

Step by step vodič kroz registraciju,  
zakone, računovodstvo i izradu  
webshopa

---

Kako  
pokrenuti  
**ONLINE  
TRGOVINU  
U HRVATSKOJ**

---

Partner projekta:



Autor publikacije:



**eCommerce  
Hrvatska**

# Sadržaj

## Preduvjeti za otvaranje web trgovine

- 02 Trgovina i prodaja putem interneta
- 02 Kako registrirati prodaju putem interneta
- 05 Skladištenje robe

## Računovodstvo web trgovina

- 13 Fiskalizacija
- 14 Što se fiskalizira
- 15 Osnovni elementi računa

## Dostava robe kupljene preko interneta

- 24 Najčešće opcije dostave
- 25 Cross border prodaja

## Ključni zakoni za online trgovce

- 07 Koji zakoni se tiču online trgovaca
- 07 Pravni sadržaj webshopa
- 09 Kada se ugovor između web trgovca i kupca smatra sklopljenim
- 11 Kada kupac ostvaruje pravo na povrat

## Online naplata

- 17 Najčešći načini plaćanja
- 19 Kartično plaćanje

## Izrada webshopa

- 29 Načini prodaje preko interneta
- 32 Najpopularnije platforme za izradu webshopa

### **NAPOMENA:**

Vodič je sastavljen uz pomoć vanjskih konzultanata iz domene računovodstva i prava, no isti ne predstavlja službeni dokument, te predlažemo da ga koristite samo informativno. Za bilo kakva pitanja obavezno se obratite nadležnim tijelima ili stručnjacima.



# UVODNIK

## Nema krize u online prodaji

U vrijeme kad je cijeli svijet u krizi zbog COVID19 epidemije, interes za online prodajom strelovito raste. Obzirom da udio online prometa u ukupnom retailu još uvijek iznosi manje od 10 % u većini svijeta, odnosno oko 6 % u Hrvatskoj, ova kriza može biti pravi pokretač online prodaje. Od kad je zbog epidemije zatvoreno većina fizičkih trgovina, broj Hrvata koji kupuju online se doslovno udvostručio - u manje od 30 dana.

Iako u tako kratkom periodu još ne možemo sa sigurnošću ustvrditi da će se promjene potrošačkih navika dugoročno promijeniti, siguran sam da će porasti broj ljudi koji su prvi put kupovali preko interneta. Prema našem istraživanju koje smo napravili krajem 2019. godine na uzorku od 2000 korisnika interneta petina Hrvata kupuje online jednom tjedno, a čak 37 % njih kupuje preko interneta barem jednom mjesečno.

Ako naši trgovci dobro odigraju ovu utakmicu s krizom, povjerenje prema online prodaji bi moglo značajno porasti, a s njime i broj novih online kupaca. U svakom slučaju, SADA je pravo vrijeme za pokretanje online prodaje, a ovaj vodič će vam u tome itekako pomoći. Sretno!

***"No one has to change. Survival is optional."***

***"Nitko se ne mora mijenjati. Preživljavanje je opcionalno."***



**Marcel Majsan**

Predsjednik udruge eCommerce Hrvatska

marcel@ecommerce.hr

**Pridružite se 300+ trgovaca koji rastu zajedno s nama**

**[www.ecommerce.hr](http://www.ecommerce.hr)**

# 01

P O G L A V L J E

Preduvjeti za otvaranje  
web trgovine

# Preduvjeti za otvaranje web trgovine

## Trgovina i prodaja putem interneta

Trgovina je gospodarska djelatnost kupnje i prodaje robe i/ili pružanja usluga u trgovini u svrhu ostvarivanja dobiti ili drugog gospodarskog učinka.

Prodaja putem interneta spada u **prodaju na daljinu**, uz telefonsku prodaju, prodaju putem kataloga i TV prodaju. Kao online trgovac, podliježete svim zakonima o trgovini, ali i o elektroničkoj trgovini.

## Kako registrirati prodaju putem interneta

*Tko može obavljati djelatnosti online prodaje*

- **TRGOVCI**
- **PROIZVOĐAČI**
- **PRAVNE I FIZIČKE OSOBE IZ ČLANKA 5. ZAKONA O TRGOVINI**
  - Nositelji i/ili članovi SOPG-a/OPG-a
  - Mali poljoprivredni dobavljači sadnica voće, presadnica povrća i ukrasnog bilja
  - Šumoposjednici
  - Nositelji povlastice/odobrenja za gospodarski ribolov ili akvakulturu
  - Registrirani proizvođači
  - Udruge, ustanove i druge neprofitne pravne osobe

*Koji su uvjeti za obavljanje djelatnosti web trgovine po tipu subjekta*

- **TRGOVCI**

- upis odgovarajućeg oblika djelatnosti u sudski registar, odnosno obrtni registar
- osigurati skladište prema MTU (točka 1.3)
- ako se želite baviti dropshippingom, trebate i Ugovor o (trgovačkom) posredovanju

- **PROIZVOĐAČI**

- registriranje proizvodnje robe koju prodaju

- **PRAVNE I FIZIČKE OSOBE IZ ČLANKA 5 ZAKONA O TRGOVINI**

- upis u odgovarajući upisnik/registar

- **RJEŠENJE NADLEŽNOG UPRAVNOG TIJELA O ISPUNJAVANJU MINIMALNIH TEHNIČKIH I DRUGIH UVJETA ZA RAD**

*Koje djelatnosti morate registrirati za obavljanje web trgovine*

- **Djelatnost Internet trgovine**

- djelatnost Internet trgovine sukladno NKD-07
- razred 47.91 (trgovina na malo preko pošte/interneta), ili
- skupina 47.9 (trgovina na malo izvan prodavaonica, štandova i tržnica), ili
- odjeljak 47. (trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima),
- „kupnja i prodaja robe“
- u slučaju *dropshippinga* – 47.99 Ostala trgovina na malo izvan prodavaonica, štandova i tržnica.

- **Usluge informacijskog društva (subjekt koji obavlja internetsku trgovinu) 63.99**



*Gdje se upisuju djelatnosti ovisno o tipu subjekta*

Trgovci u statusu **pravne osobe (trgovačka društva)** djelatnost upisuju u sudski registar trgovačkog suda prema sjedištu društva.

Trgovci u statusu **obrta** djelatnost upisuju u obrtni registar kod upravnog tijela prema sjedištu obrta.



