

Izrada web trgovine primjenom WordPress CMS platforme

Kaminski, Patricija

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:171581>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-20**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 864/MM/2023

Izrada web trgovine primjenom WordPress CMS platforme

Patricija Kaminski, 0336046890

Varaždin, rujan 2023. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za multimediju

Odsjek za multimediju, oblikovanje i primjenu

Završni rad br. 864/MM/2023

Izrada web trgovine primjenom WordPress CMS platforme

Student

Patricija Kaminski, 0336046890

Mentor

doc. dr. sc. Marko Čačić

Varaždin, rujan 2023. godine

Predgovor

Moj put do ove točke započeo je u srednjoj školi gdje sam završila smjer web dizajna. Tih godina sam gajila san o vlastitoj web trgovini. Kada je došlo vrijeme za odabir platforme za web trgovinu, bez oklijevanja sam odabrala WordPress. Poznat je po tome što je jednostavan za korištenje i fleksibilan.

Internet je postao sastavni dio svakodnevnog života i koriste ga gotovo svi. Štoviše, u današnjem svijetu sve veći broj ljudi odlučuje kupovati proizvode i usluge putem Interneta. Željela sam biti ta koja može ponuditi jedinstveno iskustvo online kupovine i to je još jedan od razloga zašto sam krenula na put stvaranja vlastite web trgovine.

Također želim izraziti svoju zahvalnost mentoru doc. dr. sc. Marku Čačiću, koji je igrao veliku ulogu pri izradi ovog završnog rada. Njegovo vodstvo i podrška su mi pomogli u oblikovanju mog rada i mog razumijevanja web razvoja.

Sažetak

U ovom završnom radu istražujem stvaranje web trgovina, počevši definicijom koncepta i ključnim razmatranjima za njihovu izradu. Naglasak stavljam na sustave za upravljanje sadržajem, posebno WordPress, popularan alat za izradu web stranica i trgovina.

Praktičnim dijelom rada demonstriram izradu web trgovine za imaginarnu tvrtku Sunny pomoću WooCommerce sustava. Prikazujem kako dodavati proizvode, organizirati kategorije i oznake te razmatram prednosti i nedostatke ovog sustava. Također, istražujem dodatke koji poboljšavaju funkcionalnost web trgovine za bolje iskustvo kupaca i opisujem postavljanje trgovine na web hosting..

Ključne riječi: web trgovina, WordPress, WooCommerce

Summary

In this final thesis, I explore the creation of web stores, starting with the definition of the concept and key considerations for their development. The focus is on content management systems, particularly WordPress, a popular tool for building websites and online stores.

In the practical part of the thesis, I demonstrate the creation of a web store for an imaginary company named „Sunny“ using the WooCommerce system. I illustrate how to add products, organize categories and tags, and discuss the advantages and disadvantages of this system. Additionally, I investigate plugins that enhance the functionality of the web store to improve the customer experience and describe the process of deploying the store on a web server.

Keywords: web store, WordPress, WooCommerce

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju	
STUDIJ	preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena	
PRISTUPNIK	Patricija Kaminski	MATIČNI BROJ 0336046890
DATUM	01.09.2023.	KOLEGIJ Web dizajn
NASLOV RADA	Izrada web trgovine primjenom WordPress CMS platforme	
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Development of a web shop using the WordPress CMS platform	
MENTOR	Marko Čačić	ZVANJE doc.dr.sc.

ČLANOVI POVJERENSTVA	
1.	dr.sc. Snježana Ivančić Valenko, v.pred. - predsjednica povjerenstva
2.	izv.prof.art.dr.sc. Robert Gečsk - član
3.	doc.dr.sc. Marko Čačić - mentor
4.	doc.art.dr.sc. Mario Periša - zamjenski član
5.	

Zadatak završnog rada

BROJ 864/MM/2023

OPIS
Moderno elektroničko poslovanje u velikoj mjeri oslanja se na primjenu web trgovine. Realizacija funkcionalne web trgovine je složen i dugotrajan proces koji podrazumijeva primjenu različitih alata i naprednih metoda. U ovom radu prikazat će se proces izrade web trgovine pomoću WordPress CMS platforme i pripadajuće e-commerce ekstenzije WooCommerce.

- U radu je potrebno:
- Definirati pojam web trgovine
 - Identificirati ključne čimbenike funkcionalne web trgovine
 - Opisati relevantne funkcionalnosti WordPress CMS platforme
 - Opisati relevantne funkcionalnosti ekstenzije WooCommerce
 - Izraditi funkcionalnu web trgovinu primjenom razmatranih alata
 - Kreativno koncipirati asortiman proizvoda i pripadajuće sadržaje te ih upisati u web trgovinu
 - Prikazati korištenje izrađene web trgovine u cilju demonstracije funkcionalnosti

ZADATAK URUČEN 02.10.2023.



M. Čačić

Popis korištenih kratica

ASP	Active Server Pages
B2B	Business to Business
B2C	Business to Customer
B2E	Business to Employee
C2B	Customer to Business
C2C	Customer to Customer
CMS	Content Management System
CVC	Card Verification Code
DOM	Document Object Model
EU	Europska Unija
FAQ	Frequently asked questions
GDPR	General Data Protection Regulation
HTML	HyperText Markup Language
UI/UX	User Interface / User Experience
URL	Uniform Resource Locator
PHP	Hypertext Preprocessor
WWW	World Wide Web
XML	Extensible Markup Language

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Web trgovina.....	2
2.1. Povijest web trgovine.....	2
2.2. Temelji kvalitetne web trgovine.....	2
2.2.1. Jednostavnost.....	2
2.2.2. Kategorizacija proizvoda	3
2.2.3. Informativnost	4
2.2.4. Korisničko iskustvo	5
3. Elektroničko poslovanje.....	6
3.1. Povijest elektroničkog poslovanja	6
3.1.1. Prednosti elektroničkog poslovanja.....	6
3.1.2. Nedostaci elektroničkog poslovanja	6
3.2. Modeli elektroničkog poslovanja	7
3.2.1. B2C model poslovanja.....	7
4. CMS	8
4.1. WordPress	8
5. Instalacija WordPress sustava	9
5.1. Web hosting i domena	9
6. WordPress teme.....	12
6.1. Instalacija teme.....	12
7. WordPress dodaci.....	13
7.1. Instalacija dodataka.....	13
7.2. Brisanje dodataka	14
7.3. WooCommerce.....	15
7.4. Loco translate	17
7.5. Cookies.....	19
8. Izrada web trgovine	20
8.1. Dodavanje i uređivanje stranica	20
8.2. Dodavanje i uređivanje izbornika.....	23
8.3. Dodavanje proizvoda	25
8.3.1. Atributi proizvoda.....	26
8.3.2. Kategorije proizvoda.....	27
8.4. Sustav za naplatu	28
9. Zaključak.....	32
10. Literatura.....	33
Popis slika.....	34

1. Uvod

Ključnu komponentu poslovnog uspjeha za mnoge poduzetnike i kompanije, u današnjem digitalnom okruženju, predstavljaju upravo web trgovine. Ova je era interneta omogućila kupcima pristup globalnom tržištu, biranje, pregledavanje i kupnju proizvoda iz udobnosti vlastitog doma putem digitalnih uređaja. Međutim, kako se stvara uspješna i funkcionalna web trgovina, a da pritom ne zahtjeva duboko tehničko ili programersko znanje? Upravo to pitanje je polazište za ovaj rad.

U kontekstu razvoja web trgovine koristit će se popularan sustav za upravljanje sadržajem (eng. CMS) WordPress, koji je postao sinonim za pristupačnost i jednostavnost u izradi web stranica. Povezat ćemo ga s e-commerce ekstenzijom WooCommerce, moćnim dodatkom koji omogućuje transformaciju obične web stranice u dinamičnu digitalnu trgovinu. Kroz praktičan primjer, demonstrirat će se kako se WooCommerce koristi u svrhu stvaranja web trgovine koja prodaje odjeću.

U daljnjem tekstu, opisat će se ključni koraci neophodni za izradu web trgovine pomoću WordPress-a i WooCommerce-a uključujući u to pronalazak web hostinga, domene, odnosno identifikatora za web lokaciju te kreiranje WordPress računa. Nadalje, objasnit će se prilagodba dizajna, dodavanje i optimiziranje proizvoda, kreiranje varijabilnih proizvoda, optimizacija responzivnosti stranice i demonstracija procesa testnog plaćanja. Također, razmotrit će se prednosti i nedostaci web trgovina u današnjem digitalnom svijetu u odnosu na klasične fizičke trgovine.

Kroz primjere i praktične demonstracije, ovaj će rad pomoći čitateljima stvoriti osnovnu sliku za razumijevanje i izradu vlastite web trgovine pomoću WordPress CMS-a i pripadajuće e-commerce ekstenzije WooCommerce.

2. Web trgovina

Jedan od najuspješnijih oblika trgovine u 21. stoljeću, eri interneta i digitalnih proizvoda, je upravo web trgovina (eng. web shop). Internet kao pojava omogućila je beskrajne načine povezivanja, poslovanja, prodaje i komunikacije što je uvelike promijenilo način klasične prodaje i marketinga u suštini. Šturo rečeno, web trgovina je platforma koja omogućuje prodaju proizvoda ili usluga putem interneta u realnom vremenu.

U svom radu Matić (2012) navodi da elektronička trgovina obuhvaća sve trgovačke transakcije, od trgovačkih društva do individualnih, fizičkih osoba putem elektroničkih mreža. Predmet takvih transakcija mogu biti materijalne i nematerijalne stvari, odnosno *data products* ili *tangible goods*. [1].

2.1. Povijest web trgovine

Devedesetih godina prošlog stoljeća počinje prva upotreba web trgovina. U izvorima se navodi da su za to najzaslužniji tada najutjecajniji i danas popularni e-Bay i Amazon.com. [2]

Izvori navode kako je e-Bay, kojeg je osnovao Pierre Omydair 1995. godine, prvotno krenuo sa aukcijskom prodajom gdje su kolekcionari međusobno nudili svoju robu. Samo godinu dana ranije, 1994. Jeff Bezos pokreće Amazon koji počinje služiti kao internetska knjižnica. Naposljetku, bitno je spomenuti i danas najveću web trgovinu na svijetu, Alibaba, koju je osnovao Jack Ma 1995. godine, a danas ima zastupljenost od čak 80% cjelokupne internet trgovine u Kini. [2]

2.2. Temelji kvalitetne web trgovine

Web trgovine ključni su segmenti digitalnog poslovanja u današnjem svijetu. Omogućuju poduzetnicima i tvrtkama da dosegnu globalnu publiku putem interneta s ciljem prodaje proizvoda ili usluga. Sukladno s time, kod izrade web trgovine bitno je voditi se osnovnim načelima kako bi bila funkcionalna i jednostavna za korištenje.

2.2.1. Jednostavnost

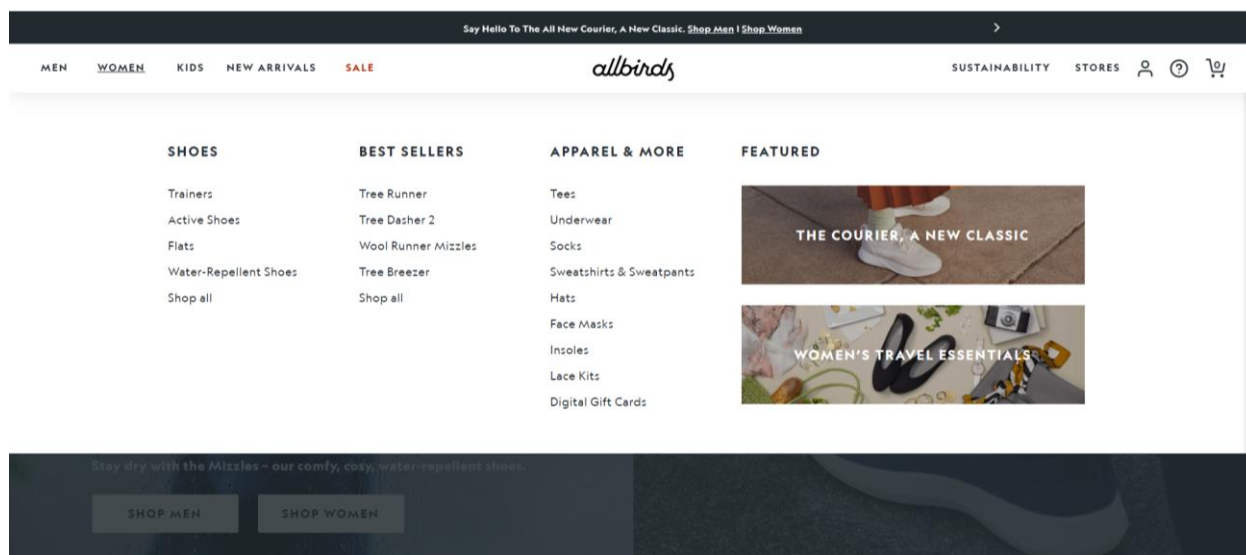
Jednostavnost u internetskoj trgovini znači stvaranje potpuno integrirane i inteligentno osmišljene platforme koja će kupcu omogućiti olakšani proces trgovine. Uz to, mora biti dizajnirana na način koji će kupcima pružiti neophodne informacije i olakšati im brzu i sigurnu kupnju.

Kada se korisnici susretnu s poteškoćama prilikom korištenja web trgovine, u većini slučajeva odustanu te traže jednostavniju alternativu. Da se to spriječi, nužno je smanjiti broj koraka do kupnje i dobro pozicioniranim elementima na stranici korisnika usmjeriti k vlastitom cilju. Najmanje klikova uz maksimalnu korisnost informacija povećavaju izgled za uspješnu transakciju i zadovoljnog kupca koji se u većini slučajeva i ponovno vraća.

2.2.2. Kategorizacija proizvoda

Kategorije i potkategorije proizvoda osnova su za strukturiranu, logičnu i preglednu web trgovinu. Omogućuju lakše snalaženje i brži pronalazak željenog proizvoda. Ključni je faktor dobra organizacija i kategorizacija. Ono što kupcu omogućujemo kategoriziranjem proizvoda jest lakše snalaženje i navigiranje po web trgovini, a time povećavamo izgled za obavljenju kupnju.

Slika 2.1. Prikazuje kategorizaciju proizvoda. Kao primjer izdvojena je web trgovina za tenisice, Allbirds EU.



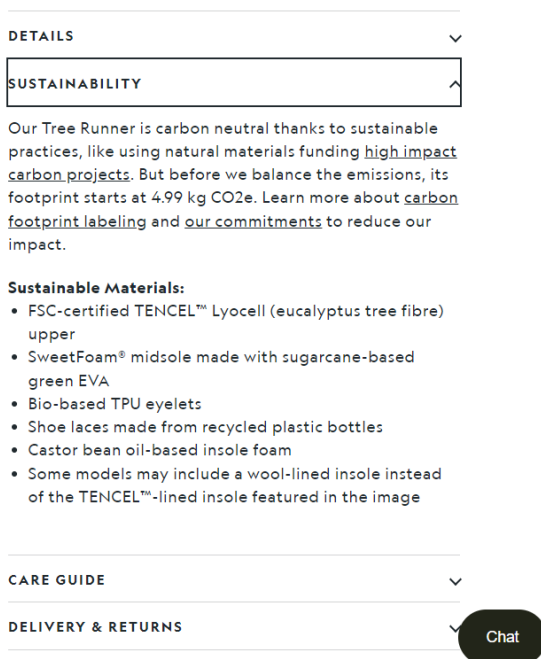
Slika 2.1. Prikaz kategoriziranja proizvoda (Izvor: Screenshot: <https://www.allbirds.eu/>)

Na prethodnoj slici prikazane su kategorije i potkategorije proizvoda. S dobro osmišljenim rasporedom, omogućeno je jasno i logično kategoriziranje proizvoda na web trgovini. Kupac odmah ima pristup izborima sa stranice te brzo i jednostavno pronalazi svoj željeni proizvod. S desne strane kategorija, također su ponuđene dodatne opcije proizvoda što kupca navodi na razmišljanje o istima.

