve što ih zanima o nama. Vrlo je važno ostvariti prisnost s korisnicima i kvalitetnom uslugom ostvariti zadovoljstvo i povjerenje korisnika. Da bi web stranica bila uspješna mora sadržavati atraktivan sadržaj i korisne informacije. Prvi korak je planiranje, a zatim slijedi izrada stranice. Cilj ovog rada je bio izraditi stranicu u dvije različite platforme kako bi se napravila usporedba između njih. Izrađena je kvalitetna web stranica Restorana „Fina papica“ u platformama Wix i WordPress pomoću besplatnih predložaka koji ujedno daju i lijep dizajn stranici, navedene su informacije o restoranu, njegovim uslugama i jelima koja se nude i stavljena je galerija slika kako bi korisnici vidjeli ono što ih zanima. Nakon izrade ovog rada ja bih ipak preporučila Wix platformu. Wix platforma je dosta jednostavnija za korištenje, čak i za korisnike koji to čine prvi put jer vodič pokazuje korake koje treba pratiti. Wix daje stranici puno bolji vizualni izgled i ljepši je i atraktivniji dizajn a to je važno ako želimo privući posjetitelje. Naravno nije važan samo dizajn, nego i kvalitetan sadržaj kako bi i zadržali te posjetitelje. WordPress je zahtjevniji od Wix-a i potrebno je uložiti malo više truda i vremena ali to je platforma koju će odabrati nešto ambiciozniji korisnici.

LITERATURA

Internet stranice:

1. Elektroničko poslovanje. URL: <https://www.datalab.hr/blog/elektronicko-poslovanje-kako-sto-gdje/> [pristup: 11.07.2020.]
2. Radnje korisnika. URL: <https://webizrada.org/pet-skrivenih-statistika-iz-google-business-direktorija/> [pristup: 15.07.2020.]
3. Pozicioniranje web stranice. URL: <https://webdizajn-ili.net/internet-marketing/pozicioniranje-stranice-na-google/> [pristup: 17.07.2020.]
4. Web stranica prva na Googleu. URL: <https://neomedia.hr/web-stranica-prva-na-googleu/> [pristup: 18.07.2020.]
5. Optimizacija za tražilice. URL: <https://webdizajn-ili.net/internet-marketing/seo-optimizacija/> [pristup: 18.07.2020.]
6. SEO. URL: <https://www.nivago.hr/seo-optimizacija> [pristup: 18.07.2020.]
7. Bijeli i Crni Šešir. URL: <https://pctown.co.nz/bijeli-sesir-vs-black-hat-seo/> [pristup: 19.07.2020.]
8. Google Pay. URL: <https://www.pbzcard-premium.hr/hr/online-usluge/google-pay/> [pristup: 19.07.2020.]
9. Apple Pay. URL: <https://www.apple.com/hr/apple-pay/> [pristup: 20.07.2020.]
10. HTML struktura web stranice. URL: <https://www.mojwebdizajn.net/skriptni-jezici/html-za-pocetnike/html-struktura-web-stranice.aspx> [pristup: 22.07.2020.]
11. PHP programiranje. URL: <https://www.edunova.hr/php-programiranje-kako-zapoceti/> [pristup: 22.07.2020.]
12. Uvod u PHP. URL: <https://www.ucionica.net/programiranje/uvod-u-php-programski-jezik-104/> [25.07.2020.]
13. CMS ili sustav za upravljanje sadržajem. URL: <https://www.webhostingsecretrevealed.net/hr/blog/web-hosting-guides/make-a-website/> [pristup: 25.07.2020.]

11. Prednosti platforme Shopify. URL: <https://hostingpill.com/bs/recenzije-e-trgovine/kupiti/> [pristup: 25.07.2020.]
12. Wix. URL: <https://e-laboratorij.carnet.hr/wix-izrada-mrezne-stranice-bez-znanja-programskih-jezika/> [pristup: 25.07.2020.]
13. Nedostaci Bigcommerce platforme. URL: <https://www.websitetooltester.com/en/reviews/bigcommerce/> [pristup: 29.07.2020.]

Knjige:

1. Dukić, S. i Dukić, B. (2018) Uvod u elektroničko i mobilno poslovanje. Koprivnica: Sveučilište Sjever
2. Ružić, D., Biloš, A. i Turkalj, D. (2009) e-Marketing. 2. izmijenjeno i prošireno izd. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku
3. Beaird, J. (2012) Načela dobrog web dizajna. Prijevod drugog izdanja. Zagreb: Dobar plan
4. Brkić et al. (2016) Kako pokrenuti i voditi posao od kuće? Zagreb: Matić savjetovanje d.o.o.
5. Gasston, P. (2013) Moderni web. Zagreb: Dobar plan
6. Krol, C. (2017) WordPress: kompletan priručnik. Prijevod šestog izdanja. Zagreb: Dobar plan

POPIS SLIKA I TABLICA

Popis slika:

Slika 1. Aktivnosti koje korisnici rade nakon što pronađu našu web stranicu

Slika 2. Prijava na Google Analytics

Slika 3. Google Trends

Slika 4. Najvažniji faktori SEO procesa

Slika 5. Primjer PHP koda na početku i na kraju

Slika 6. Registracija u sustav Wix

Slika 7. Izgled početne stranice izrađene u platformi Wix

Slika 8. Izgled početne stranice u platformi WordPress

Slika 9. Sadržaj stranice „O nama“ u Wix-u

Slika 10. Sadržaj stranice „O nama“ u WordPressu

Slika 11. Prikaz lokacije restorana „Fina papica“ u Wix-u

Slika 12. Lokacija restorana „Fina papica“ u WordPressu

Slika 13. Prikaz stranice u responzivnom dizajnu

Popis tablica:

Tablica 1. E-business tržišta

POPIS KRATICA

B2C – eng. Business to Consumer

Model elektroničkog poslovanja između poduzeća i potrošača

B2B – eng. Business to Business

Model elektroničkog poslovanja među poduzećima

C2C – eng. Consumer to Consumer

Model elektroničkog poslovanja između pojedinaca

SEO – eng. Search Engine Optimization

Optimizacija za tražilice

HTML – eng. HyperText Markup Language

Opisni jezik za opisivanje strukture web stranice

CSS – eng. Cascading Style Sheets

Stilski jezik za definiranje izgleda HTML dokumenta

PHP – eng. HyperText Preprocessor

Programski jezik koji se izvršava na strani web poslužitelja

CMS – eng. Content Management System

Sustav za upravljanje sadržajem

GIF – eng. Graphics Interchange Format

Grafički izmjenjivi format

JPEG – eng. Joint Photographic Experts Group

Format za pohranjivanje digitalnih slika

IZJAVA O AUTORSTVU RADA

Ja, **Mirna Jančevc**, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom **Izrada web stranice za trgovinu** te da u navedenom radu nisu na nedozvoljen način korišteni dijelovi tuđih radova.

U Požegi, 01. rujan 2020 godina.

Mirna Jančevc