*Udruga eCommerce Hrvatska svaki mjesec organizira besplatne Meetupove za sve web trgovce*



# Skladištenje robe

## *Tko mora osigurati skladište*

- Morate imati skladište ako trgujete robom na veliko ili malo
- Ne morate imati skladište ako:
  - putem interneta nudite samo usluge, a ne i robu
  - proizvodite i distribuirate samo digitalni sadržaj koji se ne isporučuje / ispisuje na nekom od fizičkih medija (CD, DVD, USB, micro SD itd.)
  - obavljate Internet trgovinu na malo u tranzitu (*dropshipping*)
  - za skladištenje i dostave koristite usluge fulfilment agencije (primjer: [fulfil.hr](http://fulfil.hr))

## *Minimalni tehnički uvjeti za skladište*

Prodajni objekt (otvoren, natkriven ili zatvoren) za smještaj i čuvanje te prodaju robe i ostale aktivnosti (pakiranje, hlađenje i dr.). Na vanjskoj strani mora biti na vidljivom mjestu natpis u kojem se navodi tvrtka, sjedište i naziv pravne ili fizičke osobe registrirane za obavljanje kupnje ili prodaje robe i/ili pružanje usluga u trgovini. Radno vrijeme treba istaknuti jasno, vidljivo i čitljivo na ulazu.

- **Minimalna površina > 6 m<sup>2</sup>**
  - ako se bavite isključivo web prodajom.
- **Prostorije**
  - prodajni objekti veći od 600 m<sup>2</sup> moraju imati i sanitarne prostorije ako se u skladištu trguje (kupci ulaze u prostor skladišta).
  - prostor za sortiranje i pakiranje te dozrijevanje i hlađenje hrane i agregat za dobivanje el. energije ako se trguje s hranom.
- **Oprema**
  - podesti, police, regali i sl. oprema za čuvanje robe, sredstava i uređaji za utovar i istovar robe, rampa te prometnice za nesmetano kretanje vozila ako je potrebno.



# 02

P O G L A V L J E

**Ključni zakoni za online  
trgovce**

# Ključni zakoni za online trgovce

## Koji zakoni se tiču online trgovaca

Zakon o trgovini

Zakon o elektroničkoj trgovini

Zakon o zaštiti potrošača

**NAPOMENA: Ovisno o djelatnosti, online trgovac može biti podložan i drugim propisima (označavanje proizvoda, zaštita osobnih podataka itd.)**

## Pravni sadržaj webshopa

*Što morate istaknuti na webshopu prema Zakonu o elektroničkoj trgovini*

- **Podatke o davatelju usluge informacijskog društva (čl.6.)**
  - stalno dostupni naziv tvrtke, sjedišta i kontakt adresa (email) i porezni broj,
  - broj javnog registra u koji je davatelj usluga upisan i podatke o istom (broj registra i dr.),
  - pojedinosti o nadležnom tijelu, ako djelatnost davatelja usluga podliježe službenom nadzoru (primjerice HAKOM, HALMED...).
- **Podatke o cijenama (uz naznaku jesu li uključeni troškovi dostave, poreza i dr.)**
- **Preugovorne informacije (čl.12.)**
  - o različitim stupnjevima koji slijede u postupku sklapanja ugovora,
  - o odredbama ugovora i općih uvjeta te jezicima ponuđenim za sklapanje ugovora (opći uvjeti i uvjeti kupovine trebali bi se moći preuzeti u PDF obliku),
  - kodeksu postupanja davatelja usluga te informacije kako se mogu elektronički pogledati.

## *Što morate istaknuti na webshopu prema Zakonu o trgovačkim društvima*

- Naziv i sjedište pravne osoba kod kojih se vode računi (banke ili druge kreditne institucije) te brojevi tih računa,
- za d.o.o. - temeljni kapital i koliko ga je uplaćeno,
- d.d. – ukupan broj izdanih dionica, izdaje li ih s nominalnim iznosom, prezimena i najmanje jedno ime članova uprave društva i
- j.t.d., k.d. i g.i.u. – imena izvršnog direktora i predsjednika nadzornog odnosno upravnog odbora društva osoba.

## *Koji je još obavezan sadržaj prema drugim propisima*

### • **Zakon o zaštiti potrošača**

- predugovorne obavijesti čl. 57. st. 1.,
- obavijest da se radi o narudžbi koja uključuje obvezu plaćanja čl. 67.,
- podaci o ograničenjima u dostavi te sredstvima plaćanja koja su prihvatljiva čl. 68.,
- u slučaju *marketplacea*, radi li se o fizičkoj ili pravnoj osobi koja prodaje pojedini proizvod.

### • **Zakon o elektroničkim komunikacijama**

- suglasnost za cookies (primjer: [www.cookiebot.com](http://www.cookiebot.com))

### • **GDPR**

- pravila o privatnosti,
- privola koja sadrži sve elemente potrebne za valjanost privole.

### • **Informacije sukladno propisima o zaštiti autorskih prava (ako je potrebno)**



## Kada se ugovor između web trgovca i kupca smatra sklopljenim

***Ugovor u e-obliku smatra se sklopljenim u trenutku kad ponuditelj primi e-poruku koja sadrži izjavu ponuđenog da prihvaća ponudu.***



U praksi imamo veći broj sudskih predmeta u kojima se raspravlja kada je sklopljen ugovor putem web shopa i može li trgovac odbiti isporučiti proizvod potrošaču jer je pogrešno istaknuo cijenu proizvoda ili jer nema proizvod na skladištu.

U slučajevima kada je cijena na web shopu bila krivo naznačena ili je potrošač naručio proizvod kojeg mu trgovac ne može isporučiti, nije nužno da će inspekcije odbijanje isporuke tako naručenih proizvoda okarakterizirati prekršajem.

**Izrazito je bitno ne plašiti se inspekcije,** za gotovo svaki zahtjev inspektora možete tražiti rok za dostavu dokumenata i očitovanje. Važno je da izjavite prigovor na zapisnik inspektora ukoliko se ne slažete sa sadržajem njegova zapisnika i da ne potpisujete da nemate prigovora na zapisnik ukoliko smatrate da nešto nije ispravno uneseno u zapisnik ili nemate dovoljno znanja za očitovanje i želite naknadni rok u kojem ćete se očitovati imate li ili ne primjedbi na rad inspektora. Ukoliko potpišete da nemate primjedbi na zapisnik inspektora poslije nećete moći ispraviti napisano, zato preporuka je radije tražite rok za očitovanje i konzultirajte se sa stručnjacima.

