

# Utjecaj web dizajna kod web trgovina

---

**Zadro, Luka**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

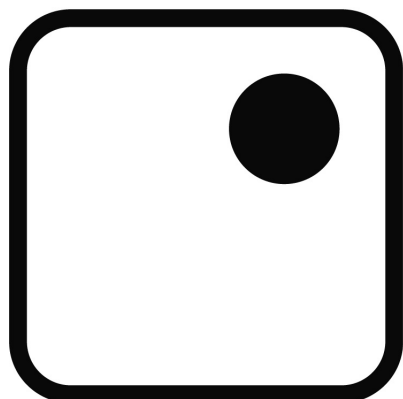
**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:949124>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-08**



*Repository / Repozitorij:*

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**GRAFIČKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

Luka Zadro

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**

**GRAFIČKI FAKULTET**

Tehničko-tehnološki

# **ZAVRŠNI RAD**

**Utjecaj web dizajna kod web trgovina**

Mentor:

doc.dr.sc. Maja Rudolf

Student:

Luka Zadro

Zagreb, 2022.



## SAŽETAK

U ovom završnom radu uspoređene su prve Hrvatske web trgovine s današnjim modernijim dizajnom web trgovina, te je opisan početak razvoja web trgovina u svijetu. Navedene su prve web trgovine u svijetu, te deset prvih web trgovina u Hrvatskoj. Prve popularne web trgovine koje su i dan danas na samom vrhu internet poslovanja u cijelome svijetu, te ukratko prikazane i uspoređene iste stranice, ali za različite države. Prikazane su najbolje ili najpopularnije web trgovine u Hrvatskoj koje se trenutno najviše posjećuju i koje najbolje posluju. Uspoređene su dvije najbolje web trgovine, njihov sam dizajn, od naslovne stranice i njihovih proizvoda. Opisani su razni načini za izradu web stranica, od onih jednostavnih za koje ne treba previše znanja kao što su *website builderi*. Onih koji su malo kompliciraniji, ali sa puno više mogućnosti kao što je WordPress. Tu su također i onih koji su puno kompliciraniji te koji zahtijevaju vještine i znanja u programskih jezicima, a to su naravno HTML (*HyperText Markup Language*), CSS (*Cascading Style Sheets*). Te na kraju onaj najpopularniji, ali možda i najteži od svih JavaScript.

Istraživački dio je proveden putem online ankete. Plan istraživanja je temeljen na odabranim dizajnom web trgovina. Putem ankete istraženo je koliko zapravo utjecaj dizajna znači prilikom kupnje raznih proizvoda. U anketi prvo saznajemo osnovne podatke o kupcu, koliko često zapravo ljudi kupuju online. Zatim za odabrane web trgovine najprije je prikazana sama naslovna stranica koju otvaramo prilikom „ulaženja“ u web trgovinu, tj. otvaranjem web stranice, zatim uspoređujemo sadržaj izbornika za proizvode. U anketi saznajemo kakav padajući izbornik je najbolji, kako bi trebao biti prikazan odabrani proizvod, kako bi košarica za plaćanje trebala izgledati te na kraju saznajemo koliko je zapravo bitan izgled web trgovine pri kupnji i koliko on utječe kod potrošača na izbor proizvoda preko web trgovine.

Cilj ovog završnog rada je istražiti koliki je utjecaj web dizajna na potrošače prilikom biranja web trgovine. Web dizajneri pažljivo prate gdje se potrošači najviše zadržavaju, te tako diktiraju i kreiraju trendove i direktno utječu na njihov odabir. Hipoteze istraživanja su da dizajn web stranice ima veliku ulogu u odabiru web trgovine prilikom kupnje raznih proizvoda. Dobro dizajnirana stranica može direktno imati utjecaj na kupca i njegov odabir. Te na kraju napraviti web stranicu uzimajući u obzir mišljenje ispitanika i svoj osoban

Ključne riječi: web, trgovina, dizajn, internet

## ABSTRACT

In this final work, the first Croatian web stores are compared with today's more modern design of web stores, the development of web stores in the world as it begins is described. The first web stores in the world and ten first web stores in Croatia are listed. The first popular web stores that are still at the top of internet business in the whole world, and briefly presented and compared the same pages but for different countries. The best or most popular web stores in Croatia, which are currently visited the most and which do the best business, are shown. Two of the best web stores were compared, their very design, from the front page and their products. Various ways to create websites are described, from simple ones that do not require too much knowledge, such as website builders, to those that are a little more complicated but with many more options, such as WordPress, and finally to those that are much more complicated and require skills and knowledge in programming languages, which of course are HTML (HyperText Markup Language), CSS (Cascading Style Sheets) and the most popular but perhaps the most difficult of all, JavaScript.

The research part was conducted through an online survey. The research plan is based on the selected design of web stores, through a survey it was investigated how much the influence of design actually means when buying various products. In the survey, we first find out how often people actually buy online, and which age groups use web stores the most, then the front page of the selected web store is first displayed, which we open when "entering" the web store, i.e. by opening the website, then we compare the menu content for products. In the survey, we find out what kind of drop-down menu is best, how the selected product should be displayed, how the payment basket should look, and finally we find out how important the appearance of the web store is when making a purchase and how much it influences people to buy products online.

The goal of this final work is to investigate the impact of web design on consumers when choosing a web store. Web designers carefully monitor where consumers stay the most, thus dictating and creating trends and directly influencing their choices. The hypotheses of the research are that the design of the website plays a big role in choosing a web store when buying various products. A well-designed page can directly influence the customer and his choice.

Key words: web, store, design, internet

## Sadržaj

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>2. POVIJEST WEB TRGOVINA</b> .....	2
2.1. Prvi web shopovi.....	3
2.2. Prve web trgovine u Hrvatskoj.....	4
2.2.1. Advent.hr (2000.god).....	4
2.2.2. Jelen.hr (2001.god).....	5
2.2.3. Frigo-kor.hr (2001. god) .....	6
2.2.4. Vrutak.hr (2003.god).....	7
2.2.5. Mobis.hr (2003.god).....	8
2.2.6. Superknjizara.hr (2002.god).....	10
2.2.7. Dobartek.hr (1999. god).....	11
2.2.8. Lukvel.hr (2001.god) .....	12
2.2.9. ADM.hr (2004.god) .....	13
2.2.10. Git.hr (2000.).....	14
2.3. Prve popularne web trgovine u svijetu.....	15
<b>3. WEB TRGOVINE DANAS</b> .....	17
3.1. Web trgovine u Hrvatskoj .....	19
<b>4. NAČINI IZRADE WEB STRANICE</b> .....	22
4.1. Website builder .....	23
4.2. Content Managment System (CMS).....	24
4.3. Programski jezici (HTML, CSS, JavaScript).....	25
<b>5. ISTRAŽIVAČKI DIO</b> .....	27
5.1. Svrha istraživanja.....	27
5.2. Cilj istraživanja .....	27
5.3. Hipoteze .....	27
5.4. Metoda istraživanja.....	27
<b>6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA</b> .....	29
<b>7. PRAKTIČNI DIO (WEB TRGOVINA)</b> .....	44
<b>8. ZAKLJUČAK</b> .....	52
<b>9. LITERATURA</b> .....	53

## 1. UVOD

U svijetu interneta te njegove jednostavnosti mnoge trgovine imaju svoju web stranicu pomoću koje možemo kupiti proizvod iz udobnosti doma, te upravo zbog te jednostavnosti mnogo ljudi sa svojih mobilnih uređaja ili računala naručuju to jest kupuju ili ipak samo traže najpovoljnije cijene. Mnogo ljudi neće dugo ostati na web stranicama koje izgledaju nedovršeno, neuredno isto kao što ne bi vjerojatno ušli u dućan koji je neuredan i neorganiziran. Zbog toga je bitan dizajn web stranice i njegova jednostavnost. Bitno je za web trgovinu kad osoba uđe u određeni web shop da joj je lagano naći ono šta joj je potrebno, zapravo ono što traži.

U početku web trgovine su bile nepouzdana, bilo je slučajeva gdje bi kupci naručili mobilni uređaj te dobili zapakiranu ciglu, bilo je nepovjerenja kod ljudi koji nisu htjeli platiti proizvod prije nego ga vide, te nisu vjerovali da će zaista dobiti proizvod koji je prikazan na fotografiji i opisu. No što više tehnologija napreduje to se više ljudi okreće prema *online* „šoping“ zbog njegove jednostavnosti i u dosta slučajeva zato što je povoljnije od odlaska u trgovinu.

Udio kupnje putem interneta vrlo je porastao čak i prije pandemije Covida-19, no ulaskom velikog dijela svijeta u „*lockdown*“, internet trgovanje je doživjelo jako veliki rast. Naime naziv za sve poslovne transakcije koje se putem interneta obavljaju se zove *eCommerce* što je skraćena od „*electronic commerce*“).



## 2. POVIJEST WEB TRGOVINA

Jedan od najranijih oblika trgovina koja se odvijala putem interneta je bila od IBM-a, naime njegova *online* obrada transakcija razvila se 1960-ih godina, koja je omogućila obradu financijskih transakcija u stvarnom vremenu. Računalni sustav za rezervaciju karata napravljen za avio kompaniju American Airlines pod nazivom „*semi-automatic buisness research environment* (skraćena SABRE) je bila jedna od njegovih primjena. Tamo su računalni terminali smješteni u različitim putničkim agencijama bili povezani s velikim IBM *mainframe* računalom (glavno računalo), koje je istovremeno obrađivalo transakcije i koordiniralo ih tako da su svi putnički agenti imali pristup tim istim informacijama u isto vrijeme. U nekom trenutku između 1971. godine i 1972. studenti na Stanfordu i MIT-u su upotrijebili internetsku vezu ARPANET kako bi sklopili dogovor o razmjeni narkotika marihuane, ali interakcija se ne može kvalificirati kao e-trgovina jer se nije plaćanje obavilo preko interneta. [1]

Pojava internetskih trgovina kakva je danas poznata razvila se s pojavom interneta, u početku je to bilo samo za oglašavanje tvrtki, pružanje informacija o njihovim proizvodima. Brzo je s ovog jednostavnog programa prešlo na stvarnu transakciju kupnje preko interneta zahvaljujući razvoju interaktivnih web stranica i sigurnih procesa kupnje. Konkretno rast interneta kao sigurne opcije za kupnju razvio se 1994. godine prvom prodajom Stingovog albuma „*Ten Summoner's Tale*“. Cvijeće, čokolade i vino ubrzo su bili među prvim maloprodajnim kategorijama koje su potaknule rast internetske kupovine. Istraživači su otkrili da je posjedovanje proizvoda koji su prikladni za e-trgovinu ključni pokazatelj internetskog uspjeha. Mnogi od tih proizvoda su dobro prošli jer se radilo o jednostavnim stvarima koje kupac nije morao osobno pogledati ili opipati da bi kupili nego su znali o čemu je točno riječ. Ali važno je također da je u ranim danima bilo jako malo kupaca na mreži i bili su iz uskog kruga: imućni, muškarci, 30+ godišnjaci te oni koji su poznavali tehnologiju. Mrežna kupnja daleko je napredovala od tih ranih dana. [1]

Za puno ljudi, Internet trgovina je postala jako važan aspekt života.

Nagađa se da će do 2023. e-trgovina činiti 22% sve ukupne maloprodajne kupnje diljem svijeta.

## 2.1. Prvi web shopovi

1980-ih pokrenuta je prva svjetska e trgovina. Točnije 1982 godine u Bostonu otvorena je prva *online* trgovina koja je prodavala i kupovala korištena računala pod nazivom „*The Boston Computer Exchange (BCE)*“. Pokretanje BCE prethodilo je pojavi *World Wide Web-a* (WWW). [2]

1990-ih kreću velike internet trgovine, internet je tada počeo biti globalna komunikacija i veza među ljudima. 1995. najpopularniji web preglednik bio je Netscape, koji je imao oko 10 milijuna korisnika u cijelome svijetu. Iste te godine, danas među najbogatijim ako ne i najbogatiji čovjek Jeff Bezos pokreće Amazon koji je danas najpopularnija web trgovina, u početku je prodavao samo knjige, te je kompanija odmah vidjela ogroman znak za uspjeh, zato što je u prvih 30 dana pokretanja web trgovine bilo 45 različitih zemalja prema kojima su proizvodi bili isporučeni. [2]

2000-ih je web trgovanje postajalo sve učestalije, lakše prihvaćeno od većine, mnogo jaka imena u svijetu su se oglašavala preko interneta. Google 2000. godine predstavlja alat pod nazivom Google AdWords kao *online* oglašivački alat za tvrtke kako bi promovirali svoje proizvode. Time započinje era oglašavanja s plaćanjem po kliku. 5 godina kasnije Amazon predstavlja svoj članski paket Prime, koji svojim članovima omogućuje razne pogodnosti, kao što su besplatne brze dostave i popuste koje su samo oni dobivali. Prime korisnici plaćaju godišnju članarinu, te još uvijek postoji Amazon prime članski paket. [2][3]

2010-ih počinje pravo web trgovanje, u 2010-im e-trgovanje naglo počinje ubrzavati. Po prvi put u povijesti *online* trgovina i kupnje, *online* prodaja u SAD-u tijekom „*Cyber Monday-a*“ premašuje jednu milijardu dolara. Otprilike u isto vrijeme, lansiranje novih alata za digitalno plaćanje pomoglo je dodati ulje na vatru, kao na primjer pokretanje Apple Pay-a 2014 godine potrošačima je jako olakšalo plaćanje proizvoda zato što su mogli platiti brzo i sigurno preko svog mobitela točnije iPhone-a. [2]

2020-e to jest današnjica, svi smo bar jednom kupili nešto preko interneta. Bilo to iz Hrvatske ili svijeta, većina ljudi je upoznata sa platformama eBay, Amazon ili čak kineskom stranicom Ali Express. Pandemija je dala vjetar u leđa *online* kupnji zato što su ljudi mogli iz udobnosti svog doma naručiti stvari za koje su trebali ići u trgovinu, no i *lockdown* je onemogućavao ljudima ići u trgovine, pa su bili primorani kupiti *online*.

U svibnju 2020. godine e-trgovine su zabilježile prodaju od 82,5 milijardi dolara, što je porast čak 77% u odnosu na prethodnu godinu. [2][4]

Bez obzira što se svijet polako počeo otvarati to jest izlaziti iz pandemije COVID-a očekuje se da će se internetska kupnja nastaviti širiti i jačati, te se očekuje da će do 2023. godine internetska kupnja činiti 22% ukupne maloprodaje diljem svijeta. [3]

## 2.2. Prve web trgovine u Hrvatskoj

Prema podacima iz 2016. godine čak 45% Hrvata koji imaju Internet prošle (2015.god) je kupovalo preko interneta, no početak *online* trgovina u hrvatskoj započinje 2000. Godine. Tada mnogi ljudi nisu imali računalo, a i oni koji su imali su rijetko posjećivali internet stranice. U to doba nije bilo puno domena koje su završavale na .hr, u takvoj atmosferi bilo je i onih koji su otvarali svoje web trgovine, točnije *online* kataloge zato što je funkcioniralo na način da se vidi što trgovina prodaje te se naruči preko telefona no možemo reći da je i to kupovina *online*. [6]

Neke od prvih hrvatskih web trgovina su:

### 2.2.1. Advent.hr (2000.god)

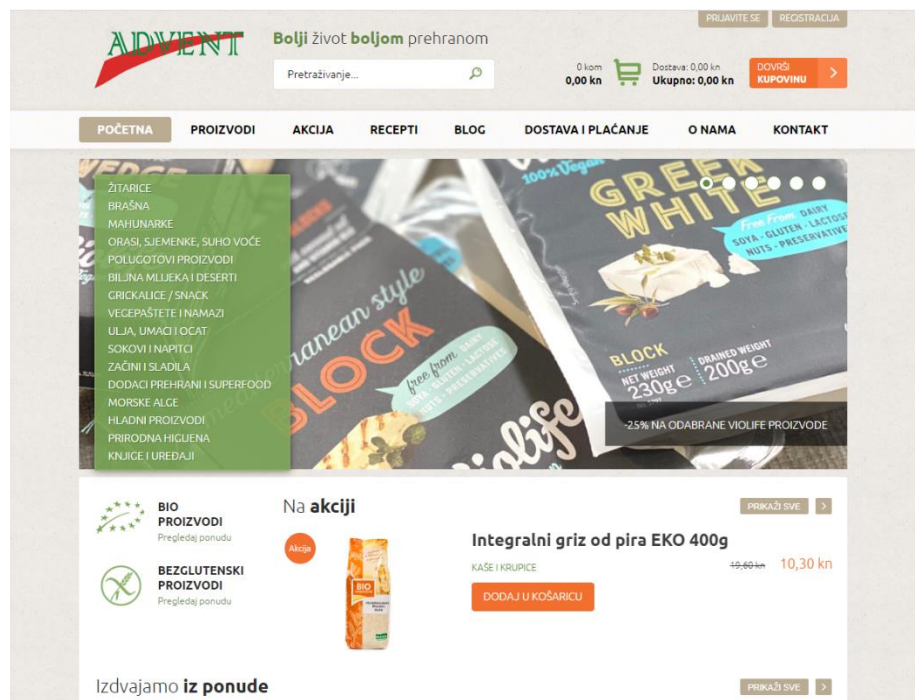
Advent.hr web trgovina je internetska trgovina od tvrtke Advent. Tvrtka koja je prodavala zdravu hranu u Hrvatskoj, zapravo oni su jedni od prvih distributera zdrave hrane kod nas. Danas još uvijek posluju, imaju još uvijek svoju web trgovinu, a bili su jedni od prvih sa *online* trgovinom. Na slici 1 prikazana je web stranica iz 2000. godine.



Slika 1. Web trgovina advent.hr iz 2000. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Na slici 2 vidljivo je da se radi o novijoj web stranici, modernijem dizajnu te jednostavnijem sučelju. Zelena boja je i dalje vidljiva zbog njezine simbolike za zdravu prehranu, te slogan iz „Zdrava hrana za kvalitetu života“ je zamijenjen jednostavnijim „Bolji život boljom prehranom“.

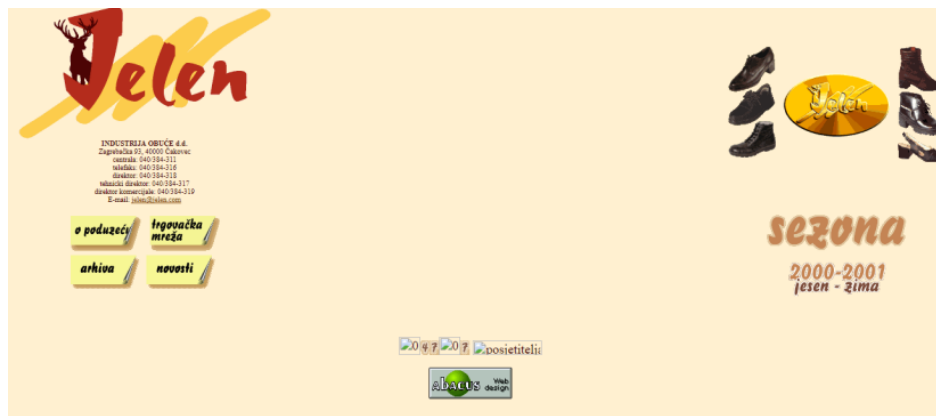


Slika 2. Web trgovina advent.hr iz 2000. god.

(Izvor: <https://www.advent.hr/>)

### 2.2.2. Jelen.hr (2001.god)

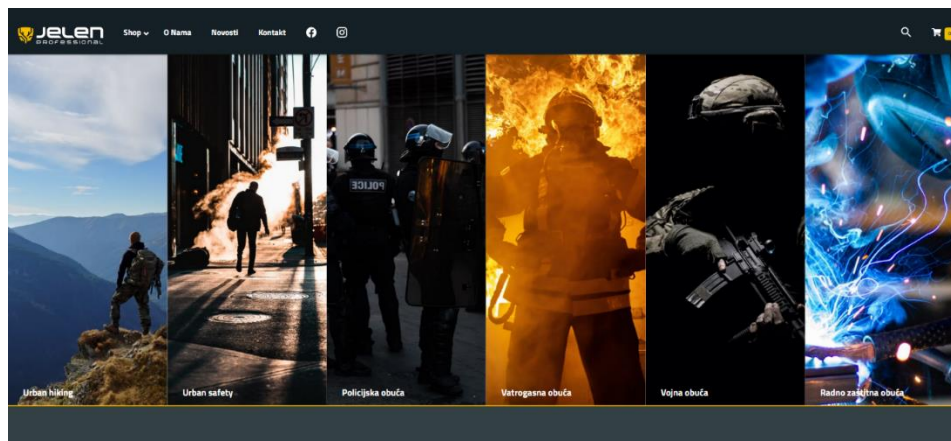
Web shop čakovečkog proizvođača zaštitne, policijske i radne obuće iz 1948. god. je prvi put objavljen 2001. godine sa svojim proizvodima. Zanimljivo je da je imao brojač posjetitelja, danas bi to bio jako dobar potez no brojke bi bile ogromne pošto danas ima više posjetitelja dnevno nego što je u počecima imao na tjednoj bazi. Na slici 3 vidljiv je dizajn stranice iz 2001. godine.