2.2.3. Informativnost

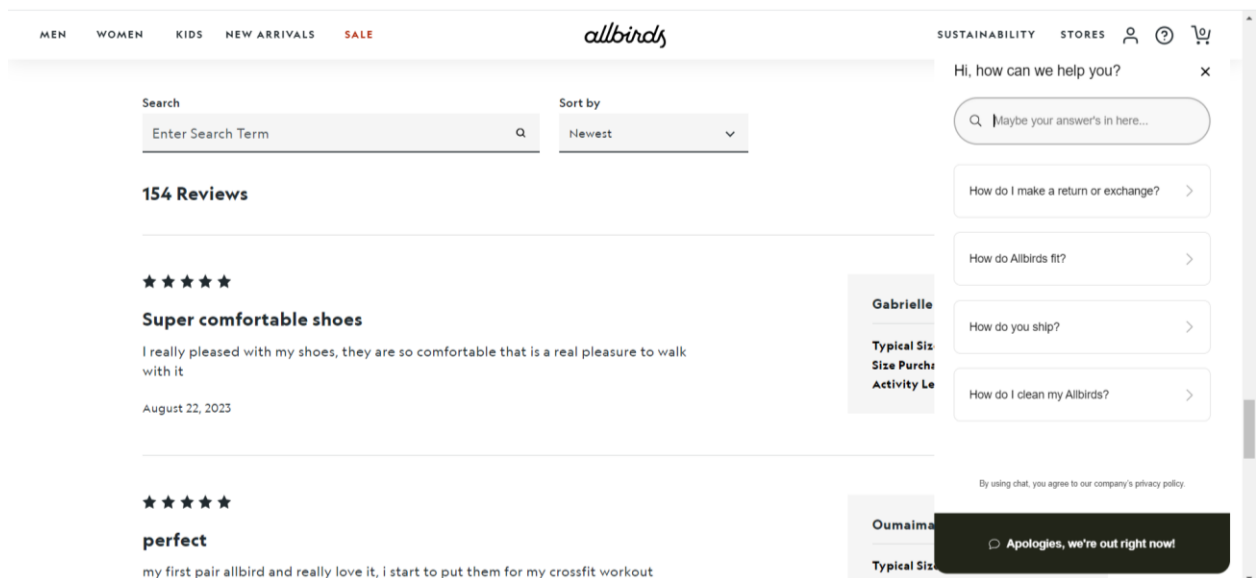
Da bi se određen proizvod prodao, potrebno je kupca informirati o svim karakteristikama određenog proizvoda. Jasan i detaljan opis proizvoda ključ je dobrog marketinga i uvijek rezultira dobrim rezultatima. Drugi i vjerodostojan način pružanja informacija je putem recenzija. Recenzije se shvaćaju kao istinite, realne i korisnicima pružaju uvid u sam proizvod. Nužne nisu samo informacije o proizvodima, već i o plaćanju, procesu povratka proizvoda, pomoć pri problemima i ostalo. Iz tog je razloga korisno kreirati dio stranice posvećen često postavljenim pitanjima (eng. FAQ). Kreiranjem FAQ dijela na stranici, štedi se vrijeme i poslodavcu i kupcu, međutim i dalje je potrebno osigurati način za kontakt i omogućiti zasebno postavljanje pitanja kako bi svaki kupac dobio potrebne informacije.

Slika 2.2. prikazuje detaljan opis proizvoda na stranici Allbirds EU, opis proizvoda smješten je s desne strane, dok su s lijeve slike proizvoda. Kategoriziranjem informacija o opisu proizvoda stvorila se preglednost koja je kupcu omogućila lakši pristup informacijama.



Slika 2.2. Prikaz detaljnog opisa proizvoda (Izvor: Screenshot: <https://www.allbirds.eu/>)

Slika 2.3. prikazuje dio stranice Allbirds EU s recenzijama proizvoda, dok je s desne strane ukomponiran dio s FAQ u razgovornom obliku.



Slika 2.3. Recenzije i dio s FAQ (Izvor: Screenshot: <https://www.allbirds.eu/>)

2.2.4. Korisničko iskustvo

UI/ UX dizajn znatno utječe na odluku kupca hoće li ostati ili otići s web trgovine. UI dizajn je kreiranje privlačnog dizajna proizvoda, izgleda stranice i grafičkih elemenata na stranici. UX dizajn je usredotočen na iskustvo koje korisnik ima dok je na nekoj stranici i potiče akciju. Zadatak UX dizajnera je detaljno mapirati korisničko iskustvo i izgraditi strategiju koja će korisniku omogućiti brzu, laku i efikasnu interakciju na stranici. Kao produkt istog zadatka nastaje *wireframe*, odnosno shematski prikaz stranice [3]. Na kvalitetu stranice utječu i mnogi drugi faktori. Kvalitetne slike predstavljaju jedan od ključnih elemenata kod internetskih trgovina. Upravo iz razloga što su internetske trgovine, potrebno je detaljno i estetički prikazati proizvod koji se prodaje, s najvećom mogućom rezolucijom.

3. Elektroničko poslovanje

U svom radu Garača (2008) navodi da elektroničko poslovanje, poznato i kao e-poslovanje, proizlazi iz spajanja globalnog tržišta i napretka u informacijskim i telekomunikacijskim tehnologijama, a javlja se krajem 20.stoljeća kao moderna forma poslovanja. [4]

U današnjem poslovnom okruženju, sve više se prepoznaje važnost internetske prisutnosti za tvrtku. Smatra se da tvrtke koje nemaju internetsku prisutnost, odnosno ne posluju elektronički, nemaju budućnost. Ključno je imati detaljne opise proizvoda i usluga kako bi ih kupci i poslovni partneri bolje razumjeli, te kako bi se bolje upoznali s tvrtkom. [5]

3.1. Povijest elektroničkog poslovanja

Garača (2008) tvrdi da je razdoblje e-poslovanja započelo sredinom devedesetih godina 20.stoljeća kada su se pojavile prve internetske trgovine, a kasnije i web servisi namijenjeni poslovnim korisnicima. Međutim, da bi e-poslovanje napredovalo, bilo je potrebno razviti različite tehnološke sustave i koncepte. Razvoj interneta je poduzećima omogućio brojne mogućnosti za poboljšanje poslovanja, uključujući smanjenje troškova, globalnu dostupnost ponude i usluga, globalno prisustvo na tržištu, upravljanje brandovima, brzo lansiranje proizvoda, ubrzanje financijskih i poslovnih transakcija, te prilagodbu proizvoda i usluga prema potrebama tržišta. [4]

3.1.1. Prednosti elektroničkog poslovanja

Elektroničko poslovanje može smanjiti potrebu za fizički kontakt s kupcima jer su svi proizvodi dostupni online. To smanjuje potrebu za osobljem u trgovini, što naposljetku smanjuje troškove organizacije. Elektroničko poslovanje proširuje tržište i olakšava pristup informacijama o proizvodima i uslugama, nudeći kupcima veći izbor po konkurentnim cijenama. Druga je prednost konstantna dostupnost. Kupci mogu pregledavati i kupovati proizvode kada god žele, koliko god žele i obaviti proces plaćanja mnogo brže nego u fizičkoj trgovini. [6]

3.1.2. Nedostaci elektroničkog poslovanja

Kod elektroničkog poslovanja uvijek postoji rizik kada dođe do sigurnosnih izazova. Hakerski napadi, krađe identiteta i drugo, mogli bi uzrokovati veliku štetu. Drugi nedostatak jest manjak fizičkog iskustva kupnje za određene proizvode.

3.2. Modeli elektroničkog poslovanja

Širenjem elektroničkog poslovanja, razvili su se raznovrsni poslovni modeli. Ovi su modeli osmišljeni kako bi tvrtkama omogućili da ostvare profit i stvore konkurentske prednosti na tržištu.

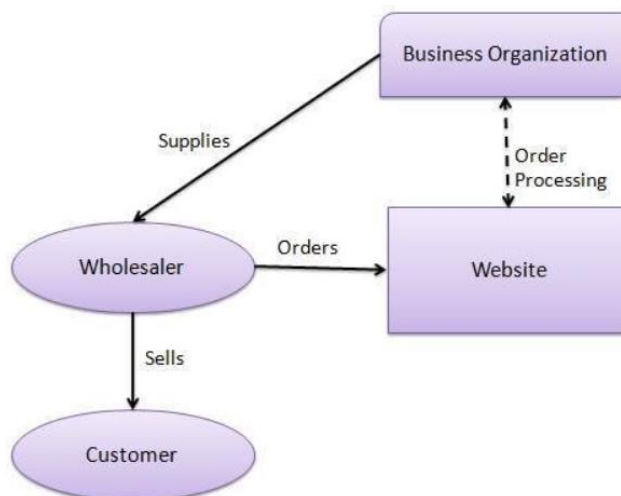
Osnovna podjela modela elektroničkog poslovanja:[5]

- B2B (eng. Business to Business) - model je poslovanja u kojem su kupci i prodavači poslovne organizacije,
- B2C (eng. Business to Customer) - model je poslovanja u kojem je prodavač organizacija, a kupci su pojedine osobe,
- C2B (eng. Customer to Business) - model je poslovanja u kojem potrošač posluje s tvrtkom,
- C2C (eng. Customer to Customer) - model je poslovanja u kojem pojedinac prodaje proizvode pojedincima,
- B2E (eng. Business to Employee) - model je poslovanja u kojem se radi o odnosu poslodavca i zaposlenog pojedinca

3.2.1. B2C model poslovanja

B2C najčešći je model poslovanja kojeg koriste kompanije koje svoje proizvode prodaju izravno kupcu. To se odvija na način da kupac svojim prisustvom na web trgovini pretražuje, gleda, odabire i naručuje neki proizvod te naposljetku izvrši plaćanje. Web trgovina potom šalje informacije poslovnoj organizaciji koja će kupcu poslati proizvod. [7]

Na Slici 3.1. prikazan je shematski prikaz B2C modela poslovanja.



Slika 3.1. B2C Model poslovanja (Izvor: [7])

4. CMS

Sustav za upravljanje sadržajem (CMS) je softver koji korisnicima olakšava kreiranje, upravljanje i uređivanje sadržaja na web stranicama bez velikog programerskog znanja. Drugim riječima, CMS je sustav u kojem nije potrebno nikakvo kodiranje da bi se izradila web stranica te nije potrebno tehničko razumijevanje programiranja. [8]

Temelje za budućnost razvoja CMS-a postavili su programski jezici za razvoj web-a, poput PHP-a, programskog jezika za izradu web sadržaja, i ASP-a, Microsoftove tehnologije za programiranje i izradu web sadržaja. 1997. godine predstavlja se DOM, programsko sučelje za HTML i XML dokumente koje je omogućilo identifikaciju i upravljanje dijelovima dokumenta. DOM je korisnicima omogućio manipulaciju stilovima HTML elementa. Od 1997. do 2002. kompanije i organizacije su počele izrađivati vlastite CMS sustave koristeći tada postojeće tehnologije zbog velike potrebe prisutnosti na internetu. Tijekom tog razdoblja, GeoCities hosting postala je treća najposjećenija web stranica na internetu, a 1999. godine jedan od prvih web-temeljenih CMS sustava. [9]

4.1. WordPress

WordPress se smatra najpopularnijim, najfleksibilnijim i najdostupnijim sustavom za upravljanje web sadržajem. Trenutna je procjena da su čak 43% web stranica na internetu kreirane upravo pomoću WordPress-a. Prednost korištenja WordPress platforme leži u tome što nije potrebno nikakvo programiranje kako bismo postavili sadržaj na web. WordPress koristi bazu podataka za skladištenje i organizaciju svih informacija, uključujući sadržaj objavljen u postovima i stranicama, korisničke račune i URL-ove web mjesta. Sve navedeno čini WordPress brzim i moćnim alatom za online objavljivanje.

U počecima, WordPress je bio zamišljen kao alat za vođenje blogova. Kroz godine, evoluirao je i postao istaknuti sustav za upravljanje sadržajem koji danas pruža više od dvadeset devet tisuća dodataka koji se konstantno razvijaju. [10]

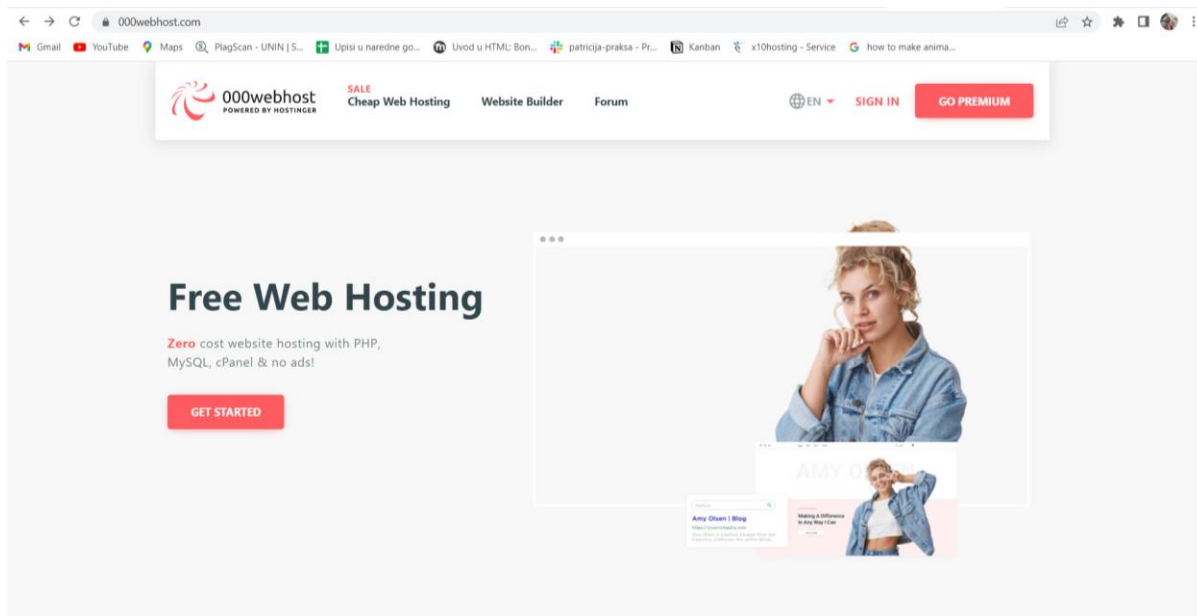
5. Instalacija WordPress sustava

Postoje dva načina instalacije WordPress sustava. Lokalna, odnosno na vlastitom računalu, i ona koja je javno dostupna, odnosno koja zahtijeva web hosting i pripadajuću domenu.

U ovom radu prikazana je javna instalacija WordPress platforme. Korišten je web host i domena koja je stečena u toku obavljanja stručne prakse, no u svrhu završnog rada prikazana je besplatna instalacija korištenjem besplatnog web hostinga i besplatne domene.

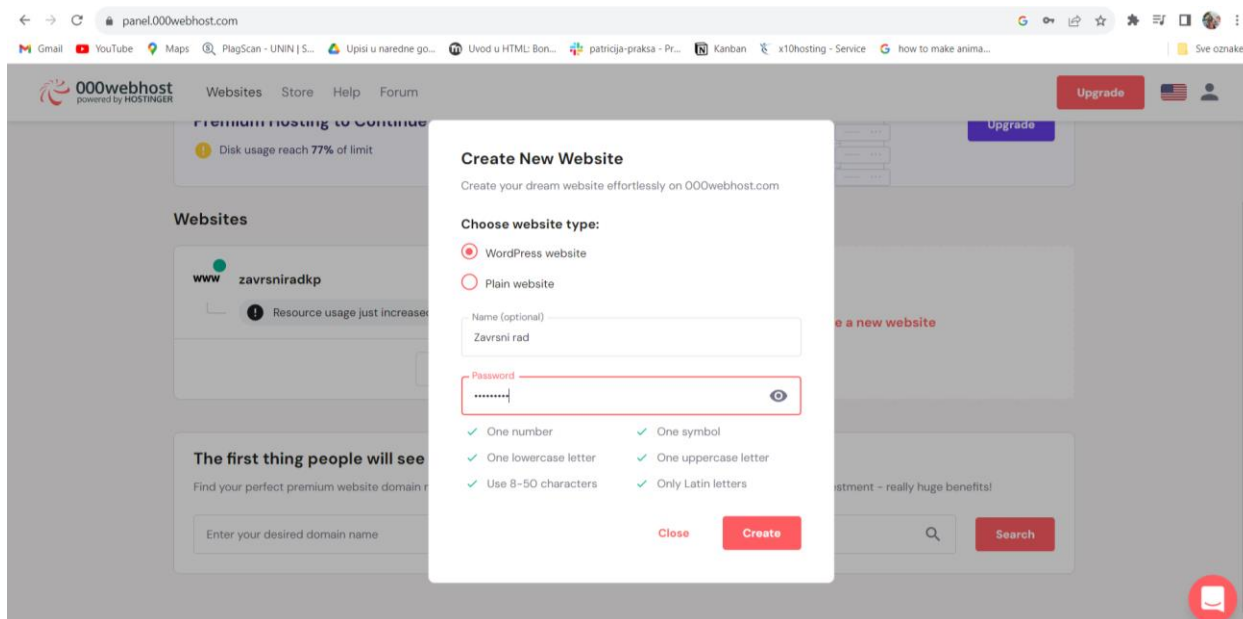
5.1. Web hosting i domena

Prvi je korak pronalazak besplatnog web hosta. Web hosting je usluga koja smješta naše web sjedište na javno dostupan web poslužitelj, odnosno time ono postaje javno dostupno na internetu. U ovom slučaju, radi demonstracije, korišten je „000webhost“ koji također nudi besplatnu domenu. Domena je ime naše stranice, primjer: „www.unin.hr“.