U inspekcijskom nadzoru se činjenice utvrđuju od slučaja do slučaja te u praksi postoji mnogo primjera kada su trgovci uspjeli u postupcima pred inspektorom dokazati da je njihova praksa poštena i u skladu s relevantnim pravnim propisima.



U ovom konkretnom slučaju, procjena inspekcije će uvelike ovisiti o načinu na koji je trgovac formulirao svoje Opće uvjete poslovanja, a posebice odredbe o sklapanju ugovora na daljinu, **naglašava odvjetnica Dijana Kladar koja ima bogatu praksu u zastupanju klijenata pred inspekcijom.**



*Dijana Kladar predaje pravni modul na eCommerce Akademiji*

**SAVJET: Pročitajte članke Dijane Kladar i prijavite se za izradu pravnih tekstova uz 30 % popusta za članove Udruge**

# Kada kupac ostvaruje pravo na povrat

## *Povrat u roku 14 dana*

- kupac to može učiniti iz bilo kakvog razloga, čak i ako se samo predomislio
- ovo pravo se može isključiti primjerice kod hotelskih rezervacija te usluga isporuke hrane i pića ako je ugovoreno da usluga bude pružena određenog datuma ili u određenom razdoblju, robe izrađene po specifikaciji potrošača (personalizirani pokloni), isporuke zapečaćenih audiosnimaka ili videosnimaka, odnosno računalnih programa koji su otpečaćeni nakon isporuke, kod isporuke digitalnog sadržaja koji se preuzima s interneta nakon što je pokrenuto preuzimanje ili stream (i nakon što je potrošač potvrdio da je upoznat s činjenicom da će time izgubiti pravo na jednostrani raskid), kod ugovora sklopljenih na javnoj dražbi...
- ako niste obavijestili kupca da oni snose troškove povrata robe, vi ih morate podmiriti
- u povrat novca moraju biti uključeni i svi troškovi dostave, osim ako je kupac tražio nestandardnu dostavu (npr. žurnu)

## *Dvogodišnje jamstvo za svu robu*

### *(materijalni nedostaci)*

- ako roba koju ste isporučili ima nedostatak, dužni ste besplatno, prema izboru kupca, ukloniti nedostatak, predati drugu stvar bez nedostatka, sniziti cijenu ili vratiti novac

**NAPOMENA: povrat novca u slučaju materijalnog nedostatka koji nije prijavljen unutar 14 dana od kupovine, kupac može zatražiti samo ako trgovac ne može zamijeniti ili popraviti proizvod (tj. ne može ispuniti ugovor)**



# 03

P O G L A V L J E

Računovodstvo  
web trgovina

# Računovodstvo web trgovina

## Fiskalizacija

### **Sukladno čl.3. Zakona o fiskalizaciji, obveznikom fiskalizacije smatra se:**

- fizička osoba obveznik poreza na dohodak po osnovi samostalne djelatnosti prema odredbama zakona kojim se uređuje porez na dohodak te
- pravna i fizička osoba koja se smatra obveznikom poreza na dobit prema zakonu kojim se uređuje porez na dobit.

Bez obzira na način naplate putem Internet prodaje, svaki obveznik Zakona o fiskalizaciji mora izraditi **interni akt kojim se uređuje fiskalizacija**.

U njemu se definiraju poslovni prostori, oznaka naplatnih uređaja, pravila slijednosti numeričkih brojeva računa, označavanje operatera na naplatnom uređaju i načini numeriranja.

#### **NAPOMENA:**

Broj fiskalnog računa kreće od broja 1 do n, a sastoji se od tri dijela: numeričkog broja računa, oznake poslovnog prostora i broja naplatnog uređaja (3-POSL-2)

**VAŽNO: Račun morate izdati kupcu najkasnije prilikom isporuke robe ili izvršene usluge, ili u elektroničkom obliku ako se kupac ne protivi. Preporučamo da pošaljete račun uz isporuku robe, ali i emailom.**

# Što se fiskalizira

- **Paypal**
  - NE FISKALIZIRA SE
- **Plaćanje na transakcijski račun** (virman/opća uplatnica)
  - NE FISKALIZIRA SE
- **Plaćanje kupljene robe putem Internet trgovine preko pošte, odnosno pouzećem** na adresi dostave koristeći gotovinu koju preuzimaju poštanski službenici kao otkupnu svotu i uručuju račun kupcu, a novac vam uplaćaju na transakcijski račun
  - NE FISKALIZIRA SE (čl. 5., st. 7. Zakona o fiskalizaciji)
- **Plaćanje kupljene robe putem Internet trgovine preko pošte, odnosno pouzećem, ali u slučaju da ne koristite usluge dostavne službe ili vam poštanski službenici donose novac**
  - FISKALIZIRA SE
- **Kartično plaćanje putem interneta**
  - FISKALIZIRA SE
- **Plaćanje gotovinom u poslovnici**
  - FISKALIZIRA SE

Za dodatne upite o računovodstvu i fiskalizaciji, zakažite termin s provjerenim savjetnicima Udruge eCommerce Hrvatska ([dijana@rst-consultor.hr](mailto:dijana@rst-consultor.hr)).



## Osnovni elementi računa

- Broj računa i datum izdavanja
- Ime (naziv) i OIB prodavatelja
- Broj prodajnog mjesta ili poslovnog prostora
- Uobičajeni trgovački naziv i količinu i pojedinačne cijene isporučene robe ili obavljene usluge
- Ukupan iznos s uključenim naknadama i PDV-om te porezi razvrstani po stopi

### *Elementi računa koji se fiskalizira*

- Vrijeme izdavanja računa (sat i minuta)
- Oznaka operatera (osobe) na naplatnom uređaju
- Oznaka načina plaćanja računa (novčanice, kartica, ček, transakcijski račun, ostalo)
- Jedinstveni identifikator računa
- Zaštitni kod izdavatelja obveznika fiskalizacije

### *Što ako kupac odluči stornirati narudžbu za koju je izdan fiskalizirani račun*

- Stornirate račun i proknjižite stornirani račun.