Slika 3. Web trgovina jelen.hr iz 2001. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Jelen.hr još i danas posluje jako dobro, prodaje planinarsku, zaštitnu, policijsku, vatrogasnu, vojnu i radno zaštitnu obuću. Današnji dizajn web trgovine, kao što je prikazano na slici 4, je jako dobar i lagan za koristiti. Zanimljivost je da se Jelen čizme nose i u Hong Kongu.



Slika 4. Web trgovina jelen.hr iz 2022. god.

(Izvor: <https://www.jelen.com>)

### 2.2.3. Frigo-kor.hr (2001. god)

Frigo-kor je tvrtka koja uvozi klima uređaje te ostale uređaje za hlađenje, 2001. godine njihov web je bio vrlo jednostavan i običan, kao što je vidljivo na slici broj 5. Imao je dvije stranice s ponudom mjeseca i novostima. Kao što je vidljivo na slici broj 6 danas im je web odličan i jednostavan za koristiti. Zanimljivost je da je njihov katalog izlazio na CD-u u obliku web stranice.



## Novosti

- Iako smo relativno mala tvrtka, ponovo dokazujemo da smo prije svega jedna od najprogressivnijih tvrtki na tržištu! Naime, širimo naše poslovanje i na druge velike gradove Hrvatske - uskoro otvaramo novu poslovnicu u Rijeci!
- Uskoro izlazi novi prezentacijski CD Frigo-kor-a. Na CD-u ćete moći naći kompletan katalog za 2000. godinu, u obliku web stranica. Za informacije nazovite tel broj. 01 / 249 55 00
- Snižene cijene kompresora Embraco

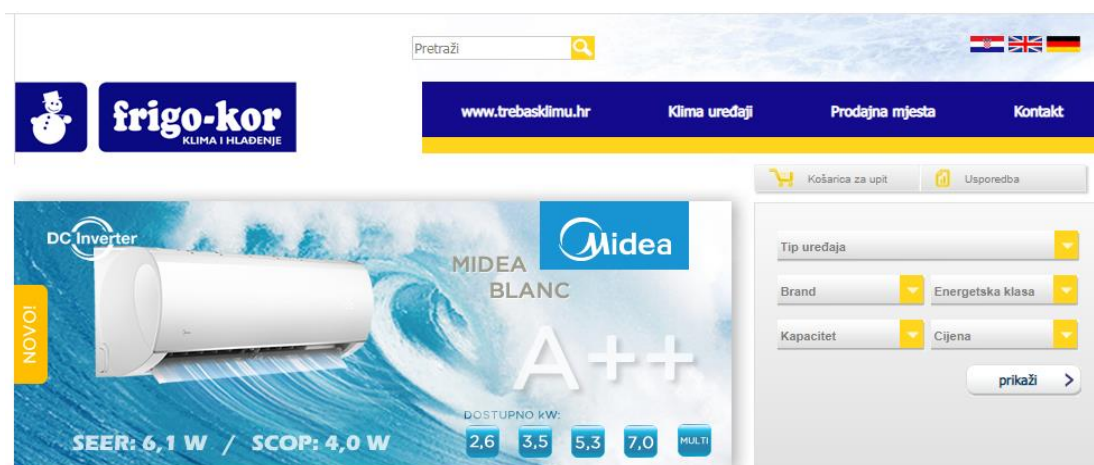
potpuno ekološki prihvatljivo \* super povoljne cijene \* popust na gotovinu \* kredit do 24 rate

EMBRACO TADIRAN YUETU Midea TOSHIBA

Slika 5. Web trgovina frigo-kor.hr iz 2001. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Odmah na početnoj stranici možemo uočiti veliki naglasak na klima uređaje, izdvojene nove proizvode, te vrlo jednostavan izbornik za odabir klima uređaja.

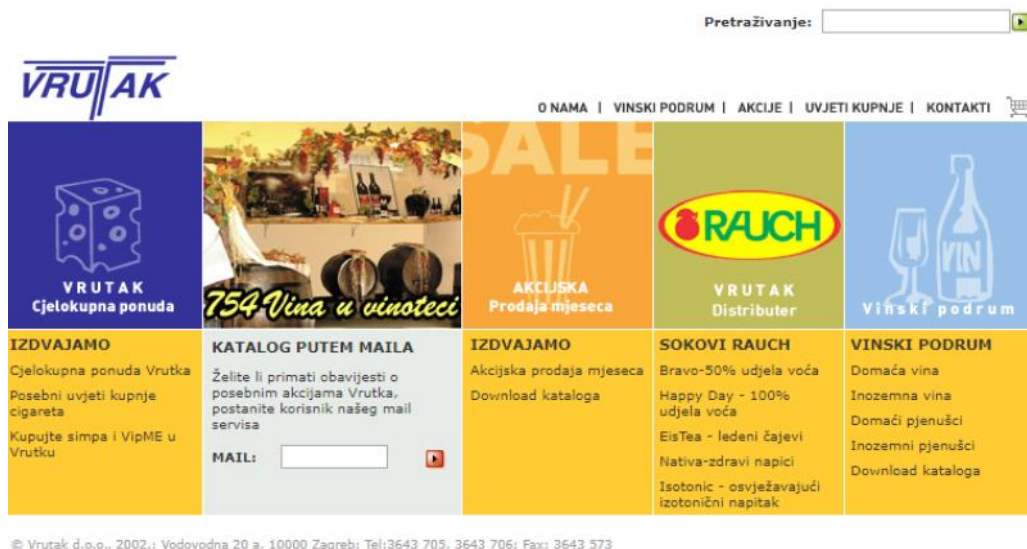


Slika 6. Web trgovina frigo-kor.hr iz 2022. god.

(Izvor: <http://www.frigo-kor.hr/>)

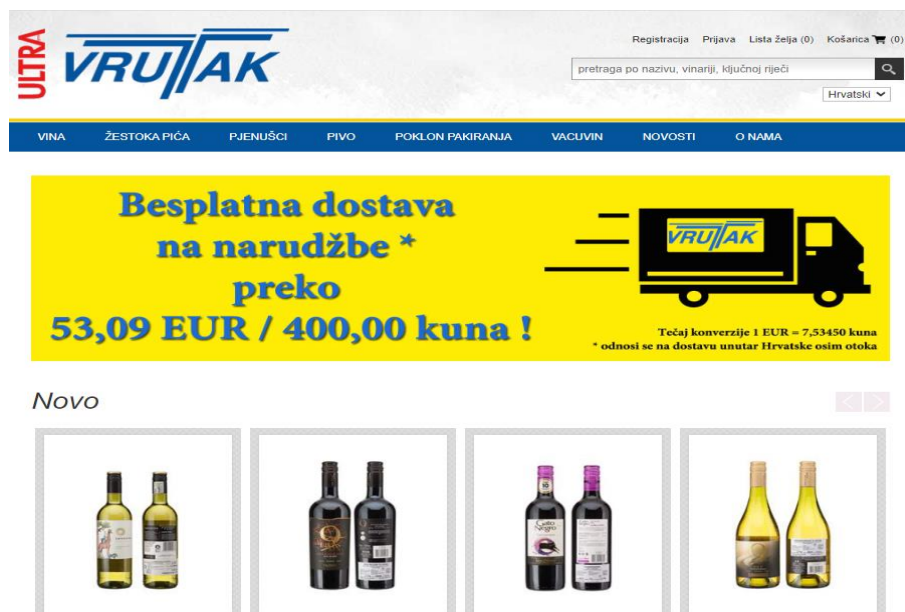
### 2.2.4. Vrutak.hr (2003.god)

Vrutak je dućan koji i danas posluje u prodavanju pića. 2003. godine su počeli prodavati *online* ali su bili usmjereni najviše na prodaju vina, no prodavali su i razne sokove. Web stranica kao što je vidljivo na slici 7 je bila jednostavna, 5 različitih područja gdje bi na naslovnici izdvojili par zanimljivosti.



Slika 7. Web trgovina vrutak.hr iz 2003. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)




Slika 8. Web trgovina vrutak.hr iz 2022. god.


(Izvor: <https://www.vrutak.hr/>)

## 2.2.5. Mobis.hr (2003.god)

Web shop koji već jako dugo posluje, prodaju mobitele na svom web shopu još od kad je legendarna Nokia 3310 bila vrhunac tehnologije. Radi se o web shopu jako duge i uspješne tradicije. Danas kao što je vidljivo na slici 9 imaju moderan dizajn sa jednostavnim sučeljem za korisnike.



**Mobis electronic d.o.o.**  
 Generalni ovlaštteni distributer i servis  
 Nokia mobilnih telefona za Hrvatsku i BiH  
 Heinzelova 95, 10 000 Zagreb  
[kontakt@site.nesi](http://kontakt@site.nesi)




**NOKIA**  
 CONNECTING PEOPLE

---

**WAP | MMS** Iskristite tehnološka mogućnosti svoje Nokije i nove usluge naših operatera - konfigurirajte [WAP | MMS >>](#)


Kupujte mobilne telefone i dodatnu opremu jednostavno i praktično preko našega webshopa!  
[>> MOBIS WERSHOP](#)



16. travnja 2003. Mobis electronic je otvorio NOKIA SHOP u središtu Zagreba, na Iblerovu trgu 2. Uz pomoć stručnoga i ljubaznoga osoblja, pronađite najnoviji Nokijin telefon za sebe - tu je i velik izbor originalne dodatne opreme, te odjeće marke Nokia.

**NOKIA SHOP U ZAGREBU!**

Za Nokiju 7650 i 3650 dostupan je program koji snima videozapise sa zvukom. Učitajte ga besplatno s Nokijinih stranica, zabavljajte se snimanjem, prebacite svoje filmove na računalo te ih pogledajte Multimedia playerom, koji je isto tako besplatno dostupan na Nokijinih stranicama! Program je u C++u, snimljeni zapisi su u 3GP formatu, veliki su oko 100 kB te traju do 15 sekunda. Linkovi su...  
[NOKIA 7650>>](#) [NOKIA 3650>>](#)



Za četvrto tromjesečje 2003. godine najavijen je izlazak uređaja Nokia N-Gage. Osim igraće konzole koja će koristiti Nokijino sučelje Serija 60 (resolucivost 176x208 pix, 4096 boja, poznato iz modela Nokia 7650 i Nokia 3650) te podržavati Symbian OS i Javu (J2ME), to je i tri-band GSM telefon s HSCSD-om, GPRS-om i Bluetoothom (osim za prijenos podataka i priključenje slušalica, služi i za igranje multiplayer igara). Audio uključuje AAC/MP3 player, stereo FM radio, integrirani handsfree... niti to nije sve, pogledajte [podrobniji opis >>](#)

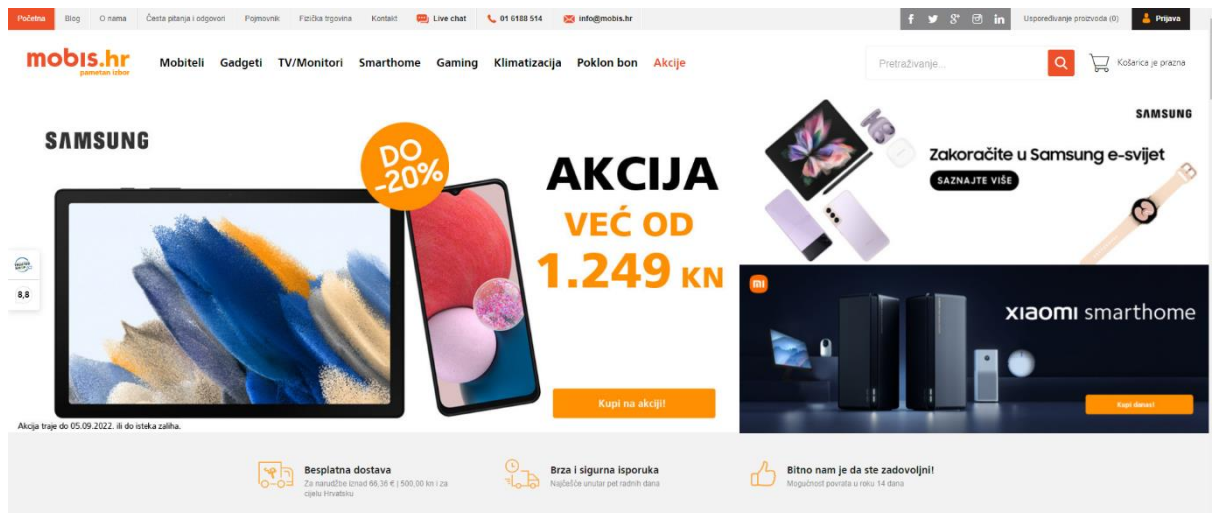
**Izaberite:**  
[O nama](#)  
[Naš servis](#)  
[Kupovina u našem webshopu](#)  
[Naši partneri](#)  
**Nokia mobilni telefoni:**  
[Nokia 2100](#)  
[Nokia 3310](#)  
[Nokia 3330](#)  
[Nokia 3410](#)  
[Nokia 3510](#)  
[Nokia 3510i](#)  
[Nokia 3650](#)  
[Nokia 5100](#)  
[Nokia 5210](#)  
[Nokia 5510](#)  
[Nokia 5100](#)  
[Nokia 6210](#)  
[Nokia 6310](#)  
[Nokia 6310i](#)  
[Nokia 6510](#)  
[Nokia 6610](#)  
[Nokia 6650 \(luskara\)](#)  
[Nokia 6800](#)  
[Nokia 7210](#)  
[Nokia 7250](#)  
[Nokia 7650](#)  
[Nokia 8210](#)  
[Nokia 8310](#)  
[Nokia 8910](#)  
[Nokia 8910i](#)

Slika 9. Web trgovina mobis.hr iz 2003. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Na slici 10 prikazana je web stranica trgovine mobis iz 2022. godine, može se uočiti da je sve uredno i pristupačno kupcima bez previše teksta gdje je na naslovnici izdvojeno nekoliko popularnijih proizvoda koje nudi trgovina. Na stranici iz 2003. god koja je vidljiva na slici 9 je previše teksta na naslovnici, izbornik sa svim uređajima nalazi se na desnoj strani dok je na sadašnjoj stranici (slika broj 10) to puno uređenije i spremljeno na zasebnom izborniku.



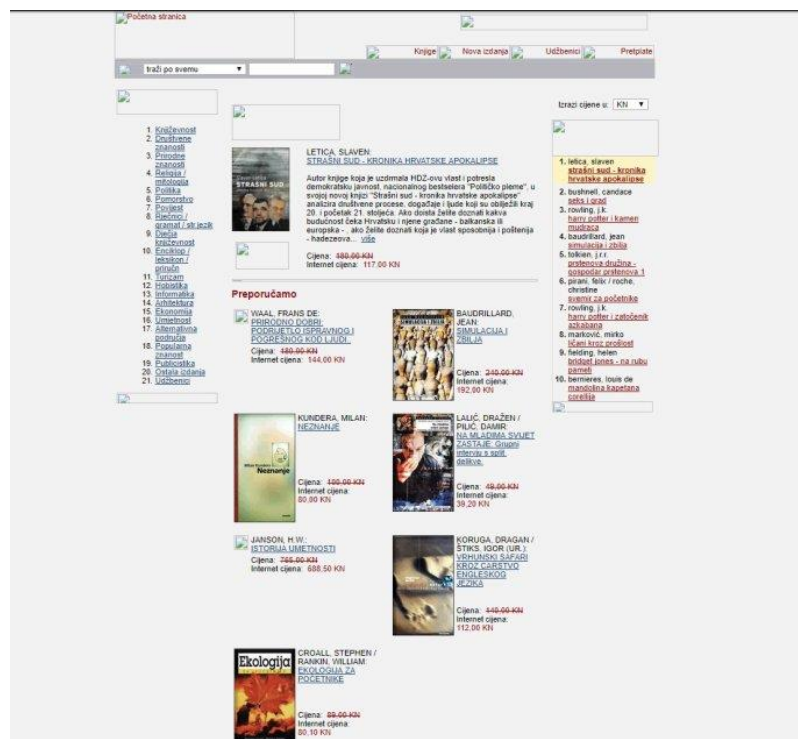


Slika 10. Web trgovina mobis.hr iz 2022. god.

(Izvor: <https://www.mobis.hr/>)

### 2.2.6. Superknjizara.hr (2002.god)

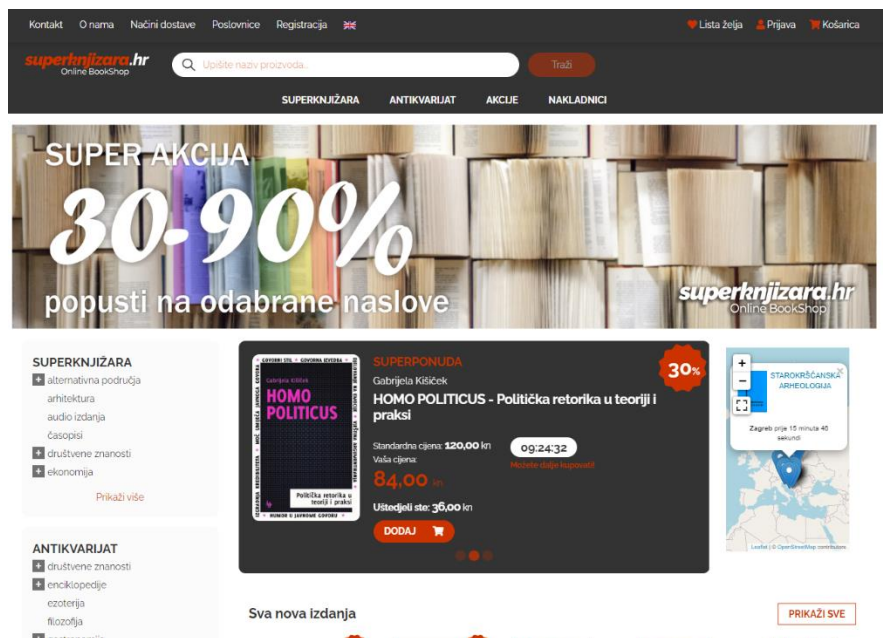
Otvorena je 2001. godine i knjige prodaje preko svoje web trgovine još i danas. Kao što na slici 11 možemo vidjeti, dizajn stranice je prigodan godini u kojoj se web shop koristio, no donekle je i dobro dizajniran. Dizajn web stranice donekle izgleda jednostavan za koristiti i naslovna stranica prikazuje popularne proizvode.



Slika 11. Web trgovina superknjizara.hr iz 2002. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Na novoj web stranici web trgovine superknjizara.hr (slika broj 12) možemo uočiti da na naslovnoj stranici imamo posebnu ponudu s popustima, kategorije i sve što jedna moderna web stranica treba imati. No ni stara web stranica web trgovine superknjizara.hr nije loša.



Slika 12. Web trgovina superknjizara.hr iz 2022. god.

(Izvor: <https://www.superknjizara.hr/hr>)

### 2.2.7. Dobartek.hr (1999. god)

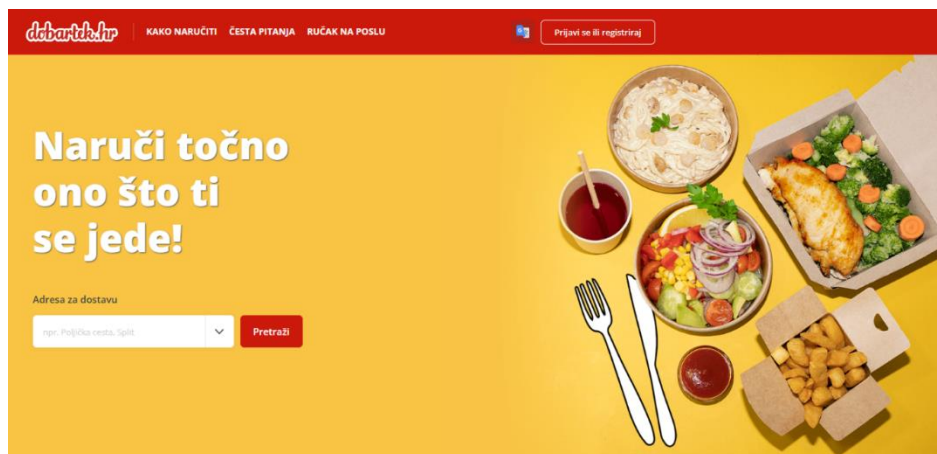
Ova stranica postoji još i danas. Funkcija web stranice je da na jednom mjestu objedinjuje sve restorane koji imaju dostavu u velikim gradovima. Danas izgleda naravno puno modernije i puno ljepše. No danas ima mnogo stranica poput ove, na tržištu su se probili servisi poput Glovo, Wolt i slični, no ovo je ipak naša Hrvatska stranica koja je počela s radom čak davne 1999. godine.



