



# E-trgovina za žene poduzetnice

## Vodič za polaznice

# Sadržaj

Uvod .....	1
1. poglavlje: Razumijevanje osnova e-trgovine .....	2
2. poglavlje: Sveobuhvatno i strateško upravljanje financijama za uspjeh e-trgovine .....	13
3. poglavlje: Upravljanje operacijama ili zbivanja iza kulisa e-trgovine .....	19
4. poglavlje: Pravni okvir za e-trgovinu .....	25
5. poglavlje: Digitalne vještine za uspjeh u e-trgovini .....	31
6. poglavlje: Meke vještine za žene poduzetnice .....	36
7. poglavlje: Dobar glas daleko se čuje .....	39
Dodatak: Ozbiljne poslovne igre	

# Uvod

Pozdrav! Bilo da ste iskusna vlasnica tvrtke ili tek počinjete razmišljati o poslovanju u internetskoj trgovini, došli ste na pravo mjesto. U ovome vodiču govorit ćemo o e-trgovini i pružiti vam korisne savjete kako napredovati na digitalnom tržištu.

Što je točno e-trgovina? Zamislite to kao virtualni shopping centar na internetu. To je okruženje u kojem pojedinci i tvrtke prodaju svoju robu i usluge putem interneta, od najnovijih tehnoloških naprava i ručno izrađenih proizvoda do usluga web dizajna i marketinga. E-trgovina više nije samo trend - već neko vrijeme to je industrija koja se kontinuirano razvija i mijenja način na koji kupujemo i prodajemo proizvode diljem svijeta.

Zašto bi vas uopće trebala zanimati e-trgovina? Pa, zato što ona znači imati globalnu publiku nadohvat ruke, potencijal za prodaju 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu te fleksibilnost vođenja poslovanja s bilo kojeg mjesta gdje imate internetsku vezu. Bilo da sanjate o pokretanju prodaje slastica iz svoje male kuhinje ili o pružanju usluga virtualnog asistenta, e-trgovina nudi beskrajne mogućnosti da svoje talente ili stručnost pretvorite u profit.

Na ovim stranicama ćemo objasniti sve što trebate znati, počevši od osnova - od istraživanja poslovnih modela u e-trgovini do logistike i dostave, pisanja neodoljivih opisa proizvoda i razvoja osobnih vještina. Osim teorijskih sadržaja koji vas trebaju opremiti informacijama i znanjem, pronaći ćete poveznice na vanjske izvore za daljnje učenje o ovom atraktivnom području.

Cilj ovog vodiča je pojednostaviti složene teme i osnažiti vas da donosite informirane odluke na svakom koraku kako biste postigli uspjeh na digitalnom tržištu. Svijet e-trgovine čeka - dopustite nam da vaše poduzetničke snove pretvorimo u stvarnost!



# 1. poglavlje: Razumijevanje osnova e-trgovine

Dobrodošli u e-trgovinu, gdje se poslovanje susreće s digitalnim svijetom. Zajedno ćemo razmotriti skup online aktivnosti koje definiraju ovaj uzbudljivi koncept.

## Što je e-trgovina?

*E-commerce*, skraćenica za *electronic commerce*, uključuje online trgovinu i poslovne transakcije. Najvjerojatnije ste u nekom trenutku već kupovali na internetu - novi pametni telefon, knjige, namještaj... Ili ste možda naručili neku uslugu online - trebao vam je prijevod dokumenta ili dizajn logotipa. Upravo je to bit e-trgovine: elektronička razmjena roba, usluga ili informacija putem interneta.

### 1.1 Ključne sastavnice e-trgovine

- **Mrežne transakcije:** E-trgovina sve se više temelji na obavljanju transakcija u potpunosti mrežnim putem. Bilo da kupujete proizvode, usluge ili razmjenjujete podatke, sve se to događa digitalno putem namjenskih platformi ili web stranica. Ovo nudi globalnu dostupnost i praktičnost.
- **Elektronički sustavi plaćanja:** Presudni za e-trgovinu su elektronički načini plaćanja poput kreditnih kartica, digitalnih novčanika i internetskog bankarstva. Ovi sustavi iz temelja su izmijenili način na koji se obavljaju transakcije, pružajući brzinu i sigurnost i kupcima i prodavačima.
- **Digitalni izlozi:** Zamislite digitalne izloge kao online verzije tradicionalnih trgovina. Tvrtke predstavljaju svoje ponude putem web-platformi ili mobilnih aplikacija, omogućujući klijentima da pregledavaju, uspoređuju i kupuju s bilo kojeg mjesta i bilo kada.
- **Globalni doseg:** Za razliku od fizičkih trgovina, e-trgovina nadilazi granice. Tvrtke mogu doprijeti do kupaca diljem svijeta, a kupci mogu pristupiti proizvodima diljem svijeta. Ovo globalno tržište otvara nova vrata za tvrtke koje se susreću s međunarodnim propisima i različitim tržištima.

## 1.2 Putovanje kroz povijest e-trgovine

Jeste li se ikada zapitali kako je aktivnost kupnje evoluirala od fizičkih trgovina do vaših laptopa i telefona? Krenimo na kratko putovanje kroz uzbudljiv razvoj e-trgovine.

### 1970-1980-e: Pojava elektroničke razmjene podataka (EDI)

Sve je počelo s elektroničkom razmjenom podataka (EDI), tehnološkim otkrićem koje je tvrtkama omogućilo da informacije razmjenjuju elektroničkim putem. Iako nije bio usredotočen na potrošače, EDI je utabao put za ono što će slijediti.

### 1990-e: Internetski boom i online maloprodaja

U 90-ima je internet eksplodirao na sceni, otvarajući vrata online maloprodaji. Godine 1994. dogodio se povijesni trenutak kada je netko prodao Stingov CD putem interneta – prva sigurna online transakcija! Tvrtke poput Amazona i eBaya uslijedile su 1995. godine, zauvijek promijenivši način na koji kupujemo.

### 2000-e: E-trgovina postaje sve veća

Uz nagli porast upotrebe interneta, 2000-ih je došlo do eksplozivnog rasta e-trgovine. Sustavi internetskog plaćanja učinili su transakcije sigurnijima i lakšima. Divovi kao što su Amazon, eBay i Alibaba dominirali su tržištem, oblikujući krajolik digitalne kupovine.

### 2010-e - danas: sve je mobilno

U 2010-ima mobilna trgovina (m-commerce) doživjela je procvat, dopuštajući nam da kupujemo putem telefona. Društvena trgovina spojila je društvene medije s kupnjom, čineći kupnju putem interneta još društvenijom. Osim toga, tehnologije poput umjetne inteligencije, proširene stvarnosti i virtualne stvarnosti obogatile su iskustvo kupnje kao nikada prije.

## 1.3 Poslovni modeli e-trgovine

Da bismo počeli razumjeti kompleksno područje e-trgovine, prvo moramo predstaviti njene glavne poslovne modele. Ukratko, poslovni model u e-trgovini definiran je time tko prodaje ili pruža usluge i proizvode te tko je ciljani kupac - tvrtka ili pojedinac. Pogledajmo kako svaki model funkcionira u praksi!

### **B2B: business to business**

B2B e-trgovina odnosi se na transakcije između poduzeća. Zamislite proizvođače, veletrgovce i dobavljače koji se povezuju na mreži radi trgovine robom i uslugama. Ovakvi poslovi često uključuju velike narudžbe i dugoročna partnerstva, s fokusom na učinkovitost i uštedu troškova. To možemo zamisliti kao procese iza kulisa koji podržavaju nesmetan rad industrija kao što su proizvodnja, zdravstvo i tehnologija.



### **Primjer: Alibaba.com**

Alibaba.com je vodeća B2B platforma za e-trgovinu koja povezuje proizvođače i veletrgovce s tvrtkama širom svijeta. Omogućuje tržište za tvrtke za kupnju proizvoda na veliko, u rasponu od elektronike i strojeva do odjeće.

### **Kako to funkcionira u praksi?**

Proizvođači objavljuju svoje proizvode na Alibaba.com s detaljnim opisima, cijenama i minimalnim količinama za narudžbu. Poduzeća iz cijelog svijeta zatim pregledavaju ove ponude kako bi pronašla dobavljače za proizvode koji su im potrebni, izravno kontaktirali dobavljače da pregovaraju o cijenama, razgovaraju o uvjetima i izvrše narudžbe.

## **B2C: business to consumer**

B2C e-trgovina je ono što većina nas svakodnevno doživljava kada kupuje na internetu. Ovaj model povezuje tvrtke izravno s pojedinačnim potrošačima. Zamislite da pregledavate svoju omiljenu internetsku trgovinu, odaberete novi pametni telefon ili par cipela i kupite ih nakon nekoliko klikova. B2C podrazumijeva personalizirani pristup, prilagođeni marketing i pružanje besprijekornog iskustva kupnje. Usmjeren je na kupca, pa se svaka kupnja čini jedinstvenom i prilagođenom upravo vama.

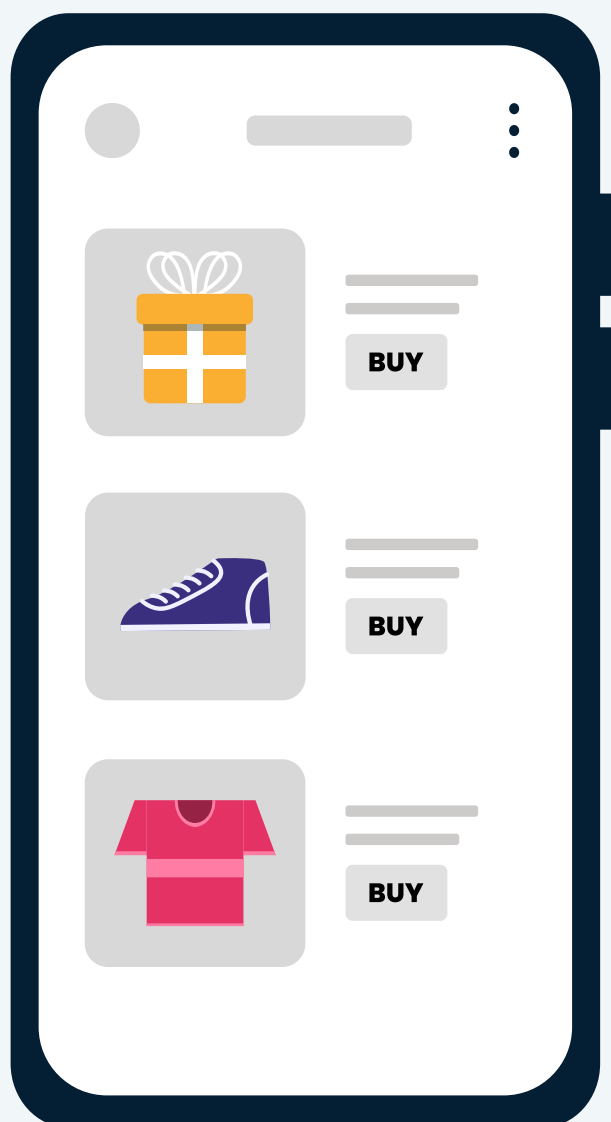
### **Primjer: Amazon.com**

Amazon.com je B2C platforma koja povezuje tvrtke s pojedinačnim kupcima. Nudi nevjerojatno širok raspon proizvoda, od knjiga i elektronike do odjeće i kućanskih predmeta, dostupnih za kupnju svima!

### **Kako to funkcionira u praksi?**

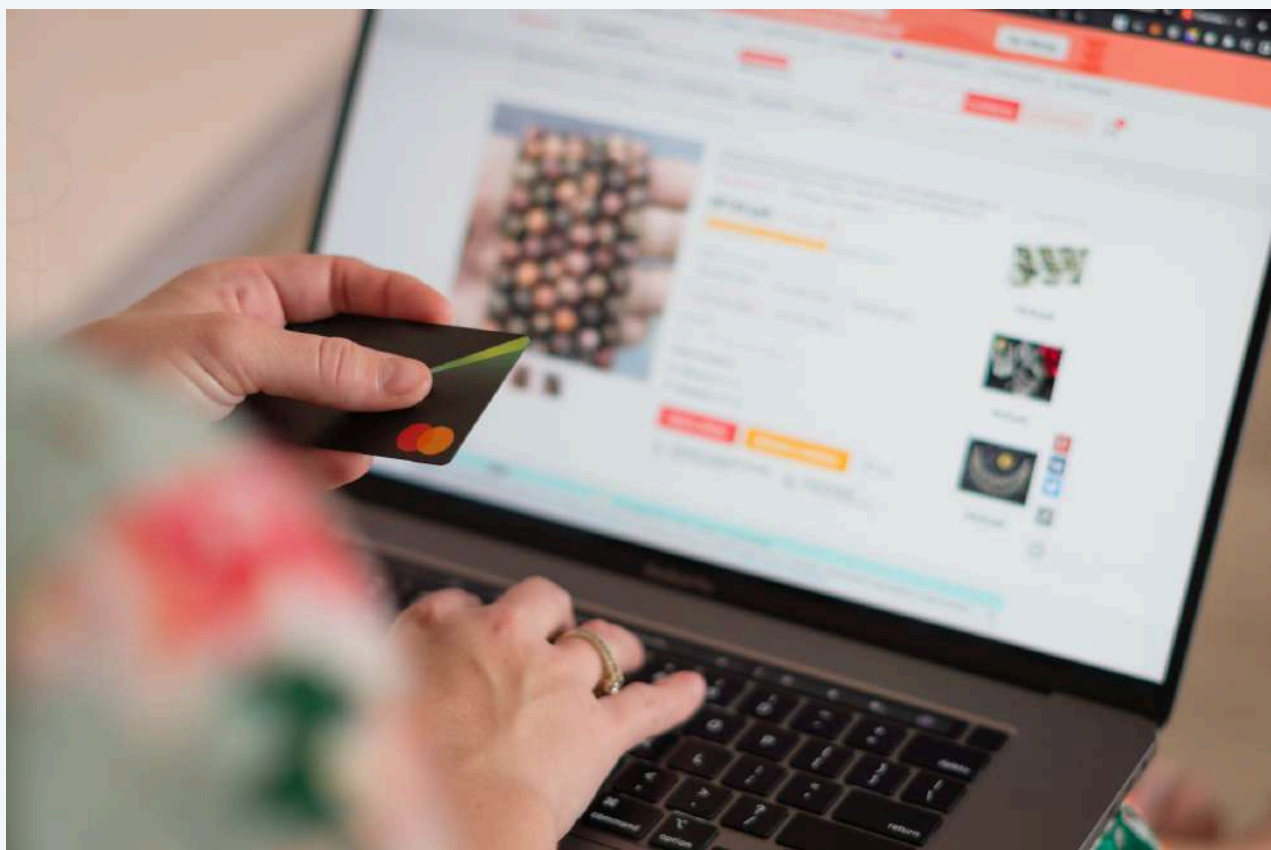
Tvrtke i pojedinačni prodavači objavljuju svoje proizvode na Amazonu s detaljnim opisima, cijenama i recenzijama kupaca. Potrošači pregledavaju stranicu, traže proizvode, čitaju recenzije i dodaju artikle u svoju košaricu, a zatim dovršavaju svoju kupnju putem sigurnog procesa naplate. Amazon upravlja obradom plaćanja, otpremom i korisničkom službom.

Iako je vjerojatno najpoznatiji po svojoj B2C ponudi, Amazon.com je također poznat kao B2B i D2C platforma jer omogućava različite načine trgovanja!



## **C2C: consumer to consumer**

C2C e-trgovina omogućuje pojedincima prodaju proizvoda ili usluga izravno drugim pojedincima. Ako želite kupiti rabljeni bicikl ili prodati svoje staro prijenosno računalo, možete koristiti C2C platformu za popis svojih proizvoda i pronalaženje kupaca za njih. Povjerenje i zajednica potrošača su vitalni u ovom slučaju, sa sustavima reputacije koji osiguravaju pouzdane transakcije.



### **Primjer: eBay**

eBay je internetsko tržište na kojem pojedinačni prodavači mogu objaviti proizvode za prodaju izravno drugim potrošačima. Kupci mogu pregledavati objavljene proizvode, davati ponude za artikle ili kupovati proizvode izravno koristeći eBay platformu.

