

E-trgovina za žene poduzetnice: Moduli

Intelektualni rezultat 1
2. dio



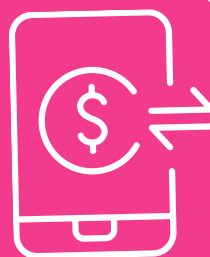
E-commerce
for women entrepreneurs



Nastalo kao rezultat projekta
"E-Commerce Training for Women Entrepreneurs",
No. 2021-1-LT01-KA220-ADU-000026390

ISBN

2024.



SADRŽAJ

1 Uvod u e-trgovinu ... 5

Ciljevi modula ... 6

Pregled modula ... 7

Dodatne informacije za učenje ... 8

Razumijevanje osnova e-trgovine ... 9

Vrste glavnih modela e-trgovine (B2B, B2C) ... 12

Platforme i alati za e-trgovinu ... 16

Digitalni marketing i e-trgovina ... 18

Kibernetička sigurnost u e-trgovini ... 21

Literatura i drugi izvori informacija ... 24

Provjera znanja ... 25

2 Upravljanje financijama ... 26

Ciljevi modula ... 27

Pregled modula ... 28

Dodatne informacije za učenje ... 29

Budžetiranje (Financijsko planiranje) ... 30

Sigurnost u e-trgovini ... 39

Online plaćanja ... 49

Literatura i drugi izvori informacija ... 57

Provjera znanja ... 58

3 Upravljanje operacijama ... 60

Ciljevi modula ... 61

Pregled modula ... 62

Dodatne informacije za učenje ... 63

Logistika ... 64

Proizvodnja ... 69

Dostava ... 88

Kupovina ... 98

Kontrola zaliha ... 108

Literatura i drugi izvori informacija ... 105

Provjera znanja ... 106

SADRŽAJ

4 Pravni okvir... 108

- Ciljevi modula ... 109
- Pregled modula ...110
- Dodatne informacije za učenje ...111
 - Europski pravni sustav ... 112*
- Literatura i drugi izvori informacija ...130
- Provjera znanja ... 133

5 Digitalne vještine ... 133

- Ciljevi modula ... 134
- Pregled modula ... 135
- Dodatne informacije za učenje ... 136
 - Specifične digitalne vještine ... 137*
 - Osnove ICT-a ... 140*
 - Digitalni marketing ... 142*
 - Online platforme ... 146*
- Literatura i drugi izvori informacija ... 150
- Provjera znanja ... 152

6 Meke vještine ... 154

- Ciljevi modula ... 155
- Pregled modula ... 156
- Dodatne informacije za učenje ... 157
 - Timski rad ... 158*
 - Komunikacija ... 161*
 - Samorazvoj ... 165*
 - Upravljanje stresom ... 169*
 - Računarske i matematičke vještine ... 172*
- Literatura i drugi izvori informacija ... 174
- Provjera znanja ... 176





1. MODUL

Uvod u e-trgovinu

Ciljevi modula

Po završetku modula polaznici će moći:

Pružiti jasnu i konciznu definiciju e-trgovine, razumijevajući njen temeljni koncept i opseg



Razumjeti povijesni razvoj e-trgovine i prepoznati glavne prekretnice u njenoj evoluciji



Razlikovati različite vrste modela e-trgovine, poput...



Opisati nove modele e-trgovine kao što su Consumer-to-Business (C2B) i Direct-to-Consumer (D2C)



Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C), i Consumer-to-Consumer (C2C)

Pregled modula:



✓ TEME OVOG MODULA

Glavna terminologija i definicije:

1. Razumijevanje osnova e-trgovine

- Definiranje e-trgovine i njenih temeljnih pojmova.
- Povijesni razvoj e-trgovine i ključne prekretnice.
- Uvod u glavne modele e-trgovine (B2B, B2C).

2. Vrste modela e-trgovine

- Razlikovanje modela Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C) i Consumer-to-Consumer (C2C).
- Istraživanje novih modela e-trgovine kao što su Consumer-to-Business (C2B) i Direct-to-Consumer (D2C).

3. Digitalni marketing i e-trgovina

- Ključni pojmovi vezani uz digitalne marketinške strategije u kontekstu e-trgovine.
- Strategije online oglašavanja za e-trgovinu.
- Razmatranja privatnosti podataka u e-trgovini.

4. Kibernetička sigurnost u e-trgovini

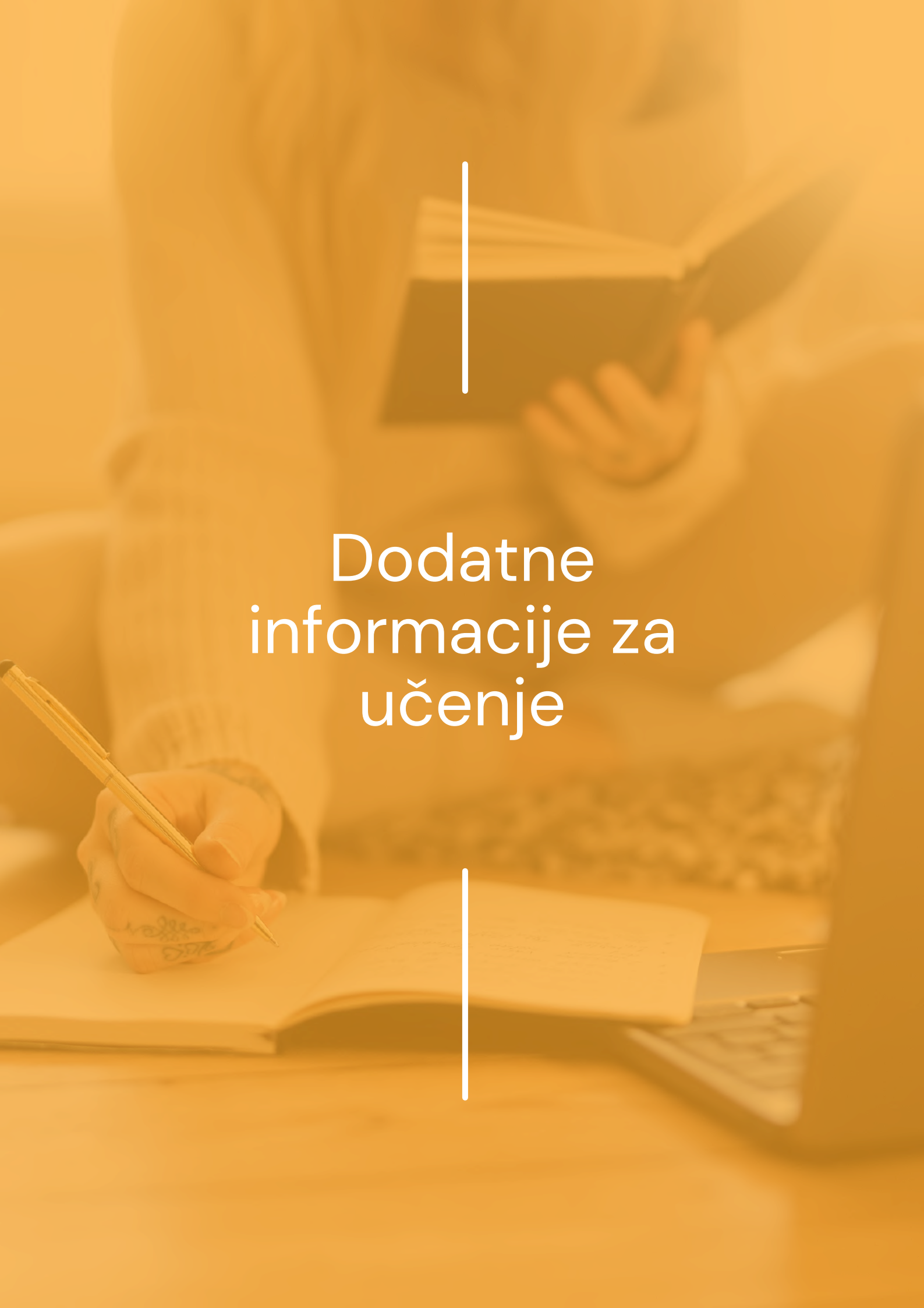
- Terminologija vezana uz prijetnje kibernetičkoj sigurnosti u e-trgovini.
- Razumijevanje povreda podataka i njihovog utjecaja na e-trgovinu.
- Pregled propisa o zaštiti podataka, uključujući GDPR (Opća uredba o zaštiti podataka).

5. Platforme i alati za e-trgovinu

- Ključni pojmovi povezani s platformama za e-trgovinu, softverom i upravljanjem internetskom trgovinom.
- Razmatranja za dizajn web stranice u e-trgovini.

✓ TRAJANJE:

9 školskih sati.

A warm, orange-toned background image showing a person reading a book. In the foreground, a hand holds a pen over an open notebook, and a laptop is partially visible. Two vertical white lines are positioned above and below the text.

Dodatne
informacije za
učenje

Razumijevanje osnova e-trgovine



Ovo je područje preoblikovalo način na koji poslujemo i trgujemo u modernom svijetu. U ovom dijelu istražiti ćemo temeljne koncepte e-trgovine, pratiti njen povijesni razvoj i predstaviti glavne modele e-trgovine, uključujući Business-to-Business (B2B) i Business-to-Consumer (B2C).

DEFINIRANJE E-TRGOVINE I NJEZINIH TEMELJNIH KONCEPATA

E-trgovina je krovni pojam koji obuhvaća širok raspon pojmova.

E-trgovina (skraćenica za elektronička trgovina), dinamičan je spektar online aktivnosti povezanih s trgovinom i poslovnim transakcijama. U svojoj srži predstavlja elektroničku razmjenu dobara, usluga ili informacija između dviju ili više strana putem Interneta. Ovaj temeljni koncept podupire nekoliko ključnih komponenti:

- **Online transakcije:** E-trgovinu karakterizira mogućnost obavljanja transakcija u potpunosti online. To znači da se kupnja i prodaja proizvoda, usluga ili razmjena podataka odvija elektroničkim putem, često putem namjenskih platformi za e-trgovinu ili web stranica. Online transakcije nude praktičnost, pristupačnost i mogućnost doseganja globalne publike.
- **Sustavi elektroničkog plaćanja:** Ključni aspekt e-trgovine je korištenje elektroničkih metoda plaćanja. To uključuje kreditne kartice, digitalne novčanike, internetsko bankarstvo i druge sigurne opcije plaćanja. Ovi elektronički sustavi plaćanja uveli su revoluciju u način na koji ljudi kupuju i provode financijske transakcije. Oni nude brzinu, sigurnost i pogodnost kupcima i prodavačima.
- **Digitalni izlozi:** Poduzeća koja se bave e-trgovinom stvaraju digitalne prodajne izloge koji služe kao internetski ekvivalenti tradicionalnih fizičkih prodajnih mjesta. Ovi digitalni izlozi obično imaju oblik web platformi ili mobilnih aplikacija, gdje tvrtke izlažu svoje proizvode ili usluge. Oni igraju ključnu ulogu u privlačenju i angažiranju kupaca, omogućujući im da pregledavaju, uspoređuju i kupuju iz udobnosti vlastitih uređaja.

- **Globalni doseg:** Jedna od značajki koje definiraju e-trgovinu je njezin globalni doseg. Za razliku od fizičkih trgovina s geografskim ograničenjima, e-trgovina nadilazi granice. Tvrtke mogu pristupiti klijentima iz cijelog svijeta, a kupci mogu pristupiti proizvodima i uslugama iz različitih regija. Ova globalizacija trgovine otvorila je nove mogućnosti i izazove za tvrtke, uključujući doseganje prethodno neiskorištenih tržišta i suočavanje s međunarodnim propisima.



POVIJESNI RAZVOJ E-TRGOVINE I KLJUČNE PREKRETNICE

Razumijevanje povijesnog razvoja e-trgovine pruža dragocjene uvide u njen razvoj i transformaciju tijekom godina. Evo nekoliko ključnih prekretnica u povijesti e-trgovine:

- **1970-1980-e - Pojava EDI-ja:** Pojavom elektronske razmjene podataka (EDI) postavljeni su temelji e-trgovine. Ova tehnologija omogućila je tvrtkama elektroničku razmjenu podataka, pojednostavljujući komunikaciju i transakcijske procese. Iako nije bio okrenut potrošačima, postavio je pozornicu za buduće modele e-trgovine.
- **1990-e - Internet i online maloprodaja:** Devedesete godine prošlog stoljeća svjedočile su rođenju World Wide Weba, čime je internet postao dostupan široj publici. Godine 1994. dogodio se ključni trenutak kada je jedan čovjek svome prijatelju prodao Stingov CD putem interneta, što je bila prva sigurna online transakcija. Godine 1995. osnovana su dva glavna igrača, Amazon i eBay, što je dovelo do proliferacije online maloprodaje i aukcija.

- **2000-te - Brzi rast i integracija tehnologije:** U 2000-ima zabilježen je brzi rast e-trgovine, potaknut sve većim prihvaćanjem interneta. Ovo je doba također obilježilo ekspanziju online sustava plaćanja, što je korisnicima olakšalo provođenje sigurnih online transakcija. Tvrtke poput Amazona, eBay-a i Alibabe učvrstile su svoje pozicije divova e-trgovine.
- **2010-e-danas - evolucija i tehnološki napredak:** E-trgovina se nastavila razvijati 2010-ih i kasnije. Uspon mobilne trgovine (m-commerce) donio je e-trgovinu na pametne telefone i tablete. Društvena trgovina, koja integrira društvene medije i e-trgovinu, postala je sve važnija. Osim toga, napredne tehnologije poput umjetne inteligencije, proširene stvarnosti i virtualne stvarnosti počele su igrati ulogu u poboljšanju iskustva kupnje na mreži.



RAZUMIJEVANJE OVIH PREKRETNICA....

...pomaže nam da cijenimo izvanredno putovanje e-trgovine od njenih ranih početaka do trenutnog stanja inovacija i integracije s najsuvremenijim tehnologijama. Također naglašava značaj prilagodljivosti i ostajanja u tijeku s najnovijim trendovima u ovom dinamičnom području.

Vrste glavnih modela e-trgovine (B2B, B2C)



Modeli e-trgovine kategoriziraju online transakcije u različite vrste, od kojih svaka ima svoje jedinstvene karakteristike. Dva osnovna modela su Business-to-Business (B2B) i Business-to-Consumer (B2C):

- **B2B (Business-to-Business):** B2B e-trgovina uključuje transakcije između dva poduzeća. Ima ključnu ulogu u opskrbnom lancu, s proizvođačima, veletrgovcima i dobavljačima koji sudjeluju u transakcijama e-trgovine. Ove transakcije često uključuju velike količine narudžbi i dugoročne odnose. B2B e-trgovinu karakterizira fokus na učinkovitost, uštedu troškova i pojednostavljenje procesa nabave.
- **B2C (Business-to-Consumer):** B2C e-trgovina uključuje transakcije između poduzeća i pojedinačnih potrošača. To je model koji je mnogima najpoznatiji i koji prevladava u online maloprodaji. B2C e-trgovina omogućuje potrošačima pregledavanje digitalnih izloga, odabir proizvoda ili usluga i kupnju putem interneta. Obilježavaju ga personalizacija, prilagođene marketinške strategije i cilj pružanja besprijekornog iskustva kupnje za pojedinačne potrošače.

Svaki model ima svoju jedinstvenu dinamiku, strategije i izazove, zbog čega je važno odabrati pravi pristup temeljen na specifičnim poslovnim ciljevima i ciljnoj publici, stoga je razumijevanje ovih modela ključno dok istražujete različite puteve unutar e-trgovine.

VRSTE MODELA E-TRGOVINE

E-trgovina obuhvaća raznolik skup modela, od kojih svaki odgovara specifičnoj poslovnoj dinamici i ponašanju potrošača. U ovom odjeljku istražiti ćemo osnovne modele e-trgovine, uključujući Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C) i Consumer-to-Consumer (C2C). Osim toga, proučiti ćemo nove modele e-trgovine kao što su Consumer-to-Business (C2B) i Direct-to-Consumer (D2C).



RAZLIKOVANJE B2B, B2C I C2C MODELA

Business-to-Business (B2B)

B2B e-trgovina, skraćeno od Business-to-Business elektronička trgovina, okosnica je globalne trgovine. Ovaj model uključuje transakcije između dva poduzeća, gdje je jedno poduzeće prodavatelj, a drugo kupac. B2B transakcije obično karakteriziraju velike količine narudžbi, složeni opskrbni lanci i dugoročni odnosi. Mogu uključivati razmjenu sirovina, komponenti, gotovih proizvoda ili usluga. B2B je raširen u industrijama kao što su proizvodnja, poljoprivreda, zdravstvo i tehnologija. Na primjer, proizvođač može nabaviti sirovine od dobavljača, stomatološka klinika može kupiti stomatološku opremu od dobavljača ili restoran može nabaviti zalihe od veletrgovaca. Učinkovitost i ušteda najvažniji su u B2B e-trgovini. Tvrtke sudjeluju u složenim pregovorima kako bi optimizirale procese nabave, smanjile troškove i osigurale pravovremenu isporuku robe ili usluga. Odluke o kupnji u B2B često donosi tim ili imenovani službenik za nabavu. Odnosi između poduzeća ključni su za povjerenje i pouzdanost.

Consumer-to-Consumer (C2C)

C2C e-trgovina, ili elektronička trgovina od potrošača do potrošača, uključuje transakcije između pojedinačnih potrošača. Ovaj model omogućuje pojedincima kupnju i prodaju proizvoda ili usluga izravno drugim pojedincima putem internetskih platformi ili tržišta. To je model koji se oslanja na peer-to-peer interakcije. C2C platforme osnažuju pojedince da se uključe u aktivnosti poput prodaje rabljenih stvari, nuđenja slobodnih usluga ili iznajmljivanja smještaja drugim pojedincima. Istaknuti primjeri uključuju platforme za internetske aukcije, web stranice s klasificiranim oglasima i sustave plaćanja ravnopravnih korisnika. Povjerenje i interakcije vođene zajednicom ključne su za C2C e-trgovinu. Kupci i prodavači često izravno komuniciraju, a uspjeh C2C transakcija uvelike ovisi o reputaciji i sustavima povratnih informacija. Povjerenje i kvaliteta ponude pojedinca igraju značajnu ulogu u C2C transakcijama.



Business-to-Consumer (B2C)

B2C e-trgovina, ili elektronička trgovina Business-to-Consumer, model je s kojim se većina pojedinaca susreće u svakodnevnom životu. Uključuje transakcije između poduzeća i pojedinačnih potrošača. B2C e-trgovina vrlo je vidljiva u online maloprodaji, gdje kupci pregledavaju digitalne izloge, odabiru proizvode i kupuju na mreži. Obuhvaća mnoštvo industrija, od mode i elektronike do dostave hrane i streaminga zabavnih sadržaja.

Primjerice, pojedinci mogu kupiti odjeću od modnih brendova, naručiti knjige s platforme za e-trgovinu ili se pretplatiti na streaming uslugu poput Netflix-a.

B2C je usmjeren na kupca, naglašavajući stvaranje besprijekornog i personaliziranog iskustva kupnje. Marketinške strategije prilagođene su pojedinačnim potrošačima, a preporuke proizvoda često se temelje na prošlim ponašanjima i preferencijama. U B2C transakcijama, donositelj odluka obično je potrošač, zbog čega su iskustvo i zadovoljstvo pojedinca najvažniji.

ISTRAŽIVANJE NOVIH MODELA E-TRGOVINE (C2B I D2C)

Consumer-to-Business (C2B)

C2B e-trgovina, ili elektronička trgovina između potrošača i poduzeća, preokreće tradicionalni model dopuštajući pojedinačnim potrošačima da nude proizvode, usluge ili stručnost tvrtkama.

C2B je sveprisutan na tržištima slobodnih profesija. Pojedinci nude usluge kao što su grafički dizajn, stvaranje marketinškog sadržaja ili savjetovanje za tvrtke. Influenceri na društvenim mrežama također sudjeluju u C2B e-trgovini kroz partnerstvo s brendovima za promotivni sadržaj. C2B potiče prilagođavanje i individualno poduzetništvo. Omogućuje tvrtkama pristup talentu i stručnosti različitih pojedinaca. Model napreduje na premisi da pojedinci mogu donijeti jedinstvene vještine, usluge i proizvode na tržište.

Direct-to-Consumer (D2C)

D2C e-trgovina, ili elektronička trgovina Direct-to-Consumer, omogućuje robnim markama i proizvođačima da prodaju svoje proizvode izravno potrošačima putem svojih digitalnih izloga. Ovaj model zaobilazi tradicionalne maloprodajne kanale, omogućujući robnim markama uspostavljanje izravnih odnosa sa svojim kupcima. D2C je stekao istaknuto mjesto u raznim industrijama, uključujući modu, njegu kože, potrošačku elektroniku, pa čak i tržišne niše. Robne marke mogu kontrolirati svoju prezentaciju proizvoda, cijene i korisničko iskustvo. Često ističu kvalitetu i jedinstvenost svoje ponude. Model D2C stavlja snažan naglasak na identitet brenda, angažman kupaca i uklanjanje posrednika. Izravnom prodajom potrošačima robne marke mogu zadržati veću kontrolu nad cjelokupnim iskustvom kupaca, od online kupnje do korisničke podrške nakon kupnje.



Ovi različiti modeli e-trgovine nude poduzetnicima i tvrtkama široku lepezu mogućnosti i strategija za interakciju s kupcima, dobavljačima i širim tržištem. Razumijevanje razlika i primjena ovih modela ključno je za razvoj učinkovitih strategija e-trgovine i iskorištavanje različitih prilika koje pruža okruženje e-trgovine.

Platforme i alati za e-trgovinu



KLJUČNI POJMOVI POVEZANI S PLATFORMAMA ZA E-TRGOVINU I UPRAVLJANJEM INTERNETSKOM TRGOVINOM

U svijetu e-trgovine izbor alata i platformi može značajno utjecati na vaš uspjeh u upravljanju internetskom trgovinom. Kako biste se učinkovito snalazili u ovom digitalnom krajoliku, važno je razumjeti ključne pojmove koji se odnose na softver za e-trgovinu i cijeniti bitna razmatranja za dizajn web stranice.



Kako biste učinkovito upravljali svojom trgovinom, bitno je upoznati se s ovim ključnim pojmovima:

- **Platforma za e-trgovinu:** Vaša platforma za e-trgovinu softver je koji pokreće vašu internetsku trgovinu. Pruža alate koji su vam potrebni za objavljivanje proizvoda, obradu plaćanja i upravljanje interakcijama s klijentima.
- **Softver za košaricu:** Ovaj softver omogućuje kupcima dodavanje proizvoda u košaricu, odjavu i sigurno dovršavanje kupnje.
- **Upravljanje zalihama:** Pomaže vam pratiti razine zaliha proizvoda i osigurava da ne pretjerate s prodajom.
- **Pristupnik plaćanja:** Pristupnik plaćanja omogućuje sigurna plaćanja na mreži, uključujući transakcije kreditnom karticom.
- **CRM (Customer Relationship Management):** CRM softver pohranjuje informacije o kupcima, prati interakcije i pomaže personalizirati iskustvo kupnje.
- **SEO (Search Engine Optimization):** SEO uključuje optimiziranje vaše web stranice i popisa proizvoda kako bi se pojavili više u rezultatima tražilice.
- **Responzivni dizajn:** responzivni dizajn osigurava da vaša web stranica izgleda i dobro funkcionira na različitim uređajima, uključujući mobilne telefone.

RAZMATRANJA O DIZAJNU WEB STRANICE U E-TRGOVINI

Kada dizajnirate svoju web stranicu za e-trgovinu, imajte na umu sljedeće:

- **Jednostavna navigacija:** Pobrinite se da se vašom web stranicom lako kreće s jasnim izbornicima, kategorijama proizvoda i funkcijom pretraživanja.
- **Mobilna optimizacija:** Optimizirajte svoje web mjesto za mobilne uređaje kako biste se prilagodili mobilnim kupcima.
- **Visokokvalitetne slike:** Koristite jasne i dobro osvijetljene slike proizvoda koje korisnicima omogućuju povećanje radi boljeg pogleda.
- **Pojednostavljeni postupak naplate:** Neka postupak naplate bude jednostavan te ponudite odjavu gostima radi praktičnosti.
- **Sigurnosne mjere:** Osigurajte da je vaša web stranica sigurna sa SSL certifikatima, sigurnim pristupnicima plaćanja i enkripcijom podataka.
- **Jasni opisi proizvoda:** Napišite sažete, informativne opise proizvoda koji ističu ključne značajke i prednosti.
- **Recenzije i ocjene kupaca:** Omogućite kupcima da ostave recenzije i ocijene proizvode kako bi izgradili povjerenje.
- **Brzina učitavanja:** Optimizirajte svoju web stranicu za brzo učitavanje kako biste smanjili stope napuštanja stranice.
- **Unakrsna prodaja i veća prodaja:** Predložite srodne ili komplementarne proizvode za povećanje prodaje.
- **Društveni dokaz:** Prikažite izjave kupaca i značke povjerenja kako biste ulili povjerenje kupcima.



U svijetu e-trgovine, odabir pravih alata i platformi, razumijevanje ključnih pojmova i izrada privlačnog dizajna web stranice ključni su koraci za uspješnu internetsku trgovinu.

Digitalni marketing i e-trgovina



U krajoliku e-trgovine koji se stalno razvija, digitalni marketing igra ključnu ulogu u povezivanju poduzeća s kupcima. Ne radi se samo o izvrsnom proizvodu; također je važno osigurati da ga ljudi pronađu i da se osjećaju dobro kad ga kupuju.

ISTRAŽIMO NEKE KLJUČNE POJMOVU U DIGITALNOM MARKETINGU KOJI SU KLJUČNI ZA USPJEH E-TRGOVINE:



- **SEO (Search Engine Optimization):** Zamislite da ste pisac i želite da vaša knjiga bude na najdostupnijoj polici u knjižari. To je ono što SEO čini za vašu web stranicu e-trgovine. To uključuje stvaranje vaše stranice privlačnijom tražilicama poput Googlea. Korištenjem pravih ključnih riječi, optimiziranjem vaših web stranica i izgradnjom vjerodostojnih veza, SEO pomaže da se vaša web stranica pojavi više u rezultatima pretraživanja. Cilj je privući više posjetitelja koji traže ono što nudite.
- **SEM (Search Engine Marketing):** Ovo je kao da objavite oglas u časopisu, ali to radite na tražilicama. Kada koristite SEM, licitirate za ključne riječi koje se odnose na vaše proizvode ili usluge. Vaš se oglas pojavljuje kada netko pretražuje te ključne riječi. To je moćan način da se nađete pred ljudima koji aktivno traže ono što prodajete.

- **Sadržajni marketing (eng. content marketing):** Zamislite ovo kao da pričate sjajnu priču o svojim proizvodima. Sadržajni marketing uključuje stvaranje postova na blogu, opisa proizvoda i videozapisa koji educiraju, zabavljaju ili informiraju vaše potencijalne kupce. Ne radi se samo o prodaji; radi se o izgradnji veze s publikom.
- **Marketing na društvenim mrežama:** Društveni mediji su ogromna zabava i želite da vaš brend bude njihov život. Na platformama kao što su Facebook i Instagram, tvrtke stvaraju postove, prikazuju oglase, pa čak i surađuju s utjecajnim osobama kako bi se povezale sa svojom publikom. To je način da svoju marku učinite vidljivijom i pouzdanijom.
- **Marketing e-poštom:** E-pošta je izravna linija do vaših kupaca. S marketingom putem e-pošte možete slati personalizirane poruke, preporuke proizvoda i podsjetnike kupcima koji su pokazali interes za vaše proizvode. To je učinkovit način da ih zadržite angažiranima i da se vraćaju po još.
- **Optimizacija stope konverzije (CRO):** Zamislite da imate trgovinu i želite biti sigurni da je ljudi neće samo posjetiti, već i kupiti nešto. Tu na scenu stupa CRO. To uključuje stvaranje vaše web stranice prilagođenije korisniku, s fokusom na navođenje ljudi na kupnju. To može uključivati stvari poput poboljšanja procesa naplate i stranica proizvoda.

PROUČIMO SADA KAKO PROMOVIRATI SVOJU E-TRGOVINU:

STRATEGIJE ONLINE OGLAŠAVANJA ZA E-TRGOVINU

- **Display Advertising:** To je poput postavljanja velikih postera vaših proizvoda na raznim mjestima na internetu. Prikazni oglasi mogu biti slike ili interaktivni natpisi, a njihova je svrha privući pažnju ljudi i privući ih u vašu internetsku trgovinu.
- **Ponovno ciljanje (eng. retargeting):** Jeste li ikada pogledali proizvod na mreži i zatim vidjeli oglas za njega na drugim web stranicama ili društvenim mrežama? To je ponovno ciljanje na djelu. To je način da potencijalne kupce podsjetite na svoje proizvode i vratite ih na svoju web-stranicu kako bi obavili kupnju.
- **Oglašavanje na društvenim medijima:** Društveni mediji mjesto su gdje se svi druže, pa zašto se ne oglašavati tamo? Na platformama poput Facebooka i Instagrama možete objavljivati sponzorirane objave ili videozapise. To je sjajan način da doprete do određenih skupina ljudi koji su vjerojatno zainteresirani za ono što prodajete.
- **Influencer marketing:** Zamislite influencera kao svoje pouzdane prijatelje koji preporučuju dobar restoran. Isto rade i za proizvode. Suradnja s influencerima koji imaju veliki broj pratitelja na mreži može vam pomoći da autentično promovirate svoje proizvode.
- **Affiliate marketing:** To je kao da imate tim prodavača koji su plaćeni za svaku prodaju koju ostvare. U affiliate marketingu, pojedinci ili web stranice (afilijacije) promoviraju vaše proizvode i zarađuju proviziju za svaku prodaju koju dovedu do vaše trgovine e-trgovine.



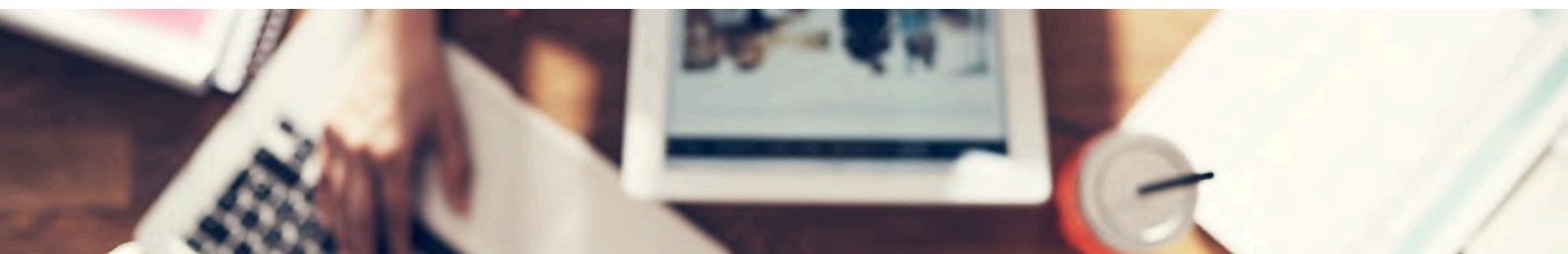
I NA KRAJU, TEMA KOJA JE KLJUČNA I ZA VAŠU TVRTKU I ZA VAŠE KUPCE:

RAZMATRANJA PRIVATNOSTI PODATAKA U E-TRGOVINI



- **GDPR (Opća uredba o zaštiti podataka):** GDPR je uredba EU-a koja u kontekstu digitalnog poslovanja osigurava da poštujete privatnost svojih kupaca. Ako pružate usluge klijentima u Europskoj uniji, morate se pridržavati ovih pravila. To uključuje stvari kao što su dobivanje dopuštenja za prikupljanje podataka, jasna pravila privatnosti i osiguravanje da vaši klijenti mogu pristupiti svojim podacima i izbrisati ih.
- **CCPA (Kalifornijski zakon o privatnosti potrošača):** Ovo je poput GDPR-a, ali za stanovnike Kalifornije. Ako posluje u Kaliforniji, morate biti transparentni u pogledu podataka koje prikupljate i dopustiti korisnicima da odustanu od prodaje svojih podataka.
- **Enkripcija podataka:** Enkripcija podataka je poput stavljanja podataka vaših kupaca u zaključanu kutiju, a samo vi imate ključ. To je ključno za zaštitu osjetljivih informacija, posebno podataka o plaćanju, od hakera.
- **Odgovor na povredu podataka:** Zamislite ovo kao da imate plan za bijeg od požara za svoje podatke. Ako dođe do povrede podataka, trebate obavijestiti pogođene pojedince i vlasti, ublažiti štetu i poduzeti korake za sprječavanje budućih povreda.
- **Obuka o privatnosti podataka:** Vaši bi zaposlenici trebali znati kako odgovorno postupati s korisničkim podacima. Moraju biti obučeni za podatke.

U svijetu e-trgovine koji se stalno mijenja, sinergija između digitalnog marketinga i privatnosti podataka kamen je temeljac dugoročnog uspjeha. Za poduzetnike i profesionalce u e-trgovini, razumijevanje ovih bitnih koncepata, provođenje strategija upečatljivog online oglašavanja i posvećivanje najveće pozornosti privatnosti podataka kompas su koji vodi njihovo putovanje prema održivom prosperitetu.



Kibernetička sigurnost u e-trgovini



U digitalnom svijetu, gdje e-trgovina dominira, zaštita osjetljivih informacija je najvažnija. Kibernetička sigurnost služi kao digitalna tvrđava koja štiti tvrtke e-trgovine i njihove kupce od mnoštva prijetnji i ranjivosti.

TERMINOLOGIJA POVEZANA S PRIJETNJAMA KIBERNETIČKOJ SIGURNOSTI U E-TRGOVINI

Prijetnje kibernetičkoj sigurnosti u e-trgovini poput su nevidljivih protivnika koji vrebaju u sjenama digitalnog krajolika. Razumijevanje njihove terminologije prva je linija obrane:

- **Phishing:** U ovoj digitalnoj prijevari, kibernetički kriminalci lažno se predstavljaju kao subjekti od povjerenja kako bi prevarili pojedince da otkriju osjetljive podatke poput vjerodajnica za prijavu ili podataka o kreditnoj kartici. Opreznost je ključna kako ne biste postali žrtva ovih prijevarnih taktika.
- **Zlonamjerni softver:** zlonamjerni softver sličan je digitalnim štetočinama. Ovi softverski programi, uključujući viruse, trojance i *ransomware*, mogu se infiltrirati u sustave e-trgovine, uzrokujući gubitak podataka, financijsku štetu i prekid usluge.
- **DDoS napadi (distribuirano uskraćivanje usluge):** Zamislite vojsku digitalnih prosvjednika koji su napunili vašu internetsku trgovinu, čineći je nedostupnom pravim kupcima. DDoS napadi uključuju preplavlivanje web stranice prometom kako bi se poremetilo njeno normalno funkcioniranje. Robusna DDoS zaštita neophodna je za održavanje online prisutnosti.
- **Ranjivosti nultog dana:** Zamislite ranjivosti nultog dana kao skrivena vrata. To su softverski nedostaci koje kibernetički kriminalci iskorištavaju prije nego što ih programeri imaju priliku popraviti. Redovita ažuriranja i zakrpe bitni su za držanje ovih ranjivosti podalje.
- **SQL Injection:** SQL Injection je digitalno otključavanje. Cyberkriminalci manipuliraju poljima za unos na web stranici kako bi dobili neovlašteni pristup bazi podataka. To može dovesti do krađe podataka i uništavanja web stranice.

RAZUMIJEVANJE POVREDE PODATAKA I NJIHOVOG UTJECAJA NA E-TRGOVINU

Povreda podataka u e-trgovini je kao brod koji propušta vodu – vaše poslovanje može potonuti ako se problem odmah ne riješi. Kada osjetljivi podaci o kupcima, poput osobnih podataka i podataka o plaćanju, dospiju u pogrešne ruke, posljedice mogu biti teške:

- **Financijski gubitak:** Povrede podataka mogu rezultirati izravnim financijskim gubicima kroz prijevaru, povrate i troškove povezane s istraživanjem i ublažavanjem povrede.
- **Oštećenje reputacije:** Povjerenje kupaca je osnova e-trgovine. Povreda podataka može poljuljati to povjerenje, dovesti do odljeva kupaca i negativnog publiciteta koji može ukaljati ugled vašeg brenda.
- **Pravne posljedice:** Regulatorna tijela ozbiljno shvaćaju povrede podataka. Nepoštivanje propisa o zaštiti podataka može dovesti do značajnih novčanih kazni i zakonskih posljedica.
- **Disrupcija operacija:** Rješavanje posljedica povrede podataka zahtjevno je za resurse. Tvrtke koje se bave e-trgovinom moraju izdvojiti dosta vremena i truda za rješavanje kršenja, implementaciju sigurnosnih mjera i ponovno izgradnju povjerenja kupaca.



KAKO SE POBRINUTI ZA ZAŠTITU PODATAKA?

- **Šifriranje podataka:** Privatnost podataka počinje sigurnim rukovanjem podacima. Podaci o plaćanju posebno moraju biti šifrirani kako bi se zaštili od neovlaštenog pristupa. Certifikati Secure Socket Layer (SSL) i protokoli šifriranja ključni su za zaštitu osjetljivih informacija.
- **Odgovor na povredu podataka:** U slučaju povrede podataka, tvrtke e-trgovine moraju biti spremne reagirati brzo i učinkovito. To uključuje obavještanje pogođenih pojedinaca i nadležnih tijela, poduzimanje koraka za ublažavanje utjecaja kršenja i provedbu mjera za sprječavanje budućih kršenja.
- **Obuka o privatnosti podataka:** Zaposlenici koji rukuju podacima o klijentima trebaju proći sveobuhvatnu obuku o praksama zaštite privatnosti podataka. Ova obuka osigurava da razumiju važnost privatnosti podataka i znaju kako odgovorno postupati s podacima o klijentima.



U svijetu e-trgovine, gdje su povjerenje i sigurnost valuta, kibernetička sigurnost služi kao stražar koji čuva digitalni izlog. Razumijevanje jezika prijatnji kibernetičkoj sigurnosti, priznavanje dubokih implikacija povrede podataka i prihvaćanje propisa o zaštiti podataka kao što je GDPR ključni su koraci u osiguravanju područja e-trgovine za tvrtke i klijente.



LITERATURA I DRUGI IZVORI INFORMACIJA ZA POLAZNICE: NASTAVNI MATERIJALI PREMA NASTAVNOM PLANU I PROGRAMU

- 1.E-Commerce: History, Meaning, Objectives, Features, Types, Need, Business Application, Channels and Other Details (Last retrieved in April 2024) <https://www.economicdiscussion.net/business/e-commerce/31868>
- 2.E-Commerce Business Models: Types and Examples (Retrieved in April 2024) <https://www.shopify.com/blog/business-model>
- 3.Aithal, P. S., A Review on Various E-Business and M-Business Models & Research Opportunities (January 10, 2016). International Journal of Management, IT and Engineering, Volume 6, Issue 1, pp. 275-298, January 2016, Retrieved in January 2024 from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2779175
- 4.What is GDPR, the EU's new data protection law? (EU, last retrieved in April 2024) <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
- 5.What Is Digital Marketing? Types, Strategies & Best Practices (Forbes Advisor, 2024. Retrieved in March 2024) <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-digital-marketing/>
- 6.ECommerce Security - what it means, common threats, and modern best practices (Adobe, 2022. Last retrieved in April 2024) <https://business.adobe.com/blog/basics/learn-about-ecommerce-security>

Provjera znanja



PITANJA:

1. Što je platforma za e-trgovinu?

1. Softverska aplikacija koja tvrtkama omogućuje prodaju proizvoda ili usluga putem interneta.
2. Fizička lokacija na kojoj tvrtke mogu izložiti svoje proizvode i usluge potencijalnim kupcima.
3. Financijska institucija koja daje zajmove tvrtkama koje se bave internetskom prodajom.

2. Što je SEO u kontekstu digitalnih poslovnih alata?