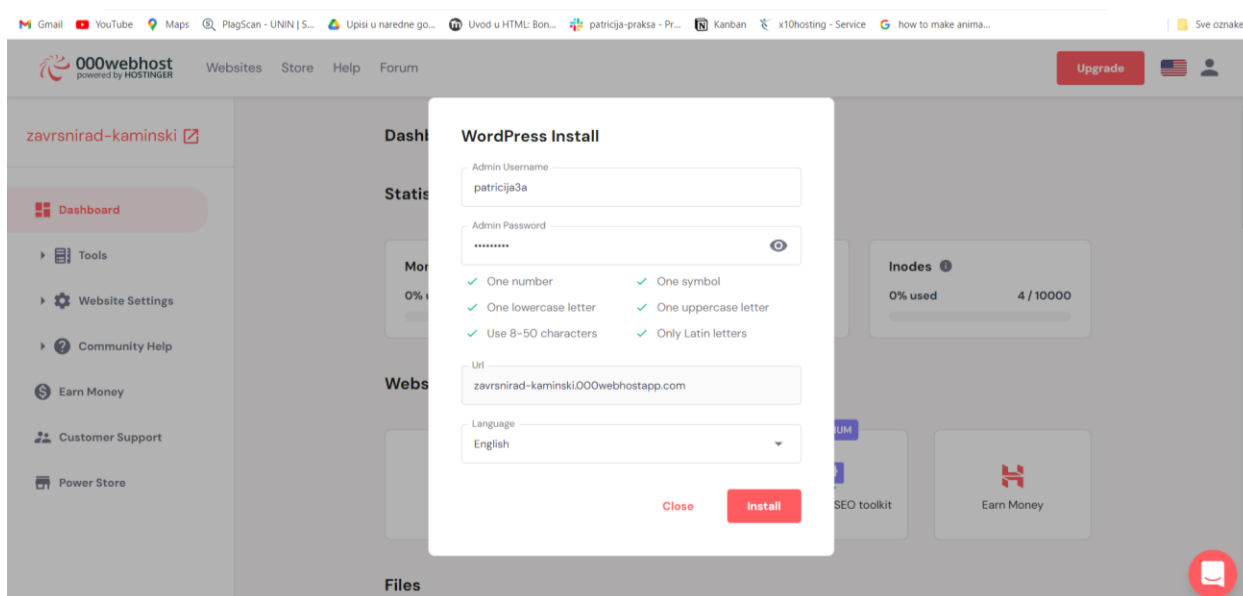
Slika 5.1. Besplatni web hosting (Izvor: Screenshot: <https://000webhost.com>)

Početkom korištenja ovog hostinga, potrebno je odabrati željeni plan. U ovom slučaju se odabire besplatan plan te se unose osobni podatci poput e-mail adrese. Potom je potrebno odabrati jednu od tri opcije: izgradnja web stranice, instalacija WordPress-a ili objava već postojeće web stranice. Pošto je riječ o besplatnom planu, odabire se instalacija WordPress-a. Budući da je ovaj web hosting besplatan, sam će dodijeliti domenu stranice. Ukoliko dođe do potrebe za registracijom specifične domene, potrebno ju je platiti.



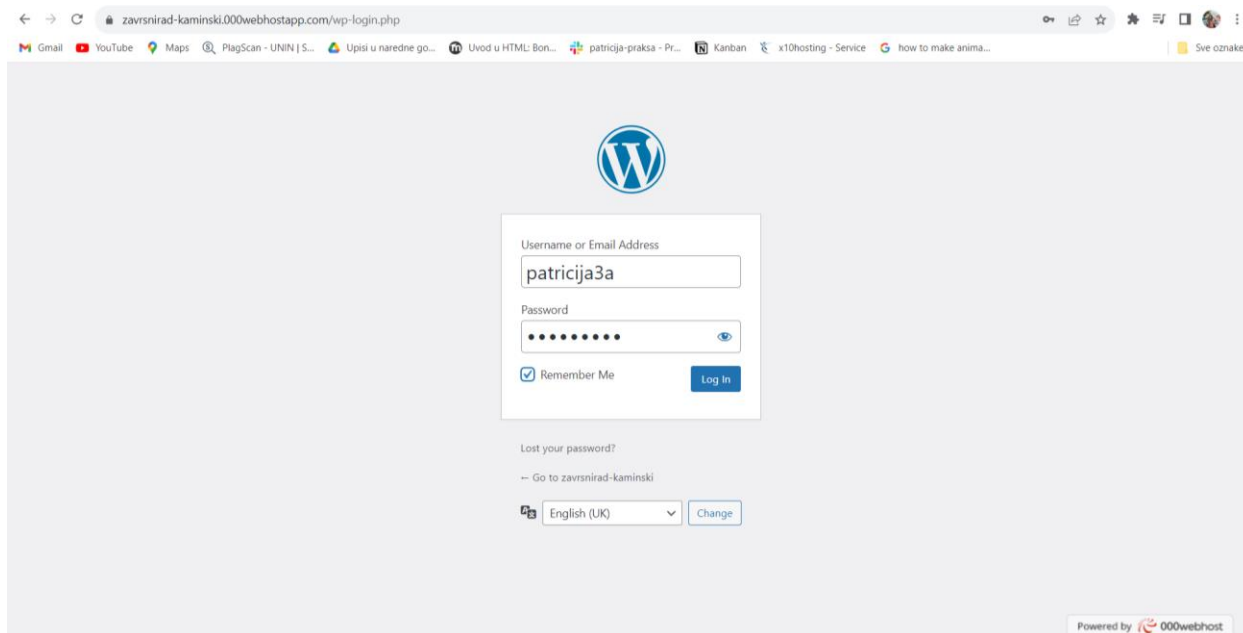
Slika 5.2. Prikaz procesa instaliranja WordPress-a (Izvor: Screenshot: <https://000webhost.com>)

Iskočni prozor je potrebno popuniti pripadajućim informacijama. Odabire se WordPress stranica, dodaje joj se ime i određuje se lozinka.



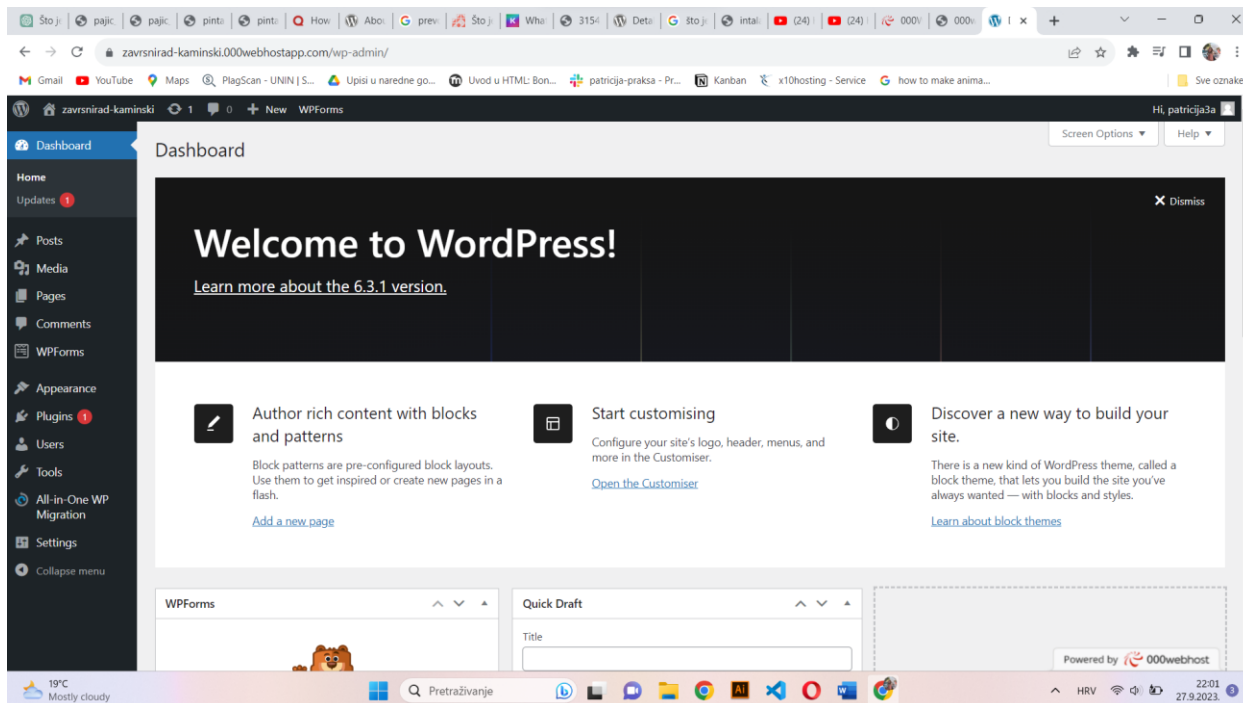
Slika 5.3. Proces instalacije WordPress-a (Izvor: Screenshot: <https://000webhost.com>)

U ovom prozoru se bira ime korisnika WordPress-a. Domena je dodana te će ista biti potrebna kod prijave u WordPress, pa ju je praktično negdje zapisati. Još se treba izabrati preferirani jezik. Nakon što se kline gumb za instalaciju, proći će nekoliko minuta, nakon čega će se zatvoriti. Nakon toga, vrijeme da se pronade vlastita stranicu na pregledniku i započne se sa uređivanjem na WordPressu.



Slika 5.4. Prijava u WordPress (Izvor: Vlastita fotografija)

Kako bi pristupili prijavi u WordPress, potrebno je upisati prethodno danu domenu i dodati sljedeći tekst: „/wp-login.php“. Otvara se prozor (Slika 5.5.) te u pripadajuća mjesta potrebno je upisati korisničko ime i lozinku.



Slika 5.5. Početna stranica u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija)

Nakon što su obavljene do sada navedeni koraci, može se započeti s uređivanjem nove stranice u WordPressu.

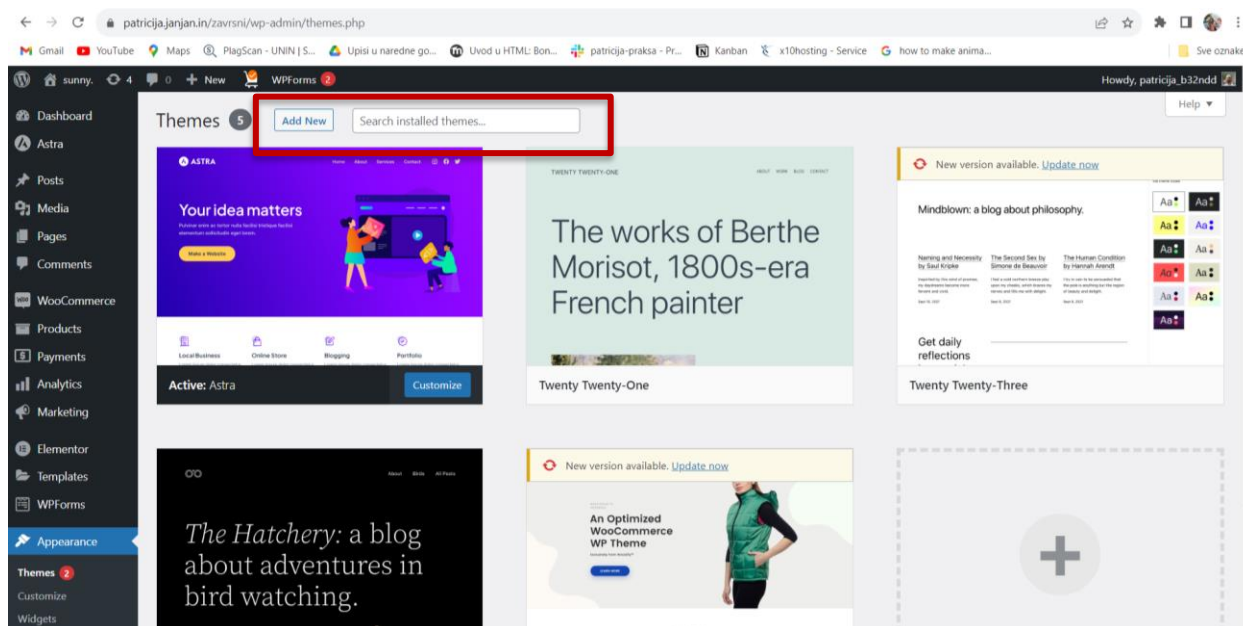
6. WordPress teme

WordPress tema je kolekcija datoteka koja definira izgled i funkcionalnost web sjedišta, upravljajući dizajnom, izgledom i stilom. Zahvaljujući raznovrsnom izboru prilagodljivih tema, lako se mijenja izgled i dojam web stranice, a da se pritom ne mijenja njen temeljni sadržaj i funkcionalnost. [11]

6.1. Instalacija teme

Odabir teme za vlastitu web stranicu izvodi se kroz sljedeće korake:

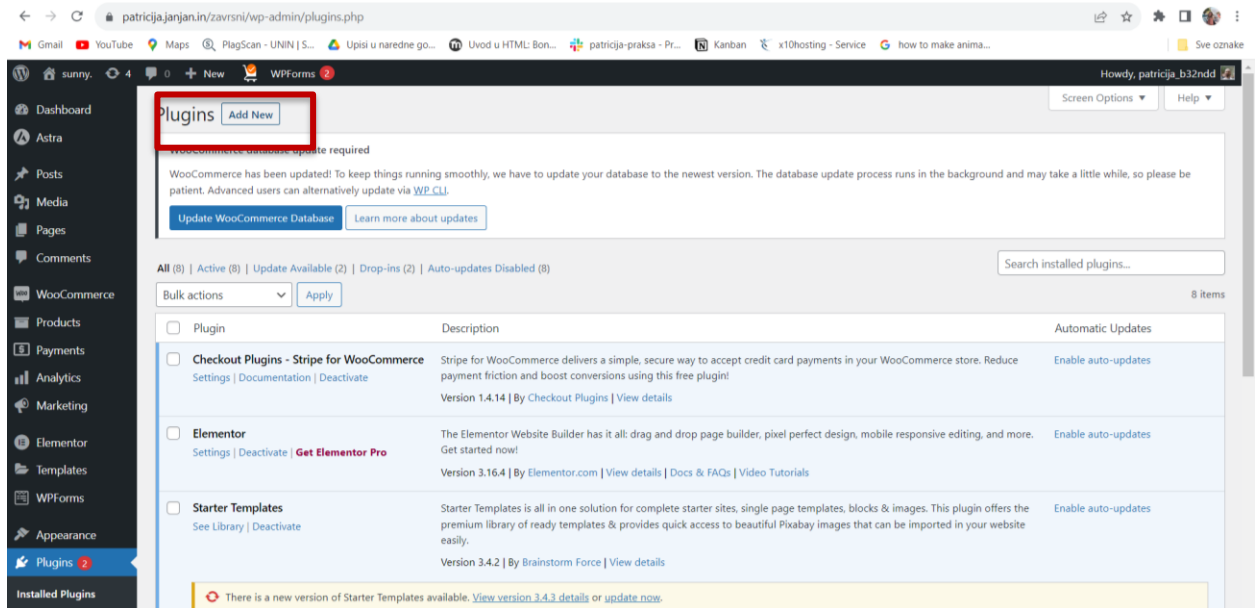
1. Potrebno je ići na Appearance > Themes. Na početku će biti ponuđene četiri besplatne teme koje su vrlo često korištene.
2. Kako bi se dodala nova tema, potrebno je odabrati opciju „Add new“ u lijevom kutu te se upiše ime teme. U ovom slučaju korištena je tema Astra.
3. Nakon što je tema odabrana, odabire se opcija Activate > Install sa čime će tema biti postavljena na web stranicu.



Slika 6.1. Instalacija tema u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija)

7. WordPress dodaci

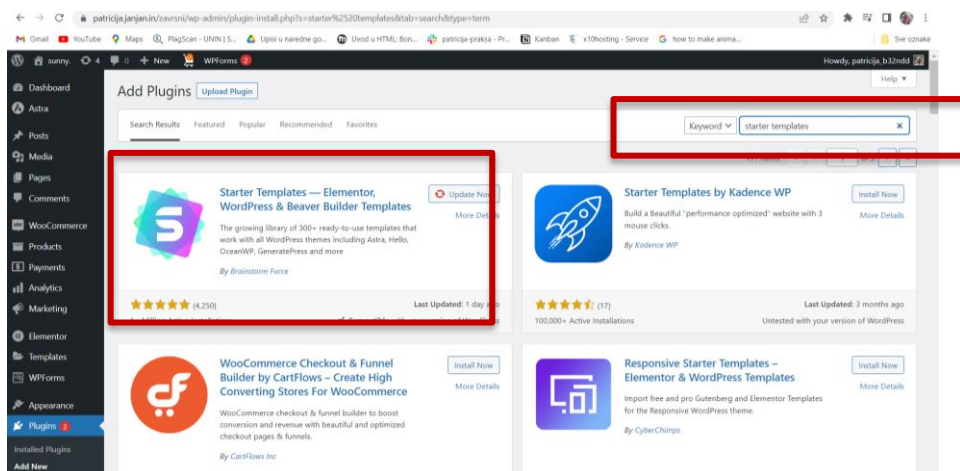
WordPress dodaci služe kako bi se tehnički konstruirala web stranica. U ovom je slučaju cilj napraviti web trgovinu, stoga je potrebno instalirati pripadajući dodatak, odnosno ekstenziju funkcionalnosti. Instalacija dodataka obavlja se u „Plug-in“ izborniku. Slično kao i kod tema, potrebno je u lijevom kutu kliknuti na opciju „Add new“ i napisati koji je dodatak poželjan. Kada je određeni dodatak instaliran, potrebno ga je aktivirati.