### **Kako to funkcionira u praksi?**

Transakcije se obavljaju putem eBayjeve web stranice i sustava plaćanja, što potrošačima omogućuje kupnju i prodaju širokog spektra proizvoda izravno jedni drugima. Prodavači se obično brinu o isporuci proizvoda svojim kupcima, dok je eBay samo posrednička platforma za kupnju i plaćanje.



## **C2B: consumer to business**

U C2B e-trgovini pojedinci nude proizvode, usluge ili stručno znanje poduzećima. To su, primjerice, freelanceri i influenceri koji pružaju jedinstvene vještine izravno tvrtkama. Ovaj model se temelji na prilagodbi klijentima i poduzetničkom pristupu.

### **Primjer: Upwork**

Upwork je vodeća C2B platforma koja povezuje freelancere (pojedince) s tvrtkama koje traže njihove usluge. Pokriva širok raspon profesionalnih usluga, uključujući grafički dizajn, pisanje, prevođenje, programiranje, marketing itd.



## **Kako to funkcionira u praksi?**

Freelanceri izrađuju profile na platformi na kojima predstavljaju svoje vještine, iskustvo i dosadašnje radove, a također mogu navesti određene usluge koje nude. Tvrtke objavljuju opise poslova za projekte za koje im je potrebna pomoć, navodeći potrebne vještine, proračun i vremenski okvir. Freelanceri zatim šalju prijedloge za te oglase za posao, objašnjavajući kako mogu zadovoljiti potrebe projekta i navodeći svoje cijene. Tvrtke pregledavaju ponude i profile slobodnih djelatnika, intervjuiraju kandidate i zapošljavaju one koji najbolje odgovaraju zahtjevima njihovih projekata. Upwork olakšava procese ugovora, plaćanja i upravljanja projektima.

## **D2C: Direct to consumer**

D2C e-trgovina omogućuje brendovima da prodaju izravno potrošačima, zaobilazeći tradicionalne maloprodajne kanale. Zamislite svoju omiljenu marku za njegu kože koja se prodaje isključivo online. D2C se fokusira na identitet robne marke, angažman kupaca i pružanje personaliziranog iskustva od početka do kraja.



### **Primjer: Glossier**

Glossier je robna marka za ljepotu i njegu kože koja svoje proizvode prodaje izravno potrošačima putem internetske trgovine i odabranih maloprodajnih mjesta. Usredotočujući se na izravan odnos s kupcima, tvrtka može ponuditi visokokvalitetne, inovativne proizvode i izgraditi snažnu zajednicu brendova.

### **Kako to funkcionira u praksi?**

Glossier razvija vlastitu liniju proizvoda za uljepšavanje i njegu kože na temelju povratnih informacija kupaca i trendova u industriji. Kupci posjećuju Glossierovu web stranicu gdje mogu pronaći detaljne opise proizvoda, recenzije kupaca i savjete za korištenje; pregledavaju i kupuju proizvode. Proizvodi se prodaju izravno putem Glossierove internetske trgovine i nekoliko fizičkih maloprodajnih mjesta, čime se osigurava kontrola nad korisničkim iskustvom i cijenama. Narudžbe se obrađuju i šalju izravno na adresu kupca, često uz besplatne opcije dostave i politiku jednostavnih povrata robe.

Želite li naučiti više o osnovama e-trgovine? Proučite [ovaj blog](#) na platformi Shopify kako bi istražili prednosti i izazove e-trgovine.

**Jeste li spremni pokrenuti svoju prvu online trgovinu? Nastavite čitati za vodič koji će vam korak po korak objasniti kako započeti!**

# 1.4 Kako pokrenuti internetsku trgovinu

## 1. Odaberite svoju nišu

Ako razmišljate o pokretanju internetskog poslovanja, vjerojatno ste već odredili područje koje dobro poznajete i koje vas zanima. Ako se još uvijek pokušavate odlučiti između nekoliko opcija, upotrijebite alate kao što su Google Trends i poslovna izvješća za istraživanje tržišnih trendova i analizu konkurencije kako biste definirali proizvod ili uslugu koju biste mogli ponuditi kupcima. Potražite područja u kojima postoji potražnja, ali ne i mnogo konkurencije.



## 2. Izradite poslovni plan

Poslovni plan služi kao nacrt za vaše poslovanje, s detaljima vaših ciljeva, strategija i financijskih projekcija. Započnite sa sažetkom koji daje kratak pregled vaše poslovne ideje. Zatim biste trebali pripremiti analizu tržišta, tj. detaljno istražiti područje proizvoda ili usluga koje želite ponuditi kako biste istaknuli prilike i izazove. Zatim ocrtajte svoju marketinšku strategiju, objašnjavajući kako namjeravate učinkovito privući i zadržati kupce. Na kraju, pripremite financijski plan koji predstavlja vaš proračun, izvore financiranja i financijske projekcije, osiguravajući vam jasno razumijevanje vašeg financijskog puta do uspjeha. Čak i ako vam je ovo prvi put da pokrećete posao, izrada osnovnog poslovnog plana natjerat će vas da razmišljate unaprijed i planirate svoj poduzetnički put, pripremajući vas za sljedeće korake koji slijede.

### 3. Odaberite naziv tvrtke i domenu

Ime i domena vaše tvrtke trebaju biti jedinstveni, lako pamtljivi i relevantni za vaše područje. Započnite razmišljanjem o imenima i napravite popis onih koji vam se najviše sviđaju. Možete upotrijebiti stranice za registraciju domena kako biste provjerili postoje li vaša omiljena imena na tržištu i je li vaša željena domena dostupna. Potom registrirajte svoju domenu i spremni ste!

### 4. Odaberite platformu za e-trgovinu

Postoje razne platforme koje možete koristiti za pokretanje svog internetskog poslovanja. Većina njih nudi niz usluga koje će vam trebati za rad vaše internetske trgovine - od dizajna stranice do integracije sustava za plaćanje, ove različite aspekte poslovanja na mreži platforma osigurava kao dio paketa. To olakšava poslovanje vama kao vlasniku tvrtke jer nećete morati angažirati vanjske stručnjake ili usluge da npr. dizajnirate svoju web stranicu ili omogućite plaćanje putem interneta.

Odaberite platformu koja odgovara vašim potrebama i proračunu. Evo nekoliko popularnih opcija:

**Shopify:** jednostavan za korištenje s brojnim značajkama.

**WooCommerce:** Izvrstan za korisnike WordPressa.

**BigCommerce:** Prikladno za veće trgovine.

**Squarespace:** Idealno za male i srednje trgovine.

### 5. Dizajnirajte svoju internetsku trgovinu

Nakon što ste odabrali platformu za otvaranje svoje trgovine, sljedeći korak je stvaranje atraktivnog i funkcionalnog izloga. Najprije odaberite jedan od ponuđenih predložaka dizajna - najbolje je odabrati temu koja vizualno odgovara vašem brendu i vrsti proizvoda ili usluga koje nudite. Također ćete imati mogućnost prilagođavanja dizajna prilagođavanjem boja, fontova i izgleda.

Sada je vrijeme za izradu atraktivnih, informativnih opisa proizvoda. Ponudite detaljne i točne informacije o proizvodu koje ističu ključne značajke, prednosti i upotrebu. Visokokvalitetne slike iz više kutova, zajedno s videozapisima ili 3D prikazima, mogu korisnicima omogućiti bolje razumijevanje proizvoda. Također je dobra ideja prikazati recenzije i ocjene kupaca kako biste izgradili povjerenje i pokazali potencijalnim kupcima da su drugi već imali pozitivna iskustva s vašim proizvodima. Recimo da ste dizajnerica nakita - na sljedećoj stranici pronaći ćete primjer dobro izrađenog opisa proizvoda za ručno izrađene naušnice.

## **Naziv proizvoda: Ručno rađene naušnice s perlicama**

### **Detaljan opis proizvoda**

Dodajte dašak boemskog stila svom izgledu uz naše ručno izrađene naušnice s perlicama. Svaki je par pomno izrađen od visokokvalitetnih perlica i hipoalergenih metala, što ih čini savršenima za osjetljive uši. Živahne boje i slikoviti uzorci inspirirani su tradicionalnim dizajnom i osiguravaju da je svaki par naušnica potpuno unikatan. Lagane i udobne, ove naušnice savršene su i za svakodnevno nošenje i za posebne prigode!

### **Dodatne informacije**

Vodič za veličinu: Navedite mjere za duljinu i širinu naušnica, kao i fotografiju za vizualnu referencu veličine.

Tablica usporedbe: Uključite tablicu koja uspoređuje ove naušnice s drugima u vašoj kolekciji, ističući razlike u dizajnu, materijalima ili veličini.

Upute za održavanje: ponudite upute koje se mogu preuzeti i koje objašnjavaju kako čuvati i čistiti naušnice kako biste osigurali njihovu dugovječnost.

### **Slike i videozapisi visoke kvalitete**

Slike: Objavite slike visoke rezolucije koje prikazuju naušnice iz više kuteva. Pokažite kako se naušnice nose kako biste kupcima dali dojam njihove veličine i ukupnog izgleda.

Videozapis: Objavite video koji prikazuje proces izrade, naglašavajući kompleksne detalje i pažnju pri izradi svakog para. Također možete snimiti video na kojem se vidi model koji nosi naušnice.

### **Recenzije i ocjene kupaca**

"Ocijenjeno s 4,9 od 5 zvjezdica na temelju 78 recenzija" Ivana R.: Apsolutno predivne naušnice! Detalji su nevjerojatni.

Ana K.: Ovo su moje nove najdraže naušnice. Izgledaju još bolje nego na slici i dodaju savršeni štih svakom outfitu.

### **Često postavljana pitanja (FAQ)**

P: Jesu li ove naušnice prikladne za osjetljive uši?

O: Da, izrađene su od hipoalergenih metala koji su sigurni za osjetljive uši.

P: Kako se brinuti za svoje ručno izrađene naušnice?

O: Kako biste održali njihovu ljepotu, izbjegavajte izlaganje vodi i čuvajte ih na suhom mjestu. Očistite nježno mekom krpom.

## 6. Postavite sustav za plaćanje i omogućite dostavu

Vaši su proizvodi sada izloženi u trgovini i mogli bi uskoro početi privlačiti pažnju! Morate osigurati da kupci mogu nesmetano plaćati i primati svoje narudžbe.

- **Načini plaćanja**

Ponudite opciju plaćanja kreditnom ili debitnom karticom tako da integrirate sustave za plaćanje kao što su Stripe ili PayPal. Kako biste si to olakšali, odaberite platformu za e-trgovinu koja već nudi opciju integriranog plaćanja. Omogućite korištenje digitalnih novčanika prihvaćanjem plaćanja putem Apple Paya, Google Paya i sl.

- **Mogućnosti dostave**

Povežite se s prijevoznicima kao što su UPS, FedEx ili drugim tvrtkama koje nude usluge u vašoj zemlji ili inozemstvu, ovisno o željenom tržištu. Morate postaviti i cijene dostave: odlučite se za paušalnu cijenu, cijene prijevoznika u stvarnom vremenu ili besplatnu dostavu. Ako nudite besplatnu dostavu kao poticaj kupcu, svakako uračunajte taj trošak u cijenu proizvoda.

## 7. Pokrenite i promovirajte svoju trgovinu

Vrijeme je da krenete i počnete privlačiti kupce! Testirajte sve kako biste bili sigurni da sve funkcije rade ispravno, a zatim oglasite svoju trgovinu. Koristite društvene medije, marketing putem e-pošte, SEO i plaćene oglase za promociju svoje trgovine. Više savjeta o digitalnom marketingu i promociji trgovine pronaći ćete u 5. i 7. poglavlju ovog vodiča.



## 8. Pratite poslovanje i stalno poboljšavajte ponudu

Konačno, ne zaboravite redovito pregledavati izvedbu svoje trgovine i napraviti poboljšanja gdje je to potrebno. Koristite alate kao što je Google Analytics za praćenje prometa i prodaje; prikupite povratne informacije kupaca i postupite u skladu s njima ako uočite prostor za poboljšanje. Također biste trebali redovito ažurirati svoju trgovinu novim proizvodima i značajkama.

Ako ste slijedili ove korake, vaša bi internetska trgovina trebala biti uspješno postavljena. Čitajte dalje za više savjeta o raznim aspektima poslovanja na mreži - sretno!



## 2. poglavlje: Sveobuhvatno i strateško upravljanje financijama za uspjeh e-trgovine

Svijet e-trgovine dinamično je područje u kojem financijsko upravljanje nije samo nužnost, već i strateška prednost. Ovo poglavlje istražuje ključnu ulogu proračuna, sigurnosti i online plaćanja u uspjehu poslovanja e-trgovine. Od svladavanja umjetnosti financijskog planiranja i predviđanja do snalaženja u složenom svijetu online transakcija i zaštite osjetljivih podataka o klijentima, ovo poglavlje pruža sveobuhvatan pregled financijskih razmatranja bitnih za uspjeh na digitalnom tržištu.

### 2.1 Ovladavanje financijskim planiranjem: uvod u proračune

Budžetiranje, temeljna komponenta financijskog upravljanja, razvilo se iz drevnih računovodstvenih praksi u kamen temeljac moderne poslovne strategije. U svojoj srži, proračun predstavlja stvaranje i provedbu dobrog financijskog planiranja, osnažujući organizacije da postignu svoje ciljeve u današnjem žestoko konkurentskom gospodarskom okružju.

Porijeklo proračuna može se pratiti unatrag do 1400-ih, kada su venecijanski investitori pažljivo pratili svoje trgovačke ekspedicije u Aziji korištenjem dvostrukog knjigovodstva, bilanci i izvješća o dobiti. Međutim, tek je sredinom 18. stoljeća britanska vlada prvi put upotrijebila izraz "proračun", dok je kancelar predstavljao godišnja financijska izvješća. Tek su kasnih 1800-ih poduzeća široko prepoznala i usvojila taj izraz za označavanje svojih procesa financijskog planiranja.

Proračuni organizacijama služe kao ključan alat za izradu točnih financijskih izvješća i poticanje rasta prihoda. **Učinkovito planiranje proračuna** najvažniji je pojedinačni čimbenik u određivanju sposobnosti tvrtke da postigne svoje ciljeve, budući da pruža okvir za bolje razumijevanje prioriteta, učinkovitu alokaciju resursa i identificiranje područja koja zahtijevaju ponovnu procjenu.

Proračun se može klasificirati na različite načine, a svaki ima svoju posebnu svrhu unutar organizacije. Na temelju vremena, proračuni se mogu podijeliti na **dugoročne i kratkoročne**, pri čemu su prvi usmjereni na strateško planiranje i odluke o velikim ulaganjima, a drugi stavljaju naglasak na operativne detalje, svakodnevne troškove i neposredne financijske ciljeve.

Proračuni se također mogu kategorizirati na temelju **prevladavajućih uvjeta**, s osnovnim proračunima koji služe kao temeljni okvir u normalnim radnim uvjetima i trenutnim proračunima koji se prilagođavaju sadašnjem gospodarskom i tržišnom okruženju. Nadalje, proračuni se mogu klasificirati na temelju **aktivnosti ili funkcija poduzeća**. Glavni proračun konsolidira sve pojedinačne proračune različitih odjela ili funkcija unutar organizacije u sveobuhvatan plan, dok se funkcionalni proračuni usredotočuju na jedinstvene financijske zahtjeve i ciljeve svakog odjela, kao što su prodaja, marketing ili istraživanje i razvoj.

Osim ovih tradicionalnih vrsta proračuna, organizacije također mogu istražiti alternativne pristupe proračunu, uključujući **inkrementalni proračun, proračun temeljen na aktivnostima, proračun s vrijednošću i proračun temeljen na nuli**. Svaki pristup ima svoje prednosti i nedostatke, a organizacije mogu poboljšati ove tehnike uključivanjem periodičnih pregleda, izazovnih pretpostavki i usklađivanjem proračunskih izdvajanja sa strateškim prioritetima.

Bez obzira na proračunski pristup, tipični proračun sastoji se od nekoliko ključnih komponenti koje pružaju strukturirani okvir za financijsko planiranje i donošenje odluka. Ovi elementi uključuju predviđanje prihoda, proračun troškova, proračun kapitalnih izdataka, projekciju novčanog toka, proračunske pretpostavke i analizu proračunske varijance. Sustavnim razmatranjem ovih komponenti, organizacije mogu razviti sveobuhvatan i djelotvoran financijski plan koji je usklađen s njihovim strateškim ciljevima i olakšava učinkovitu raspodjelu resursa.