1. Tehnički proces postavljanja proizvoda
2. Optimizacija za tražilice
3. Službenik za omogućavanje prodaje

3. Što C2B označava u nazivu poslovnog modela e-trgovine?

1. Konzultant za poslovanje
2. Ponuda poduzeća prema kupcu
3. Ponuda potrošača prema poduzeću

Točni odgovori:

- 1.A
- 2.B
- 3.C



2. MODUL

Upravljanje financijama

Ciljevi modula

Po završetku modula polaznici će moći:

Analizirati proračunske podatke, prepoznati odstupanja i donositi informirane odluke za učinkovito upravljanje resursima



Jasno prenijeti informacije o proračunu različitim dionicima, potičući razumijevanje i podršku financijskim planovima



Uspostaviti stalan sigurnosni nadzor i procese revizije kako biste održali integritet operacija e-trgovine



Napraviti sveobuhvatne proračune, prilagođene specifičnim potrebama i ciljevima



Razumjeti različite metode online plaćanja i njihove prednosti i ograničenja

Pregled modula:



1. Financijsko planiranje (budžetiranje)

- Pregled pojma proračuna, njegove važnosti u upravljanju financijama i uloge u strateškom planiranju.
- Istraživanje različitih vrsta proračuna i njihove različite svrhe unutar organizacije.
- Tehnike za financijsko predviđanje, uključujući analizu trendova i planiranje scenarija, za izradu točnih proračunskih projekcija.
- Strategije za učinkovito praćenje proračuna, identificiranje odstupanja i provedbu korektivnih radnji kako bi se osiguralo postizanje financijskih ciljeva.

2. Sigurnost e-trgovine

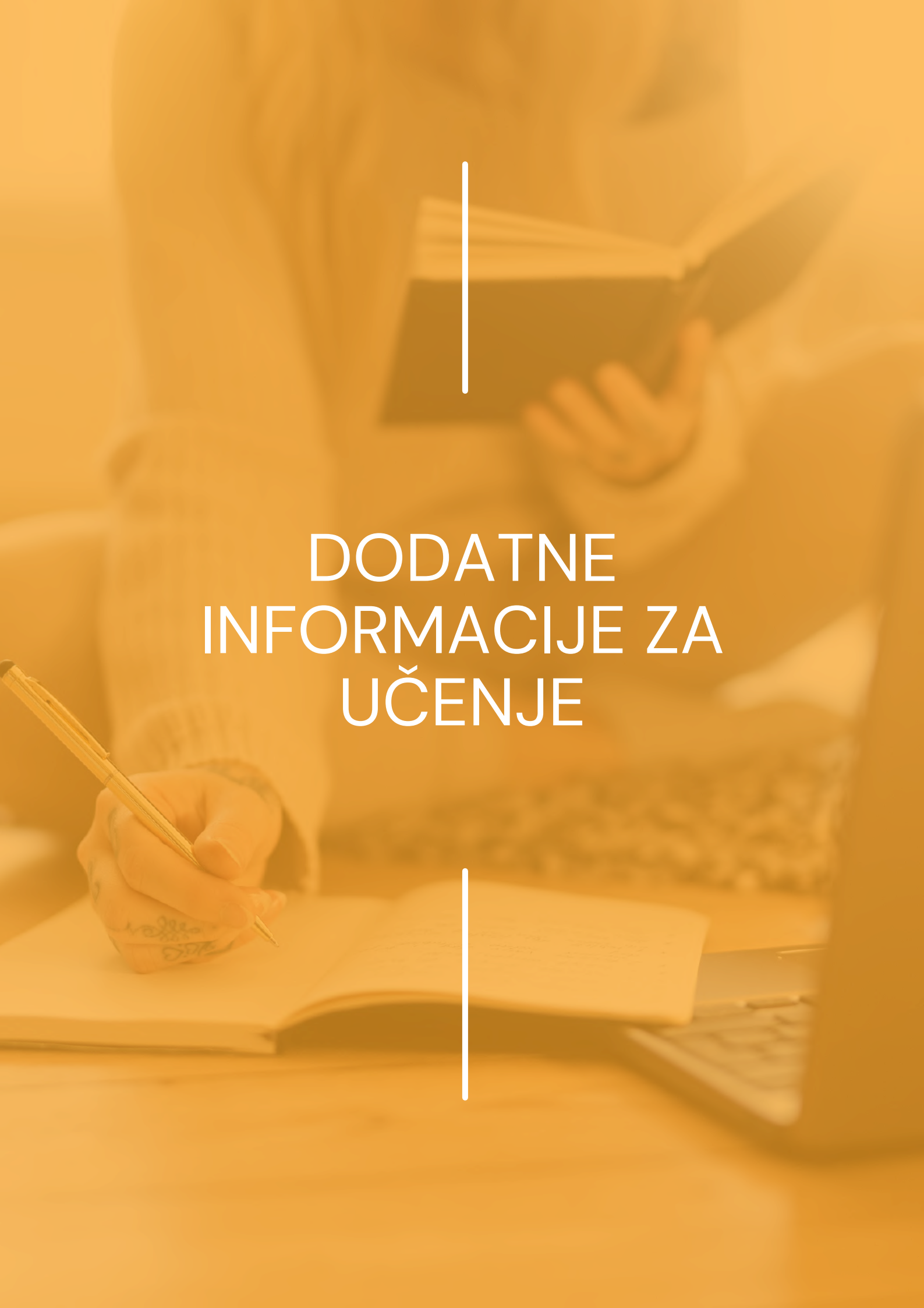
- Pregled značaja sigurnosti u e-trgovini, s naglaskom na rizike i prijetnje povezane s online transakcijama.
- Istraživanje temeljnih koncepata kibernetičke sigurnosti, uključujući povjerljivost, integritet i dostupnost.
- Istraživanje uobičajenih sigurnosnih prijetnji u e-trgovini, kao što su phishing, SQL injection i DDoS napadi, te strategije za ublažavanje tih rizika.
- Osiguravanje web stranica i platformi za e-trgovinu, uključujući sigurnost web aplikacija, sigurne prakse kodiranja i sigurnost poslužitelja.

3. Online plaćanja

- Istraživanje različitih načina plaćanja na mreži.
- Ispitivanje tehnologija pristupnika plaćanja i njihove uloge u sigurnom prijenosu plaćanja
- Strategije za otkrivanje i sprječavanje prijevara u plaćanju.
- Uvid u složenost međunarodnih online plaćanja, uključujući pretvorbu valuta, devizne tečajevе i usklađenost s prekograničnim propisima.

✓ TRAJANJE:

9 školskih sati.



DODATNE
INFORMACIJE ZA
UČENJE

Financijsko planiranje (Budžetiranje)



PREGLED POJMA PRORAČUNA, NJEGOVE VAŽNOSTI U UPRAVLJANJU FINACIJAMA I ULOGE U STRATEŠKOM PLANIRANJU

Osnovne poslovne računovodstvene prakse imaju bogatu povijest koja datira iz 15. stoljeća kada su venecijanski ulagači pomno pratili svoje azijske trgovačke ekspedicije korištenjem dvostrukog knjigovodstva, bilanci i izvješća o dobiti. Međutim, u to vrijeme ova praksa još nije bila poznata kao proračun. Pojam "proračun" potječe iz starog oblika francuske riječi "bougette", što u prijevodu znači "mala torbica". Sredinom 18. stoljeća britanska je vlada prvi put upotrijebila ovaj izraz, dok je kancelar predstavljao godišnja financijska izvješća. Tek su kasnih 1800-ih poduzeća široko prepoznala i usvojila izraz "proračun" za označavanje svojih procesa financijskog planiranja.

Njegova važnost postaje očigledna u današnjem gospodarskom krajoliku žestoke konkurencije, gdje je učinkovito planiranje proračuna najvažniji pojedinačni čimbenik u određivanju sposobnosti poduzeća da postigne svoje ciljeve.

Određivanje proračuna igra ključnu ulogu u oblikovanju aktivnosti tvrtke, pružajući okvir za bolje razumijevanje prioriteta, učinkovitu alokaciju resursa i identificiranje područja koja zahtijevaju ponovnu procjenu. Štoviše, proračun pomaže u postavljanju realnih ciljeva, omogućava učinkovitu raspodjelu resursa i točnu procjenu vremena potrebnog za postizanje različitih ciljeva. Prihvatanjem proračuna odluke su podržane opipljivim brojkama i podacima, ulijevajući povjerenje i pouzdanost.

Dakle, proračun se razvio iz drevnih računovodstvenih praksi u kamen temeljac modernog financijskog upravljanja. Omogućuje organizacijama strateško planiranje, optimizaciju raspodjele resursa i donošenje informiranih odluka na temelju činjeničnih informacija. Sa svojom sposobnošću poticanja jasnoće, učinkovitosti i postizanja ciljeva, proračun služi kao vitalna prednost za tvrtke koje upravljaju današnjim dinamičnim i konkurentnim krajolikom.

ISTRAŽIVANJE RAZLIČITIH VRSTA PRORAČUNA I NJIHOVE RAZLIČITE SVRHE UNUTAR ORGANIZACIJE

Proračun se koristi za planiranje i kontrolu; stoga je ključno postaviti i ispuniti ciljeve te kontrolirati solidnost poduzeća. Proračuni se mogu klasificirati na različite načine. Prema nekim znanstvenicima, oni se mogu podijeliti na ove osnove: proračuni na temelju vremena; na temelju stanja; na temelju funkcija.

Na temelju vremena

Proračuni se mogu kategorizirati na temelju vremenskog horizonta koji pokrivaju.

Dugoročni proračun proteže se na dulje razdoblje, obično na više godina, i usredotočuje se na strateško planiranje i odluke o velikim ulaganjima. Pruža sveobuhvatan pogled na dugoročne financijske ciljeve i inicijative organizacije.

S druge strane, **kratkoročni proračun** pokriva kraće razdoblje, obično jednu godinu ili manje, i naglašava operativne detalje, svakodnevne troškove i neposredne financijske ciljeve. Kratkoročni proračuni služe kao taktički alat za raspodjelu resursa i uvjete praćenja učinka.



Na temelju prevladavajućih uvjeta

Proračuni se također mogu klasificirati na temelju prevladavajućih uvjeta pod kojima su formulirani.

Osnovni proračun služi kao temeljni okvir i razvija se u normalnim radnim uvjetima. Odražava očekivani financijski učinak i ciljeve organizacije u tipičnim okolnostima.

Nasuprot tome, **tekući proračun** uzima u obzir trenutne ekonomske i tržišne uvjete, uključujući faktore kao što su stope inflacije, kamatne stope i druge relevantne varijable. Tekući proračuni omogućuju organizacijama da prilagode svoje financijske planove trenutnom poslovnom okruženju i donose informirane odluke na temelju prevladavajućih uvjeta.

Na temelju aktivnosti ili funkcija poduzeća

Proračuni se mogu kategorizirati na temelju specifičnih aktivnosti ili funkcija poduzeća.

Glavni proračun objedinjuje sve pojedinačne proračune različitih odjela ili funkcija unutar organizacije u sveobuhvatan plan. Pruža opći financijski plan koji usklađuje ciljeve različitih odjela prema postizanju strateških ciljeva organizacije.

S druge strane, **funkcionalni proračuni** specifični su za svaki odjel ili funkcionalno područje unutar organizacije. Ti su proračuni usmjereni na jedinstvene financijske zahtjeve i ciljeve svakog odjela, kao što su prodaja, marketing, proizvodnja ili istraživanje i razvoj. Funkcionalni proračuni pružaju detaljne financijske planove skrojene prema specifičnim potrebama i odgovornostima svakog odjela, doprinoseći ukupnom glavnom proračunu.



Proračuni se također mogu klasificirati i prema ove četiri uobičajene vrste:

1. *Inkrementalni,*
2. *Na temelju aktivnosti,*
3. *Prijedlog vrijednosti,*
4. *Temeljen na nuli*

Inkrementalni proračun

Inkrementalni proračun je tradicionalni pristup proračunu koji uključuje prilagođavanje proračuna prethodnog razdoblja uzimajući u obzir promjene i inkrementalne dodatke za nadolazeće razdoblje. Slijedi načelo postupnih promjena postojećih proračunskih brojki, obično na temelju povijesnih podataka ili unaprijed definiranih postotnih prilagodbi. Iako inkrementalno planiranje proračuna nudi jednostavnost i stabilnost u planiranju proračuna, ono možda neće potaknuti temeljitu procjenu troškova i može ograničiti inovacije ili poboljšanja učinkovitosti. Organizacije mogu poboljšati inkrementalni proračun uključivanjem periodičnih pregleda i izazovnih pretpostavki kako bi osigurale da su resursi optimalno raspoređeni i usklađeni sa strateškim prioritetima.

Proračun prema aktivnostima

Proračun temeljen na aktivnostima (activity based budget, ABB) metoda je proračuna koja se fokusira na aktivnosti ili procese unutar organizacije koji pokreću troškove. Uključuje prepoznavanje i analizu specifičnih aktivnosti i resursa potrebnih za isporuku proizvoda ili usluga. ABB ima za cilj uskladiti proračunska izdvajanja s pokretačima troškova i potrebama za resursima različitih aktivnosti, pružajući točniji prikaz troškova povezanih sa svakom aktivnošću. Povezivanjem proračuna s aktivnostima, organizacije mogu prepoznati prilike za uštedu troškova, učinkovito alocirati resurse i odrediti prioritet ulaganja na temelju vrijednosti koju generira svaka aktivnost.

Predložena vrijednost proračuna

Izrada proračuna prema vrijednosti je pristup proračunu koji naglašava vrijednost isporučenu kupcima ili dionicima. Uključuje usklađivanje proračunskih izdvajanja s vrijednošću stvorenom ili očekivanom od različitih proizvoda, usluga ili inicijativa. Ova vrsta proračuna zahtijeva temeljito razumijevanje potreba kupaca, preferencija i spremnosti na plaćanje. Dodjelom resursa na temelju prijedloga vrijednosti, organizacije mogu dati prioritet ulaganjima koja imaju veći potencijal za zadovoljstvo kupaca, konkurentsku prednost i profitabilnost. Proračun s prijedlogom vrijednosti potiče način razmišljanja usmjeren na kupca i strateško donošenje odluka koje je usmjereno na pružanje vrhunske vrijednosti ciljanim tržišnim segmentima.

Proračun temeljen na nuli

Zero-based budgeting (ZBB) je proračunska tehnika koja zahtijeva da se svi troškovi opravdaju ispočetka za svaki proračunski ciklus, bez obzira jesu li bili uključeni u prethodne proračune. Za razliku od inkrementalnog proračuna, ZBB zahtijeva od odjela ili nositelja troškova da opravdaju i daju detaljno obrazloženje za sve planirane troškove. Ovaj pristup pomaže identificirati neučinkovitosti, suvišne troškove i aktivnosti male vrijednosti. Počevši s "nultom bazom", organizacije mogu alocirati resurse na temelju trenutnih potreba, odrediti prioritet ulaganja i dovesti u pitanje ustaljene prakse. ZBB promiče svijest o troškovima, optimizaciju resursa i potiče temeljitu procjenu svih proračunskih stavki kako bi se osiguralo da su u skladu sa strateškim ciljevima.



GLAVNA STRUKTURA I SADRŽAJ TIPIČNOG PRORAČUNA

Tipični proračun sastoji se od nekoliko ključnih komponenti koje pružaju strukturirani okvir za financijsko planiranje i donošenje odluka. Dok se specifična struktura i sadržaj mogu razlikovati ovisno o organizaciji i njezinim potrebama, sljedeći elementi se obično nalaze u opsežnom proračunu:

Prognoza prihoda

Predviđanje prihoda ocrtava očekivani prihod ili priljeve koje organizacija predviđa ostvariti tijekom proračunskog razdoblja. Uključuje projekcije za različite izvore prihoda, kao što su prodaja proizvoda, naknade za usluge, pretplate, potpore ili prihod od ulaganja. Prognoza prihoda služi kao temeljni blok za planiranje proračuna i pomaže u određivanju financijske sposobnosti organizacije.

Proračun troškova

Proračun troškova ocrtava predviđene troškove i rashode koje organizacija očekuje tijekom proračunskog razdoblja. Uključuje i fiksne i varijabilne troškove u različitim kategorijama, kao što su troškovi osoblja, sirovina, komunalnih usluga, marketinški troškovi, troškovi istraživanja i razvoja, administrativni troškovi i svi drugi relevantni troškovi. Proračun troškova pomaže organizacijama da učinkovito rasporede resurse i osigurava da su troškovi u skladu sa strateškim ciljevima.

Proračun kapitalnih rashoda

Proračun kapitalnih izdataka usmjeren je na značajna ulaganja u dugoročnu imovinu ili projekte koji povećavaju kapacitet organizacije, produktivnost ili konkurentsku prednost. Uključuje projekcije troškova povezanih sa stjecanjem ili nadogradnjom imovine, poput imovine, opreme, vozila ili tehnološke infrastrukture. Proračun kapitalnih izdataka pomaže organizacijama u određivanju prioriteta i planiranju velikih ulaganja te ih usklađuje s dugoročnim strateškim ciljevima.

Projekcija novčanog toka

Projekcija novčanog toka procjenjuje očekivane novčane priljeve i odljeve organizacije tijekom proračunskog razdoblja. Pruža uvid u vrijeme i dostupnost novčanih izvora i pomaže organizacijama u upravljanju likvidnošću, prepoznavanju potencijalnih manjkova ili viškova gotovine i donošenju informiranih odluka o financiranju ili ulaganju. Projekcija novčanog toka uzima u obzir čimbenike kao što su ciklusi naplate prihoda, uvjeti plaćanja, operativni troškovi, otplate kredita i druge aktivnosti povezane s gotovinom.

Pretpostavke proračuna

Proračunske pretpostavke prikazuju ključne čimbenike i varijable koje podupiru predviđanja i projekcije proračuna. To može uključivati pretpostavke o tržišnim uvjetima, industrijskim trendovima, ekonomskim pokazateljima, strategijama cijena, proizvodnim kapacitetima, stopama rasta prodaje, stopama inflacije, tečajevima ili bilo kojim drugim čimbenicima koji imaju značajan utjecaj na proračun. Jasno definiranje i dokumentiranje ovih pretpostavki olakšava transparentnost, omogućuje analizu scenarija i omogućuje zainteresiranim stranama da razumiju osnovu proračunskih predviđanja.

Analiza proračunske varijance

Analiza proračunskih odstupanja uspoređuje stvarni financijski učinak s proračunskim iznosima i identificira razlike ili odstupanja. Pomaže organizacijama da procijene točnost svojih proračunskih predviđanja, razumiju razloge iza odstupanja i poduzmu korektivne radnje ako je potrebno. Praćenjem i analizom proračunskih odstupanja, organizacije mogu poboljšati svoje proračunske procese, poboljšati buduće prognoze i poboljšati financijsku kontrolu i odgovornost.

Ovi elementi zajedno čine glavnu strukturu i sadržaj tipičnog proračuna. Sustavnim razmatranjem predviđanja prihoda, proračuna troškova, planova kapitalnih izdataka, projekcija novčanog toka, proračunskih pretpostavki i analize proračunske varijance, organizacije mogu razviti sveobuhvatan i djelotvoran financijski plan koji je usklađen s njihovim strateškim ciljevima i olakšava učinkovitu raspodjelu resursa i donošenje odluka.



TEHNIKE ZA FINACIJSKO PREDVIĐANJE, UKLJUČUJUĆI ANALIZU TRENDOVA I PLANIRANJE SCENARIJA, ZA IZRADU TOČNIH PRORAČUNSKIH PROJEKCIJA

Financijsko predviđanje bitno je za točne proračunske projekcije, pomažući organizacijama da planiraju svoje aktivnosti. Dvije uobičajene tehnike za financijsko predviđanje su analiza trendova i planiranje scenarija.

Analiza trendova: to je tehnika financijskog predviđanja koja uključuje analizu povijesnih podataka kako bi se identificirali obrasci ili trendovi i njihovo korištenje za predviđanje budućih ishoda. Ispituje prošle podatke o učinku, kao što su prihodi, troškovi, obujam prodaje ili tržišni trendovi, te utvrđuje smjer i veličinu promjena tijekom vremena. Prepoznavanjem i ekstrapolacijom ovih obrazaca, organizacije mogu napraviti predviđanja o budućim financijskim rezultatima. Analiza trendova može se primijeniti na različite aspekte financijskog predviđanja, kao što su rast prihoda, trendovi troškova, tržišna potražnja ili trendovi u industriji. Pruža uvid u opći smjer financijskih varijabli i pomaže organizacijama u donošenju informiranih odluka na temelju povijesnih obrazaca. Poboljšanja analize trendova mogu uključivati uključivanje višestrukih izvora podataka, korištenje naprednih statističkih metoda ili algoritama strojnog učenja za prepoznavanje složenih obrazaca i razmatranje vanjskih čimbenika koji mogu utjecati na trendove, kao što su ekonomski pokazatelji, tehnološki napredak ili regulatorne promjene. Redovito praćenje i prilagodba prognoza na temelju trendova u razvoju osiguravaju točnost i relevantnost projekcija.

Planiranje scenarija: poznato i kao analiza scenarija ili analiza što-ako je tehnika financijskog predviđanja koja uključuje stvaranje i analizu više hipotetskih scenarija kako bi se procijenio njihov potencijalni učinak na financijske rezultate. Nadilazi tradicionalno predviđanje uzimajući u obzir različite moguće buduće situacije i s njima povezane rizike i prilike. Organizacije razvijaju različite scenarije mijenjajući ključne varijable, kao što su tržišni uvjeti, ponašanje potrošača, regulatorne promjene ili konkurentsko okruženje, kako bi razumjeli raspon potencijalnih ishoda i njihovih implikacija. Planiranje scenarija omogućuje organizacijama da budu bolje pripremljene za neizvjesnost i dinamična poslovna okruženja. Pomaže u prepoznavanju potencijalnih rizika, razvoju planova za nepredviđene situacije i donošenju strateških odluka koje su snažne u više scenarija. Razmatrajući niz mogućnosti, organizacije mogu procijeniti osjetljivost svojih financijskih predviđanja na različite čimbenike i poduzeti proaktivne mjere za ublažavanje rizika ili kapitaliziranje prilika. Poboljšanja planiranja scenarija mogu uključivati uključivanje tehnika kvantitativnog modeliranja, provođenje analiza osjetljivosti za procjenu utjecaja specifičnih varijabli i uključivanje međufunkcionalnih timova u razvoj scenarija kako bi se dobile različite perspektive. Redovita ponovna procjena i usavršavanje scenarija na temelju novih informacija ili promjenjivih okolnosti osiguravaju točnost i učinkovitost financijskih predviđanja temeljenih na scenarijima.

STRATEGIJE ZA UČINKOVITO PRAĆENJE PRORAČUNA, IDENTIFICIRANJE ODSUPANJA I PROVEDBU KOREKTIVNIH RADNJI KAKO BI SE OSIGURALO POSTIZANJE FINACIJSKIH CILJEVA

Kako poduzeće raste i postaje složenije, potreba za učinkovitim praćenjem proračuna, identificiranjem odstupanja i provedbom korektivnih radnji postaje kritična. Međutim, postoje jednostavni savjeti koji mogu pomoći tvrtkama da ostvare svoje ciljeve:



- Redovito pregledavajte financijska izvješća i proračunska izvješća, mjesečno, kvartalno ili onoliko često koliko je potrebno, osiguravajući temeljit proces praćenja koji uključuje sve relevantne financijske metrike.
- Imajte jasnu proračunsku dokumentaciju koja opisuje financijske ciljeve, kategorije prihoda i rashoda, pretpostavke i mjerila kao referentnu točku za procjenu učinka.
- Postavite, identificirajte i pratite ključne pokazatelje učinka (KPI) izravno povezane s financijskim ciljevima, kao što su ciljevi prodaje, omjeri troškova, profitne marže i metrika novčanog toka.
- Redovito uspoređujte stvarnu financijsku izvedbu s proračunskim brojkama, identificirajući i analizirajući razlike kako biste razumjeli temeljne uzroke i odredili područja na koja je potrebna pozornost.
- Ažurirajte scenarije predviđanja na temelju trenutnih trendova i stvarnih performansi za točnije projekcije i prilagodbe kako godina napreduje.
- Upotrijebite tekuća predviđanja koja se protežu izvan tekuće fiskalne godine kako biste pružili pogled na financije i unaprijed identificirali potencijalne probleme.
- Upotrijebite povijesne podatke i analizu trendova za prepoznavanje obrazaca i promjena u financijskom učinku, pomažući u donošenju utemeljenijih odluka i predviđanju izazova.
- Postavite sustav za izvješćivanje o iznimkama, označavanje značajnih odstupanja ili odstupanja od proračuna za hitnu pozornost i njihovo brzo rješavanje kako biste spriječili daljnje odstupanje od financijskih ciljeva.

-
- Kontinuirano istražujte prilike za povećanje prihoda, poput lansiranja novih proizvoda ili usluga, širenja na nova tržišta ili poboljšanja prodajnih i marketinških strategija.
 - Provedite mjere kontrole troškova kako biste učinkovito upravljali troškovima, redovito procjenjujući ugovore s dobavljačima, režijske troškove i diskrecijsku potrošnju.
 - Promovirajte suradnju i komunikaciju među različitim odjelima i timovima kako biste osigurali da svi razumiju svoju ulogu u pridržavanju proračuna i mogućim korektivnim radnjama.
 - Naglasite odgovornost, držanje pojedinaca i timova odgovornima za njihove proračunske ciljeve, postavljanje odgovornosti i očekivanja te redovito preispitivanje učinka.
 - Provedite analizu scenarija kako biste procijenili utjecaj različitih varijabli i pretpostavki na proračun.
 - Koristite tehnologiju, poput softvera i alata za financijsko upravljanje, kako biste pojednostavili praćenje proračuna i izvješćivanje, automatizirali prikupljanje podataka i pružili uvide u stvarnom vremenu.
 - Održavajte fleksibilan i prilagodljiv proračun kako biste odgovorili na neočekivane izazove i iskoristili nove prilike.

Ove strategije poboljšavaju sposobnost praćenja proračuna, identificiranja odstupanja i poduzimanja korektivnih radnji proaktivno i učinkovito, povećavajući vjerojatnost ispunjavanja financijskih ciljeva.



Sigurnost u e-trgovini



PREGLED ZNAČENJA SIGURNOSTI U E-TRGOVINI

E-trgovina je ključni pokretač rasta u poslovnom svijetu, koji nudi učinkovit, prikladan i brži način provođenja transakcija. Ne zamjenjuje tradicionalne komercijalne kanale, već ih nadopunjuje. Putem platformi za e-trgovinu, sada dostupnih putem sve većeg raspona uređaja, potrošači sada mogu sudjelovati u višekanalnoj maloprodaji, pregledavanju kataloga, posjećivanju fizičkih trgovina i istraživanju platformi za online kupnju. Već od 1970-ih, kroz definiciju elektroničke razmjene podataka (EDI) i elektroničkog prijenosa sredstava (EFT) te komercijalne uporabe interneta od 1991., ulazak tehnologije u odnos između prodavača i krajnjeg potrošača donio je sa sobom ključnu potrebu je osigurati sigurnost transakcija koje se provode u digitalnom načinu rada kako bi se korisnici i njihovo povjerenje u platforme za e-trgovinu zaštitili od neovlaštenog pristupa njihovim podacima, manipulacije ili uništenja. Integracija e-trgovine u bankarski sektor zasigurno je ponudila velike mogućnosti za inovacije i rast. Međutim, također je uveo nove rizike i ranjivosti, kao što su sigurnosne prijetnje.

Među njima, informacijska sigurnost pojavljuje se kao bitan zahtjev za učinkovito upravljanje i zaštitu platnih transakcija koje se obavljaju na Internetu. Doista, online transakcije karakterizira nužna razmjena osobnih, čak i osjetljivih informacija između potrošača i prodavača. U tom kontekstu, uspostavljanje odnosa povjerenja s kupcima ključno je za održavanje i širenje tržišnog udjela e-trgovine. To zahtijeva donošenje pravila o privatnosti radi zaštite podataka potrošača, kao i provedbu zakona, samoregulaciju i snažna tehnička rješenja. Povrede podataka u sektoru e-trgovine mogu imati teške posljedice i za tvrtke i za potrošače. Prema izvješću IBM Security i Ponemon Institute o troškovima povrede podataka za 2020., prosječna cijena povrede podataka u maloprodajnoj industriji procijenjena je na 5,04 milijuna dolara. Cijena po kompromitiranom zapisu još je jedan važan pokazatelj koji treba uzeti u obzir. Isto gore spomenuto izvješće pokazalo je da je prosječna cijena po kompromitiranom zapisu bila 150 USD. Ova brojka uzima u obzir različite troškove, uključujući odgovor na incidente, pravne naknade, obavješćavanje korisnika, praćenje kredita i potencijalni gubitak posla.

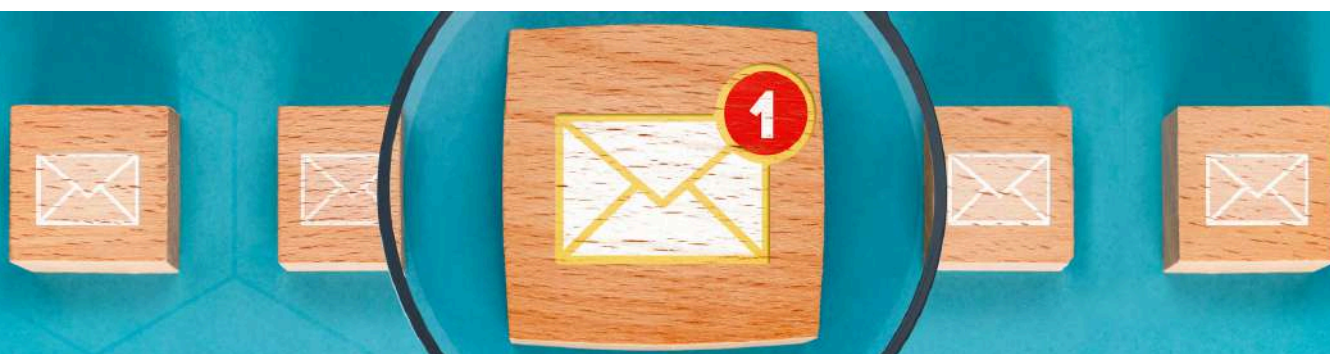
Povrede podataka mogu značajno utjecati na povjerenje kupaca i reputaciju tvrtke, što je relevantan aspekt u e-trgovini. Kada su korisnički podaci ugroženi, to može dovesti do gubitka povjerenja u sposobnost organizacije da zaštiti osjetljive podatke. Prema anketi tvrtke Kaspersky, 33% potrošača izjavilo je da bi prestali koristiti online uslugu ili trgovca nakon povrede podataka. Povrede podataka također mogu dovesti do zakonskih i regulatornih posljedica: organizacije koje ne uspiju adekvatno zaštititi korisničke podatke mogu se suočiti s novčanim kaznama i pravnim postupkom. Uvođenje propisa o zaštiti podataka, poput Opće uredbe Europske unije o zaštiti podataka (GDPR) i Kalifornijskog zakona o privatnosti potrošača (CCPA), povećalo je potencijalni financijski učinak na organizacije koje se ne pridržavaju pravila. Konačno, povrede podataka mogu uzrokovati značajne poremećaje u poslovanju. Prema Izvješću o troškovima povrede podataka za 2020., prosječno vrijeme za prepoznavanje i zaustavljanje povrede podataka bilo je 280 dana. Tijekom tog razdoblja, poduzeća mogu doživjeti zastoje, gubitak produktivnosti i štetu po ugledu.

Sigurnost u e-trgovini stoga ima dvojak aspekt: s jedne strane, ona obuhvaća skup procedura, mehanizama i računalnih programa koje su usvojile prodajne platforme, a čiji je cilj provjera izvora informacija i osiguranje integriteta transakcija. S druge strane, koncept sigurnosti izražava se na više tehnološkoj razini kao zaštita resursa elektroničke trgovine od neovlaštenog pristupa, korištenja, izmjene ili uništenja.

Konkretno, sigurnost poprima sljedeće dimenzije:

- Integritet: Osiguravanje da podaci i transakcije ostanu nepromijenjeni i pouzdani.
- Neporicajanje: Sprječavanje stranaka da uskrate svoje sudjelovanje u transakciji
- Autentičnost: Provjera legitimnosti korisnika i transakcija.
- Povjerljivost: Zaštita osjetljivih informacija od znatijeljih očiju.
- Privatnost: Zaštita osobnih podataka pojedinaca i osiguravanje njihove povjerljivosti.
- Dostupnost: Osiguravanje da su sustavi e-trgovine dostupni kada je to potrebno, izbjegavajući prekide usluge.

Sigurnost u e-trgovini stoga je bitan upravljački i tehnički zahtjev za bilo kakvu učinkovitu i djelotvornu aktivnost platnog prometa na Internetu.



ISTRAŽIVANJE TEMELJNIH KONCEPATA KIBERNETIČKE SIGURNOSTI I ČIMBENIKA CIA-E

U svijetu kibernetičke sigurnosti riječ 'sigurnost' može se prevesti s dva pojma, koji imaju malo različite nijanse značenja: 'sigurnost' je obrana od kibernetičkih napada, 'zaštita' je, s druge strane, prevencija neispravnosti.

Glavna svrha kibernetičke sigurnosti je spriječiti oštećenje računalnih sustava i informacija koje oni sadrže, eliminirati rizike za IT infrastrukturu ili u svakom slučaju ublažiti njihove učinke. Stoga se ukratko može definirati kao skup tehnologija, procesa i praksi kojima je cilj zaštititi organizacijsku imovinu od neovlaštenog pristupa ili ovlaštene zlouporabe.

Kibernetička sigurnost temelji se na tri ključna načela, poznata kao **čimbenici CIA-e** (od engleskog Confidentiality, Integrity i Availability), koji čine ključne čimbenike za sigurno upravljanje informacijama i stoga predstavljaju elemente koje treba uzeti u obzir kako bi se identificirali parametri putem kojih se planirati i provoditi ispravan pristup informacijskoj sigurnosti.

Razmjena informacija, zapravo, za svaku osobu ili organizaciju predstavlja proces koji je u osnovi izvršenja usluge ili funkcionalnosti proizvoda.

Ova 'razmjena', a posebno njezino pogrešno izvršenje, može odrediti učinke u gospodarskom i društvenom smislu koji su toliko značajni da navedu zakonodavca, potaknut zahtjevima poslovnog svijeta, da nametne provedbu određenih jamstava.

Konkretno, da bi podaci imali vrijednost za digitalni ekosustav, moraju se razmjenjivati i učiniti dostupnima uz očuvanje njihove povjerljivosti i integriteta. Zapravo, nedostupan podatak nije resurs za one (fizičke osobe ili stroj) kojima su potrebni njegovi elementi za obavljanje jedne ili više aktivnosti. Isto tako, oštećeni podatak, jer je bez kriterija ili ovlaštenja izmijenjen od strane onih koji tim podacima upravljaju, više nikome ne predstavlja vrijednost.

Naposljetku, u slučaju kada podatak zahtijeva određenu razinu povjerljivosti, ako ona nedostaje, došlo bi do trenutnog gubitka vrijednosti ili negativnog utjecaja na one na koje se podaci odnose (npr. financijski, reputacijski itd. .).

Svako sigurnosno rješenje stoga je spoj načela povjerljivosti, cjelovitosti i dostupnosti računalnih podataka.

Povjerljivost

Koncept povjerljivosti odnosi se na strategiju koja se koristi za zaštitu povjerljivosti računala, drugim riječima, zaštitu podataka tijekom njihovog životnog ciklusa. To jest, tijekom stvaranja, pohrane, prijenosa, širenja i korištenja od strane neovlaštenih trećih strana. Stoga povjerljivost ima za cilj zaštititi i očuvati povjerljivost korisničkih podataka od zlonamjernih namjera hakera ili neovlaštenih trećih strana. Tehnike koje potkopavaju jamstvo povjerljivosti podataka obično iskorištavaju kibernetičke napade kao što je društveni inženjering. Međutim, ljudska pogreška također može biti uzrok kršenja povjerljivosti. U središtu ovog načela je autorizacija pristupa podacima. Kako bi uklonio te probleme, cybersecurity je implementirao, na primjer, korištenje dvostruke enkripcije i dvofaktorske autentifikacije (2FA).

Integritet

U kontekstu kibernetičke sigurnosti, cjelovitost podataka korisnika ukazuje na održavanje sigurnosti podataka i njihovu zaštitu, tj. zaštitu od bilo kakve neovlaštene vanjske manipulacije. Doslovno se odnosi na mogućnost da podaci i resursi budu izvorni tako da se ne mijenjaju ili brišu ni na koji način.

Kako bi se osigurala zaštita i sigurnost podataka, potrebno je aktivirati autentifikacijske politike koje mogu pratiti pristup i pokušaje pristupa.

Ali ne samo to, druga rješenja koja jamče ovo načelo su:

- sustavi za detekciju provale
- ograničenja pristupa
- obuka korisnika

Dostupnost

Načelo dostupnosti znači pravo pristupa resursima zajamčeno korisnicima na zahtjev. U biti, učiniti uslugu dostupnom znači:

- izbjegavanje prekida usluge u definiranom vremenskom intervalu
- osiguravajući da su infrastrukturni resursi spremni za ispravnu isporuku onoga što se traži.

U tom smislu potrebno je jamčiti ne samo zaštitu softvera već i kontinuitet usluge tijekom unaprijed određenog vremena. Među prijetnjama koje potkopavaju dostupnost informacija neki su kibernetički napadi vrijedni pažnje:

- DoS napadi
- DDos napadi
- ransomware napadi

Moguće protumjere koje se mogu poduzeti za zaštitu dostupnosti podataka uključuju:

- sigurnosne kopije
- planovi oporavka od katastrofe
- firewall rješenja.

ISTRAŽIVANJE UOBIČAJENIH SIGURNOSNIH PRIJETNJI U E-TRGOVINI I STRATEGIJA ZA UBLAŽAVANJE TIH RIZIKA

Elektronička trgovina (E-commerce), definirana kao kupnja i prodaja proizvoda i usluga putem digitalnih platformi, prvenstveno na internetu, predstavlja jedinstven skup sigurnosnih prijetnji. Ovu industriju karakterizira anonimnost i virtualnost, što je čini podložnom različitim cyber rizicima. Rast inovacija u trgovini pridonio je povećanju ekonomske učinkovitosti i marketinških tehnika na globalnoj razini. Prednosti e-trgovine očite su i kupcima i tvrtkama. Međutim, nove prijetnje mogu ugroziti i sigurnost korisničkih podataka i integritet poslovnih operacija.



Glavne prijetnje sigurnosti e-trgovine uključuju:

Neovlašten pristup

Neovlašteni pristup odnosi se na čin ulaska u računalni sustav, mrežu ili aplikaciju bez odgovarajućeg ovlaštenja. Ova prijetnja uključuje pojedince ili subjekte koji pokušavaju zaobići mehanizme provjere autentičnosti ili iskorištavaju ranjivosti kako bi dobili pristup osjetljivim informacijama ili izveli zlonamjerne aktivnosti. Neovlašteni pristup može dovesti do povrede podataka, neovlaštene manipulacije podacima ili neovlaštenog korištenja resursa. Obično se ublažava snažnim protokolima provjere autentičnosti, kontrolama pristupa i redovitim sigurnosnim nadzorom.

Uskraćivanje usluge (DoS i DDoS)

Napadi uskraćivanjem usluge (DoS) i distribuiranim uskraćivanjem usluge (DDoS) imaju za cilj poremetiti ili onemogućiti dostupnost mreže, web stranice ili mrežne usluge preplavljujući ih bujicom nelegitimnih zahtjeva ili prometa. DoS napade izvodi jedan izvor, dok DDoS napadi uključuju više izvora, često kompromitirana računala ili botnete. Ovi napadi mogu dovesti do prekida usluge, gubitka prihoda i štete ugledu. Strategije ublažavanja uključuju implementaciju filtriranja prometa, balansiranja opterećenja i sustava za sprječavanje upada radi otkrivanja i ublažavanja prometa napada.