Slika 7.1. Instalacija dodataka u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija)

7.1. Instalacija dodataka

Za lakše uređenje web trgovine, dodaje se dodatak „Starter templates“. U suštini služi kao program koji pomaže pri uređivanju web trgovine, prikazan je na Slici 7.2.



Slika 7.2. Instaliranje dodatka „Starter templates“ (Izvor: Vlastita fotografija)

Nakon instalacije dodatka, potrebno ga je aktivirati. Aktivacijom ovog dodatka, iskočit će prozor u kojem će se ponuditi tri izbora:

- Block editor,
- Elementor,
- Beaver Builder.

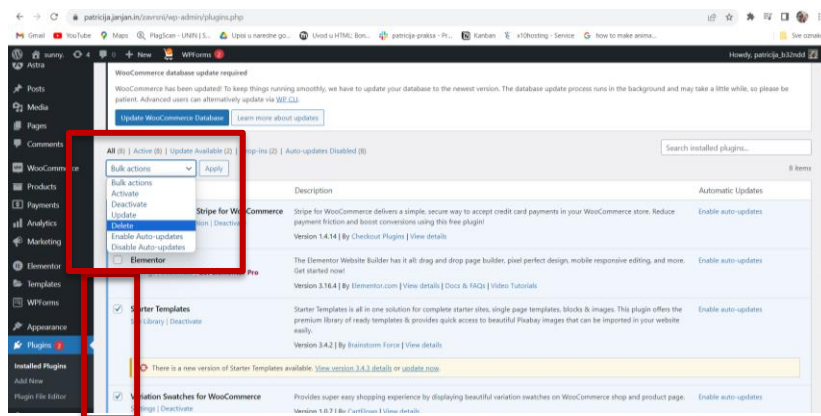
Navedeni su poznati uređivači, a u ovom je radu korišten Elementor. Odabirom željenog editora, otvara se širok izbor predložka (eng. template) stranica. U ovom je radu korišten template „Simply Natural“. Kada se klikne na template, isti se otvara te s lijeve strane te nudi mijenjanje logotipa, mijenjanje boja na stranici i mijenjanje fonta, no to će se sve moći promijeniti kasnije, stoga se ti koraci preskaču i odabire se „Submit & Build my Website“. Ovom instalacijom automatski su se instalirali dodatni dodaci:

- WooCommerce – dodatak koji običnu stranicu pretvara u trgovinu, stoga ako se koristi template koji nema automatsku instalaciju WooCommerce-a, potrebno ga je samostalno instalirati u dijelu s dodacima. Detaljno objašnjenje nalazi se niže u radu.
- WPForms Lite - dodatak koji služi za kontakt forme.

7.2. Brisanje dodataka

Prethodnom instalacijom, instalirao se dodatak koji je nepotreban, riječ je o „WooCommerce Cart Abandonment Recovery“. Ako se briše samo jedan dodatak, potrebno je kliknuti na opciju „Deactivate“. Ako se briše više dodataka, potrebno je označiti njihovu kućicu > Bulk actions > Delete > Apply.

Slika 7.3. prikazuje primjer brisanja grupe dodataka radi demonstracije. Označeni dodaci se ne brišu.

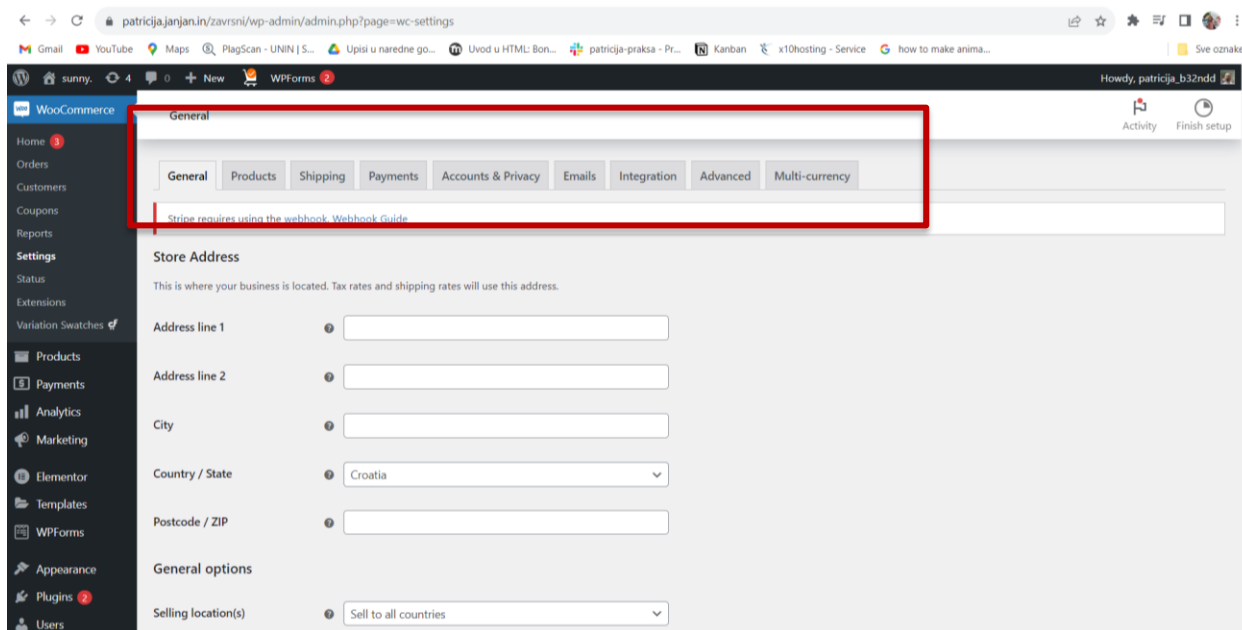


Slika 7.3. Brisanje dodataka (Izvor: Vlastita fotografija)

7.3. WooCommerce

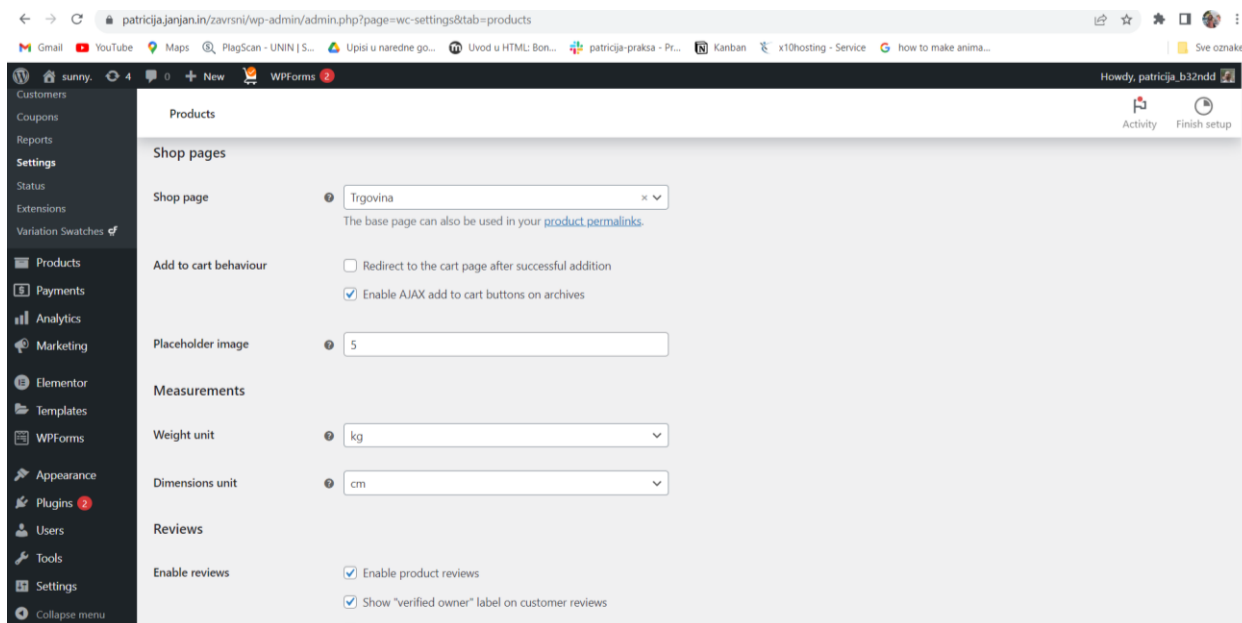
WooCommerce je e-commerce ekstenzija, odnosno dodatak za WordPress CMS koji ga pretvara u funkcionalnu web trgovinu. Svojim korisnicima omogućava potpunu kontrolu nad svojim online trgovinama – od izgleda do ponude proizvoda. Jednostavan je, besplatan i svojim jednostavnim sučeljem olakšava snalaženje, kako poduzetniku, tako i kupcu. Prvi je puta predstavljen 2011. godine, a danas, prema statističkim podacima, čini otprilike 40% svih web stranica [12]. Da bi trgovina funkcionirala, korisnik jedino mora stvoriti popis proizvoda u „Products“ dijelu, postaviti funkcionalnu košaricu za kupnju i omogućiti proces naplate i narudžbe. [12]

WooCommerce se lagano prilagođava. S lijeve strane u administrativnom djelu WordPressa (eng. dashboard) pod „WooCommerce“ potrebno je kliknuti na opciju „Settings“. Ovdje se podešava mnogo informacija. U „General“ opcijama u WooCommerce-u, općenite informacije odnose se na poslovne adrese, može se podesiti grad, država, poštanski broj, zatim generalne opcije poput prodajnih mjesta, gdje se proizvodi šalju, kupone i naposljetku opcije za valutu, prikazano na Slici 7.4.



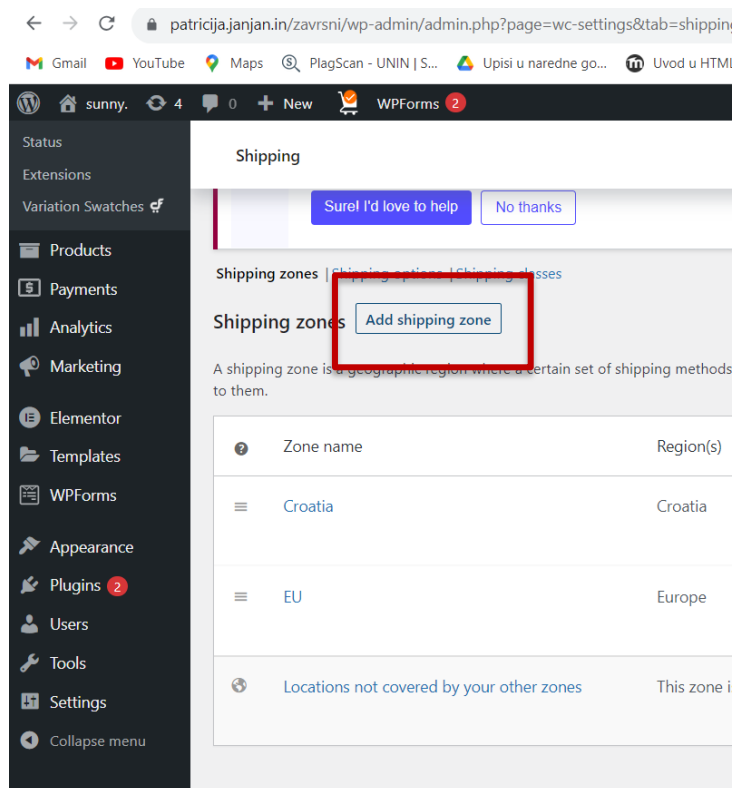
Slika 7.4. Postavke u „General“ dijelu u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija)

U „Products“ dijelu podešavaju se informacije o podacima koji se nalaze na stranici trgovine. „Shop page“ je dio gdje se odabire stranica koja će se prikazati kada se klikne na link za trgovinu, naravno to mora biti stranica na kojoj se nalaze proizvodi. Mogu se mijenjati jedinice težine i dimenzija te odlučiti ako su recenzije na proizvodima poželjne. Prije navedeno je prikazano na Slici 7.5.

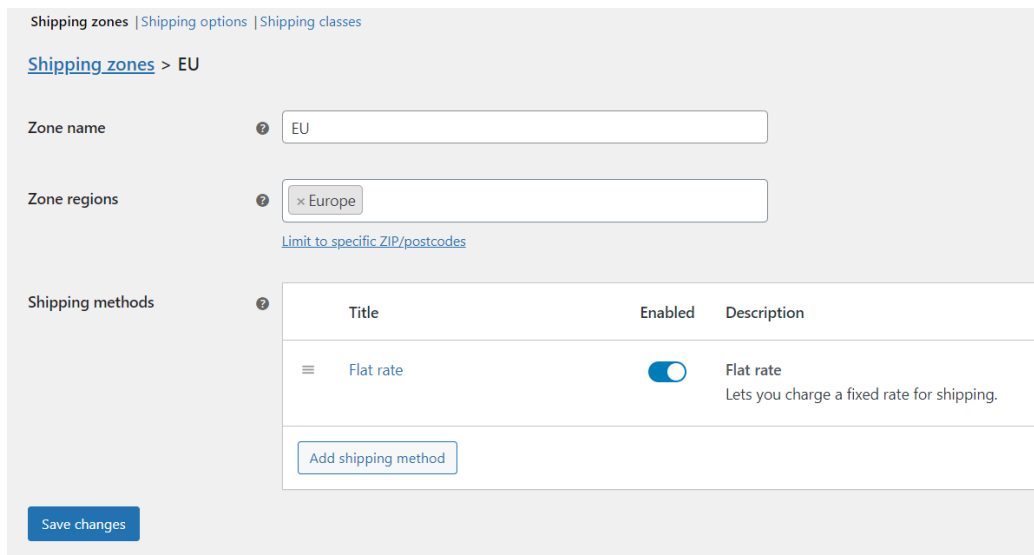


Slika 7.5. Prikaz „Products“ dijela u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija)

„Shipping“ dio stranice služi da podešavanje informacija o slanju proizvoda. Klikom na opciju „Add shipping zone“ mogu se podešavati granice poslovanja. Ime zone podešava se u „Zone name“, te se potom odabere regija na koju se to odnosi. Potom se dodaje „Add Shipping method“ i odabire „Flat rate“ – osnovna metoda dostave. Prikaz prije navedenog nalazi se na Slici 7.6..

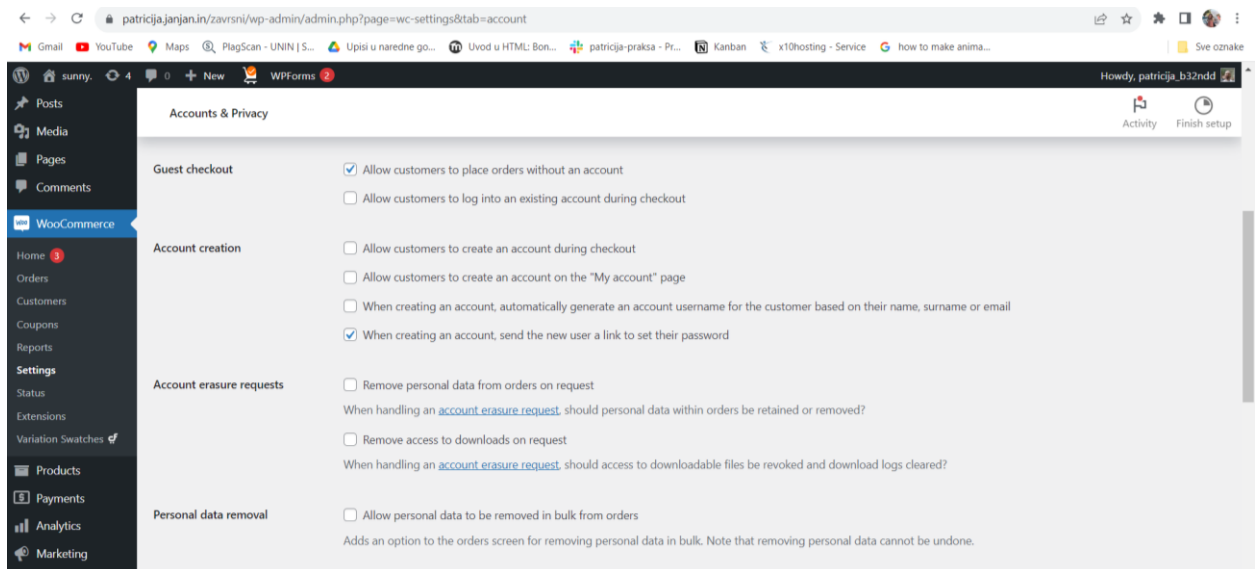


Slika 7.6. Prikaz „Shipping“ dijela u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija)



Slika 7.7. Prikaz dodavanja zona dostave (Izvor: Vlastita fotografija)

„Accounts and privacy“ služi da se podeše opcije privatnosti kod korištenja stranice, što je prikazano na Slici 7.8..