Tehnike financijskog predviđanja, kao što su **analiza trendova i planiranje scenarija**, igraju ključnu ulogu u izradi točnih proračunskih projekcija. Analiza trendova uključuje ispitivanje povijesnih podataka kako bi se identificirali obrasci i ekstrapolirali budući ishodi, dok planiranje scenarija razmatra više hipotetskih scenarija kako bi se procijenio njihov potencijalni utjecaj na financijsku izvedbu. Kombinacijom ovih tehnika organizacije mogu steći sveobuhvatnije razumijevanje potencijalnih budućih putanja i donositi informirane odluke za postizanje svojih financijskih ciljeva.

Učinkovito praćenje proračuna, prepoznavanje odstupanja i provođenje korektivnih radnji ključni su za osiguravanje ispunjenja financijskih ciljeva. Ovaj proces uključuje redoviti pregled financijskih izvješća i proračunskih izvješća, postavljanje i praćenje ključnih pokazatelja uspješnosti, ažuriranje scenarija predviđanja i korištenje povijesnih podataka i analize trendova za prepoznavanje obrazaca i promjena u financijskoj uspješnosti. Promicanjem suradnje, odgovornosti i korištenja tehnologije, organizacije mogu poboljšati svoju sposobnost proaktivnog rješavanja izazova i iskorištavanja novih prilika.



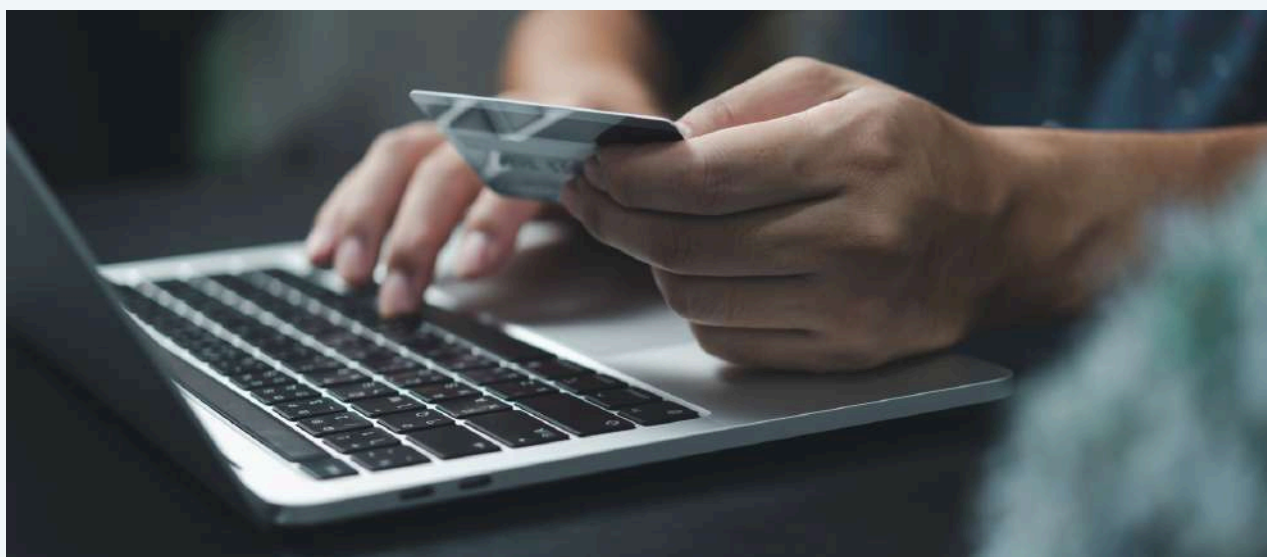
## 2.2 Jačanje sigurnosti e-trgovine: zaštita transakcija i očuvanje povjerenja kupaca

E-trgovina je postala ključni pokretač rasta u modernom poslovnom okruženju, nudeći potrošačima praktičan, učinkovit i brži način za obavljanje transakcija. Integracija e-trgovine u bankarski sektor donijela je goleme mogućnosti za inovacije i rast. Međutim, to je također uzrokovalo **nove rizike i ranjivosti**, sa sigurnosnim prijetnjama koje su se pojavile kao ključni preduvjet za učinkovito upravljanje i zaštitu online platnih transakcija.

Značaj sigurnosti u e-trgovini leži u činjenici da online transakcije uključuju razmjenu osobnih, a često i osjetljivih informacija između potrošača i prodavača. Uspostavljanje **odnosa povjerenja s kupcima** ključno je za održavanje i širenje tržišnog udjela e-trgovine. To zahtijeva donošenje čvrstih politika privatnosti, provedbu zakona i samoregulacije te primjenu vrhunskih tehničkih rješenja.

Povrede podataka u sektoru e-trgovine mogu imati teške posljedice i za tvrtke i za potrošače. Prosječna cijena povrede podataka u maloprodajnoj industriji procjenjuje se na **5,04 milijuna USD**, s prosječnom cijenom od 150 USD po kompromitiranom zapisu. Ove povrede mogu značajno utjecati na povjerenje kupaca i reputaciju tvrtke, što dovodi do gubitka povjerenja u sposobnost organizacije da zaštiti osjetljive informacije.

Osim toga, povrede podataka mogu rezultirati pravnim i regulatornim posljedicama, kao i poremetiti poslovne operacije, uzrokujući zastoje, gubitak produktivnosti i štetu reputaciji.



Sigurnost u e-trgovini ima dvostruko značenje: skup postupaka, mehanizama i računalnih programa koje su usvojile prodajne platforme za provjeru izvora informacija i osiguranje integriteta transakcija, kao i zaštitu resursa elektroničke trgovine od neovlaštenog pristupa, uporabe, izmjena ili uništenja. Ključna načela kibernetičke sigurnosti, poznata kao **čimbenici CIA** (povjerljivost, integritet i dostupnost), predstavljaju bitne elemente koje treba uzeti u obzir kako bi se identificirali parametri pomoću kojih se planira i provodi ispravan pristup informacijskoj sigurnosti. **Povjerljivost** se odnosi na strategiju koja se koristi za zaštitu povjerljivosti računala, zaštitu korisničkih podataka od zlonamjernih namjera hakera ili neovlaštenih trećih strana. **Integritet**, u kontekstu kibernetičke sigurnosti, označava održavanje sigurnosti podataka i njihovu zaštitu, tj. zaštitu od bilo kakve neovlaštene vanjske manipulacije. Rješenja poput sustava za otkrivanje upada, ograničenja pristupa i obuka korisnika pomažu u osiguravanju zaštite i sigurnosti podataka. **Dostupnost** znači pravo pristupa resursima zajamčeno korisnicima na zahtjev, osiguravajući da su infrastrukturni resursi spremni za ispravnu isporuku onoga što se traži. Protumjere poput sigurnosnih kopija, planova oporavka od katastrofe i vatrozida mogu zaštititi dostupnost podataka.

Industrija e-trgovine posebno je osjetljiva na razne kibernetičke prijetnje, uključujući neovlašteni pristup, DoS i DDoS napade, krađu identiteta, zlonamjerni softver, SQL injekcije, skriptiranje između web-mjesta i napade brutalnom silom. Ove prijetnje mogu ugroziti i sigurnost korisničkih podataka i integritet poslovnih operacija. Za ublažavanje ovih rizika potreban je holistički pristup sigurnosti, koji uključuje zaštitu poslužitelja, web aplikacija i osjetljivih podataka, uz robusnu obuku osoblja i dobro strukturirane procese upravljanja rizikom.

### **Ključne sigurnosne mjere uključuju:**

- implementaciju snažnih mehanizama provjere autentičnosti, kao što su jedinstvene lozinke i dvofaktorska autentifikacija
- redovito ažuriranje softvera i primjena sigurnosnih zakrpa
- uporabu sigurnih metoda obrade plaćanja i usklađenost s industrijskim standardima
- edukaciju korisnika i zaposlenika o najboljim praksama kibernetičke sigurnosti
- uporabu vatrozida web aplikacija za zaštitu od uobičajenih napada temeljenih na webu
- redovito sigurnosno kopiranje podataka i praćenje sigurnosnih zapisa
- provođenje sigurnosnih procjena i održavanje plana odgovora na incidente
- informiranje o novim prijetnjama i kontinuirano poboljšavanje sigurnosnih mjera

Usvajanjem detaljnog i proaktivnog pristupa sigurnosti e-trgovine, tvrtke mogu zaštititi svoje poslovanje, zaštititi povjerenje kupaca i upravljati dinamičnim i konkurentnim krajolikom digitalnog tržišta.

## 2.3 Online plaćanja: sigurnost, inovacija i globalna integracija

Brzi rast e-trgovine usko je povezan sa širokim usvajanjem elektroničkih sustava plaćanja koji omogućuju besprijekoran prijenos novčanih vrijednosti bez potrebe za fizičkom gotovinom. Ova je transformacija uvela revoluciju u način na koji se potrošači uključuju u komercijalne transakcije, nudeći praktičnu i učinkovitu alternativu tradicionalnim metodama plaćanja.

Uspjeh e-trgovine potaknut je kontinuiranim razvojem i diverzifikacijom rješenja za online plaćanje. Potrošači danas mogu birati unutar širokog raspona alata za plaćanje, od kojih svaki ima svoje jedinstvene karakteristike, prednosti i nedostatke. To uključuje kreditne i debitne kartice, digitalne novčanike, online SEPA plaćanja, pa čak i novo područje kriptovaluta. Proliferacija online metoda plaćanja potaknuta je politikama financijske uključenosti kojima je cilj osigurati pristup za sve kategorije korisnika i olakšati široko prihvaćanje elektroničkog plaćanja. Izvješće Svjetske banke o aspektu plaćanja financijske uključenosti naglašava važnost ovog strateškog fokusa.

**Kreditne kartice** ostaju dominantan elektronički instrument plaćanja u Europi. Te se kartice mogu podijeliti u tri glavne vrste: kreditne kartice, debitne kartice i prepaid kartice, od kojih svaka ima svoje posebne značajke i slučajeve upotrebe.

Uz tradicionalna kartična plaćanja, porast **digitalnih novčanika** pojavio se kao značajan trend. Ove virtualne platforme omogućuju korisnicima centralnu pohranu i upravljanje podacima o plaćanju, omogućujući besprijekorne online i mobilne transakcije. Vodeći digitalni novčanici uključuju PayPal, Amazon Pay, Google Pay, Apple Pay i Samsung Pay, svaki sa svojom bazom korisnika i mogućnostima integracije.

Okvir **SEPA** (Jedinstveno područje plaćanja u eurima) također je odigrao ključnu ulogu u olakšavanju prekograničnih online plaćanja unutar Europske unije. SEPA kreditni prijenosi i pojava usluga elektroničkog prijenosa kao što su MyBank i Sofort-Klarna dodatno su pojednostavili proces plaćanja putem interneta.

Sve veći interes za digitalne valute uveo je i nove mogućnosti za online plaćanja. Dok je upotreba **kriptovaluta** u peer-to-peer transakcijama i dalje ograničena, tekuća istraživanja i eksperimenti središnjih banaka diljem svijeta, uključujući istragu Europske središnje banke o digitalnom euru, sugeriraju potencijalni budući razvoj u ovom prostoru.

Osiguravanje sigurnosti i integriteta online plaćanja ključni je aspekt e-trgovine. Pristupnici plaćanja služe kao ključni posrednici, pružajući potrebne alate i infrastrukturu za sigurnu obradu transakcija između kupaca, trgovaca i banaka. Ovi pristupnici koriste snažne sigurnosne mjere, kao što su sustav provjere adrese (AVS), sigurnosni kod kartice (CV2) i autentifikacija 3D Secure lozinke, za zaštitu od lažnih aktivnosti. Otkrivanje i sprječavanje prijevara u plaćanju stalan je izazov koji zahtijeva sveobuhvatan i proaktivan pristup. Otkrivanje prijevara oslanja se na strategije kao što su strojno učenje, prepoznavanje uzoraka i analiza podataka za prepoznavanje sumnjivih transakcija u stvarnom vremenu. Metode sprječavanja prijevara, s druge strane, uključuju tehnike kao što su AVS i CVV provjere, biometrijska verifikacija, Strong Customer Authentication (SCA), IP inteligencija i korištenje SSL enkripcije.

Složenost međunarodnog online plaćanja nadilazi samo sigurnosna razmatranja. Prekogrančne transakcije uključuju upravljanje razlikama u infrastrukturi, propisima i tečajevima. Unutar Europske unije, SEPA okvir i Uredba (EU) 2021/1230 imaju za cilj osigurati transparentnost i jednak tretman prekograničnih plaćanja u eurima ili nacionalnim valutama. Izvan SEPA područja razvijaju se strategije za poboljšanje interoperabilnosti platnih sustava, poboljšanje zakonskih i regulatornih okvira i olakšavanje prekogranične razmjene podataka i standarda poruka.

Smanjenje tečajnog rizika, ključnog čimbenika u prekograničnim plaćanjima, također je područje fokusa. Dok se modeli tradicionalnih korespondentnih banaka poput SWIFT-a još uvijek naširoko koriste, pojava kriptovaluta i potencijalni razvoj "digitalnih valuta" mogli bi ponuditi alternativne pristupe temeljene na P2P u budućnosti.

Ukratko, koncept online plaćanja brzo se razvijao, potaknut rastom e-trgovine i stalnim inovacijama u tehnologijama plaćanja. Osiguravanje sigurnosti, pouzdanosti i besprijekorne integracije ovih sustava ključno je za održavanje povjerenja potrošača i olakšavanje širenja prekogranične e-trgovine. Sveobuhvatno razumijevanje različitih metoda plaćanja, sigurnosnih protokola i regulatornih okvira ključno je kako za tvrtke tako i za potrošače da se snađu u ovom dinamičnom ekosustavu koji se stalno razvija.

## 3. poglavlje: Upravljanje operacijama ili zbivanja iza kulisa e-trgovine

U ovome poglavlju ćemo raščlaniti sve što trebate znati o operativnoj čaroliji koja stoji iza vašeg poslovanja, od organiziranja zaliha do otpreme paketa na vrijeme – i sve to na način koji je lako razumjeti. Osim toga, pomoći ćemo vam otkriti tajne vašeg idealnog kupca. Smatrajte ih svojim najboljim prijateljima na mreži! Razumijevajući njihove potrebe i želje, možete prilagoditi svoje proizvode i marketing onome što ih doista pokreće.

### 3.1 Jeste li se ikada zapitali kako se vaši proizvodi magično isporučuju? Sve je u logistici!

Vođenje e-trgovine je uzbudljivo, ali jeste li ikada zastali i razmislili o tome kako ti nevjerojatni proizvodi stižu od točke A (vaš dobavljač) do točke B (vaš sretan kupac)? Tu na scenu stupa svijet logistike, a važniji je nego što mislite!

Zamislite logistiku kao heroja iza kulisa vašeg poslovanja. Bitno je osigurati da vaši proizvodi stignu tamo gdje trebaju biti, učinkovito i na vrijeme. To je kao pažljivo planirano putovanje, osiguravajući sljedeće za vaše proizvode:

**Lako transportiranje (prijevoz):** Bilo da se radi o kamionu, vlaku, avionu ili čak brodu, logistika vam pomaže da odaberete najbolji način da svoje proizvode dopremite do kupaca, uzimajući u obzir stvari poput brzine i cijene.

**Sigurno skladištenje:** Logistika vam pomaže da odlučite gdje smjestiti skladišta za vaše proizvode i kako sve organizirati, tako da možete brzo pronaći ono što trebate.

**Savršeno upravljanje:** ključno je imati pravu količinu zaliha pri ruci. Logistika vam pomaže da izbjegnute da ostanete bez proizvoda (frustrirajuće za kupce!) ili da ne morate previše njih skladištiti (vezuje vaš novčani tok).

**Pomno praćenje (informacijski sustavi):** Logistika uključuje korištenje tehnologije za praćenje vaših proizvoda na svakom koraku. Znat ćete točno gdje su i kada će stići, informirajući vas i vaše klijente.