Phishing

Phishing je kibernetička prijetnja koja uključuje korištenje lažnih e-poruka, poruka ili web-mjesta za prevaru pojedinaca da odaju osjetljive informacije, kao što su vjerodajnice za prijavu, financijski detalji ili osobni podaci. Napadači se često lažno predstavljaju kao subjekti vrijedni povjerenja ili stvaraju osjećaj hitnosti kako bi prevarili žrtve da otkriju osjetljive informacije. Phishing napadi mogu rezultirati krađom identiteta, financijskim gubitkom ili neovlaštenim pristupom računima. Edukacija korisnika, filtriranje e-pošte i mehanizmi provjere autentičnosti web stranica pomažu u borbi protiv pokušaja krađe identiteta.

SQL injekcije i skriptiranje na više stranica

SQL injekcije i Cross-Site Scripting (XSS) su ranjivosti web aplikacija koje napadači iskorištavaju za manipulaciju ili izvršavanje neovlaštenog koda na web stranicama. SQL injekcije uključuju umetanje zlonamjernih SQL upita u polja za unos kako bi se dobio neovlašteni pristup bazama podataka ili izvršile nenamjerne radnje. XSS napadi uključuju ubacivanje zlonamjernih skripti u web stranice koje gledaju drugi korisnici, što potencijalno dovodi do otmice sesije, krađe podataka ili uništavanja. Ove se prijetnje mogu ublažiti putem sigurne prakse kodiranja, provjere valjanosti unosa i vatrozida web aplikacije.

Malware

Malware, skraćena za zlonamjerni softver, obuhvaća različite vrste zlonamjernih programa osmišljenih za ometanje, oštećenje ili dobivanje neovlaštenog pristupa računalnim sustavima. To uključuje viruse, crve, ransomware, spyware i trojance. Zlonamjerni softver može se distribuirati putem zaraženih privitaka e-pošte, zlonamjernih web stranica ili ugroženog softvera. Jednom instaliran, može ukrasti podatke, ugroziti integritet sustava ili omogućiti neovlašteni pristup napadačima. Robusni antivirusni softver, redovita ažuriranja softvera i obuka za podizanje svijesti korisnika ključni su u sprječavanju infekcija zlonamjernim softverom.

Napad grubom silom

Napad brutalnom silom uključuje sustavno isprobavanje svih mogućih kombinacija lozinki ili ključeva za šifriranje dok se ne pronađe ispravna. Napadači koriste automatizirane alate za pogađanje lozinki ili ključeva za dešifriranje, s ciljem neovlaštenog pristupa računima ili šifriranim podacima. Napadi grubom silom mogu oduzimati puno vremena, ali mogu biti uspješni ako se koriste slabe lozinke ili algoritmi šifriranja. Strategije ublažavanja uključuju implementaciju jakih politika zaporki, višestruku autentifikaciju i mehanizme zaključavanja računala.



Povećanje razine sigurnosti platforme za e-trgovinu zahtijeva implementaciju robusnih mjera zaštite. Među njima primarnu ulogu imaju tehnike šifriranja koje omogućuju zaštitu podataka koji putuju unutar platforme. Osim toga, kontrole povezane s pristupom platformi i korisničkim profilima mogu se implementirati putem robusnih sustava provjere autentičnosti (Multi Factor Authentication). Konačno, provođenje aktivnosti obuke osoblja o kibernetičkoj sigurnosti i ispravnom korištenju naprednih sigurnosnih rješenja za otkrivanje i sprječavanje kibernetičkih napada igra ključnu ulogu u iskorjenjivanju mogućnosti nastanka zlonamjernih događaja.

ZAŠTITA WEB STRANICA I PLATFORMI ZA E-TRGOVINU, UKLJUČUJUĆI SIGURNOST WEB APLIKACIJA, SIGURNE PRAKSE KODIRANJA I SIGURNOST POSLUŽITELJA

Sigurnost stranica i platformi za e-trgovinu ne može se usredotočiti samo na suzbijanje pojedinačnih prijetnji. Brza evolucija i snažna prilagodljivost koje karakteriziraju scenarij kibernetičke prijetnje do danas zahtijevaju usvajanje holističkog pristupa sigurnosti koji uključuje zaštitu poslužitelja, web aplikacija i osjetljivih podataka, uz robusnu obuku osoblja i dobro strukturirane procese upravljanja rizikom



Sigurnost platforme za e-trgovinu prije svega dolazi kroz uspostavu i usvajanje snažne politike zaporki/lozinki. Unatoč pojavi konkurentskih tehnologija kao što su prepoznavanje lica i višefaktorska provjera autentičnosti (MFA), lozinke i dalje ostaju standardna metoda za prijavu na većinu softvera. Svaki put kada pristupimo usluzi ili web stranici, od nas se traži da unesemo lozinku. Kao rezultat toga, mnogi korisnici radije koriste istu lozinku za različite usluge, što se smatra lakšim rješenjem. Međutim, postoji značajan problem s ovim pristupom: ako su vjerodajnice za prijavu (korisničko ime i lozinka) jednom ugrožene, mogu se koristiti za pristup raznim drugim uslugama, povećavajući rizik od raširene prijevare. U tom smislu, izbjegavanje korištenja iste lozinke za više računa bitna je polazna točka za sprječavanje neovlaštenog pristupa platformi. Preporučljivo je usvojiti jedinstvene lozinke za bazu podataka web stranice, poslužitelj za hosting, administrativnu ploču, FTP račune i povezane račune e-pošte. Osim toga, preporučljivo je izraditi duge i složene lozinke koje sadrže brojeve, posebne znakove i kombinacije slova.

Potreba za robusnom politikom zaporki pojačana je ako platformom upravlja više upravitelja. U tom slučaju moguće je pribjeći profiliranju korisnika kroz precizno definiranje radnji dopuštenih svakom administratoru, definiranje privilegija pristupa samo onim dijelovima podataka potrebnih za obavljanje tih poslova. Ograničavanjem radnji svakog pojedinca možete poboljšati ukupnu sigurnost web stranice.

Što se tiče sigurnosti web aplikacije, potrebno je spomenuti korištenje Secure Sockets Layer (SSL). SSL je kriptografska sigurnosna tehnologija koja olakšava uspostavljanje sigurne veze između poslužitelja i korisnika web stranice. Neophodno je za sva mjesta koja obrađuju osjetljive korisničke podatke, poput podataka o kreditnoj kartici. Mnoge web hosting platforme nude SSL certifikat kao dio svoje usluge. SSL dodaci automatski preusmjeravaju sve zahtjeve na HTTPS (HyperText Transfer Protocol Secure), internetski protokol koji osigurava sigurnu komunikaciju putem Interneta.

Ovo je jedno od najjednostavnijih rješenja za zaštitu stranice e-trgovine od prijevare. Web stranice koje koriste HTTPS mogu se prepoznati po zelenoj ikoni zatvorenog lokota u adresnoj traci preglednika, što označava da su certificirane i da se smatraju autentičnima i sigurnima. Sposobnost da se osigura što sigurnija stranica za e-trgovinu može uvelike ovisiti o odabranom pružatelju hostinga. Web hosting ili pružatelj usluga web hostinga kanal je koji profesionalcima, tvrtkama i pojedincima pruža tehnologiju koja im je potrebna da svoje web stranice i web stranice učine vidljivima na Internetu. Pažljiv odabir pružatelja usluge hostinga omogućuje vam učinkovito rješavanje nekih sigurnosnih problema povezanih s web platformama. Davatelj usluge hostinga, infarcts, može podržati vlasnika web-mjesta obavljanjem brojnih tehničkih zadataka kao što su: ažuriranje sigurnosnih zakrpa, omogućavanje ažuriranja softvera na strani poslužitelja i poslužitelja. Osim toga, pružatelj usluga hostinga može olakšati vlasniku platforme upravljanje sigurnosnim kopijama, tj. radnju dupliciranja datoteka i podataka sadržanih na platformi, osiguravajući dostupnost podataka čak i nakon napada zlonamjernog agenta.



PRAKTIČAN PRIJEDLOG ZA SPRJEČAVANJE RIZIKA KIBERNETIČKE SIGURNOSTI U E-TRGOVINI

Nadamo se da je ovaj modul, iako sažet, razjasnio rizik od cyber napada i potencijalnu ranjivost sustava e-trgovine. Ako želite pokrenuti ili upravljati uslugom e-trgovine, kako biste smanjili rizike, uvijek bi bilo dobro kontaktirati stručnjaka za kibernetičku sigurnost koji je sposoban osigurati web-mjesto, osigurati pravila ponašanja i provoditi periodične sigurnosne provjere. U svakom slučaju, u nastavku se nalaze neka korisna praktična pravila za smanjenje rizika da postanete žrtva cyber napada.



Implementirajte snažne mehanizme provjere autentičnosti

Zahtijevajte jake i jedinstvene lozinke za korisničke račune i potaknite korisnike da omoguće dvofaktorsku autentifikaciju (2FA). Ovo dodaje dodatni sloj sigurnosti zahtijevajući od korisnika da daju drugi oblik potvrde, kao što je privremeni kod poslan na njihov mobilni uređaj.

Redovno ažurirajte softver i sustave

Redovito ažurirajte sav softver, uključujući platformu za e-trgovinu, sustave za upravljanje sadržajem, dodatke i operacijske sustave poslužitelja. Odmah primijenite sigurnosne zakrpe i popravke za rješavanje ranjivosti koje bi napadači mogli iskoristiti.

Koristite sigurnu obradu plaćanja

Osigurajte da vaša platforma za e-trgovinu koristi sigurne metode obrade plaćanja, kao što je SSL/TLS enkripcija i usklađenost sa zahtjevima standarda sigurnosti podataka industrije platnih kartica (PCI DSS). Udružite se s pouzdanim pristupnicima plaćanja i razmislite o implementaciji dodatnih sigurnosnih mjera poput tokenizacije ili enkripcije podataka o plaćanju.

Educirajte korisnike i zaposlenike

Pružite edukaciju i obuku za podizanje svijesti kako za klijente tako i za zaposlenike kako biste im pomogli da prepoznaju i izbjegnu uobičajene cyber prijetnje kao što su e-poruke za krađu identiteta, sumnjive web stranice i napadi društvenog inženjeringa. Naučite ih navikama sigurnog pregledavanja, praksi jakih lozinki i važnosti zaštite osobnih i financijskih podataka.

Upotrijebite vatrozid web aplikacije (WAF)

Implementirajte vatrozid web aplikacije za zaštitu od uobičajenih napada temeljenih na webu, kao što su SQL injekcije, skriptiranje na više stranica (XSS) i krivotvorenje zahtjeva na više stranica (CSRF). WAF može pomoći u filtriranju i blokiranju zlonamjernog prometa prije nego što stigne do vaše aplikacije.

Redovito sigurnosno kopirajte podatke

Često sigurnosno kopirajte svoje web mjesto i baze podataka za e-trgovinu na sigurno mjesto. Redovite sigurnosne kopije osiguravaju da možete vratiti svoju web stranicu i podatke u slučaju uspješnog napada ili gubitka podataka.

Pratite i analizirajte sigurnosne zapisnike

Implementirajte robustan sustav bilježenja i nadzora za praćenje i analizu sigurnosnih događaja i anomalija. Pratite svoje sustave radi bilo kakvih sumnjivih aktivnosti, kao što su pokušaji neovlaštenog pristupa ili neobični obrasci prometa. To pomaže u pravovremenom otkrivanju potencijalnih prijetnji i odgovoru na njih.

Provedite sigurnosne procjene

Redovito provodite sigurnosne procjene, skeniranje ranjivosti i testiranje penetracije na svojoj platformi za e-trgovinu. Ove procjene pomažu identificirati i riješiti sve slabosti ili ranjivosti prije nego što ih napadači mogu iskoristiti.

Održavajte plan odgovora na incidente

Razvijte plan odgovora na incident koji opisuje korake koje treba poduzeti u slučaju kibernetičkog napada ili povrede podataka. Ovaj plan treba uključivati postupke za obuzdavanje incidenta, obavještanje relevantnih strana i ponovno uspostavljanje usluga. Redovito testirajte i ažurirajte plan kako biste osigurali njegovu učinkovitost.

Ostanite informirani o mogućim prijetnjama

Budite u tijeku s najnovijim trendovima kibernetičke sigurnosti, ranjivostima i najboljim primjerima iz prakse. Ostanite informirani o novim tehnikama napada i novim prijetnjama specifičnim za industriju e-trgovine. Uključite se u relevantne industrijske forume, sigurnosne zajednice i pretplatite se na sigurnosna upozorenja iz pouzdanih izvora.

Primjenom ovih preventivnih mjera, redovitom procjenom svojeg sigurnosnog položaja i budnošću, možete značajno smanjiti rizik od kibernetičkih napada i zaštititi svoju platformu za e-trgovinu, podatke o klijentima i ugled.

Online plaćanja



Elektronička trgovina postala je rutinski dio naših života, a sustavi online plaćanja imaju vrlo važnu ulogu u e-trgovini. Internetska maloprodaja u EU snažno se razvila i konstantno raste 13-14% svake godine (EUROPEAN E-COMMERCE REPORT 2022) i, proporcionalno tome, postoji rastući trend korištenja on-line plaćanja (Bijela knjiga o maloprodajnim plaćanjima u Europi za blisku budućnost).

Uspjeh e-trgovine isprepleten je sa širenjem elektroničkih plaćanja, koja omogućuju prijenos novčanih vrijednosti bez cirkulacije gotovine i koja su pratila, ako ne i gotovo zamijenila, tradicionalne metode plaćanja.

Promicanje korištenja internetskih plaćanja, u prekograničnim plaćanjima i kao sredstvo razvoja e-trgovine potiče se politikama financijske uključenosti koje jamče pristup svim kategorijama korisnika i olakšavaju prihvaćanje elektroničkih plaćanja.

Potrošač stoga danas može birati između širokog spektra alata za online kupnju; svaki od njih ima posebne karakteristike (ovisno o sustavu koji se koristi, posrednicima i uključenim krugovima plaćanja) i stoga nekoliko prednosti i nedostataka (uglavnom u smislu jednostavnosti i neposrednosti upotrebe, troškova, kao i sa sigurnosne točke gledišta), što ih čini prikladnima za različite potrebe.

ISTRAŽIVANJE RAZLIČITIH NAČINA PLAĆANJA NA MREŽI

Iako još uvijek postoji mali raspon korištenja izvanmrežnog plaćanja, bankovnim prijenosom ili gotovinom pouzecom, većina korisnika e-trgovine koristi se metodama plaćanja putem interneta. Možemo identificirati tri makro-kategorije:

1. Kreditna kartica

Platne kartice danas su glavni elektronički instrument plaćanja koji se koristi i regulira u Europi, u SEPA-i, Direktivom (EU) 2015/2366 (poznata kao PSD2).

Sastoje se od plastičnih kartica, opremljenih mikročipom i/ili magnetskom trakom, na kojima su utisnuti podaci potrebni za njihovu upotrebu. No, sada postoje i platne kartice koje su samo "virtualne", lišene materijalnosti i kojima je moguće plaćati samo putem interneta.

Razlikujemo tri vrste kartica:

- kreditna kartica, koja nositelju omogućuje plaćanje robe ili usluge s trenutnim učinkom, a terećenje tek kasnije, nakon određenog vremena, terećenjem tekućeg računa ili, alternativno, obročno, s pripadajućim kamatama (tzv. kreditna kartica "s revolving opcijom")
- debitnu karticu koja nositelju omogućuje plaćanje iznosa za kupnju trenutnim terećenjem tekućeg računa.
- prepaid kartica, koja omogućuje plaćanje trenutnim terećenjem transakcija na iznos koji je nositelj prethodno položio kod izdavatelja. Prepaid kartica može biti nadopuniva ili nenadopuniva. Ako je kartica punjiva, raspoloživi iznos se može nadopuniti.



2. Digitalni novčanici

Oni su program, mobilna aplikacija ili web usluga koja korisnicima omogućuje centralno pohranjivanje i kontrolu njihovih osobnih podataka koji se odnose na kartice ili tekuće račune, kao što su prijave, lozinke i adrese za dostavu.

Postoje dvije vrste digitalnih novčanika: oni prikladni samo za online plaćanja i oni koji također podržavaju ili su specifični za Mobile Pos Payments. Sustav mobilnog plaćanja primjenjiv je globalno i smanjuje ukupne troškove transakcije te pruža bolju sigurnost.

Među glavnim digitalnim novčanicima izdvajamo:

PayPal: najrasprostranjeniji u svim neazijskim zemljama: s oko 300 milijuna korisnika (ispred njega su samo kineski Alipay s 450 milijuna i WeChat Pay s preko 500 milijuna), koristi ga 7 milijuna trgovaca u 202 zemlje. S besplatnim računom, korisnici mogu plaćati online i u trgovini, povezujući PayPal s jednom ili više kreditnih ili debitnih kartica. Ovaj novčanik također nudi račun, usluge prikupljanja bodova i mnoge druge opcije za e-kupce.

Amazon Pay: koristi akreditacije i lozinke koje koriste korisnički računi Amazona. Ovaj novčanik, koji se također može koristiti na drugim stranicama osim samog Amazona, pomaže doseći Amazonove korisnike (preko 300 milijuna širom svijeta), proširujući iskustvo plaćanja koje živimo s Amazonom na tisuće web stranica širom svijeta.

Google Pay: omogućuje korisnicima korištenje bilo kojeg načina plaćanja spremljenog na njihovom osobnom Google računu. Google Pay, koji je apsorbirao prethodne inicijative Android Pay i Google novčanik, ne dopušta vam da zadržite račun, već pohranjujete načine plaćanja na svoj Google račun i koristite ih za online plaćanja. Ovaj se novčanik može koristiti za plaćanje u izvornim Android aplikacijama i na webu (na svim mobilnim i stolnim uređajima)

Apple Pay: omogućuje korisnicima plaćanje korištenjem podataka pohranjenih na iPhoneu, iPadu ili Apple Watchu. Načini upravljanja slični su Google Payu.

Samsung Pay: vrlo popularan u Aziji, ovaj način plaćanja može se koristiti i online i u trgovini.



3. Online SEPA plaćanja

Bankovni transfer sastoji se od domaćeg ili prekograničnog plaćanja, izvršenog na temelju instrukcije koju je platitelj dao banci, uz terećenje njegovog tekućeg računa i odobravanje računa korisnika. Trenutno se standard koji se koristi za kreditne transfere u eurima naziva SEPA (Single Euro Payments Area).

Posebna vrsta bankovnog transfera je tzv. elektronički transfer, koji se sastoji upravo u prijenosu novčanog iznosa s vašeg tekućeg računa putem interneta od strane onih koji imaju tekući račun dostupan online. Riječ je o uslugama koje pojednostavljuju i ubrzavaju proces naloga za virmane, dajući korisniku unaprijed ispunjene i uvijek neopozive obrasce za virmane. Glavni mrežni prijenosi su MyBank i Sofort-Klarna, osobito rašireni u Njemačkoj i sjevernoj Europi.

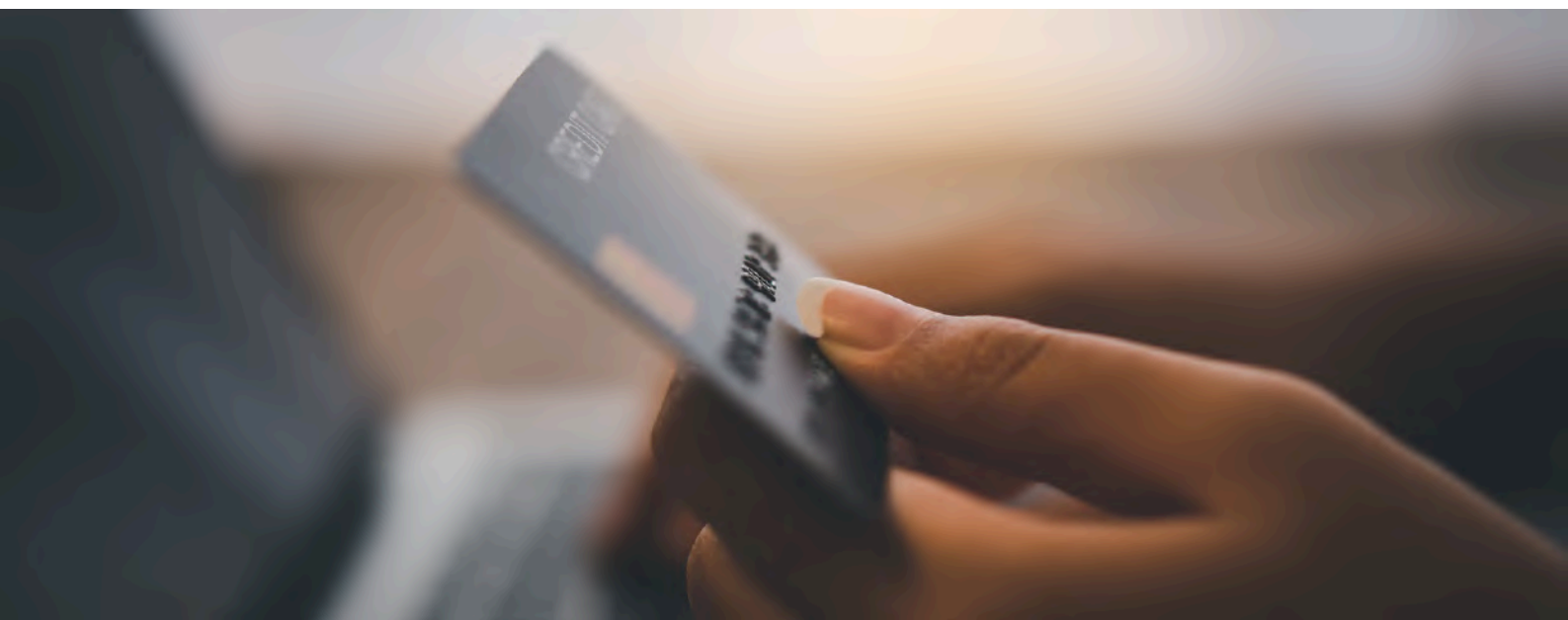


4. Kriptovalute

U posljednjih pet godina značajno su se intenzivirali istraživanja i javna rasprava o digitalnim valutama. Središnje banke diljem svijeta (90% od ukupnog broja, prema posljednjem izvješću Banke za međunarodna poravnanja – BIS) analiziraju, proučavaju ili eksperimentiraju s mogućim izdavanjem vlastite digitalne valute (Central Bank Digital Currency – CBDC).

Pitanje je vrlo aktualno i u Europskoj uniji, budući da je nakon objave „Izvješća o digitalnom euro“ (listopad 2020.) ECB u srpnju 2021. odlučio pokrenuti fazu istrage vezanu uz digitalni euro koja bi mogla dovesti do do izdavanja digitalne valute središnje banke za eurozonu.

Zapravo, postoji određena upotreba kriptovaluta u P2P transakcijama, koje nisu značajne, količinski, ali nude ideje za budućnost.



ISPITIVANJE TEHNOLOGIJA PAYMENT GATEWAY-A I NJIHOVE ULOGE U SIGURNOM PRIJENOSU PLAĆANJA

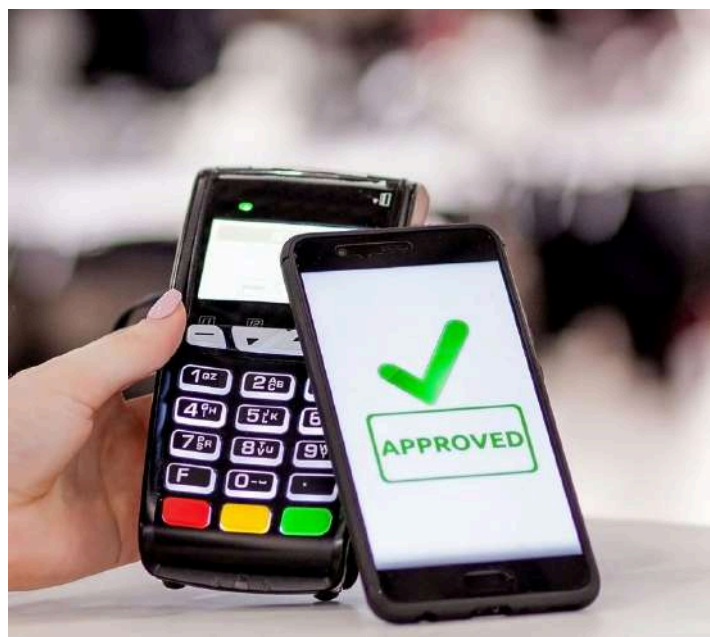
Payment Gateway pružatelj je usluga aplikacije za e-trgovinu koji pruža alate za obradu plaćanja između kupca, trgovca i banaka putem weba. Pomaže osigurati kupnju i podatke o plaćanju kupca u transakciji. Pristupnik za plaćanje štiti podatke o plaćanju šifriranjem osjetljivih podataka, kao što su podaci o kreditnoj/debitnoj kartici, kako bi se osiguralo sigurno prosljeđivanje informacija između kupca i procesora plaćanja. Osim šifriranja podataka o plaćanju, pristupnik plaćanja također pomaže u autorizaciji plaćanja i zaštiti od financijskih prijevara. Mnogi internetski trgovci koriste pristupnike za plaćanje radi sigurnosti, pouzdanosti i trenutne autorizacije plaćanja.

Kao posrednici za web stranice e-trgovine sa sigurnim i sofisticiranim bankovnim trgovcima, pristupnici plaćanja imaju sljedeće standardne mehanizme rada: Kupci će vidjeti i odabrati proizvod na temelju informacija od prodavača ili izvora pristupnika plaćanja; Nakon odabira jednog plaćanja, procesor plaćanja će raditi i; Procesor plaćanja prosljeđuje informacije korištenom udruženju izdavatelja kartice; Sljedeći korak, povezana banka će primiti ovaj zahtjev i poslati odgovor procesoru s posebnim kodom i potvrditi je li transakcija bila uspješna ili neuspješna; Procesor plaćanja poslat će poruku pristupniku plaćanja, zatim će je proslijediti web stranici Prodavatelja i vlasniku kartice dok se transakcija ne proglasi uspješnom i; Prodavač može prihvatiti transakcije od kupca.

Payment gateway ima standardne procedure sigurnosnog sustava za zaštitu transakcija korisnika:

- Sustav za provjeru adrese (AVS). Putem ovog alata, podaci o naplati korisnika bit će provjereni i dopunjeni registriranom adresom kartice;
- Sigurnosni kod kartice (CV2); Svaki proces kupčeve transakcije tražit će se da unese zadnje tri znamenke iza debitne ili kreditne kartice;
- 3D Secure Password koristi se kao alat za autorizaciju plaćanja.

Pristupnici plaćanja mogu primiti prijenose sredstava s različitih bankovnih računa i usmjeravati ih na jedan račun u vlasništvu internetske trgovine i mogu obraditi stotine do tisuće transakcija u kratkom vremenu.



STRATEGIJE ZA OTKRIVANJE I SPRJEČAVANJE PRIJEVARA U PLAĆANJU

Učestalost i veličina prijevara s plaćanjem povećavaju se iz godine u godinu – zajedno s rastućim prosječnim gubicima za žrtve. Napadi također postaju sve profesionalniji, čineći otkrivanje lažnih transakcija sve težim za timove za borbu protiv prijevara.

Otkrivanje i sprječavanje prijevara u plaćanju složen je izazov koji zahtijeva dinamičan skup međusobno povezanih mjera.

Kako bi se učinkovito borile protiv prijevara u plaćanju, tvrtke moraju usvojiti sveobuhvatan i proaktivan pristup, koji uključuje razumijevanje različitih vrsta prijevara s kojima se mogu susresti, procjenu njihovih jedinstvenih rizika i ranjivosti te provedbu opsežnih mjera prevencije i otkrivanja.

U kontekstu plaćanja, otkrivanje prijevara praksa je identificiranja i označavanja sumnjivih transakcija ili aktivnosti dok se događaju – a ponekad i nakon što se dogode.

Otkrivanje prijevara oslanja se na niz strategija – uključujući strojno učenje, prepoznavanje uzoraka i analizu podataka – za odvajanje legitimnih transakcija od onih lažnih. A s porastom AI (umjetne inteligencije), sustavi za otkrivanje prijevara postaju još pametniji i skalabilniji.

Postavke otkrivanja prijevara pri plaćanju također se oslanjaju na pravila rizika: skupove okidača i uvjeta koji, kada se transakcija ispuni, sugeriraju prijevaru. Ova "pravila" mogu uključivati:

- Iznos transakcije (npr. preko 10.000 EUR).
- Lokacija (mjesto identificirano kao visokorizično, možda zbog povijesno velikog broja prijevarnih aktivnosti koje tamo potječu; ili zato što se radi o velikom nepodudaranju adrese vlasnika kartice).
- Ponašanje vlasnika kartice (vlasnik kartice koji pokušava obaviti nekoliko kupnji iznimno niske vrijednosti u kratkom razdoblju može ukazivati na prijevaru s testiranjem kartice, na primjer).

Sprječavanje prijevara skup je strategija uključenih u zaustavljanje lažnih transakcija – prije nego što imaju priliku negativno utjecati na vaše poslovanje. Neki primjeri sprječavanja prijevara uključuju:

- AVS i CVV provjere kako bi se osiguralo da podaci koje je vlasnik kartice podudaraju s podacima koje posjeduje banka.
- Biometrijska provjera za provjeru autentičnosti kupčevog identiteta pomoću njegovog lica, glasa ili otiska prsta – i uvjerite se da on pokušava obaviti kupnju.
- Strong Customer Authentication (SCA), koja spaja biometrijske čimbenike, čimbenike temeljene na uređaju i znanju za provjeru identiteta kupca.
- IP inteligencija, koja vam omogućuje blokiranje transakcija s lažnih IP adresa.
- 3D Secure, sigurnosni protokol koji koristi model s tri domene za provjeru valjanosti kupnji kreditnom i debitnom karticom.
- SSL, kriptografski protokol koji pruža sigurnu komunikaciju između korisničkih uređaja i rješenja za plaćanje.

Kao što smo vidjeli ranije, payment gateway pruža ove sustave za sprječavanje prijevara.

UVID U SLOŽENOST MEĐUNARODNIH ONLINE PLAĆANJA, UKLJUČUJUĆI PRETVORBU VALUTA, DEVIZNE TEČAJEVE I USKLAĐENOST S PREKOGRANIČNIM PROPISIMA

Prekogranična plaćanja složen su tehnički i regulatorni izazov.

E-trgovina nije ograničena geografskim granicama i zahtijeva sustave plaćanja koji prevladavaju poteškoće vezane uz infrastrukturne razlike u različitim geografskim područjima, regulatorne razlike i tečajne razlike.

Unutar Europske unije i u kontekstu SEPA-e, prekogranična plaćanja u EUR valuti ili, između država članica Unije, regulirana su Uredbom (EU) 2021/1230, na snazi od 19. kolovoza 2021., koja osigurava transparentnost tečajne i naknade za pretvorbu valuta, za prekogranična plaćanja u eurima ili u nacionalnoj valuti država članica sudionica, jednake onima koje se primjenjuju na odgovarajuća plaćanja unutar države članice.

Uredba također nameće obveze transparentnosti i informiranja u vezi s troškovima i naknadama za konverziju valuta.

Kupci i pružatelji roba i usluga koji usvoje Uredbu za vršenje i primanje plaćanja koriste se svojim međunarodnim identifikacijskim brojem računa za plaćanje (IBAN) i identifikacijskim brojem pružatelja usluga platnog prometa (BIC).

Nagodbe će biti popraćene odgovarajućim i učinkovitim izvansudskim žalbenim i pravnim postupcima, a države članice osiguravaju suradnju između svojih nacionalnih tijela – posebno za rješavanje prekograničnih sporova – i učinkovito sankcioniranje za svako kršenje zakona.

Izvan SEPA područja postoje strategije suradnje za smanjenje troškova i rizika prekograničnih transakcija, s posebnim osvrtom na sljedeće aspekte koji se čine prioritetima (G20-ROADMAP):

Interoperabilnost i proširenje sustava plaćanja.

To uključuje produženje radnog vremena RTGS-a i politike pristupa te poboljšanje interoperabilnosti platnih sustava. Ugovori o interoperabilnosti platnog sustava omogućuju bankama i drugim pružateljima platnih usluga da međusobno obavljaju transakcije bez potrebe da sudjeluju u istom platnom sustavu ili koriste posrednike.

Radnje uključuju sazivanje foruma za razmjenu praksi između središnjih banaka, promicanje brzog prekograničnog povezivanja platnih sustava i dovršavanje zahtjeva za sporazume o razini usluga prekograničnog plaćanja.



Razvoj zakonskih, regulatornih i nadzornih okvira.

Riječ je o promicanju učinkovitog pravnog, regulatornog i nadzornog okruženja za prekogranična plaćanja, uz održavanje njihove sigurnosti, zaštite i integriteta. Radnje imaju za cilj poboljšati koherentnost bankarske i nebankarske regulative i nadzora, poboljšati informacije koje se pružaju krajnjim korisnicima i ažurirati provedbu pravila protiv pranja novca i financiranja terorizma (AML/CFT).

Prekogranična razmjena podataka i standardi poruka.

Cilj je olakšati razmjenu prekograničnih podataka i povećati upotrebu standardiziranih formata poruka za prekogranična plaćanja.

Tome se pridodaje **potreba za smanjenjem tzv. tečajnog rizika**, kod plaćanja koja uključuju razmjenu valuta i stoga izlažu transakciju fluktuacijama tečaja, što može utjecati na vrijednost plaćanja, rezultirajući gubicima ili smanjenom dobiti.

Do danas se prekogranična plaćanja temelje na modelima korespondentnih banaka (SWIFT, zatvorena petlja, interoperabilnost između nacionalnih struktura). Uz ove sustave, širenje kriptovaluta u razmjeni između pojedinaca dovodi do pojave P2P modela, u kojem se provodi izravan elektronički prijenos novca, sličan gotovinskom plaćanju. Ovaj model, trenutno ograničenih tokova, mogao bi, međutim, predstavljati budući razvoj, u svjetlu studija o "digitalnim valutama".





LITERATURA I DRUGI IZVORI INFORMACIJA ZA POLAZNICE: NASTAVNI MATERIJALI PREMA NASTAVNOM PLANU I PROGRAMU

1. <https://www.fsb.org/2023/10/g20-roadmap-for-enhancing-cross-border-payments-consolidated-progress-report-for-2023/>
2. https://www.bancaditalia.it/compiti/sispaga-mercati/comitato-pagamenti-italia/White_Paper_on_retail_payments_in_Europe_for_the_near_future_ITA.pdf
3. <https://www.eurocommerce.eu/european-e-commerce-report-2022/>
4. https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/Quaderno%20Sistemi%20di%20Pagamento%20Online_2.pdf
5. https://www.to.camcom.it/sites/default/files/regolazione-mercato/Guida_Pagamenti_Acquisti_online.pdf
6. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099835005172241731/pdf/P1647700357cb70d0091540306afb7ccd8b.pdf>
7. https://www.ecb.europa.eu/paym/digital_euro/investigation/profuse/shared/files/dedocs/ecb.dedocs220330_report.en.pdf Burhan Ul Islam
8. Khan, A Compendious Study of Online Payment Systems: Past Developments, Present Impact, and Future Considerations DOI:10.14569/IJACSA.2017.080532
9. Fioriglio, G. – Commercio elettronico e sviluppo territoriale. Profili informatico-giuridici / Fioriglio, G. – (2011), pp. 143-180.
10. Kyaw Zay Oo, "Design and Implementation of Electronic Payment Gateway for Secure Online Payment System" Published in International Journal of Trend in Scientific Research and Development (ijtsrd), ISSN: 2456- 6470, Volume-3 | Issue-5, August 2019, pp.1329-1334, <https://doi.org/10.31142/ijtsrd26635>
11. Panetta, I.C. – Leo, S., Mobile payment industry. Caratteristiche operative e modelli di business, Franco Angeli, 2017
12. Supriyati, S. – Nurfiqo, E., Effectiveness of Payment Gateway in E-Commerce, EAI, 2019, <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.18-7-2019.2287932>

Provjera znanja



PITANJA:

1. Koja vrsta proračuna pokriva kraće razdoblje i fokusira se na svakodnevne troškove i neposredne financijske ciljeve?

1. Dugoročni proračun
2. Kratkoročni proračun
3. Osnovni proračun

Obrazloženje: Točan odgovor je 2, kratkoročni proračun. On pokriva kraće razdoblje, obično jednu godinu ili manje, i naglašava operativne detalje, svakodnevne troškove i neposredne financijske ciljeve. Pomaže organizacijama da kratkoročno učinkovito rasporede resurse i nadziru učinak.

2. Koji pristup proračunu zahtijeva da se svi troškovi opravdaju ispočetka za svaki proračunski ciklus, bez obzira jesu li bili uključeni u prethodne proračune?

1. Inkrementalni proračun
2. Proračun prema aktivnostima
3. Proračun temeljen na nuli

Obrazloženje: Točan odgovor je 3, proračun temeljen na nuli (ZBB). On zahtijeva od odjela ili troškovnih centara da opravdaju i pruže detaljno obrazloženje za sve planirane troškove, počevši od "nulte baze" za svaki proračunski ciklus. Pomaže identificirati neučinkovitosti, suvišne troškove i aktivnosti niske vrijednosti, promičući svijest o troškovima, optimizaciju resursa i usklađivanje sa strateškim ciljevima.

✓ PITANJA:

3. Što od sljedećeg NIJE jedno od ključnih načela kibernetičke sigurnosti poznatih kao čimbenici CIA-e?

1. Povjerljivost
2. Integritet
3. Odgovornost

Objašnjenje: Čimbenici CIA-e u kibernetičkoj sigurnosti odnose se na povjerljivost, integritet i dostupnost. Povjerljivost se usredotočuje na zaštitu podataka od neovlaštenog pristupa, Integritet osigurava da podaci ostanu nepromijenjeni ili neovlašteno mijenjani, a Dostupnost osigurava da su resursi i usluge dostupni kada je to potrebno. Stoga je točan odgovor odgovornost, budući da to nije jedan od čimbenika CIA-e.

4. Koja je glavna svrha kibernetičke sigurnosti?

1. Sprječavanje oštećenja računalnih sustava
2. Povećanje profita za poduzeća
3. Poboljšanje korisničkog iskustva

Objašnjenje: Glavna svrha kibernetičke sigurnosti je spriječiti oštećenje računalnih sustava i informacija koje oni sadrže, kao i ukloniti rizike za IT infrastrukture ili ublažiti njihove učinke. Uključuje implementaciju tehnologija, procesa i praksi za zaštitu organizacijske imovine od neovlaštenog pristupa ili ovlaštene zlouporabe. Stoga je točan odgovor spriječiti oštećenje računalnih sustava.



3. MODUL

Upravljanje operacijama

Ciljevi modula

Po završetku modula polaznici će moći:

Učinkovito planirati i upravljati proizvodnim operacijama



Razumjeti osnove industrije, uključujući načine prijevoza, propise i logistiku



Razviti učinkovite komunikacijske strategije za interakciju s kupcima na mreži



Analizirati povratne informacije kupaca i upotrijebiti ih za poboljšanje svoje operacije e-trgovine.



Razumjeti i primijeniti metriku inventara i KPI-jeve za procjenu i poboljšanje izvedbe inventara



Pregled modula:

1. Logistika

- Uvid u logističke operacije i upravljanje opskrbnim lancem;

2. Dostava

- Pregled načina dostave
- Razmatranje strategija skladištenja i distribucije, upravljanje zalihama i ispunjavanje narudžbi u kontekstu otpreme.