**SAVJET: U napomenu napišite da je kupac odustao od narudžbe, a dobro bi bilo uz račun čuvati i dokument o njegovom odustajanju (email i slično).**

# 04

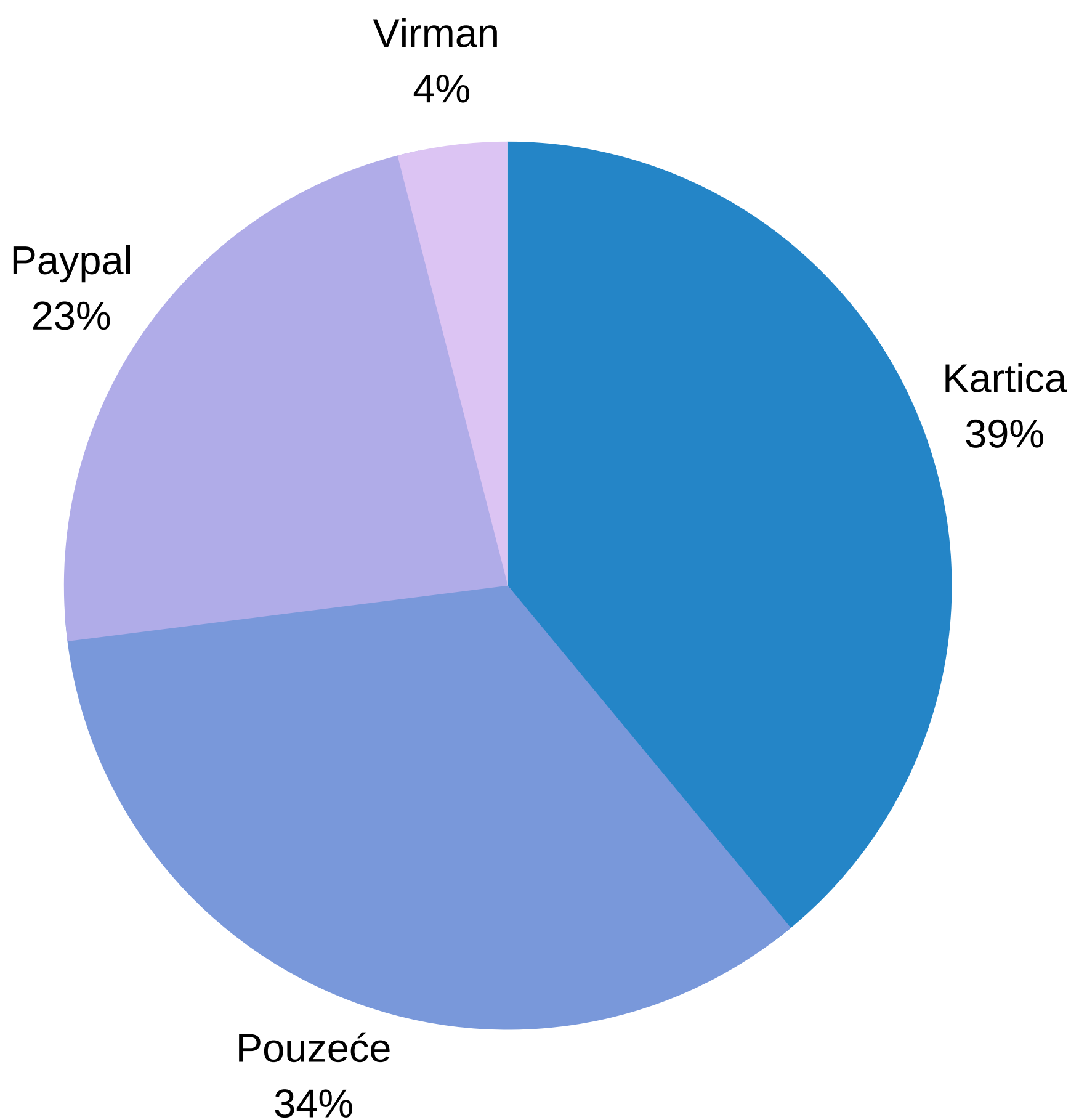
P O G L A V L J E

## Online naplata

# Online naplata

## Najčešći načini plaćanja

Prema istraživanju ponašanja online kupaca koje je provela Udruga eCommerce Hrvatska, **postojanje preferiranog načina plaćanja je najvažnija stavka za donošenje odluke o prvoj kupovini na nekom webshopu.**