Brza, pouzdana dostava velika je stvar za online kupce. Dobra logistika tjera ih da se vraćaju po još! Štoviše, odabir pravih opcija prijevoza i skladištenja može vam pomoći da izbjegnute nepotrebne troškove, a saznanje da su vaši proizvodi nesmetano na putu omogućuje vam da se usredotočite na druge dijelove vašeg poslovanja. Dakle, razumijevanjem logistike možete usrećiti svoje klijente, uštedjeti novac i smanjiti stres.

### **Evo nekoliko svjetski poznatih pružatelja globalnih logističkih usluga:**

**DHL** (međunarodna brza pošta, špedicija, rješenja lanca opskrbe).

Sjedište: Bonn, Njemačka

**UPS** (dostava paketa, teretni prijevoz, logističke i financijske usluge).

Sjedište: Atlanta, Georgia, SAD

**FedEx** (Ekspresni prijevoz, špedicija, e-trgovina i rješenja za lanac opskrbe).

Sjedište: Memphis, Tennessee, SAD

## 3.2 Kako pronaći nove kupce

Konkurencija na digitalnom tržištu iznimno je velika. Stoga je važno imati snažnu online prisutnost za uspjeh svakog poslovanja, posebno za e-trgovine. Kako biste privukli kupce u svoju trgovinu, evo nekoliko strategija za povećanje prodaje i doseganje veće publike:

### **Poboljšajte SEO svoje web stranice:**

Relevantne ključne riječi, kvalitetan sadržaj i meta oznake mogu poboljšati rang vaše stranice u pretraživanju kako bi privukli više organskog prometa.

### **Iskoristite društvene medije:**

Korištenjem društvenih medija možete komunicirati s publikom putem sadržaja, ciljanih oglasa i interakcija kako biste privukli promet i povećali svijest o robnoj marki.

### **Ponudite popuste i promocije:**

Privucite kupce ponudama kao što su brze rasprodaje, besplatna dostava ili ekskluzivni popusti kako biste potaknuli kupnju.

### **Poboljšajte korisničko iskustvo:**

Pobrinite se da se vašom web stranicom lako kreće, da je prilagođena mobilnim uređajima i da se brzo učitava s jasnim detaljima o proizvodu i glatkim postupkom naplate.

### **Uložite u influencer marketing:**

Partnerstvo s utjecajnim osobama može vam pomoći da dosegnete širu publiku i promovirate svoje proizvode njihovim sljedbenicima.

### **Implementirajte marketing putem e-pošte:**

Prikupite e-mail adrese potencijalnih potrošača za ciljane kampanje s personaliziranim ponudama i ažuriranjima kako biste potaknuli ponovne posjete i prodaju.

### **Prikaži recenzije kupaca:**

Iznesite pozitivne recenzije kako biste izgradili povjerenje i privukli više kupaca.

### 3.3 Kako razumjeti zahtjeve kupaca i u skladu s time ponuditi proizvode

Želite li da vaša tvrtka postane magnet za kupce? Ključ je u razumijevanju što vaši idealni kupci žele! Započnite razgovor s njima - provedite ankete ili organizirajte fokusne grupe kako biste čuli njihova mišljenja o vašoj trenutnoj ponudi i prazninama koje biste mogli popuniti. Zaronite dublje analizirajući podatke svoje web stranice - koji proizvodi privlače njihovu pozornost? Postoje li uobičajeni razlozi zbog kojih kupci napuštaju košaricu?

Društveni mediji također su zlatni rudnik! Proučite trendove i pritužbe na svoju marku ili slične proizvode. Na kraju, pripazite na konkurenciju. Što im izvrsno ide, a gdje imaju nedostatke? Kombiniranjem ovih uvida možete razviti proizvode i marketinške strategije koje odjekuju kod vaše ciljane publike, pretvarajući ih iz potencijalnih kupaca u vjerne obožavatelje.





## 3.4 Važnost upravljanja zalihama za e-trgovinu

Upravljanje zalihama u vašem poslovanju može se činiti kao igra bez kraja. U ovom ćemo odjeljku podijeliti s vama kako svladati kontrolu zaliha i upravljanje inventarom, pretvarajući taj kaos u supermoć za povećanje profita e-trgovine.

Zašto je **kontrola zaliha** tako bitna stvar? Pa, zamislite da ostanete bez svog najpopularnijeg proizvoda upravo kad ga svi toliko naručuju da gotovo leti s policama. Razočarani kupci, izgubljena prodaja – to ne ostavlja baš dobar dojam! S druge strane, zadržavanje previše zaliha može vezati vaš novac i ostaviti vas sa zastarjelim proizvodima koje nitko ne želi. Ali ne brinite, mi smo tu da vam pomognemo – evo nekoliko savjeta za vas!

Prevladavanje manjka zaliha u skladištu i proširenje asortimana proizvoda zahtijeva strateški pristup koji uravnotežuje trenutne potrebe s dugoročnim planovima rasta.

Skladišni prostor stalni je izazov za poduzeća. Kako biste optimizirali ono što imate, razmislite o preuređenju radi boljeg iskorištenja prostora s višim policama i užim prolazima. Tehnologija poput Warehouse Management Systems (WMS) može vam pomoći u praćenju zaliha za učinkovito korištenje prostora. Just-in-time (JIT) inventar i cross-docking, gdje se dolazne pošiljke izravno prebacuju na odlazne, također mogu minimizirati potrebe za skladištenjem.

Ako vam treba više prostora, razmislite o outsourcingu 3PL pružatelja usluga koji nudi skalabilna rješenja. To vam omogućuje prilagođavanje prostora na temelju potražnje bez trajnog ulaganja. Zakup dodatnih skladišta ili čak izgradnja novih objekata opcije su za dugoročni rast.

Želite li proširiti asortiman proizvoda? Tzv. **drop shipping** vam omogućuje partnerstvo s dobavljačima koji isporučuju izravno kupcima, smanjujući vaše potrebe za skladištenjem. Ovo je također dobar način za testiranje novih proizvoda bez angažiranja skladišnog prostora.

Optimiziranje vaše trenutne zalihe također je ključno. Analizirajte svoje podatke kako biste predvidjeli potražnju i sukladno tome prilagodili razine zaliha. Uklonite artikle koji se sporo prodaju i konsolidirajte slične kako biste oslobodili prostor za profitabilne proizvode. Skladištenje izvan lokacije i pop-up skladišta mogu biti rješenja za glomazne ili sezonske artikle.

Tehnologija može dodatno poboljšati učinkovitost. Automatizirani sustavi skladištenja i preuzimanja (AS/RS), kao i robotika, mogu povećati gustoću skladištenja i optimizirati komisioniranje.

Konačno, strateški proširite svoj asortiman proizvoda. Provedite istraživanje tržišta kako biste identificirali proizvode visoke potražnje koji nadopunjuju vašu postojeću ponudu. Pilot programi vam omogućuju da testirate nove proizvode prije angažiranja značajnog skladišnog prostora.

Primjenom ovih strategija možete optimizirati svoj skladišni prostor, proširiti asortiman proizvoda i osigurati nastavak rasta vašeg poslovanja i ispunjavanje zahtjeva kupaca.

## Dodatni materijali

Znamo da se operacije e-trgovine mogu činiti kompliciranima! To je šira slika koja zahtijeva istovremeno baratanje s mnogo sastavnih dijelova. U nastavku smo uključili neke dodatne resurse koji dublje zaranjaju u različite teme upravljanja operacijama.

Upamtite, što više učite, to će vaše e-trgovinsko poslovanje lakše teći. Stoga si pripremite kavu, proučite ove resurse i pripremite se podići svoju internetsku trgovinu na višu razinu!

- [Kako popraviti prekinute lance opskrbe](#)
- [Smanjite udaljenost između vas i opskrbnog lanca](#)
- [Resursi Operations Management 2e](#)
- [Besplatan tečaj - Uvod u operativni menadžment](#)
- [Članak - Glavne funkcije operativnog menadžmenta](#)
- [Za pročitati - Uvod u operativni menadžment](#)





## 4. poglavlje: Pravni okvir za e-trgovinu

Dobrodošli u vaš osnovni vodič za pokretanje i upravljanje e-trgovinom unutar Europske unije! Ovladavanje regulatornim okruženjem EU ključno je za vaš uspjeh. Ovaj vodič pojednostavljuje složene zakone EU-a kako bi vas uputio na pravi put.



### Zašto je pravni okvir važan

Razumijevanje pravnog okvira EU-a ključno je za rast i održivost poslovanja e-trgovine, osiguravajući usklađenost sa strogim propisima kao što su GDPR i zakoni o zaštiti potrošača kako bi se izbjegle kazne i zaštitio ugled. To povećava povjerenje potrošača jer je vjerojatnije da će kupci kupovati u trgovinama koje štite njihove podatke i prava. Razumijevanje zakona EU-a također olakšava lakše prekogranične transakcije i usklađenost s poreznim i carinskim propisima, ključnim za širenje. Zaštita intelektualnog vlasništva štiti poslovanje, a dobro strukturirani ugovorni sporazumi poput odredbi i uvjeta osiguravaju jasne poslovne angažmane. Također, dobro razumijevanje pravnih okvira pomaže u ublažavanju rizika i učinkovitim upravljanju potencijalnim sporovima, dok pristup pravnim resursima i savjetodavnim uslugama pojednostavljuje potrebne pravne procese, štedi vrijeme i trud.

### Razumijevanje Europske unije



Europska unija standardizira propise u svojih 27 država članica, stvarajući ekosustav podrške za tvrtke poput vaše. Standardizacijom zakona i propisa, EU ima za cilj poticati pošteno i konkurentno okruženje za poslovanje svih poduzeća.

Jedinstveno tržište ključni je dio EU-a koji omogućuje slobodno kretanje roba, usluga, novca i ljudi kroz države članice. Uklanja trgovinske prepreke i postavlja zajedničke standarde, olakšavajući tvrtkama širenje i prodaju svojih proizvoda posvuda u EU. Ovo otvara veliko tržište od preko 450 milijuna potrošača, nudeći velike mogućnosti za rast poslovanja.

Ključne institucije EU su Europska komisija, Europski parlament i Vijeće Europske unije, koje igraju ključnu ulogu u oblikovanju poslovnih zakona. Komisija predlaže i provodi politike, Parlament upravlja zakonodavstvom, a Vijeće donosi odluke koje utječu na poslovno okruženje diljem EU.



# Pravni okvir za osnivanje poduzeća

Odabir odgovarajuće poslovne strukture je ključan. Razumijevanje prednosti i nedostataka svake strukture prvi je korak u donošenju informirane odluke koja usklađuje ciljeve svakog poduzeća unutar tržišta EU-a.

- **Samostalno vlasništvo:** savršeno za samostalne poduzetnike koji su spremni prihvatiti punu odgovornost. Samostalno poduzetništvo pruža jednostavnost, potpunu kontrolu i jednostavno donošenje odluka uz minimalnu birokraciju, što vam kao vlasniku omogućuje da zadržite svu dobit. Međutim, to također znači i osobnu odgovornost za vlasnika jer ste u tom slučaju odgovorni za sve dugove i zakonske obveze, potencijalno riskirajući osobnu imovinu poput nekretnina i uštedevine.
- **Partnerstvo:** Idealno za suradnju, dijeljenje profita i odgovornosti. Partnerstva nude zajedničke odgovornosti i prilike za suradnju, udružujući resurse, vještine i stručnost kako bi se kolektivno postiglo više nego pojedinačno. Ova struktura je posebno korisna kada partneri imaju komplementarne snage. Međutim, ključno je uzeti u obzir zajedničke obveze; u generalnom partnerstvu, svi partneri su jednako odgovorni za dugove i obveze, izlažući osobnu imovinu i moguće dovodeći do sukoba među partnerima.
- **Društvo s ograničenom odgovornošću (LLC):** Kombinira operativnu fleksibilnost sa zaštitom od osobne odgovornosti. LLC društva pružaju ravnotežu ograničene odgovornosti za vlasnike i fleksibilnost upravljanja, štiteći osobnu imovinu od poslovnih dugova i zakonskih obveza. Međutim, LLC društva se suočavaju sa strožim propisima i zahtjevima za izvješćivanje od samostalnih poduzetnika, što može zahtijevati dodatne napore i troškove za usklađenost.
- **Javno ograničeno društvo (PLC):** Pogodno za veća poduzeća koja žele javno prikupljati sredstva, iako to zahtijeva strogo pridržavanje propisa. PLC-ovi omogućuju pristup značajnom kapitalu prodajom dionica javnosti, što ih čini idealnim za tvrtke koje žele prikupiti sredstva za značajno širenje ili ulaganje. Međutim, PLC-ovi se drže rigoroznih standarda usklađenosti i transparentnosti, s opsežnim obvezama izvješćivanja i regulatornim zahtjevima koji mogu biti opterećujući.

EU direktive i propisi koji uređuju registraciju i osnivanje poduzeća imaju za cilj uskladiti poslovne zakone u državama članicama, pojednostavljujući i olakšavajući prekogranično poslovanje. Ovo usklađivanje osigurava dosljedan pravni okvir, pomažući poduzećima da se učinkovitije šire u različite zemlje EU-a. EU naglašava usklađenost i izvješćivanje sa strogim standardima za financijsku transparentnost i etičke prakse, važne za održavanje povjerenja ulagača i osiguravanje nesmetanog poslovanja i transparentnosti u poslovnim praksama. Razumijevanje ovih složenosti ključno je za uspješno poslovanje vašeg poduzeća unutar EU-a.



# Postupak registracije poduzeća u EU

## Registracija tvrtke korak po korak:

1. Odaberite svoju poslovnu strukturu
2. Imenujte svoju tvrtku
3. Odredite interna pravila
4. Postavite svoju službenu adresu
5. Ishodite dozvole i licence
6. Registrirajte se kod nadležnih tijela
7. Ispunite obrasce za registraciju
8. Platite potrebne naknade
9. Pričekajte odobrenje
10. Ishodite svoju potvrdu o registraciji
11. Prijavite se za plaćanje poreza
12. Otvorite bankovni račun
13. Pobrinite se za zahtjeve sukladnosti
14. Počnite poslovati

Imajte na umu da se koraci i zahtjevi mogu razlikovati u državama članicama EU-a, stoga se obratite pravnim i financijskim stručnjacima ili lokalnim vlastima kako biste dobili točne informacije za svoju situaciju.

### **Ključni dokumenti za registraciju tvrtke:**

- **Statut:** postavite temeljna pravila za svoje poslovanje, pokrivajući sve, od naziva i svrhe vaše tvrtke do njezine upravljačke strukture.
- **Poslovni plan:** neophodan za prikaz kako će vaše poslovanje uspjeti. Uključite analizu tržišta, financijske projekcije i svoju marketinšku strategiju.
- **Financijska izvješća:** trebat će vam bilance, izvješća o dobiti i izvješća o novčanom tijeku za registraciju, pokazujući financijsko stanje vaše tvrtke.
- **Dokaz o registriranom sjedištu:** pokazuje gdje se nalazi sjedište vaše tvrtke jer se na njega upućuje sva službena pošta.
- **Provjera identiteta i adrese:** obično uključuje davanje osobnih iskaznica ili računa za komunalne usluge kako bi se potvrdili identiteti i adrese vlasnika ili direktora poduzeća.
- **Poslovne licence i dozvole:** potrebne su za određene vrste poslovanja i industrije kako bi se pokazalo da se pridržavate određenih propisa.

### **Zahtjevi sukladnosti**

**Pravna struktura:** odaberite pravnu strukturu kao što je samostalno vlasništvo, partnerstvo, LLC ili PLC koja odgovara vašem poslovanju i u skladu je s EU i nacionalnim zakonima.

**Usklađenost s porezima:** Registrirajte se za relevantne poreze (npr. PDV, porez na dobit) i osigurajte točnu, pravovremenu poreznu prijavu kako biste izbjegli pravne probleme.

**Propisi specifični za industriju:** Slijedite pravne standarde za svoju industriju, kao što su zdravlje i sigurnost, zaštita okoliša ili intelektualno vlasništvo.

**Financijska transparentnost:** Održavajte visoku financijsku transparentnost točnim pripremanjem i podnošenjem financijskih izvješća kao što su godišnja izvješća i bilance.

**Obveze izvješćivanja:** Podnesite godišnja izvješća nadležnim tijelima s detaljima o svojim poslovnim aktivnostima, vlasništvu i financijskom stanju.

**Zaštita podataka i privatnost:** Pridržavajte se strogih zakona o zaštiti podataka, posebno GDPR-a, kako biste zaštitili podatke kupaca i zaposlenika te upravljali privolom za obradu podataka.