3. Proizvodnja

- Pregled proizvodnih procesa;
- Strategije za planiranje i kontrolu proizvodnih operacija;
- Razmatranje integracije opskrbnog lanca u proizvodnji

4. Kupovina

- Uvod u psihologiju i ponašanje online potrošača. Analiza motivacija, faza kupovnog puta i uobičajenih bolnih točaka.
- Osnovni elementi, korisniku prilagođene i vizualno privlačne, e-trgovine.
- Razumijevanje važnosti izgradnje snažnog identiteta marke u svijetu e-trgovine.
- Istraživanje strategija za stvaranje jedinstvenog brenda i uspostavljanje povjerenja u isti

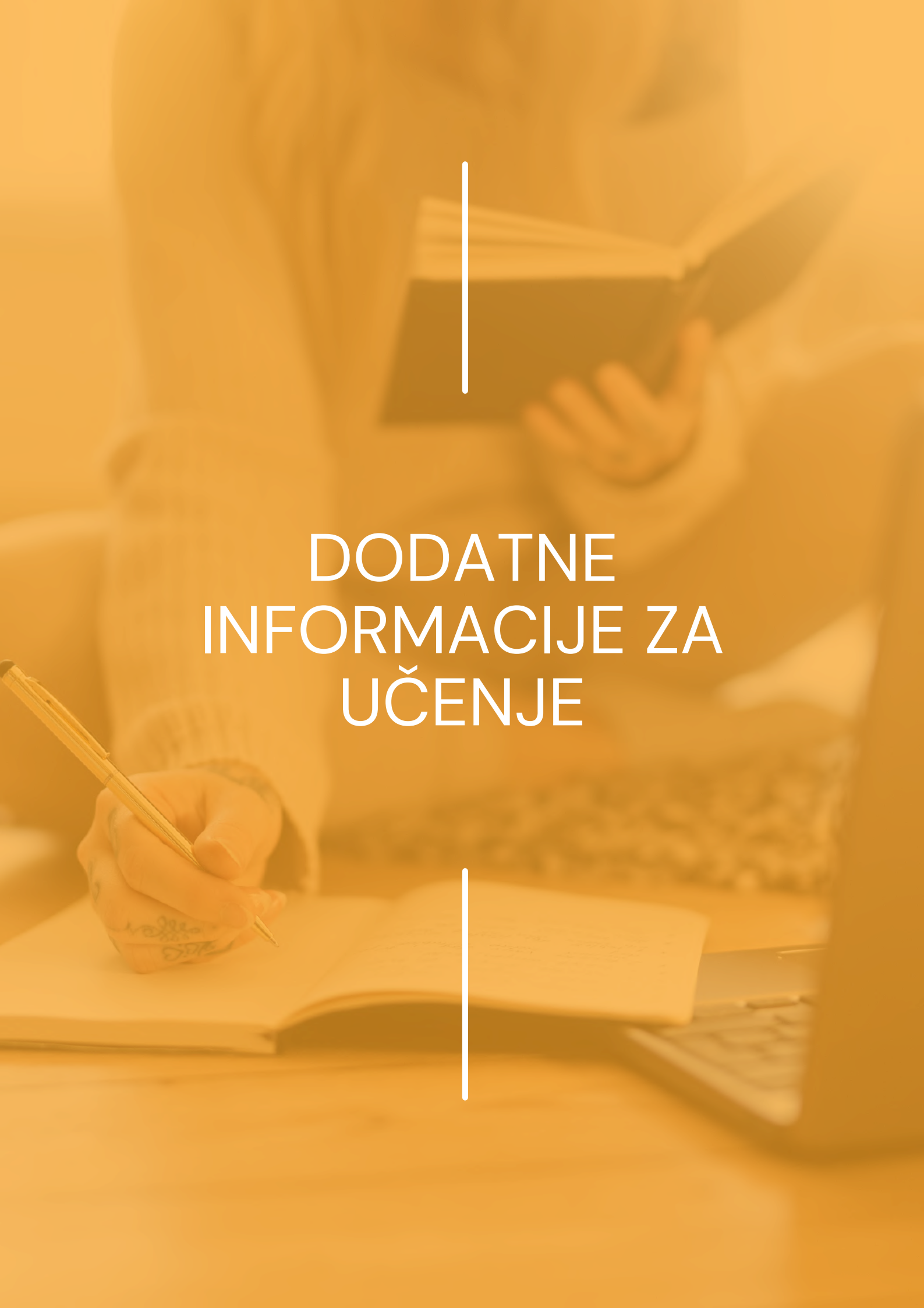
5. Kontrola zaliha

- Uvod u različite sustave upravljanja zalihama
- Razumijevanje troškova povezanih s držanjem zaliha, uključujući troškove nošenja, troškove naručivanja i troškove zaliha.



TRAJANJE:

12 školskih sati.



DODATNE
INFORMACIJE ZA
UČENJE

Logistika



RAZUMIJEVANJE LOGISTIKE I UPRAVLJANJA LANCEM OPSKRBE

Dobrodošli u svijet logistike i upravljanja lancem opskrbe. Istražit ćemo temeljne koncepte i prakse koji upravljaju kretanjem robe, osiguravajući da do kupaca dođe učinkovito i na vrijeme. Kao nova poduzetnica u e-trgovini, razumijevanje logistike ključno je za uspjeh vašeg poslovanja.

Što je logistika?

Logistika je umjetnost i znanost upravljanja protokom roba i usluga od njihove točke podrijetla do točke potrošnje. Obuhvaća širok raspon aktivnosti, uključujući:

- **Prijevoz:** Odabir najprikladnijeg prijevoznog sredstva, bilo cestom, željeznicom, zrakom ili morem, za učinkovito premještanje robe.
- **Skladištenje:** Skladištenje proizvoda u objektima opremljenim za očuvanje njihove kvalitete i osiguravanje pravovremene dostupnosti.
- **Upravljanje zalihama:** Održavanje optimalne ravnoteže zaliha kako bi se zadovoljila potražnja kupaca bez pretjeranog stvaranja zaliha.

- **Informacijski sustavi:** Korištenje tehnologije za praćenje i upravljanje inventarom, nadzor pošiljaka i komunikaciju kroz opskrbni lanac.

Ključne komponente logistike

Za postizanje učinkovitih logističkih operacija ključno je razumjeti njene ključne komponente:

- **Prijevoz:** To uključuje odabir pravog načina prijevoza za vašu robu, uzimajući u obzir faktore kao što su udaljenost, cijena i hitnost. Na primjer, zračni prijevoz je brži, ali skuplji, dok je pomorski prijevoz sporiji, ali isplativ za velike udaljenosti.
- **Skladištenje:** Skladišta služe kao skladišni prostori za vaše proizvode. Morat ćete odlučiti o lokacijama skladišta, izgledu i hoćete li njima upravljati interno ili koristiti pružatelje logističkih usluga trećih strana (3PL).

SUPPLY CHAIN

UPRAVLJANJE LANCEM OPSKRBE

Razumijevanje lanca opskrbe

Opskrbni lanac je širi koncept koji obuhvaća cijeli put proizvoda od njegovog stvaranja do isporuke krajnjem kupcu. Sastoji se od različitih međusobno povezanih faza:

- **Nabava:** Proces nabave sirovina ili proizvoda potrebnih za proizvodnju ili preprodaju.
- **Proizvodnja:** Pretvaranje sirovina u gotovu robu.
- **Distribucija:** Proces stavljanja proizvoda u ruke kupaca, koji uključuje prijevoz i skladištenje.

Integracija lanca opskrbe

Upravljanje lancem opskrbe uključuje besprijekornu integraciju svih ovih funkcija kako bi se optimizirao protok robe i informacija. Integracija može dovesti do prednosti kao što su ušteda troškova, poboljšana korisnička usluga i poboljšana učinkovitost.

Optimizacija rute

Optimizacija rute uključuje odabir najučinkovitijeg puta za dostavu robe. Ova vještina može smanjiti potrošnju goriva, smanjiti vrijeme putovanja i smanjiti troškove prijevoza. Često uključuje korištenje softvera za planiranje rute i GPS tehnologije.

LOGISTIČKE VJEŠTINE

Razumijevanje načina prijevoza

Cestovni prijevoz: Ovo uključuje prijevoz robe kamionima i drugim vozilima na cestama. Idealan je za pošiljke na kratke i srednje udaljenosti i obično se koristi za dostavu zadnje milje u e-trgovini.

Željeznički prijevoz: Željeznički prijevoz isplativ je za prijevoz na velike udaljenosti i rasuti teret. Razumijevanje kako optimizirati željezničke rute može dovesti do značajnih ušteda troškova.

Zračni prijevoz tereta: Zračni prijevoz tereta poznat je po svojoj brzini i učinkovitosti, što ga čini pogodnim za vremenski osjetljive isporuke. Međutim, obično je skuplji od drugih načina.

Oceanski prijevoz: Oceanski prijevoz je neophodan za međunarodnu trgovinu, posebno za rasute artikle ili robu s duljim rokovima isporuke. Učenje o kontejnerizaciji i lučkim operacijama ključno je za upravljanje prekooceanskim teretom.



UPRAVLJANJE ZALIHAMA

Upravljanje zalihama je praksa nadgledanja i kontrole robe na zalihama. Ključni elementi uključuju:

ABC Analiza: Kategoriziranje vašeg inventara na temelju važnosti. Stavke 'A' su visokog prioriteta, stavke 'B' srednjeg prioriteta, a stavke 'C' niskog prioriteta. To pomaže u učinkovitoj raspodjeli resursa. ABC analiza je pametna strategija za kategorizaciju i prioritizaciju vašeg inventara na temelju njegove važnosti za vaše e-trgovinsko poslovanje. Podijelivši svoje proizvode u tri kategorije, 'A', 'B' i 'C', možete učinkovito rasporediti svoje resurse.

- **Stavke 'A'** su proizvodi visokog prioriteta koji značajno pridonose vašem prihodu i dobiti. To može uključivati vaše najprodavanije proizvode, artikle s visokom maržom ili jedinstvene ponude koje izdvajaju vašu tvrtku. Obratite dodatnu pozornost na te stavke kako biste osigurali njihovu dostupnost i isplativost.
- **Stavke 'B'** su umjerene važnosti i vrijednosti. Možda nemaju iste visoke profitne marže kao stavke 'A', ali još uvijek igraju ključnu ulogu u vašem poslovanju. To bi mogli biti proizvodi s dosljednom potražnjom i umjerenim maržama.

- **Stavke 'C'** su male važnosti i vrijednosti. Često čine veći dio vašeg inventara, ali manje doprinose vašem prihodu. To može uključivati sporije artikle, proizvode s niskom maržom ili sezonske artikle. Njima možete upravljati s većom fleksibilnošću, održavajući niže razine zaliha ili koristeći narudžbu točno na vrijeme kako biste izbjegli prevelike zalihe.

Primjenom ABC analize možete usmjeriti svoje napore na najkritičnije proizvode, optimizirati razine zaliha za ostale i poboljšati ukupnu učinkovitost u vašim operacijama e-trgovine.

Sigurnosna zaliha: Sigurnosne zalihe djeluju kao sredstvo za zaštitu od neočekivanih skokova potražnje ili prekida opskrbe. Sigurnosne zalihe su poput police osiguranja za vaše e-trgovinsko poslovanje. U svijetu e-trgovine, gdje su očekivanja kupaca za brzim i pouzdanim isporukama visoka, sigurnosne zalihe postaju vrijedna imovina.

Zamislite scenarij u kojem vaš najprodavaniji proizvod iznenada doživljava porast potražnje zbog neočekivane popularnosti ili iznenadne marketinške kampanje. Bez sigurnosnih zaliha, mogli biste imati problema s brzim ispunjavanjem narudžbi, što dovodi do nezadovoljstva kupaca. Sigurnosne zalihe osiguravaju vam dodatni inventar pri ruci kako biste zadovoljili nepredviđene poraste potražnje, održavajući vaše kupce zadovoljnim i održavajući vaš ugled.

S druge strane, sigurnosna zaliha također vas može zaštititi od prekida opskrbnog lanca, poput kašnjenja isporuka ili problema s proizvodnjom od dobavljača. Umjesto da pokušavate pronaći alternativna rješenja, možete se osloniti na svoje sigurnosne zalihe kako biste premostili jaz i održali nesmetan rad.

Just-In-Time (JIT) Inventar: JIT je strategija koja ima za cilj minimizirati razine zaliha naručivanjem ili proizvodnjom proizvoda samo kada su potrebni. To smanjuje troškove prijenosa i smanjuje rizik od prevelikih zaliha. Just-In-Time (JIT) inventar je strategija koja ima za cilj minimizirati razine inventara naručivanjem ili proizvodnjom proizvoda samo kada su potrebni.

Ovaj pristup nudi značajne prednosti poduzetnicima u e-trgovini.

Implementacijom JIT-a možete:

- Smanjiti troškove održavanja: Držanje viška zaliha povezuje vaš kapital u neprodanim proizvodima, a tu su i povezani troškovi kao što su naknade za skladištenje i rizik od zastarjelosti. JIT minimizira te troškove održavajući samo ono što je neophodno.
- Smanjiti rizik od prevelikih zaliha: Prekomjerne zalihe mogu dovesti do financijskih gubitaka i neučinkovitosti. JIT osigurava da održavate razine zaliha koje su u skladu sa stvarnom potražnjom, smanjujući rizik od prevelikih zaliha.
- Povećati učinkovitost: JIT promiče učinkovit promet zaliha, smanjujući otpad i potrebu za velikim skladišnim prostorom. Ova učinkovitost se pretvara u uštedu troškova i pojednostavljeno poslovanje.

U e-trgovini, implementacija JIT-a može dovesti do ekonomičnog upravljanja zalihama, smanjenih financijskih rizika i sveukupno manjeg i učinkovitijeg poslovanja e-trgovine. Posebno je vrijedan za tvrtke koje se bave sezonskom ili promjenjivom potražnjom.

Predviđanje potražnje

Korištenjem povijesnih podataka i uvida u tržište, predviđanje potražnje omogućuje vam točno predviđanje buduće potražnje za vašim proizvodima. To vam pomaže prilagoditi razine zaliha, sprječavajući nestašicu zaliha ili prekomjerne zalihe.



STRATEGIJE SKLADIŠTENJA

Odabir skladišta

Odabir prave vrste skladišta je ključan za vaše poslovanje. Opcije uključuju:

- **Tradicionalna skladišta:** To su standardna skladišta namijenjena skladištenju robe. Često imaju police, police i viličare za učinkovito skladištenje i preuzimanje.
- **Automatizirani centri za isporuku:** Ovi centri koriste naprednu tehnologiju poput robota i transportnih sustava za brzo ispunjavanje narudžbi.
- **Pružatelji logističkih usluga trećih strana (3PL):** Partnerstvo s 3PL pružateljima usluga može vam pomoći da eksternalizirate funkcije skladištenja i isporuke, smanjujući operativne troškove.

Raspored skladišta

Učinkovit dizajn skladišnog rasporeda osigurava optimalnu iskorištenost prostora i nesmetan protok. Razmotrite čimbenike kao što su organizacija prostora, putanje skupljanja i učinkovita rješenja za skladištenje kako biste maksimalno iskoristili potencijal svog skladišta.

Ova detaljna objašnjenja trebala bi novim ženama poduzetnicama omogućiti sveobuhvatno razumijevanje logističkih operacija, upravljanja opskrbnim lancem i vještina potrebnih za postizanje izvrsnosti u ovom kritičnom aspektu e-trgovine.

INTEGRACIJA TEHNOLOGIJE

Softver za inventar

- Softver za upravljanje zalihama može pružiti uvid u vaš inventar u stvarnom vremenu, što dovodi do boljeg donošenja odluka. Razumijevanje načina korištenja ove tehnologije ključno je za uspjeh e-trgovine.

Alati za dostavu

- Istražite alate za dostavu i softver koji automatiziraju procese dostave, generiraju naljepnice, prate pošiljke i pružaju uvide u optimizaciju troškova. Ovi alati mogu pojednostaviti ispunjavanje narudžbi i smanjiti troškove dostave.

Zaključak

Kao novim poduzetnicama u e-trgovini, stjecanje ovih vještina logistike i upravljanja lancem opskrbe ključno je za učinkovito kretanje tereta i besprijekornu integraciju lanca opskrbe. Ovladavanje ovim vještinama ne samo da će poboljšati ukupnu učinkovitost vašeg e-trgovinskog poslovanja, već će također doprinijeti uštedi troškova i poboljšanom zadovoljstvu kupaca, u konačnici utirući put uspješnom poduzetničkom putu u svijetu e-trgovine.

Proizvodnja



ULOGA PROIZVODNJE U OMOGUĆAVANJU STVARANJA, PRILAGODBE I DISTRIBUCIJE PROIZVODA

Faza proizvodnje je ključna faza u životnom ciklusu proizvoda, igra središnju ulogu u omogućavanju stvaranja proizvoda, prilagodbe i distribucije. Bez obzira proizvodite li potrošačku elektroniku, odjeću ili zanatske proizvode, proizvodnja je kamen temeljac koji pretvara sirovine u gotove proizvode spremne za ruke kupaca. U ovom ćemo članku istražiti kako proizvodnja ispunjava ovaj vitalni zadatak.



Stvaranje proizvoda

U svojoj srži, proizvodnja je umjetnost i znanost oživljavanja ideja. To je proces pretvaranja sirovina, komponenti i resursa u opipljive proizvode koji služe svrsi, ispunjavaju potrebu ili zadovoljavaju želju. Tijekom faze stvaranja proizvoda, proizvodnja ispunjava nekoliko ključnih zadataka:

- **Realizacija dizajna:** Proizvodnja preuzima koncepte dizajna i nacрте i transformira ih u fizičke prototipove i na kraju u proizvode masovne proizvodnje. Premošćuje jaz između mašte i stvarnosti.
- **Materijalna transformacija:** Koristi sirovine i komponente, oblikujući ih i sastavljajući prema specifikacijama dizajna. Ovaj korak često uključuje niz zamršenih procesa, od rezanja i oblikovanja do zavarivanja i sastavljanja.
- **Osiguranje kvalitete:** Proizvodnja osigurava da svaki proizvod zadovoljava unaprijed definirane standarde kvalitete. Postupci kontrole kvalitete integrirani su u proizvodni proces kako bi se nedostaci brzo identificirali i otklonili.
- **Skalabilnost:** Proizvođači moraju uzeti u obzir skalabilnost, s ciljem proizvodnje proizvoda u količinama koje zadovoljavaju potražnju na tržištu. To zahtijeva pažljivo planiranje, raspodjelu resursa i optimizaciju proizvodnje.

Prilagodba

Dok masovna proizvodnja služi kao okosnica proizvodnje, moderno proizvodno okruženje prepoznaje važnost prilagođavanja. Mnoge su tvrtke prihvatile ideju ponude personaliziranih ili skrojениh proizvoda kako bi zadovoljile različite preferencije kupaca. Proizvodnja omogućuje prilagodbu na nekoliko načina:

- **Fleksibilni procesi:** Napredne tehnologije proizvodnje omogućuju fleksibilnost u proizvodnji. Prilagodba se može postići promjenom proizvodnih parametara, kao što su dizajn, boja, veličina ili značajke, kako bi se zadovoljili pojedinačni zahtjevi kupaca.
- **Proizvodnja po narudžbi:** Neki proizvođači koriste hibridni pristup, kombinirajući serijsku proizvodnjom po narudžbi. Oni stvaraju varijante proizvoda unutar unaprijed definiranih proizvodnih serija kako bi ponudili izbor potrošačima.
- **Modularni dizajn:** Modularni dizajn proizvoda omogućuje prilagodbu dopuštajući kupcima da odaberu komponente i značajke prema svojim željama. Ovaj pristup prevladava u industrijama poput tehnoloških naprava i automobilske industrije.
- **Izravno do potrošača (D2C):** Proizvođači mogu ponuditi mogućnosti prilagodbe putem prodajnih kanala izravno potrošaču, gdje kupci izravno komuniciraju s proizvođačem kako bi odredili svoje preferencije proizvoda.

Prilagodba ne samo da zadovoljava individualne ukuse, već također povećava angažman i lojalnost kupaca. U eri e-trgovine omogućuje tvrtkama da se istaknu na konkurentnom tržištu.

Distribucija

Proizvodnja je suštinski povezana s distribucijom. Osigurava da su proizvodi proizvedeni i dostupni gdje i kada ih kupci trebaju. Evo kako proizvodnja omogućuje učinkovitu distribuciju:

- **Ekonomija razmjera:** Tehnike masovne proizvodnje u proizvodnji omogućuju troškovno učinkovitu proizvodnju. To se prevodi u konkurentne cijene za potrošače i optimiziranu logistiku za distribuciju.
- **Integracija lanca opskrbe:** Proizvodnja je integrirana u širi opskrbeni lanac, povezujući dobavljače, proizvođače, distributere i trgovce na malo. Ova integracija osigurava nesmetan protok proizvoda od proizvodnih pogona do krajnjih korisnika.
- **Just-In-Time (JIT) Proizvodnja:** JIT proizvodnja usklađuje proizvodnju s potražnjom. Smanjuje potrebu za prekomjernim inventarom, smanjujući troškove skladištenja i pojednostavljajući distribuciju.
- **Globalni doseg:** Proizvodnja omogućuje poduzećima da dosegnu globalna tržišta. Međunarodna proizvodnja i distribucijska mreža olakšavaju dostupnost proizvoda diljem svijeta.

Održivost: Proizvođači sve više uzimaju u obzir održivost u svojim procesima. Ekološki prihvatljive proizvodne prakse smanjuju utjecaj na okoliš, usklađujući se s rastućom potražnjom potrošača za održivim proizvodima.

Zaključno, proizvodnja je poveznica kreativnosti, prilagodbe i distribucije. Udahnjuje život idejama, omogućuje personalizaciju proizvoda i osigurava da ti proizvodi učinkovito dođu do kupaca. Kako tehnologija napreduje, proizvodnja se prilagođava, potičući inovacije i napredak u svijetu trgovine. U doba e-trgovine, gdje su praktičnost i izbor najvažniji, proizvodnja ostaje kamen temeljac poslovnog uspjeha.



PROIZVODNI PROCESI I NJIHOVE VRSTE

Vrste proizvodnih procesa: U ovom dijelu polaznici će steći dubinsko razumijevanje različitih proizvodnih procesa. Istražit ćemo metode "izrada po narudžbi", "izrada na zalihama", "serijska proizvodnja" i druge metode. Studije slučaja iz stvarnog svijeta pokazat će kada je koja metoda najprikladnija za tvrtke e-trgovine.

Istražimo detaljno različite vrste proizvodnih procesa:



1. Make-to-Order (MTO):

Definicija: Proizvodnja po narudžbi je proizvodni pristup gdje se proizvodi proizvode samo kada kupac naruči. Svaki artikl je prilagođen prema specifikacijama kupca.

Karakteristike:

- Proizvodi su visoko prilagođeni kako bi zadovoljili individualne zahtjeve kupaca.
- Niži troškovi inventara unaprijed jer se artikli ne proizvode dok se ne naruče.
- Dulje vrijeme isporuke zbog početka proizvodnje nakon primitka narudžbe.
- Prikladno za tvrtke koje nude personalizirane ili jedinstvene proizvode.

2. Make-to-Stock (MTS):

Definicija: Proizvodnja na zalihama uključuje proizvodnju robe u očekivanju buduće potražnje. Artikli se proizvode i skladište u skladištima prije nego što se zaprime narudžbe kupaca.

Karakteristike:

- Proizvodi se proizvode u velikim količinama kako bi se zadovoljila očekivana potražnja.
- Kraća vremena isporuke za kupce jer su proizvodi lako dostupni.
- Rizik od viška zaliha ako je potražnja precijenjena.
- Prikladno za proizvode s dosljednom i predvidljivom potražnjom, kao što je roba svakodnevnog potrošnje.

3. Serijska proizvodnja:

Definicija: Serijska proizvodnja uključuje proizvodnju određene količine predmeta u isto vrijeme. Proizvodi unutar serije su identični, a proces proizvodnje se ponavlja za svaku seriju.

Karakteristike:

- Povećanje učinkovitosti kroz ekonomiju razmjera unutar svake serije.
- Fleksibilnost prebacivanja između proizvoda ili prilagodbi između serija.
- Nešto duže vrijeme isporuke u usporedbi s MTS-om zbog šaržiranja.
- Prikladno za tvrtke s umjerenim fluktuacijama potražnje i raznolikim linijama proizvoda.

4. Kontinuirana proizvodnja (Proizvodnja u toku):

Definicija: Kontinuirana proizvodnja je metoda gdje se roba proizvodi kontinuirano bez prekida. Često se koristi u industrijama s velikom potražnjom za standardiziranim proizvodima.

Karakteristike:

- Dosljedan i ujednačen tijek proizvodnje s minimalnim zastojsima.
- Visoke stope proizvodnje i učinkovitosti.
- Ograničena fleksibilnost za prilagodbe ili česte promjene proizvoda.
- Prikladno za proizvode s velikom potražnjom i minimalnom varijabilnošću.

5. Samostalna proizvodnja:

Definicija: Samostalna proizvodnja uključuje jednokratnu proizvodnju prilagođenih ili jedinstvenih proizvoda. Svaka narudžba predstavlja jedinstveni posao, a proizvodni proces prilagođen je specifičnim zahtjevima svakog posla.

Karakteristike:

- Visoko prilagođeni proizvodi za ispunjavanje specifičnih potreba kupaca.
- Dulje vrijeme isporuke zbog jedinstvene prirode svakog posla.
- Veća fleksibilnost za rukovanje širokom paletom proizvoda.
- Prikladno za tvrtke specijalizirane za specijaliziranu proizvodnju ili proizvodnju po narudžbi.

6. Stanična proizvodnja:

Definicija: Stanična proizvodnja organizira proizvodnju u samostalne radne ćelije, od kojih je svaka odgovorna za određenu skupinu proizvoda. Ovaj pristup poboljšava učinkovitost i smanjuje rukovanje materijalom.

Karakteristike:

- Učinkovito korištenje resursa unutar svake ćelije.
- Pojednostavljen tijek rada sa smanjenim udaljenostima putovanja.
- Fleksibilnost prilagodbe ćelija za različite obitelji proizvoda.
- Prikladno za tvrtke koje žele minimizirati otpad i poboljšati protok u proizvodnim procesima.

7. Lean Proizvodnja:

Definicija: Lean proizvodnja usmjerena je na minimiziranje otpada (npr. prekomjerna proizvodnja, višak zaliha, nedostaci) uz maksimiziranje učinkovitosti. Često kombinira elemente različitih proizvodnih metoda za postizanje tih ciljeva.

Karakteristike:

- Stalno poboljšanje i smanjenje otpada.
- Fleksibilnost prilagodbe promjenjivoj potražnji i potrebama kupaca.
- Naglasak na kontroli kvalitete i uključenosti zaposlenika.
- Prikladno za tvrtke koje žele optimizirati procese i smanjiti troškove.



Svaki od ovih proizvodnih procesa ima svoje prednosti i prikladan je za različite poslovne kontekste i industrije. Izbor najprikladnijeg procesa ovisi o čimbenicima kao što su vrsta proizvoda, varijabilnost potražnje, obujam proizvodnje i zahtjevi za prilagodbu. Uspješne tvrtke često koriste kombinaciju ovih procesa kako bi zadovoljile svoje različite potrebe.

Prilagodba i učinkovitost: Sudionici će naučiti kako različiti proizvodni procesi utječu na prilagodbu proizvoda, učinkovitost proizvodnje i odgovor na zahtjeve tržišta.

Prilagodba i učinkovitost u proizvodnji

U današnjem dinamičnom poslovnom okruženju, postizanje savršene ravnoteže između prilagodbe proizvoda i učinkovitosti proizvodnje ogroman je izazov. Proizvođači moraju zadovoljiti raznolike potrebe kupaca koji sve više traže personalizirane proizvode, istovremeno osiguravajući da proizvodni proces ostane ekonomičan i pojednostavljen. U ovom članku istražujemo kako različiti proizvodni procesi utječu na prilagodbu proizvoda, učinkovitost proizvodnje i sposobnost odgovora na zahtjeve tržišta.

Era personalizacije

Pojava e-trgovine i mijenjanje preferencija potrošača otvorili su eru u kojoj rješenja koja odgovaraju svima više nisu dovoljna. Kupci sada mogu prilagoditi proizvode svojim jedinstvenim ukusima, preferencijama i zahtjevima. Ova promjena je izvršila ogroman pritisak na proizvođače da se prilagode i prihvate prilagodbu.

Fleksibilni procesi:

Proizvođači koji koriste fleksibilne procese proizvodnje mogu lako udovoljiti zahtjevima za prilagodbu. Ovi procesi omogućuju prilagodbe u dizajnu, značajkama i specifikacijama bez većih smetnji u proizvodnoj liniji. Ova agilnost omogućuje stvaranje jedinstvenih, personaliziranih proizvoda.

Masovna prilagodba:

Koncept masovne prilagodbe kombinira najbolje od oba svijeta. Iskorištava ekonomiju razmjera iz masovne proizvodnje dok potrošačima nudi mogućnosti prilagodbe. Na primjer, proizvođač pametnog telefona može proizvesti standardizirani model, ali dopustiti kupcima odabir boja, kapaciteta pohrane i značajki kamere.

- **Modularni dizajn:**

Modularni dizajn proizvoda još je jedan pristup prilagodbi. Proizvodi se sastoje od izmjenjivih komponenti, što korisnicima olakšava nadogradnju ili personalizaciju njihovih predmeta. Ovaj pristup prevladava u industrijama kao što su potrošačka elektronika i automobilska industrija.



KOMPONENTE UČINKOVITOG PROIZVODNOG SUSTAVA

Komponente učinkovitog proizvodnog sustava za žene poduzetnice:

Strojevi: Pokretanje proizvodnje

U svijetu proizvodnje, strojevi su srce procesa. To je kao magija iza pretvaranja sirovina u gotove proizvode. Zamislite svijet u kojem se zamršeni zadaci izvode s preciznošću, a proizvodi se oblikuju i sastavljaju s izuzetnom točnošću. Ovdje u igru dolaze razne vrste strojeva.

- **Vrste strojeva:** U modernoj proizvodnji naići ćete na fascinantan niz strojeva, od kojih je svaki dizajniran za specifične zadatke. Od automatiziranih robota koji mogu obavljati zadatke koji se ponavljaju nevjerojatnom brzinom i preciznošću do specijalizirane opreme prilagođene raznim industrijama, strojevi su pokretačka snaga proizvodnje.
- **Automatizacija:** Zamislite strojeve koji rade u harmoniji, neumorno obavljajući zadatke koji se ponavljaju. Automatizacija je promjena u proizvodnji. To znači da zadatke koji su nekoć zahtijevali ljudski rad sada mogu obavljati strojevi, što dovodi do povećane učinkovitosti i smanjenog ljudskog napora.

Radna snaga: vješte ruke koje vode strojeve

Iako su strojevi ključni, ključno je zapamtiti da iza svakog učinkovitog stroja stoje vješte ruke koje osiguravaju da stvari teku glatko. Ljudski element u proizvodnji je neprocjenjiv.

- **Kvalificirana radna snaga:** Kvalificirani radnici su pojedinci koji upravljaju i održavaju strojeve. Njihova stručnost osigurava da strojevi rade optimalno, proizvodeći proizvode visoke kvalitete. Ovi su profesionalci poput dirigenta orkestra koji upravljaju strojevima kako bi stvorili učinkovite simfonije.
- **Obuka i znanje:** Za žene poduzetnice koje razmišljaju o proizvodnji, ulaganje u educiranu radnu snagu je ključno. Dobro obučeni tim može otključati puni potencijal vaših strojeva, potaknuti produktivnost i kvalitetu proizvoda. Programi obuke i stalni razvoj vještina ključni su za uspjeh.



Materijali i integracija opskrbnog lanca: sastavni dijelovi proizvodnje

Materijali su sirovi građevni blokovi proizvodnje. Ne radi se samo o tome što izrađujete, već i o tome s čime to izrađujete. Štoviše, besprijekorna integracija s opskrbnim lancem osigurava stabilan protok materijala kako bi proizvodnja tekla glatko.

- **Izvor materijala:** Presudno je razumjeti odakle dolaze vaši materijali. Dobavljanje materijala na održiv i odgovoran način nije dobro samo za poslovanje nego i za okoliš. To je kao da birate najbolje sastojke za recept; kvaliteta je važna.
- **Integracija lanca opskrbe:** Zamislite svoj lanac opskrbe kao dobro koreografirani ples. Uključuje dobavljače, proizvođače, distributere i trgovce koji rade u harmoniji kako bi osigurali dostupnost materijala kada je potrebno. Integracija usmjerava protok materijala, smanjujući kašnjenja i uska grla.



Tehnologija i automatizacija: budućnost proizvodnje

Proizvodni krajolik neprestano se razvija, a tehnologija je na čelu te transformacije. Ne radi se samo o strojevima; radi se o pametnim strojevima.

- **IoT (Internet of Things):** Zamislite strojeve koji mogu međusobno komunicirati, dijeliti informacije i samostalno donositi odluke. IoT tehnologija povezuje uređaje i senzore, omogućujući analizu i optimizaciju podataka u stvarnom vremenu. To je kao da imate oči i uši posvuda u proizvodnom procesu.
- **AI (Artificial Intelligence):** AI je mozak koji stoji iza moderne proizvodnje. Može analizirati ogromne količine podataka, predvidjeti potrebe za održavanjem strojeva, pa čak i optimizirati rasporede proizvodnje. AI je kao da imate briljantnog stratega koji vodi vaše proizvodne operacije, čineći ih učinkovitijima i isplativijima.

Zaključno, razumijevanje komponenti učinkovitog proizvodnog sustava je poput otkrivanja tajni iza dobro podmazanog stroja. Riječ je o savršenoj sinergiji između strojeva, kvalificirane radne snage, materijala i tehnologije. Kao žene poduzetnice u proizvodnji, prihvaćanje ovih komponenti osnažit će vas da stvorite učinkovite, održive i vrhunske proizvodne procese koji pokreću uspjeh vašeg poslovanja.

UTJECAJ PROIZVODNJE NA LANAC OPSKRBE E-TRGOVINE

Vitalna uloga proizvodnje u lancu opskrbe e-trgovine

U svijetu e-trgovine, opskrbeni lanac je okosnica koja osigurava da proizvodi stignu do kupaca učinkovito i na vrijeme. Međutim, u središtu ove zamršene mreže procesa stoji proizvodnja, ključni igrač koji upravlja proizvodnjom robe od sirovina do gotovih proizvoda. U ovoj lekciji istražiti ćemo duboki utjecaj proizvodnje na opskrbeni lanac e-trgovine i zašto je ona ključna za poslovni uspjeh.

Lanac opskrbe e-trgovine: složeno putovanje

Da bismo razumjeli ulogu proizvodnje u opskrbenom lancu e-trgovine, krenimo na putovanje koje obuhvaća svaku fazu, od nabave sirovina do isporuke proizvoda krajnjim kupcima. Ovaj sveobuhvatni pogled je bitan za žene poduzetnice u e-trgovini:

- **Nabava sirovina:** Sve počinje odgovornom i održivom nabavom sirovina. Proizvođači moraju osigurati stalnu opskrbu kvalitetnim materijalima, poput kuhara koji odabire najbolje sastojke za gurmansko jelo.
- **Proizvodnja:** Kao što smo istražili u prethodnim lekcijama, proizvodnja pretvara te materijale u gotove proizvode. Ova faza uključuje sve, od strojeva do rada, materijala i tehnologije. Zamislite to kao kreativnu kuhinju u kojoj proizvodi poprimaju oblik.
- **Distribucija i logistika:** Kada su proizvodi proizvedeni, potrebno ih je učinkovito distribuirati. To uključuje odluke o skladištenju, transportu i ispunjavanju narudžbi. Zamislite to kao rute i vozila koja dostavljaju vaše proizvode željnim kupcima.
- **Platforme za e-trgovinu:** tvrtke za e-trgovinu oslanjaju se na digitalne platforme za izlaganje svojih proizvoda i primanje narudžbi kupaca. To je virtualni izlog gdje kupci pregledavaju i naručuju.
- **Iskustvo kupca:** Naposljetku, proizvodi se isporučuju na kućni prag kupaca, čime se završava putovanje opskrbenog lanca. Ovdje se događa čarolija – trenutak kada kupci raspakiraju svoje narudžbe i dožive radost svoje kupnje.



Uloga proizvodnje: dirigent lanca opskrbe

Proizvodnja služi kao dirigent ovog razrađenog orkestra opskrbnog lanca. Ne radi se samo o stvaranju proizvoda; radi se o preciznom i učinkovitom orkestriranju cijelog procesa:

- **Lean proizvodnja:** Ne može se precijeniti važnost vitke proizvodnje. Lean principi usmjereni su na uklanjanje otpada i optimizaciju proizvodnih procesa. Zamislite to kao dirigentsku palicu, koja osigurava harmoniju svih svirača, smanjuje neučinkovitost i smanjuje troškove.
- **Just-in-Time (JIT) Production:** JIT je poput savršeno tempiranih glazbenih nota u skladbi. Usklađuje proizvodnju s potražnjom, smanjujući višak zaliha i troškove skladištenja, a istovremeno osigurava da su proizvodi dostupni kada su potrebni.
- **Kontrola kvalitete:** Kontrola kvalitete u proizvodnji slična je održavanju najviših standarda glazbene izvedbe. Osigurava da svaki proizvod zadovoljava unaprijed definirane kriterije kvalitete, povećavajući zadovoljstvo i lojalnost kupaca.

Upravljanje zalihama i zadovoljstvo kupaca

Učinkovitost proizvodnje postignuta vitkom proizvodnjom i JIT praksama izravno utječe na upravljanje zalihama, a to zauzvrat utječe na zadovoljstvo kupaca. Evo kako:

- **Optimalne razine zaliha:** Održavanje prave količine zaliha je poput pronalaženja pravog ritma u glazbenom komadu. Prekomjerne zalihe povezuju kapital i skladišni prostor, dok nedostatne zalihe vode do nestašice i nezadovoljnih kupaca. Odluke o proizvodnji izravno utječu na razine zaliha, uspostavljajući ravnotežu između dostupnosti i isplativosti.
- **Ispunjavanje očekivanja kupaca:** Korisnici e-trgovine imaju visoka očekivanja. Žele da se proizvodi dostave brzo i bez kašnjenja. Učinkovitost proizvodnje osigurava da su proizvodi spremni za isporuku kada se narudžbe postave, ispunjavajući očekivanja kupaca i povećavajući zadovoljstvo.



Strategije za planiranje i kontrolu proizvodnih operacija

1. Predviđanje potražnje i planiranje proizvodnje
2. Tehnike upravljanja zalihama
3. Načela vitke proizvodnje za e-trgovinu
4. Kontrola i osiguranje kvalitete u proizvodnji

Strategije za učinkovite proizvodne operacije: Nacrt za uspjeh

U svijetu proizvodnje, sposobnost učinkovitog planiranja i kontrole operacija slična je upravljanju brodom kroz izazovne vode. Za žene poduzetnice u e-trgovini, razumijevanje strategija koje podupiru ovaj proces ključno je za poslovni uspjeh. U ovoj lekciji ćemo istražiti bitne elemente planiranja i kontrole proizvodnih operacija.

Predviđanje potražnje i planiranje proizvodnje: Navigacija valovima potražnje kupaca

Predviđanje potražnje: zamislite vještog kapetana koji može precizno predvidjeti nadolazeće oluje. Predviđanje potražnje je umijeće točnog predviđanja potražnje kupaca. Analizirajući povijesne podatke, tržišne trendove i ponašanje kupaca, proizvođači mogu predvidjeti potražnju za njihovim proizvodima.



Predviđanje potražnje ključna je vještina za poslovni uspjeh, posebno u e-trgovini. Postoje različiti načini učenja predviđanja potražnje, putem interneta i drugim metodama. Evo nekoliko primjera:

Online tečajevi i tutoriali:

Web stranice kao što su Coursera, edX, Udemy i LinkedIn Learning nude širok raspon online tečajeva o predviđanju potražnje. Ovi tečajevi često uključuju videopredavanja, kvizove, zadatke i certifikate po završetku.