Slika 7.8. „Accounts and privacy“ dio u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija)

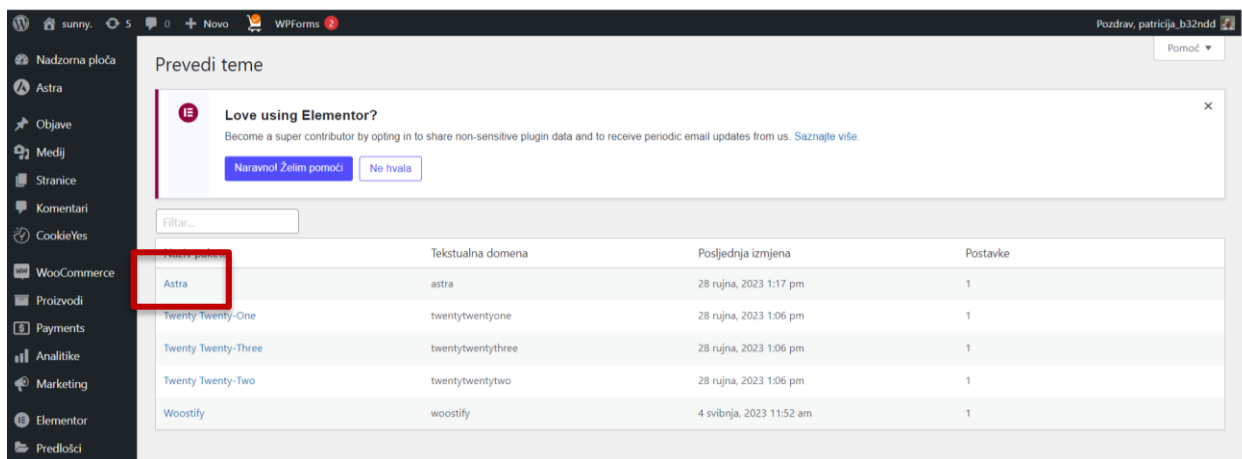
Ostale opcije se ne trebaju podešavati jer su izvorno dobro podešene.

7.4. Loco translate

Loco Translate je besplatan prevoditeljski dodatak otvorenog koda za WordPress. Omogućuje jednostavno uređivanje prijevoda za WordPress web stranicu izravno u pregledniku. Osim toga, Loco Translate se lako integrira s popularnim servisima za automatsko prevođenje kao što su

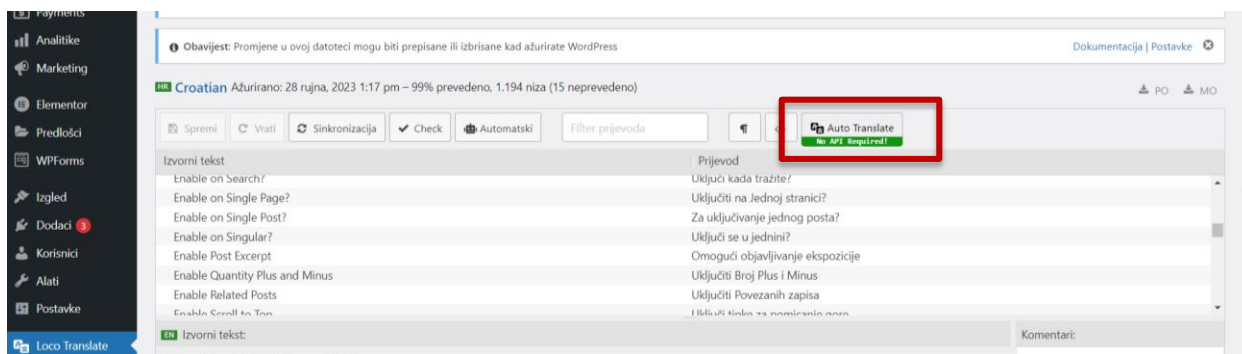
Google i Microsoft, olakšavajući rad. Loco Translate je vrlo učinkovit dodatak koji ima jedinstven način rada.

Nakon instalacije Loco Translate dodatka, pojavljuje se u bočnom izborniku u WordPress-u. Sam dodatak ima svoj padajući izbornik u kojem je potrebno odabrati „Themes“ i svoju dosad korištenu temu.



Slika 7.9. Primjer korištenja Loco Translate dodatka (Izvor: Vlastita fotografija)

Potom je potrebno odabrati „Add new language“ kako bi se započeo proces prijevoda. Otvara se prozor u kojem se odabire željeni jezik, u ovom slučaju hrvatski. S desne strane nalazi se „Custom language“ kojeg je također potrebno odabrati i podesiti jezik na hrvatski. Naposljetku se potvrđuje klikom na „Start translating“. Taj proces omogućuje prijevod nekih osnovnih elemenata na stranici, no ne svih. Iz tog razloga potrebno je instalirati još jedan dodatak, „Automatic Translate Addon for Loco Translate“. Nakon instalacije, ponovno je potrebno u Loco Translate izborniku u Temama odabrati korištenu temu. Pojavljuje se „Auto Translate“ i njegovim odabirom započinje se kompletan prijevod cijele stranice u suštini.

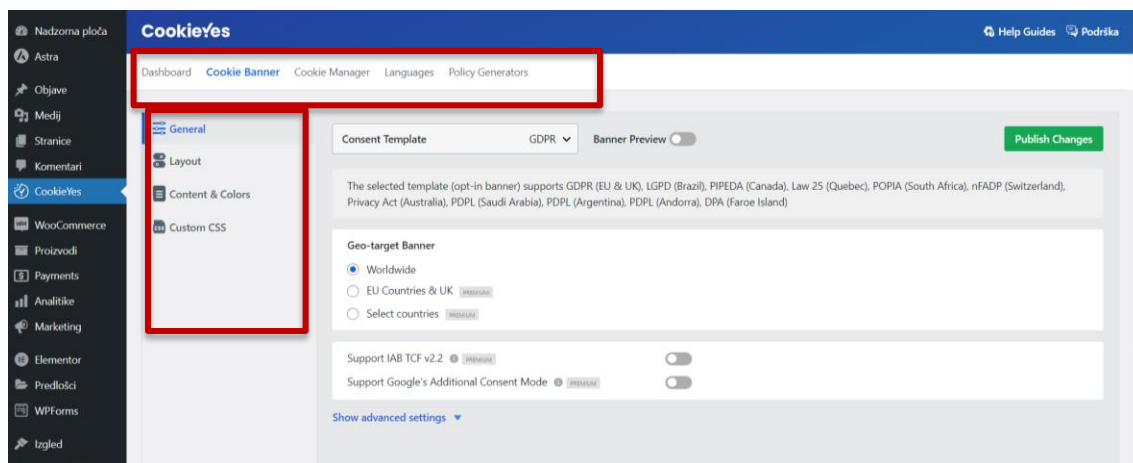


Slika 7.10. Primjer prevođenja s Loco Translate dodatkom (Izvor: Vlastita fotografija)

7.5. Cookies

Kolačići (eng. cookies) su datoteke koje web stranice spremaju na računala ili mobilne uređaje korisnika, a sadrže informacije o njihovom posjetu. Web stranice koriste kolačiće kako bi olakšale nekoliko važnih stvari. Na primjer, kolačići pamte informacije poput korisničkog imena ili stavki koje osoba doda u košaricu prilikom online kupovine. Također, kolačići pomažu web stranicama da prilagode iskustvo tako da pamte koje stranice su posjetitelji već posjetili ili koje postavke su odabrali. Osim toga, koriste se i za prikazivanje oglasa koji bi mogli zanimati posjetitelje na drugim web stranicama.

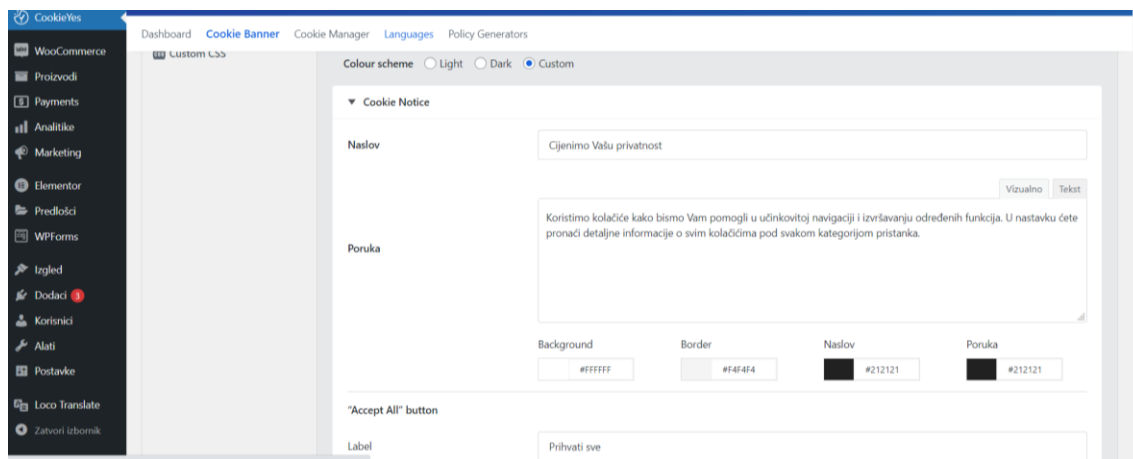
Instalacija Cookies dodatka izvodi se kao instalacija svakog drugog. U ovom su se radu koristili GDPR Cookies. Instalacijom Cookies dodatka, pojavljuje se u izborniku WordPress-a. Sadrži navigaciju u kojoj je moguće mijenjanje i prilagođavanje kolačića.



Slika 7.11. Prikaz sučelja u Cookies panelu u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija)

Sadržaj kolačića se u ovom radu samo prevodio i mijenjala se boja iskočnog prozora.

Nakon navedenih promjena potrebno je odabrati „Publish Changes“ da bi se odabrani kolačići prikazali na stranici.



Slika 7.12. Prikaz prilagođavanja Cookies-a (Izvor: Vlastita fotografija)

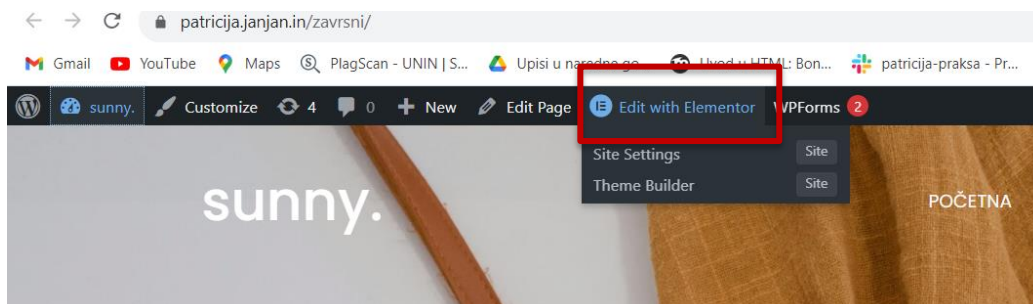
8. Izrada web trgovine

U današnjem svijetu internetske trgovine, imati vlastitu web trgovinu je veliki iskorak u odnosu na klasično fizičko poslovanje. Idući podnaslovi prikazati će kako napraviti vlastitu online trgovinu. Navest će se najvažnije i najjednostavnije stvari, od odabira pravih alata i dobrog izgleda trgovine do dodavanja stvari poput proizvoda i opcija plaćanja. Na kraju bi se trebala napraviti web trgovina koja će biti jednostavna za korištenje i spremna za rad.

8.1. Dodavanje i uređivanje stranica

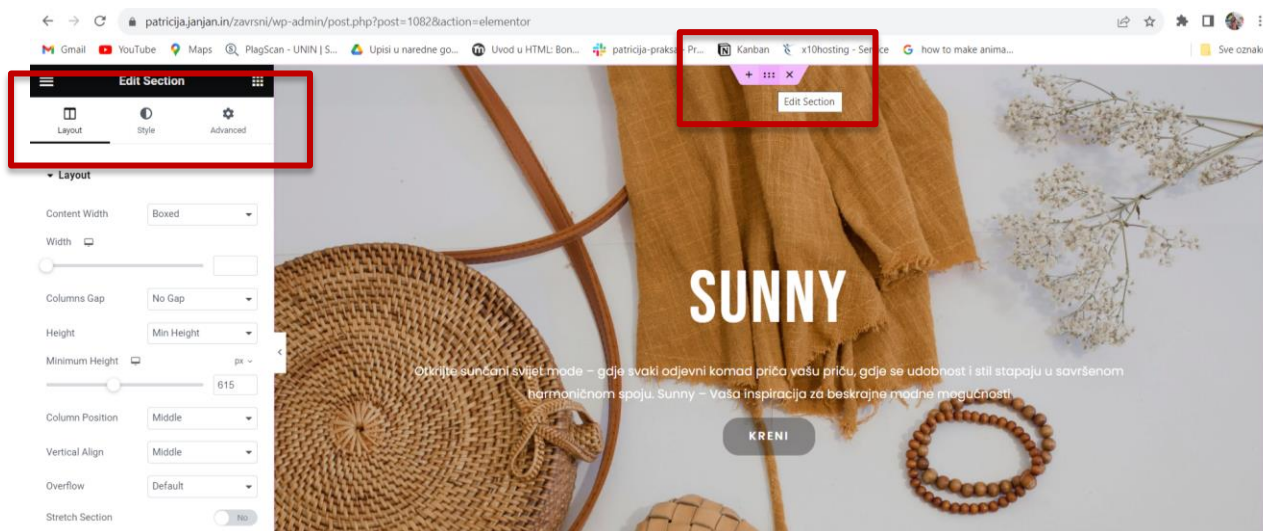
Sastavni dio svakog sjedišta i web trgovine su stranice. Postoji više načina dodavanja nove stranice u WordPressu. Prvi je način da se odmah odabere „Add New“ u padajućem izborniku, prikaz na Slici 18. Drugi je način da se klikne na „Pages“ čime se otvara prikaz svih stranica te se potom odabere „Add New“. Oba načina odvest će na isto mjesto gdje je moguće stranici dodati ime i željeni sadržaj. Naposljetku, da bi se ta stranica spremila i u konačnici kreirala, potrebno je kliknuti na „Publish“.

Budući da je za izradu ove web trgovine korišten „Starter template“ dodatak, stranice je moguće uređivati putem Elementora. Kod pokretanja stranice (eng. View site), prikaže nam se Slika 8.1., nakon čega se klikne na „Edit with Elementor“.



Slika 8.1. Prikaz uređivanja pomoću Elementora (Izvor: Vlastita fotografija)

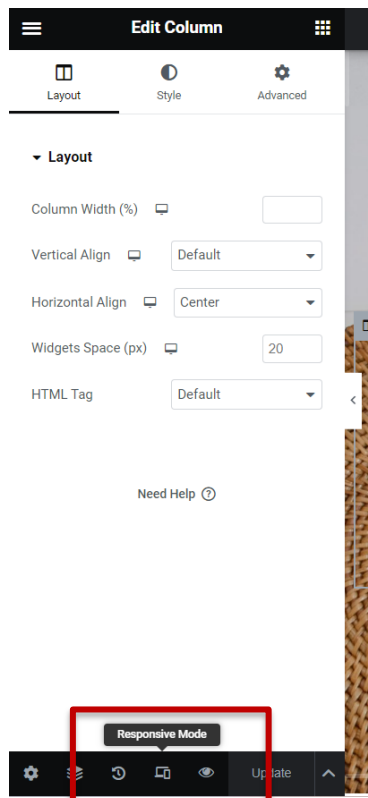
Nakon odabiranja opcije „Edit with Elementor“ otvara se bočni izbornik u kojem je moguće prilagođavati izgled stranice, što je prikazano na Slici 8.2..