## Svrha zakona EU-a o intelektualnom vlasništvu

Zakoni EU-a o intelektualnom vlasništvu osmišljeni su kako bi zaštitili vaše kreacije i inovacije. Davanjem ekskluzivnih prava kreatorima i izumiteljima, ovi zakoni potiču razvoj novih ideja i proizvoda, pomažu u poticanju inovacija, privlačenju ulaganja i održavanju tržišta konkurentnim.

## Opseg zakona EU-a o intelektualnom vlasništvu

- **Zaštitni znakovi:** Zaštitite svoje jedinstvene nazive robnih marki, logotipe i slogane kako biste razlikovali svoje proizvode i usluge na tržištu.
- **Autorska prava:** Osigurajte prava na svoja originalna djela kao što su literatura, glazba, umjetnost, filmovi i softver, kontrolirajući kako se vaš sadržaj koristi i distribuira.
- **Patenti:** Dajte izumiteljima ekskluzivna prava na njihove inovacije, sprječavajući druge da stvaraju, koriste ili prodaju njihove izume.
- **Poslovne tajne:** Zaštitite povjerljive poslovne podatke, kao što su formule i popisi kupaca, od neovlaštenog korištenja od strane konkurenata.

## Harmonizacija zakona EU o intelektualnom vlasništvu

Zakoni EU-a o intelektualnom vlasništvu usklađeni su među državama članicama, stvarajući dosljedan i jedinstven okvir zaštite intelektualnog vlasništva u cijeloj EU. Ovo usklađivanje osigurava jednake uvjete za sve, pružajući predvidljive i jedinstvene pravne uvjete na cijelom jedinstvenom tržištu.

# Zaštita podataka i privatnost u EU

O poštivanju Opće uredbe o zaštiti podataka EU-a (GDPR) nema pregovaranja. Ispravno rukovanje podacima o klijentima povećava povjerenje i usklađeno je sa pravnim standardima. Slično tome, razumijevanje i poštivanje zakona EU-a o zaštiti potrošača osigurava da su vaše poslovne prakse poštene, izgrađujući dodatno povjerenje i lojalnost među kupcima.

GDPR postavlja jasna pravila za rukovanje osobnim podacima:

- **Zakonitost, poštenje i transparentnost:** uvijek imajte dobar razlog za korištenje osobnih podataka, obavijestite kupce kako ih koristite i jasno pokažite svoje postupke s podacima.
- **Ograničenje svrhe:** prikupljajte podatke samo iz određenih, legitimnih razloga i nemojte ih koristiti ni za što drugo bez jasnog dopuštenja.
- **Minimiziranje podataka:** prikupljajte samo podatke koji su vam stvarno potrebni.
- **Točnost:** Održavajte osobne podatke točnima i ažurnima.
- **Ograničenje pohrane:** ne čuvajte podatke dulje nego što je potrebno.
- **Integritet i povjerljivost:** Čuvajte podatke sigurnima i zaštićenima od neovlaštenog pristupa.

- Privola je ključna: Osigurajte da pojedinci daju jasan i informiran pristanak prije nego što obradite njihove podatke.
- Poštujte prava na podatke: Ljudi imaju pravo pristupa, ispravljanja i brisanja svojih podataka prema GDPR-u.
- Siguran prijenos podataka: ako poslujete u inozemstvu, osigurajte da su prijenosi podataka izvan EU-a u skladu sa standardima GDPR.
- Službenik za zaštitu podataka (DPO): Za neke tvrtke obavezno je imenovanje DPO-a za nadzor usklađenosti sa zaštitom podataka.

## Zakoni EU-a o zaštiti potrošača

Zakoni EU-a o zaštiti potrošača osiguravaju pošteno postupanje i zaštitu prava potrošača u trgovačkim transakcijama. Morate poznavati ključne propise i poslovne obveze koje se tiču informacija o proizvodima, jamstava, povrata i rješavanja pritužbi, što je ključno za održavanje sukladnosti i povjerenja potrošača.



### Ključne uredbe EU-a o zaštiti potrošača:

**Direktiva o pravima potrošača:** opisuje prava vezana uz informacije o proizvodu, povlačenje ugovora i neispravnu robu.

**Opća direktiva o sigurnosti proizvoda:** osigurava da potrošački proizvodi zadovoljavaju sigurnosne standarde.

**Direktiva o nepoštenoj trgovačkoj praksi:** zabranjuje obmanjujući marketing i agresivne prodajne taktike.

**Direktiva o prodaji i jamstvima za potrošače:** pokriva jamstva i pravne lijekove za neispravne proizvode.

**Podaci o proizvodu:** navedite jasne i točne pojedinosti o proizvodu.

**Jamstva i garancije:** Ponudite najmanje dvije godine jamstva, popravke ili zamjene po potrebi.

**Pravo na odustajanje:** Dopustite potrošačima da bez opravdanja otkazu ugovor u roku od 14 dana.

**Povrati:** Omogućite lake povrate i povrate novca prema zakonu.

**Rješavanje pritužbi i sporova:** Uspostavite jasne postupke za brzo i učinkovito rješavanje pritužbi potrošača. Koristite alternativno rješavanje sporova (ADR) i online rješavanje sporova (ODR) za neriješene sporove. Iskoristite procese sporova male vrijednosti kako biste ubrzali rješavanje sporova.

# Izvori informacija i podrška za snalaženje u zakonskom okviru EU-a

Istražite razne izvore podataka, vodiče i institucije EU-a koje podupiru poduzetnike poput vas u rješavanju pravnih aspekata njihovog poslovanja. Ne morate se sami kretati pravnim okruženjem.

## **Ključni resursi i podrška:**

**EU poslovna potpora:** [Europska komisija - poslovna potpora](#)

**Enterprise Europe Network (EEN)** Pruža prilagođene savjete, istraživanje tržišta i usluge pronalaženja partnera za pomoć u širenju vašeg poslovanja unutar i izvan EU.

**Nacionalne agencije za potporu poslovanju:** Lokalne agencije u svakoj državi članici EU nude smjernice o nacionalnim propisima; obratite se agenciji svoje zemlje za posebne savjete.

**Gospodarske komore:** Ove lokalne organizacije često pomažu u izvozno-uvoznim procedurama, poslovnom razvoju i usklađenosti sa zakonima.

## **Preporuke za pravno savjetovanje:**

**Lokalni pravni savjetnici:** angažirajte savjetnike koji poznaju zakone EU i nacionalne zakone putem lokalnih odvjetničkih komora ili odvjetničkih društava.

**Tvrtke za pravno savjetovanje:** Razmotrite tvrtke specijalizirane za poslovno pravo i propise EU-a.

**Platforme pravne tehnologije:** koristite platforme kao što su [LegalZoom](#) i [Rocket Lawyer](#) za isplativa pravna rješenja.

**Poslovna udruženja:** Mnoga udruženja imaju pravne odjele koji pružaju dodatne smjernice svojim članovima.

## **Pristup pravnim informacijama:**

**EUROPE - Business:** službena stranica EU pruža detaljne informacije o propisima, mogućnostima financiranja i praktične vodiče za poduzetnike.

**Europski portal e-pravosuđa:** pomaže u razumijevanju pravnih sustava diljem EU-a, olakšavajući prekogranične pravne aktivnosti.

**Nacionalni poslovni portali:** svaka država EU-a obično ima internetski portal s pojedinostima o lokalnim propisima i zahtjevima usklađenosti.

**Pravne baze podataka:** Istražite pravne baze podataka koje omogućuju pristup EU zakonodavstvu, sudskoj praksi i pravnim tekstovima, kao što je [EUR-Lex](#).

**Pravne vijesti i časopisi:** Pretplatite se na web stranice s pravnim vijestima i časopise koji pružaju ažurirane informacije o promjenama propisa i pravnim tumačenjima. Web stranice kao što su Legal Week i Lexology vrijedni su izvori.



## 4.2: Nacionalni pravni okvir: osnivanje poduzeća u Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj poduzeće može biti fizička ili pravna osoba. Poslovanje mogu pokrenuti i hrvatski i strani državljani, pri čemu se proces registracije djelomično razlikuje s obzirom otvaraju li poslovni subjekt hrvatski državljani, državljani EU/EGP ili državljani trećih zemalja.

Pogledajmo koji sve oblici poduzeća postoje u Hrvatskoj:

Fizičke osobe	Pravne osobe
<p>obrt</p> <p>domaća radinost i sporedno zanimanje</p> <p>samostalna stručna djelatnost</p> <p>neke vrste OPG-a</p>	<p>d.o.o.</p> <p>j.d.o.o.</p> <p>udruga</p> <p>zadruga</p> <p>ostale vrste trgovačkih društava (d.d., komanditno društvo itd.)</p> <p>neke vrste OPG-a</p>

A sad, proučimo tri oblika poslovanja koji su najčešći izbor poduzetnika u Hrvatskoj:

### Obrt

Obrt je oblik poslovanja koji podrazumijeva samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba. Dobit se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu.

#### Glavne značajke

- **Osnivanje:** otvaranje obrta je u usporedbi s drugim oblicima poduzeća vrlo jednostavan postupak koji se u današnje vrijeme može gotovo u potpunosti provesti digitalnim putem (o tome ćemo u detalje nešto kasnije!).
- **Osobna odgovornost:** vlasnik obrta osobno odgovara za obveze i dugove svom svojom imovinom. Ovo se u pravilu smatra i glavnim nedostatkom obrta kao oblika poslovanja.

- **Porezi i doprinosi:** Obrtnicima je omogućeno vođenje jednostavnog knjigovodstva, kao i paušalno oporezivanje dok god im je godišnji prihod manji od 40.000 EUR (u 2024.). U slučaju prelaska ovog poreznog praga, paušalni obrtnici prelaze u sustav PDV-a i plaćaju poreze prema stvarnom poslovnom rezultatu. Također su obvezni plaćati doprinose za mirovinsko i zdravstveno osiguranje.
- **Posebni uvjeti:** Za obavljanje određenih djelatnosti kroz obrt potrebno je pribaviti posebne dozvole ili potvrde. Naprimjer, za neke zanatske obrte potrebna je stručna osposobljenost ili majstorski ispit (npr. za frizere i električare). Ugostiteljski obrti trebaju sanitarne i higijenske dozvole, a za obrte koji pružaju zdravstvene ili socijalne usluge potrebne su dozvole od nadležnih zdravstvenih ili socijalnih institucija.



## Društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.)

Društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.) je trgovačko društvo koje osnivaju jedan ili više osnivača. Odgovornost članova društva je ograničena na njihove uloge u temeljnom kapitalu.

### Glavne značajke

- **Osnivanje:** Osnivanje d.o.o.-a zahtijeva temeljni kapital od najmanje 2.654,46 EUR. Postupak osnivanja je složeniji i skuplji od osnivanja obrta.
- **Odgovornost:** Članovi društva odgovaraju za obveze društva samo do visine svojih uloga u društvu, što znači da im je osobna imovina zaštićena.
- **Porezi i doprinosi:** D.o.o. je obvezan plaćati porez na dobit, a članovi društva koji su zaposleni u društvu plaćaju doprinose za mirovinsko i zdravstveno osiguranje kao i drugi zaposlenici.

# Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.)

Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.) je oblik društva koji je namijenjen malim poduzetnicima i početnicima zbog nižih troškova osnivanja, kao i jednostavnije postupka pokretanja poslovanja.

## Glavne značajke

- **Osnivanje:** Osnivanje j.d.o.o.-a zahtijeva temeljni kapital od samo 1 EUR. Postupak osnivanja je pojednostavljen i jeftiniji u odnosu na klasični d.o.o. Ipak, napomenimo da j.d.o.o. nakon pokretanja poslovanja mora izdvajati dio dobiti za povećanje temeljnog kapitala dok ne dostigne iznos potreban za klasični d.o.o. (2.654,46 EUR).
- **Odgovornost:** Kao i kod d.o.o.-a, odgovornost članova društva je ograničena na njihove uloge u temeljnom kapitalu društva.
- **Porezi i doprinosi:** j.d.o.o. je obvezan plaćati porez na dobit, a članovi društva koji su zaposleni u društvu plaćaju doprinose za mirovinsko i zdravstveno osiguranje.

## Kako pokrenuti poduzeće u Hrvatskoj?

Recimo da ste odlučili koji oblik poduzeća najviše odgovara vašim planovima za poslovanje u e-trgovini. Sad slijedi najvažniji korak - kako ga pokrenuti? Iako se to možda čini kao bauk, u današnje vrijeme postupak otvaranja i registracije poduzeća jednostavniji je nego ikad, s velikim brojem usluga dostupnim i online putem.

Za pristup većini digitalnih usluga trebat će vam aktivni račun u sustavu **e-gradani**. Ukoliko još nemate korisnički profil, preporučamo da ga svakako aktivirate jer sustav omogućava pristup raznim uslugama i osobnim dokumentima, od izdavanja rodnog lista i zahtjeva za izradu nove putovnice do otvaranja poduzeća! Za pristup uslugama vezanim za pokretanje poslovanja trebat će vam vjerodajnice visoke razine sigurnosti, poput prijave **elektroničkom osobnom iskaznicom (eOI)** ili uz certifikat FinaCertRDC.

Pregledajmo tri glavna načina kako otvoriti poduzeće u Hrvatskoj:

# 1. START - elektroničko pokretanje poslovanja

**START** je informacijski sustav koji omogućava otvaranje poduzeća u potpunosti online, bez potrebe za osobnim odlaskom u nadležna upravna tijela i druge institucije. Usluga omogućava **elektroničko pokretanje poslovanja za obrt, d.o.o i j.d.o.o** u roku od najviše pet radnih dana. Zahvaljujući udruživanju partnerskih institucija poput ministarstava, HZMO-a i poslovnih banaka, na START-u možete:

- elektronički osnovati obrt, d.o.o. ili j.d.o.o  
(proces podrazumijeva upis obrta u obrtni registar ili upis društva u sudski registar te u Registar poslovnih subjekta pri Državnom zavodu za statistiku)
- otvoriti transakcijski račun u poslovnoj banci
- registrirati obrt ili društvo u registar obveznika PDV-a i/ili dobiti PDV ID broj (Porezna uprava)
- registrirati se u sustav HZMO
- elektronički platiti temeljni kapital i sudske pristojbe (u slučaju pokretanja društva)

Servisu START možete pristupiti [\*\*ovdje\*\*](#).

## 2. e-Obrt

**E-Obrt** je online servis koji omogućava osnivanje novog obrta elektroničkim putem. To podrazumijeva pristup sljedećim uslugama:

- postupak osnivanja obrta
- praćenje statusa iniciranog postupka
- besplatno online generiranje i preuzimanje dokumenata poput obrtnice, rješenja i službenog izvotka iz Obrtnog registra
- upis statusnih promjena vezanih uz postojeći obrt

Za pristup servisu **e-Obrt** trebat će vam aktivni Korisnički pretinac u sustavu e-Građani.

Nakon završenog postupka osnivanja obrta, vlasnici su obvezni u roku od 24 sata od pokretanja poslovanja osobno prijaviti obrt na Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje (HZMO), koji će podatke automatski poslati i Hrvatskom zavodu za zdravstveno osiguranje.

U roku od 8 dana od pokretanja poslovanja, obvezni ste obrt osobno prijaviti i u Poreznu upravu.

### 3. Osobno

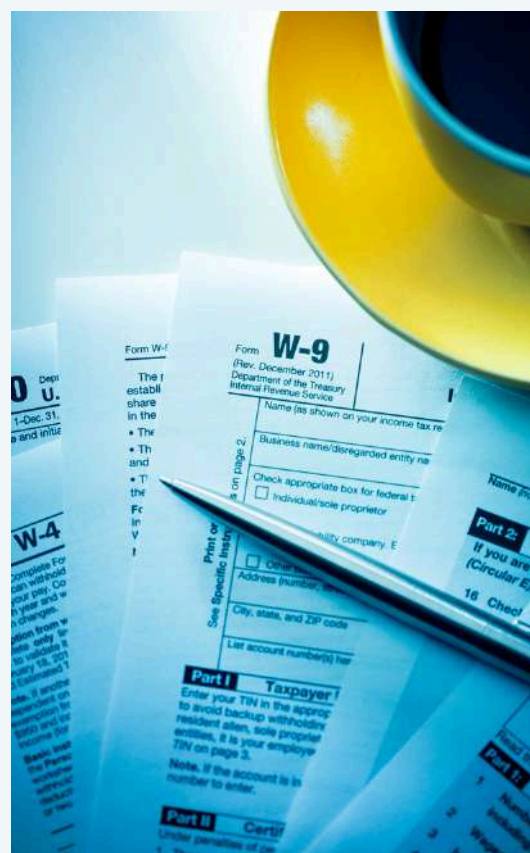
Ako se i ne snalazite u svijetu digitalnih usluga, ne brinite - poduzeće uvijek možete otvoriti osobnim dolaskom u nadležne institucije. Pritom se postupak djelomično razlikuje s obzirom na to otvarate li obrt ili društvo.