Potražite tečajeve kao što su "Uvod u predviđanje potražnje", "Napredne tehnike predviđanja potražnje" ili tečajeve koji se odnose na specifične alate i softver koji se koriste za predviđanje potražnje.

YouTube i obrazovni kanali:

YouTube je vrijedan izvor besplatnog obrazovnog sadržaja. Mnogi edukatori i organizacije postavljaju vodiče i predavanja o predviđanju potražnje. Možete pronaći vodiče korak po korak i objašnjenja metoda predviđanja.

Kanali poput "Data School", "StatQuest with Josh Starmer" i "Analytics University" često pokrivaju teme predviđanja potražnje.

Online forumi i zajednice:

Pridruživanje online zajednicama i forumima koji se odnose na predviđanje potražnje može pružiti vrijedne uvide i rasprave u stvarnom svijetu. Web stranice kao što su LinkedIn Groups, Redditov r/SupplyChain i specijalizirani forumi za predviđanje omogućuju vam interakciju sa stručnjacima i praktičarima.

Knjige i E-knjige:

Postoje brojne knjige posvećene predviđanju potražnje. Potražite naslove poput "Načela predviđanja" J. Scotta Armstronga i "Predviđanje potražnje za menadžere" Enrica Braccija.

E-knjige su također široko dostupne putem platformi kao što su Amazon Kindle i Google Books.

Sveučilišni ili fakultetski tečajevi:

Mnoga sveučilišta i koledži nude online tečajeve i diplome iz upravljanja opskrbnim lancem, koji često pokrivaju predviđanje potražnje kao dio nastavnog plana i programa. Možete se upisati na te tečajeve kao student ili pristupiti materijalima tečaja kao student koji ne želi diplomu.

Online webinar i radionice:

Obratite pozornost na webinare i radionice koje organiziraju organizacije, industrijska udruženja i pružatelji softvera. Ti se događaji često fokusiraju na praktične aspekte predviđanja potražnje i mogu sadržavati studije slučaja i demonstracije.



Massive Open Online tečajevi (MOOCs):

Neka vrhunska sveučilišta nude besplatne Massive Open Online tečajeve (MOOC) na platformama kao što su Coursera i edX. Ovi tečajevi mogu pružiti strukturirano i sveobuhvatno iskustvo učenja.

Strukovne udruge:

Razmislite o pridruživanju profesionalnim udrugama vezanim uz lanac opskrbe i predviđanje potražnje. Ove udruge često nude resurse, webinare i mogućnosti umrežavanja za članove.

Programska obuka:

Ako planirate koristiti specifične softverske alate za predviđanje potražnje, potražite online resurse za obuku koje nude softverske tvrtke. Mogu ponuditi upute, dokumentaciju i forume za podršku.

Praktično iskustvo:

Učenje kroz rad često je najučinkovitija metoda. Pokušajte primijeniti koncepte predviđanja potražnje na vlastitu tvrtku ili hipotetski scenarij. Eksperimentirajte s različitim metodama i učite iz svojih opažanja i pogrešaka.

Planiranje proizvodnje: s predviđanjima potražnje u rukama, proizvođači stvaraju plan proizvodnje. Zamislite ovo kao crtanje kursa za brod.

To uključuje odlučivanje koliko će se proizvoditi, kada će se to proizvoditi i u kojim količinama. Ovaj proces planiranja osigurava usklađenost proizvodnje s očekivanom potražnjom.

Tehnike upravljanja zalihama: balansiranje ponude i potražnje

- 1. ABC analiza:** baš kao što mornar organizira osnovne zalihe na brodu, tvrtke koriste ABC analizu za kategorizaciju zaliha. Stavke "A" su najvrjednije, stavke "B" su srednje vrijednosti, a stavke "C" su najmanje vrijedne. Ova kategorizacija pomaže u određivanju prioriteta u upravljanju zalihama.
- 2. Just-In-Time (JIT) Inventar:** Zamislite brod s minimalnim viškom tereta. JIT zalihe koncept je održavanja minimalnih razina zaliha radi smanjenja troškova skladištenja i otpada. Osigurava da se proizvodi i isporučuju točno kada su potrebni, smanjujući višak zaliha.





Načela lean proizvodnje za e-trgovinu: Jedrenje prema učinkovitosti

- **Mapiranje toka vrijednosti:** Zamislite mapiranje toka vrijednosti kao crtanje najučinkovitije rute za vaš brod. Ova tehnika pomaže identificirati i eliminirati rasipne aktivnosti u procesu proizvodnje, poboljšavajući ukupnu učinkovitost.
- **Kanban:** Kanban je poput vizualnog navigacijskog sustava za proizvodnju. Koristi signale, često u obliku kartica ili digitalnih sustava, za kontrolu protoka materijala i proizvodnje. To osigurava da se rad pokreće samo kada postoji potražnja, čime se smanjuje prekomjerna proizvodnja.
- **Kontinuirano poboljšanje:** baš kao što se vješt mornar prilagođava promjenjivim vremenskim uvjetima, vitka proizvodnja potiče kontinuirano poboljšanje. To je stalan proces prepoznavanja i rješavanja neučinkovitosti, što rezultira jednostavnijim radom.

Kontrola i osiguranje kvalitete u proizvodnji: plovidba s povjerenjem

- **Six Sigma:** Six Sigma je poput kompasa za kvalitetu. To je metodologija koja se temelji na podacima usmjerena na smanjenje nedostataka i varijacija u proizvodnim procesima. Pridržavajući se načela Six Sigma, proizvođači mogu dosljedno isporučivati proizvode visoke kvalitete.

- **Potpuno upravljanje kvalitetom (TQM):** TQM je predanost postizanju izvrsnosti kvalitete na svakoj razini organizacije. To uključuje kulturu stalnog poboljšanja, uključenost zaposlenika i usmjerenost na kupca. TQM osigurava da je cijeli proces proizvodnje usmjeren prema proizvodnji visokokvalitetnih proizvoda.

Integracija lanca opskrbe u proizvodnji

- Važnost besprijekornog opskrbnog lanca
- Suradnja s dobavljačima i distributerima
- Implementacija proizvodnje točno na vrijeme (JIT).
- Upravljanje globalnim opskrbnim lancima u e-trgovini

Integracija lanca opskrbe u proizvodnji: ključ uspjeha u e-trgovini

U svijetu proizvodnje, posebno u dinamičnom krajoliku e-trgovine, integracija opskrbnog lanca je okosnica koja sve drži na okupu. Za žene poduzetnice koje se upuštaju u e-trgovinu najvažnije je razumijevanje važnosti besprijekornog opskrbnog lanca, suradnje s dobavljačima i distributerima, implementacije proizvodnje točno na vrijeme (JIT) i upravljanja globalnim opskrbnim lancima. U ovoj lekciji istražiti ćemo ove ključne aspekte integracije opskrbnog lanca.

Važnost besprijekornog lanca opskrbe

Zamislite dobro orkestriranu simfoniju u kojoj svi instrumenti sviraju u harmoniji. Besprijekorni opskrbeni lanac sličan je ovom skladnom ansamblu, osiguravajući da se proizvodi kreću od koncepta do kupca s preciznošću i učinkovitošću:

- **Učinkovitost i isplativost:** Pojednostavljen lanac opskrbe minimizira kašnjenja, smanjuje otpad i optimizira raspodjelu resursa. To znači niže operativne troškove i povećanu učinkovitost.
- **Zadovoljstvo kupaca:** Kupci u eri e-trgovine imaju velika očekivanja. Žele da se proizvodi isporučuju brzo i bez zastoja. Dobro integriran opskrbeni lanac osigurava isporuku na vrijeme, povećavajući zadovoljstvo kupaca.
- **Prilagodljivost tržišnim promjenama:** Fleksibilan opskrbeni lanac može se brzo prilagoditi promjenjivim tržišnim zahtjevima i trendovima. Bilo da se radi o povećanju proizvodnje ili diverzifikaciji ponude proizvoda, integracija omogućuje brze odgovore.

Suradnja s dobavljačima i distributerima: Snaga partnerstva

U svijetu proizvodnje, suradnja je tajni umak koji čini da sve funkcionira besprijekorno. Izgradnja čvrstih odnosa s dobavljačima i distributerima ključna je:

- **Suradnja s dobavljačima:** Dobavljači osiguravaju sirovine i komponente potrebne za proizvodnju. Odnosi suradnje s dobavljačima osiguravaju stalnu i pouzdanu opskrbu ovim ključnim inputima.
- **Suradnja s distributerima:** Distributeri su most između proizvođača i kupaca. Učinkovita suradnja s distributerima osigurava isporuku proizvoda na prava mjesta u pravo vrijeme.
- **Razmjena informacija:** Transparentna komunikacija i razmjena informacija s partnerima u opskrbnom lancu dovode do bolje koordinacije, smanjenog vremena isporuke i poboljšanog donošenja odluka.



Implementacija Just-in-Time (JIT) proizvodnje: Učinkovitost kroz preciznost

JIT proizvodnja je poput fino ugođenog instrumenta u orkestru opskrbnog lanca. Uključuje proizvodnju robe samo prema potrebi, smanjenje viška zaliha i minimiziranje otpada:

- **Smanjenje otpada:** JIT minimizira prekomjernu proizvodnju, višak zaliha i troškove skladištenja. Radi se o proizvodnji točno onoga što je potrebno kada je potrebno.
- **Optimiziranje resursa:** JIT proizvodnja optimizira korištenje resursa, od rada do materijala, usklađivanjem proizvodnje sa zahtjevima kupaca.
- **Kontinuirano poboljšanje:** JIT nije jednokratna implementacija; to je filozofija stalnog poboljšanja. Potiče prepoznavanje i rješavanje neučinkovitosti u stvarnom vremenu.

Upravljanje globalnim lancima opskrbe u e-trgovini: Navigacija novim horizontima

U današnjem globaliziranom svijetu, tvrtke e-trgovine često nabavljaju materijale i prodaju proizvode u inozemstvu. Upravljanje globalnim opskrbnim lancima zahtijeva različite vještine:

- **Globalna nabava:** nabava materijala iz različitih zemalja može dovesti do uštede troškova i pristupa jedinstvenim resursima. Međutim, to također uključuje razumijevanje međunarodnih trgovinskih propisa i logistike.
- **Logistika i transport:** Međunarodna logistika uključuje koordinaciju kretanja robe preko granica. Razumijevanje carinskih procedura, tarifa i različitih načina prijevoza je ključno.
- **Upravljanje rizikom:** Globalni opskrbni lanci mogu biti osjetljivi na poremećaje kao što su prirodne katastrofe, politička nestabilnost i trgovinski sporovi. Učinkovite strategije upravljanja rizikom su ključne.



Održivost okoliša u proizvodnji

1. Održive proizvodne prakse
2. Ekološki prihvatljiva ambalaža i materijali
3. Smanjenje otpada i potrošnje energije
4. Društvena odgovornost u proizvodnji

Održivost okoliša u proizvodnji: Put do odgovornog poslovanja

U svijetu proizvodnje koji se stalno razvija, koncept ekološke održivosti je postao istaknutiji. Za žene poduzetnice u svijetu e-trgovine, razumijevanje i prihvaćanje održivih proizvodnih praksi, ekološki prihvatljivih pakiranja i materijala, smanjenja otpada i društvene odgovornosti nisu samo etički imperativi, već i zdrave poslovne strategije. U ovoj lekciji ćemo se pozabaviti ovim kritičnim aspektima ekološke održivosti u proizvodnji.

Prakse održive proizvodnje: Stvaranje zelenije budućnosti

Održive proizvodne prakse poput kompasa vode tvrtke prema odgovornim i ekološki osviještenim metodama proizvodnje:

- **Učinkovitost resursa:** Zamislite proizvodni proces u kojem se svaki resurs koristi mudro i učinkovito. Održiva proizvodnja ima za cilj minimizirati potrošnju resursa, bilo da se radi o vodi, energiji ili sirovinama.

- **Smanjenje otpada:** U postavkama održive proizvodnje, otpad se smanjuje praksama poput recikliranja i ponovne upotrebe materijala. Smanjenje otpada ne samo da koristi okolišu, već također smanjuje troškove zbrinjavanja.
- **Obnovljiva energija:** Održivi proizvođači često prelaze na obnovljive izvore energije, poput solarne energije ili energije vjetra, kako bi smanjili svoj ugljični otisak i oslanjanje na fosilna goriva.

Ekološki prihvatljiva ambalaža i materijali: Zeleniji paket za proizvode

Ambalaža igra vitalnu ulogu u e-trgovini, a odabir ekološki prihvatljivih opcija može napraviti značajnu razliku:

- **Biorazgradivo pakiranje:** Biorazgradivi materijali za pakiranje prirodno se razgrađuju, smanjujući utjecaj na okoliš. Uključuju opcije poput papira, kartona i bioplastike.
- **Materijali koji se mogu reciklirati:** Materijali za pakiranje koji se lako mogu reciklirati doprinose kružnom gospodarstvu, gdje se materijali ponovno koriste, smanjujući potrebu za novim resursima.
- **Smanjenje viška ambalaže:** Minimalistički dizajn ambalaže ne samo da smanjuje otpad, već također može poboljšati korisničko iskustvo i smanjiti troškove dostave.



Smanjenje otpada i energetska učinkovitost u srži su održive proizvodnje:

- **Načela Lean proizvodnje:** Lean principi, kao što je objašnjeno u prethodnim lekcijama, naglašavaju smanjenje otpada. Implementacijom vitke proizvodnje, poduzeća mogu smanjiti otpad, optimizirati procese i smanjiti potrošnju energije.
- **Energetski učinkovite tehnologije:** Ulaganje u energetske učinkovite opremu i tehnologiju može značajno smanjiti potrošnju energije u proizvodnim operacijama.
- **Recikliranje i ponovna uporaba:** uključivanje praksi recikliranja i ponovne uporabe u proizvodni proces osigurava da se materijali koriste učinkovito i da se otpad svede na minimum.

Društvena odgovornost u proizvodnji: Holistički pristup

Društvena odgovornost u proizvodnji nadilazi brigu o okolišu i proteže se na dobrobit zaposlenika i zajednica:

- **Etičke radne prakse:** Pošten odnos prema zaposlenicima i osiguravanje sigurnih radnih uvjeta bitne su komponente društvene odgovornosti.
- **Angažman u zajednici:** Angažman u lokalnim zajednicama i podržavanje društvenih inicijativa može izgraditi snažne odnose i pozitivno doprinijeti društvu.
- **Etika lanca opskrbe:** Osiguravanje da se dobavljači pridržavaju etičkih standarda i poštene radne prakse dio je odgovorne proizvodnje.

Dostava



Dostava je okosnica e-trgovine, motor koji pokreće proizvode iz vaše tvrtke do vaših kupaca. Kao ženama poduzetnicama, ključno je razumijevanje zamršenosti broderske industrije, od načina prijevoza do skladištenja i upravljanja zalihama. U ovoj lekciji ćemo istražiti svijet dostave, opremiti vas znanjem za snalaženje u tim kritičnim aspektima vašeg poslovanja e-trgovine.

PREGLED NAČINA DOSTAVE

Razumijevanje krajolika dostave

Dostava je proces premještanja robe s jednog mjesta na drugo, a obuhvaća različite načine i metode. Ova lekcija predstavlja uvod u osnove:

- **Ključni igrači:** U pomorskoj industriji naići ćete na ključne igrače kao što su prijevoznici, špediteri i brokeri, od kojih svaki igra ključnu ulogu u transportnom procesu.
- **Uvjeti dostave:** Upoznajte se s uvjetima dostave kao što su FOB (Free On Board) i Incoterms, koji definiraju odgovornosti i troškove povezane s dostavom. Razumijevanje uvjeta otpreme kao što su FOB (Free On Board) i Incoterms presudno je za učinkovito upravljanje odgovornostima i troškovima otpreme u vašem e-trgovinskom poslovanju. Istražimo ove pojmove detaljnije:

FOB (Free On Board)

FOB je izraz za otpremu koji se koristi za određivanje točke u kojoj rizik i odgovornost za robu prelaze s prodavatelja na kupca tijekom međunarodnih pošiljaka. Prvenstveno je povezan s preoceanskim teretom i obično se koristi u međunarodnim trgovinskim transakcijama.

Ključni aspekti FOB-a:

1. **FOB polazište u odnosu na FOB odredište:** Postoje dvije varijante FOB-a - "FOB polazište" i "FOB odredište".
 - **FOB porijeklo:** To znači da se rizik i odgovornost prenose s prodavatelja na kupca na lokaciji prodavatelja, obično u tvornici ili skladištu prodavatelja. Kupac je odgovoran za sve troškove dostave i rizike od tog trenutka nadalje.
 - **FOB Odredište:** U ovom slučaju, prijenos rizika i odgovornosti događa se kada roba stigne do odredišta kupca. Prodavatelj je odgovoran za troškove dostave dok roba ne stigne na odredište.



Troškovi i odgovornosti: Ključna razlika u uvjetima FOB-a je određivanje tko je odgovoran za plaćanje troškova otpreme i snosi rizik oštećenja ili gubitka tijekom prijevoza.

- Odgovornost prodavatelja (FOB porijeklo): Prodavatelj je odgovoran za troškove nastale do trenutka otpreme. Oni su odgovorni za utovar robe na nosač, plaćanje prijevoza i osiguravanje pravilnog pakiranja robe za siguran prijevoz. Nakon što je roba u prijevozniku, kupac preuzima odgovornost.
- Odgovornost kupca (FOB odredište): U tom slučaju, prodavatelj je odgovoran za sve troškove i rizike dok roba ne stigne na odredište kupca. Prodavatelj organizira otpremu i snosi troškove vezane uz prijevoz i dostavu do mjesta kupca.
- Korištenje FOB uvjeta: Izrazi FOB često se koriste u kombinaciji s određenom lokacijom, kao što je "FOB Šangaj" ili "FOB New York", kako bi se označila točna točka prijenosa. Neophodno je jasno navesti odabrane FOB uvjete u svom kupoprodajnom ugovoru kako biste izbjegli nesporazume.

Incoterms (međunarodni trgovački uvjeti)

Incoterms su skup standardiziranih međunarodnih trgovinskih uvjeta koje je objavila Međunarodna trgovačka komora (ICC). Ovi uvjeti definiraju uloge, odgovornosti i troškove povezane s isporukom robe u međunarodnim trgovinskim transakcijama. Incoterms se koriste diljem svijeta kako bi se osigurala jasnoća i dosljednost u međunarodnim ugovorima.

Ključni aspekti Incotermsa:

- **Standardizacija:** Incoterms pružaju zajednički jezik za međunarodnu trgovinu određujući tko je odgovoran za različite aspekte pošiljke, uključujući prijevoz, osiguranje i carinjenje.
- **Uloge i odgovornosti:** Incoterms definiraju uloge kupca i prodavatelja u različitim fazama otpreme, od točke podrijetla do odredišta. Oni određuju tko je odgovoran za organiziranje prijevoza, osiguranja i carinskih postupaka.
- **Prijenos rizika:** Incoterms također određuju kada rizik od gubitka ili oštećenja robe prelazi s prodavatelja na kupca. Razumijevanje ove prijenosne točke ključno je za određivanje kada kupac treba osigurati osiguranje.
- **Raspodjela troškova:** Incoterms opisuje koja je strana odgovorna za pokrivanje specifičnih troškova, kao što su prijevoz, osiguranje i carine. Ovi uvjeti pomažu u izbjegavanju sporova oko neočekivanih troškova.

ČESTO KORIŠTENI INCOTERMS:

Neki često korišteni Incoterms uključuju:

- EXW (Ex Works): Odgovornost prodavatelja je minimalna, a kupac snosi sve troškove i rizike iz prostorija prodavatelja.
- CIF (Cost, Insurance, and Freight): Prodavatelj plaća troškove robe, prijevoza i osiguranja do odredišta. Kupac snosi troškove istovara i ostale troškove.
- DAP (isporučeno na mjesto): Prodavatelj je odgovoran za isporuku robe kupcu na određeno mjesto. Kupac je odgovoran za istovar i sve daljnje troškove prijevoza.
- DDP (Delivered Duty Paid): Prodavatelj je odgovoran za isporuku robe na lokaciju kupca, uključujući plaćanje carina i poreza.



Odabir pravog Incoterm-a

Odabir odgovarajućeg Incoterm-a ovisi o specifičnim zahtjevima vaše međunarodne trgovinske transakcije. Čimbenici koje treba uzeti u obzir uključuju način prijevoza, razinu rizika koju ste spremni prihvatiti i odgovornosti koje želite dodijeliti svakoj strani.

Ukratko, FOB i Incoterms ključni su alati za određivanje uvjeta otpreme u međunarodnim trgovinskim transakcijama. Oni definiraju odgovornosti i troškove povezane s otpremom, pomažući osigurati jasnoću i poštenje u vašem poslovanju. Ključno je razumjeti ove uvjete i odabrati one koji najbolje odgovaraju vašim zahtjevima za otpremu i poslovnim ciljevima.

Načini transporta u brodarstvu

Kada je riječ o otpremi, ključan je odabir pravog načina prijevoza. Svaki način rada ima svoj skup prednosti i nedostataka, a njihovo razumijevanje pomoći će vam da donesete informirane odluke za svoju e-trgovinu.

Kopneni prijevoz

Kopneni prijevoz uključuje kretanje robe kopnom, prvenstveno korištenjem kamiona i vlakova. Evo detaljnijeg pogleda na ovaj način rada:

Prednosti:

- **Pristupačnost:** kopneni prijevoz omogućuje pristup čak i udaljenim lokacijama, što ga čini idealnim za dostavu u područja s ograničenim pristupom lukama ili zračnim lukama.
- **Isplativ:** Za kraće udaljenosti ili isporuke unutar regije ili zemlje, kopneni prijevoz može biti isplativ u usporedbi sa zračnim ili pomorskim prijevozom.
- **Fleksibilnost:** Kamioni i vlakovi nude fleksibilnost u pogledu rasporeda preuzimanja i isporuke, što omogućuje precizniju kontrolu nad logistikom.

Kada je najprikladniji:

- **Regionalne isporuke:** kopneni prijevoz izvrstan je za isporuke unutar zemlje ili obližnje regije.
- **Vremenski osjetljive pošiljke:** Pogodan je za vremenski osjetljive pošiljke koje ne zahtijevaju brzinu zračnog prijevoza.

Zračni prijevoz

Zračni prijevoz je prijevoz robe zračnim putem koji nudi neusporedivu brzinu i učinkovitost:

Prednosti:

- **Brzina:** Zračni prijevoz tereta je najbrži način prijevoza, što ga čini idealnim za vremenski osjetljive isporuke.
- **Pouzdanost:** Zračne tvrtke imaju dobru evidenciju isporuka na vrijeme i pridržavanja rasporeda.
- **Smanjeni rizik od oštećenja:** Zračni prijevoz obično uključuje manje rukovanja, čime se smanjuje rizik od oštećenja robe.

Kada je najprikladniji:

- **Hitne pošiljke:** Zračni prijevoz glavni je izbor za hitne pošiljke koje moraju brzo stići na odredište.
- **Roba visoke vrijednosti:** Pogodan je za robu visoke vrijednosti ili kvarljivu robu gdje su brzina i pouzdanost najvažniji.

Oceanski teret ... kargo

Oceanski teret uključuje prijevoz robe brodovima preko oceana i mora. To je temeljni način prijevoza za međunarodnu trgovinu:

Prednosti:

- **Isplativost:** pomorski prijevoz često je najisplativiji način međunarodnog prijevoza na velike udaljenosti.
- **Veliki kapacitet:** teretni brodovi imaju veliki kapacitet, što ih čini prikladnima za prijevoz velikih količina robe.
- **Globalni doseg:** pomorski prijevoz omogućava pristup gotovo svakom kutku svijeta, što ga čini ključnim za globalnu trgovinu.

Kada je najprikladniji:

- **Globalne pošiljke:** pomorski prijevoz je neophodan za slanje robe između kontinenata i preko oceana.
- **Pošiljke koje nisu hitne:** idealan je za pošiljke koje nisu hitne gdje su prihvatljiva duža vremena prijevoza.

Intermodalni prijevoz

Intermodalni prijevoz kombinira više načina prijevoza (npr. kamion, vlak, brod, a ponekad i zrak) kako bi se optimizirale rute prijevoza i učinkovitost:

Prednosti:

- **Učinkovitost:** Intermodalni prijevoz omogućuje najučinkovitije korištenje prednosti svakog načina prijevoza. Na primjer, roba može putovati kamionom do željezničkog kolodvora, a zatim vlakom za transport na velike udaljenosti.
- **Ušteda troškova:** korištenjem najisplativijih načina prijevoza za svaku dionicu putovanja, intermodalni prijevoz može rezultirati uštedom troškova.
- **Prednosti za okoliš:** može smanjiti utjecaj na okoliš odabirom ekološki prihvatljivijih prijevoznih opcija za različite segmente putovanja.

Kada je najprikladniji:

- **Pošiljke na velike udaljenosti:** Intermodalni transport posebno je koristan za pošiljke na velike udaljenosti.
- **Složeni lanci opskrbe:** pogodan je za tvrtke sa složenim lancima opskrbe koji zahtijevaju učinkovito kretanje robe kroz različite faze

Ukratko, odabir pravog načina prijevoza ovisi o čimbenicima kao što su udaljenost pošiljke, hitnost, razmatranje troškova i specifični zahtjevi vašeg e-trgovinskog poslovanja. Razumijevanje prednosti i mana svakog načina pomoći će vam da donesete informirane odluke i optimizirate svoju logistiku dostave kako biste najbolje služili svojim klijentima i svojim poslovnim ciljevima.

Uloga propisa i usklađenosti u otpremi

Dostava je složena industrija s mnoštvom pravila i propisa koji reguliraju međunarodnu trgovinu i osiguravaju sigurnost, zaštitu i ekološku održivost globalnog opskrbnog lanca. Za nove poduzetnice u e-trgovini, razumijevanje ovih pravila ključno je za uspješno i usklađeno poslovanje. Istražimo ključna područja propisa i usklađenosti u otpremi:

1. Carinski i uvozno/izvozni propisi:

Carinjenje:

Carinjenje je kritičan proces koji omogućava legalan ulazak ili izlazak robe iz zemlje. To uključuje podnošenje potrebne dokumentacije i plaćanje svih carina ili poreza koje zahtijeva zemlja odredišta.

Evo što trebate znati:

- **Dokumentacija:** Razumijevanje dokumentacije potrebne za carinjenje je ključno. To uključuje fakture, popise pakiranja, teretnice i potvrde o podrijetlu.
- **Carine:** Različite zemlje nameću carine i uvozne carine na određenu robu. Upoznajte se s tarifama koje se primjenjuju na vaše proizvode na vašim ciljnim tržištima.
- **Carinski posrednici:** Razmislite o zapošljavanju carinskih posrednika ili agenata koji su specijalizirani za snalaženje u složenosti carinjenja.

2. Propisi o zaštiti okoliša:

Kontrole emisija:

Propisi o zaštiti okoliša u pomorstvu imaju za cilj smanjiti utjecaj industrije na okoliš, prvenstveno u pogledu emisija iz brodova. Evo čega biste trebali biti svjesni:

- **Emissions Standards:** Standardi emisija: Propisi kao što je Dodatak VI MARPOL-a Međunarodne pomorske organizacije (IMO) postavljaju standarde za emisije brodova u zrak, uključujući sumporne okside (SOx) i dušikove okside (NOx).
- **Inicijative za održivost:** Sve je više fokus na održivost u brodarstvu. Potražite prilike da smanjite svoj ugljični otisak odabirom prijevoznika s ekološkom praksom.

3. Sigurnost i zaštita:

Zaštita tereta:

Osiguravanje sigurnosti i sigurnosti vašeg tereta tijekom prijevoza je najvažnije. Razmotrite sljedeće aspekte:

- **Osiguranje tereta:** Uložite u osiguranje tereta kako biste zaštitili svoju robu od oštećenja, krađe ili gubitka tijekom prijevoza.
- **Sigurnost kontejnera:** Provedite sigurnosne mjere kako biste spriječili neovlašteni pristup vašem teretu. Spremnike čvrsto zatvorite i koristite brtve zaštićene od otvaranja.
- **Ublažavanje rizika:** Procijenite i ublažite rizike povezane s rukovanjem teretom, skladištenjem i prijevozom. To uključuje prepoznavanje potencijalnih opasnosti i ranjivosti u vašem opskrbnom lancu.
- **Izveštavanje o incidentima:** Budite spremni odmah prijaviti sve sigurnosne ili sigurnosne incidente. Usklađenost sa zahtjevima za izvješćivanje ključna je za rješavanje problema.

4. Usklađenost s trgovinskim propisima:

Kontrole izvoza:

Trgovinski propisi često uključuju kontrolu izvoza namijenjenu zaštiti nacionalne sigurnosti i vanjskopolitičkih interesa te sprječavanju širenja osjetljivih tehnologija. Evo što trebate znati:

- **Izvozne licence:** Neki proizvodi mogu zahtijevati izvozne dozvole prije nego što se mogu slati u inozemstvo. Upoznajte se sa zahtjevima i ograničenjima vezanim uz vaše proizvode.
- **Sankcije i embargo:** Budite svjesni trgovinskih sankcija i embarga koje je nametnula vaša država ili međunarodna tijela. Oni zabranjuju trgovinu s određenim zemljama, entitetima ili pojedincima.
- **Popisi odbijenih strana:** Provjerite popise odbijenih strana kako biste bili sigurni da ne poslužete sa zabranjenim subjektima ili pojedincima.

Usklađenost s ovim propisima nije samo zakonska obveza, već i ključni aspekt izgradnje uglednog i odgovornog poslovanja e-trgovine. Nepoštivanje može dovesti do kašnjenja, novčanih kazni i štete po ugled. Stoga je ključno biti informiran o novim propisima i po potrebi potražiti stručne upute.

Kao ženi poduzetnici u e-trgovini, razumijevanje i pridržavanje ovih propisa o otpremi pomoći će vam da uspješno upravljate složenošću globalnog opskrbnog lanca, istovremeno osiguravajući sigurnost, sigurnost i održivost vašeg poslovanja.

STRATEGIJE SKLADIŠTENJA I DISTRIBUCIJE

Strategije skladištenja i distribucije

U svijetu e-trgovine, učinkovite strategije skladištenja i distribucije su zupčanici koji održavaju glatko poslovanje vašeg poslovanja. Ova lekcija zadire u bitne elemente skladištenja i distribucije, opremajući vas znanjem potrebnim za optimizaciju ovih ključnih aspekata vašeg poslovanja e-trgovine.

Slagalice skladišta

Skladištenje služi kao poveznica između proizvodnje ili nabave vaših proizvoda i trenutka kada dođu do vaših kupaca. Uključuje skladištenje, upravljanje i učinkovito rukovanje vašim inventarom.

Vrste skladišta:

Skladišta dolaze u različitim oblicima i veličinama, a svako služi za posebne svrhe:

- **Tradicionalna skladišta:** Ovo su vaša standardna skladišta dizajnirana za skladištenje robe. Često imaju police, police i viličare za učinkovito skladištenje i preuzimanje.
- **Automatizirani centri za isporuku:** U doba e-trgovine, automatizirani centri za isporuku koriste vrhunsku tehnologiju poput robota i transportnih sustava za pojednostavljenje procesa skupljanja, pakiranja i otpreme. Dizajnirani su za brzo ispunjavanje narudžbi.

Pružatelji logističkih usluga trećih strana (3PL):

Mnoge tvrtke za e-trgovinu surađuju s 3PL pružateljima usluga koji nude usluge skladištenja i isporuke, što vam omogućuje da ove funkcije prepustite vanjskim suradnicima i usredotočite se na ključne aspekte vašeg poslovanja.

Izgled i dizajn skladišta:

Izgled i dizajn vašeg skladišta igraju ključnu ulogu u njegovoj učinkovitosti:

Iskorištenje prostora: Optimiziranje iskorištenja prostora ključno je za maksimalno iskorištavanje vašeg skladišta. To uključuje učinkovita rješenja za slaganje, regale i police za maksimiziranje skladišnog kapaciteta.

Učinkovitost protoka: Dizajniranje pojednostavljenog tijeka rada osigurava da se proizvodi besprijekorno kreću od primanja do skladištenja i zatim do otpreme. To smanjuje uska grla i povećava produktivnost.

Praćenje inventara i upravljanje:

Inventar je krvotok vašeg poslovanja e-trgovine. Ovladavanje praćenjem zaliha i upravljanjem njima je ključno:

- **Metode kontrole inventara:** Upotrijebite metode kontrole inventara kao što je ABC analiza za klasificiranje stavki na temelju važnosti, što vam omogućuje učinkovitiju alokaciju resursa.

- **Just-In-Time (JIT) zalihe:** JIT je strategija koja smanjuje razine zaliha primanjem robe samo kada je potrebna u procesu proizvodnje ili ispunjavanja narudžbe. Provedba načela JIT-a može smanjiti troškove poslovanja i poboljšati novčani tok.
- **Tehnološka integracija:** Koristite tehnologiju poput softvera za upravljanje zalihama i sustava kritičnog koda za praćenje razine zaliha u stvarnom vremenu. To pomaže u sprječavanju prekomjernih zaliha ili nestašice i povećava točnost narudžbi.

Učinkovite strategije distribucije

Strategije distribucije obuhvaćaju rute koje koristite kako biste svoje proizvode doveli u ruke kupaca. Odabir prave strategije može značajno utjecati na uspjeh vašeg poslovanja.

Izravno kupcu (eng. direct to customer, DTC):

Izravna prodaja kupcima uključuje prodaju proizvoda izravno potrošačima, zaobilazeći posrednike. Evo što trebate znati:

Prednosti: DTC nudi kontrolu nad vašim brendom, korisničkim iskustvom i cijenama. Njeguje izravan odnos s kupcima, omogućujući bolji uvid i prilagodbu.

Izazovi: Upravljanje DTC operacijama može biti složeno, zahtijevajući stručnost u marketingu, korisničkoj službi i logistici. To također znači rukovanje ispunjavanjem narudžbi i otpremu unutar kuće ili putem 3PL pružatelja usluga.

Veleprodaja i maloprodaja:

Modeli distribucije na veliko i malo uključuju prodaju proizvoda drugim poduzećima (veleprodaja) ili putem posrednika poput trgovaca na malo (maloprodaja). Evo pregleda:

Veleprodaja: prodaja na veliko drugim tvrtkama, kao što su trgovci na malo, distributeri ili druge tvrtke e-trgovine. To često uključuje pregovaranje o masovnim poslovima i upravljanje odnosima s veletrgovcima.

Maloprodaja: Distribucija proizvoda kroz uspostavljene maloprodajne kanale, bilo u fizičkim trgovinama ili online tržištima. Maloprodajna distribucija često zahtijeva pridržavanje tržišnih pravila i naknada.

Dropshipping:

Dropshipping je jedinstveni model distribucije u kojem prodajete proizvode koji se isporučuju izravno od dobavljača kupcima bez zadržavanja zaliha. Evo što biste trebali znati:

Prednosti: Dropshipping smanjuje troškove upravljanja zalihama i skladištenja. Omogućuje vam da ponudite širok raspon proizvoda bez potrebe za prethodnim ulaganjem u zalihe.

Izazovi: Konkurencija može biti intenzivna, a profitne marže mogu biti niže zbog oslanjanja na dobavljače. Učinkovita komunikacija s dobavljačima ključna je za uspjeh.

Optimizacija inventara:

Optimiziranje razine zaliha ključno je za kontrolu troškova i zadovoljstvo kupaca. Strategije za optimizaciju uključuju:

Predviđanje potražnje: Korištenje povijesnih podataka i uvida u tržište za predviđanje buduće potražnje, što vam omogućuje prilagodbu razine zaliha u skladu s tim.

Odnosi s dobavljačima: Izgradnja snažnih odnosa s dobavljačima može dovesti do pouzdanijih i pravovremenih isporuka, smanjujući potrebu za viškom sigurnosnih zaliha.

Tehnološka rješenja: Implementacija softvera za upravljanje zalihama može pružiti pregled vašeg inventara u stvarnom vremenu, omogućujući bolje donošenje odluka.

Umijeće ispunjavanja narudžbi

Ispunjavanje narudžbi je proces pretvaranja narudžbi kupaca u isporučene proizvode. Uključuje različite faze, od odabira artikala iz inventara do njihove dostave do kućnih pragova kupaca.



Odabir i pakiranje:

Odabir: Ovo uključuje odabir proizvoda iz vašeg inventara koji čine kupčevu narudžbu. Postoje različite metode, uključujući grupno biranje, zonsko biranje i valovito biranje, ovisno o veličini i složenosti vaše operacije.

Pakiranje: Nakon odabira, proizvodi se pažljivo pakiraju kako bi se osiguralo da do kupca stignu u savršenom stanju. Materijali za pakiranje, kao što su kutije, podstava i naljepnice, biraju se na temelju vrste proizvoda koji se isporučuju.

Načini dostave:

Odabir pravih načina dostave i prijevoznika ključan je za učinkovitu i ekonomičnu isporuku proizvoda:

Odabir prijevoznika: procijenite različite prijevoznike (npr. DPD, FedEx, UPS) na temelju čimbenika kao što su cijena, brzina i pouzdanost. Razmislite o korištenju više prijevoznika kako biste kupcima ponudili različite opcije dostave.

Optimizacija troškova dostave: Implementirajte strategije optimizacije troškova dostave, kao što je ponuda besplatne dostave za narudžbe veće od određenog iznosa, što može potaknuti veće kupnje.



Upravljanje povratima:

Učinkovito rukovanje povratima dio je pružanja izvrsne korisničke usluge:

Politika povrata: Uspostavite jasnu politiku povrata prilagođenu kupcima koja ocrtava proces i vremenski okvir za povrat. Transparentna komunikacija s kupcima je ključna.

Rukovanje povratima: Razvijte postupak za inspekciju vraćenih artikala, obnavljanje zaliha i rješavanje povrata novca ili zamjene robe.

Minimiziranje povrata: Utvrdite trendove i razloge povrata za proaktivno rješavanje problema, smanjite stope povrata i poboljšajte opise proizvoda kako biste postavili točna očekivanja.

Zaključno, upravljanje zalihama i ispunjavanje narudžbi okosnica su vašeg poslovanja e-trgovine. Učinkovito upravljanje zalihama, optimiziranje vašeg opskrbnog lanca i osiguravanje besprijekornog procesa ispunjavanja narudžbi ključni su za zadovoljstvo korisnika i ukupni uspjeh vašeg pothvata e-trgovine. Svladavanjem ovih aspekata bit ćete bolje opremljeni za pružanje iznimne usluge svojim klijentima uz zadržavanje kontrole troškova i rasta poslovanja.

Kupovina u e-trgovini



RAZUMIJEVANJE ONLINE KUPCA

U ovom odjeljku zaronit ćemo duboko u razumijevanje kupca na mreži. Ovo znanje je temelj vašeg uspjeha u e-trgovini. Naučit ćete kako provoditi istraživanje tržišta kako biste shvatili preferencije i ponašanja svoje ciljane publike. Razgovarat ćemo o stvaranju detaljnih likova kupaca, koji su izmišljeni prikazi vaših idealnih kupaca. Stvaranjem osobnosti možete učinkovito prilagoditi svoju marketinšku ponudu i ponudu proizvoda. Zaronit ćemo u demografske i psihografske podatke, pomažući vam da shvatite tko su vaši kupci i što motivira njihove odluke o kupnji.

Stvaranje atraktivne e-trgovine

Vaša e-trgovina je vaš digitalni izlog i to je vaša prilika da ostavite trajan dojam na potencijalne kupce. Ovdje ćemo istražiti bitne elemente atraktivne i korisniku jednostavne e-trgovine koja će vam pomoći da se istaknete u konkurentskom okruženju e-trgovine.

Dizajn i izgled web stranice:

Dizajn web stranice vizualni je i strukturni temelj vaše e-trgovine. Obuhvaća izbor shema boja, tipografije i ukupne estetike.

Izgled vaše web stranice trebao bi biti intuitivan, osiguravajući jednostavnu navigaciju za posjetitelje.