Slika 13. Web stranica dobartek.hr iz 1999. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Nova web stranica kao što možemo vidjeti na slici 14 je odlično dizajnirana, jednostavna je za koristiti, te najbitnije naglašava ono čime se bave a to je prodaja i dostava hrane. Stranica radi na principu tako što unesemo svoju adresu i ona nam predloži restorane iz kojih možemo naručiti hranu.



Slika 14. Web stranica dobartek.hr iz 2022. god.

(Izvor: <https://www.dobartek.hr/>)

### 2.2.8. Lukvel.hr (2001.god)

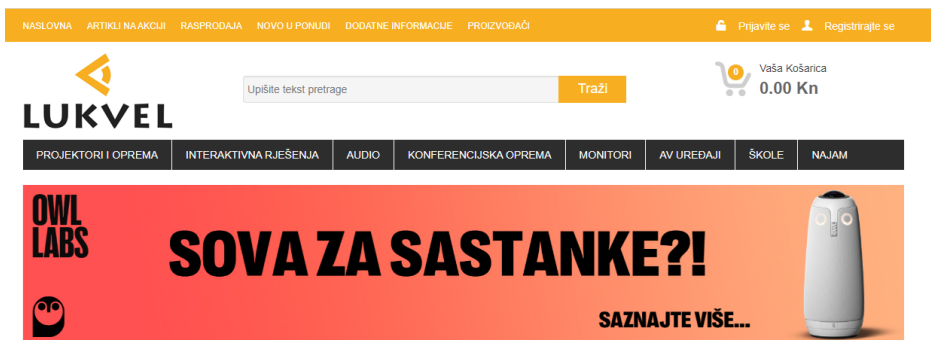
Web trgovina na kojoj se prodaje oprema poput projektora, monitora, mehaničko platno, nosači za monitore, audio kompleti i slično. *Online* su još od 2000. godine.



Slika 15. Web trgovina lukvel.hr iz 2001. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Vidljivo na slici 16 dizajn stranice je solidan, naslovna stranica pokazuje najprodavanije proizvode, posebnu ponudu te ispod tražilice kategorije s proizvodima. Dok kod web stranice iz 2001. godine (slika 15) je lista kategorija s lijeve strane, naslovna stranica prikazuje novosti i opće informacije web trgovine kao adresa, telefonski broj, te opis što se točno nudi.





Athen UH3236 USB-C Multiport Mini Dock s Power Pass-Through funkcijom

Athen UH3236 USB-C Multiport mini dock pretvoriće vaš USB-C priključak na računaru ili pametnom telefonu u priključke za spajanje monitora VGA/HDMI, mreže Gigabit Ethernet i penjskih uređaja poput miša i tipkovnice 2x USB. Iznimno malih

**Cijena: 942.50 Kn**

[Kupi](#) [Više informacija](#)

**NAJPRODAVANIJU PROIZVODI**

-  Nosač za projektor Artek  
Nosači za projektore  
190.00 Kn
-  Athen CS22U, 2-Port USB Cable  
Cable KVM Switches  
190.00 Kn
-  Stropni ugradbeni zvučnik Audac  
Stropni ugradbeni zvučnici  
170.00 Kn
-  Nosač za projektor Artek  
Nosači za projektore  
85.00 Kn

Slika 16. Web trgovina lukvel.hr iz 2022. god.

(Izvor: <http://www.lukvel.hr/>)

## 2.2.9. ADM.hr (2004.god)

ADM.hr je zapravo prva hrvatska prava web trgovina, imala je košaricu kao svaka web trgovina danas, mogućnost plaćanja kreditnom karticom (VISA i MasterCard), još i danas posluju, a prodaju računala, opremu za računala, monitore i ostalu tehniku. Na slici 17 možemo uočiti košaricu za kupovinu na web stranici, proizvode, naziv web trgovine, proizvode itd.

Slika 17. Web trgovina ADM.hr iz 2004. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Kao što je prikazano na slici 18 nova stranica web trgovine ADM.hr je prenatrpana, no još uvijek drže do toga da su kategorije ili grupe proizvoda kako piše na staroj stranici, na lijevoj strani. Naslovna stranica prikazuje posebnu ponudu, plaćanja moguća čak u krypto valutama i sve ostalo što moderna stranica treba imati.



Slika 18. Web trgovina ADM.hr iz 2022. god.

(Izvor: <https://www.adm.hr/>)

## 2.2.10. Git.hr (2000.)

Git.hr danas je knjižara s *online chatom*, naime svoju prvu web stranicu su napravili 2000. godine, prije 22. godine koja je prikazana na slici 19.

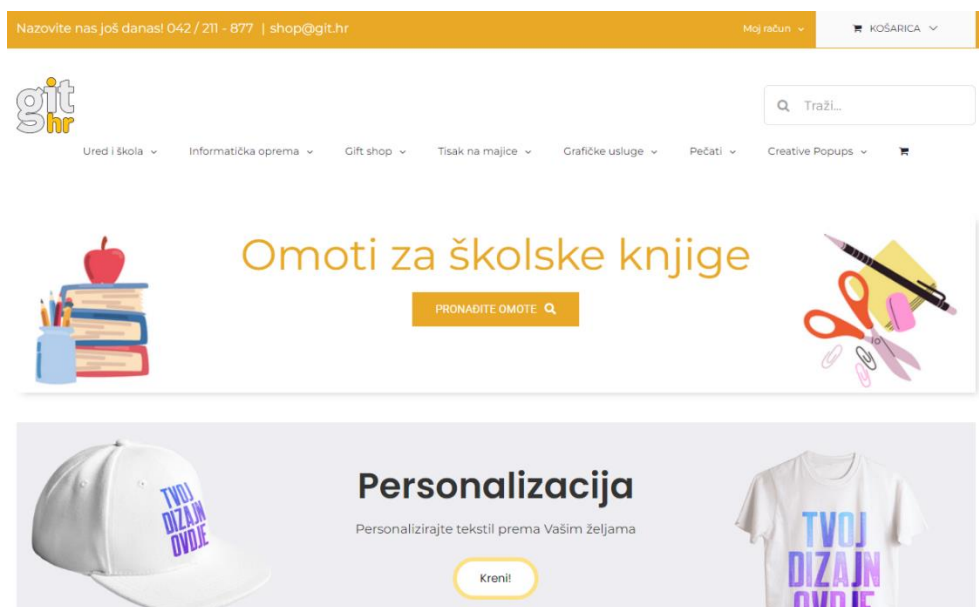


Copyright © 2000 Git d.o.o. - Sva prava pridržana. All rights reserved.

Slika 19. Web stranica Git.hr iz 2000. god.

(Izvor: <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/>)

Današnja stranica git.hr je jednostavna, odmah na naslovnoj stranici imamo proizvode i usluge koje web trgovina ili web knjižara nudi. GIT.hr također nudi i presonalizirane proizvode poput majica, šilterica, kišobrana, šalica itd.

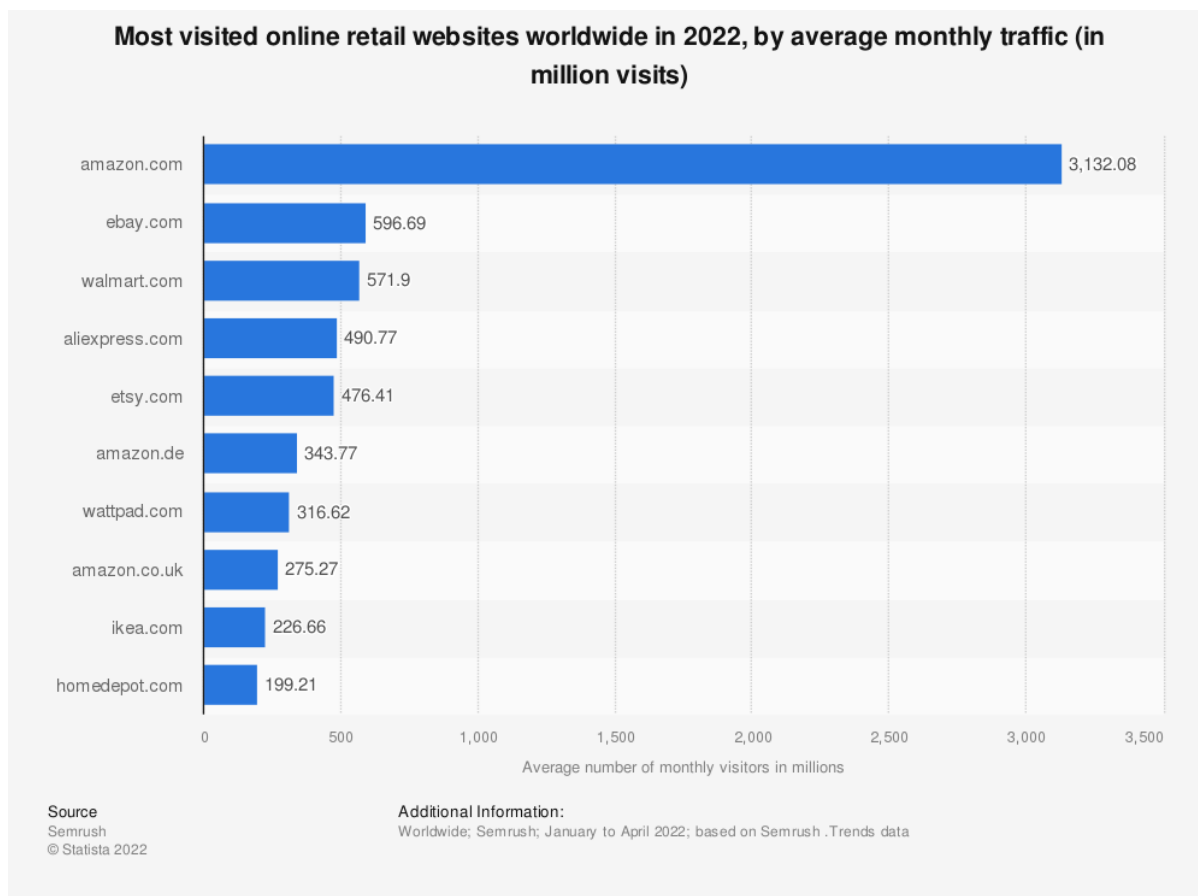


Slika 20. Web stranica git.hr iz 2022. god.

(Izvor: <https://git.hr/>)

### 2.3.Prve popularne web trgovine u svijetu

Najpopularnije web trgovine svih vremena svi dobro znamo. Svi smo kupili preko njih, ako nismo onda smo sigurno čuli za njih. To su eBay iz davne 1999., Netflix koji je danas najpopularniji za gledanje filmova i serija. Počeo je s radom tako što je iznajmljivao filmove na DVD-u u 2002. godini, ASOS koji prodaje odjeću, obuću, modne dodatke, pa čak i uređaje za uljepšavanje poput pegle za kosu, trimera za dlačice i sličnih stvari. Otvorili su svoj *webshop* 2003. godine. Alibaba ili Ali Express je počeo malo kasnije sa svojim radom (2010.) godine no brzo se probio te je sad jedna od popularnijih stranica za *online* kupnju među ljudima u cijelom svijetu. [4][6]



*Slika 21. Najposjećenije Internet trgovine u 2022. godini.*

(Izvor: <https://www.statista.com/graphic/1/274708/online-retail-and-auction-ranked-by-worldwide-audiences.jpg>)

### 3. WEB TRGOVINE DANAS

Danas je prvi i najpopularniji Amazon, koji je rangirani broj 1 kao najpopularnija web trgovina, najposjećeniji u kategoriji „eCommerce & Shopping“ u srpnju 2022. godine (slika 21). Korisnici u prosjeku provedu 7 minuta na web stranici a u prosjeku vide 9.29 stranica po posjeti (proizvoda). [9]

eBay.com i amazon.co.jp (Amazon Japan) su drugi i treći na listi, korisnici se zadržavaju u prosjeku od 6 minuta, prosječan broj stranica po posjeti je nešto manji od Amazona, 6.71. Slično tome i Amazon Japan broji prosječno trajanje posjete od 7 minuta, broj stranica po posjetu je 8.56. [9]

Broj pet na našem popisu je opet Amazon ali amazon.de, točnije njemački Amazon, već sada vidimo da je Amazon vrhunska web stranica za e-trgovinu i kupnju. Posjetitelji pregledavaju 9.46 stranica po posjeti i provedu 7 minuta u web trgovini. [9]

Rank	Website	Category	Change	Avg. Visit Duration	Pages / Visit	Bounce Rate
1	amazon.com	eCommerce & Shopping > Marketplace	=	00:07:25	9.29	34.61%
2	ebay.com	eCommerce & Shopping > Marketplace	=	00:06:35	6.71	37.59%
3	amazon.co.jp	eCommerce & Shopping > Marketplace	=	00:07:28	8.56	36.46%
4	rakuten.co.jp	eCommerce & Shopping > Marketplace	-1	00:06:27	7.65	38.20%
5	amazon.de	eCommerce & Shopping > Marketplace	+1	00:07:06	9.46	31.68%
6	walmart.com	eCommerce & Shopping > Marketplace	-1	00:04:35	5.05	52.13%
7	aliexpress.com	eCommerce & Shopping > Marketplace	=	00:06:01	4.94	40.38%
8	amazon.co.uk	eCommerce & Shopping > Marketplace	+1	00:06:30	7.83	35.25%
9	etsy.com	eCommerce & Shopping > Marketplace	=	00:05:52	6.35	46.06%
10	avito.ru	eCommerce & Shopping > Classifieds	=	00:11:20	11.22	24.96%
11	amazon.in	eCommerce & Shopping > Marketplace	+2	00:05:14	7.32	46.28%
12	taobao.com	eCommerce & Shopping > Marketplace	=	00:05:37	5.87	34.90%
13	craigslist.org	eCommerce & Shopping > Classifieds	-1	00:08:05	10.30	26.72%
14	wildberries.ru	eCommerce & Shopping > Marketplace	-1	00:11:23	14.03	25.97%
15	pinduoduo.com	eCommerce & Shopping > Marketplace	+3	00:00:32	1.48	88.62%

Slika 22. Najpopularnije web trgovine

(Izvor: <https://www.similarweb.com/top-websites/category/e-commerce-and-shopping/>)

Na slici 22 vidljiv je popis web trgovina po njihovom rangju.

Kolona rank promet to jest količinu posjetitelja na stranici uspoređeno s drugim stranicama.

Website je domena koja je uspoređena.



*Category* označava kategoriju web stranice, u ovom slučaju sve su web trgovine.

*Change* predstavlja nedavnu promjenu u rangju.

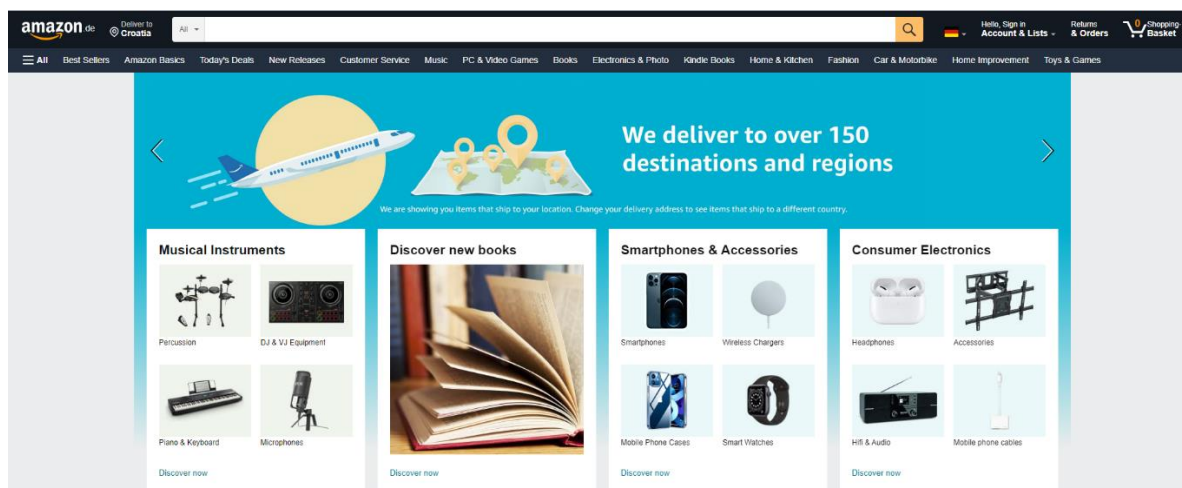
*Avg. Visit Duration* je prosječna količina vremena u kojoj kupac odnosno posjetitelj potroši na web stranici.

*Page/Visit* predstavlja koliko je posjetitelj stranica pogledao za vrijeme posjećivanja web trgovine.

*Bounce Rate* je postotak koliko posjetitelja napusti stranicu nakon samo pogledane jedne stranice.

Dizajn Amazon.de i Amazon.co.jp je skoro identičan razlika je u početnoj stranici.

Vidljivo je da se u Japanu najviše na Amazonu prodaju knjige, časopisi, stripovi, DVD (filmovi, serije) i slično dok se na Amazon.de najviše gleda tehnologija poput pametnih uređaja kao što su mobiteli, bežični punjači, pametni satovi i muzički instrumenti.

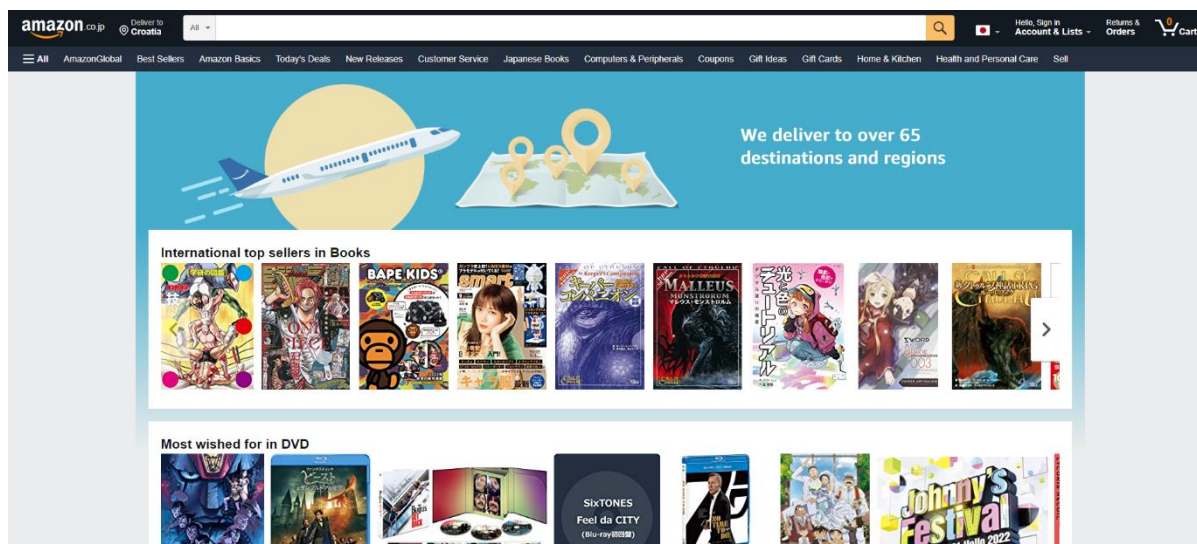


Slika 23. Web trgovina Amazon.de

(Izvor: <https://www.amazon.de/>)

Na slici 23 vidljivo je po kategorijama da je najveća pažnja posvećena glazbi, računalima i video igricama te knjigama. Ispod toga su izraženi glazbeni instrumenti, knjige, pametni mobiteli dodatci.