Nekad komplicirani postupak registracije poduzeća danas je znatno pojednostavljen uz pomoć **HITRO.HR**, servisa Vlade RH za ubranu komunikaciju s državnim upravom. Na popisu ureda HITRO.HR, dostupnom na gornjoj poveznici, možete pronaći vama najbliži ured u kojem možete obaviti sve potrebne radnje.

Evo pojednostavljenog popisa potrebnih radnji za otvaranje poduzeća, korak po korak:

#### Obrt

- Odabir djelatnosti po Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD)
- Prikupljanje i predaja potrebne dokumentacije - ne zaboravite provjeriti treba li za obavljanje vaših željenih djelatnosti majstorski ispit ili potvrda o stručnoj osposobljenosti
- Uplata pristojbi
- Primitak rješenja o upisu u obrtni registar i obrtnice
- Otvaranje poslovnog računa u banci
- Izrada pečata obrta
- Prijava u HZMO (i automatski u HZZO)
- Prijava u nadležnu Poreznu upravu



## **Društvo (d.o.o. ili j.d.o.o.)**

- odabir imena društva
- posjet javnom bilježniku - ovjera prijave za upis u sudski registar i potrebnih priloga
- predaja dokumentacije i uplata pristojbi
- preuzimanje dokumentacije - Rješenje o upisu u sudski registar i Obavijest o razvrstavanju poslovnog subjekta po NKD-u
- otvaranje poslovnog računa u banci
- prijava društva, vlasnika i zaposlenika u HZMO (i automatski u HZZO)
- prijava društva u nadležnu Poreznu upravu



## **Dodatni materijali**

Donosimo još nekoliko korisnih izvora informacija vezanih za osnivanje poduzeća:

[Općenito o pokretanju i registraciji poduzeća u RH](#) - uključuje i opis postupka za one koji žele pokrenuti poslovanje u RH, a nisu hrvatski državljani

[Popis dokumentacije potrebne za otvaranje obrta - e-građani](#)

[Korak po korak do otvaranja društva - HITRO.HR](#)

[Korak po korak do otvaranja obrta - HITRO.HR](#)

I za kraj, jedan savjet: prije osnivanja poduzeća, proučite jesu li za vaš željeni oblik poslovanja dostupne **potpore za samozapošljavanje** ili druge mjere za poticanje poduzetništva. Na ovaj način možete osigurati dodatna sredstva ili drugi oblik podrške vašem novom poduzeću u početnom periodu poslovanja! Više informacija možete pronaći na stranicama Hrvatskog zavoda za zapošljavanje: **Mjere za sve**

## 5. poglavlje: Digitalne vještine za uspjeh u e-trgovini

Bilo da tek započinjete svoje putovanje ili želite unaprijediti svoje postojeće vještine, ovo će vas poglavlje opremiti znanjem i alatima potrebnim za uspjeh.



### 5.1 Zašto su digitalne vještine važne

U današnjem svijetu, u kojem tehnologija igra središnju ulogu, posjedovanje digitalnih vještina važnije je nego ikad. Te se vještine kreću od jednostavnih zadataka poput upravljanja e-poštom do složenijih poput digitalnog marketinga i analize podataka. Biti vješt u ovim digitalnim alatima ključan je kako biste ostali konkurentni na tržištu rada.

Naprimjer, razmotrite priču o uspjehu **Shopifyja**, platforme za e-trgovinu koja tvrtkama omogućuje postavljanje internetskih trgovina i prodaju proizvoda. Shopify korisnicima pruža razne alate za izradu web stranica, digitalni marketing i analitiku prodaje, osnažujući poduzetnike da uspostave i povećaju svoju online prisutnost.

Pandemija COVID-19 naglasila je kritičnost digitalnih vještina u raznim aspektima života. Organizacije poput Google Digital Garage nude besplatne online tečajeve koji pokrivaju teme od digitalnog marketinga do analize podataka, osnažujući pojedince s vještinama potrebnim za napredovanje u digitalnom dobu.

## 5.2 Važnost IT-a u komunikaciji

Informacijska tehnologija (IT) okosnica je moderne komunikacijske infrastrukture koja tvrtkama omogućuje donošenje informiranih odluka i poticanje suradnje bez obzira na geografske granice. Uzmimo za primjer **Slack**, komunikacijsku platformu koja je uvela revoluciju u komunikaciju na radnom mjestu uvođenjem mogućnosti razmjene poruka u stvarnom vremenu, dijeljenje datoteka i alate za suradnju, poboljšavajući produktivnost i povezanost u digitalnom radnom prostoru.

Razumijevanje osnovnih dijelova računala ključno je za nesmetan rad i rješavanje problema koji se mogu pojaviti. Svaki dio, od glavne strujne ploče (matične ploče) do uređaja koji pohranjuju podatke, igra važnu ulogu u osiguravanju učinkovitog rada računala.

Nadalje, računalne mreže olakšavaju komunikaciju i razmjenu informacija uređajima unutar tvrtke i širom svijeta. Bilo da se radi o mreži u jednoj poslovnoj zgradi (LAN) ili bežičnoj mreži koja pokriva veće područje (WLAN), mreže su ključne za učinkovito funkcioniranje modernog poslovanja.

## 5.3 Osnove interneta

Internet je poput ogromnog digitalnog svijeta s beskrajnim mogućnostima za razgovor, dijeljenje informacija te kupnju i prodaju proizvoda. Preglednici kao što je Google Chrome i tražilice poput Googlea olakšavaju ljudima nesmetano kretanje internetom. Alati kao što su Slack i Microsoft Teams pomažu ljudima da rade zajedno i ostanu povezani u digitalnom uredu.

Društvene mreže prerasle su samo ćaskanje s prijateljima. One su postale važni alati za tvrtke za oglašavanje i prodaju svojih proizvoda. Kako bi dobro koristile te platforme, tvrtke moraju imati pametan plan koji odgovara ljudima do kojih žele doprijeti i onome što žele postići svojim marketingom.





## 5.4 Digitalni marketing kao ključ za e-trgovinu

U svijetu internetskog poslovanja, digitalni marketing neosporni je prvak, nadmašujući tradicionalne metode oglašavanja zbog svoje sposobnosti da dosegne širu publiku i ostvari veći povrat ulaganja. Platforme kao što su Meta (bivši Facebook) i Instagram iz temelja su promijenile način na koji tvrtke komuniciraju sa svojim kupcima pružajući prilagođene opcije oglašavanja i dragocjene uvide u preferencije potrošača.

Naučiti kako koristiti alate i platforme za suradnju ključno je za povećanje produktivnosti i učinkovitosti na digitalnom radnom mjestu. Bilo da se radi o korištenju alata za upravljanje projektima ili platformi za korisničku podršku, ovladavanje ovim alatima poboljšava timski rad i komunikaciju među kolegama.

## 5.5 Web alati

Mrežni svijet pun je korisnih alata koji mogu olakšati poslovanje e-trgovine. Na primjer, postoje komunikacijski alati kao što su Slack i Microsoft Teams, koji pomažu timovima da lako razgovaraju jedni s drugima. Zatim, tu su platforme za upravljanje projektima kao što su Asana i Trello, koje pomažu organizirati zadatke i osiguravaju da su svi suradnici pravovremeno informirani.

Ako trebate stvoriti privlačne vizualne elemente za svoju tvrtku, platforme za grafički dizajn poput Canve mogu biti stvarno praktične. A ako želite pružiti izvrsnu korisničku uslugu, platforme poput Zendeska i Intercoma mogu vam pomoći u komunikaciji s korisnicima i praćenju njihovih potreba.

Kada je riječ o organiziranju dokumenata i zajedničkom radu na projektima, alati kao što su Google Workspace i Microsoft 365 izvrsni su jer vam omogućuju dijeljenje informacija i suradnju s drugima, bez obzira gdje se nalazili.



## 5.6 Ovladavanje vidljivošću u e-trgovini putem digitalnog marketinga

Vidljivost je presudna u visoko konkurentnom svijetu e-trgovine, a digitalni marketing igra ključnu ulogu u tome da se tvrtke istaknu online. Dvije ključne strategije za povećanje vidljivosti i privlačenje posjetitelja na web stranice e-trgovine su optimizacija za tražilice (SEO) i marketing za tražilice (SEM).

SEO uključuje optimizaciju web stranica za viši rang u rezultatima tražilice, čineći ih vidljivijima korisnicima koji traže srodne proizvode ili usluge. S druge strane, SEM obuhvaća strategije plaćenog oglašavanja, kao što je oglašavanje plaćanjem po kliku (PPC), koje tvrtkama omogućuje postavljanje ciljanih oglasa na digitalne platforme.

PPC oglašavanje omogućuje tvrtkama da dopru do potencijalnih kupaca s preciznošću i učinkovitošću prikazivanjem oglasa korisnicima na temelju njihovih upita za pretraživanje ili ponašanja pri pregledavanju. Ovaj ciljani pristup povećava učinkovitost reklamnih kampanja, pomažući tvrtkama da privuku relevantan promet na svoje web stranice.



## 5.7 Optimiziranje digitalne prisutnosti

Kako biste učinkovito optimizirali svoju digitalnu prisutnost, potreban vam je strateški plan koji uključuje interakciju s vašom publikom na društvenim medijima, optimizaciju vaše web stranice i redovito praćenje vaše izvedbe. Alati poput Google Analyticsa pružaju neprocjenjive uvide u promet web stranice i ponašanje korisnika, omogućujući tvrtkama da poboljšaju svoje strategije i poboljšaju svoju online prisutnost.

Još jedan primjer je HubSpot, koji nudi obilje resursa i alata za tvrtke. HubSpot nudi CRM softver, sustave za upravljanje sadržajem i alate za automatizaciju marketinga koji pomažu tvrtkama da privuku posjetitelje, pretvore potencijalne klijente i učinkovito angažiraju kupce.

## 5.8 Kako povećati svijest o brendu

**Evo nekih ključnih strategija za povećanje svijesti kupaca o vašoj robnoj marki:**

### **Stvorite dosljedan identitet brenda**

Razvijanjem jedinstvenog i dosljednog izgleda i tona za vaš brend, on postaje lako prepoznatljiv vašim kupcima i ostat će u njihovoj svijesti.

### **Iskoristite društvene medije**

Korištenje društvenih medija povećat će angažman vaše publike. Zbog toga je važno usredotočiti se na platforme na kojima su vaši ciljani kupci aktivni, dijele vrijedan sadržaj i izvode interaktivne kampanje za povećanje vidljivosti.

### **Koristite Influencer Marketing**

Suradujte s utjecajnim osobama koje dijele vrijednosti vaše marke kako biste proširili svoj doseg, izgradili kredibilitet i privukli promet u svoju trgovinu.

### **Implementirajte marketing sadržaja (eng. content marketing)**

Pišite zanimljive postove na blogu, suradujte na gostujućim blogovima i stvarajte videozapise kako biste izgradili kredibilitet svoje marke i proširili svoju publiku. Što više to bolje!

### **Pružite korisničku podršku**

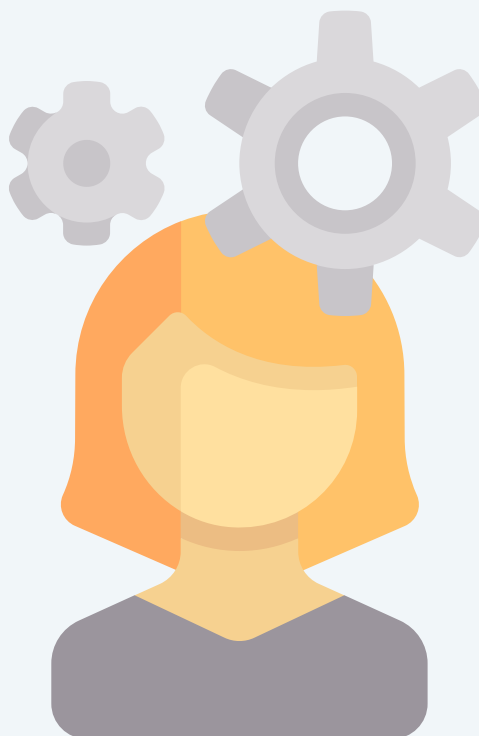
Kada pružate svoju uslugu, pobrinite se za pružanje brze, personalizirane pomoći, olakšajte povrat narudžbi i koristite povratne informacije kupaca za izgradnju snažne reputacije i promoviranje dobrih preporuka. Uvijek tražite povratne informacije ili ocjene ako je moguće, tako da možete poboljšati svoju vjerodostojnost i ubiti dvije muhe jednim udarcem!

### **Suradujte s komplementarnim robnim markama**

Udružite se s brendovima koji se dobro slažu s vašima radi zajedničkih promocija i partnerskih programa kako biste proširili svoj doseg i povećali vidljivost vašeg brenda. Suradnja s partnerima istomišljenika omogućuje vam da dođete do međusobnih baza klijenata, stvorite zanimljivije marketinške kampanje i dijelite resurse. To bi moglo uključivati proizvode zajedničke marke, suradničke objave na društvenim mrežama ili paketne ponude koje privlače nove kupce i jačaju obje marke. Osim toga, organiziranje zajedničkih događaja ili webinarima može ponuditi dodatnu vrijednost vašoj publici, pomažući u daljnjem utvrđivanju prisutnosti vašeg brenda na tržištu.

## 6. poglavlje: Meke vještine za žene poduzetnice

Ovo poglavlje naglašava važnost tzv. mekih vještina (eng. **soft skills**) za žene poduzetnice pri učinkovitom snalaženju u izazovima i prilikama u poslovnom svijetu. Ističe ključne meke vještine kao što su učinkovita komunikacija, numerička pismenost, samorazvoj, upravljanje stresom i razumijevanje timske dinamike kao bitne za uspjeh u poduzetništvu.



### 6.1 Učinkovita komunikacija

Komunikacija je proces prijenosa informacija između pojedinaca putem pošiljatelja, poruke, medija (ili kanala), primatelja i povratne informacije. Učinkovita komunikacija kamen je temeljac uspjeha u poslovnom svijetu, posebno za žene poduzetnice. Ona nadilazi puku razmjenu informacija; radi se o jasnom prenošenju poruka, poticanju veza i pokretanju poslovnog rasta. U konkurentskom okruženju, sposobnost učinkovite komunikacije može značajno utjecati na izgradnju odnosa, uspostavljanje vjerodostojnosti i postizanje željenih rezultata.

## 6.2 Numerička pismenost

Numerička pismenost omogućuje poduzetnicima donošenje informiranih financijskih odluka, učinkovito upravljanje resursima i doprinos ukupnom uspjehu i održivosti njihovih pothvata. Naučite o važnosti vizualizacije podataka, vrstama grafikona kao što su stupčasti grafikoni, tortni grafikoni i linijski grafikoni, razlikovanju grafikona od dijagrama, ovladavanju tablicama za učinkovito tumačenje podataka, praktičnim vježbama za praktično iskustvo i značaju financijske pismenosti za poduzetnici uključujući temeljne financijske koncepte, proračun, tumačenje financijskih izvješća, ulaganja i analizu ulaganja.

## 6.3 Samorazvoj

Strategije samorazvoja za poduzetnike pomažu u njegovanju njihove holističke dobrobiti i osiguravaju dugoročni uspjeh u osobnom i profesionalnom životu. Ovaj koncept pokriva davanje prioriteta fizičkoj dobrobiti, kvalitetnom snu, vježbama svjesnosti (eng. mindfulness), planiranim pauzama, hobbijima za emocionalnu ravnotežu, razumijevanju motivacije, njegovanju pozitivnog razmišljanja, sprječavanju negativnog unutarnjeg monologa i njegovanju načina razmišljanja usmjerenog na rast.