Mobilni odziv:

Uz sve veći broj potrošača koji kupuju na mobilnim uređajima, ključno je da vaša e-trgovina bude prilagođena mobilnim uređajima. To znači da se vaše web mjesto neprimjetno prilagođava različitim veličinama zaslona, osiguravajući dosljedno i ugodno iskustvo kupnje na pametnim telefonima, tabletima i stolnim računalima.

Identitet brenda:

Vaša e-trgovina trebala bi dosljedno odražavati identitet vaše marke. Bez obzira prenosite li osjećaj sofisticiranosti, pristupačnosti ili ekološke prihvatljivosti, dizajn i poruke vaše web stranice trebaju biti u skladu s vrijednostima i osobnošću vašeg brenda.

Korisničko iskustvo:

Pozitivno korisničko iskustvo u srcu je svake uspješne e-trgovine. Obratite pažnju na osiguravanje jasnih i korisniku prilagođenih navigacijskih izbornika, intuitivne funkcije pretraživanja i postavljanja jasnih poziva na radnju (CTA) koji vode posjetitelje kroz proces kupnje.

STRANICE S OPISIMA PROIZVODA

Stranice pojedinih proizvoda vaši su prodajni predstavnici u digitalnom svijetu.

Vaši popisi proizvoda vaši su virtualni prodajni predstavnici koji rade 24/7 kako bi angažirali potencijalne kupce i pretvorili ih u kupce. Ovaj odjeljak pružit će vam vještine za izradu popisa proizvoda koji ne samo da informiraju već i inspiriraju posjetitelje na kupnju.



Fotografija proizvoda:

Visokokvalitetne slike su krvotok e-trgovine. Naglasit ćemo značaj profesionalne fotografije proizvoda, gdje dobro osvijetljene slike visoke razlučivosti prikazuju vaše proizvode u njihovom najboljem svjetlu. Naučit ćete važnost korištenja više slika iz različitih kutova kako biste pružili sveobuhvatan prikaz svojih proizvoda.

Detaljni opisi:

Opisi proizvoda su mjesto gdje možete oslikati živopisnu sliku onoga što vaši proizvodi nude. Istražit ćemo umijeće izrade detaljnih opisa koji nadilaze osnovne specifikacije kako bismo istaknuli značajke, prednosti i jedinstvene prodajne prednosti vaših proizvoda. Razumjet ćete kako odgovoriti na pitanja i prigovore potencijalnih kupaca, pružajući im informacije potrebne za donošenje pouzdane odluke o kupnji.

Privlačni naslovi i ključne riječi:

Naslov vašeg proizvoda često je prva stvar koju potencijalni kupac vidi. Razgovarat ćemo o umijeću stvaranja uvjerljivih i opisnih naslova proizvoda koji privlače pozornost. Također ćete naučiti kako učinkovito koristiti ključne riječi, osiguravajući da tražilice i potencijalni kupci mogu otkriti vaše proizvode.

SEO optimizacija:

Optimizacija za tražilice (SEO) ključna je za privlačenje organskog prometa na vaše popise proizvoda. Udubit ćemo se u načela SEO-a, uključujući istraživanje ključnih riječi, optimizaciju na stranici i važnost meta opisa. Otkrit ćete kako optimizirati svoje distingencije kako biste bili viši u rezultatima tražilice i privukli više potencijalnih kupaca.

Sa znanjem i vještinama stečenim u ovim odjeljcima, bit ćete dobro opremljeni za stvaranje privlačne i korisniku jednostavne e-trgovine koja učinkovito predstavlja vaše proizvode vašoj ciljanoj publici. Vaše putovanje e-trgovinom uskoro će dosegnuti nove visine dok svladavate umjetnost dizajna web stranica, prezentacije proizvoda i angažmana kupaca. Ovo sveobuhvatno razumijevanje postaviti će vas na put do uspjeha u e-trgovini, gdje vaš digitalni izlog postaje svjetionik za online kupce.

Cijene i popusti

Postavljanje pravih cijena za vaše proizvode strateška je umjetnost. Zadubit ćemo se u strategije određivanja cijena, uključujući cijene na temelju troškova, cijene na temelju konkurencije i cijene na temelju vrijednosti. Shvatit ćete kako svoje proizvode odrediti konkurentnom cijenom, a istovremeno osigurati profitabilnost. Dodatno, raspravljat ćemo o psihologiji određivanja cijena i utjecaju cijene na percepciju kupaca. Ponuda popusta bitan je dio vaše strategije e-trgovine, a mi ćemo istražiti različite metode popusta, uključujući postotke popusta, popuste na fiksni iznos i skupne popuste. Zahtijeva kombinaciju strateškog razmišljanja, razumijevanja ponašanja kupaca i istančanog osjećaja za ponudu vrijednosti vašeg proizvoda. U ovoj lekciji istražiti ćemo strategije određivanja cijena i umijeće nuđenja popusta za privlačenje i zadržavanje kupaca.

Strategije određivanja cijena

1. Cijene na temelju troškova:

- Određivanje cijena na temelju troškova uključuje postavljanje cijena na temelju troškova proizvodnje i dodavanje željene profitne marže. Zaronit ćemo u važnost točnog izračuna troškova proizvodnje, uključujući izravne troškove (materijala, rada) i neizravne troškove (režije, marketing). Naučit ćete kako koristiti cijene temeljene na troškovima kao temelj za svoju cjenovnu strategiju, istovremeno osiguravajući profitabilnost.

2. Cijene na temelju konkurencije:

- Razumijevanje cijena vaših konkurenata presudno je za ostanak konkurentan na tržištu. Raspravljat ćemo o tome kako provesti analizu konkurencije i koristiti cijene temeljene na konkurenciji kao referentnu točku za vašu strategiju cijena. Naučit ćete kada trebate nižu cijenu, uskladiti ili višu cijenu od konkurencije.

3. Cijene na temelju vrijednosti:

◦ Cijene na temelju vrijednosti vrte se oko određivanja cijena vaših proizvoda na temelju percipirane vrijednosti koju nude kupcima. Istražit ćemo psihologiju određivanja cijena i kako uskladiti svoje cijene s jedinstvenim prednostima i rješenjima koje pružaju vaši proizvodi. Otkrit ćete kako cijene temeljene na vrijednosti mogu izdvojiti vaše proizvode od konkurencije i čak omogućiti vrhunske cijene.



Psihologija određivanja cijena

1. Percepcija cijene:

◦ Cijene nisu samo brojke; radi se o tome kako kupci percipiraju te brojke. Zadubit ćemo se u psihologiju određivanja cijena, raspravljajući o konceptima sidrenja, osjetljivosti na cijenu i utjecaju učinka lijeve znamenke. Razumijevanje ovih načela može vam pomoći da postavite cijene koje će privući vašu ciljanu publiku.

2. Emocionalno određivanje cijene:

◦ Emocije igraju značajnu ulogu u donošenju odluka o kupnji. Istraživat ćemo emocionalne strategije određivanja cijena, uključujući korištenje šarmantnog određivanja cijena (završne cijene s 9 ili 99), određivanje cijena u paketu i utjecaj nestašice i hitnosti u određivanju cijena. Naučit ćete kako koristiti ove strategije da pozitivno utječete na ponašanje kupaca.



Metode spuštanja cijena

1. Postotni popusti:

◦ Postotni popusti široko su korištena strategija u e-trgovini za privlačenje kupaca i povećanje prodaje. Evo dubljeg pogleda na ovu metodu popusta:

- Brza prodaja: Brza prodaja je kratkoročna, vremenski ograničena promocija u kojoj se proizvodi nude po znatno sniženoj cijeni u kratkom razdoblju. Ove rasprodaje stvaraju osjećaj hitnosti i uzbuđenja među kupcima, potičući ih na brzu kupnju. Razgovarat ćemo o mehanici organiziranja i marketinga brzih rasprodaja i kako se one mogu koristiti za čišćenje viška zaliha ili proslavu posebnih prigoda poput praznika i obljetnica.
- Sezonski popusti: Sezonski popusti su popusti koji se nude u određeno doba godine, kao što su praznici ili promjena godišnjih doba. Ti su popusti usklađeni s očekivanjima kupaca i mogu povećati prodaju tijekom razdoblja najveće kupnje. Istražit ćemo različite prilike za sezonske popuste i kako ih učinkovito planirati i promovirati kako bismo povećali prihod.
- Psihologija postotnih popusta: Da bismo razumjeli kako postotni popusti utječu na ponašanje kupaca, zadubit ćemo se u psihologiju iza ovih ponuda. Naučit ćete kako percepcija cijena, upotreba određenih postotaka (npr. 10%, 20%, 50%) i strateške taktike određivanja cijena mogu utjecati na odluke kupaca o kupnji. Razumijevanje ove psihologije ključno je za korištenje postotnih popusta u svoju korist.



2. Popusti na fiksni iznos:

Popusti u fiksnim iznosima kupcima omogućuju određeno novčano smanjenje cijene proizvoda. Evo detaljnijeg pregleda kako učinkovito koristiti ovu metodu popusta:

- Višestruki popusti: nude sve veće popuste kako kupci kupuju više. Na primjer, višestruka struktura popusta može omogućiti popust od 10 USD za narudžbe iznad 50 USD i popust od 20 USD za narudžbe veće od 100 USD. Razgovarat ćemo o prednostima višestrukih popusta u poticanju kupnje veće vrijednosti i o tome kako postaviti takve strukture u svojoj trgovini e-trgovine.
- Popusti za vjernost: nagrađuju stalne kupce za njihovu vjernost brendu. Ovi popusti mogu biti u obliku fiksnog novčanog smanjenja pri sljedećoj kupnji kupca ili trajnog popusta za lojalne kupce. Istražit ćemo kako implementirati učinkovite programe popusta za vjernost, potaknuti zadržavanje kupaca i pretvoriti kupce koji prvi put kupuju u vjerne zagovornike.



3. Skupni popusti:

Paketni popusti kreativan su način da potaknete kupce da istraže više vaših ponuda dok uživaju u uštedi. Evo detaljnijeg pogleda na prednosti ove metode popusta:

- Povećanje prosječne vrijednosti narudžbe: Skupni popusti osmišljeni su za povećanje prosječne vrijednosti narudžbe (AOV) potičući kupce da kupe više artikala zajedno. Raspravljat ćemo o tome kako grupiranje komplementarnih proizvoda ili usluga može potaknuti AOV, potaknuti unakrsnu prodaju i učiniti iskustvo kupnje praktičnijim za kupce.
- Poticanje istraživanja: Paketni popusti također se mogu koristiti za upoznavanje kupaca sa širim rasponom vaših proizvoda ili usluga. Istražit ćemo strategije za stvaranje primamljivih paketa koji potiču kupce da istražuju i otkrivaju stavke koje možda nisu sami razmatrali.





Proces plaćanja i naplate

1. Plaćanje kreditnom karticom:

- Plaćanje kreditnom karticom jedan je od najčešćih načina plaćanja u e-trgovini. Zaronit ćemo u način postavljanja plaćanja kreditnom karticom u vašoj online trgovini, uključujući važnost odabira pouzdanog procesora plaćanja i razumijevanje povezanih naknada.

2. Digitalni novčanici:

- Digitalni novčanici stekli su popularnost zbog svoje praktičnosti. Razgovarat ćemo o integraciji digitalnih novčanika kao što su PayPal, Apple Pay i Google Wallet u vašu platformu za e-trgovinu. Naučit ćete o prednostima nuđenja ovih opcija klijentima.

3. Alternativni načini plaćanja:

- Osim kreditnih kartica i digitalnih novčanika, postoji čitav svijet alternativnih metoda plaćanja. Istražit ćemo opcije kao što su bankovni prijenosi, kriptovalute i usluge Kupi odmah, plati kasnije. Dobit ćete uvid u diverzifikaciju opcija plaćanja kako biste zadovoljili širu publiku.

Izgradnja povjerenja i sigurnosti

1. Izgradnja povjerenja kupaca:

- Povjerenje je temelj uspješne e-trgovine. Udubit ćemo se u strategije za izgradnju povjerenja s vašim klijentima, uključujući transparentna pravila, jasne podatke za kontakt i recenzije kupaca. Shvatit ćete važnost stvaranja pouzdanog imidža marke.

2. Sigurna obrada plaćanja:

- O sigurnosti se ne može pregovarati kada je u pitanju obrada plaćanja. Istražit ćemo osnove SSL (Secure Sockets Layer) certifikata i kako šifriraju osjetljive podatke tijekom transakcija. Naučit ćete o važnosti implementacije snažnih sigurnosnih mjera za zaštitu podataka o korisnicima.

3. Pristupnici plaćanja:

- Pristupnici plaćanja su posrednici koji sigurno obrađuju transakcije između vaše e-trgovine i financijskih institucija. Razgovarat ćemo o tome kako odabrati pravi pristupnik plaćanja za vaše poslovanje, uzimajući u obzir čimbenike kao što su naknade za transakcije, kompatibilnost s vašom platformom i jednostavnost integracije.



LITERATURA I DRUGI IZVORI INFORMACIJA ZA POLAZNICE: NASTAVNI MATERIJALI PREMA NASTAVNOM PLANU I PROGRAMU

1. [Kako popraviti prekinute lance opskrbe](#)
2. [Smanjite udaljenost između vas i opskrbnog lanca](#)
3. [Resursi za polaznice Upravljanje operacijama 2e](#)
4. [Besplatni tečaj - Uvod u operativni menadžment](#)
5. [Članak - Glavne funkcije operativnog menadžmenta](#)
6. [Pročitajte - Uvod u operativni menadžment](#)

Provjera znanja



PITANJA:

1. Koja je ključna korist implementacije Just-In-Time (JIT) modela proizvodnje?

1. Minimizira troškove proizvodnje
2. Maksimizira razine zaliha
3. Povećava vrijeme isporuke
4. Smanjuje oslanjanje na dobavljače

2. Koji je način dostave obično najbrži, ali i najskuplji?

1. Zračni prijevoz
2. Pomorski prijevoz
3. Željeznički teretni promet
4. Cestovni promet

3. Na što se odnosi izraz "obrnuta logistika"?

1. Povrat robe od proizvođača do trgovca
2. Vraćanje robe od trgovca proizvođaču
3. Isporuka robe izravno kupcima
4. Recikliranje materijala za pakiranje

4. Na čemu se temelji kategorizacija stavki u ABC analizi kao metode upravljanjem zalihama?

1. Abecedni red
2. Varijabilnost potražnje
3. Nabavna cijena
4. Veličina i težina

✓ TOČNI ODGOVORI:

- 1. 1
- 2. 1
- 3. 2
- 4. 2





4. MODUL

Pravni okvir

Ciljevi modula

Po završetku modula polaznici će moći:

Dobro razumjeti nacionalni pravni okvir koji regulira poslovanje unutar određene zemlje ili jurisdikcije



Navesti ostale izvore financiranja u EU



Upravljeti poreznim obvezama, uključujući razumijevanje poreznih zakona, zahtjeva za podnošenje prijava i strategija poreznog planiranja



Razlikovati prednosti i nedostatke uključivanja u EU projekte



Razumjeti prekogranična pravna pitanja, uključujući međunarodnu trgovinu, carinu i jurisdikcijska pitanja

Pregled modula:



Europsko pravno uređenje

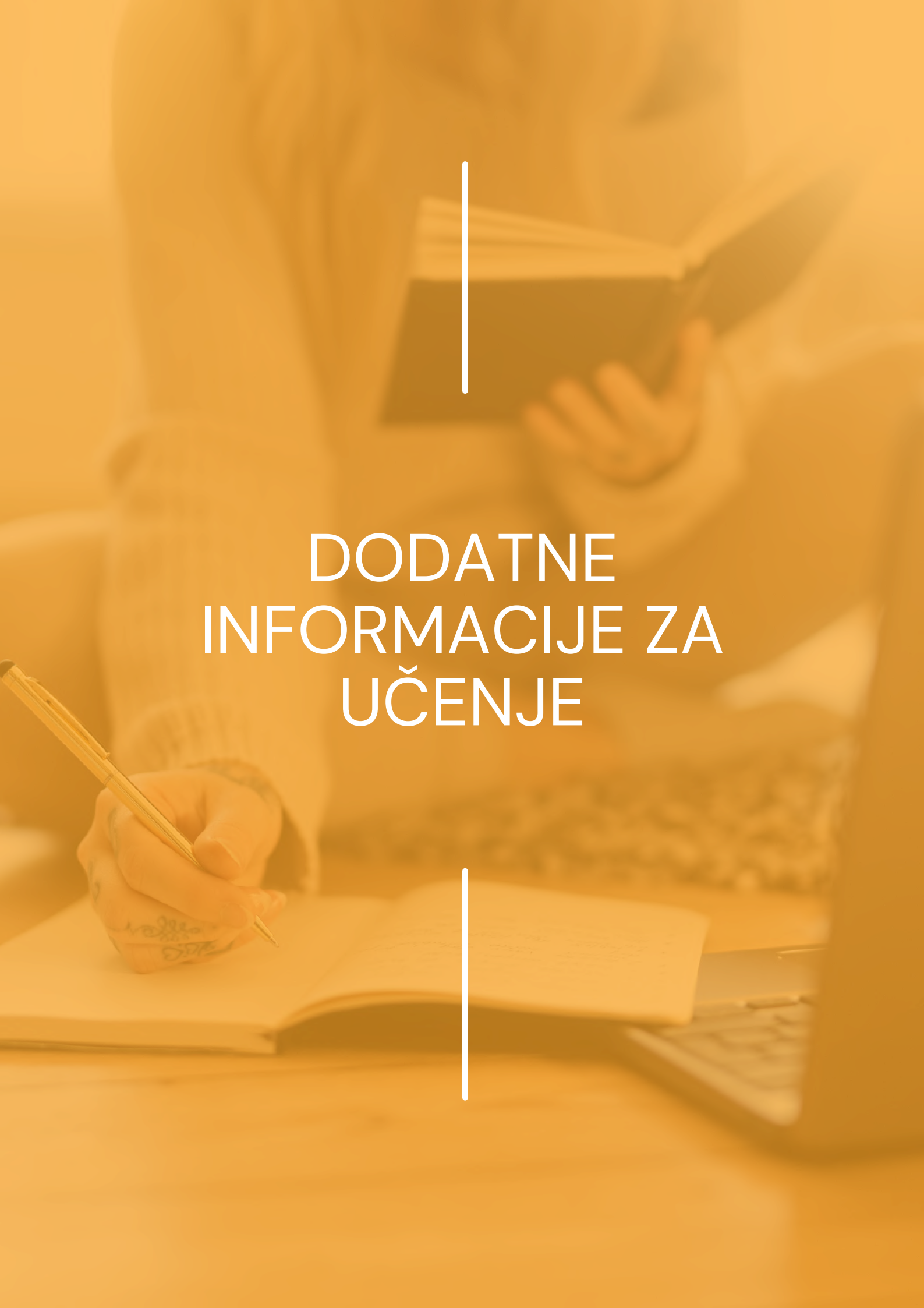
Pregled pravnog okvira koji je uspostavila Europska unija.



TRAJANJE:

9 školskih sati.





DODATNE
INFORMACIJE ZA
UČENJE

Europski pravni sustav



PREGLED PRAVNOG OKVIRA EU ZA OSNIVANJE PODUZEĆA

Ciljevi ovog modula su sljedeći:

Uvesti polaznike u temeljne pravne koncepte i okvire koji utječu na poslovanje e-trgovine u Europskoj uniji.

Upoznati polaznike s ključnim pravnim aspektima relevantnim za e-commerce poduzetnike u EU.

Isticanje važnosti razumijevanja i usklađenosti s pravnim okvirima EU-a za uspjeh i održivost poslovanja e-trgovine.

Objašnjenje važnosti razumijevanja pravnih okvira EU za poduzetnike.

- Do kraja ovog modula obuke polaznici će biti bolje opremljeni za snalaženje u složenom pravnom krajoliku u EU-u, donošenje informiranih odluka za svoje e-trgovinsko poslovanje i osiguravanje zakonske usklađenosti koja potiče rast i povjerenje među njihovim kupcima. S ovim temeljnim razumijevanjem polaznici će biti na putu uspješnog poduzetništva u sektoru e-trgovine.

Razumijevanje pravnog krajolika i snalaženje u njemu ključno je za rast i održivost poslovanja e-trgovine u Europskoj uniji. Neki od razloga uključuju:

- Usklađenost sa zakonima: EU ima stroge propise, poput Opće uredbe o zaštiti podataka (GDPR) i zakona o zaštiti potrošača, kojih se tvrtke koje se bave e-trgovinom moraju pridržavati. Nepoštivanje može rezultirati visokim kaznama i narušavanjem ugleda poduzeća.
- Povjerenje potrošača: Usklađenost s pravnim standardima EU-a povećava povjerenje potrošača. Kada kupci znaju da su njihovi podaci zaštićeni i da se njihova prava poštuju, veća je vjerojatnost da će kupovati u trgovini e-trgovine.
- Prekogranično širenje: tvrtke koje se bave e-trgovinom često djeluju izvan granica EU-a. Razumijevanje zakona EU-a pojednostavljuje prekogranične transakcije, porezna razmatranja i carinske propise.
- Intelektualno vlasništvo: Zaštita robne marke i intelektualnog vlasništva tvrtke je od vitalnog značaja. EU ima zakone o zaštitnim znakovima i autorskim pravima koji štite tvrtke od kršenja.



ECOMMERCE4WOMEN

- Ugovorni sporazumi: Ispravno strukturirani ugovori i sporazumi, kao što su Odredbe i uvjeti i Pravila privatnosti, pomažu tvrtkama da definiraju pravila angažmana s klijentima i partnerima.
- Ublažavanje rizika: Razumijevanje pravnih okvira pomaže poduzećima u predviđanju i učinkovitom upravljanju rizicima, smanjujući vjerojatnost pravnih sporova i izazova.
- Pristup resursima: Svijest o pravnim resursima, savjetodavnim uslugama i alatima za usklađenost može uštedjeti vrijeme, novac i trud kada tvrtke trebaju pravne smjernice.

Razumijevanje Europske unije

Uvod u Europsku uniju i njezinu ulogu u poslovnoj regulativi

U ovome dijelu ćemo predstaviti uvod u Europsku uniju (EU) i njenu ključnu ulogu u oblikovanju poslovne regulative. EU je entitet od velike važnosti za poduzeća, a razumijevanje njenih funkcija ključno je za poduzetnike koji posluju u Europi.

Europska unija je političko i gospodarsko partnerstvo koje se sastoji od 27 država članica. Ima središnju ulogu u stvaranju i održavanju usklađenog pravnog okvira za poduzeća diljem svojih zemalja članica. Standardizacijom zakona i propisa, EU ima za cilj poticati pravedno i konkurentno okruženje za poslovanje poduzeća.

Države članice EU i jedinstveno tržište

Koncept jedinstvenog tržišta stoji kao stup integracijskih napora Europske unije. Olakšava neograničeno kretanje roba, usluga, kapitala i radne snage diljem država članica EU-a, nudeći nekoliko značajnih prednosti za poduzeća:



Uklanjanje trgovinskih prepreka: Jedna od najopipljivijih prednosti jedinstvenog tržišta je uklanjanje carinskih prepreka i trgovinskih ograničenja. To pojednostavljuje prekogranične transakcije, olakšavajući tvrtkama da prošire bazu klijenata i dosegnu nova tržišta.

Jedinstveni standardi: Predanost EU-a uspostavljanju jedinstvenih standarda i propisa pojednostavljuje usklađenost proizvoda i omogućuje tvrtkama da dosljedno prodaju svoje proizvode ili usluge diljem EU-a. To pomaže u izbjegavanju složenosti navigacije različitim lokalnim propisima.

Ekonomske mogućnosti: Razumijevanje jedinstvenog tržišta otvara vrata golemom tržištu koje se sastoji od preko 450 milijuna potrošača. Predstavlja značajnu ekonomsku priliku za tvrtke koje žele rasti i proširiti svoj doseg.

Ključne institucije EU-a relevantne za osnivanje poduzeća

Nekoliko ključnih institucija EU-a ima ključnu ulogu u oblikovanju pravnog okruženja za poduzeća:

Europska komisija: Europska komisija odgovorna je za predlaganje zakona i osiguravanje provedbe politika EU-a. U kontekstu poslovanja, ima dubok utjecaj, oblikujući trgovinsku politiku, zakone o tržišnom natjecanju i propise o zaštiti potrošača. Razumijevanje njene uloge ključno je za poduzeća koja posluju u EU.

Europski parlament: Europski parlament je zakonodavno tijelo EU-a koje se sastoji od izabranih predstavnika. Ima središnju ulogu u donošenju i izmjenama zakona koji izravno utječu na poslovanje. Polaznici će steći uvid u to kako poduzeća mogu surađivati s parlamentom radi zagovaranja politika koje su u skladu s njihovim interesima.

Vijeće Europske unije: Predstavljajući vlade država članica, Vijeće ima moć donošenja odluka, usvajanja zakona i koordinacije politika. Njegov utjecaj na poslovno regulatorno okruženje je značajan, a polaznici će steći dublje razumijevanje njegove uloge u oblikovanju krajolika unutar kojeg poduzeća posluju.



PRAVNI OKVIR ZA OSNIVANJE PODUZEĆA

Razumijevanje dostupnih poslovnih struktura, njihovih prednosti i nedostataka te važećih direktiva i propisa EU-a ključno je za tvrtke koje se žele uspostaviti na dinamičnom tržištu EU-a ili nacionalnom tržištu. Do kraja ove sesije, polaznici će posjedovati sveobuhvatno razumijevanje dostupnih poslovnih struktura u EU, prednosti i mane povezanih sa svakom od njih, te direktive i propise EU koji reguliraju registraciju i osnivanje poduzeća. Naoružana ovim znanjem, poduzeća će biti bolje pripremljena za donošenje informiranih odluka o svojoj pravnoj strukturi i osiguravanju usklađenosti s poslovnim zakonima EU-a. Ovo znanje poslužit će kao jak temelj za njihovo putovanje u europsko poslovno okruženje.



Različite poslovne strukture dostupne u EU

Postoji složen niz poslovnih struktura koje EU priznaje, a svaka ima svoje karakteristike i implikacije. To uključuje:

Samostalni poduzetnik:

Samostalni poduzetnik često se smatra najjednostavnijom opcijom. Omogućuje pojedincu da samostalno vodi posao.

U kontekstu samostalnog poduzetnika vlasnik poduzeća je isključivo odgovoran za sve aspekte poslovanja. To znači da sav profit mogu zadržati, ali također uključuje kritičan aspekt: osobnu odgovornost. Drugim riječima, osobna imovina vlasnika može biti ugrožena u slučaju poslovnih dugova ili zakonskih obveza.

Jedna od njegovih značajnih prednosti je jednostavnost postavljanja ove strukture. Samostalne poduzetnike relativno je lako osnovati, što ih čini privlačnim izborom za mnoge male tvrtke i slobodnjake.

Partnerstvo:

- Partnerstva su raznolika i dolaze u različitim oblicima, uključujući opća partnerstva i ograničena partnerstva.
- Partnerstva uključuju zajedničke odgovornosti, kombiniranje vještina i resursa više pojedinaca ili entiteta. U općem partnerstvu svi su partneri obično jednako odgovorni za dugove i obveze poduzeća. Međutim, u ograničenim partnerstvima neki partneri imaju ograničenu odgovornost, što znači da njihova osobna imovina nije toliko izložena poslovnim obvezama.
- Partnerstva se često biraju kada postoji želja za suradnjom s drugima, koristeći komplementarne snage i resurse.

Društvo s ograničenom odgovornošću (LLC):

- LLC društva su popularan izbor za poduzeća u EU, nudeći uravnoteženu mješavinu ograničene odgovornosti za vlasnike i fleksibilnosti u upravljanju.
- Aspekt "ograničene odgovornosti" posebno je privlačan vlasnicima tvrtki. U LLC, osobna imovina vlasnika obično je zaštićena od poslovnih dugova i tužbi. Ovo odvajanje osobne i poslovne imovine ključna je prednost.
- Osim toga, LLC pruža fleksibilnost u upravljanju i poreznom tretmanu, što ga čini prikladnim izborom za tvrtke različitih veličina i struktura.

Javno ograničeno društvo (PLC):

PLC-ovi su prikladni za tvrtke koje traže značajna kapitalna ulaganja i namjeravaju izdati dionice javnosti.

Iako PLC-ovi nude značajne prednosti u pogledu pristupa kapitalu kroz javna ulaganja, dolaze sa strogim zahtjevima usklađenosti. Ti zahtjevi često uključuju strogu financijsku transparentnost, sveobuhvatna godišnja izvješća i potencijalno složene regulatorne obveze.

PLC-ove često biraju veće korporacije ili tvrtke koje žele prikupiti značajan kapital na otvorenom tržištu.



Za i protiv svake poslovne strukture

Pri odabiru prave poslovne strukture unutar Europske unije (EU), ključno je odvagati prednosti i nedostatke svake opcije. Svaka struktura ima svoje jedinstvene prednosti i nedostatke, koji mogu značajno utjecati na vaše poslovne operacije.

Poduzeće s jednim vlasnikom / trgovci pojedinci (npr. obrt)

Poduzeće s jednim vlasnikom često se smatra najjednostavnijom opcijom. Omogućuje pojedincu da samostalno vodi posao. Ova struktura omogućuje jednostavno donošenje odluka i potpunu autonomiju u vođenju poslovanja. Vlasnik uživa u svim profitima, a birokratske procedure su minimalne.

Međutim, važno je napomenuti da samostalni poduzetnici imaju značajan nedostatak – osobnu odgovornost. Vlasnik tvrtke je osobno odgovoran za dugove tvrtke i zakonske obveze. To znači da bi osobna imovina, poput kuće i uštedevine, mogla biti ugrožena ako se tvrtka suoči s financijskim ili pravnim izazovima.



Partnerstvo:

Partnerstva omogućuju dijeljenje odgovornosti i često potiču suradnju.

Udruživanje resursa, vještina i stručnosti može biti značajna korist. Partnerstva često omogućuju tvrtkama da postignu više zajedno nego što bi mogle pojedinačno. Ova struktura može biti posebno atraktivna kada imate komplementarne snage i resurse kojima se možete poslužiti.

Međutim, ključno je biti svjestan zajedničkih obveza u partnerstvima. U općem partnerstvu svi su partneri obično jednako odgovorni za dugove i obveze poduzeća. To znači da je vaša osobna imovina izložena obvezama poduzeća. Potencijalni sukobi među partnerima također mogu predstavljati izazove.

Društvo s ograničenom odgovornošću (LLC):

LLC društva nude ravnotežu između zaštite vlasnika od ograničene odgovornosti i fleksibilnosti u upravljanju.

Zaštita osobne imovine je značajna prednost. Odvajanje osobne i poslovne imovine znači da vlasnici nisu osobno odgovorni za poslovne dugove i pravne obveze.

Međutim, vrijedi napomenuti da LLC društva mogu imati strože propise i zahtjeve za izvješćivanje u usporedbi s pojedinačnim poduzetnicima. Usklađenost s ovim propisima može zahtijevati više truda i potencijalno uključivati dodatne troškove.

Javno ograničeno društvo (PLC):

PLC-ovi imaju pristup značajnom kapitalu kroz prodaju dionica javnosti.

Ova je struktura idealna za tvrtke koje žele prikupiti značajan kapital za širenje ili ulaganje. Pristup većem broju investitora može osigurati financijska sredstva potrebna za velike projekte

Unatoč tome, PLC-ovi podliježu rigoroznim standardima usklađenosti. Obveze transparentnosti i izvješćivanja su opsežne, a ova razina regulacije može biti opterećujuća. Prodaja dionica javnosti također dolazi s određenim odgovornostima i zakonskim zahtjevima.



ECOMMERCE4WOMEN

Naposljetku, izbor poslovne strukture ovisit će o ciljevima svakog poduzeća, razini osobne odgovornosti s kojom vlasnik odgovara, želji za kontrolom i složenosti regulatorne usklađenosti koju su spremni poduzeti. Razumijevanje prednosti i nedostataka svake strukture prvi je korak u donošenju informirane odluke koja usklađuje ciljeve svakog poduzeća unutar tržišta EU-a.

EU direktive i propisi koji reguliraju registraciju i osnivanje poduzeća

Ova sesija bavi se zamršenim svijetom EU direktiva i propisa koji imaju dubok utjecaj na registraciju i osnivanje poduzeća. Ovo je znanje ključno za poduzeća koja se žele uspostaviti i nesmetano poslovati unutar Europske unije (EU).

Harmonizacija poslovnog prava:

EU ima vizionarski cilj – usklađivanje poslovnog prava. Ovaj cilj nastoji pojednostaviti i ujednačiti poslovne propise u svim državama članicama EU-a. Namjera je pojednostaviti i olakšati prekogranično poslovanje za poduzeća.

Ključni pojam ovdje je "usklađivanje". Putem direktiva i propisa, EU radi na tome da poslovne zakone učini dosljednijima i predvidljivijima u cijeloj EU. Ovaj proces usklađivanja donosi brojne prednosti, posebice za tvrtke koje se žele proširiti u različite zemlje EU. To znači da se može očekivati ujednačeniji i dosljedniji pravni krajolik dok se kreću različitim tržištima unutar EU-a.



ECOMMERCE4WOMEN

Osnivanje prekograničnog poslovanja:

Kako se poduzeća šire, ona često prelaze granice unutar EU-a. Razumijevanje direktiva i propisa EU-a ključno je kada planirate poslovati u više zemalja EU-a.

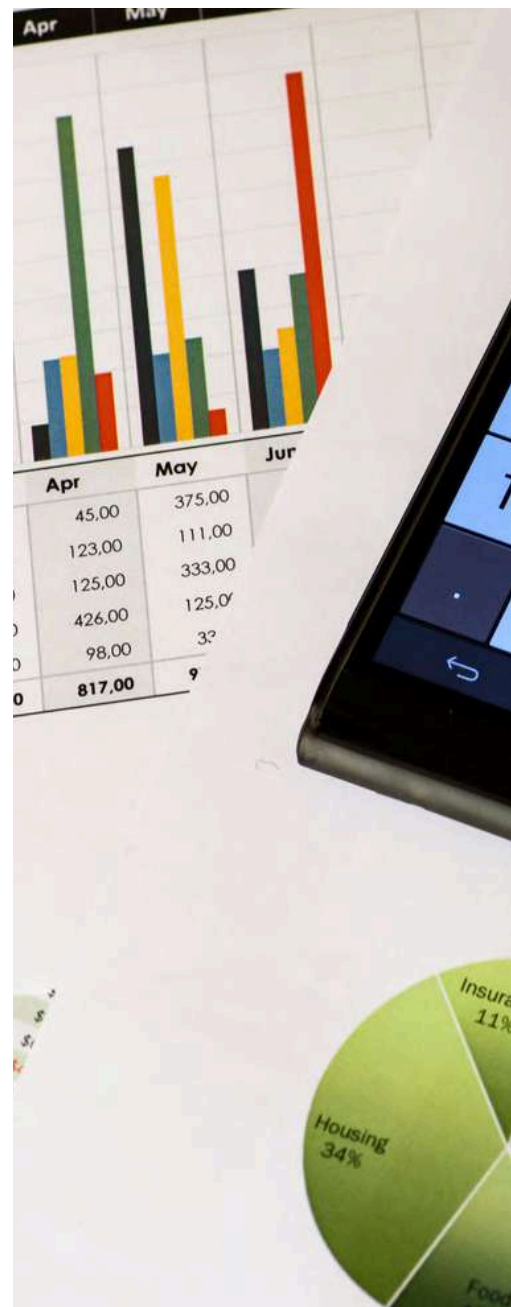
EU direktive osmišljene su za olakšavanje prekograničnog osnivanja poduzeća. Ovi propisi imaju za cilj ukloniti prepreke i složenosti, osiguravajući da se tvrtke relativno lako mogu uspostaviti u različitim zemljama EU-a. To znači da ako tvrtka želi proširiti svoje horizonte i ući na nova tržišta, to može učiniti učinkovitije zahvaljujući ovim EU direktivama.

Sukladnost i izvješćivanje:

Kako bi održala transparentnost i odgovornost, EU nameće stroge standarde usklađenosti i izvješćivanja.

Ovaj aspekt uključuje osiguranje financijske transparentnosti, godišnje izvješćivanje i revizije. Ovi standardi su uspostavljeni kako bi se osiguralo da poduzeća posluju unutar pravnog okvira, poštujući etičke prakse i dajući jasnu sliku svog financijskog zdravlja. To su ključni elementi dobro reguliranog poslovnog okruženja.

Ovo znanje nije neophodno samo za zakonsku usklađenost, već i za održavanje povjerenja ulagača, dionika i javnosti.



Razumijevanje složenosti EU direktiva i propisa koji uređuju registraciju i osnivanje poduzeća ključno je za poduzeća unutar EU. To je više od puke usklađenosti; radi se o osiguravanju glatkog poslovanja, prekograničnom širenju i održavanju transparentnosti i odgovornosti u vašoj poslovnoj praksi. Do kraja ove sesije polaznici će biti bolje opremljeni za snalaženje u višestranom pravnom krajoliku osnivanja i poslovanja poduzeća unutar EU-a.

POSTUPCI REGISTRACIJE PODUZEĆA U EU

U ovom segmentu polaznici će dobiti dubinsko istraživanje postupaka registracije poduzeća Europske unije (EU). Ovo znanje je od ključne važnosti za poduzetnike koji žele osnovati i upravljati poduzećima unutar EU-a, osiguravajući neometano i usklađeno prolaženje procesa registracije.

Korak po korak: vodič za registraciju poduzeća u EU

Polaznicima će biti predstavljen sveobuhvatan vodič korak po korak koji opisuje zamršenosti registracije poduzeća u EU. Ovaj vodič detaljno opisuje svaku fazu postupka registracije, pokrivajući bitne radnje i zahtjeve za dokumentaciju. Pridržavajući se ovog vodiča, vlasnici tvrtki mogu sustavno upravljati putem registracije, ublažavajući moguće komplikacije i osiguravajući usklađenost s propisima EU i lokalnim standardima.

1. korak: Poslovna struktura. Odlučite se o pravnoj strukturi svoje tvrtke (npr. obrt, partnerstvo, društvo s ograničenom odgovornošću, dioničko društvo). Vaš će izbor utjecati na proces registracije i vašu odgovornost.

2. korak: Naziv tvrtke. Odaberite jedinstveno i prikladno ime za svoju tvrtku. Provjerite je li u skladu s propisima o imenovanju u zemlji u kojoj se planirate registrirati.



3. korak: Nacrt statuta. Pripremite statut ili ekvivalentne dokumente koji ocrtavaju interna pravila, upravljanje i ciljeve vašeg poslovanja. Ovo je često obavezno za složenije poslovne strukture.

4. korak: Adresa za sjedište poduzeća. Osigurajte registriranu adresu za svoju tvrtku, koja će se koristiti za službenu komunikaciju. Mora biti unutar zemlje u kojoj registrirate tvrtku.

5. korak: Potrebne dozvole i licence. Identificirajte i nabavite sve potrebne dozvole ili licence specifične za vašu industriju ili poslovne aktivnosti. Ovaj se korak značajno razlikuje ovisno o vrsti poslovanja.

6. korak: Registracija kod državnih tijela. Obratite se relevantnim nacionalnim tijelima odgovornim za registraciju poduzeća u zemlji u kojoj namjeravate poslovati. U nekim ćete slučajevima možda morati posjetiti lokalni ured za registraciju poduzeća.

7. korak: Obrasci za registraciju. Ispunite potrebne obrasce za registraciju koje dostavljaju nacionalna tijela. Ti će obrasci obično tražiti pojedinosti o vašoj tvrtki, njezinim vlasnicima, upravi i druge bitne informacije.

8. korak: Naknade za registraciju. Budite spremni platiti naknade za registraciju, koje mogu varirati ovisno o zemlji i poslovnoj strukturi. Ove naknade pokrivaju troškove obrade i dokumentiranja vaše registracije.