Dizajn same web trgovine je isti, no proizvodi koji su na početnoj stranici nisu isti. Naravno „*Top sellers*“ nisu isti u Njemačkoj i u Japanu, pa je fokus različit. Tražilica i logo su potpuno isti, no kategorije nisu, kod japanskog Amazona (slika 24) izdvojene su japanske knjige, računala, kuponi, ideje za darove, poklon kartice, kućanske stvari i kuhinje, zdravstvene i osobe stvari. Kod Amazona.de su glazba, video igre i računala, knjige, elektronika i slike, Kindle knjige, kućanske potrepštine i kuhinjska pomagala, moda, auta i motori, kućanske nadogradnje i igračke i igre za djecu. (slika 23)



Slika 24. Web trgovina Amazon za Japansko tržište

(Izvor: <https://www.amazon.co.jp/>)

### 3.1. Web trgovine u Hrvatskoj

U Hrvatskoj internetska trgovina naglo raste, veliki vjetar u leđa je dao „lockdown“ i epidemija korona virusa, čak 38% Hrvata kupuje *online* barem jedan puta mjesečno. Rujansko istraživanje udruge eCommerce Hrtavska je pokazalo da 50% ispitanika kupuje preko hrvatskih web trgovina, 42% ih kupuje podjednako na domaćim i stranim web trgovinama a što se tiče plaćanja pobjednik su kartice sa 46%, na drugom mjestu je plaćanje pouzecom tj. plaćanje paketa pri preuzimanju te je na trećem mjestu sigurni PayPal sa 17%. No 60% ispitanika iskazalo je strah od krađe podataka, to je razlog zašto ne plaćaju karticom nego pouzecom ili PayPal-om. [13]

Istraživanja u 2019. godini su bila identična, 36% Hrvata je kupovalo barem jednom mjesečno nešto preko interneta, dok nekoliko puta tjedno svaki peti Hrvat nešto kupi. Internetska trgovina je najviše potaknuta pandemijom, sve više kupcima postaje jedan od primarnih kanala prodaje i kupnje raznih proizvoda. [13]

U Hrvatskoj se najviše prodaju odjeća i obuća, predmeti za kućanstvo i tehnika, dok najveći porast prodaje bilježi kategorija hrane. [14]

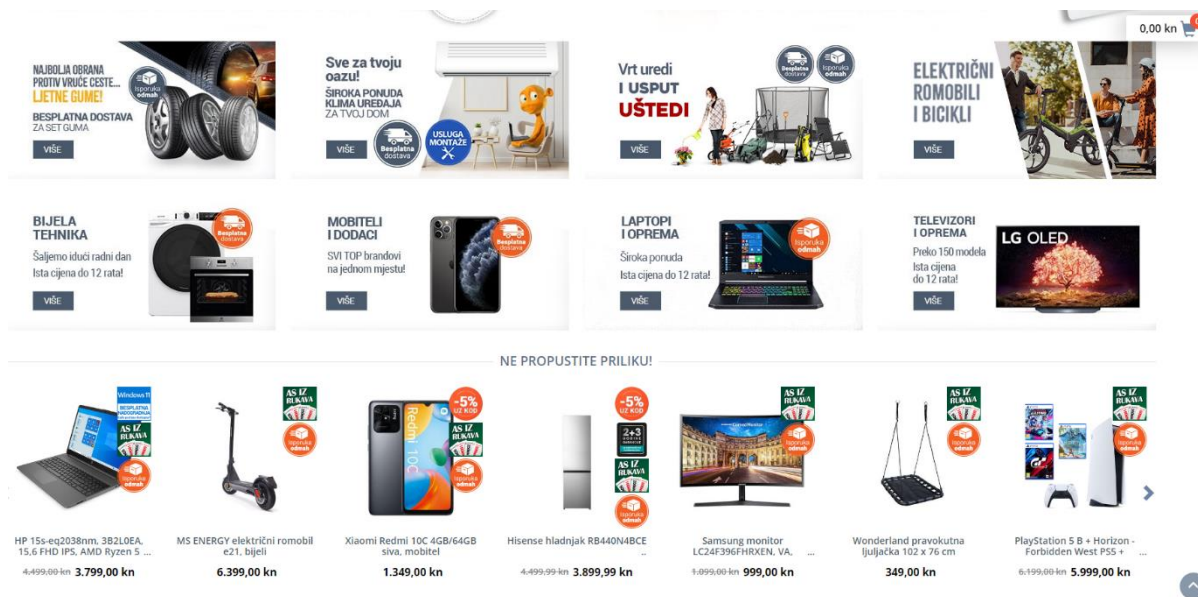
Neke od popularnih internetskih trgovina u Hrvatskoj su eKupi ([www.ekupi.hr](http://www.ekupi.hr)) i jedna od trgovina koja se dosta probija pod nazivom mall.hr. [14]

Ekupi radi isključivo na principu ono što se naruči preko njihovog web shopa da dođe na adresu, dok mall.hr ima svoje trgovine te je moguće naručiti preko interneta i doći po svoj proizvod u njihovu poslovnicu.



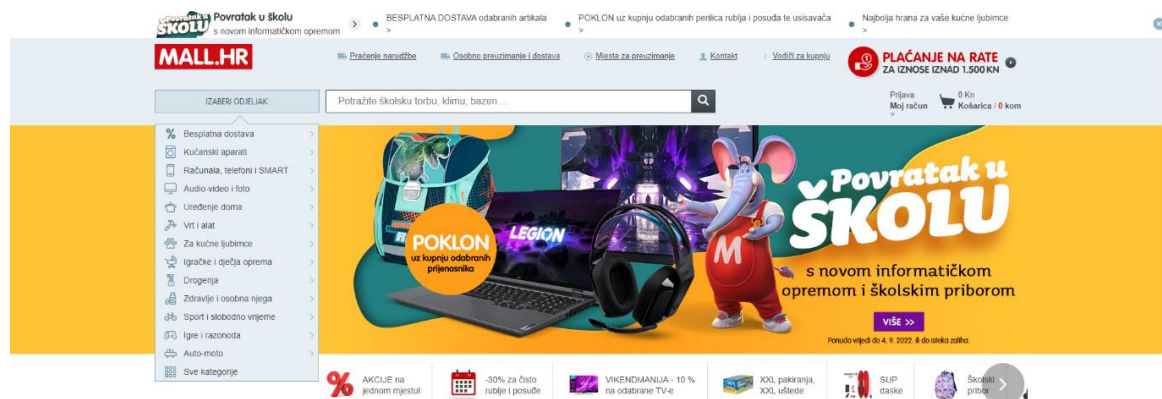
Slika 25. Web trgovina ekupi  
(Izvor: <https://www.ekupi.hr/hr/>)

Ekupi ima prenatrpanu početnu i dosta neorganiziranu web stranicu (slika 25), no odmah na prvoj stranici imamo pažnju na pametne uređaje, potrepštine za školarce, a mijenjaju se sa svako sezonom kako se mijenja i interes kupaca. Web trgovina nema izbornik već je sve prikazano odmah ispod tražilice, proizvodi koji su izdvojeni sami po sebi izgledaju neuredno, kao što možemo vidjeti na slici broj 26.



Slika 26. Izdvojeni proizvodi na web trgovini ekupi  
(Izvor: <https://www.ekupi.hr/hr/>)

Mall.hr ima odlično dizajniranu web trgovinu koja je laka za koristiti, na početnoj stranici izražene su stvari i potrepštine za školarce, informatička oprema i školski pribor, također prilagođene sezonskom interesu kupaca. Postoji lako uočljiv izborni odjeljak, akcije i ponude su izražene te dovoljno vidljive. Puno više pažnje posvećeno je bojama i dizajnu web stranice nego kod stranice ekupi.hr.



Slika 27. Web trgovina mall.hr

(Izvor: <https://www.mall.hr/>)

Vidljivo je na slici 27 da izdvojeni proizvodi puno bolje izgledaju nego kod web trgovine ekupi. Prikazan je naziv proizvoda, ocjena od 1 do 5 u zvjezdicama, cijena te dodatak na nekim proizvodima na kojima je dostava besplatna te lijepi crveni gumb za dodavanje proizvoda u košaricu.



Slika 28. Izdvojeni proizvodi na web trgovini mall.hr

(Izvor: <https://www.mall.hr/>)

## 4. NAČINI IZRADE WEB STRANICE

Prije početka kreiranja web stranice treba uzeti u obzir dva važna čimbenika, a to su vrijeme i novac.

Vrijeme uzimamo kao čimbenik zato što ovisi na koji način radimo web stranicu, točnije koju metodu koristimo. Stoga je bitno znati jeli žurba za izradu web stranice ili si možemo priuštiti vremena.

Novac kao svugdje je vrlo bitan, izgradnja web stranice može biti povoljna ako idemo na odgovarajući način i ovisno što nam točno treba te koliko je zahtjevna web stranica. Ali ako se želi izbjeći veliki trošak ili reklame na našoj web stranici, unaprijediti je nekim poboljšanim značajkama vjerojatno će trebati izdvojiti malo više novaca. Naravno što je stranica jednostavnija manje će koštati i biti će je lakše za izraditi no neće odavati dovoljno ozbiljan poslovni ton i neće imati neke mogućnosti i značajke koje bi unaprijedile rad web stranice.

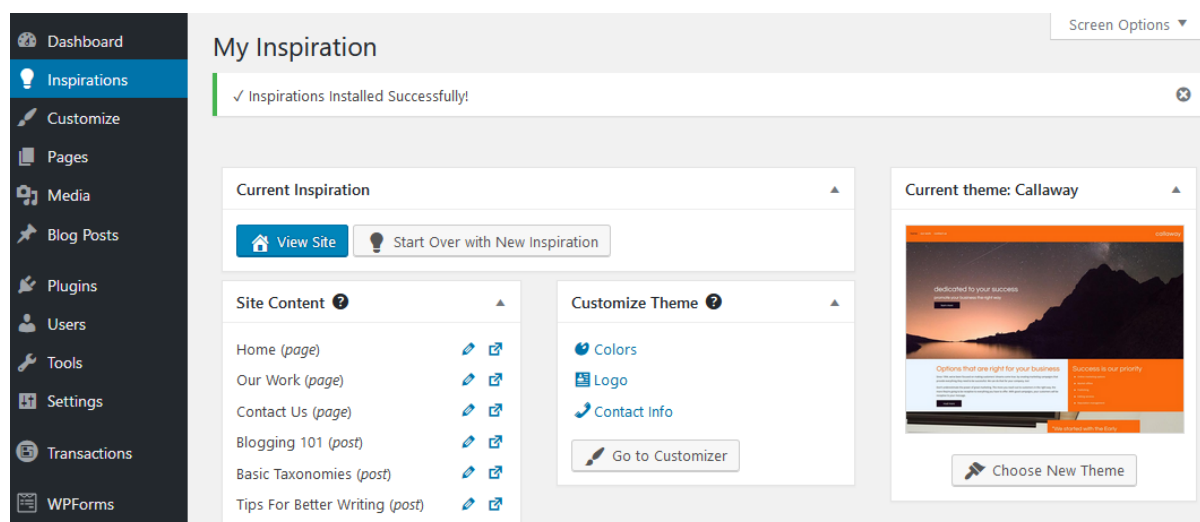
Ključno je prije početka izrade web stranice znati koliko se novca i vremena ima na raspolaganju. Projekt web stranice se može izraditi na više načina te kad odredimo zadane parametre ćemo znati način izrade web stranice.

Postoje 4 načina za izradu web stranice

1. *Website builder* (graditelj web stranica)
2. Sustavi za upravljanje sadržajem (*Content Management System CMS*)
3. HTML i CSS
4. Plaćanje Web dizajnera ili developera

## 4.1. Website builder

*Website builder* ili graditelj web stranica je jednostavan alat koji nam omogućuje izradu web stranice na lagan i brz način. On se koristi tako da uzmemo predložak to jest već izrađenu web stranicu te preuređujemo na svoj način, ne zahtjeva nikakve dodatne vještine. Jedan od primjera je *WP Website Builder* koji je potpuno besplatan. Graditelj web stranica omogućuje da izmjenjujemo template po blokovima, i stavljamo svoje slike, opise i slično. Radi na način da u već gotov *template* koji nam treba kao na primjer web trgovinu i umetnemo svoje proizvode, cijene, opis i sve što je potrebno. *Website builderi* nam mogu sačuvati puno novaca i vremena zato što trebamo imati neki minimum znanja da izradimo svoju web stranicu, no funkcionalnost i neke značajke ne možemo imati koje bi imali da radimo na neki drugi način. Dosta smo ograničeni sa stvarima koje možemo raditi, a to su zapravo samo preuređivanje izabranog predloška web stranice bez mogućnosti većeg utjecaja na dizajn. [16]



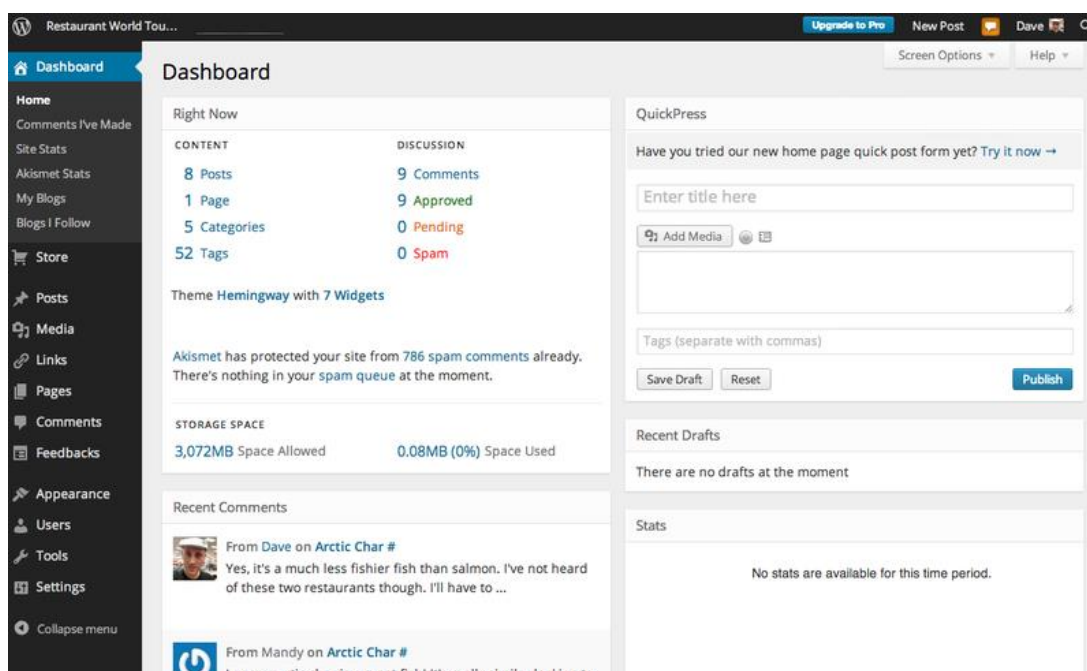
Slika 29. Primjer website buildera

(Izvor: [https://kbimages.dreamhosters.com/images/boldgrid\\_05.png](https://kbimages.dreamhosters.com/images/boldgrid_05.png))

Primjer *website buildera*, kao što se vidi na slici 29 s lijeve strane je sve što trebamo. Odaberemo web stranicu koju ćemo preurediti i to je zapravo najteži dio, sve ostalo je maksimalno pojednostavljeno. Pozitivna strana ovoga je to što je jako lako za raditi u ovome, vrlo jednostavno za urediti, jako povoljno to jest besplatno ako si sami radimo. Za početnike koji ne mogu ili ne žele uložiti puno novaca je odličan i izgleda jako lijepo no sve ima svoje mane i vrline. Negativna strana ove opcije je to što nismo ni malo originalni te je velika mogućnost da će netko imati identičnu stranicu, Takav način izrade web trgovine je pogodan za male tvrtke kao privremena stranica no za velike i uspješne tvrtke ovo jednostavno nije dovoljno. [16]

## 4.2. Content Management System (CMS)

Sustavi za upravljanje sadržajem (CMS) se često mijenjaju s *website builderima* pošto su slični. No zapravo CMS je potpuno druga platforma za napraviti i objaviti web stranicu, u nekim slučajima su kompliciraniji i puno su veće mogućnosti nego kod bilo kojeg *website buildera*. Najpopularniji CMS danas je WordPress, većina ljudi koji radi ovom metodom web stranicu radi na WordPressu, to jest više od 60% korisnika. Ima još razlika između *website buildera* i CMS-a, još jedna stvar po kojoj se razlikuju je to što je software, puno moćniji za bazu podataka. To znači da može pohraniti druge resurse i sadržaj na visoko organiziran način. To omogućuje da prikazemo i uredimo svoj sadržaj na jedinstvene načine, pa čak i da uključimo svoj prilagođeni kod. Postoje još neki od primjera uz WordPress a to su Joomla, Drupal, Magento, Wix itd. CMS omogućuje puno više fleksibilnosti u smislu da može upravljati različitim vrstama web stranica, a ujedno i web trgovinama. [16]

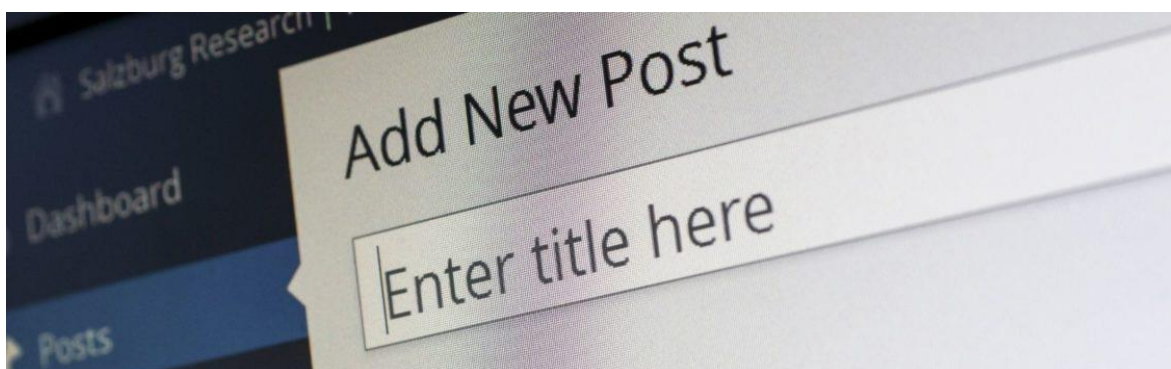


Slika 30. Upravljačka ploča sustava WordPress

(Izvor: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/a2/WordPress\\_MP6\\_dashboard.png/800px-WordPress\\_MP6\\_dashboard.png?20140120114904](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/a2/WordPress_MP6_dashboard.png/800px-WordPress_MP6_dashboard.png?20140120114904))

WordPress (slika 30) je jednostavan za koristiti ako se uređuju gotovi predlošci, no može biti i kompliciran ako se želimo istaknuti sa svojim dizajnom jer daje mogućnost ugradnje vlastitog koda. Ima puno mogućnosti i detalja koje možemo urediti po svom ukusu, neke stvari se trebaju urediti u CSS-u (stilski jezik *Cascading Style Sheets*), te ima mogućnost dodavanja različitih dodataka (*plugins*) koji služe za obogaćivanje sadržaja stranice. Prednosti su mu te što nije prekompliciran za rad, ne trebamo nikakve

programerske vještine moguće je staviti već gotove dodatke (*plugins*), optimiziran je za pretraživače (SEO *friendly*) čiji je zadatak povećanje količine i kvalitete prometa na web stranici putem neplaćenih točnije organskih rezultata, vrlo je responzivan što znači da će se web stranica prilagoditi za veličinu ekrana na kojem se stranica gleda. [23] I naravno Wordpress je „*open-source*“ što znači da je otvoren svima potpuno besplatno, jedino što treba plaćati je domenu (npr. .hr .com). Neke mane ovog sustava su što bez dodatnih programerskih vještina možemo doći do prepreke u uređivanju stranice. Sigurnost podataka je isto loša strana zbog toga što je WordPress otvoren svima i otvoren je „*cyber*“ napadima. I na kraju zato što je još donekle novitet redovno se ažurira sustav, vlasnici web stranica moraju ažurirati svoje dodatke na web stranici i naravno cijelu temu web stranice, a neki dodatci čak neće ni u novijim verzijama sustava. Zaključak za WordPress je taj da ako želite stvoriti svoju interaktivnu stranicu jednostavnu za korištenje da je on upravo ono što tražite. Može pomoći tvrtki da se probije na tržište ili čak da se popne na vrh poretka pretraživanja. No u isto vrijeme ima nekoliko složenijih stvari koje administratori web stranice moraju biti svjesni kao što su „*cyber*“ napadi, učestalo ažuriranje dodataka (*plugins*), mogućnost identičnih web stranica zbog predloška koji odaberemo itd.