Učinkovito upravljanje vremenom može dovesti do povećanja produktivnosti, smanjenja stresa i boljeg donošenja odluka. To uključuje postavljanje ciljeva, određivanje prioriteta zadataka i korištenje tehnika za maksimalno iskorištavanje ograničenog i neobnovljivog izvora vremena.



## 6.4 Upravljanje stresom

Stres je višestruki fenomen koji se može manifestirati kao trenutna reakcija ili evoluirati u kronično stanje s dubokim implikacijama na dobrobit. Ovo pokriva razumijevanje stresa, uključujući razlikovanje akutnog i kroničnog stresa, istraživanje unutarnjih i vanjskih okidača stresa, raspravu o utjecaju na mentalno i fizičko zdravlje, pružanje uvida iz kognitivne psihologije i naglašavanje važnosti identificiranja izvora stresa za učinkovito upravljanje. Strategije su svjesnost i meditacija, tjelesna aktivnost, tehnike disanja poput disanja u kutiji, uravnotežena prehrana, bavljenje kreativnim aktivnostima i traženje terapije za strategije suočavanja i emocionalnu podršku.

## 6.5 Timski rad

U svijetu poduzetništva uspjeh se često oslanja na kohezivne, učinkovite i suradničke timove. Srž ovih timova su složene međuljudske interakcije, poznate kao "timska dinamika". Stvaranjem okruženja u kojem se članovi tima osjećaju ugodno dijeleći ideje, postavljajući pitanja i dajući konstruktivne povratne informacije, poduzetnici mogu promovirati zajedničko rješavanje problema i poboljšati analitičke vještine u timu. Naučite kako je u kontekstu poduzetništva aktivno učenje ključno za poticanje prilagodljivosti i relevantnosti u poslovnom okruženju koje se brzo mijenja.

## Dodatni materijali

**EntreComp** je okvir kojeg je razvila Europska komisija, a koji razlaže poduzetničke kompetencije neophodne za napredovanje pojedinaca u različitim okruženjima, naglašavajući vještine poput kreativnosti, rješavanja problema i upravljanja rizicima u osobnim, društvenim i profesionalnim kontekstima.

S obzirom da se poduzetničke kompetencije sve više smatraju transverzalnim ili mekim vještinama, pogledajte ovaj vodič i pokušajte sami ocijeniti svoje kompetencije i detektirati moguća područja za daljnji razvoj. EntreComp je dostupan na [ovoj poveznici](#) (verzija na engleskome jeziku).

# 7. poglavlje: Dobar glas daleko se čuje

Polako se bližimo kraju našeg vodiča, ali ne želimo vas baciti u vatru bez savjeta o tome kako voditi računa o svojim financijama. I kad smo već kod toga, govorit ćemo o tome kako se oglašavati učinkovitije, a da vas to ne košta previše – jer tko ne voli malo uštedjeti? I za kraj, razmotrit ćemo kako doći do novih kupaca.

## 7.1 Započnite svoje prve korake u stvaranju svog poslovnog proračuna

Stvaranje poslovnog proračuna od nule moglo bi se činiti zamornim, ali to je ključni korak za svakog poduzetnika. Idealno bi bilo angažirati računovođu da vam pomogne u izradi proračuna. No, ako si to ne možete priuštiti u samom početku, ili pak mislite da vam nije potrebno, možete to učiniti i sami.

Započnite prikupljanjem i bilježenjem svih svojih troškova pomoću jednostavne Excel tablice. Upoznajte se s Excelom, naučite osnovne funkcije i formule za izradu vlastitog proračuna. Neophodno je pažljivo pratiti svoje troškove i prihode kako biste bili sigurni da je vaš proračun točan i ažuran. Osim toga, istražite porezni sustav u svojoj zemlji i provjerite imate li sve potrebne informacije za usklađivanje s poreznim propisima. Ne zaboravite predvidjeti svoj prihod na temelju istraživanja tržišta i realnih pretpostavki. Uključite jednu stavku za neočekivane troškove i redovito pregledavajte i prilagođavajte svoj proračun kako se vaše poslovanje razvija. Slijedeći ove korake, možete učinkovito upravljati svojim poslovnim financijama i postaviti čvrste temelje za svoj pothvat. Evo primjera kako bi vaša tablica mogla izgledati:

Mjesec	Prihod	Fiksni troškovi	Varijabilni troškovi	Ukupni troškovi	Neto dobit ili gubitak
siječnja					
veljača					
ožujak					
...					

## 7.2 Kako se učinkovitije oglašavati uz manje troškove

Koje su prednosti e-trgovine? Najveća prednost koju nudi je globalni doseg koji podrazumijeva niže troškove u usporedbi s fizičkim trgovinama. Međutim, trebali bismo uzeti u obzir da njihovo troškovno učinkovito upravljanje predstavlja izazov. Za početak, usredotočimo se na postavljanje osnova poslovanja!

### **Optimizirajte web hosting:**

Odaberite pouzdanu uslugu web hostinga koja je prihvatljiva za proračun kako biste izbjegli kašnjenja, zastoje ili spora vremena učitavanja koja mogu odvratiti korisnike. Potražite skalabilna rješenja i usporedite pružatelje kako biste pronašli najbolju vrijednost bez skrivenih naknada.

### **Učinkovito upravljanje zalihama:**

Uravnotežite razine zaliha kako biste izbjegli rasipanje ili izgubljenu prodaju. Koristite sustave zaliha za predviđanje potražnje i praćenje prodaje te razmislite o dropshippingu ili logistici treće strane kako biste smanjili troškove i povećali učinkovitost.

### **Isplative strategije dostave:**

Upravlajte troškovima dostave pomoću strategija kao što su paušalne ili višestruke cijene na temelju veličine narudžbe ili uključite troškove dostave u cijene proizvoda kao "besplatnu" dostavu. Pregovarajte s prijevoznicima za bolje cijene i pojednostavite pakiranje kako biste uštedjeli novac.

### **Pojednostavite ispunjenje narudžbi:**

Poboljšajte ispunjavanje narudžbi kako biste povećali zadovoljstvo kupaca i smanjili troškove. Optimizirajte raspored skladišta, koristite učinkovite sustave praćenja ili razmislite o isporuci od treće strane na temelju vaših potreba i resursa.

### **Iskoristite automatizaciju:**

Automatizirajte zadatke kako biste povećali učinkovitost i smanjili troškove. Alati poput chatbota i automatizirane e-pošte poboljšavaju korisničku uslugu i pojednostavljaju operacije, smanjujući pogreške i ubrzavajući proces prodaje.

### **Stalna optimizacija i poboljšanje:**

Redovito analizirajte podatke o izvedbi kako biste poboljšali dizajn, stope konverzije i marketinške napore. Kontinuirano testirajte nove strategije za smanjenje troškova i povećanje profita.



## 7.3 Kako smanjiti troškove komunikacije

Postoji više načina za smanjenje troškova komunikacije, evo nekoliko njih:

### **Prijeđite na VoIP:**

Korištenjem tzv. Voice over Internet Protocol (VoIP) svoju internetsku vezu možete iskoristiti za jeftinije lokalne i međugradske pozive u usporedbi s tradicionalnim telefonskim uslugama.

### **Automatizirajte procese:**

Implementirajte automatizaciju za obradu narudžbi, upravljanje zalihama i korisničku podršku kako biste smanjili troškove rada i povećali učinkovitost. Korištenje analitike podataka može pomoći u pojednostavljenju ovih procesa.

### **Poboljšajte korisničku uslugu:**

Poboljšanje korisničke usluge smanjit će povrate narudžbi i povećati vjernost kupaca. Analiza povratnih informacija korisnika pomaže u ranom prepoznavanju problema čime se štede troškovi povezani s njihovim rješavanjem.

### **Optimizirajte inventar:**

Pobrinite se da razine zaliha odražavaju predviđanja prodaje kako bi se minimizirali višak zaliha i troškovi skladištenja, a istovremeno zadržalo dovoljno proizvoda na zalihama da se zadovolji potražnja.

### **Učinkovit marketing:**

Upotrijebite podatke o akviziciji kupaca kako biste odredili najisplativije marketinške kanale. Dajte prioritet SEO-u i marketingu putem e-pošte za veći ROI i smanjene marketinške troškove.

# DODATAK: Ozbiljne poslovne igre

Pod 'ozbiljnim igrama' podrazumijevamo vrstu pristupa učenju temeljenom na igri, gdje su učenici ili sudionici uronjeni u okruženja koja simuliraju slučajeve iz stvarnog života, kao što je vođenje poduzeća. Ova rješenja postaju sve popularnija za profesionalno obrazovanje. Omogućuju zaposlenicima učenje kroz izravno iskustvo, što čini proces učenja učinkovitijim od tradicionalnih metoda temeljenih samo na teoriji. Oni pružaju sigurno okruženje u kojem zaposlenici mogu činiti pogreške i učiti iz njih bez stvarnog rizika za tvrtku. Osim toga, igre su privlačnije i više motivirajuće od tradicionalnih metoda usavršavanja, povećavajući interes zaposlenika i njihovu spremnost na sudjelovanje.

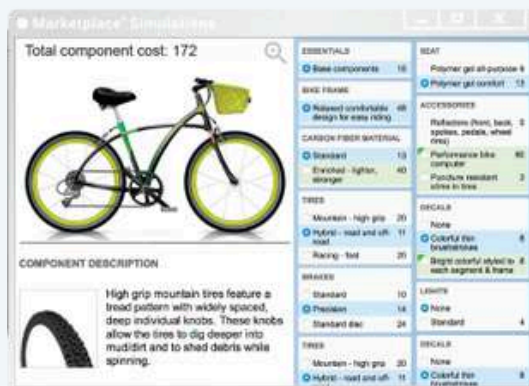
Ove igre pomažu u razvoju praktičnih i mekih vještina, kao što su rješavanje problema, kritičko razmišljanje, upravljanje vremenom i timski rad. Mogu se prilagoditi za specifične poslovne scenarije i sektore, kao što je e-trgovina, gdje mogu simulirati kritične aspekte kao što su interakcije s kupcima, upravljanje zalihama i tržišne strategije, čineći edukaciju vrlo relevantnom i prilagođenom potrebama tvrtke. Konačno, ozbiljne igre nude mogućnost praćenja uspješnosti sudionika i pružanja trenutne povratne informacije, olakšavajući kontinuirano poboljšanje. Ova inovativna metoda ne samo da povećava produktivnost i kreativnost, već također pomaže tvrtkama da ostanu konkurentne u digitalnom okruženju koje se brzo mijenja.

U ovom poglavlju preporučujemo neke ozbiljne igre u poslovnom sektoru, točnije u onom e-trgovine, koje mogu biti korisne za provjeru vašeg teorijskog znanja i unaprjeđenje praktičnih vještina.



# Marketplace Simulations

Marketplace Simulations nudi niz interaktivnih poslovnih simulacija koje se fokusiraju na strateško upravljanje, marketing i poduzetništvo. Ove igre stavljaju igrače na čelo virtualnih tvrtki gdje moraju donositi odluke o cijenama, razvoju proizvoda, marketinškim strategijama i još mnogo toga kako bi se natjecali u simuliranom tržišnom okruženju.



Igre su osmišljene tako da repliciraju izazove iz stvarnog svijeta i pružaju igračima praktično iskustvo učenja koje poboljšava njihovu poslovnu oštroumnost. Usluga nudi različite vrste simulacija, s različitim modalitetima rada, tako da značajke igara uvelike ovise o odabranim temama i načinu igranja.

## **Dostupne igre/scenariji:**

Mnogi, kao što su: poduzetništvo, opskrbni lanac, marketing, strategija itd.

## **Jezici:**

Ovisi o odabranoj igri. Neki su samo na engleskom, drugi su dostupni na različitim jezicima. Cijeli skup dostupnih jezika je: engleski, njemački, španjolski, francuski, litvanski, poljski, portugalski, kineski, japanski, korejski i ruski.

## **Potreban tim:**

Neke igre se mogu igrati pojedinačno, dok druge zahtijevaju tim.

## **Potreban instruktork:**

Neke igre zahtijevaju ljudskog instruktora, druge može nadzirati računalo.

## **Cijena:**

Ovisno o igri i broju sudionika, troškovi se mogu razlikovati.

Web stranica: <https://www.marketplace-simulation.com/>

# GoVenture CEO

GoVenture CEO je poslovna simulacija koja igraču stavlja u ulogu glavnog izvršnog direktora. Sudionici moraju donositi odluke na visokoj razini o različitim aspektima tvrtke, uključujući proizvodnju, marketing, financije i ljudske resurse.



Igra pruža realno iskustvo vođenja posla, izazivajući igrače da razmišljaju strateški i učinkovito upravljaju svojim resursima. Osmišljen je za razvoj vještina vođenja i sveobuhvatnog razumijevanja poslovnih operacija.

## **Dostupne igre/scenariji:**

Mnogi, kao što su: poduzetništvo, marketing, ljudski potencijali, strategija, menadžment itd.

## **Jezici:**

Engleski, s ugrađenim dodatkom Google Translate za strojni prijevod na više od 100 jezika

## **Potreban tim:**

Ne, igre se mogu igrati pojedinačno ili u timovima.

## **Potreban instruktor:**

Neke igre zahtijevaju ljudskog instruktora, druge može nadzirati računalo.

## **Cijena:**

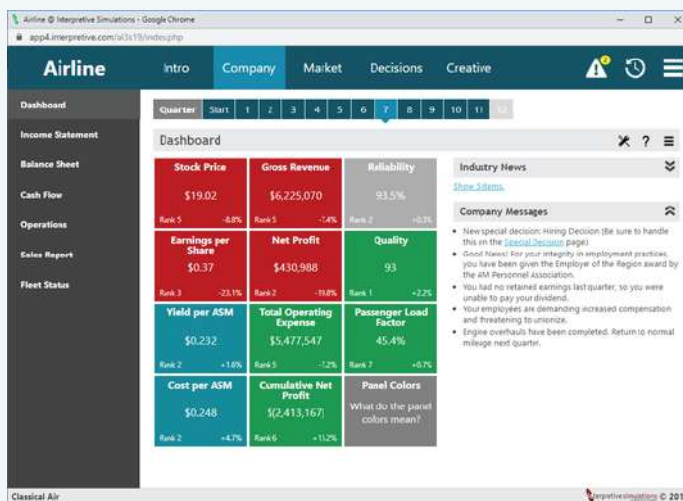
Pretplata je dostupna i učenicima i instruktorima.

Web stranica: <https://goventureceo.com/>

# Interpretative Simulations

Interpretive.com pruža alate za iskustveno učenje osmišljene za poboljšanje poslovnog obrazovanja putem interaktivnih simulacija i softvera. Osnovan 2001., Interpretive razvija inovativne poslovne simulacije koje se koriste u akademskim i korporativnim okruženjima za podučavanje složenih poslovnih koncepata na zanimljiv i praktičan način.

Njihove simulacije pokrivaju širok raspon poslovnih disciplina, uključujući marketing, menadžment, strategiju i operacije. Na primjer, BizCafe je simulacijska igra koja se fokusira na operacije vođenja kafića, dok MarketShare postavlja sudionike u industriju pakirane robe. Igre podučavaju ključne poslovne koncepte kao što su menadžment, marketing, strategije cijena i analiza tržišta.



## Dostupne igre/scenariji:

Dostupna su četiri glavna sektora (menadžment, marketing, strategija i održivost). Svaki od njih uključuje nekoliko različitih igara/scenarija.

**Jezici:** engleski

**Potreban tim:** Da.

**Potreban instruktor:** Da.

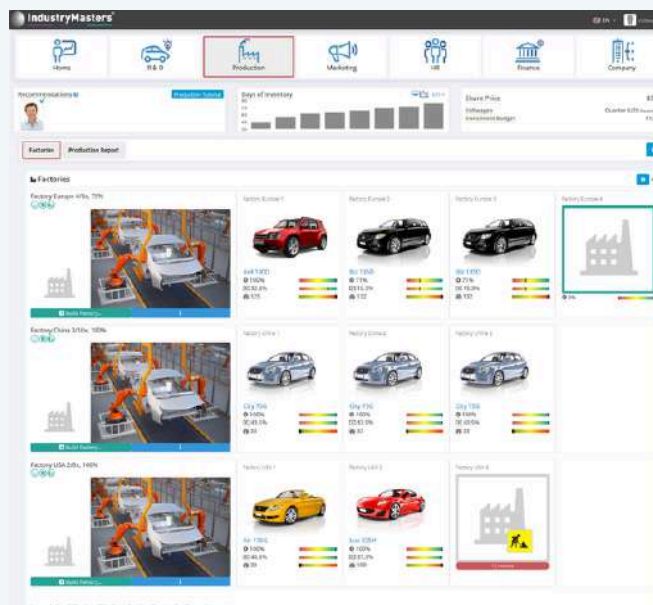
## Cijena:

Ovisno o igri i broju sudionika troškovi se mogu razlikovati. Demo je dostupan na zahtjev.