9. korak: Provjera i odobrenje. Predajte svoje registracijske dokumente i pričekajte provjeru i odobrenje nadležnih tijela. Ovaj postupak može uključivati provjere o prošloj aktivnosti i pravni nadzor.

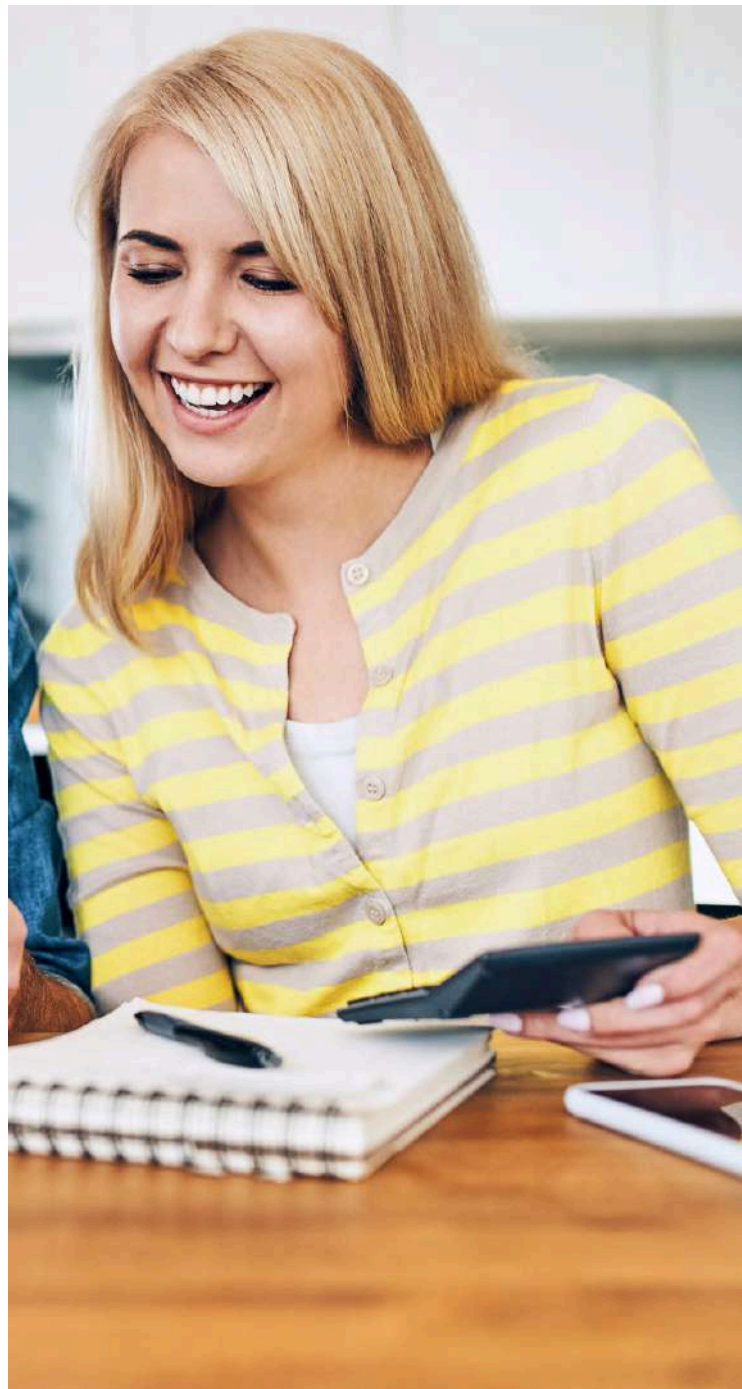
10. korak: Potvrda o registraciji. Nakon što registracija vaše tvrtke bude odobrena, primit ćete potvrdu o registraciji ili ekvivalentan dokument. Ova potvrda služi kao službeni dokaz pravnog statusa vaše tvrtke.

11. korak: Porezna prijava. Prijavite se u poreznoj upravi za plaćanje poreza, uključujući PDV ili druge relevantne poreze. Ovo je bitno kako biste bili sigurni da ispunjavate porezne obveze.

12. korak: Poslovni bankovni račun. Otvorite namjenski poslovni bankovni račun za upravljanje svojim financijama i odvajanje osobnih od poslovnih transakcija.

13. korak: Usklađenost i izvješćivanje. Upoznajte se s tekućim zahtjevima usklađenosti i izvješćivanja u zemlji poslovanja. To uključuje financijsko izvješćivanje, porezne prijave i sve obveze godišnjeg izvješćivanja.

14. korak: Započnite poslovanje. S dovršenom registracijom, osiguranim dozvolama i usklađenošću, spremni ste za početak poslovanja unutar EU.



Imajte na umu da se određeni koraci i zahtjevi mogu razlikovati među državama članicama EU-a te je ključno konzultirati se s pravnim i financijskim stručnjacima ili državnim tijelima kako biste osigurali točne i ažurne informacije za svoje posebne okolnosti.

ZAHTJEVI ZA DOKUMENTACIJU I SUKLADNOST U REGISTRACIJI PODUZEĆA U EU

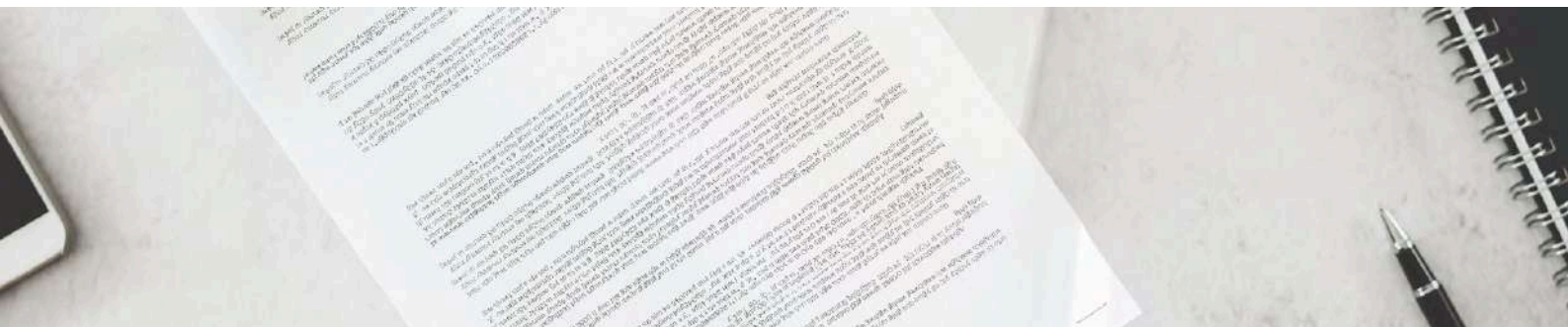
Razumijevanje ove dokumentacije i zahtjeva usklađenosti je temeljno za tvrtke koje se žele registrirati u EU. Usklađenost osigurava da tvrtke rade unutar granica zakona i održavaju transparentnost, odgovornost i etičke prakse. Svladavanjem ovih zahtjeva, poduzeća se mogu uspješno snalaziti u složenosti registracije poduzeća u EU-u, dok istovremeno grade čvrste temelje za svoje buduće poslovanje.

Ključni dokumenti za registraciju tvrtke:

Statut: Ovaj dokument opisuje temeljna pravila i propise koji uređuju poslovanje. Sadrži detalje o nazivu tvrtke, namjeni, sjedištu, temeljnom kapitalu i upravljačkoj strukturi.

Poslovni planovi: Sveobuhvatan poslovni plan ključan je za dokazivanje održivosti i strategije poslovanja. Ovaj bi dokument trebao sadržavati analizu tržišta, financijske projekcije, marketinške strategije i izvršni sažetak. Služi kao putokaz za budućnost poslovanja.

- **Financijska izvješća:** Točna financijska izvješća, uključujući bilance, izvješća o dobiti i novčanom toku, obavezna su za registraciju tvrtke. Ove izjave pružaju uvid u financijsko zdravlje i održivost tvrtke.
- **Dokaz o sjedištu:** Poduzeća moraju dostaviti dokaz o adresi registriranog ureda. To je često fizička lokacija na koju se šalju službeni dokumenti i korespondencija.
- **Provjera identiteta i adrese:** Obično je potrebna osobna identifikacija i potvrda adrese vlasnika ili direktora poduzeća. To može uključivati podnošenje putovnica, osobnih iskaznica ili računa za komunalije kao dokaz adrese.
- **Poslovne licence i dozvole:** Ovisno o vrsti poslovanja i djelatnosti, određene licence i dozvole mogu biti obvezne. Ovi dokumenti pokazuju usklađenost s propisima specifičnim za industriju.



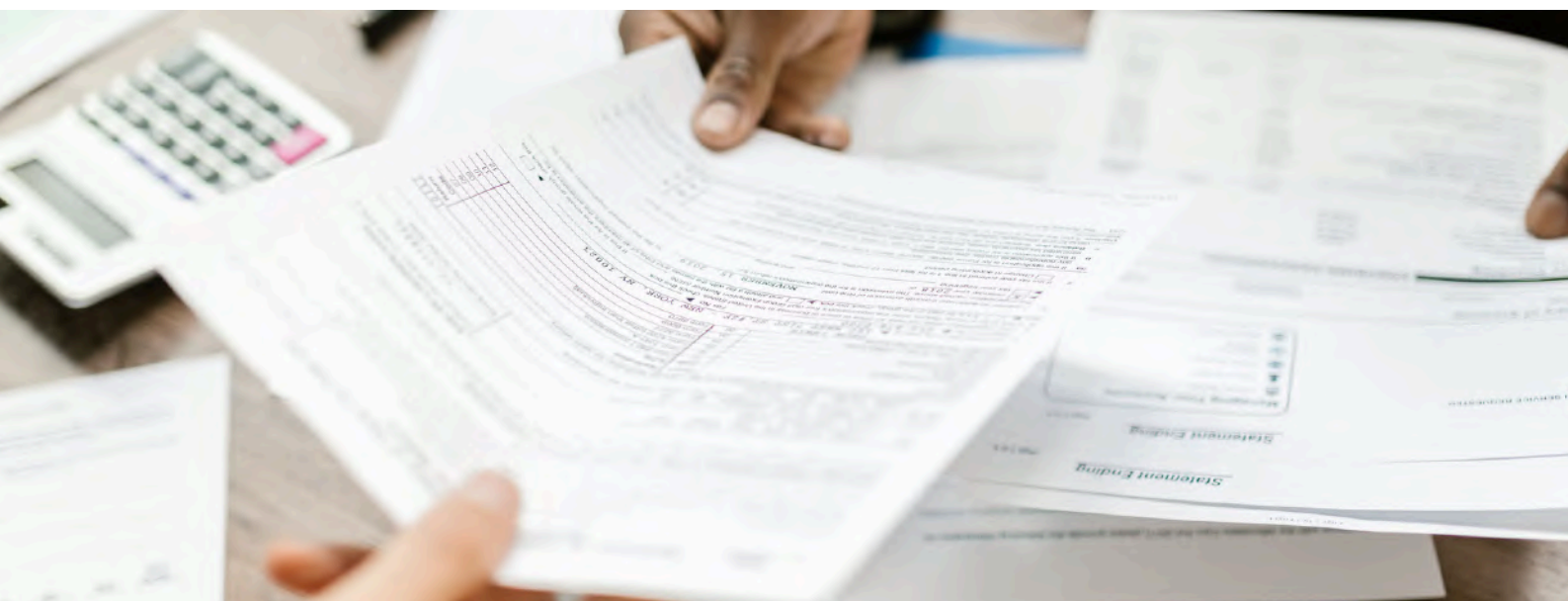
ZAHTJEVI SUKLADNOSTI:

Usklađenost s pravnom strukturom: tvrtke moraju odabrati odgovarajuću pravnu strukturu, kao što je pojedinačno vlasništvo, partnerstvo, društvo s ograničenom odgovornošću ili dioničko društvo, u skladu sa svojim poslovnim modelom i ciljevima. Odabrana struktura treba biti u skladu s EU i nacionalnim zakonima.

Usklađenost s porezima: tvrtke se moraju pridržavati poreznih obveza i prijaviti se za primjenjive poreze, poput PDV-a ili poreza na dobit poduzeća. Točno i pravodobno prijavljivanje poreza ključno je za sprječavanje pravnih problema.

Propisi specifični za industriju: Određene industrije imaju posebne zahtjeve usklađenosti, kao što su zdravstveni i sigurnosni standardi, ekološki propisi ili zaštita intelektualnog vlasništva. Poduzeća moraju dokazati da se pridržavaju ovih zakona specifičnih za sektor.

- **Financijska transparentnost:** Usklađenost sa standardima financijske transparentnosti je ključna. To uključuje točnu pripremu i podnošenje financijskih izvješća, koja mogu uključivati godišnja financijska izvješća, bilance i izvješća o dobiti.
- **Obveze izvješćivanja:** poduzeća su često dužna podnijeti godišnja izvješća i ažuriranja nadležnim tijelima. Ova izvješća daju snimku poslovnih aktivnosti, vlasničku strukturu i financijski status.
- **Zaštita podataka i privatnost:** poduzeća u EU-u moraju se pridržavati strogih propisa o zaštiti podataka i privatnosti, posebice Opće uredbe o zaštiti podataka (GDPR). To zahtijeva zaštitu podataka o kupcima i zaposlenicima te traženje privole za obradu podataka.



INTELEKTUALNO VLASNIŠTVO EU

Ovaj odjeljak bavi se višestranim područjem intelektualnog vlasništva (IP) unutar Europske unije (EU). Uključuje temeljne aspekte zakona o intelektualnom vlasništvu EU-a, uključujući različite oblike zaštite poput zaštitnih znakova, autorskih prava i patenata. Razumijevanje važnosti zaštite intelektualnog vlasništva ključno je za poduzeća koja posluju na dinamičnom tržištu EU-a.

Svrha zakona EU-a o intelektualnom vlasništvu


Zakoni o intelektualnom vlasništvu EU-a pomno su osmišljeni kako bi služili kao čuvari stvaralaštva, inovacija i nematerijalne imovine pojedinaca i tvrtki. Ovi su zakoni osmišljeni kako bi osigurali pravnu zaštitu za intelektualne napore koji podupiru kreativan i inovativan rad.

Središnji cilj ovih zakona je dodijeliti ekskluzivna prava kreatorima i izumiteljima, čime se stvara okruženje u kojem se potraga za novim idejama, proizvodima i uslugama ne samo potiče nego i štiti. Ta je zaštita osnova za poticanje inovacija, promicanje ulaganja i održavanje konkurentnog tržišta.

OPSEG ZAKONA EU-A O INTELEKTUALNOM VLASNIŠTVU

Zakoni EU-a o intelektualnom vlasništvu imaju širok opseg i pokrivaju širok raspon prava:

- **Zaštitni znakovi:** Ova prava štite razlikovne znakove kao što su imena robnih marki, logotipovi i slogani, koji omogućuju identifikaciju i razlikovanje proizvoda i usluga na tržištu.
- **Autorska prava:** Zakoni o autorskim pravima nude zaštitu originalnih kreativnih djela, uključujući književnost, glazbu, umjetnost, filmove, softver i još mnogo toga. Kreatori imaju kontrolu nad korištenjem i distribucijom svog sadržaja.
- **Patenti:** Patenti daju izumiteljima ekskluzivna prava nad njihovim inovacijama, sprječavajući druge da koriste, proizvode ili prodaju njihove nove proizvode ili procese.
- **Poslovne tajne:** Zakoni o intelektualnom vlasništvu također obuhvaćaju zaštitu poslovnih tajni, koje štite povjerljive i vrijedne poslovne informacije, poput formula, dizajna i popisa kupaca, od neovlaštenog pristupa ili korištenja od strane konkurenata.

- 
- Ovaj sveobuhvatni niz prava intelektualnog vlasništva osigurava kreatorima, tvrtkama i inovatorima čvrst pravni okvir za zaštitu svojih kreacija u različitim industrijama, od tehnologije i umjetnosti do proizvodnje i usluga.

Usklađivanje zakona EU o intelektualnom vlasništvu:

Jedna od značajnih prednosti zakona EU-a o intelektualnom vlasništvu leži u njihovoj usklađenosti među državama članicama. Ovim usklađivanjem nastoji se stvoriti dosljedan i jedinstven okvir za zaštitu intelektualnog vlasništva u cijeloj EU.

Ovo je usklađivanje ključno za stvaranje jednakih uvjeta za sve, promicanje predvidljivog, dosljednog i pravno sigurnog okruženja unutar jedinstvenog tržišta. Zahvaljujući ovom usklađivanju, vlasnici tvrtki mogu očekivati sličnu zaštitu i prava intelektualnog vlasništva kada posluju u različitim zemljama EU-a, čime se pojednostavljuje postupak zaštite njihove intelektualne imovine.

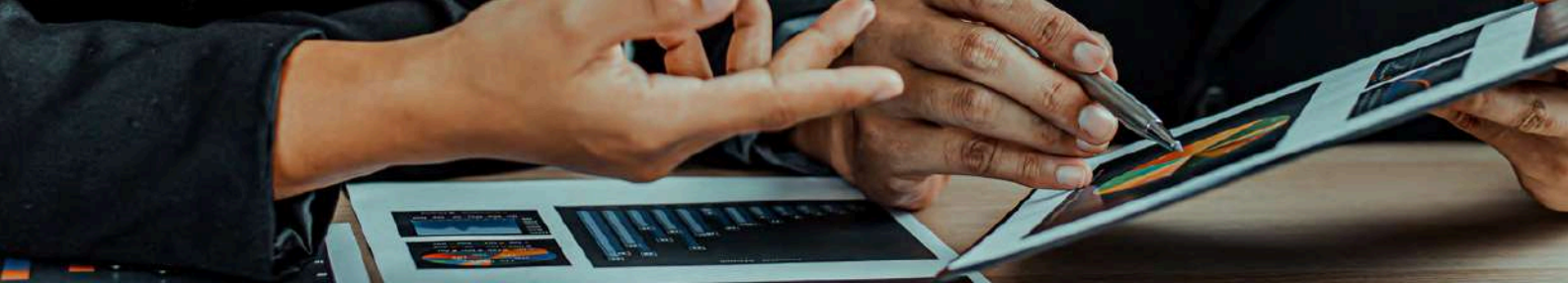
ZAŠTITA PODATAKA I PRIVATNOST U EU

Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR) ključni je aspekt poslovanja unutar Europske unije (EU). Vlasnici tvrtki trebaju duboko razumijevanje GDPR-a, njegovog značaja, načela na kojima se temelji i specifičnih zahtjeva koje nameće tvrtkama. Bit će bolje opremljeni za snalaženje u složenom svijetu zaštite podataka i privatnosti unutar EU-a, osiguravajući usklađenost s propisima GDPR-a i zaštitu osobnih podataka pojedinaca.

Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR)

GDPR je sveobuhvatna uredba o zaštiti podataka koja je uvedena u EU kako bi se zaštitila privatnost i osobni podaci pojedinaca. Odnosi se na sve tvrtke koje obrađuju osobne podatke građana EU-a, neovisno o tome gdje se tvrtka nalazi. GDPR je stupio na snagu u svibnju 2018. i značajno promijenio načine zaštite podataka.

GDPR je značajan jer pojedincima daje veću kontrolu nad njihovim osobnim podacima. Osigurava transparentnost u obradi podataka, nalaže stroge sigurnosne mjere i nameće znatne novčane kazne za nepoštivanje. GDPR ne samo da poboljšava zaštitu podataka, već i usklađuje propise o podacima diljem EU-a, što tvrtkama olakšava prekogranično poslovanje.



NAČELA ZAŠTITE PODATAKA I ZAHTJEVI ZA TVRTKE

GDPR se temelji na nekoliko ključnih načela kojih se tvrtke moraju pridržavati:

- **Zakonitost, poštenje i transparentnost:** tvrtke moraju obrađivati osobne podatke zakonito, pošteno i transparentno. To znači da bi trebali imati valjan razlog za obradu podataka, informirati pojedince o tome i biti otvoreni o svojim postupcima s podacima.
- **Ograničenje svrhe:** Podaci se trebaju prikupljati za određenu, legitimnu svrhu i ne smiju se koristiti u druge svrhe bez izričitog pristanka.
- **Minimiziranje podataka:** Treba prikupljati i obrađivati samo one podatke koji su strogo potrebni za tu svrhu.
- **Točnost:** tvrtke moraju osigurati da su osobni podaci točni i ažurni.
- **Ograničenje pohrane:** Osobni podaci ne bi se trebali pohranjivati dulje nego što je potrebno za svrhe za koje su prikupljeni.
- **Cjelovitost i povjerljivost:** podaci se moraju obrađivati na siguran način i trebaju postojati mjere za njihovu zaštitu od kršenja ili neovlaštenog pristupa.

Razumijevanje zamršenosti dobivanja važećeg pristanka, poštovanja prava ispitanika i osiguravanja sigurnih međunarodnih prijenosa podataka ključno je za usklađenost s GDPR-om. GDPR ne samo da štiti privatnost pojedinaca, već zahtijeva i promjenu načina na koji poduzeća prikupljaju, obrađuju i štite osobne podatke.

Poduzeća moraju ugraditi ova načela u svoje postupke obrade podataka. To podrazumijeva uspostavljanje jasnih politika, provedbu procjene učinka zaštite podataka i postojanje mehanizama za dokazivanje usklađenosti.

Razmatranja privole i obrade podataka:

Pristanak igra ključnu ulogu u usklađenosti s GDPR-om. Zahtijeva da pojedinci daju jasan i informiran pristanak za obradu svojih podataka. Poduzeća također moraju uzeti u obzir:

Prava ispitanika: Pojedinci imaju prava u vezi sa svojim podacima, uključujući pravo na pristup, ispravak i brisanje svojih podataka.

Prijenos podataka: ako tvrtka posluje međunarodno, mora osigurati da prijenosi podataka izvan EU-a ispunjavaju zahtjeve GDPR-a.

Službenik za zaštitu podataka (DPO): U nekim je slučajevima imenovanje DPO-a obavezno. Ova je osoba odgovorna za usklađenost zaštite podataka unutar organizacije.

ZAKONI EU O ZAŠTITI POTROŠAČA

U ovoj sesiji polaznici će istražiti bitne aspekte zakona o zaštiti potrošača unutar Europske unije (EU). Steći će sveobuhvatno razumijevanje zakona EU-a o zaštiti potrošača, ključnih propisa i njihovih obveza kao poduzeća u vezi s informacijama o proizvodima, jamstvima i povratima. Također će imati uvid u procese za učinkovito rješavanje pritužbi i sporova potrošača, osiguravanje usklađenosti i održavanje povjerenja potrošača na tržištu EU.

Ključni propisi EU o zaštiti potrošača

Zakoni EU-a o zaštiti potrošača osmišljeni su kako bi se osiguralo pošteno postupanje s potrošačima i njihova prava kada sudjeluju u komercijalnim transakcijama. Ključni propisi uključuju:

- **Direktiva o pravima potrošača:** Ova direktiva opisuje prava potrošača u područjima kao što su pravo na informacije, povlačenje iz ugovora i pravni lijekovi u slučaju neispravnih proizvoda.
- **Opća direktiva o sigurnosti proizvoda:** postavlja sigurnosne zahtjeve za potrošačke proizvode s ciljem zaštite potrošača od nesigurne robe.
- **Direktiva o nepoštenoj trgovačkoj praksi:** Ova uredba zabranjuje nepoštenu trgovačku praksu, poput lažnog oglašavanja i agresivne prodajne taktike.
- **Direktiva o prodaji i jamstvima potrošača:** Ova direktiva utvrđuje prava potrošača u vezi s jamstvima i pravnim lijekovima za neispravne proizvode.

Razumijevanje ovih propisa ključno je za tvrtke jer moraju uskladiti svoju praksu s tim zakonskim okvirima. Ukoliko to ne učinite, može doći do zakonskih kazni i štete po vaš ugled.



ECOMMERCE4WOMEN



OBVEZE ZA TVRTKE U VEZI S INFORMACIJAMA O PROIZVODIMA, JAMSTVIMA I POVRATIMA

Poduzeća unutar EU-a imaju posebne obveze za osiguranje zaštite potrošača:

- **Informacije o proizvodu:** Moraju pružiti jasne i točne informacije o proizvodima, uključujući njihove glavne karakteristike, ukupnu cijenu i podatke za kontakt za upite kupaca.
- **Jamstva i garancije:** proizvodi moraju imati minimalno dvogodišnje jamstvo, tijekom kojeg su tvrtke obvezne popraviti ili zamijeniti neispravne proizvode.
- **Pravo na odustajanje:** Potrošači imaju pravo odustati od ugovora na daljinu i ugovora sklopljenih izvan poslovnih prostorija u roku od 14 dana bez navođenja razloga.
- **Povrati:** tvrtke moraju omogućiti povrat robe i povrat novca unutar zakonskog vremenskog okvira i uvjeta.

Tvrtke moraju biti svjesne ovih obveza kako bi osigurale da su u skladu sa zakonima o zaštiti potrošača. Nesukladnost može dovesti do pritužbi potrošača i pravnih postupaka.



RJEŠAVANJE PRITUŽBI I SPOROVA POTROŠAČA

Učinkovito rješavanje pritužbi potrošača ključno je za očuvanje povjerenja kupaca i poštivanje zakona o zaštiti potrošača:

- **Interno rješavanje pritužbi:** Poduzeća moraju uspostaviti učinkovite postupke za rješavanje pritužbi potrošača. To uključuje promptno potvrđivanje pritužbi, njihovo temeljito istraživanje i pružanje rješenja u razumnom roku.
- **Alternativno rješavanje sporova (ADR) i mrežno rješavanje sporova (ODR):** U slučaju da potrošač i tvrtka ne mogu izravno riješiti spor, ADR i ODR platforme nude alternativne načine za rješavanje sukoba.
- **Postupci u sporovima male vrijednosti:** Ovi postupci pojednostavljuju i ubrzavaju rješavanje sporova u sporovima male vrijednosti.

Sposobnost učinkovitog rješavanja pritužbi i sporova potrošača nije samo zakonski zahtjev, već i značajan aspekt korisničke službe i upravljanja ugledom za tvrtke. Poznavanje ADR-a, ODR-a i postupaka za sporove male vrijednosti ključno je za tvrtke da bi se uspješno snalazile u sporovima i rješavale ih.



LITERATURA I DRUGI IZVORI INFORMACIJA ZA POLAZNICE: NASTAVNI MATERIJALI PREMA NASTAVNOM PLANU I PROGRAMU

Informacije o resursima, vodičima i institucijama EU

Poduzetnici se ne moraju sami snalaziti u pravnom krajoliku. Nekoliko izvora i institucija posvećeno je potpori tvrtkama:

Poslovna potpora EU-a: [Europska komisija – Poslovna potpora](#)

Enterprise Europe Network (EEN): [EEN](#) nudi prilagođene savjete, istraživanje tržišta i usluge pronalaženja partnera za tvrtke koje se žele proširiti unutar EU-a i izvan nje.

Nacionalne agencije za podršku poslovanju: Svaka država članica EU-a ima vlastite agencije koje pružaju smjernice i podršku lokalnim poduzećima. Te agencije mogu ponuditi uvid u nacionalne propise i postupke. Provjerite s agencijom za poslovnu podršku u vašoj zemlji.

Gospodarske komore: Lokalne gospodarske komore često pružaju resurse i usluge poduzećima, uključujući pomoć u izvozno-uvoznim procedurama, razvoju poslovanja i usklađenosti sa zakonima.

Preporuke za pravne konzultacije i savjetodavne usluge

Pravno savjetovanje ključno je za poduzetnike kako bi osigurali usklađenost i smanjili rizike. Evo nekoliko preporuka:

- Angažirajte lokalnog pravnog savjetnika: Potražite lokalnog pravnog savjetnika sa znanjem o EU i nacionalnim zakonima. Razmislite o tome da se obratite lokalnim odvjetničkim komorama ili odvjetničkim uredima.
- Tvrtke za pravno savjetovanje: Istražite pravne tvrtke specijalizirane za poslovno pravo, propise EU-a i međunarodnu trgovinu.
- Platforme pravne tehnologije: koristite platforme pravne tehnologije koje pružaju isplativa pravna rješenja, kao što su [LegalZoom](#) i [Rocket Lawyer](#).
- Gospodarske komore i poslovna udruženja: Ove organizacije često imaju pravne odjele ili partnerstva koja mogu ponuditi smjernice svojim članovima.

Relevantne web stranice i platforme za pristup pravnim informacijama

Poduzetnici mogu pristupiti pravnim informacijama putem različitih online platformi:

- [EUROPA – Business](#): službena web stranica EU-a pruža informacije o propisima EU-a, mogućnostima financiranja i praktičnim vodičima za poduzetnike.
- [Europski portal e-pravosuđa](#): Ovaj portal nudi informacije o pravnim sustavima diljem EU-a, olakšava prekogranične pravne transakcije i rješavanje sporova. Europski portal e-pravosuđa
- Nacionalni poslovni portal: Svaka država članica EU obično ima službeni poslovni portal s informacijama o lokalnim propisima, porezima i zahtjevima usklađenosti. Potražite poslovni portal za svoju zemlju.
- 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 i časopise s pravnim vijestima koji pružaju ažurirane informacije o promjenama propisa i pravnim tumačenjima. Web stranice kao što su [Legal Week](#) i [Lexology](#) vrijedni su izvori.

Provjera znanja



✔ PITANJA:

1. Koja je ključna institucija EU-a odgovorna za predlaganje i provedbu politika koje oblikuju poslovne zakone?

- a) Europski parlament
- b) Europska komisija
- c) Vijeće Europske unije

2. Koja je svrha zakona EU-a o intelektualnom vlasništvu?

- a) Spriječiti inovacije i ograničiti konkurenciju
- b) Poticati razvoj novih ideja i proizvoda
- c) Ograničiti zaštitu stvaratelja i izumitelja

3. Koje načelo GDPR-a naglašava sigurnost i zaštitu osobnih podataka od neovlaštenog pristupa?

- a) Ograničenje namjene
- b) Minimizacija podataka
- c) Integritet i povjerljivost

4. Koje je minimalno trajanje dopuštanja potrošačima da odustanu od ugovora bez obrazloženja prema zakonima EU-a o zaštiti potrošača?

- a) 7 dana
- b) 14 dana
- c) 30 dana

Točni odgovori:

- 1. b
- 2. c
- 3. b
- 4. b



5. MODUL

Digitalne vještine

Ciljevi modula

Po završetku modula, polaznici će moći:

Razumjeti osnove digitalnog marketinga i njegovu važnost u digitalnom okruženju



Biti vješti u prepoznavanju i korištenju osnovnih komponenti računalnog hardvera i softverskih aplikacija



Biti vješti u uporabi internetskih alata i usluga za pronalaženje informacija i online komunikaciju



Koristiti platforme društvenih medija za promociju brenda, angažman i oglašavanje



Razumjeti platforme za marketing putem e-pošte

Pregled modula:



1. Uvod u specifične digitalne vještine

- Uvod u važnost digitalnih vještina u današnjem svijetu
- Obuka za alate i platforme za suradnju
- Uvod u osnovne tehnike analize podataka pomoću funkcija proračunskih tablica i alata za vizualizaciju podataka.

2. Osnove ITC-a

- Pregled uloge informacijske tehnologije i komunikacije
- Razumijevanje osnovnih komponenti računala
- Upoznavanje s uobičajenim operativnim sustavima
- Razumijevanje računalnih mreža
- Istraživanje osnova interneta, uključujući pregledavanje weba, tražilice, e-poštu i online komunikaciju.

3. Digitalni marketing

- Istraživanje različitih kanala digitalnog marketinga
- Razumijevanje osnova SEO-a
- Uvod u PPC oglašavanje
- Strategije za iskorištavanje platformi društvenih medija
- Alati za web analitiku
- Strategije za poboljšanje dizajna web stranice i odredišne stranice za povećanje stope konverzije.

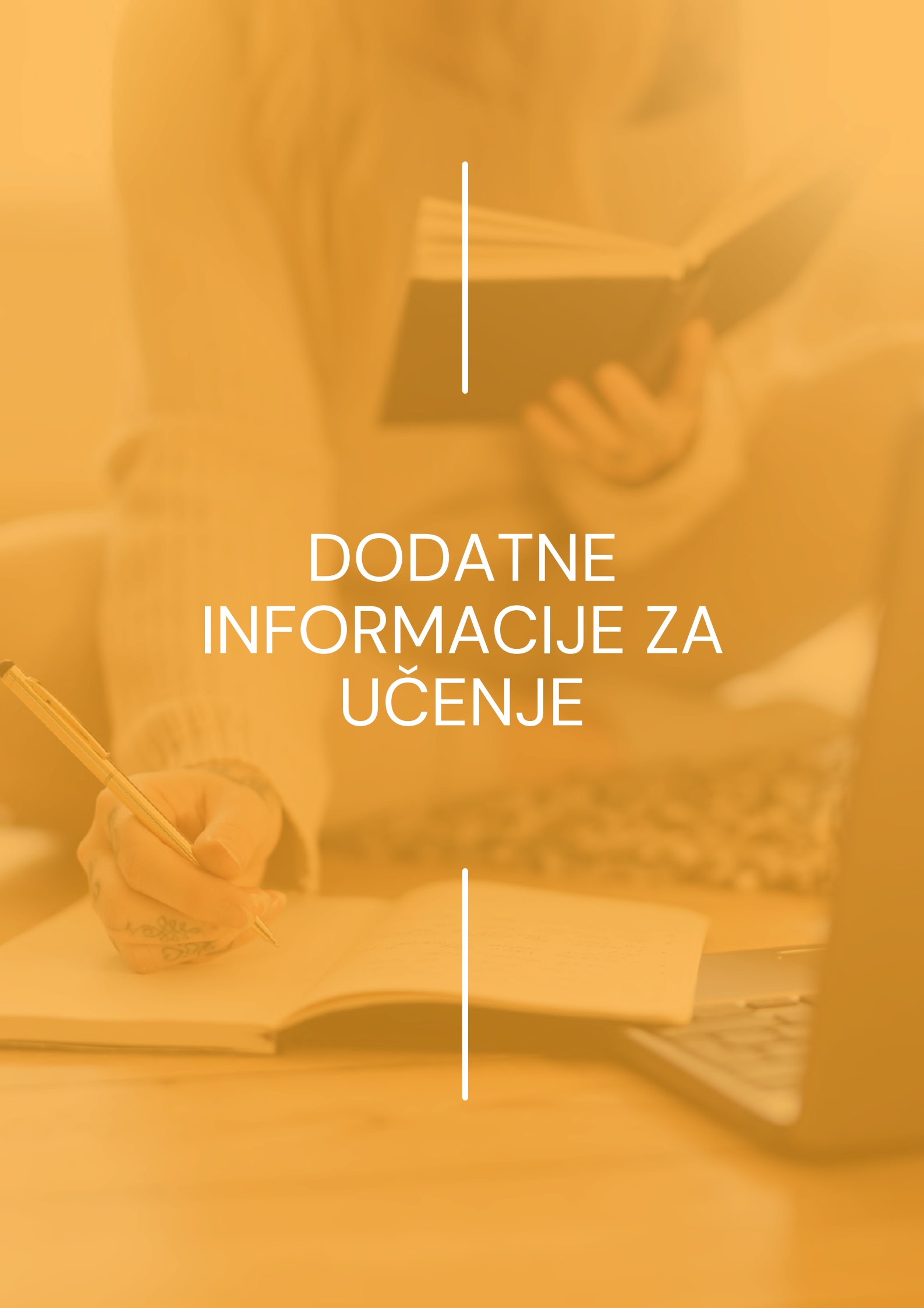
4. Online platforme

- Razumijevanje sustava za upravljanje sadržajem
- Pregled platformi za e-trgovinu kao što su Shopify, WooCommerce i Magento za postavljanje i upravljanje internetskim trgovinama.
- Uvod u platforme za crowdsourcing i crowdfunding projekte
- Razumijevanje platformi za video hosting i streaming



TRAJANJE:

10 školskih sati



DODATNE
INFORMACIJE ZA
UČENJE

Uvod u specifične digitalne vještine



DANAS JE VRLO VAŽNO RAZUMJETI I DOBRO KORISTITI DIGITALNE ALATE, POSEBNO ZA KUPNJU I PRODAJU STVARI PUTEM INTERNETA

U našem svijetu koji pokreće tehnologija, digitalne vještine postale su velika stvar, mijenjajući način na koji radimo za mnogo godina koje dolaze. Nekada su te vještine bile nešto što su imali samo stručnjaci, a sada se očekuju od svih koji žele posao. Budući da su računala i digitalna komunikacija tako veliki dijelovi naših života, promijenili su mnogo različitih poslova.

Na primjer, poljoprivrednici, koji su prije radili prema vremenu i godišnjem dobu, sada koriste posebne senzore i računalne sustave za uzgoj više hrane. Restorani obrađuju narudžbe napravljene putem interneta zajedno s osobnim posluživanjem kupaca, a agenti za nekretnine, koji su prije većinu svog posla obavljali putem sastanaka, sada koriste online obilaske i digitalne datoteke. Ova promjena na više digitalnih načina pokazuje da je biti dobar s tehnologijom nešto što morate imati, a ne samo posebna vještina.

Ta je potreba postala još jasnija kako su tvrtke preselile svoje poslovanje na internet, ističući potrebu za radnicima koji govore digitalni jezik. Ne radi se samo o korištenju softvera ili pregledavanju weba; radi se o tome da digitalno razmišljanje postane ključni dio načina na koji tvrtke planiraju svoje strategije.

Posao sada zahtijeva niz vještina, od osnovnih poput upravljanja digitalnom komunikacijom i online zadacima, do naprednijih stvari poput digitalnog marketinga, online sigurnosti i rukovanja velikim količinama podataka.

Kako bi održali korak, radnici moraju pronaći načine da poboljšaju ove digitalne vještine. Ali ne moraju ići samo u tradicionalne škole; postoji mnogo načina za učenje na mreži, poput besplatnih tečajeva ili posebnih programa poput onih na UNLV-u, koji im daju iskustvo iz stvarnog svijeta koje ih priprema za današnje potrebe posla.

Učenje digitalnih vještina stalan je put jer se nove tehnologije neprestano pojavljuju. Ali jedna je stvar jasna za one koji počinju ili žele napredovati na svojim poslovima: digitalne vještine nije samo dobro imati; one su obavezne. A sada, s više dostupnih resursa za učenje nego ikad, prilika za napredak i uspjeh postoji za ljude u svim vrstama posla. Tehnologija se kreće i vrijeme je da uhvatimo korak s njom.

ZAŠTO SU DIGITALNE VJEŠTINE VAŽNE

Dakle, što su zapravo digitalne vještine? Oni su sve što možete učiniti s računalima i internetom. Od odgovaranja na e-poštu do spremanja dokumenata na mreži i više, ove vam vještine omogućuju rad i zabavu u digitalnom svijetu. I što ste bolji u njima, to ćete imati više izbora za posao.

Evo nekih digitalnih vještina o kojima svi pričaju:

Osnovne vještine:

- Tipkanje na računalu
- Korištenje e-pošte i chata
- Upravljanje informacijama
- Korištenje društvenih medija
- Traženje informacija na internetu
- Postavljanje online sastanaka

Napredne vještine:

- Prikazivanje vaše web stranice na Googleu
- Izrada digitalnih proizvoda jednostavnih za korištenje
- Izrada web stranica
- Gledajući podatke
- Oglašavanje online
- Dovođenje više posjetitelja na web stranice



Zašto su te vještine potrebne?

Jer se svijet brzo mijenja. To je bilo osobito istinito tijekom pandemije COVID-19 kada su tvrtke morale početi poslovati online brže nego što je itko očekivao. Ova brza promjena učinila je digitalne vještine vrlo važnima iz nekoliko razloga:

- **Učenici napreduju:** Dobivanje posla je konkurentno. Učenici trebaju digitalne vještine da bi bili primijećeni. Mogu učiti od kuće, pohađati besplatne tečajeve na internetu i steći snažno obrazovanje. Bez ovih vještina možda neće vidjeti neke od najboljih poslova koji su daleko od mjesta gdje žive.