Slika 8.2. Način uređivanja u Elementoru (Izvor: Vlastita fotografija)

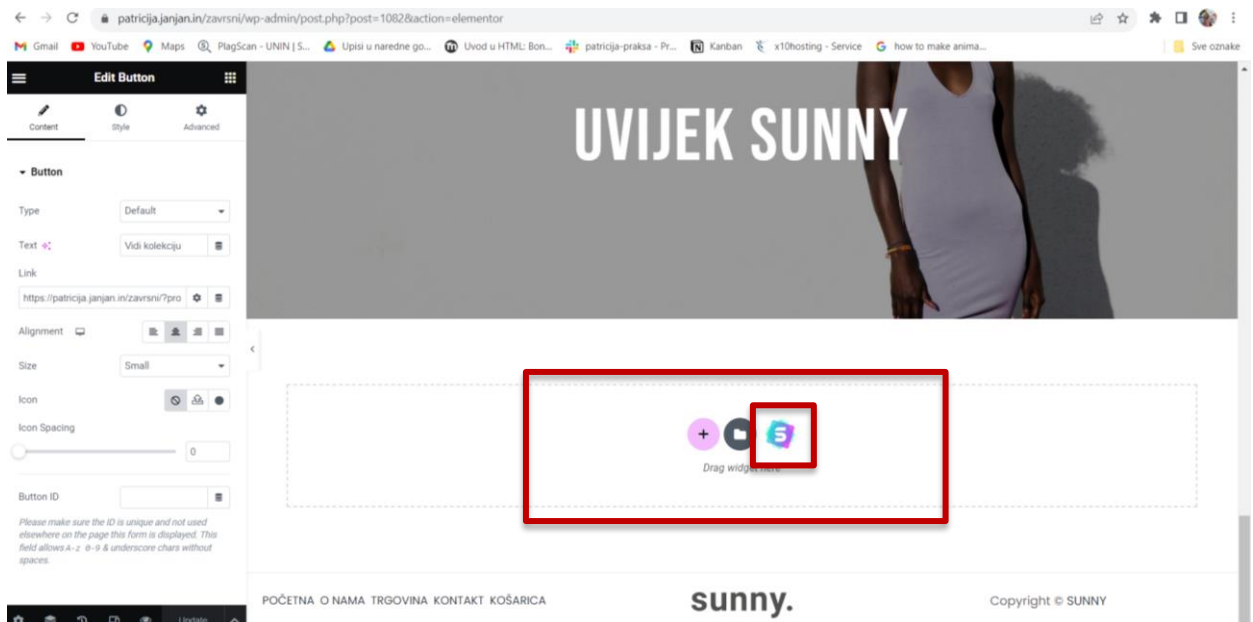
Potrebno je označiti dio koji se uređuje. Slika 8.2. prikazuje rozi izbornik te kada kod odabira njega, označava se i uređuje taj cijeli element. Elementor ima bočni izbornik koji se sastoji od tri dijela. „Layout“, „Style“ i „Advanced“. U Layout dijelu podešava se općeniti izgled, širinu i visinu te redoslijed elemenata označenog dijela stranice. Style omogućava mijenjanje pozadine, pozicioniranje slike u pozadini, dodavanje zatamnjenja ili osvjtljivanja slike, uređivanje obruba na elementima, uređivanje tipografije i drugo. U Advanced dijelu može se manipulirati marginama, razmacima i mogu se dodavati efekti.

Kako bi se pobrinuli za responzivnost stranice, na dnu bočnog izbornika nalazi se „Responsive mode“. Klikom na njega otvara nam se novi redak iznad stranice te na njemu možemo odabrati prikaz na računalu, tabletu i mobitelu, te sukladno tome uređivati i napraviti stranicu responzivnom. Prije navedeno je prikazano na Slici 8.3.



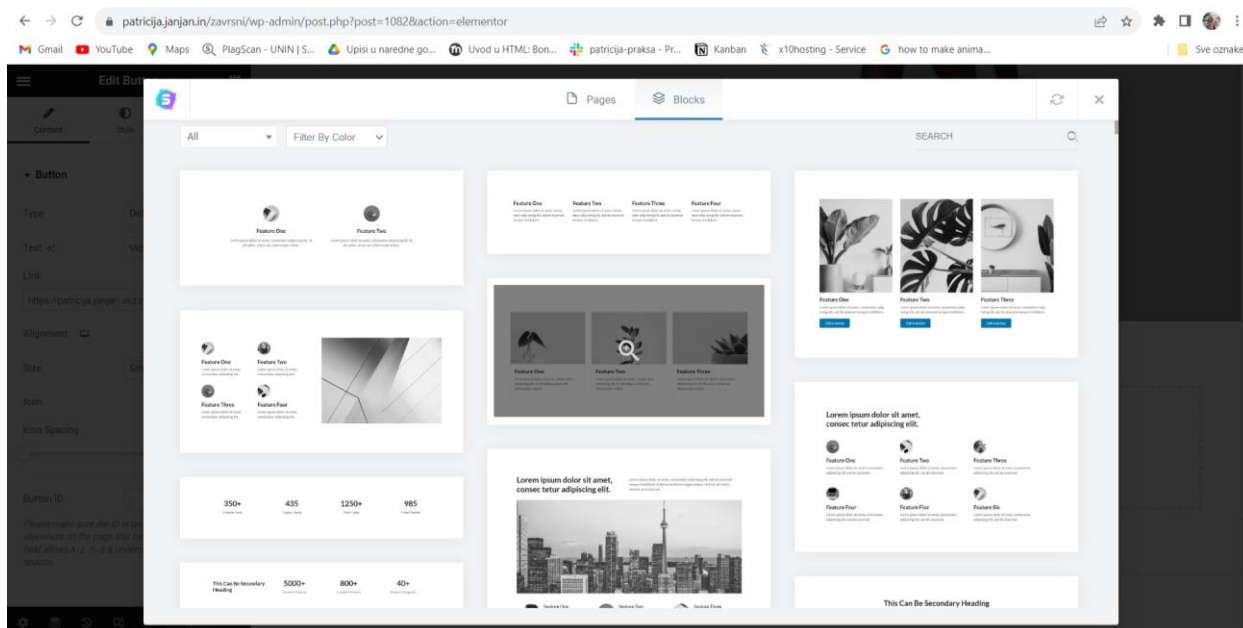
Slika 8.3. Respozivnost (Izvor: Vlastita fotografija)

Elementor dozvoljava ubacivanje već postojećih elemenata. Na dnu svake stranice koja se može uređivati Elementorom nalazi se redak u kojem je ponuđeno dodavanje elemenata, što se može vidjeti na Slici 8.4..



Slika 8.4. Prostor za dodavanje novih elemenata (Izvor: Vlastita fotografija)

Klikom na ikonu Startup Template-a otvara se novi prozor gdje je moguće odabrati već postojeći element i ubaciti ga na web stranicu. Primjer se nalazi na Slici 8.5..

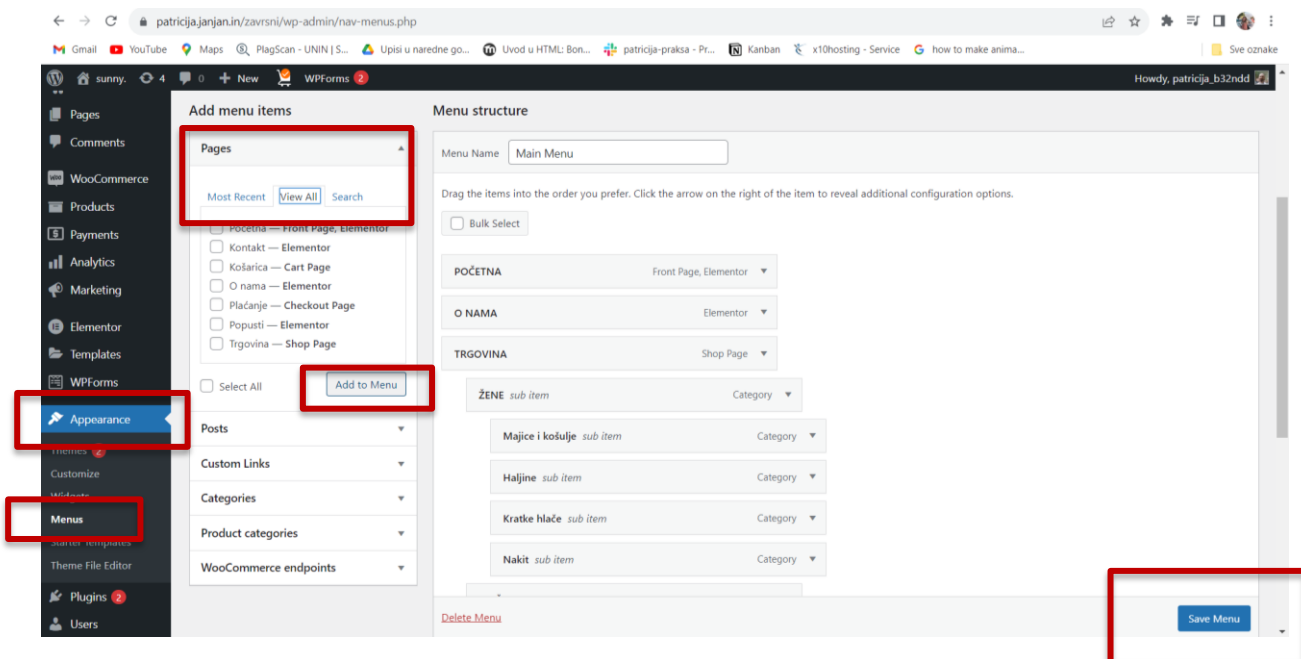


Slika 8.5. Gotovi elementi koji se mogu ubaciti na stranicu (Izvor: Vlastita fotografija)

8.2. Dodavanje i uređivanje izbornika

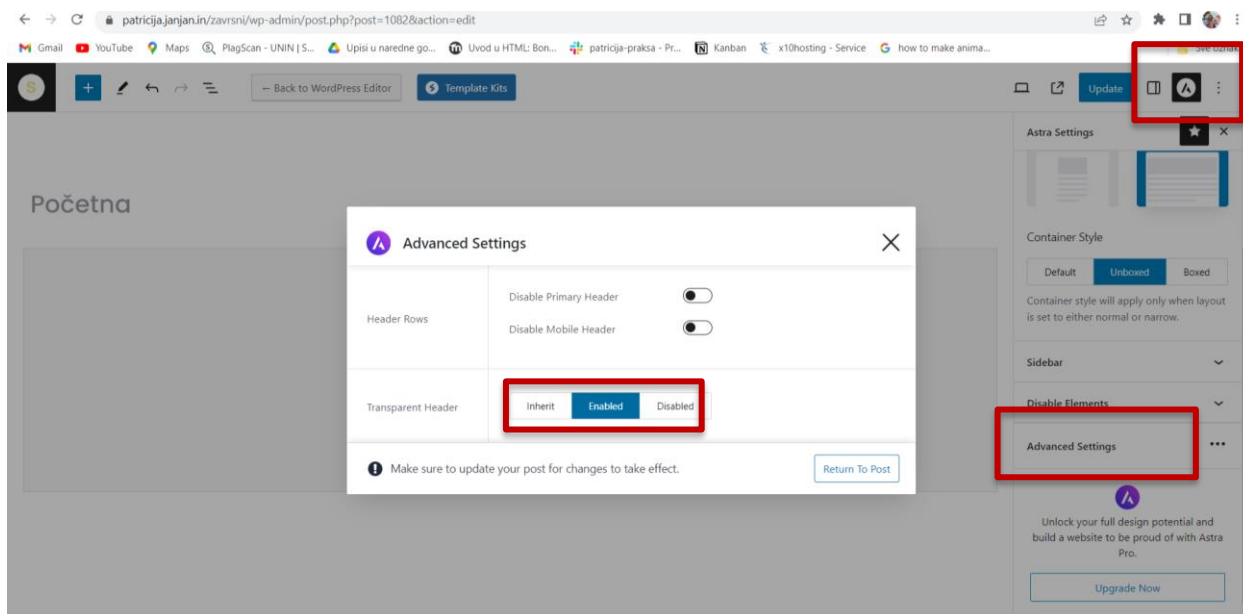
Da bi prethodno napravljena stranica bila vidljiva, stranicu je potrebno dodati u izbornik. Potrebno je otići do Appearance > Menus, s lijeve strane je vidljiv element „Add menu items“, u kojem se nalazi sekcija „Pages“. Klikne se na „View all“ te se odmah prikazuju sve stranice. Označi se stranica koju vlasnik želi vidjeti u izborniku i klikne „Add to menu“. Tada će se s desne strane, u elementu „Menu structure“ pojaviti ime te stranice, to će biti link na tu stranicu, a zatim je moguće mijenjati njen redoslijed na način da ju „primimo i povučemo“. Nakon toga, iznimno je važno da se skliže prema dolje do dna i da na „Menu settings“ se označi „Primary menu“ u „Display location“. To će osigurati da će se izbornik prikazati na stranici.

U ovom primjeru označen je i „Footer menu“ te će se izbornik prikazati i u podnožju stranice. Naposljetku izbornik je potrebno spremiti klikom na „Save menu“.



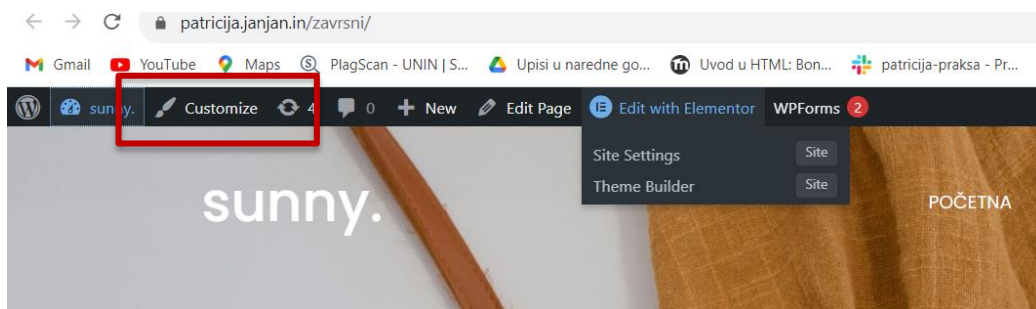
Slika 8.6. Izrada izbornika (Izvor: Vlastita fotografija)

Izbornik i podnožje jedini su elementi na stranici koji se ne mogu uređivati u Elementoru. Na početnoj stranici primjetno je da je izbornik proziran, odnosno, vidljivi su samo linkovi bez pozadine, dok je izbornik na trgovini bijel. To je realizirano na način da se uđe u početnu stranicu ili bilo koju na kojoj je poželjan proziran izbornik > Astra settings > Advanced > Enable > Update. Prikaz je na Slici 8.7..



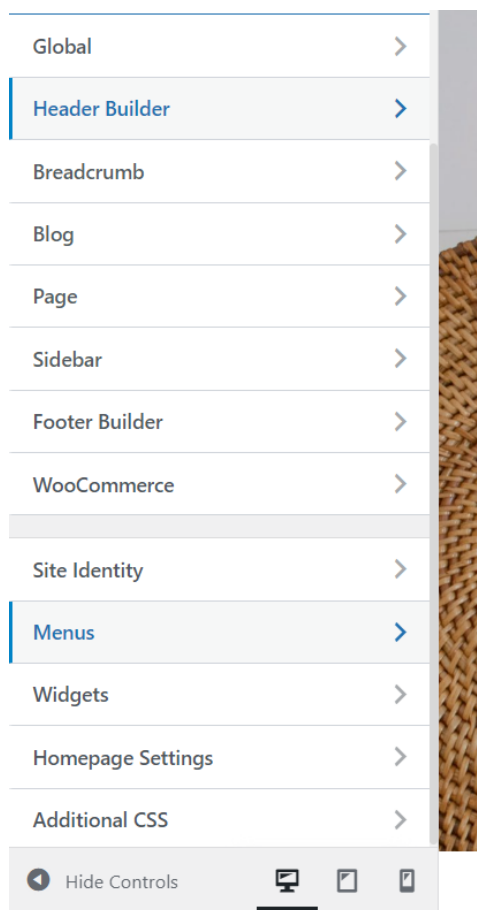
Slika 8.7. Dodavanje prozirnog izbornika (Izvor: Vlastita fotografija)

Da bi se dalje uređivao izbornik potrebno je koristiti „Customize.“ čiji prikaz je vidljiv na idućoj slici.



Slika 8.8. Customize (Izvor: Vlastita fotografija)

Odabirom „Customize“ otvara se bočni prozor (Slika 8.9.) u kojem je nekoliko opcija kojima se stranica može dodatno urediti. Elementi se moraju označiti da bi se mijenjali tokom uređivanja. U „Global“ dijelju može se mijenjati tipografija, boje teme i boje teksta. U „Header builderu“ se može kreirati logo, kao u ovom slučaju.