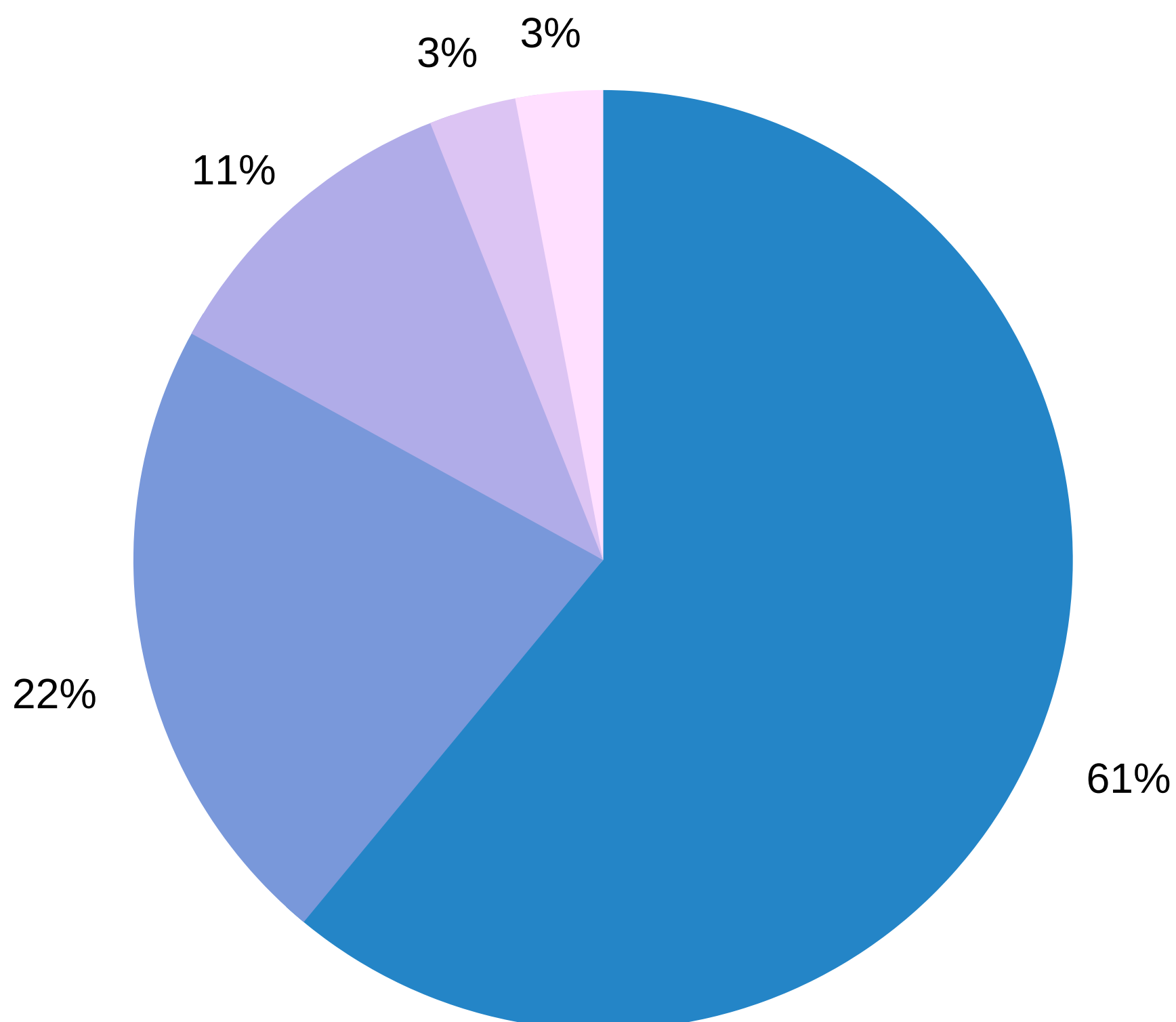


Čak 39 % ispitanika kao preferirani način plaćanja odabralo je plaćanje karticom, dok je pouzeće, sa visokih 34 %, na drugom mjestu.

S druge strane, samo 60 % članova Udruge nudi plaćanje karticom i pouzećem, njih 82 % nudi plaćanje virmanom ili općom uplatnicom, a njih samo 30 % nudi plaćanje Paypalom.

Iako je najveći broj ispitanika označio karticu kao preferirano sredstvo plaćanja, web trgovci uglavnom tvrde kako je najčešći način plaćanja na većini webshopova - pouzećem.

Mogući razlog tome je što se kupci boje krađe podataka (61 %), ali i činjenica da im se ne da unositi podatke kartice (22 %).



- Jer se bojim krađe podataka
- Ne da mi se tražiti karticu i utipkavati podatke za kupovinu
- Smeta mi dodatna provjera tokenom nakon unosa kartice (3D Secure)
- Koristim karticu
- Ne znam kako koristiti karticu za online kupovinu



# Kartično plaćanje

Kartično plaćanje jedan je od najčešćih oblika plaćanja na hrvatskim webshopovima, pa se preporučuje da ne krećete u online prodaju bez istog jer je inicijalni trošak zanemariv (200 do 300 kn/mjesečno).

## Kako uvesti kartično plaćanje?

1. **Pronađite *payment gateway providera*** – preko *payment gateway providera* ćete potpisati ugovore s bankama o prihvaćanju kreditnih kartica na webshopu
2. **Otvaranje žiro računa** – u banci ćete morati otvoriti žiro račun na koji će stizati uplate od kupaca
3. **Kontaktirajte webshop developere** – pošaljite im podatke za spajanje koje dobijete od *payment gatewaya* kako bi ga integrirali na webshop
4. **Integracija kartičnog plaćanja** – developeri i *payment gateway provider* integriraju kartično plaćanje (dodatan trošak)

## *PCI DSS standard*

Sve banke i trgovci koji na bilo koji način primaju, obrađuju, pohranjuju ili prosljeđuju podatke o platnim karticama dužni su svoje poslovanje uskladiti s PCI DSS standardom.

## **Kod PCI DSS certifikata, možete birati između dva pristupa:**

1. Webshop ni na koji način nema pristup osjetljivim kartičnim podacima, odnosno kupac kartične podatke ostavlja na stranici *payment gatewaya*
2. Webshop se direktno spaja na sustav *payment gatewaya*, a kartični podaci se unose na samom webshopu

Prvi pristup je preferirani način rada. U tom slučaju webshop koristi usluge *payment gatewaya* ili se direktno spaja na banku prihvatitelja i njihov sustav online naplate kartica.

Za ovaj način rada, trgovac mora popuniti obrazac PCI DSS SAQ koji mu dostavlja *payment gateway* prilikom inicijalnog zahtjeva. U tom obrascu mora popuniti na koji način webshop naplaćuje karticama te da li se koriste osjetljivi podaci.

Drugi pristup zahtjeva da se podaci prosljeđuju sigurnosnom konekcijom uz obaveznu enkripciju podataka.

Za ovaj način rada, trgovac se mora javiti ovlaštenom QSA-u (Qualified Security Advisor) koji je certificiran od strane globalnog vijeća PCI DSS-a, te on treba potvrditi da odobrava (ili ne) ovakav način rada.

U slučaju korištenja ovog modela, postoji više vrsta certifikacija ovisno o tome što se radi s osjetljivim kartičnim podacima. Svi tipovi certifikacije se naplaćuju ovisno o opsegu samog postupka. Također, certifikacije se mora provoditi svake godine. Osim tih troškova, postoje i troškovi pripreme sustava na kojem se nalazi webshop jer se kartični podaci ne smiju spremati sa svima ostalima, već se moraju izdvojiti u zasebnu, tzv. PCI DSS, zonu.

**Drugi pristup se ne preporučuje najvećem postotku trgovaca jer je jednostavno preskup, zahtijeva dodatne ljude ili eksternog providera i slično. S druge strane, većini trgovaca koji ga žele koristiti je zapravo posve nepotreban.**

## *Pouzdana autentifikacija klijenta (SCA)*

Prema Europskoj direktivi o platnim uslugama na unutarnjem tržištu (PSD2), sva elektronska plaćanja **moraju sadržavati SCA ili Strong Customer Authentication** provjeru.

Kako bi se plaćanje smatralo pouzdanim, u autentifikaciji klijenta se moraju koristiti najmanje dva faktora – **znanje, posjedovanje i svojstvenost**.