**Web stranica:** <https://www.interpretive.com/>

# IndustryMasters

IndustryMasters je igra poslovne simulacije koja pruža realno iskustvo upravljanja tvrtkom na konkurentnom tržištu. Igrači preuzimaju ulogu poslovnih menadžera, donoseći odluke o financijama, marketingu, proizvodnji itd. Igra uključuje različite scenarije i industrijske postavke, omogućujući igračima da vježbaju i usavršavaju svoje poslovne strategije.



IndustryMasters se koristi u korporativnim obukama i akademskim programima za poboljšanje strateškog razmišljanja i vještina donošenja odluka.

## **Dostupne igre/scenariji:**

Mnogi: upravljanje promjenama, upravljanje digitalnim marketingom, upravljanje projektima, upravljanje opskrbnim lancem... Primjenjuju se u određenim sektorima (agri-poslovanje, zračna luka, automobilska industrija, biciklizam, trgovina automobilima, građevinarstvo, distribucija, energija, hotelijerstvo, telekomunikacije, upravljanje projektima)

**Jezici:** engleski.

## **Potreban tim:**

Neke igre se mogu igrati pojedinačno, dok druge zahtijevaju tim.

## **Potreban instruktork:**

Neke igre zahtijevaju instruktora, druge može nadzirati računalo.

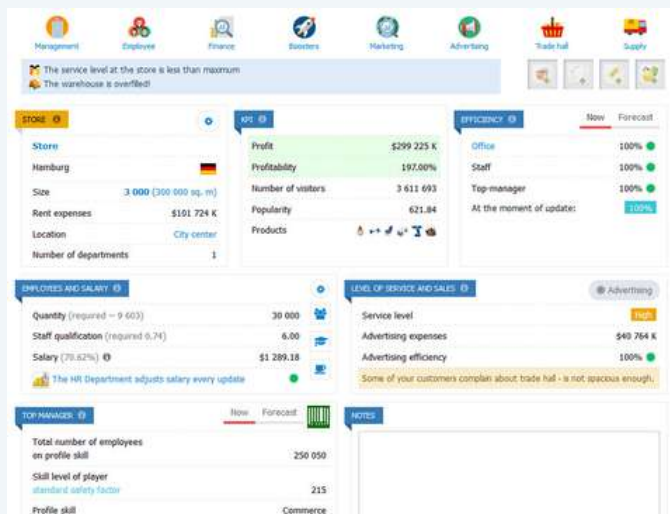
## **Cijena:**

Ovisno o igri i broju sudionika, troškovi se mogu razlikovati.

Web stranica: <https://www.industrymasters.com/>

# Virtonomics

Virtonomics je online igra simulacije poslovanja za više igrača u kojoj igrači stvaraju i upravljaju tvrtkama u raznim industrijama. Igra uključuje elemente tržišnog natjecanja, upravljanja opskrbnim lancem, ekonomske strategije i financijskog planiranja. Igrači mogu komunicirati jedni s drugima u virtualnom gospodarstvu.



Mogu kupovati i prodavati robu, natjecati se za tržišni udio i stvarati strateške saveze. Virtonomics nudi realistično i složeno okruženje koje odražava dinamiku poslovanja u stvarnom svijetu, što ga čini izvrsnim alatom za učenje i eksperimentiranje.

## **Dostupne igre/scenariji:**

Nekoliko: tržišni lider, poduzetnik, osnivač poduzeća

## **Jezici:**

Web stranica je dostupna na engleskom, ruskom, španjolskom, njemačkom, talijanskom, portugalskom i francuskom jeziku. Igre imaju različite jezične opcije: neke su samo na engleskom, druge su dostupne na dva ili više jezika.

## **Potreban tim:**

Neke igre se mogu igrati pojedinačno, dok druge zahtijevaju tim.

## **Potreban instruktor:**

Neke igre zahtijevaju instruktora, druge može nadzirati računalo.

**Cijena:** Ovisno o igri i broju sudionika, troškovi se mogu razlikovati.

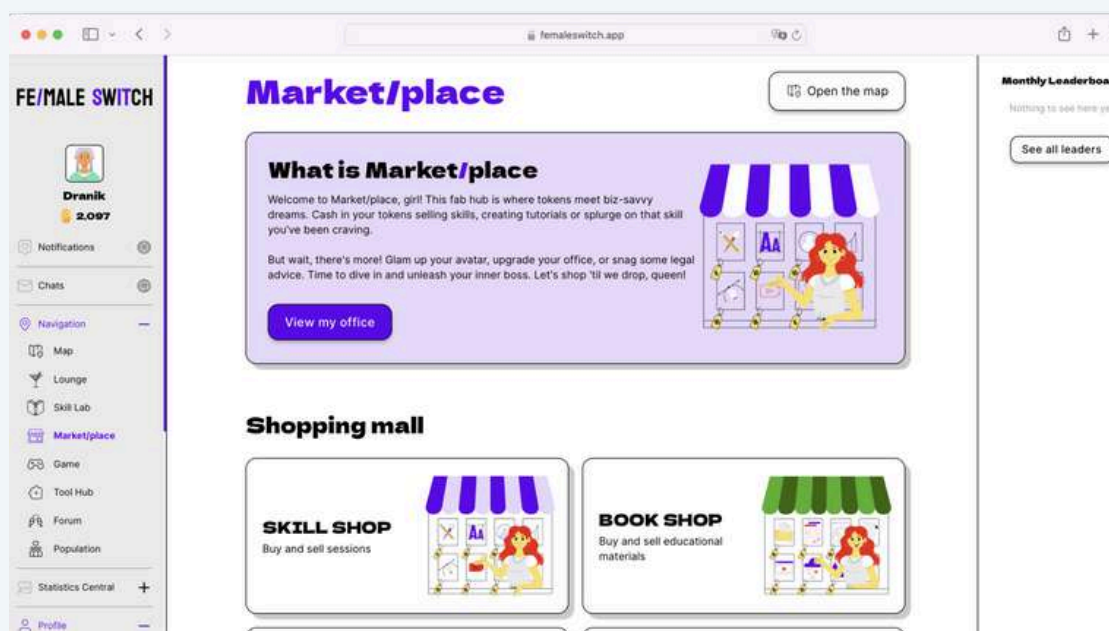
Dostupna demo igra.

Web stranica: <https://virtonomics.com/>

# Female Switch

Female Switch je inovativna gamificirana platforma osmišljena za osnaživanje žena u poduzetništvu i vodstvu. Platforma nudi impresivno, interaktivno iskustvo u kojem korisnici mogu razviti i usavršiti svoje poslovne vještine kroz scenarije i izazove iz stvarnog svijeta.

Integrirajući elemente igranja i praktičnog poslovnog obrazovanja, Female Switch nastoji stvoriti poticajno i privlačno okruženje za žene da uče, umrežavaju se i razvijaju svoje poduzetničke sposobnosti. Platforma je osmišljena kako bi ženama pomogla u snalaženju u složenosti pokretanja i vođenja poslovanja, pružajući im alate, znanje i samopouzdanje potrebne za uspjeh u konkurentnom poslovnom okruženju.



**Dostupne igre/scenariji:** Jedan.

**Jezici:** engleski

**Potreban tim:** ne

**Potreban instruktork:** ne

**Cijena:** besplatno probno razdoblje, različiti troškovi ovisno o značajkama.

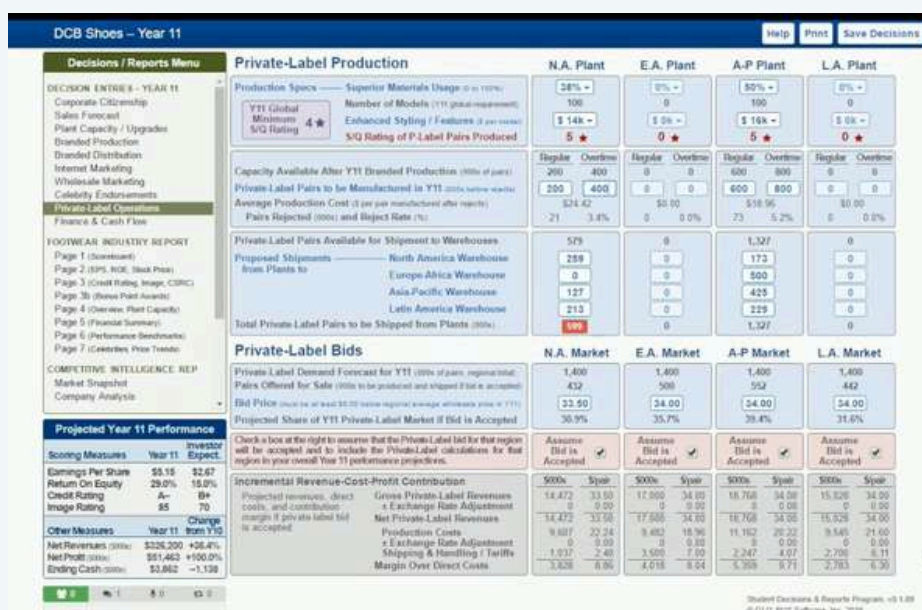
Web stranica: <https://femaleswitch.app/>



# The Business Strategy Game

The Business Strategy Game (Poslovna strateška igra) sveobuhvatna je simulacija u kojoj sudionici upravljaju virtualnom tvrtkom za proizvodnju sportske obuće. Igrači su odgovorni za donošenje strateških odluka u područjima kao što su proizvodnja, marketing, financije, ljudski resursi i društvena odgovornost poduzeća.

Igra simulira visoko konkurentno globalno tržište, dopuštajući sudionicima da testiraju svoje poslovne strategije protiv drugih timova. Ovo impresivno iskustvo pomaže u razvoju kritičkog mišljenja, strateškog planiranja i vještina donošenja odluka.



The screenshot displays the 'DCB Shoes - Year 11' interface. It features a 'Decisions / Reports Menu' on the left, a central 'Private-Label Production' section with a 'Production Specs' table, and a 'Private-Label Bids' section at the bottom. The 'Production Specs' table shows metrics for four plants (N.A., E.A., A-P, L.A.), including Y11 Global Minimums, Superior Materials Usage, and Capacity Available. The 'Private-Label Bids' section shows demand forecasts and projected share of Y11 Private-Label Market for four markets (N.A., E.A., A-P, L.A.).

	N.A. Plant	E.A. Plant	A-P Plant	L.A. Plant
Y11 Global Minimum	106	0	190	0
Superior Materials Usage (0 to 100%)	58%	0%	52%	0%
Enhanced Styling / Features (0 per season)	\$ 14k	\$ 0k	\$ 16k	\$ 0k
S/Q Rating of P-Label Pairs Produced	5 ★	0 ★	5 ★	0 ★

	N.A. Market	E.A. Market	A-P Market	L.A. Market
Private-Label Demand Forecast for Y11 (000s of pairs, regional total)	1,400	1,400	1,400	1,400
Pairs Offered for Sale (000s to be produced and shipped if bid is accepted)	432	508	552	442
Bid Price (000s to at least \$2.00 below regional average otherwise price is Y11)	\$2.50	\$4.00	\$4.00	\$4.00
Projected Share of Y11 Private-Label Market if Bid is Accepted	30.9%	35.7%	39.4%	31.6%

**Dostupne igre/scenariji:** Samo jedan

**Jezici:** engleski, španjolski.

**Potreban tim:** Da.

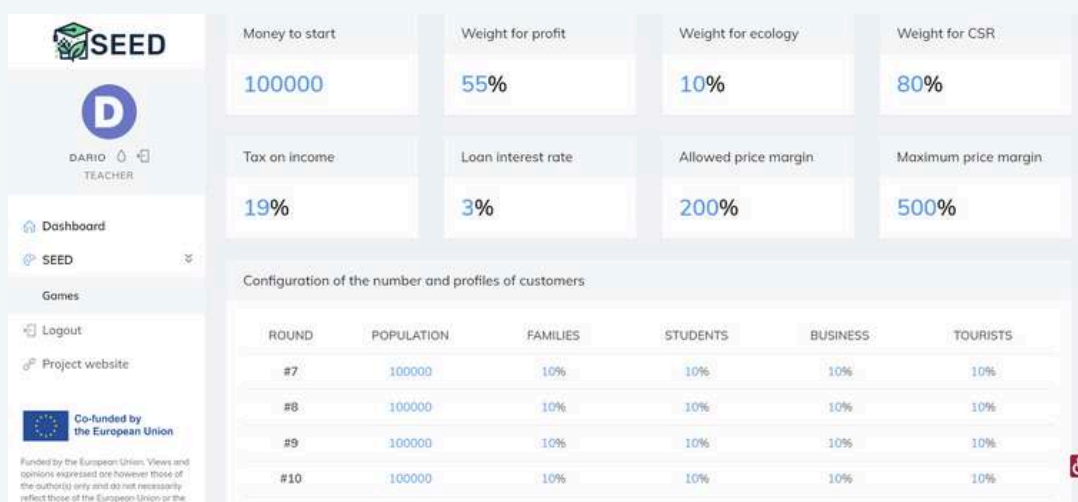
**Potreban instruktor:** Da.

**Cijena:** instruktor plaća naknadu po polazniku, s različitim opcijama.

**Web stranica:** <https://www.bsg-online.com/>

# Sustainable Entrepreneurship in EDucation

Sustainable Entrepreneurship in Education [SEED] (održivo poduzetništvo u obrazovanju) nije komercijalni proizvod, već europski projekt financiran u okviru programa Erasmus+. Cilj mu je poboljšati digitalne i ekološke sposobnosti sektora visokog obrazovanja. Usredotočen je na povećanje digitalnih kompetencija nastavnika i razvoj inovativnih didaktičkih alata koji promiču održivi razvoj, s posebnim naglaskom na akademske nastavnike. Time se projektom želi unaprijediti kvaliteta obrazovanja na sveučilištima.



The screenshot displays the SEED application interface. On the left is a sidebar with the SEED logo, a user profile for 'DARIO TEACHER', and navigation options like Dashboard, SEED, Games, Logout, and Project website. The main area shows configuration parameters for a simulation:

- Money to start: 100000
- Weight for profit: 55%
- Weight for ecology: 10%
- Weight for CSR: 80%
- Tax on income: 19%
- Loan interest rate: 3%
- Allowed price margin: 200%
- Maximum price margin: 500%

Below these are the 'Configuration of the number and profiles of customers' for rounds #7 to #10:

ROUND	POPULATION	FAMILIES	STUDENTS	BUSINESS	TOURISTS
#7	100000	10%	10%	10%	10%
#8	100000	10%	10%	10%	10%
#9	100000	10%	10%	10%	10%
#10	100000	10%	10%	10%	10%

Jedan od rezultata projekta jest aplikacija koja generira ozbiljnu igru, simulirajući upravljanje kafićem. Polaznik može pristupiti aplikaciji, generirati igru odabirom nekih parametara i igrati je pojedinačno ili s prijateljima.

## **Dostupne igre/scenariji:**

Alat može kreirati prilagođene igre, uz određena ograničenja.

**Jezici:** engleski.

**Potreban tim:** Da.

**Potreban instruktor:** Da.

**Cijena:** besplatno

**Web stranica:** <https://app.e-seed.eu/>



# E-commerce

for women entrepreneurs



Co-funded by  
the European Union

## Partneri



Kazimiero Simonavičiaus  
universitetas



**APEC**

advanced project education consulting

**MAG**  
UNINETTUNO

Multimedia  
Academic  
Global



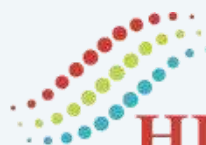
VAEV R&D

pistes s→olidaires



**PAR**

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES  
VELEUČILIŠTE



**HIP**

Hub of  
Innovation  
Policy