Slika 31. Polje za dodavanje novog sadržaja u WordPress-u

(Izvor: <https://wordpress.com/>)

#### 4.3. Programski jezici (HTML, CSS, JavaScript)

HTML je skraćena od *HyperText Markup Language*, pojam „*Hypertext Markup*“ upućuje na jezik označavanja te međusobno povezivanja dokumenata *hyper* poveznicama (eng. *Hyperlink*). Označuje se na način da se vrši korištenje tagova kojima se stvaraju, strukturiraju i povezuju elementi HTML dokumenta. Tagovi upućuju web stranicu na internetskom pregledniku na način kako će se prikazati sadržaj koji slijedi nakon toga. HTML datoteka mora imati ekstenziju .htm ili .html. Može biti kreirana korištenjem raznih programa za uređivanje teksta. Dok je HTML označni jezik koji se



koristi za formatiranje/strukturiranje web stranice, CSS je dizajnerski jezik koji se koristi kako bi web stranica izgledala lijepo i uređeno. CSS je skraćenica od *Cascading Style Sheets*. Riječ je o stilskom jeziku koji se upotrebljava za opis prezentacije dokumenta napisanog pomoću *markup* jezika. CSS se sastoji od nekoliko pravila, svako pravilo se sastoji od deklaracijskog bloka i selektora. -Selektor označava dio *markupa* na koji se primjenjuje stil, mogu biti svi elementi, elementi određenog ID (jedinствeni element) i *class* atributa (može obuhvaćati više od jednog elementa). -Deklaracijski blok su vitičaste zagrade unutar kojih se nalaze deklaracije, svaka se sastoji od svojstva koje želimo stilizirati, dvotočke i vrijednosti. Između svake dvije uzastopne deklaracije se mora nalaziti znak točka zarez. [17][18] Prva web stranica napravljena u HTML jeziku je [info.cern.ch](http://info.cern.ch) (slika broj 32), radi se o Europskom vijeću za nuklearna istraživanja pod nazivom CERN (franc. *Conseil europeen pour la recherche nucleire*) i bila je to vrlo jednostavna stranica koja je imala samo tekst i *hyperlink*. [17][18][22]

## **<http://info.cern.ch> - home of the first website**

From here you can:

- [Browse the first website](#)
- [Browse the first website using the line-mode browser simulator](#)
- [Learn about the birth of the web](#)
- [Learn about CERN, the physics laboratory where the web was born](#)

*Slika 32. Prva web stranica napravljena u HTML jeziku [info.cern.ch](http://info.cern.ch)*

*(Izvor: <http://info.cern.ch>)*

Uz HTML i CSS potrebno je poznavati JavaScript programski jezik. JavaScript je najpopularniji programski jezik na svijetu, no ako je HTML jezik za označavanje a CSS jezik za dizajn web stranice, onda je JavaScript programski jezik. Kao što je mozak programiran da reagira na određeni način kada god se nešto dogodi tako na isti način se može programirati web stranica ili pojedini elementi da reagiraju na određeni način i da nešto učine kada se dogodi nešto drugo (događaj). JavaScriptom se mogu programirati razne radnje, uvjeti, izračuni, mrežni zahtjevi, istodobne zadatke i mnoge druge vrste raznih uputa. Može se pristupiti svim elementima putem DOM (*Document Object Model*) API-ja (*Application Programming Interface*) i promijeniti ih kako god želimo. DOM je prikaz web stranice u obliku stabla koji se učitava u web preglednik. [19]

Ukratko HTML je za definiranje sadržaja web stranice, CSS za određivanje izgleda web stranice, JavaScript za programiranje web stranica.

## 5. ISTRAŽIVAČKI DIO

### 5.1. Svrha istraživanja

Svrha ovog istraživanja je utvrditi preferencije kupaca na dizajn web trgovine.

### 5.2. Cilj istraživanja

Cilj ovog završnog rada je istražiti koliko zapravo je potrošačima bitan web dizajn prilikom biranja web trgovine.

### 5.3. Hipoteze

Hipoteze ovog istraživanja su:

- Web dizajn ima veliku ulogu kod potrošača pri odabiru web trgovine,
- Bitan čimbenik je kako je proizvod opisan i prikazan,
- Što je izgled web stranice jednostavniji prije će potrošač odabrati tu web trgovinu,
- Web stranica ne bi trebala biti „prenatrpana“.

### 5.4. Metoda istraživanja

U svrhu provođenja istraživanja, korištena je metoda *online* anketiranja. Anketa je bila anonimne prirode. Poziv na anketu poslan je ispitanicima putem društvenih mreža.

Web trgovine u anketi izabrane su prema vlastitome izboru. Web trgovine koje se nalaze u anketi su:

- ShoeBeDo
- Ecipele.hr
- Tenisice.hr
- MASS
- Buzz Sneaker Station
- The Athlete's Foot

Anketa je metodološki alat ispitivanja stavova. Anketa je sastavljena od dvanaest različitih pitanja u kojima ispitanike pitamo osnovna pitanja (spol, dob), pitanja koliko često posjećuju web trgovine, jeli se služe web trgovinama i koliko često kupuju preko interneta.

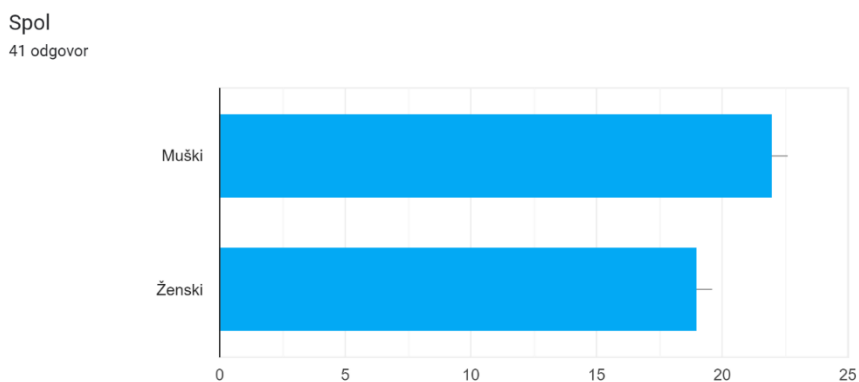
Nakon osnovnih pitanja uspoređujemo šest web trgovina u kojima saznajemo koja je prema ispitanicima najbolje dizajnirana početna stranica, koji je najbolji sadržaj izbornika, padajući izbornik, najbolje prikazan proizvod i dizajn košarice.

Na kraju u zaključku ispitujemo koliko je prema njihovom mišljenju web dizajn bitan i koliko utječe na njih.

## 6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U navedenom istraživanju sudjelovalo je četrdeset i jedan ispitanik. Slijede rezultati zastupljenosti pojedinog spola među ispitanicima:

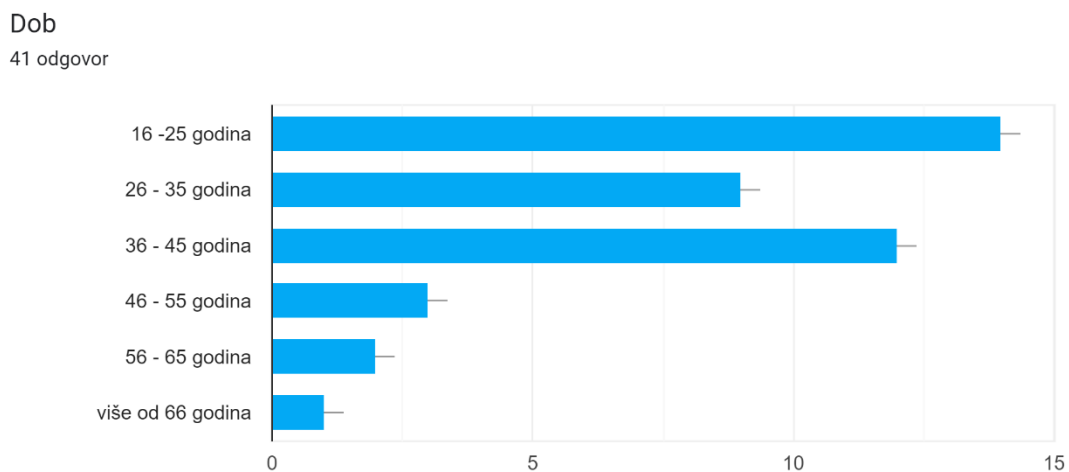
Na slici broj 33 vidljivo je da je od četrdeset i jednog ispitanika bilo 22 muškarca i 19 žena.



*Slika 33. Spol ispitanika*

*(Izvor: Anketa)*

Na slici broj 34 prikazana je dob ispitanika od kojih je najviše od šesnaest do dvadeset i pet godina, a najmanje onih koji imaju više od šezdeset i šest godina.



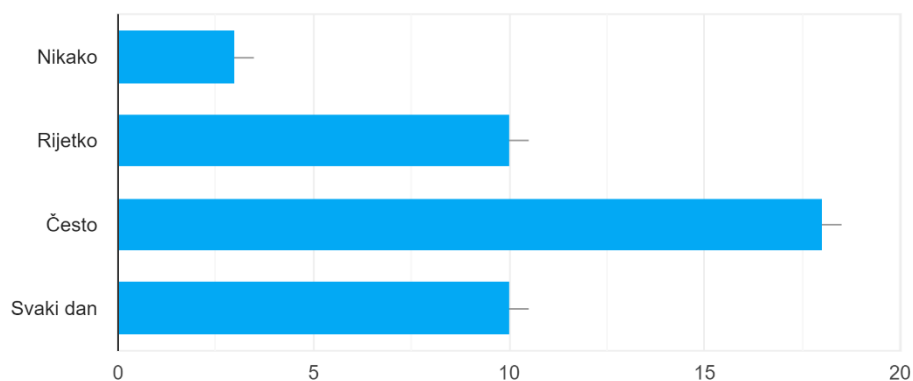
*Slika 34. Dob ispitanika*

*(Izvor: Anketa)*

Na slici broj 35 saznajemo koliko ispitanici često posjećuju web trgovine.

Koliko često posjećujete web trgovine?

41 odgovor



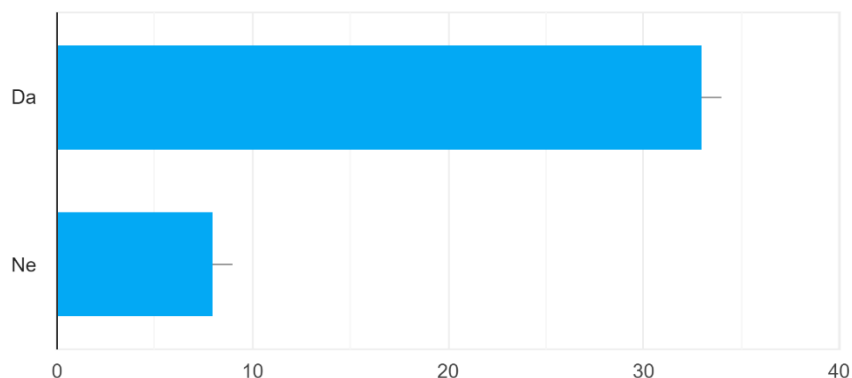
*Slika 35. Koliko često ispitanici posjećuju web trgovine.*

*(Izvor: Anketa)*

Kao što možemo vidjeti na slici broj 38 puno ispitanika se koriste web trgovinama. Od četrdeset i jednog ispitanika samo njih osam je odgovorilo da ne kupuje preko interneta.

Koristite li se web trgovinama?

41 odgovor



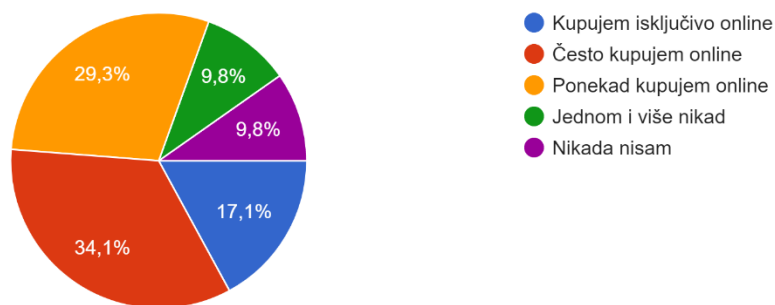
*Slika 36. Koliko ispitanika se koristi kupnjom preko interneta.*

*(Izvor: Anketa)*

Podjednak broj glasova je kod onih koji su samo jednom kupili nešto i više ne namjeravaju i onih koji još nikada nisu. Najviše ispitanika često kupuje, pa nakon njih neki samo ponekad. A isključivo online kupuje čak sedam ispitanika.

Koliko često kupujete online?

41 odgovor



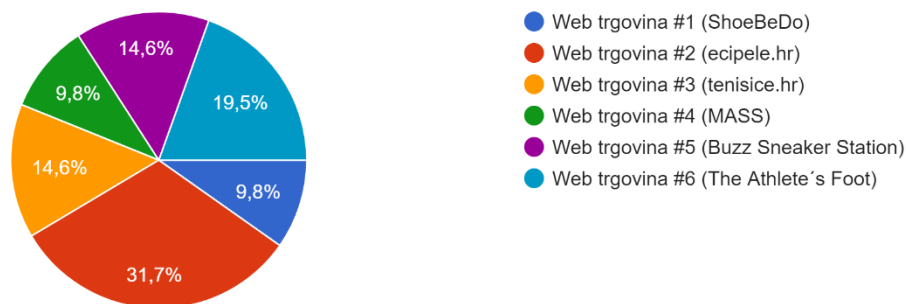
Slika 37. Koliko ispitanici kupuju putem interneta

(Izvor: Anketa)

U pitanju kao što možemo vidjeti na slici broj 38, ispitanici odabiru po svome mišljenju najbolje dizajniranu početnu stranicu od odabranih šest web trgovina. Web trgovine možemo vidjeti na slikama od broja 39 do 45.

Izaberite najbolju početnu stranicu odabranih web trgovina.

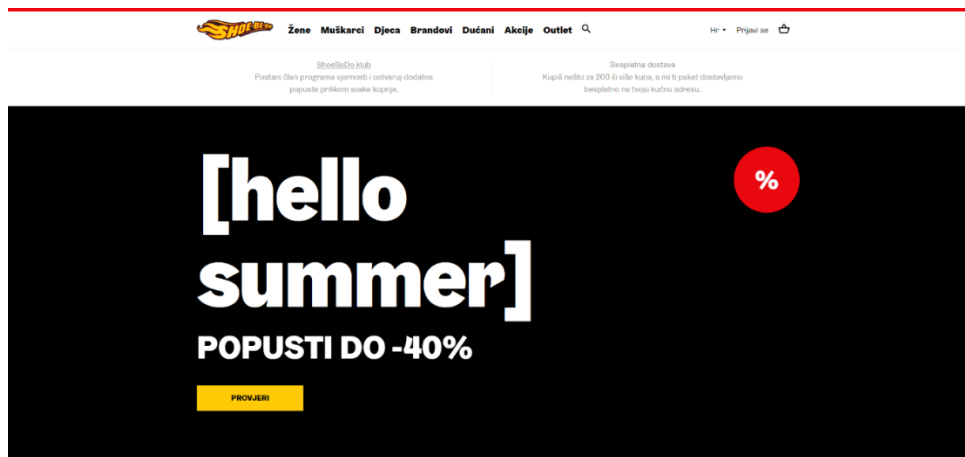
41 odgovor



Slika 38. Najbolja početna stranica sudeći po anketi

(Izvor: Anketa)

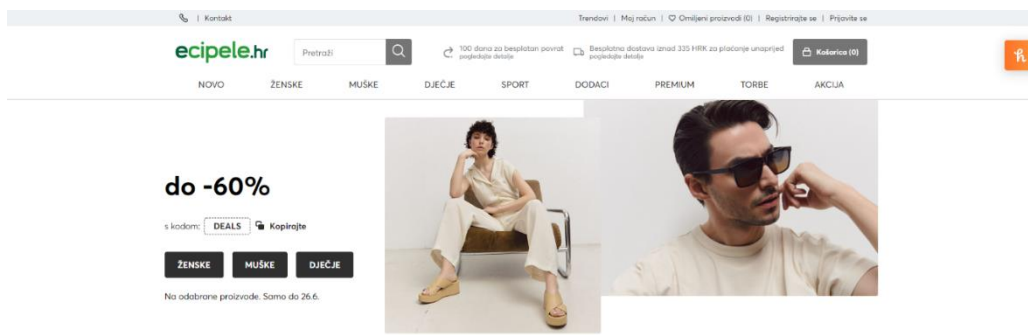
Web trgovina #1 (ShoeBeDo) slika 39.



Slika 39. Početna stranica od web trgovine ShoeBeDo

(Izvor: <https://shoebedo.com/hr/>)

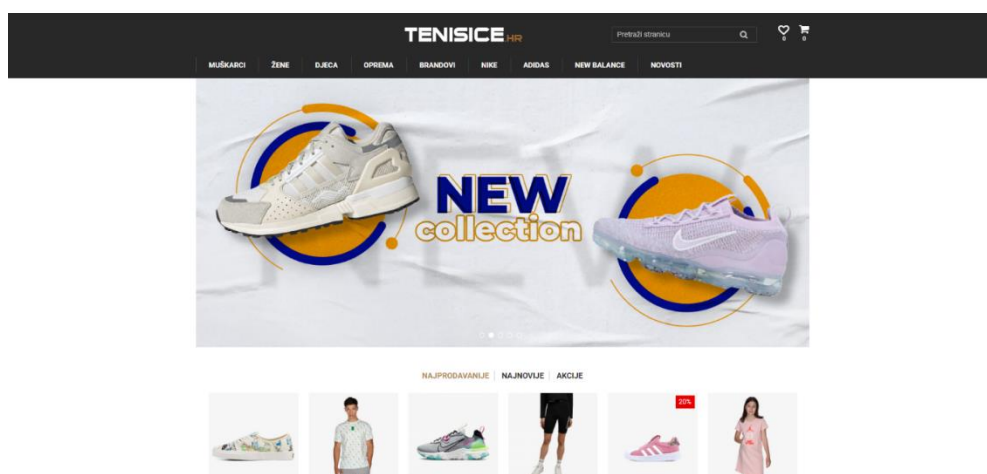
Web trgovina #2 (ecipele.hr) slika 40.



Slika 40. Početna stranica od web trgovine ecipele.hr

(Izvor: <https://ecipele.hr/>)

Web trgovina #3 (tenisice.hr) slika 41.



Slika 41. Početna stranica od web trgovine tenisice.hr

(Izvor: <https://www.tenisice.hr/>)

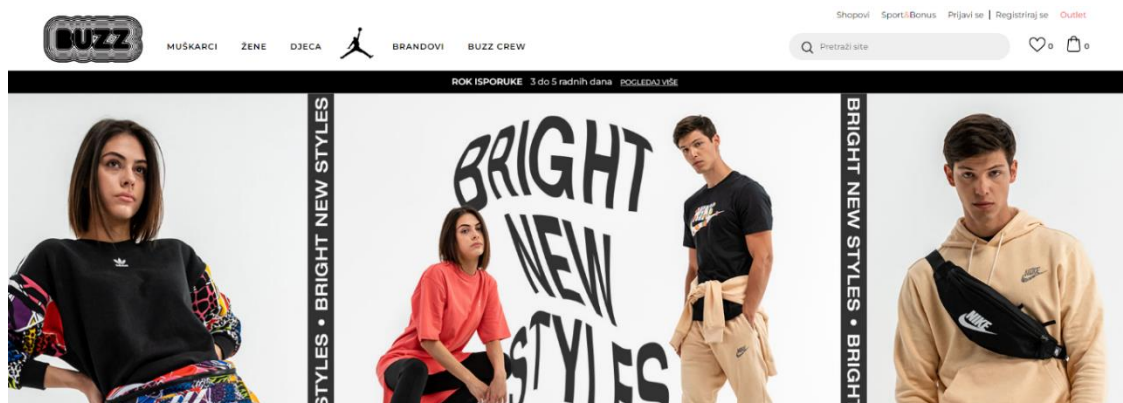
Web trgovina #4 (Mass) slika 42.



Slika 42. Početna stranica od web trgovine mass

(Izvor: <https://www.mass-shoes.com/>)

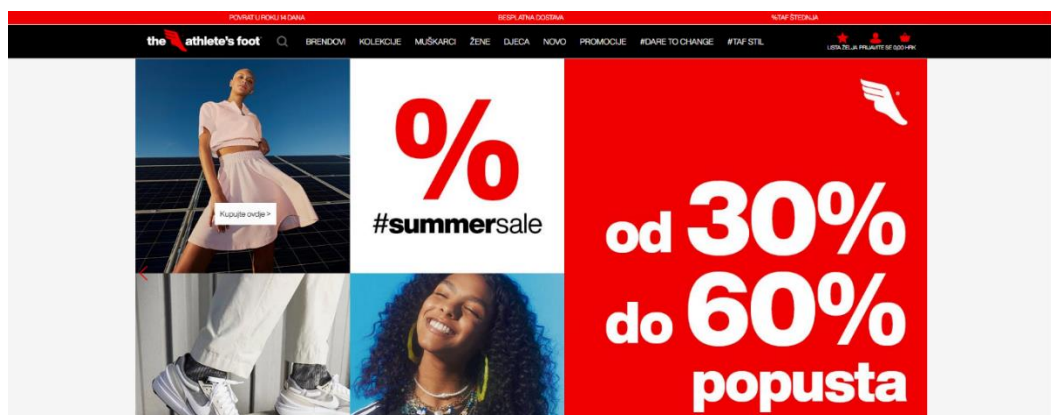
Web trgovina #5 (Buzz) slika 43.