- **Znanje** se odnosi na ono što samo korisnik može znati. Tu spadaju lozinke, PIN, sigurnosna pitanja.
- **Posjedovanje** se odnosi na ono što korisnik posjeduje, i tu se ubrajaju pitanja o tokenu ili mobilnom telefonu.
- **Svojstvenost** bi bili otisak prsta, glas, biometrija.

3-D Secure 2.0 može (ali nije pravilo) zadovoljavati zahtjeve SCA. **Mastercardova 3-D Secure implementacija, na primjer, zadovoljava te zahtjeve.**

**Tijek plaćanja na online trgovinama mora podržavati autentifikaciju klijenata (npr uz 3-D Secure). Ako ne podržava, neka plaćanja mogu biti odbijena.**

## *Zašto odabrati Monri Payment Gateway?*

Među 2 milijuna njihovih korisnika, nalaze se i Emmezeta, Jysk, Müller i mnogi drugi. Specijalizirani su za SinglePOS uređaje, a uz to nude i WebPay – sustav Saas eCommerce Payment Gateway.

### **Kako Monri WebPay može pomoći web trgovcima**

Monri alate jednostavno je implementirati u webshopove. Imaju razvijene pluginove za najpopularnije platforme za izradu webshopova – Magento, WooCommerce, OpenCart i Presta shop.

Dodatan plus je dodatak komponente uz pomoć koje možete kontrolirati koliko puta isti kupac može kupovati u jednom danu, ili čak ograničiti kupovinu s određene IP adrese.

Monri checkout ima dvije forme, a jedna od njih je forma s embedded poljem. Ta forma se prikazuje kao tri dodatna polja, zaštićena je i nalazi se na Monrijevim serverima. Može se implementirati i vizualno prilagoditi svakom webshopu.

Još jedan iznimno koristan alat je **Pay by link**, što znači da kupcu možete izravno poslati link na plaćanje njegove narudžbe, a može poslužiti i za upsell.

**Monri Payments je partner Udruge koji svim članovima nudi 30 % popusta na prvih 6 mjeseci korištenja njihovih usluga.**



# 05



POGLAVLJE

Dostava robe kupljene  
preko interneta

# Dostava robe kupljene preko interneta

## Najčešće opcije dostave

**U istraživanju online kupaca koje smo proveli krajem 2019. godine, skoro 2000 ispitanika nam je otkrilo njihove preferencije vezano za dostavu robe kupljene online.**

### *NAJBOLJA DOSTAVA JE - JEFTINA DOSTAVA*

Čak 61 % kupaca je označilo cijenu do 20 kn kao prihvatljivu za pakete do 2 kg. Samo 1 % ispitanika smatra cijenu iznad 30 kn prihvatljivom dostave paketa do 2 kg, a 25 % ih kupuje samo ako je dostava besplatna.

### *KUPCI OČEKUJU ROBU U ROKU 5 RADNIH DANA*

Prihvatljivo vrijeme dostave za većinu njih (55 %) iznosi do pet radnih dana, a samo 9 ispitanika, što čini 0,5 %, je označilo da dostava treba biti unutar jednog radnog dana.

### *POZIV DOSTAVLJAČA PRIJE DOSTAVE*

Kada smo ih pitali što im je najvažnije kod dostave, najviše kupaca je označilo kako su cijena i brzina dostave najvažniji, a na treće mjesto stavili su poziv dostavljača prije dostave.

**INFO: Čak 30 % članova Udruge radi sa dostavnim službama koje ne zadovoljavaju treći kriterij dostave po odabiru ispitanika – poziv dostavljača prije dostave.**



# Cross border prodaja

**Prekogranična web trgovina unosna je prilika, bez obzira na veličinu poduzeća. Većina kupaca kupila je barem jednom na vodećim svjetskim marketplacima – eBayu, Amazonu ili Alibabi. To znači da kupcima više nije važno otkuda naručuju, već su primarno u potrazi za najpovoljnijom cijenom i najboljom uslugom.**

## **Zašto prodavati preko granica?**

U današnje vrijeme kupovina iz inozemstva nije nimalo stran pojam. Otvarajući svoju trgovinu prekograničnim kupcima, na pravi način, garantirate si stotine milijuna novih potencijalnih kupaca.

## **Kako prodavati preko granica?**

Ako želite prvo provjeriti bi li vaš proizvod uspio na inozemnom tržištu, preporučujemo prodaju na nekom od vodećih marketplaceova – Amazonu, eBayu ili Alibabi. Kasnije, ako shvatite da se za vas prekogranična prodaja isplati, možete otvoriti vrata svog webshopa inozemnom tržištu.

## **Kako slati narudžbe?**

Ovo ovisi o vašem izboru dostavne službe. Ako vaš prijevoznik, kao npr. DHL, nudi mogućnost dostave u inozemstvo, jednostavno je s njime dogovoriti isporuku proizvoda. Ako želite imati skladište u drugoj zemlji, mogli biste razmisliti o angažiranju fulfilment agencije na tom prostoru.

## **Ako prodajem preko granice, što je s porezima?**

Ako prodajete svoje proizvode u drugoj EU zemlji (B2C), šalžete normalne račune kao što biste kupcima u RH sa stopom PDV-a 25 % (važeća stopa u trenutku pisanja ovog teksta).

## **Ovo pravilo vrijedi samo ako ne prelazite limit godišnjeg prometa prema toj zemlji koji je za svaku zemlju drugačiji.**

Taj limit u Njemačkoj, primjerice, iznosi 100.000 €, dok u Austriji, Italiji i Sloveniji iznosi 35.000 €. Tablicu sa svim limitima možete pronaći [\*\*ovdje\*\*](#).

U slučaju da prekoračite taj limit, trebate registrirati svoju firmu unutar te zemlje za potrebe PDV-a, te na računima tada koristite njihovu stopu i plaćate PDV toj zemlji.

**SAVJET:** Za pokretanje cross border prodaje se preporuča lokalizacija webshopa na jezik države u kojoj prodajete, kako bi što efikasnije mogli raditi marketing i prodaju u toj zemlji. Naravno, sve marketinške kampanje bi također trebale biti na lokalnom jeziku.

Također, treba uzeti u obzir da oglašavanje u zapadnim zemljama može biti veće nego u Hrvatskoj što znači da ćete morati potrošiti više novaca na marketing kako bi doveli isti broj korisnika na webshop. Ipak, to ne mora biti "deal breaker" - jer i stopa konverzije može biti veća.