Slika 8.9. Prikaz „Customize“ izbornika (Izvor: Vlastita fotografija)

8.3. Dodavanje proizvoda

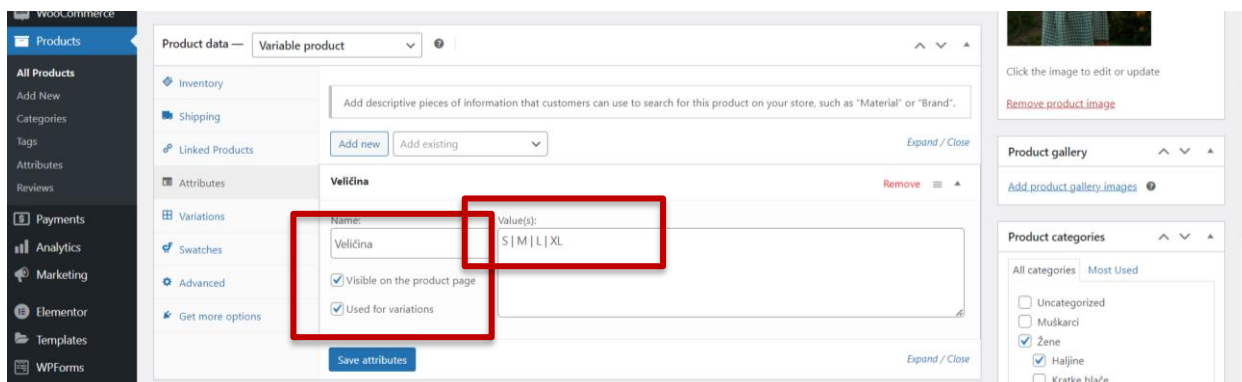
Proizvodi se dodaju na način da se odabere opcija Products > New. Potrebno je dodati naslov, „Product description“ je dio u koji se piše duži opis proizvoda, a „Product short description“ je dio

u koji se piše kraći opis proizvoda – ovaj će se dio prikazati prije dugog opisa, stoga je ovdje potrebno napisati najbitnije informacije o proizvodu. S desne strane ekrana nalazi se „Product Image“. Ta će slika biti slika proizvoda koja će se prvo vidjeti na stranici trgovine, a slike u „Product Gallery“ bit će vidljive jedino kada će se otvoriti određeni proizvod.

Proizvod može biti jednostavan (eng. Simple product), grupirani (eng. Grouped product), vanjski (eng. External/Affiliate product) ili varijabilan (eng. Variable product). Budući da se radi o trgovini odjeće, potrebno je kupcima omogućiti odabir veličine odjevnog predmeta. Iz tog su razloga svi proizvodi na stranici varijabilni, osim nakita.

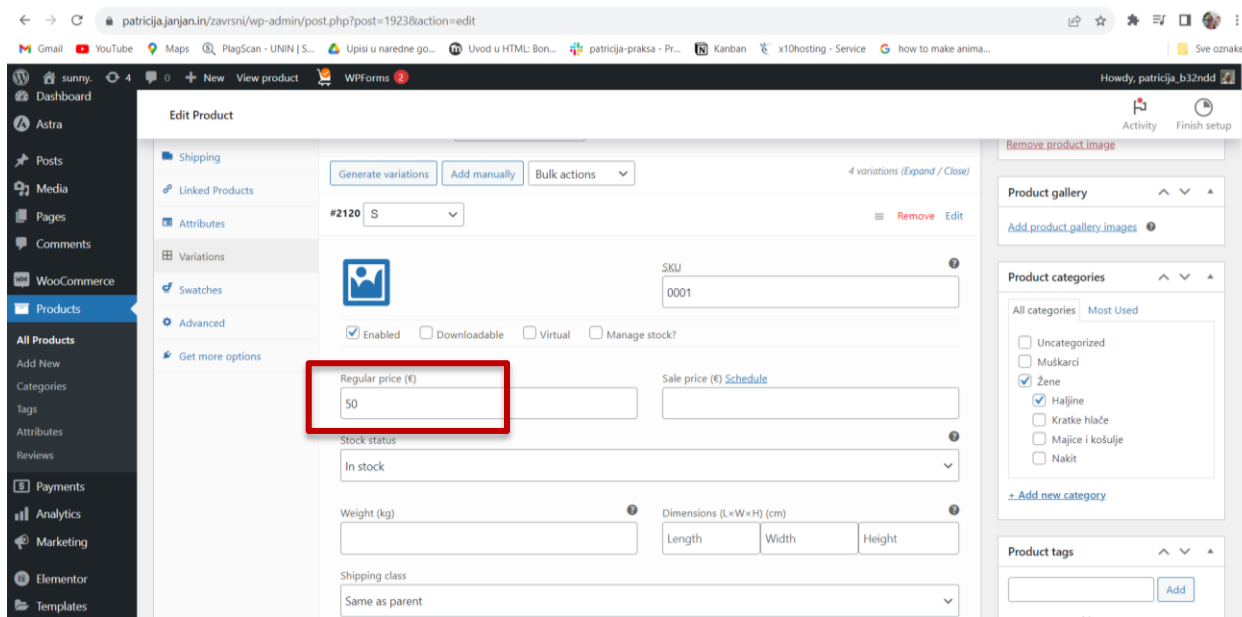
8.3.1. Atributi proizvoda

Varijabilni proizvodi moraju imati atribute. Dodaju se na način da u „Product data“ u atributima odabere „Add new“ i kreira grupu atributa. Prvo se dodaje ime, a potom vrijednosti. Vrijednosti atributa moraju se razdvajati s crtom kao što je priloženo. Primjer se nalazi na Slici 8.10.



Slika 8.10. Dodavanje atributa (Izvor: Vlastita fotografija)

Nakon što su dodani svi atributi, potrebno je označiti kućice ispod polja kako bi se mogli koristiti kao varijacije proizvoda te kako bi bili vidljivi na proizvodu. Naposljetku ih je potrebno spremi klikom na „Save attributes“. Sljedeći korak je odlazak na „Variations“ odmah ispod atributa, gdje se odabire Generate variations i pojavljuju se varijacije. Svakoj je varijaciji nužno odrediti cijenu, inače se neće prikazati. Važno je na kraju kliknuti „Update“. Prije navedeno je prikazano na Slici 8.11..

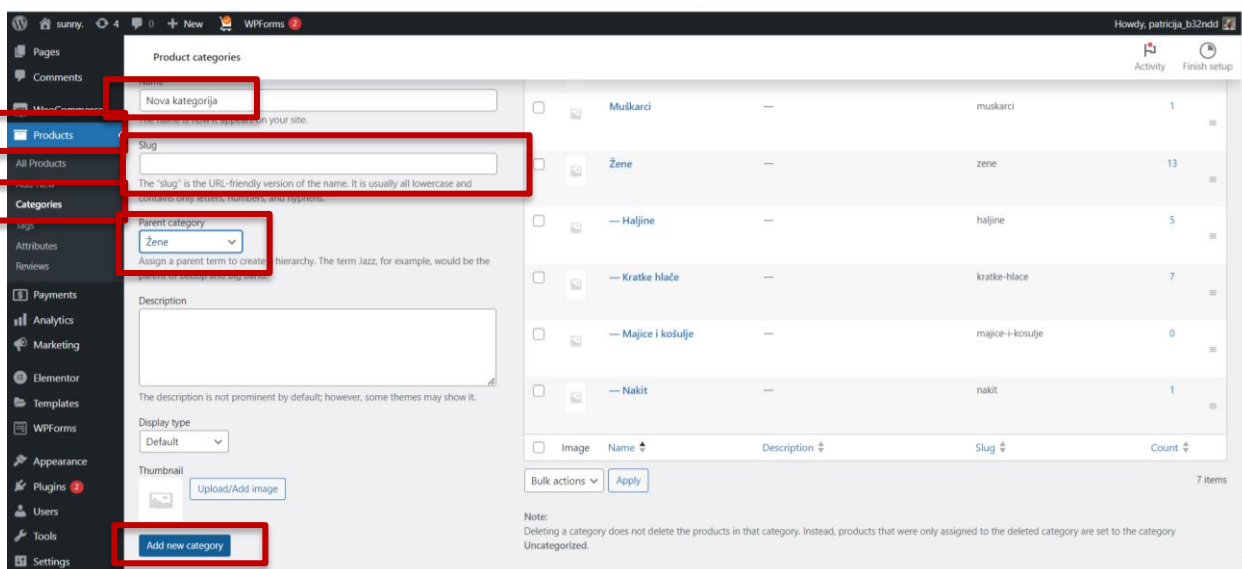


Slika 8.11. Uređivanje varijacija (Izvor: Vlastita fotografija)

8.3.2. Kategorije proizvoda

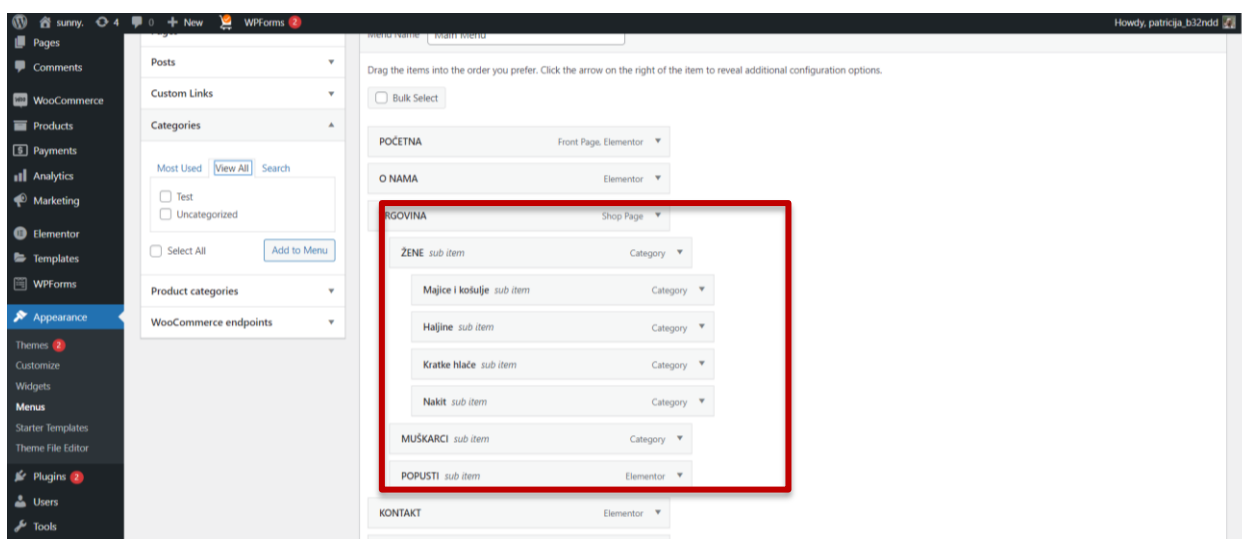
Da bi se kupci lakše snalazili na trgovini, bitno je kategorizirati proizvode. U ovom se primjeru radi o odjeći, stoga je moguće osmisliti nekoliko kategorija: žene, muškarci i nakit. Potom je moguće osmisliti potkategorije, primjerice žene- majice, haljine, kratke hlačice i tako dalje.

Kategorije se dodaju na način da odemo na „Products“ i u padajućem izboru se odabere „Categories“. Prvo se napiše ime nove kategorije, potom joj se može dodati putanja (eng. slug), odnosno kako će izgledati link kada se klikne ta kategorija. Također, može se dodati roditeljska kategorija. Primjerice, roditeljska kategorija od haljina – su žene što je prikazano na slici 8.12. Podešavanjem svih postavki, naposljetku je potrebno kliknuti na „Add new category“ na dnu stranice i nova kategorija bit će dodana.



Slika 8.12. Dodavanje kategorija (Izvor: Vlastita fotografija)

Kako bi kategorije bile dodane u izbornik, potrebno je otići u Appearance > Menus > Categories > View all i odabrati određenu kategoriju koju želimo dodati u izbornik. Nakon što je kategoriju odabrana, može se uvući udesno i na stranici će se ponašati kao padajući izbornik. Primjer se nalazi na Slici 8.13..

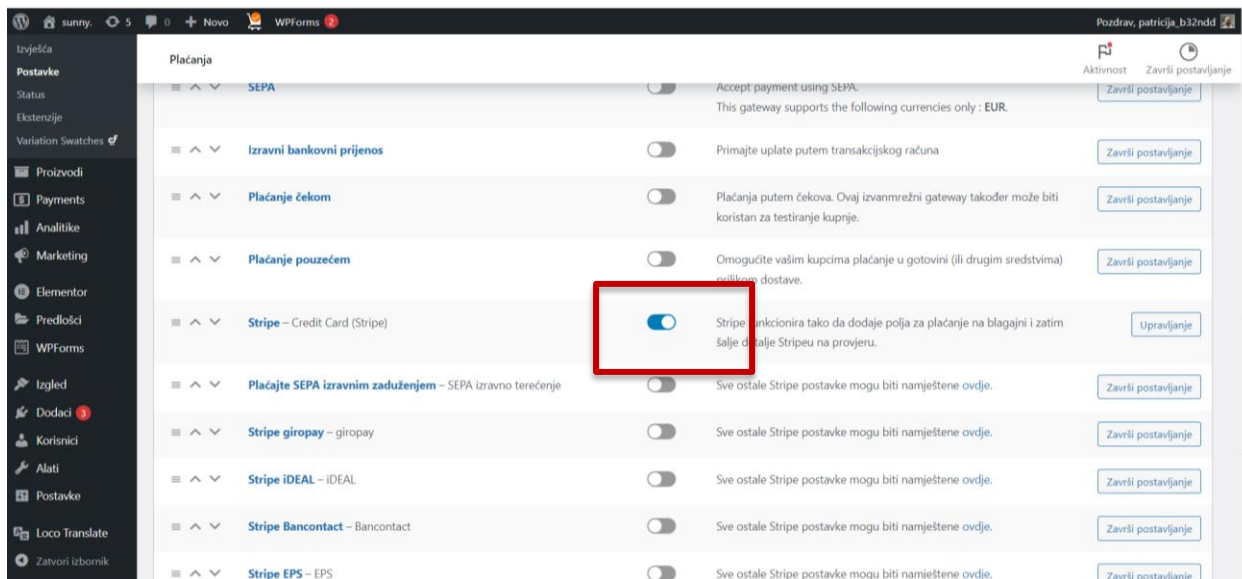


Slika 8.13. Prikaz dodavanja kategorija u izbornik (Izvor: Vlastita fotografija)

8.4. Sustav za naplatu

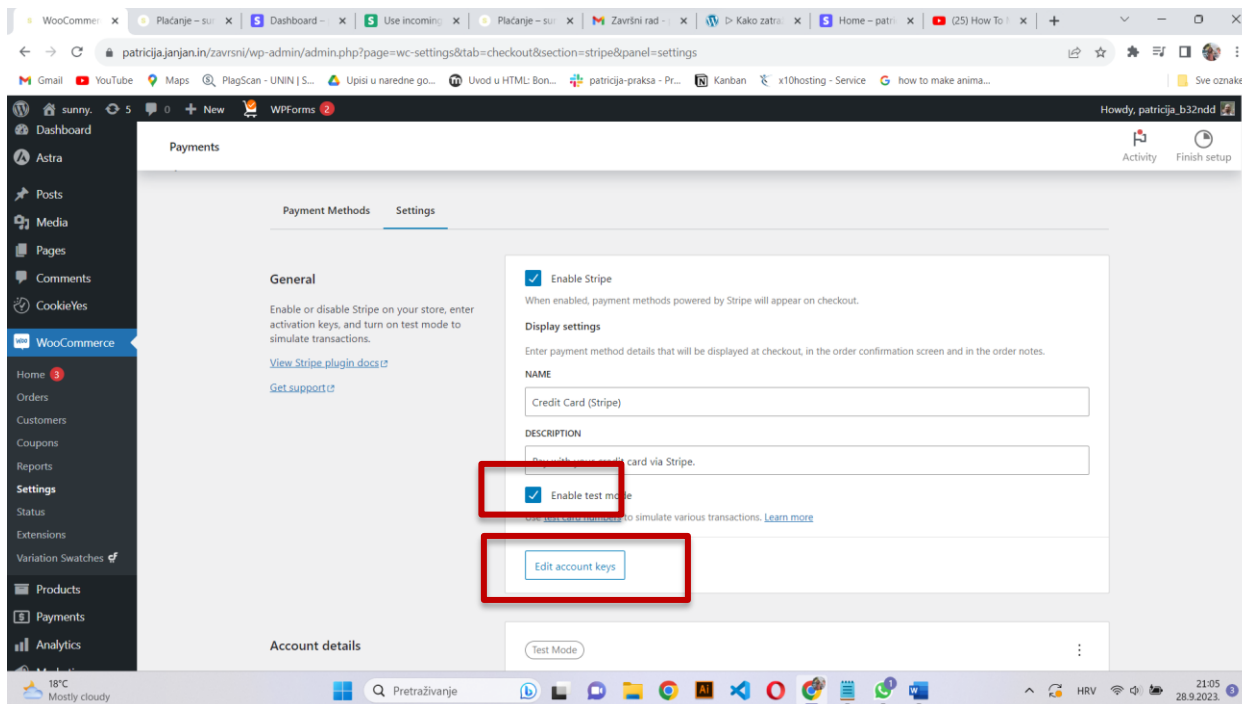
Neophodan dio svake funkcionalne web trgovine je sustav za naplatu. Kako bi plaćanje bilo sigurno, potrebno je koristiti vjerodostojnu platformu naplate. U ovom je radu korištena platforma Stripe.