Slika 43. Početna stranica web trgovine Buzz.

(Izvor: <https://www.buzzsneakers.com/>)

Web trgovina #6 (The athlete's foot) slika 44.



Slika 44. Početna stranica web trgovine The athlete's foot.

(Izvor: <https://www.taf.hr/>)



Kod pitanja na slici broj 45 možemo vidjeti da je ispitanicima najbolji izbornik od web trgovine ecipele.hr (slika broj 47), pa nakon nje tenisice.hr (slika broj 50), no *buzzsneakers.com* je dobio samo jedan glas (slika broj 50).

Izaberite najbolji dizajn sadržaja izbornika

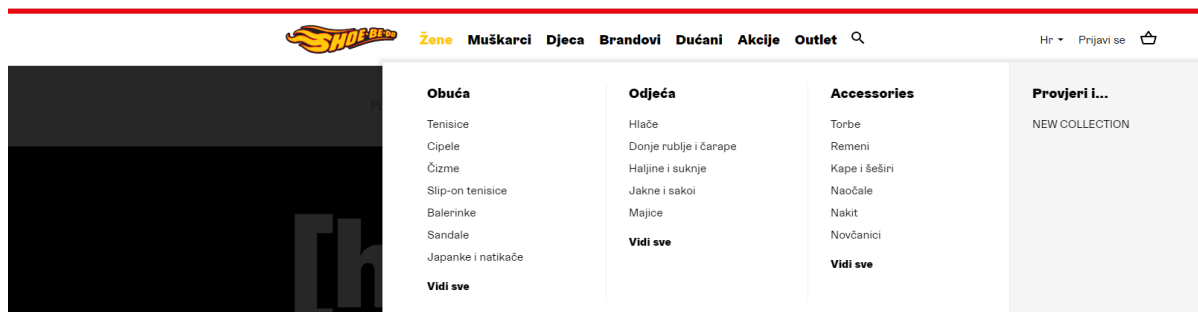
41 odgovor



Slika 45. Najbolji sadržaj izbornika.

(Izvor: Anketa)

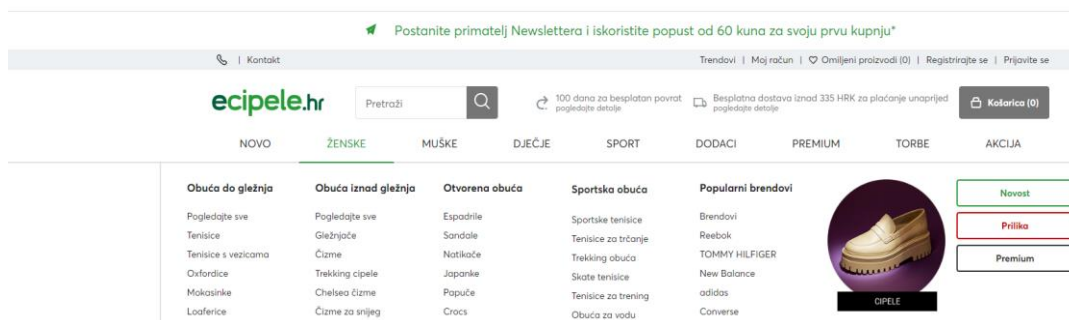
Izbornik web trgovine #1 (ShoeBeDo) slika 46.



Slika 46. Sadržaj izbornika web trgovine tenisice.hr

(Izvor: <https://shoebedo.com/hr/>)

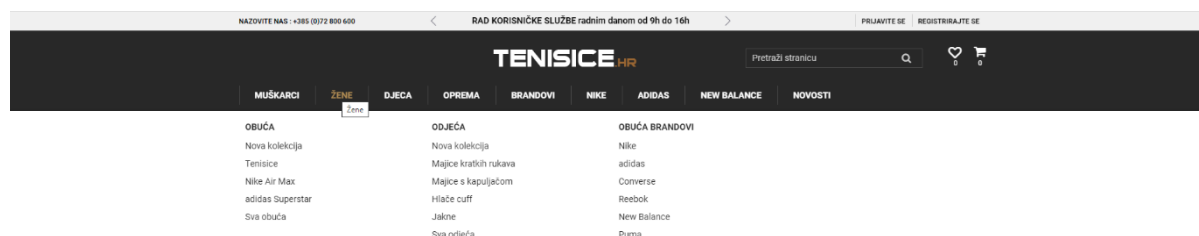
Izbornik web trgovine #2 (ecipecle.hr) slika 47.



Slika 47. Sadržaj izbornika web trgovine ecipecle.hr

(Izvor: <https://ecipecle.hr/>)

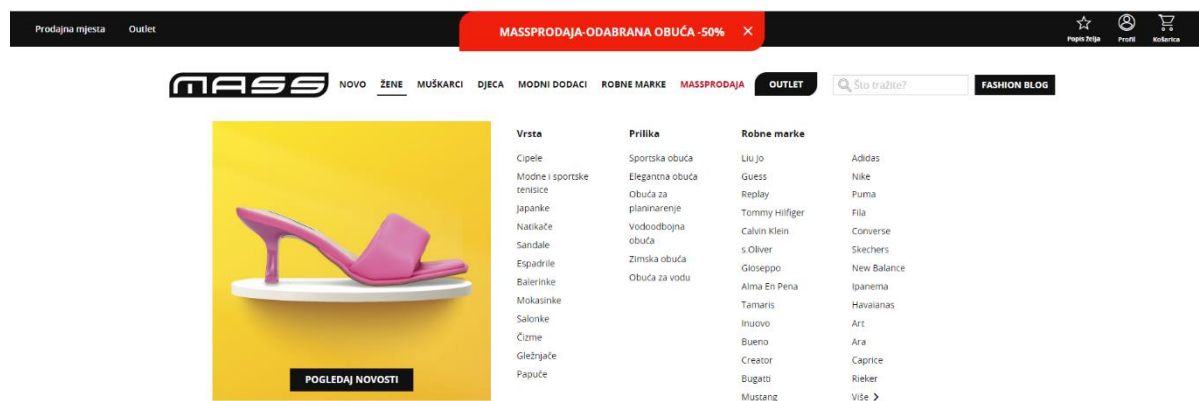
Izbornik web trgovine #3 (tenisice.hr) slika 48.



Slika 48. Sadržaj izbornika web trgovine tenisice.hr

(Izvor: <https://www.tenisice.hr/>)

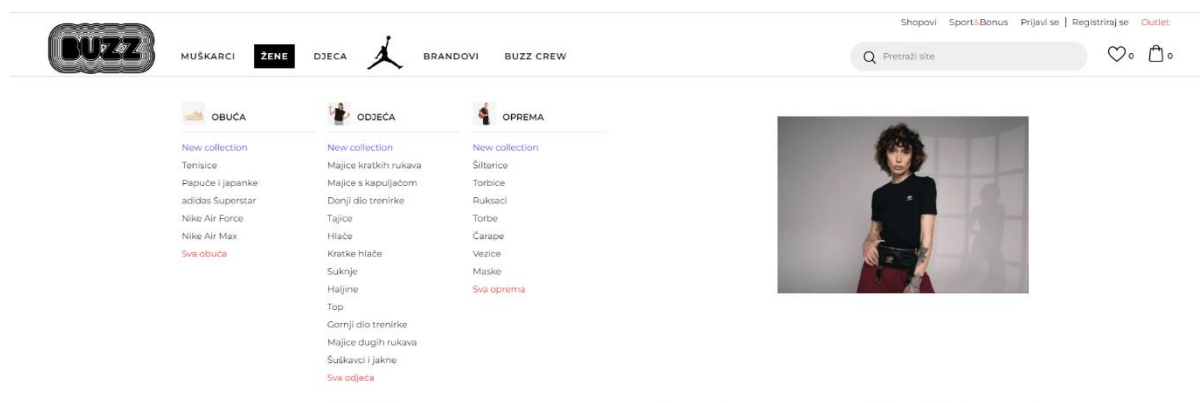
Izbornik web trgovine #4 (mass) Slika 49.



Slika 49. Sadržaj izbornika web trgovine Mass.

(Izvor: <https://www.mass-shoes.com/>)

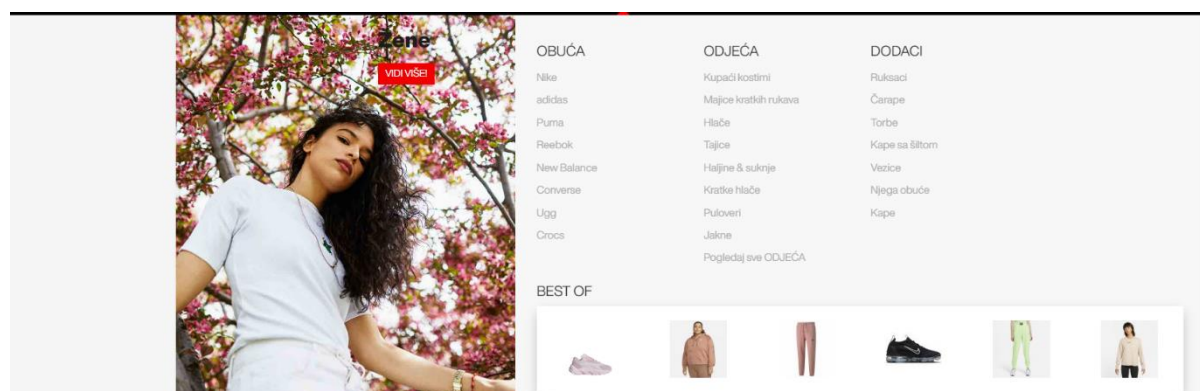
Izbornik web trgovine #5 (buzz) slika 50.



Slika 50. Sadržaj izbornika web trgovine Buzz.

(Izvor: <https://www.buzzsneakers.com/>)

Izbornik web trgovine #6 (The athlete's foot) slika 51.



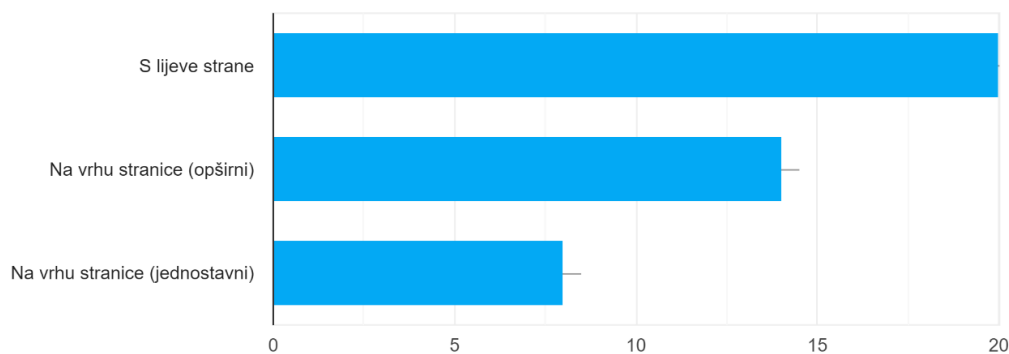
Slika 51. Sadržaj izbornika web trgovine The athlete's foot.

(Izvor: <https://www.taf.hr/>)

U pitanju kao na slici broj 52 uočavamo da se ispitanicima sviđa najviše izbornik s lijeve strane (slika broj 53) zatim na vrhu strane je bolji ovaj opširniji (slika 56) nego ovaj jednostavni (slika 55)

Izaberite najbolji padajući izbornik

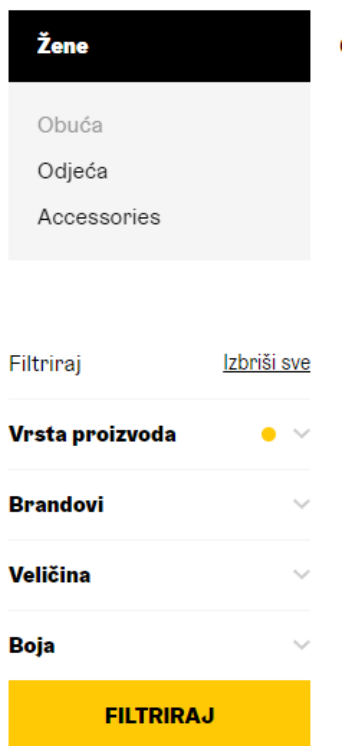
41 odgovor



Slika 52. Odgovori za najbolji padajući izbornik.

(Izvor: Anketa)

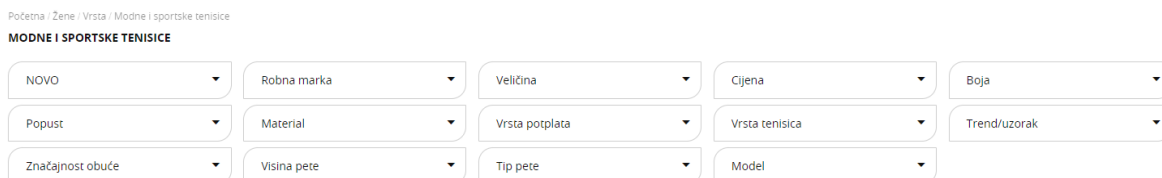
Izbornik s lijeve strane (slika broj 53).



Slika 53. Prikazan padajući izbornik s lijeve strane.

(Izvor: <https://shoebedo.com/hr/>)

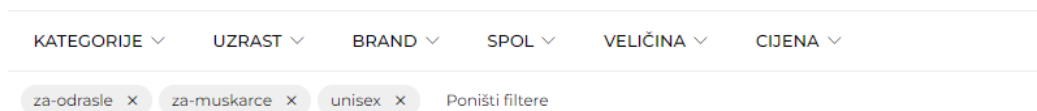
Izbornik na vrhu stranice (opširni) (slika broj 54).



Slika 54. Prikazan padajući opširni padajući izbornik na vrhu stranice.

(Izvor: <https://www.mass.shoes.com/>)

Izbornik na vrhu stranice (jednostavni) (slika broj 55).



Slika 55. Prikazan jednostavni padajući izbornik na vrhu stranice.

(Izvor: <https://ecipele.hr/>)

Na slici broj 56 vidljivo je da su ispitanici odabrali web trgovinu ShoeBeDo (slika 57), da najbolje prikazuje svoj proizvod. Na drugom mjestu je web trgovina ecipele.hr sa jednostavnim prikazom proizvoda a najmanje glasova je dobila web trgovina The Athlete's Foot.

Odaberite najbolje prikazan proizvod

41 odgovor



Slika 56. Rezultati ispitanika o najbolje prikazanom proizvodu.

(Izvor: Anketa)

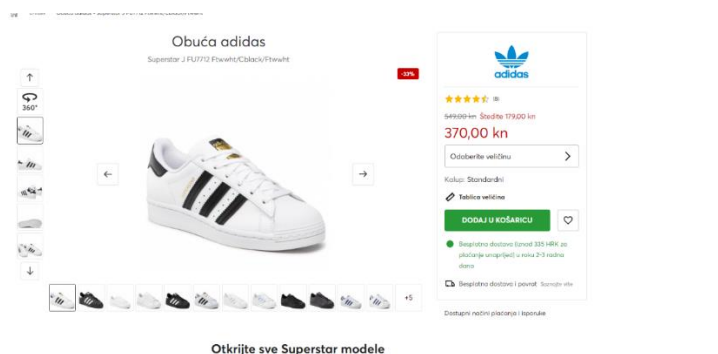
Web trgovina #1 (ShoeBeDo) slika 57.



Slika 57. Prikazan proizvod od web trgovine ShoeBeDo

(Izvor: <https://shoebedo.com/hr/>)

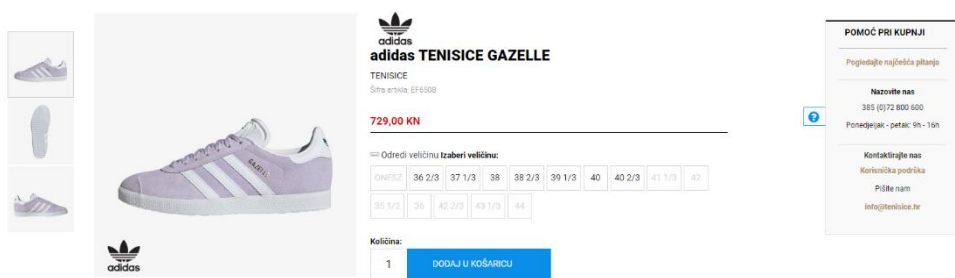
Web trgovina #2 (ecipele.hr) slika 58.



Slika 58. Prikazan proizvod od web trgovine ecipele.hr

(Izvor: <https://ecipele.hr/>)

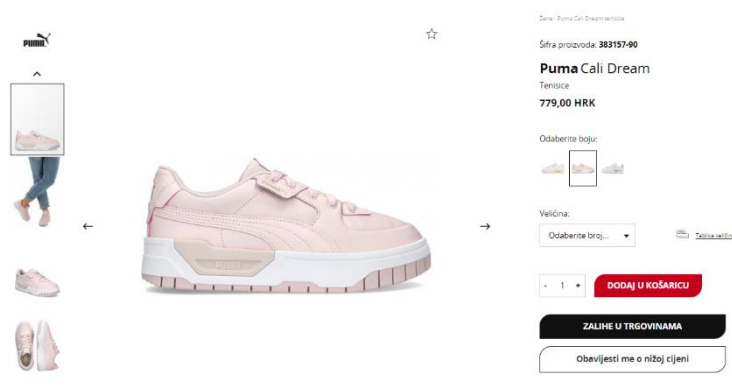
Web trgovina #3 (tenisice.hr) slika 59.



Slika 59. Prikazan proizvod od web trgovine tenisice.hr

(Izvor: <https://www.tenisice.hr/>)

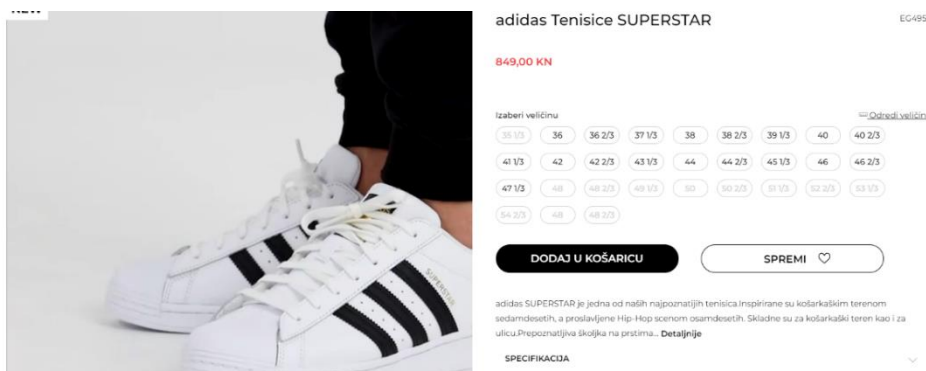
Web trgovina #4 (Mass) slika 60.



Slika 60. Prikazan proizvod od web trgovine mass

(Izvor: <https://www.mass-shoes.com>)

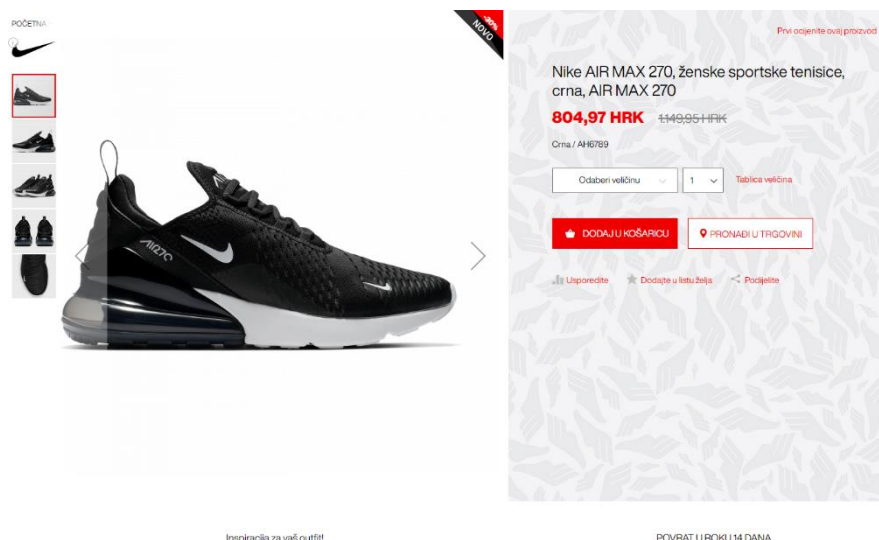
Web trgovina #5 (Buzz) slika 61.



Slika 61. Prikazan proizvod od web trgovine Buzz.