## **Kako vam DHL može pomoći iskoristiti svoju priliku za ulazak na profitabilno globalno tržište?**

### **Međunarodne narudžbe**

Prilikom postavljanja online stranice obavijestite svoje kupce da nudite opciju međunarodne narudžbe na svojoj početnoj stranici. Ako je ova opcija pravilno istaknuta, ona će postati glavna pokretačka snaga vaše web trgovine. Pobrinite se da je međunarodno poslovanje dostupno i na vašoj online stranici postavljanjem višejezičnih opcija i opcija lokalnog plaćanja.

### **Identificirajte područja gdje je potražnja u porastu**

Prilagodite svoju ponudu tržištu. Možemo vam pomoći utvrditi odakle dolazi trenutačni promet online stranice i savjetovati vas kako iskoristiti ovaj potencijal za stvaranje nove baze međunarodnih kupaca.

### **Odaberite pravilnu strategiju uspostave cijena**

Upoznajte se sa svim troškovima izvoza u određenu državu kako biste ih mogli uključiti u svoje cijene. DHL vam može pomoći pri pravilnom definiranju cijena uz smanjenje rizika s vaše strane i povećanja dobiti.

### **Ponudite ekspresnu dostavu i povrat**

Kupci posebice cijene ove usluge i nuđenjem različitih opcija dostave potaknut ćete ih da troše više i da vam budu lojalni.

### **Ponudite opciju ON DEMAND DELIVERY (dostave na zahtjev)**

Ovom besplatnom uslugom ćete svojim kupcima osigurati fleksibilnost pri odabiru vremena i mjesta dostave koje njima najbolje odgovara. Neka vaši kupci preuzmu kontrolu u svoje ruke!

# 06



P O G L A V L J E

## Izrada webshopa

# Izrada webshopa

## Načini prodaje preko interneta

**Pokrenuti online prodaju danas je lakše nego ikad. Postoji pregršt gotovih rješenja i opcija koje potpunim početnicima omogućuju oglašavanje i prodaju proizvoda i usluga na internetu, te njihovu dostavu kupcu. Za vas smo izdvojili nekoliko modela na koje se hrvatski poduzetnici najčešće odlučuju.**

*Klasični webshop – online kupovina uz mogućnost dostave na vrata*

Webshop je mjesto na kojemu kupac iz vlastitog naslonjača može izabrati i naručiti proizvode te ih dočekati na bilo kojoj adresi. Razlikuju se po kompleksnosti (pregled i izbor proizvoda, način plaćanja, mogućnosti dostave) i platformama na kojima su izrađeni:

1. **platforme otvorenog koda** (open-source) poput WordPressa i Magenta najpopularnije su u Hrvatskoj;
2. **custom rješenja** – webshopovi koji su izrađeni po mjeri. Jako su kvalitetni, no nešto skuplji od gotovih rješenja;
3. **'uradi sam' SaaS platforme** omogućuju vam da, bez tehničkog predznanja, napravite webshop koji prima uplate kreditnim i debitnim karticama. Na ovim platformama (najčešće) ne plaćate izradu webshopa, već samo korištenje iste.

**SAVJET: Ako tek krećete s razvojem webshopa, angažirajte stručnjaka koji će vam pomoći raspisati zahtjeve i odabrati pravo rješenje za vaše potrebe.**

**Punopravni članovi Udruge imaju pravo na besplatne konzultacije s našim stručnjacima.**

## *Marketplace – prodaja na tuđim platformama*

Virtualna trgovina za prodaju proizvoda svih vrsta, prema krajnjem potrošaču poznata je kao marketplace. Postoji više vrsta marketplacea, a najrasprostranjeniji su opći tip (general marketplace) i aukcijski (auction marketplace). Najpopularniji marketplacevi u zapadnom svijetu su Amazon i eBay.

Dok trgovci na Amazonu prodaju sve, od igle do lokomotive, eBay češće privlači prodavatelje koji osim proizvoda široke potrošnje, nude i rijetke proizvode i antikvitete zanimljive kolekcionarima. Za razliku od eBaya koji to ne radi, Amazon nudi i uslugu skladištenja i transporta robe za određenu naknadu (FBA).

**SAVJET: Ako želite testirati prodaju svojih proizvoda bez ulaska u trošak izrade webshopa, kod nas to možete napraviti preko marketplaceva poput [bazaar.hr](http://bazaar.hr) i [abrakadabra.com](http://abrakadabra.com)**

## *Dropshipping – prodaja bez skladišta*

Dropshipping je oblik maloprodaje u kojem webshop nema proizvode na zalihi, odnosno naručuje ih od dobavljača koji ih dostavlja direktno kupcu – tek nakon izvršene narudžbe kupca.

Najveći nedostatak dropshippinga su vrlo niske marže i vrlo konkurentno tržište, uz malu (ili nikakvu) kontrolu kvalitete isporučene robe.



## *Online oglasnik – najpopularnija C2C platforma*

Online oglasnik je web stranica na kojoj privatni i poslovni korisnici imaju mogućnost predaje oglasa za prodaju proizvoda, koju najčešće naplaćuju pouzećem.

Izravna prodaja bez provjere i kontrole ujedno je i vrlina i najveća mana ove platforme, jer u C2C (*customer to customer*) modelu ne postoji mogućnost provjere prodavača ni kupca.

**INFO: Neka istraživanja su pokazala da više Hrvata kupuje online preko oglasnika poput Njuškala, nego što kupuje preko domaćih webshopova.**



## *Društvene mreže – ekstenzija postojećem webshopu*

Društvene mreže, posebno Facebook i Instagram, nude mogućnost prodaje proizvoda preko Facebook Store ili Instashop opcije. Radi se o mogućnosti spajanja web trgovine i društvenih mreža, što je dobra strategija za višekanalnu prodaju.

Iako je prodaja proizvoda isključivo preko društvenih mreža tehnički moguća, ne preporučujemo je za poslovne subjekte jer ista ne zadovoljava sve pravne uvjete za prodaju preko interneta u Hrvatskoj.

**Uz Store, Facebook nudi i Facebook Marketplace, koji je zapravo online oglasnik namijenjen kupcima koji žele prodavati rabljene stvari.**

# Najpopularnije platforme za izradu webshopa

**Kada birate platformu za vaš webshop, postoji nekoliko ključnih pitanja koja si morate postaviti:**

1. Koji su osnovni zahtjevi webshopa?
2. Koliko ste spremni izdvojiti za izradu webshopa?
3. Hoćete li voditi zalihe na webshopu ili planirate povezati webshop na vanjske sustave poput ERP-a?