Prvi korak izrade stranice za naplatu je instalacija dodatka Stripe u WordPressu. Nakon instalacije dodatka, potrebno je odabrati WooCommerce > Postavke te u izborniku odabrati Plaćanja. Potrebno je pokrenuti Stripe – Credit Card (Stripe).



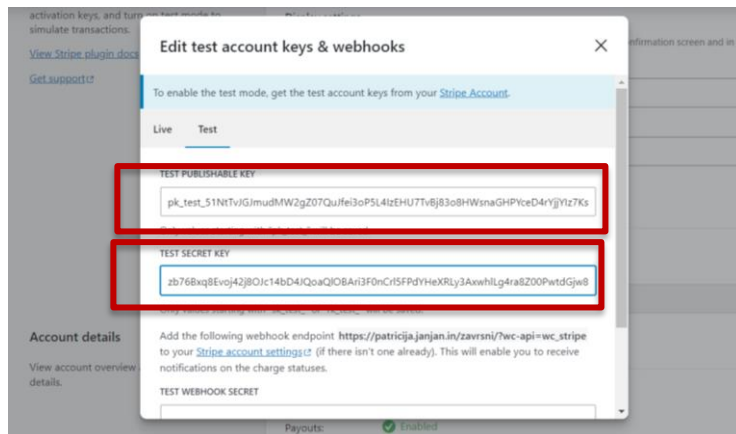
Slika 8.14. Instalacija sustava za naplatu Stripe (Izvor: Vlastita fotografija)

Sljedeći je korak izrada računa na stranici stripe.com. Kada se kreira, potrebno je vratiti se u WordPress i prijaviti se na prethodno kreirani račun. Pojavljuju se postavke koje se nalaze na Slici 8.15. Potrebno je označiti kućicu „Enable test mode“ jer će se koristiti samo demonstracija narudžbe bez plaćanja.



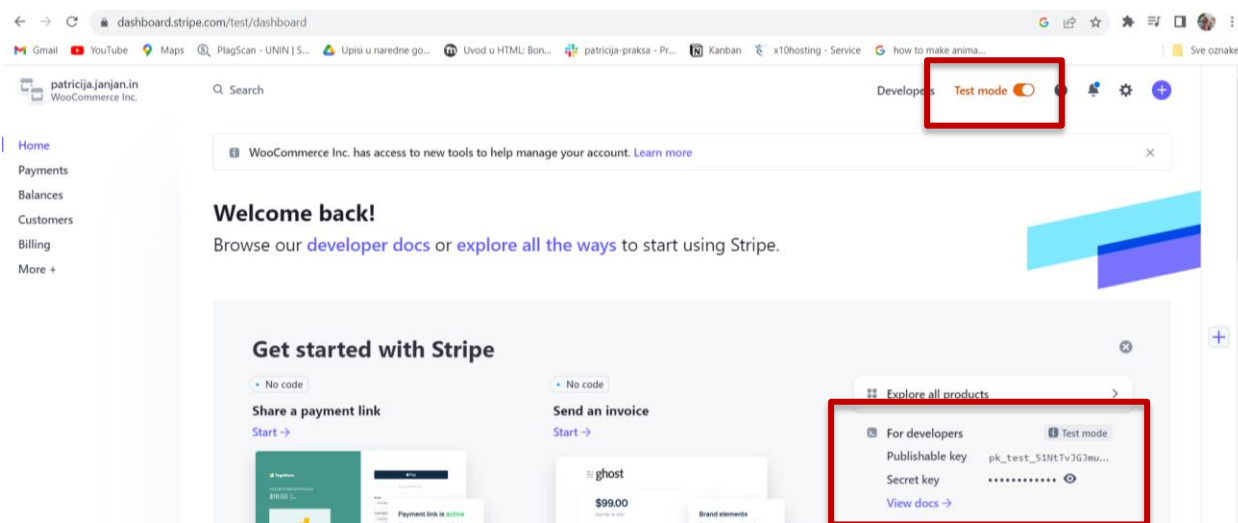
Slika 8.15. Prikaz procesa pokretanja sustava Stripe (Izvor: Vlastita fotografija)

Klikom na „Edit account keys“ otvara se iskočni prozor u kojeg unosimo Test Publishable Key i Test Secret Key.



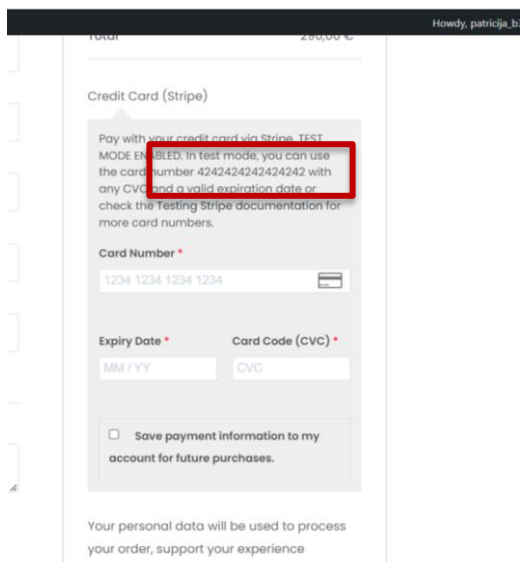
Slika 8.16. Umetanje potrebnih ključeva (Izvor: Vlastita fotografija)

Kako bi se potrebni ključevi dobili, potrebno je vratiti se na stranicu Stripe i odabrati „Test mode“. Tim odabirom generiraju se ključevi koji su potrebni za funkcioniranje Stripe dodatka. Ključeve je potrebno kopirati i zalijepiti na pripadajuća mjesta.

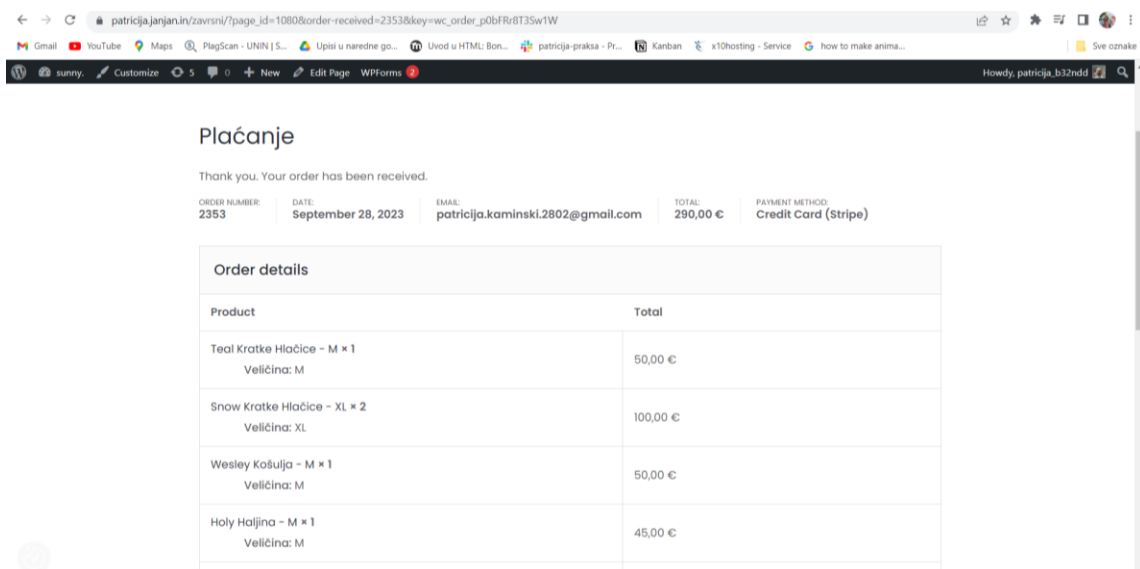


Slika 8.17. Prikaz kreiranja probne verzije naplate (Izvor: Vlastita fotografija)

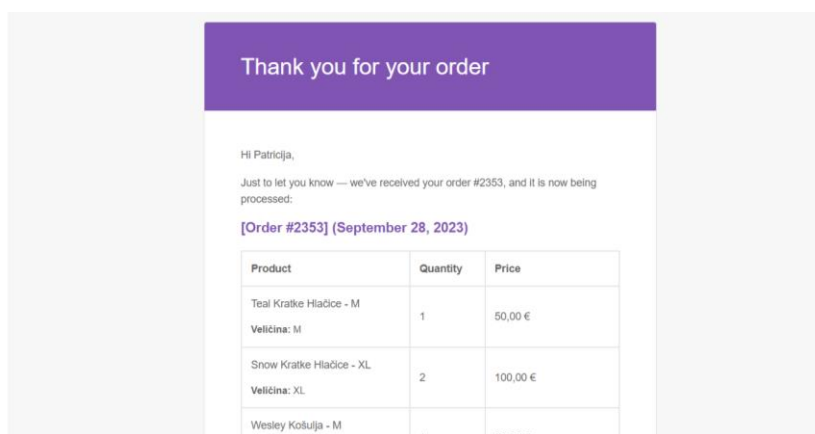
Kada su sve potrebne postavke podešene, potrebno ih je spremiti. Nakon toga omogućene su testne narudžbe na stranici. Predložen je zadani broj kartice, potrebno je dodati bilo koji datum no nužno je da bude nakon trenutnog, te u CVC upisujemo bilo koje tri brojke.



Slika 8.18. Prikaz probnog broja kartice (Izvor: Vlastita fotografija)



Slika 8.19. Prikaz izvršene narudžbe (Izvor: Vlastita fotografija)



Slika 8.20. Prikaz dobivene e-pošte nakon izvršenja narudžbe (Izvor: Vlastita fotografija)

9. Zaključak

U ovom radu se istražila izrada web trgovine pomoću WordPress CMS platforme i pripadajuće WooCommerce ekstenzije. Analizirao se dizajn, funkcionalnost, sigurnost i optimizacija kako bismo bolje razumjeli proces izrade.

WordPress CMS u ekstenziji s WooCommerce ekstenzijom je moćan alat za stvaranje visokokvalitetnih web trgovina. WooCommerce omogućava prilagodbu trgovine i jednostavno upravljanje proizvodima, narudžbama i korisnicima, dok WordPress nudi raznolik izbor tema i dodataka koji utječu na izgled same stranice, odnosno trgovine. Za dodatno uređivanje stranice koristio se uređivač Elementor koji je pokazao da svojim intuitivnim grafičkim sučeljem olakšava stvaranje privlačnih i funkcionalnih stranica web trgovine bez potrebe dubokog poznavanja programiranja.

Kroz ovaj smo rad stekli tehničke vještine i naučili kako pristupiti dizajnu web trgovine prema njenim potrebama. Pružio nam je temeljno razumijevanje izrade web trgovine u razmatranom kontekstu, te nas opremio znanjem i vještinama potrebnim za uspješno suočavanje s izazovima ove industrije. Konačan zaključak je da se primjenom razmatranih alata može brzo i relativno jednostavno izraditi potpuno funkcionalna web trgovina koja je svojim izgledom i mogućnostima usporediva s profesionalnim, komercijalnim rješenjima.

10. Literatura

- [1] Matić, Tin. 2012. Pravo virtualnih pravnih odnosa: Elektronička trgovina. Zagreb. Narodne novine d.d.
- [2] VSC PRO + Blog (Pavković, Marijana) - <https://www.vsc-pro.com/razvoj-internet-trgovine-do-danasnjih-dana/5/blog/>
- [3] GRM digital - <https://www.grm.digital/bs/blog/ui-ux-design-basics>
- [4] Garača, Željko. 2008. Poslovni informacijski sustavi. Split. Ekonomski fakultet split
- [5] PANTHEON - <https://www.datalab.hr/blog/elektronicko-poslovanje-kako-sto-gdje/>
- [6] Prednosti i nedostaci e-poslovanja - <https://sasastevanovicblog.wordpress.com/prednosti-i-nedostaci-e-poslovanja/>
- [7] E-commerce - Business models - <https://www.tutorialspoint.com/e-commerce/e-commerce-business-models.htm>
- [8] KINSTA, What is a Content Management System - <https://kinsta.com/knowledgebase/content-management-system/>
- [9] Enonic – The Essential History of CMS - <https://enonic.com/blog/the-history-of-cms--what-has-happened>
- [10] Zrinski, Petar – Što je WordPress? - <https://www.petarzrinski.hr/sto-je-wordpress/>
- [11] Hostinger – What is a WordPress theme? (Maulidina, M.) - https://www.hostinger.com/tutorials/what-is-a-wordpress-theme#What_Is_a_WordPress_Theme
- [12] Virtualna tvornica – WooCommerce prednosti i nedostaci - <https://www.virtualnativornica.com/woocommerce-prednosti-i-nedostatci/>

Popis slika

Slika 2.1. Prikaz kategoriziranja proizvoda (Izvor: Screenshot: https://www.allbirds.eu/).....	3
Slika 2.2. Prikaz detaljnog opisa proizvoda (Izvor: Screenshot: https://www.allbirds.eu/)	4
Slika 2.3. Recenzije i dio s FAQ (Izvor: Screenshot: https://www.allbirds.eu/).....	5
Slika 3.1. B2C Model poslovanja (Izvor: [7]).....	7
Slika 5.1. Besplatni web hosting (Izvor: Screenshot: https://000webhost.com).....	9
Slika 5.2. Prikaz procesa instaliranja WordPress-a (Izvor: Screenshot: https://000webhost.com)..	10
Slika 5.3. Proces instalacije WordPress-a (Izvor: Screenshot: https://000webhost.com)	10
Slika 5.4. Prijava u WordPress (Izvor: Vlastita fotografija)	11
Slika 5.5. Početna stranica u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija).....	11
Slika 6.1. Instalacija tema u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija)	12
Slika 7.1. Instalacija dodataka u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija)	13
Slika 7.2. Instaliranje dodatka „Starter templates“ (Izvor: Vlastita fotografija).....	13
Slika 7.3. Brisanje dodataka (Izvor: Vlastita fotografija)	14
Slika 7.4. Postavke u „General“ dijelu u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija)	15
Slika 7.5. Prikaz „Products“ dijela u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija)	16
Slika 7.6. Prikaz „Shipping“ dijela u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija).....	16
Slika 7.7. Prikaz dodavanja zona dostave (Izvor: Vlastita fotografija)	17
Slika 7.8. „Accounts and privacy“ dio u WooCommerce-u (Izvor: Vlastita fotografija)	17
Slika 7.9. Primjer korištenja Loco Translate dodatka (Izvor: Vlastita fotografija).....	18
Slika 7.10. Primjer prevođenja s Loco Translate dotatkom (Izvor: Vlastita fotografija)	18
Slika 7.11. Prikaz sučelja u Cookies panelu u WordPress-u (Izvor: Vlastita fotografija).....	19
Slika 7.12. Prikaz prilagođavanja Cookies-a (Izvor: Vlastita fotografija).....	19
Slika 8.1. Prikaz uređivanja pomoću Elementora (Izvor: Vlastita fotografija).....	20
Slika 8.2. Način uređivanje u Elementoru (Izvor: Vlastita fotografija)	21
Slika 8.3. Responzivnost (Izvor: Vlastita fotografija)	22
Slika 8.4. Prostor za dodavanje novih elemenata (Izvor: Vlastita fotografija)	22
Slika 8.5. Gotovi elementi koji se mogu ubaciti na stranicu (Izvor: Vlastita fotografija).....	23
Slika 8.6. Izrada izbornika (Izvor: Vlastita fotografija).....	24
Slika 8.7. Dodavanje prozirnog izbornika (Izvor: Vlastita fotografija).....	24
Slika 8.8. Customize (Izvor: Vlastita fotografija)	25
Slika 8.9. Prikaz „Customize“ izbornika (Izvor: Vlastita fotografija).....	25
Slika 8.10. Dodavanje atributa (Izvor: Vlastita fotografija)	26
Slika 8.11. Uređivanje varijacija (Izvor: Vlastita fotografija)	27

Slika 8.12. Dodavanje kategorija (Izvor: Vlastita fotografija).....	28
Slika 8.13. Prikaz dodavanja kategorija u izbornik (Izvor: Vlastita fotografija)	28
Slika 8.14. Instalacija sustava za naplatu Stripe (Izvor: Vlastita fotografija).....	29
Slika 8.15. Prikaz procesa pokretanja sustava Stripe (Izvor: Vlastita fotografija).....	29
Slika 8.16. Umetanje potrebnih ključeva (Izvor: Vlastita fotografija).....	30
Slika 8.17. Prikaz kreiranja probne verzije naplate (Izvor: Vlastita fotografija)	30
Slika 8.18. Prikaz probnog broja kartice (Izvor: Vlastita fotografija).....	31
Slika 8.19. Prikaz izvršene narudžbe (Izvor: Vlastita fotografija)	31
Slika 8.20. Prikaz dobivene e-pošte nakon izvršenja narudžbe (Izvor: Vlastita fotografija).....	31



IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Patricija Kaminski (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/ (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Izrada web trgovine primjenom WordPress CMS platforme (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

Patricija Kaminski
(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.