(Izvor: <https://www.buzzsneakers.com/>)

## Web trgovina #6 (The athlete's foot) slika 62.



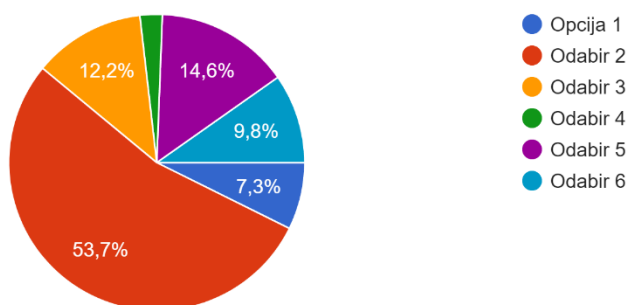
Slika 62. Prikazan proizvod od web trgovine *The athlete's foot*.

(Izvor: <https://www.taf.hr/>)

Na slici broj 63 možemo vidjeti da je više od polovice ispitanika glasalo za dizajn košarice dva koji možemo vidjeti na slici broj 65. Najmanje glasova je dobila košarica četiri koju možemo vidjeti na slici broj 67.

Izaberite najbolji dizajn košarice

41 odgovor



Slika 63. Rezultati za najbolji dizajn košarice

(Izvor: Anketa)

Opcija 1 (slika 64).

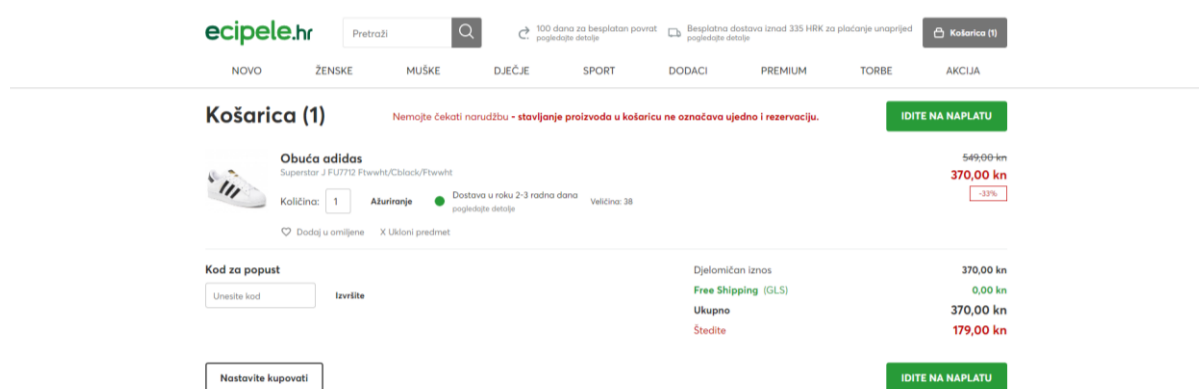


Kako želiš platiti?

Slika 64. Dizajn košarice od web trgovine ShoeBeDo

(Izvor: <https://shoebedo.com/hr/>)

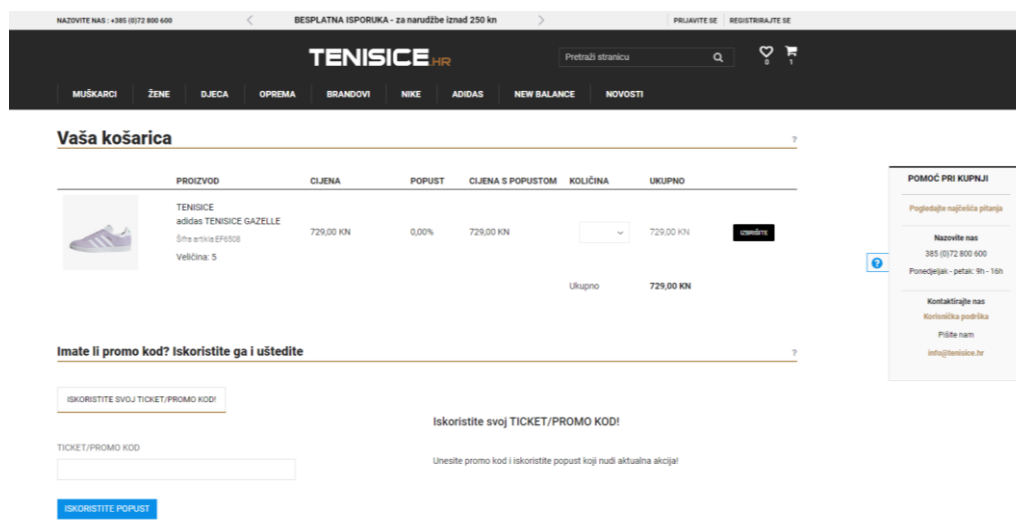
Opcija 2 (slika 65).



Slika 65. Dizajn košarice od web trgovine ecipele.hr

(Izvor: <https://ecipele.hr/>)

Opcija 3 (slika 66).

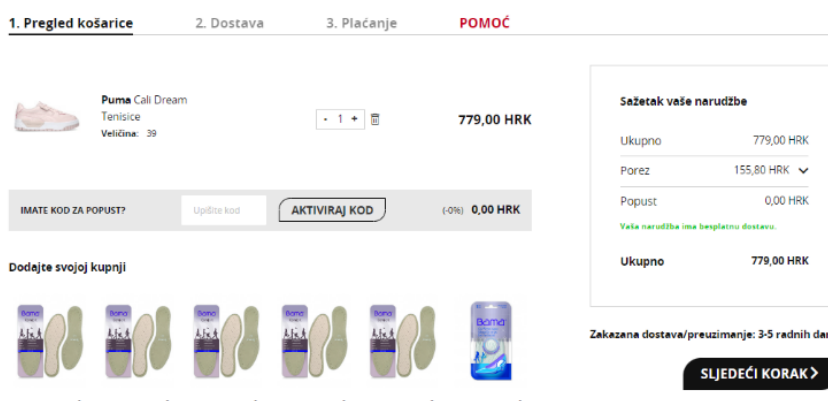


Slika 66. Dizajn košarice od web trgovine tenisice.hr

(Izvor: <https://www.tenisice.hr/>)



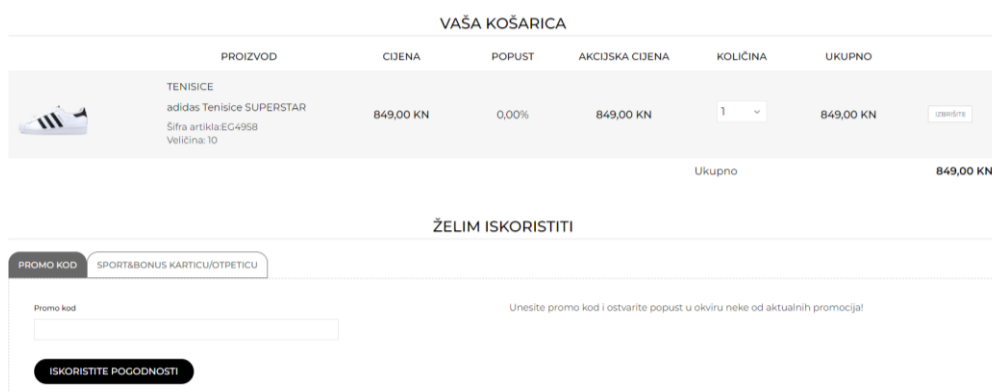
Opcija 4 (slika 67).



Slika 67. Dizajn košarice od trgovine Mass

(Izvor: <https://www.mass-shoes.com/>)

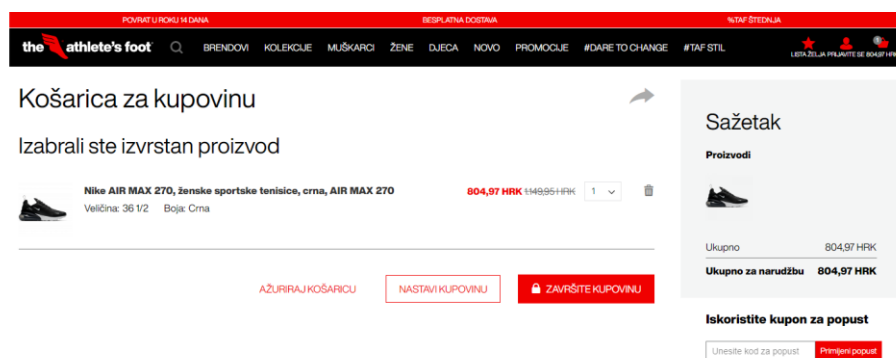
Opcija 5 (slika 68).



Slika 68. Dizajn košarice od web trgovine Buzz

(Izvor: <https://www.buzzsneakers.com/>)

Opcija 6 (slika 69).



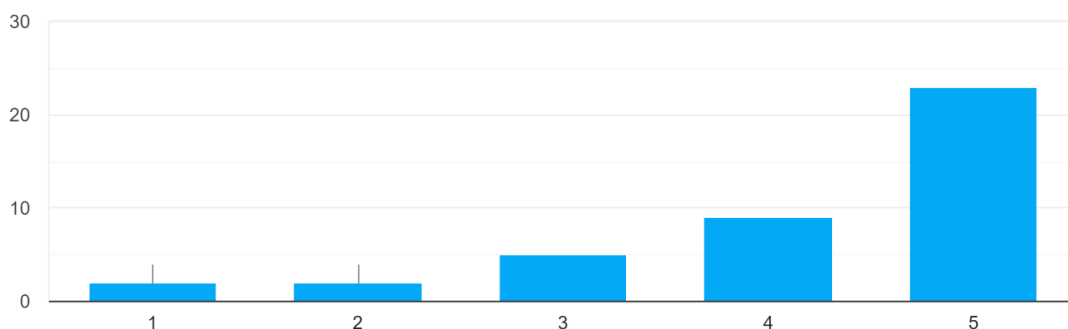
Slika 69. Dizajn košarice od trgovine The athlete's foot

(Izvor: <https://www.taf.hr/>)

U zaključku se postavljaju dva pitanja koja su prikazana na slikama 70 i 71. Većini ispitanika dizajn web trgovine je od iznimne važnosti. Vidljivo na slici 25 ispitanici misle da je izgled web trgovine bitan čimbenik.

Mislite li da je izgled web trgovine bitan čimbenik pri kupnji?

41 odgovor



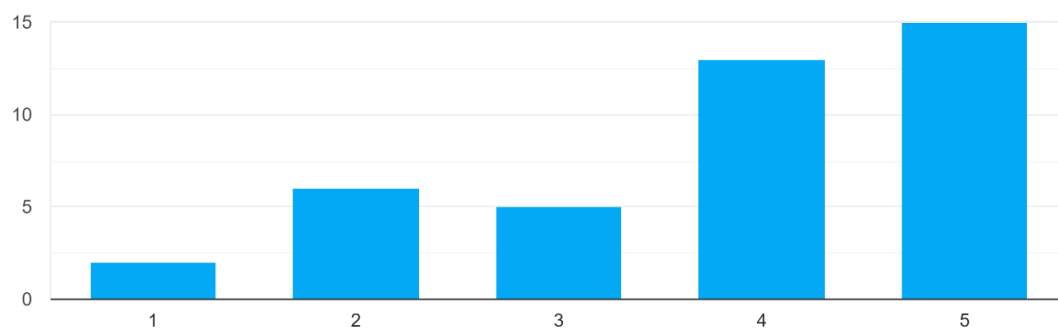
*Slika 70. Rezultati ispitanika koliko je web dizajn bitan čimbenik*

*(Izvor: Anketa)*

Kao što možemo vidjeti na slici 73, većina ispitanika je odgovorila da na njih također utječe dizajn web trgovine.

Koliko utječe izgled web trgovine na Vašu kupnju?

41 odgovor



*Slika 71. Rezultati ispitanika koliko na njih utječe web dizajn.*

*(Izvor: Anketa)*

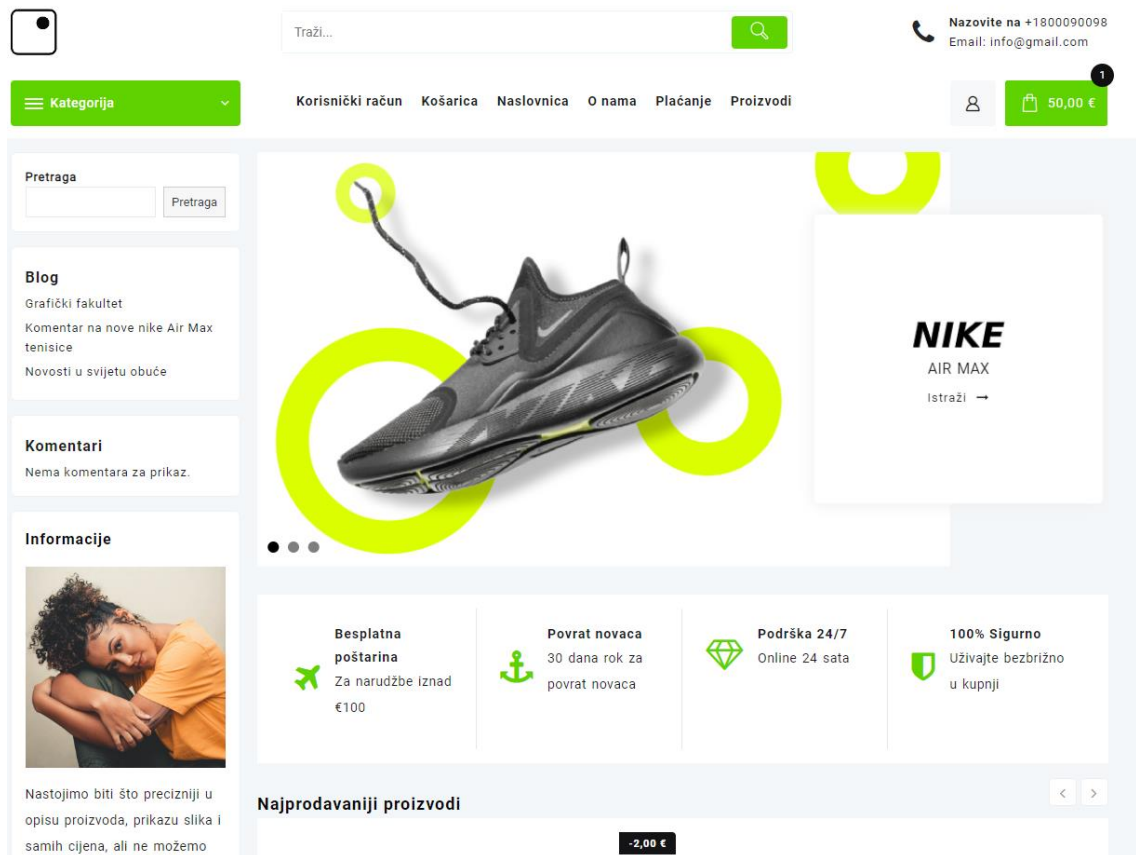
## 7. PRAKTIČNI DIO (WEB TRGOVINA)

Web stranica koja je prikazana na slikama ispod predstavlja web trgovinu za obuću, odjeću i modne dodatke. Web trgovina je napravljena po uzoru na provedeno istraživanje i osobne preferencije. Naslovnica web trgovine je rađena po uzoru na najbolju stranicu sudeći po glasovima iz ankete, *ecipele.hr* (slika 44). Sastoji se od par detalja, poput logotipa, nježno zelenih detalja kao što su košarica, odjeljak s kategorijama, tražilica i par detalja (slika 76).

Web trgovina je napravljena u WordPress softveru tako što je nađen odgovarajući *template* i uređen prema vlastitim željama i preferencijama. Instaliran je predložak (*template*), zatim su instalirani potrebni dodatci (*plugins*). Prije uređivanja web trgovine stavljen je „*Child Theme*“ koji predlošku da funkcionalnost, predložak preuzme stil. Može se jednostavno uređivati bez gubitaka na već izrađenom dizajnu u predlošku. Za vrijeme uređivanja stavljeni su dodatci poput košarice, korisničkog računa, automatskog prevoditelja i plaćanja. Prvo je promijenjen naziv web trgovine iz „*Open-Shop*“ (ime predloška) u „*GRF Shop*“, zatim su ubačene kategorije s proizvodima. S lijeve strane je dodan logotip grafičkog fakulteta, i na dnu su uređene informacije o trgovini, lokacija i informacije za kontakt. Prije daljnjeg uređivanja dodano je par proizvoda sa cijenom u eurima. Svaki proizvod ima svoju pripadajuću kategoriju, moguće ih je trenutno filtrirati samo po boji. Nakon dodavanja i uređivanja proizvoda, odjeljak za plaćanje je uređivan i preveden s engleskog jezika na hrvatski. Odjeljak o nama je dodan je na glavni izbornik na vrhu stranice gdje je opisana tvrtka (*GRF shop*) te napisana njegova povijest i početci (informacije o grafičkom fakultetu).

Predložak pod imenom „*Open-Shop*“ koji je korišten pri izradi web trgovine je instaliran pomoću „*WooCommerce*“ platforme. *WooCommerce* je prilagodljiva platforma za web trgovine otvorenog koda izrađena u WordPressu.

Na slikama je prikazana web trgovina izrađena u WordPress sustavu.

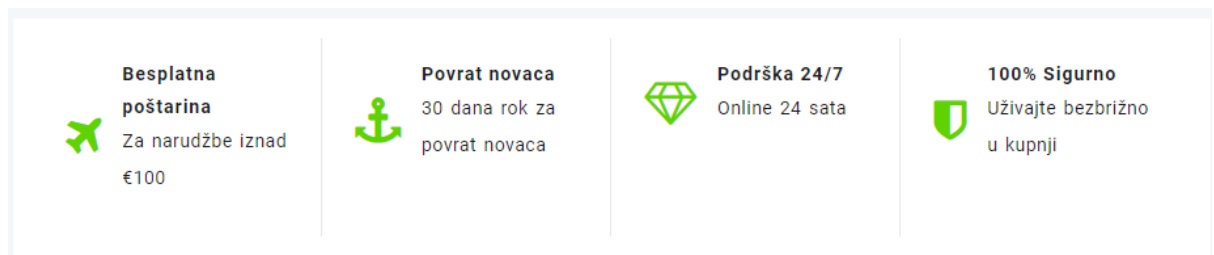


Slika 72. Početna, naslovna stranica web trgovine

(Izvor: Vlastiti dizajn)

Kao što možemo vidjeti na slici 72 stranica je kreirana tako što je na vrhu tražilica gdje možemo upisati proizvod koji tražimo. Odmah pri ulasku na web trgovinu uočavamo proizvod, crne Nike tenisice. Sa lijeve strane je jednostavan izbornik, točnije kategorije s proizvodima i popustima (slika 79). U lijevom uglu možemo uočiti cijenu a to predstavlja proizvode koji se trenutno nalaze u košarici a samu košaricu za dovršavanje kupnje možemo vidjeti na glavnom izborniku ispod tražilice, kao i ostale stvari poput odjeljka za korisnički račun, naslovnicu, o nama (opis web trgovine), odjeljak za unos podataka (informacije o kupcu) i na kraju proizvod.

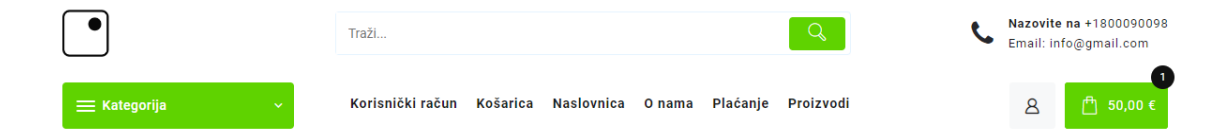
Ispod velike slike Nike tenisica možemo uočiti par detalja koji kupcima ulijevaju malo povjerenja kod kupnje, kao što je prikazano na slici broj 73.