Odgovore na neka od ovih pitanja možete pronaći u sljedećim člancima na našem webu:

[Kako definirati zahtjeve za izradu webshopa](#)

[Najčešća pitanja budućih web trgovaca](#)

[Kako uspješno voditi projekt razvoja webshopa](#)

U nastavku pročitajte usporedbu tri najpopularnije platforme za izradu webshopa – Shopifyja, WordPressa / WooCommercea i Magenta.

**SAŽETAK: Iako nije uklesano u kamen, za webshopove s manjim brojem proizvoda ili transakcija (do 10.000) preporuča se WooCommerce, a za veće i kompleksnije webshopove je bolji Magento ili custom shop.**

**Ipak, ako želite sami izraditi webshop, ili nemate veliki budžet, Shopify je vjerojatno najbolji izbor za vas.**

Shopify je jedna od najpoznatijih eCommerce platformi na svijetu. Jedan od razloga zašto je toliko popularan je jednostavnost korištenja i intuitivno sučelje. Popularan je kod manjih eCommerce brendova, ali ponekad ga koriste i veći trgovci.

Mjesečna cijena Shopifyja (u trenutku pisanja ovog teksta) kreće od 29\$ mjesečno za „Basic plan“. Razlike u planovima su niže naknade po transakcijama, više korisničkih računa, izrada „gift cardova“ i profesionalni reporti.

## Prednosti

- ✓ Jednostavna instalacija uz besplatne teme
- ✓ Jednostavan za korištenje i navigiranje
- ✓ Jednostavno upravljanje katalogom proizvoda
- ✓ Veliki izbor naplatnih tema
- ✓ Hosting i SSL certifikat uključeni u cijenu

## Mane

- ✗ Nefleksibilan za dorade
- ✗ Limitirane mogućnosti uređivanja sadržaja
- ✗ Nepostojanje telefonske podrške
- ✗ Mjesečna cijena raste ako koristite dodatne aplikacije
- ✗ Naplaćuje naknade po transakciji

**PREPORUKA: Ako tražite rješenje kojim možete brzo i jednostavno pokrenuti webshop, a bitna vam je lokalna podrška, preporučamo servise [BizzyBeeShop.com](https://BizzyBeeShop.com) i [Comms.dev](https://Comms.dev) koji omogućuju puno više funkcionalnosti u osnovnom paketu.**

WooCommerce je besplatan plugin je za WordPress i omogućuje vam da izradite webshop koji nudi većinu, ako i ne sve funkcionalnosti puno kompleksnijih sustava poput Magento.

Popularan je izbor radi popularnosti WordPressa, velikog izbora tema pluginova, ali i fleksibilnosti i manje cijene izrade.

### Prednosti

- ✓ Veliki izbor funkcionalnosti (50.000 pluginova)
- ✓ Veliki izbor tema (besplatnih i naplatnih)
- ✓ Veliki izbor developera / prosječno povoljniji sat developera
- ✓ MultiStore opcija / višejezičnost
- ✓ Potpuna kontrola koda za prilagođavanje stranice
- ✓ Nema naknada za transakcije
- ✓ „Open source“ zajednica koja zajedno radi na širenju i napretku platforme
- ✓ Jednostavan za korištenje
- ✓ Integracije sa svim poznatim marketinškim alatima (FB Pixel, Mailchimp, Google Tag Manager, Instapage, Hubspot...)

### Mane

- ✗ Česta ažuriranja softvera koja mogu utjecati na rad određenih pluginova i tema
- ✗ Zahtjeva održavanje od strane developera
- ✗ Mogući konflikti između pluginova
- ✗ Mogući problemi s brzinom weba

**PREPORUKA: WooCommerce developmentom bave se partneri Udruge, DWIZARDS, koji u sklopu svoje usluge nude i besplatno članstvo u Udruzi prvih godinu dana.**



Magento je prava ecommerce platforma koja može biti značajno skuplja za razvoj od Shopifyja i WooCommercea.

Ipak, njegova pouzdanost, fleksibilnost i pregršt funkcionalnosti čine ovu platformu najpopularnijim odabirom kod velikih trgovaca.

## Prednosti

- ✓ Dizajniran za kompleksne eCommerce sustave
- ✓ Fleksibilnost i podrška open source zajednice
- ✓ Brojna proširenja
- ✓ Jednostavno povezivanje s vanjskim servisima
- ✓ Nema naknada za transakcije
- ✓ Napredne Multistore opcije / višejezičnost
- ✓ B2B funkcionalnosti

## Mane

- ✗ Veći trošak izrade / prosječno skuplji sat developera
- ✗ Nemogućnost samostalnog održavanja bez tehničkog predznanja
- ✗ Relativno mali izbor Magento specijaliziranih agencija/developera u Hrvatskoj

**PREPORUKA: Najpopularnija Magento specijalizirana agencija u RH je tvrtka Inchoo iz Osijeka.**

**Ako pak trebate kompleksniji webshop, dobra alternativa Magentu je izrada kvalitetnog custom rješenja.**

**Naša preporuka je tvrtka MARKER iz Varaždina, koja je dosad izradila preko 150 B2C i B2B webshopova.**





# eCommerce Akademija

Prva edukacija o planiranju, vođenju i razvoju uspješne online trgovine

**8**  
**MODULA**

**8**  
**STRUČNJAKA**

Cijena kotizacije:  
**8.500 kn**

**PROMOTIVNA**  
**CIJENA:**  
**5.950 kn**

cijena za članove Udruge

## Upišite eCommerce Akademiju i naučite kako:

- ✓ Napraviti strategiju za izradu webshopa
- ✓ Odabrati platformu i izvođača
- ✓ Osmisliti sadržaj koji će privući vaše ciljane kupce
- ✓ Kreirati oglase koji će prodavati
- ✓ Analizirati i optimizirati webshop
- ✓ Rješavati prigovore i stvoriti zadovoljne kupce
- ✓ Uskladiti webshop sa zakonima i izbjeći kazne

Insako Coworking, Zagreb



PRIJAVITE SE OVDJE: [ecommerce.hr/ecommerce-akademija](https://ecommerce.hr/ecommerce-akademija)