*Slika 73. Detalji web stranice koji opisuju cijenu dostave, vrijeme za povrat novca, online podršku i sigurnost pri kupnji u web trgovini*

*(Izvor: Vlastiti dizajn)*

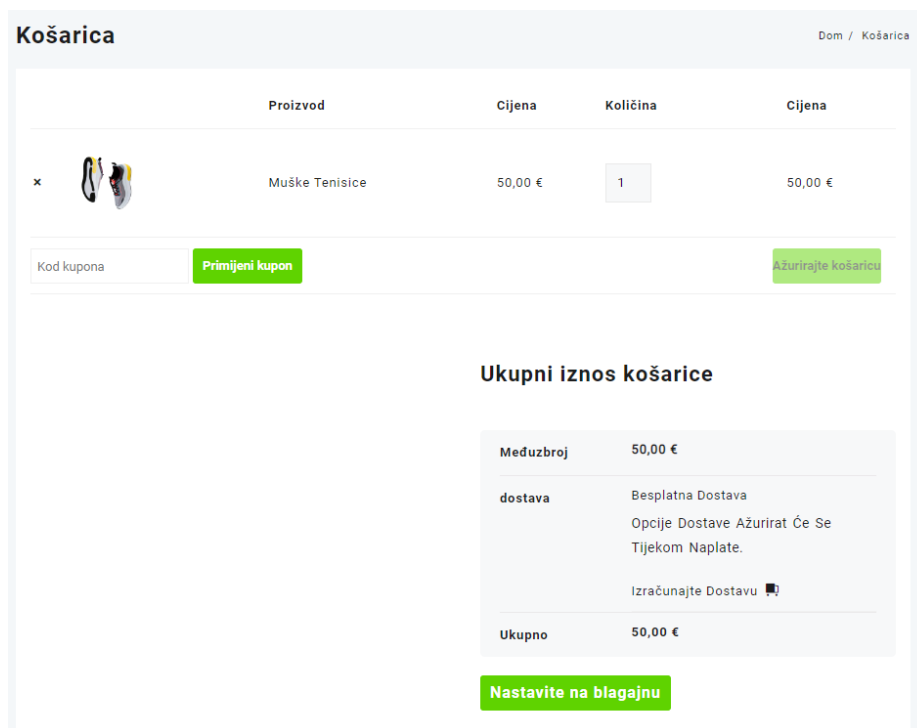
Na slici broj 74. prikazano je kako izgleda vrh web stranice, lista kategorija koja se otvara kao padajući izbornik, s lijeve strane odjeljka s kategorijama možemo vidjeti najvažnije odjeljke web stranice kao što su korisnički račun, košarica, naslovnica, o nama, plaćanje i proizvodi. Na krajnjoj desnoj strani možemo vidjeti ikonu koja služi isto za korisnički račun gdje unosimo sve svoje podatke i podatke o plaćanju i košaricu koja prikazuje koja je sve ukupna cijena odabranih proizvoda i koliko ih je trenutno u košarici.



*Slika 74. Vrh web stranice sa raznim odjeljcima*

*(Izvor: Vlastiti dizajn)*

Na slici 75 vidljiv je dizajn košarice gdje imamo nekoliko detalja o proizvodu i par dodatnih stvari poput kupona koji se mogu primijeniti, informacije o dostavi i najvažnijem elementu, a to je cijena proizvoda i sve ukupne kupnje.



*Slika 75. Dizajn košarice*

*(Izvor: Vlastiti dizajn)*

Nakon košarice slijedi plaćanje, kao što možemo vidjeti na slici broj 76. U ovom odjeljku je sve što kupac treba ispuniti prije završavanja narudžbe. Polja sa zvjezdicom (\*) znači da se polje obavezno mora popuniti.

**Plaćanje**
Dom / Plaćanje

---

Imate li kupon? Kliknite ovdje za unos koda

### Podaci o naplati

Ime \*  Prezime \*

Naziv tvrtke (nije obavezno)

Država/regija \*  
Croatia

Adresa \*

Mjesto / Grad \*

Država/okrug \*

poštanski broj \*

telefon \*

adresa e-pošte \*  
flux-gamer@live.com

**Poslati na drugu adresu?**

Bilješke o narudžbi (nije obavezno)

### Tvoja naredba

Proizvod	Cijena
Muške Tenisice × 1	50,00 €
<b>Cijena</b>	<b>50,00 €</b>
<b>Dostava</b>	<b>Besplatna Dostava</b>
<b>Ukupno</b>	<b>50,00 €</b>

Plaćanje isključivo prilikom preuzimanja robe za sad!  
 Kontaktirajte nas ako trebate pomoć ili želite napraviti alternativne aranžmane.

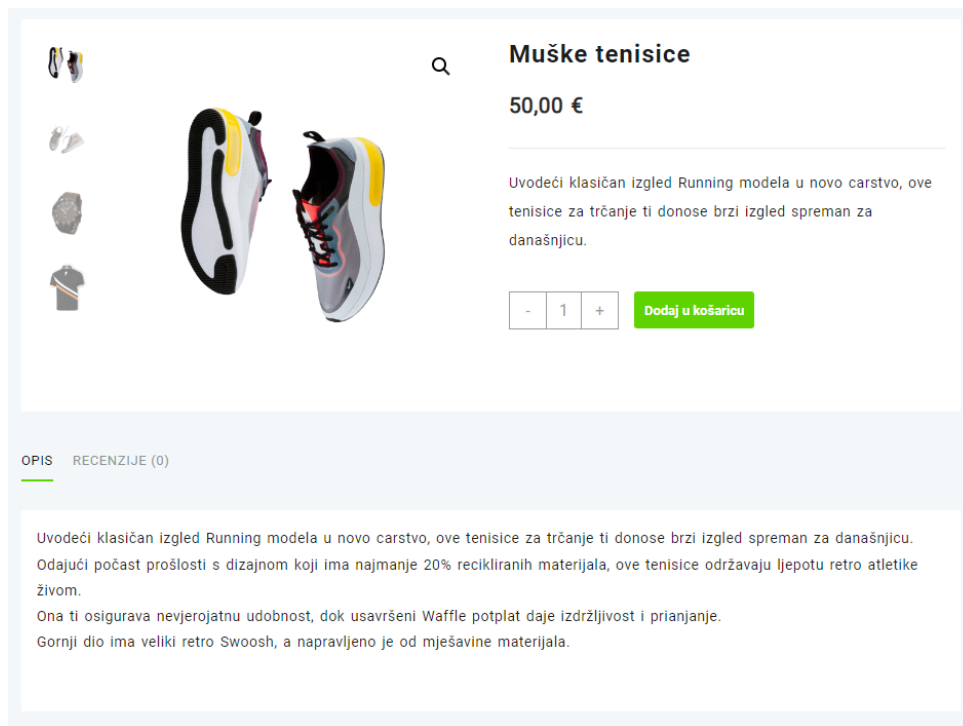
Želim primiti ekskluzivne e-poruke s popustima i informacijama o proizvodima (neobavezno)

**Naručiti**

*Slika 76. Odjeljak za ispunjavanje informacija*

*(Izvor: Vlastiti dizajn)*

Na slici broj 77 možemo vidjeti opisan proizvod, te odmah ispod njega možemo listati i ostale proizvode. U opisan proizvod naravno spada kratak opis i opširan opis, kratak opis se nalazi odmah sa desne strane proizvoda a opširan opis možemo vidjeti ispod proizvoda kao i odjeljak s recenzijama.

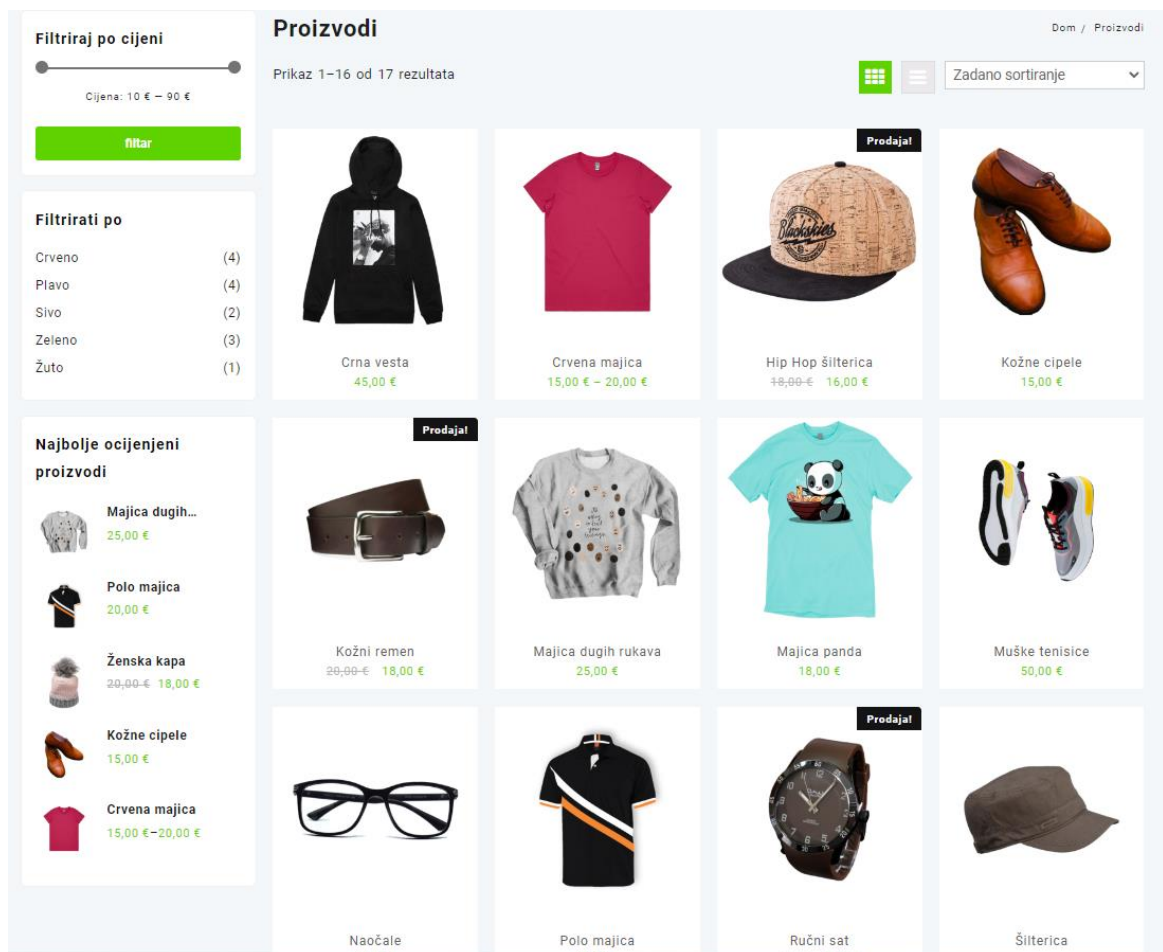


*Slika 77. Opis proizvoda*

*(Izvor: Vlastiti dizajn)*

Odjeljak za proizvode je dosta jednostavan, prikazuju se svi proizvodi dok ne odredimo što točno tražimo, ukoliko želimo samo cipele odaberemo odjeljak s cipelama. Sastoji se od filter za prilagodbe cijene, odabir boje, veličine itd. U sredini se nalaze svi proizvodi no sa lijeve strane se nalaze oni najbolje ocjenjeni.

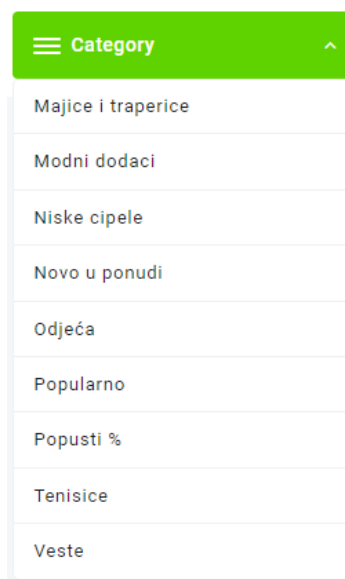




Slika 78. Prikazani proizvodi

(Izvor: Vlastiti dizajn)

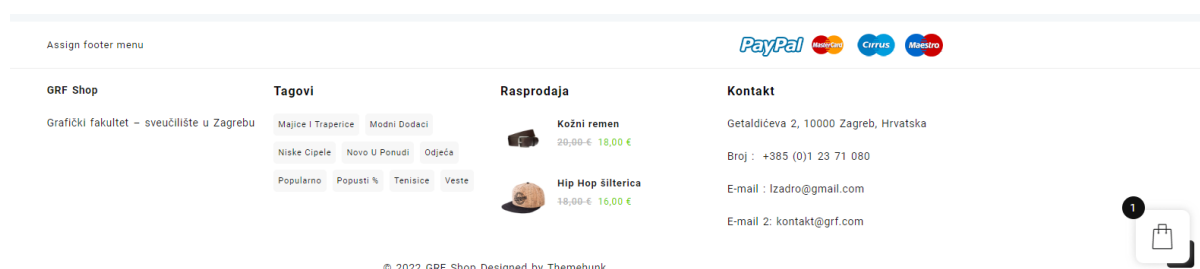
Na slici broj 79 vidimo padajući izbornik koji ima par kategorija.



Slika 79. Padajući izbornik

(Izvor: Vlastiti dizajn)

Na kraju točnije na dnu stranice (slika 80) imamo par detalja kao što su ime trgovine, tagovi koje kad stisnemo automatski prijedemo u određenu kategoriju proizvoda, rasprodaju koja prikazuje dva proizvoda koji su trenutno na sniženju i kontakt informacije trgovine. Na dnu vidimo koje godine i tko je dizajnirao web stranicu, a iznad informacija vidimo koje vrste plaćanja trgovina prihvaća.



*Slika 80. Dno web stranice*

*(Izvor: Vlastiti dizajn)*

Kao što se može primijetiti stranica je naglašena u zelenoj boji, razlog tomu je zato što zelena boja predstavlja prirodu, rast i novac. Također dokazano je da zelena boja smiruje i da odgovara našim osjetilima. Boja tamno zelene šume se povezuje s terminima poput bogato, muževno i konzervativno.

Bolnice koriste svijetlo zelenu boju iz razloga što smiruje pacijente. Zelena boja je također povezana sa srećom, tradicionalna je boja mira, potpore, dobre energije i zelena je boja mira. No jedan od razloga zašto zelena je razlog zato što je to omiljena boja dizajnera ove web trgovine (Mene).

## 8. ZAKLJUČAK

Web prodaja je svakako budućnost poslovanja zahvaljujući progresivnom razvoju interneta i tehnologije koje doprinose razvoju i širenju informatičke pismenosti kod ljudi. Sve više i više potrošača se okreće prema „*online shoppingu*“, ukoliko tvrtka uloži u dobru web stranicu tj. trgovinu mogućnost je većeg profita i boljeg poslovanja te djelatnosti ili u ovom primjeru trgovine.

Kao i u svijetu, tako i u Hrvatskoj, jedan od najboljih oblika trgovine je svakako *online*. Web trgovine su postale najpristupačniji oblik kupovanja zbog toga što možemo iz udobnosti svog doma kupiti ili naručiti proizvod, ne moramo se spremat i gubiti vrijeme za odlazak po isti proizvod u trgovinu. Naravno mogućnosti su puno veće, puno više trgovina koje ne moraju biti blizu nas moguće su preko interneta, možemo također iz bilo kojeg dijela svijeta naručiti predmet i dobiti ga možda i po nižoj cijeni nego u obližnjoj trgovini. Naravno sve što ima svoje prednosti ima i nedostatke. Nedostatci Internet trgovina su ti što mnogi kupci nemaju povjerenja prema internetu i nemaju sto postotnu sigurnost da će dobiti proizvod kao što je prikazan na fotografiji i opisu.

Web trgovini je jedan od bitnijih čimbenika dizajn. Ukoliko web stranica nije dobro dizajnirana, prekomplikirana za koristiti, bez obzira što ima najpovoljnije cijene, kupac može odustati od kupnje zbog lošeg dizajna web stranice. Na potrošače utječe dobar dizajn i preglednost web stranice, te je zbog toga potrebno uložiti u dobar izgled web trgovine.

Prilikom istraživanja uočio sam da ispitanici većinom glasaju za što jednostavnije sučelje web stranice. Većina ispitanika je reklo da se koristi internetskim trgovinama, te da im je bitan izgled web trgovine. Oko pedeset posto ispitanika se izrazilo da isključivo ili često koristi *online*, a dvadeset posto ispitanika nema nikakve navike u *online* kupovini. Također ispitanici su potvrdili da izgled web trgovine utječe na njihovu kupnju.

Prilikom izrade svoje web trgovine zaključio sam da znanje samog sustava WordPress nije sasvim dovoljno. Potrebno je znanje u korištenju raznih programa poput *illustratora*, poznavanje stilskog jezika CSS, vještine u HTML-. Najvažnije je imati ideju i napraviti skicu prije izrađivanja.

## 9. LITERATURA

Za web stranice:

1. Wikipedia, 2022., [https://en.wikipedia.org/wiki/Online\\_shopping](https://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping) (1.8.2022.)
2. Visual capitalist, 2021., <https://www.visualcapitalist.com/sp/history-of-online-shopping/> (1.8.2022.)
3. Purple.ai 2015., <https://purple.ai/blogs/the-history-of-online-shopping/> (1.8.2022.)
4. Miva 2020., <https://blog.miva.com/the-history-of-ecommerce-how-did-it-all-begin> (1.8.2022.)
5. Quora, 2021., <https://www.quora.com/Which-is-the-worlds-first-online-shopping-site> (1.8.2022.)
6. Marker.hr, 2017., <https://marker.hr/blog/prvi-web-shopovi-kako-su-izgledali-474/> (3.8.2022.)
7. Shoppers's mind, 2019., <https://smind.hr/web-trgovac-godine-2019-najbolje-web-trgovine-hrvatskoj/> (3.8.2022.)
8. 24sata, 2019., <https://www.24sata.hr/promo-sadrzaj/pogledajte-koje-su-najbolje-web-trgovine-u-hrvatskoj-625137> (3.8.2022.)
9. Similarweb, 2022., <https://www.similarweb.com/top-websites/category/e-commerce-and-shopping/> (7.8.2022.)
10. Amazon.co.jp , 2022., <https://www.amazon.co.jp/> (7.8.2022.)
11. Amazon.de, 2022., <https://www.amazon.de/> (7.8.2022.)
12. Jutarnji list, 2019., <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/evo-koji-su-najpopularniji-hrvatski-webshopovi-i-kako-posluju-samo-20-posto-nasih-online-trgovina-prima-kreditne-kartice-9616630> (8.8.2022.)
13. Poslovni.hr, 2021., <https://www.poslovni.hr/hrvatska/najvise-hrvata-online-kupuje-odjecu-i-obucu-ali-najveci-porast-biljezi-prodaja-druge-vrste-proizvoda-4308487> (8.8.2022.)
14. Mall.hr, 2022., <https://www.mall.hr/> (9.8.2022.)
15. Ekupi.hr, 2022., <https://www.ekupi.hr/hr> (9.8.2022.)
16. DreamHost ACADEMY, 2021., <https://www.dreamhost.com/academy/ways-to-build-a-site/> (11.8.2022.)
17. Wikipedia, 2022., <https://hr.wikipedia.org/wiki/HTML> (12.8.2022.)

18. Mojwebdizajn.net, 2021., <https://www.mojwebdizajn.net/skriptni-jezici/vodic/html/html-css.php> (13.8.2022.)
19. freeCodeCamp, 2021., <https://www.freecodecamp.org/news/html-css-and-javascript-explained-for-beginners/> (14.8.2022.)
20. WordPress.com, 2022., <https://wordpress.com/> (14.8.2022.)
21. WordPress.org, 2022., <https://wordpress.org/> (14.8.2022.)
22. CERN, 2022., <https://home.cern/> (14.8.2022.)
23. Markething.hr, 2018., <https://www.markething.hr/sto-je-seo-optimizacija/> (13.8.2022.)
24. Themehunk, 2022., <https://themehunk.com/product/open-shop-ecommerce-theme/#fixedtabid> (15.8.2022.)
25. Netokracija, 2022., <https://www.netokracija.com/e-commerce-savjeti-shipshape-187751> (15.8.2022.)
26. Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet, 2022., <https://www.grf.unizg.hr/> (18.8.2022.)
27. Nacionalni repozitorij završnih i diplomskih radova ZIR, 2022., <https://zir.nsk.hr/islandora/object/veleri%3A2451> (30.8.2022.)
28. Dioptrija.hr, 2022., <https://www.dioptrija.hr/lifestyle/koja-boja-nas-smiruje> (3.9.2022.)

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**GRAFIČKI FAKULTET**  
**Getaldićeva 2**  
**Zagreb, 12. 9. 2022.**

Temeljem podnietog zahtjeva za prijavu teme završnog rada izdaje se

## **R J E Š E N J E**

kojim se studentu/ici Luki Zadro, JMBAG 0128063101, sukladno čl. 5. st. 5. Pravilnika o izradi i obrani završnog rada od 13.02.2012. godine, odobrava izrada završnog rada, pod naslovom: Utjecaj web dizajna kod web trgovina, pod mentorstvom doc. dr. sc. Maje Rudolf.

Sukladno čl. 9. st. 1. Pravilnika o izradi i obrani završnog rada od 13.02.2012. godine, Povjerenstvo za nastavu, završne i diplomske ispite predložilo je ispitno Povjerenstvo kako slijedi:

1. doc. dr. sc. Stanić Loknar Nikolina, predsjednik/ica
2. doc. dr. sc. Rudolf Maja, mentor/ica
3. doc. dr. sc. Koren Ivančević Tajana, član/ica

  
Dekan  
Prof. dr. sc. Nikola Mrvac