Poduzeća bolje posluju: razmislite o tome koliko se vremena gubi obavljanjem zadataka koje bi računalo moglo izvršiti. S digitalnim vještinama tvrtke mogu uštedjeti vrijeme i obratiti pozornost na ono što je stvarno važno. Mogu zaraditi više novca i doprijeti do više ljudi. Također, praćenje stvari kao što su SEO i SEM pomaže tvrtkama da ostanu konkurentne.

Poslovi su sigurniji: postoji mnogo zabrinutosti da će roboti i računala zamijeniti naše poslove. Ali ljudi s jakim digitalnim vještinama imaju manje šanse da izgube posao zbog strojeva za 59%. Radit će bolje svoj posao, više će uživati u svom poslu i možda zaraditi više novca, umjesto da se drže starih, ručnih metoda.



DIGITAL
SKILLS

Osnove ICT-a



VAŽNOST ICT-A U KOMUNIKACIJI

Informacijska tehnologija (IT) promijenila je način na koji poduzeća upravljaju ljudima. Zamislite da možete donositi odluke na temelju mnoštva ažuriranih informacija, a ne samo nagađanja. IT to omogućuje brzim rukovanjem velikim količinama podataka i kombiniranjem različitih vrsta podataka kako bi pomogao tvrtkama u donošenju boljih odluka.

Ali IT ne pomaže samo šefovima; svima pomaže. Radnici mogu vidjeti kako im ide u stvarnom vremenu, znati koliko zarađuju i odmah pronaći informacije o obuci. Oni nisu samo imena na popisu; oni su važni dijelovi tvrtke koja brine o tome što donose na stol.

Ipak, da bi maksimalno iskoristili IT, radnici ga moraju znati koristiti. Moraju nastaviti učiti kako tehnologija postaje bolja. Može potrajati neko vrijeme, ali koristi su ogromne, kako za učinkovito obavljanje posla tako i za osjećaj zadovoljstva na poslu.

IT također spaja ljude bez obzira gdje se nalazili. Sa stvarima kao što su umrežavanje širom svijeta i videopozivi, timovi mogu raditi zajedno čak i ako su u različitim zemljama. Ovo je jako važno za velike tvrtke širom svijeta.

RAZUMIJEVANJE OSNOVNIH KOMPONENTI RAČUNALA

"**Matična ploča**" računala je poput okosnice koja sve povezuje. U njega mora stati sve, čak i u malim prostorima poput prijenosnih računala. Ako se matična ploča pokvari, računalo prestaje raditi.

"**CPU**" je mozak računala. Slijedi naredbe i čini da se stvari dogode. Ako CPU ima više "jezgri" ili jedinica, može raditi više stvari odjednom. Ako se CPU pokvari, računalo ne može učiniti ništa.

"**GPU**" stvara slike i videozapise. Čini da igre izgledaju stvarno, a videozapisi se reproduciraju glatko. Neki CPU-i imaju mali GPU unutra, ali za velike zadatke potrebni su zasebni GPU-i. Ako se GPU pokvari, zaslone bi mogao postati crni i ništa se ne može vidjeti.

"**RAM**" je mjesto gdje računalo čuva informacije koje su mu potrebne odmah. Više RAM-a znači da računalo može razmišljati o više stvari u isto vrijeme. Ako se RAM pokvari, računalo usporava ili zaboravlja stvari.

"**Uređaj za pohranu**" je poput digitalne knjižnice. Čuva programe, datoteke i više, čak i kada je računalo isključeno. Računala mogu imati različite vrste pohrane, poput HDD-ova ili SSD-ova, koji rade brže. Ako se pohrana pokvari, datoteke se ne mogu pristupiti i mogu se zauvijek izgubiti.

KAKO RADE RAČUNALNE MREŽE

Računalna mreža povezuje uređaje kako bi mogli međusobno razgovarati i dijeliti stvari. Nije samo za pristup internetu kod kuće. Velike tvrtke koriste mreže za povezivanje mnoštva uređaja diljem svijeta.

Mreže pomažu u mudroj upotrebi energije, održavaju opremu sigurnom i čine rad pouzdanim i sigurnim u tvornicama, tvrtkama i domovima.

Mreže mogu prenositi različite vrste signala (poput glasa ili podataka), koristiti ih svi ili samo jedna grupa, mogu biti ožičene ili bežične i koristiti različite vrste fizičkih veza (poput optičkih kabela).

Postoji nekoliko vrsta mreža:

Lokalna mreža (LAN): povezuje uređaje koji su blizu jedan drugom.

Metropolitan Area Network (MAN): povezuje uređaje na većem području, poput grada.

Mreža širokog područja (WAN): povezuje uređaje koji su međusobno udaljeni.

Bežična lokalna mreža (WLAN): povezuje uređaje bez upotrebe žica.

OSNOVE INTERNETA

Internet je ogroman digitalni prostor s mnogo dijelova koji nam pomažu pronaći informacije, razgovarati jedni s drugima i učiniti mnogo više na mreži.

Do web stranica se dolazi putem "**preglednika**" kao što su Google Chrome ili Mozilla Firefox, koji prikazuju interaktivne web stranice. Preglednici olakšavaju prelazak s jednog dijela interneta na drugi pomoću "hiperlinkova", koji su poput vrata između web stranica.

Kako bismo pronašli nešto određeno na internetu, koristimo se "**tražilicama**" poput Googlea. Sve popisuju na internetu i koriste posebna pravila kako bi brzo pronašli ono što tražimo.

Razgovor preko interneta prerastao je samo e-poštu, trenutni način slanja poruka i datoteka. Sada postoje i alati za razgovore na poslu (kao što su Slack ili Microsoft Teams), upućivanje video poziva (kao što su Skype ili Zoom) i održavanje koraka s prijateljima i obitelji (putem društvenih mreža). Ovi alati stvaraju osjećaj da je svijet tik uz nas, sve unutar naših zaslona.

Digitalni marketing



DIGITALNI MARKETING KAO KLJUČ ZA E-TRGOVINU

Digitalni marketing predstavlja kamen temeljac moderne e-trgovine, zasjenjujući tradicionalno oglašavanje svojim golemim dosegom i vrhunskim povratom ulaganja. Ova sila nadilazi opseg fizičkih trgovina, nudeći beskrajne mogućnosti za online marketing proizvoda i povezujući tvrtke s golemom, uvijek prisutnom online publikom. Izjednačava uvjete za igru u intenzivnom natjecanju između marki, pružajući uvid u taktiku suparnika.

Divovi poput Mete (bivši Facebook) i Instagrama redefinirali su način na koji tvrtke angažiraju svoju ciljanu publiku, s plaćenim oglasima na tim platformama koji nude jedinstvene prednosti, dopirući čak i do onih koji nisu upoznati s markom.

Osim ovih velikih mreža, vrijednost ciljanja nišnih online grupa ne može se podcijeniti. Pristup tim specijaliziranim zajednicama predstavlja tvrtkama još angažiraniju publiku.

U biti, digitalni marketing, potkrijepljen društvenim mrežama i ciljanim online grupama, nije samo alat, već motor koji pokreće tvrtke prema većoj prodaji i profitabilnosti u digitalnom dobu. Dodatne pojedinosti o ovoj temi bit će navedene u zadnjem odjeljku ovog modula.

Obuka za alate i platforme za suradnju

Kako digitalni tržišni prostor napreduje, subjekti e-trgovine prepoznaju nezamjenjivu ulogu digitalne stručnosti, posebno u pogledu alata i platformi za suradnju. To nisu puke pogodnosti, već temelj uspješnih mrežnih poslovnih funkcija. Također, od nedavnog porasta rada na daljinu, bitno je da timovi ostanu povezani i produktivni. Alati za suradnju pomažu u simulaciji virtualnog 'urenskog okruženja'. Obukom se osigurava da zaposlenici mogu maksimalno iskoristiti značajke kao što su virtualni sastanci, dijeljeni kalendari i dodjela zadataka, čime se održava produktivnost bez obzira na zemljopisne lokacije.

WEB ALATI

Komunikacijski alati:

- | | |
|-----------------|---|
| Slack | Povezuje timove putem kanala za komunikaciju, dijeljenje datoteka i integraciju softvera. |
| Microsoft Teams | Povezuje timove putem kanala za komunikaciju, dijeljenje datoteka i integraciju softvera. |

Alati za upravljanje projektima:

- | | |
|------------|---|
| Asana | Olakšava koordinaciju s dodjeljivanjem zadataka, vremenskim okvirima i prekretnicama. |
| Trello | Vizualizira organizaciju rada i status projekta na 'pločama'. |
| Monday.com | Radni operativni sustav (Work OS) za upravljanje projektima i povjerenje u tijek rada, s praćenjem vremena i automatizacijom. |

Platforme za grafički dizajn:

- | | |
|-------|---|
| Canva | Alat za grafički dizajn s nizom predložaka i značajki dizajna, besplatno dostupan nevladinim organizacijama za poboljšanje njihove vizualne komunikacije. |
|-------|---|

Platforme za korisničku podršku:

- | | |
|----------|--|
| Zendesk | CRM softver usmjeren na poboljšanje odnosa s klijentima kroz značajke interakcije. |
| Intercom | Platforma za razgovorne odnose (CRP) za izgradnju odnosa s klijentima putem personaliziranih iskustava temeljenih na messengeru. |

Upravljanje dokumentima i suradnja:

Google Workspace (bivši G Suite):	Sadrži alate za suradnju kao što su Gmail, Dokumenti, Disk i Kalendar za tvrtke.
Microsoft 365	Nudi Office aplikacije, usluge produktivnosti i sigurna rješenja u oblaku.

Upravljanje inventarom:

Shopify	Platforma za e-trgovinu za upravljanje zalihama, obradu narudžbi i analizu podataka o kupcima.
BigCommerce	Sveobuhvatno rješenje za e-trgovinu s upravljanjem proizvodima, otpremom i analitikom.

Automaticija marketinga:

HubSpot	Potpuna platforma koja nudi marketinški, prodajni, korisnički servis i CRM softver.
Mailchimp	Platforma za automatizaciju marketinga s integracijom e-trgovine.

Analiza podataka i izvješćivanje:

Google Analytics	Prati i izvješćuje o prometu web stranice, ponašanju korisnika i konverzijama za web stranice e-trgovine.
Tableau	Pretvara podatke u vizualne uvide pomoću analitičke platforme.



VIDLJIVOST U E-TRGOVINI PUTEM DIGITALNOG MARKETINGA

Vidljivost je najvažnija u gustoj šumi e-trgovine, a kako se bližimo 2025., dvije usluge digitalnog marketinga ističu se kao ključne za istaknutost vaše tvrtke na mreži, bez obzira na razinu vaše stručnosti.

SEO (Optimizacija za tražilice): SEO se ponaša kao nositelj zastave vašeg digitalnog prodajnog izloga, ne samo da privlači poglede tražilica, već osigurava da vaša trgovina prednjači u pretraživanjima kupaca. Zahtijeva kontinuirano ugađanje kako bi se održao ugled i pouzdanost vaše stranice. Pojednostavljenje postupka naplate ključno je za web-mjesta za e-trgovinu kako bi se smanjilo napuštanje košarice.

SEM (Marketing tražilicama): SEM je blještaviji rođak SEO-a koji daje brze rezultate. To je slično plaćenju ekspresnoj karti do vrha popisa pretraživanja putem kampanja plaćanja po kliku (PPC). Iako ima svoju cijenu, ekonomičan je, nudi različite opcije oglasa i precizno ciljanje korisnika.

Ključne SEM komponente uključuju:

Oglasi na tražilicama: Izravno ciljajte korisnike koji aktivno traže vaše proizvode.

Prikazni oglasi: Vizualno podsjetite korisnike na vašu marku tijekom njihovih drugih online aktivnosti.

Shopping oglasi: izravno predstavite svoje proizvode korisnicima s namjerom kupnje, izravno na stranici rezultata pretraživanja.

Plaćanje po kliku (PPC):

Oglašavanje uz PPC je dinamična online marketinška metoda koja tvrtkama omogućuje postavljanje virtualnih billboarda diljem digitalnog krajolika i plaćanje samo kada netko pokaže izravan interes. Ova je strategija dominantna na tražilicama, s oglasima koji se pojavljuju pored povezanih rezultata pretraživanja, na temelju korisničkih pojmova za pretraživanje. Prava prednost PPC-a je njegova prilagodljivost u skladu s publikom, proračunom i ciljevima te njegova sposobnost pružanja trenutnih, mjerljivih rezultata, što ga čini kritičnim elementom u bilo kojem sveobuhvatnom digitalnom marketinškom planu.

Optimiziranje digitalne prisutnosti

Društveni mediji zahtijevaju preciznu strategiju koja uključuje prepoznavanje pravih platformi za vašu publiku, izradu sadržaja specifičnog za platformu i aktivno sudjelovanje s korisnicima kako bi se ojačala prisutnost robne marke. Suradnje utjecajnih osoba i ciljano oglašavanje mogu povećati doseg, dok kontinuirano praćenje izvedbe osigurava usavršavanje strategije. Istodobno, vaše web mjesto i odredišne stranice, vaši digitalni izlozi, moraju biti optimizirani za maksimalni angažman korisnika i konverzije. To podrazumijeva vizualno dosljedan i privlačan dizajn, sučelja prilagođena mobilnim uređajima, intuitivnu navigaciju i jasne pozive na radnju. Uključivanje signala povjerenja i stalna revizija na temelju povratnih informacija korisnika i analitike također su ključni, osiguravajući da ove platforme učinkovito pretvaraju posjetitelje u kupce bez nepotrebnog ponavljanja ili redundantnosti strategije.

Online platforme



ŠTO JE SUSTAV ZA UPRAVLJANJE SADRŽAJEM?

Sustavi za upravljanje sadržajem (CMS) cjelovite su digitalne platforme koje pojednostavljaju proces kreiranja, upravljanja i distribucije sadržaja, osobito za one koji nemaju vještine kodiranja. Ovi sustavi iskorjenjuju preduvjet za specijalizirane programere, dopuštajući različitim korisnicima da se aktivno uključe u sadržajne procese.

Značajka CMS-a je njegova račvana struktura: aplikacija za upravljanje sadržajem (CMA) prilagođena korisniku i aplikacija za isporuku sadržaja u pozadini (CDA). CMA dopušta korisnicima, poput trgovaca, izradu i prilagodbu sadržaja bez izravne pomoći IT-a, dok CDA preuzima odgovornost za obradu ovog sadržaja i njegovo objavljivanje na mreži, čineći ga globalno dostupnim. Nadalje, CMS osigurava međunarodnu ujednačenost sadržaja kroz solidnu kontrolu verzija i autorske tijekove rada. U profesionalnim krugovima poznati kao Web Content Management (WCM), ovi sustavi su ključna digitalna imovina za svakoga tko želi ostvariti značajan digitalni utjecaj, simbolizirajući raskrižje inovacija i digitalne tehnologije.

POKRETANJE POSLOVANJA: PLATFORME ZA E-TRGOVINU

Platforme za e-trgovinu uvele su revoluciju u način na koji tvrtke posluju na mreži, nudeći sveobuhvatna rješenja koja integriraju različite aspekte digitalnog tržišta. Među njima se kao ključni igrači ističu Shopify, WooCommerce, Magento, a sada čak i Instagram, a svaki predstavlja jedinstvenu ponudu za tvrtke svih veličina.

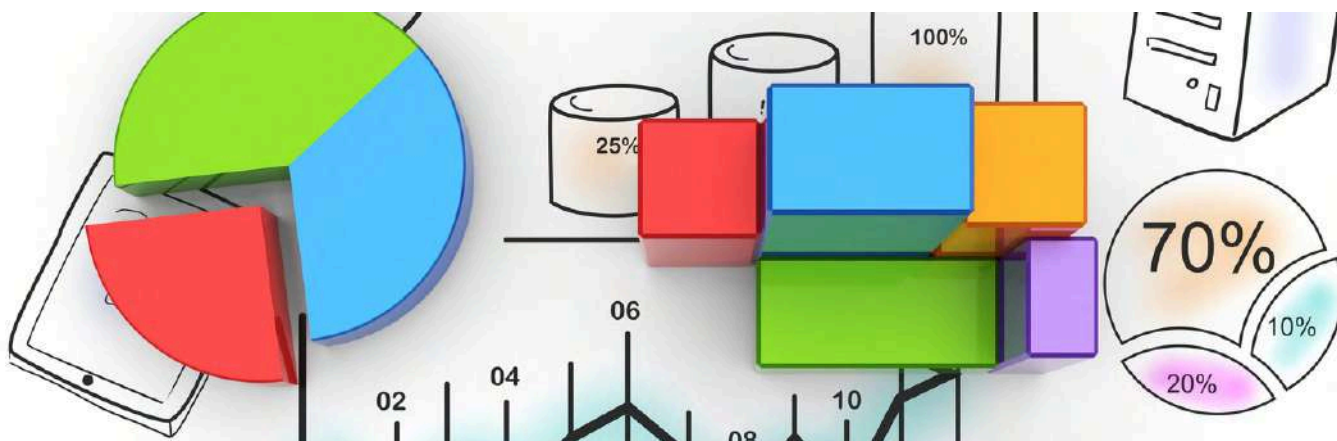
Shopify je poznat po svom korisničkom sučelju i funkcionalnosti izvan okvira. Primarno namijenjen početnicima te malim i srednjim poduzećima, pruža prilagodljive predloške, sigurne pristupnike plaćanja i intuitivne alate za upravljanje zalihama. Njegova moć je u jednostavnosti, koja omogućuje brzo pokretanje online trgovine bez kompromisa u kvaliteti.

WooCommerce je besplatan dodatak otvorenog koda dizajniran posebno za WordPress web stranice. Za tvrtke koje su već ukorijenjene u ekosustavu WordPress, to je prirodno proširenje za olakšavanje e-trgovine. Njegova priroda otvorenog koda jamči široku prilagodbu, široku lepezu dodataka i podršku velike, aktivne zajednice. Oni s tehničkim sklonostima smatraju da je WooCommerce igralište za stvaranje prilagođenog iskustva e-trgovine.

S druge strane, **Magento** je robusno rješenje najprikladnije za srednje i velike tvrtke zbog svoje skalabilnosti i bogatog skupa značajki. Kao platforma otvorenog koda, nudi neusporedive mogućnosti prilagodbe, omogućujući tvrtkama da prilagode svaki aspekt svog iskustva e-trgovine. Međutim, maksimalno iskorištavanje Magentovih mogućnosti može zahtijevati intenzivno učenje i podršku za profesionalni razvoj.

Instagram, tradicionalno poznat kao platforma društvenih medija, razvio se u središte e-trgovine sa svojom značajkom "Trgovina". Poduzeća mogu prikazati proizvode izravno na svojim profilima i objavama, transformirajući svoju prisutnost na društvenim mrežama u interaktivni internetski izlog. Ovaj spoj društvene interakcije i kupovine stvara besprijekorno korisničko iskustvo, brišući granice između zabave i trgovine.

Svaka od ovih platformi olakšava različite aspekte upravljanja e-trgovinom, od popisa proizvoda i upravljanja zalihama do obrade plaćanja i praćenja pošiljaka. Izbor između njih ovisit će o specifičnim potrebama tvrtke, tehničkoj stručnosti i očekivanjima rasta. Oni simboliziraju prilagodljivost i dinamičnost e-trgovine, pružajući tvrtkama digitalnu infrastrukturu za napredovanje na mreži.



PLATFORME ZA CROWDSOURCING I CROWDFUNDING PROJEKTE

Crowdsourcing platforme služe kao svjetionik, pozivajući na unos, resurse ili stručnost raznolike skupine ljudi, obično iz online zajednice. Ovaj zajednički napor može se iskoristiti u različite svrhe, uključujući rješavanje problema, inovacije ili poboljšanje učinkovitosti. Platforme kao što su Amazon Mechanical Turk i Innocentive prednjače u ovom pokretu, nudeći prostor u kojem se zadaci mogu distribuirati globalnoj radnoj snazi ili gdje se složeni problemi mogu predstaviti raznolikom skupu mislilaca, inovatora i profesionalaca. Ove platforme naglašavaju načelo da više umova pridonosi boljim rješenjima, potičući okruženje suradnje i zajedničke svrhe.

S druge strane, platforme za masovno financiranje, kao što su Kickstarter, Indiegogo i GoFundMe, pojavile su se kao moćni alati za poduzetnike, umjetnike i kreatore za financiranje njihovih projekata ili pothvata. Ove platforme premošćuju jaz između koncepta i financiranja, omogućujući pojedincima da predstave svoje ideje svijetu i dobiju financijsku potporu od pristaša koji vjeruju u njihovu viziju. Za razliku od tradicionalnih metoda financiranja, crowdfunding je pristupačniji, demokratičniji i vođen

zajednicom, pružajući jedinstven put gdje održivost projekta ne određuje nekolicina odabranih, već kolektivni interes i izravni doprinosi mnogih.

Ove platforme utjelovljuju snagu zajednice. Oni ne samo da pružaju alate i strukturu potrebne za kolektivnu uključenost, već također predstavljaju pomak prema otvorenijem, suradničkom i participativnom svijetu.

PLATFORME ZA VIDEO HOSTING I STREAMING

Uspon videosadržaja kao primarnog komunikacijskog medija obuhvaća različita područja, zahvaljujući svom dinamičnom, privlačnom i probavljivom formatu. Međutim, putovanje počinje s produkcijom i pronalazi svoj zamah u učinkovitom hostingu i dijeljenju.

Videohosting je neophodan za svakoga tko distribuira videosadržaj, od novih kreatora do velikih korporacija. Ovaj postupak uključuje prijenos videozapisa na poslužitelj, što ih čini jednostavnim za dijeljenje i ugradnju na različite platforme. Korisnici bi mogli razmisliti o samostalnom hostingu, pohranjivanju videozapisa na osobni ili korporativni poslužitelj, ali ovaj pristup često zahtijeva značajno vrijeme, tehničko znanje i resurse.

Kao rezultat toga, mnogi se okreću video hosting platformama, koje nude praktičnija i učinkovitija rješenja za pohranu i dijeljenje videa.

Ove platforme pružaju niz značajki i alata za poboljšanje video upravljanja i promocije. Odlučivanje između platformi –ili odabir samostalnog hostinga—ovisi o čimbenicima kao što su proračun, promotivna strategija i potrebne značajke upravljanja video sadržajem.

Platforme se značajno razlikuju u smislu korisničkog iskustva i značajki angažmana. Ključna razmatranja uključuju opseg analitike, kvalitetu korisničke podrške, kompatibilnost s različitim softverom, opcije cijena, prisutnost reklama, funkcije automatske reprodukcije, predložene videozapise i mogućnosti prilagodbe. Svaka platforma nudi jedinstvenu kombinaciju ovih značajki, stoga je važno razmotriti što je najvažnije za vas ili vaše poslovanje.

Plaćene video hosting platforme zahtijevaju ulaganje, ali nude veću kontrolu nad vašim video sadržajem, uključujući opcije jednostavnog dijeljenja, bolju sigurnost, sveobuhvatno iskustvo brendiranja bez ometajućih oglasa ili nepovezanih video prijedloga, neograničenu pohranu, naprednu prilagodbu i detaljnu analitiku.

Nasuprot tome, web stranice za besplatni video hosting, iako im nedostaju napredne značajke, prikladne su za one s ograničenim budžetom, nudeći širok doseg i sučelja prilagođena korisniku.

Oni, međutim, uključuju prisilne oglase, predložene videozapise koji mogu ometi gledatelje, ograničenu sigurnost i minimalnu analitiku.

Samostalni hosting još je jedna opcija koja zahtijeva znatna ulaganja u vrijeme, tehničke vještine i financije. Uključuje odabir između poslužitelja na licu mjesta ili usluga u oblaku, a obje uključuju troškove povezane s postavljanjem, licenciranjem, održavanjem i potencijalnim proširenjem prostora za pohranu. Samostalno hosting također dolazi s rizicima kao što su tehnički problemi, nedovoljno prostora i problemi s propusnošću.

Među mnogim dostupnim video hosting uslugama, platforme poput YouTubea i Vimea često su najprepoznatljivije. Međutim, brojni drugi zadovoljavaju različite potrebe, usredotočujući se na kvalitetu videozapisa, prostor za pohranu, postavke privatnosti, mogućnosti unovčavanja, mogućnosti oglašavanja, marketinške alate, značajke strujanja uživo, prilagodbu i cijenu. Odluka o pravoj platformi ili o tome hoćete li sami hostirati trebala bi biti utemeljena na temeljitoj procjeni ovih čimbenika u skladu s vašim ciljevima i resursima.

NEW SKILL



LOADING...

LITERATURA I DRUGI IZVORI INFORMACIJA ZA POLAZNICE: NASTAVNI MATERIJALI PREMA NASTAVNOM PLANU I PROGRAMU

Uvod u digitalne vještine

Što su digitalne vještine i zašto su važne? Kampovi digitalnih vještina | Sveučilište Nevada, Las Vegas. Preuzeto: 25. listopada 2023. s <https://digitalskills.unlv.edu/digital-marketing/what-are-digital-skills/>

Zašto su digitalne vještine važne

<https://www.linkedin.com/pulse/what-digital-skills-why-important-rto-managing-director/>

Važnost IT-a u komunikaciji

Uloga informacijske tehnologije i komunikacije. Your Article Library.

Preuzeto: 25. listopada 2023. s: <https://www.yourarticlelibrary.com/hrm/role-of-information-technology-and-communication/60303>

Uloga informacijsko-komunikacijskih tehnologija u integriranom sustavu informiranja i usmjeravanja u karijeri. OECD. Preuzeto: 25. listopada 2023. s: <https://www.oecd.org/education/research/2698249.pdf>

Razumijevanje osnovnih komponenti računala

5 najvažnijih komponenti računala < Tech Takes – HP.com Malezija.

6. listopada 2022. Preuzeto: 25. listopada 2023. s: <https://www.hp.com/my-en/shop/tech-takes/post/most-important-computer-components>

Kako rade računalne mreže

Razumijevanje računalnih mreža. Eaton. Preuzeto: 25. listopada 2023. s: <https://www.eaton.com/us/en-us/products/controls-drives-automation-sensors/software/understanding-computer-networks.html>

Digitalni marketing kao ključ za e-trgovinu

Deepak G. Važnost digitalnog marketinga za e-trgovinu – digitalni katalizator. Digital Catalyst. Preuzeto: 25. listopada 2023. s: <https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

Ovladavanje vidljivošću u e-trgovini putem digitalnog marketinga

Deepak G. Važnost digitalnog marketinga za e-trgovinu – digitalni katalizator. Digital Catalyst. Preuzeto: 25. listopada 2023. s: <https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

Davidovich, V. (n.d.). Vodič za početnike za video hosting. Studio za animaciju Lemons. Preuzeto: 25. listopada 2023. s <https://lemons.studio/blog/a-beginners-guide-to-video-hosting>

Provjera znanja



✔ PITANJA

1. Što od sljedećeg najbolje opisuje zašto se digitalne vještine smatraju ključnima na današnjem tržištu rada?

1. Digitalne vještine uglavnom su potrebne tehnološkim stručnjacima i ne očekuju se od drugih sektora poslova.
2. Digitalne vještine pomažu pojedincima da učinkovitije upravljaju zadacima, čineći ih manje konkurentnima na tržištu rada.
3. Digitalne vještine temeljne su u raznim industrijama jer pomažu tvrtkama da posluju online, poboljšaju učinkovitost i ostanu konkurentne.

Obrazloženje: Digitalne vještine presudne su na današnjem tržištu rada jer omogućuju tvrtkama učinkovitije online poslovanje, uštedu vremena i zadržavanje konkurentnosti. Ove vještine se više ne očekuju samo od stručnjaka, već su potrebne u različitim sektorima poslova za upravljanje digitalnom komunikacijom, upravljanje podacima i korištenje digitalnih marketinških strategija, što ih čini temeljnim za uspjeh u svijetu koji pokreće tehnologija. Dakle, točan odgovor je 3.

2. Zašto se informacijska tehnologija (IT) smatra ključnom za moderno poslovanje?

1. IT ograničava komunikaciju unutar poduzeća samo na najviše rukovodstvo.
2. IT poboljšava donošenje odluka pružanjem podataka u stvarnom vremenu i integracijom različitih vrsta informacija, olakšavajući učinkovitu komunikaciju među globalnim timovima.
3. IT ograničava pristup radnika informacijama o njihovoj uspješnosti i zaradi, što rezultira manje informiranom radnom snagom.

Obrazloženje: Informacijska tehnologija (IT) igra ključnu ulogu u modernom poslovanju jer brzo upravlja i analizira velike količine podataka, omogućujući informirano donošenje odluka. Također podržava praćenje performansi u stvarnom vremenu i globalnu komunikaciju, što ga čini ključnim za tvrtke koje se nalaze na različitim lokacijama. Ova tehnologija omogućuje bolje strateško planiranje i povećava operativnu učinkovitost održavajući sve u tvrtki dobro informiranima i povezanima, bez obzira na njihovu geografsku lokaciju. Dakle, točan odgovor je 2.

PITANJA:

3. Zašto se digitalni marketing smatra ključnim elementom za uspjeh u e-trgovini?

1. Digitalni marketing je koristan samo za velike korporacije, a nije od koristi za manje tvrtke e-trgovine.
2. Digitalni marketing prvenstveno se fokusira na tradicionalne metode oglašavanja, a ne na online strategije.
3. Digitalni marketing osigurava značajan doseg i povrat ulaganja, omogućujući tvrtkama da se povežu sa širokom online publikom i steknu uvid u konkurentske strategije.

Obrazloženje: Digitalni marketing neophodan je za e-trgovinu jer se proteže izvan tradicionalnog oglašavanja korištenjem ogromnog dosega interneta. Nudi strateške prednosti kao što je dostizanje nišnih skupina i korištenje platformi društvenih medija kao što su Meta i Instagram za objavu privlačnih oglasa. Ovaj pristup ne samo da izjednačava uvjete igre među konkurentskim robnim markama, već i maksimizira mogućnosti prodaje i profitabilnosti dosežući potencijalne kupce koji možda nisu upoznati s robnom markom, čineći je tako ključnim pokretačem uspjeha na digitalnom tržištu. Dakle, točan odgovor je 3.

A person with long dark hair is writing in a notebook on a wooden desk. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. Two vertical orange lines are positioned on either side of the text. The text is centered and reads "6. MODUL" and "Meke vještine".

6. MODUL

Meke vještine

Ciljevi modula

Po završetku modula polaznici će moći:

Razumjeti važnost povjerenja u timskoj dinamici i pridonijeti izgradnji povjerenja među članovima tima



Naučiti važnost neverbalnih znakova kao što su govor tijela, izrazi lica i geste u prenošenju poruka



Naučiti kako učinkovito upravljati vremenom i učinkovito odrediti prioritete zadataka



Prepoznati važnost traženja podrške kada stres postane neizdrživ



Razumjeti financijske koncepte i moći učinkovitije upravljati osobnim financijama

Pregled modula:



1. Timski rad

- Razumijevanje timske dinamike
- Rješavanje sukoba
- Izgradnja povjerenja
- Razumijevanje uloge vodstva unutar tima i kako različiti članovi tima mogu doprinijeti funkcijama vodstva
- Metode za donošenje odluka unutar tima, uključujući izgradnju konsenzusa i korištenje individualne stručnosti
- Strategije za planiranje i vođenje produktivnih timskih sastanaka

2. Komunikacija

- Osnove komuniciranja
- Verbalna i neverbalna komunikacija
- Konstruktivna kritika
- Pisana, međuljudska i međukulturna komunikacija
- Govorničke i prezentacijske vještine
- Digitalna komunikacija

3. Samorazvoj

- Razumijevanje vlastitih snaga, slabosti, vrijednosti i ciljeva kroz samorefleksiju i procjenu
- Upravljanje vremenom
- Motivacija i pozitivno razmišljanje
- Briga o sebi
- Umrežavanje i izgradnja odnosa

4. Upravljanje stresom

- Istraživanje što je stres, njegovi uzroci i njegov utjecaj na mentalno i fizičko zdravlje
- Prepoznavanje izvora stresa
- Strategije suočavanja
- Važnost postizanja zdrave ravnoteže između poslovnog i privatnog života

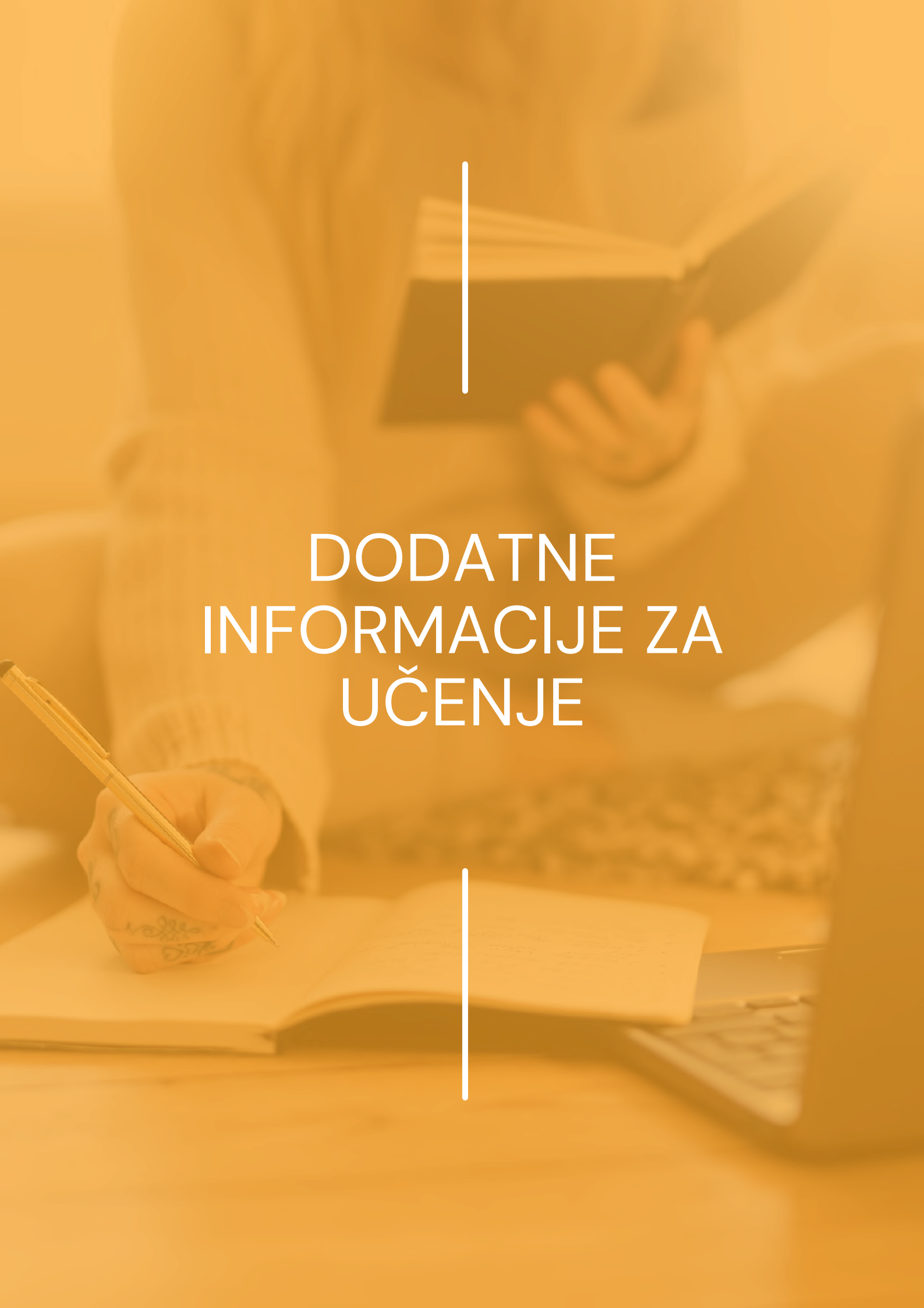
5. Računarske i matematičke vještine

- Razumijevanje i tumačenje podataka prikazanih u dijagramima, grafikonima i tablicama
- Financijska pismenost
- Razvijanje vještina kritičkog mišljenja za analizu i rješavanje matematičkih problema



TRAJANJE:

9 školskih sati.



DODATNE
INFORMACIJE ZA
UČENJE

Timski rad



Unutar poduzetničkog svijeta, prava bit uspjeha često se oslanja na kohezivne, učinkovite i suradničke timove. Podvodna struja koja pokreće takve timove je složeno tkanje međuljudskih interakcija, obično poznato kao 'timska dinamika'. Ovaj sveobuhvatni modul nastoji pružiti dubinsko razumijevanje timske dinamike i ključne uloge koju ima za početnike i etablirane poduzetnike.

DEFINICIJA:

U svojoj srži, timska dinamika sažima zamršene obrasce ponašanja i odnose koji postoje među članovima tima. Pod utjecajem mnoštva čimbenika uključujući profesionalna imenovanja, osobine osobnog karaktera, načine komunikacije i zajedničke (ili suprotne) povijesti, ova dinamika upravlja prirodom interakcija unutar grupe. Oni posjeduju moć ili ojačati ili spriječiti sveobuhvatnu izvedbu i učinkovitost tima.

Utjecaj dobre timske dinamike u grupi

Dobra timska dinamika ima vrlo važan utjecaj na razvoj poduzeća:

Optimizirana produktivnost: stjecanje jasnoće o jakim stranama, kompetencijama i potencijalnim područjima poboljšanja pojedinih članova tima omogućuje poduzetnicima da razborito dodjeljuju zadatke. Ovo usklađivanje zadataka s urođenim sposobnostima neizbježno dovodi do povećane produktivnosti.

Pojednostavljene operacije: pronicljivo razumijevanje zamršenosti timske dinamike omogućuje poduzetnicima da predvide i spriječe potencijalna područja sukoba. Ovaj proaktivni pristup osigurava skladniju radnu okolinu i minimalizira smetnje.

Povišeni moral i predanost: tim koji rezonira s osjećajem razumijevanja i uvažavanja odiše većom motivacijom i predanošću. Ovo emocionalno ulaganje često se prevodi u duže staže i smanjenu sklonost promjeni posla.

Informirano donošenje odluka: utemeljeni uvidi u timsku dinamiku naoružavaju poduzetnike oštromnošću za donošenje odluka koje odjekuju kolektivnim snagama i nijansama njihovog tima, osiguravajući holistički rast i evoluciju.

Ključne meke vještine na poslu:

Suvremeno radno mjesto cvjeta na sinergiji, suradnji i učinkovitosti. Na te željene rezultate uvelike utječe sposobnost pojedinca da učinkovito koristi meke vještine. Meke vještine, za razliku od tvrdih vještina koje su opipljivije i mjerljivije, vrte se oko međuljudskih interakcija, osobnih atributa i kognitivnih sposobnosti. Dvije najtraženije meke vještine u modernom poslovnom okruženju su analitičko razmišljanje i inovativnost te aktivno učenje i strategije učenja.

Analitičko razmišljanje i inovativnost:

Analitičko razmišljanje ne znači samo biti metodičan ili orijentiran na detalje. Uključuje razmatranje složenih problema, njihovo rastavljanje, razumijevanje temeljnih obrazaca, a zatim dočaravanje inovativnih rješenja koja dodaju vrijednost. Radi se o sagledavanju velike slike uz razumijevanje zamršenosti koje na nju utječu.

Primjena u timskoj dinamici:

Za poduzetnike je sposobnost analitičkog razmišljanja neprocjenjiva. Kada vodite tim, postaje ključno ocjenjivati članove tima ne samo na temelju njihovih eksplicitnih vještina, već i na temelju nijansi njihovih snaga, slabosti i potencijala. Čineći to, poduzetnici mogu učinkovito raspodijeliti zadatke koji odgovaraju stručnosti svakog pojedinca. To ne samo da osigurava učinkovito izvršenje zadataka, već i gradi timsko okruženje u kojem se svi osjećaju cijenjenima i priznatima.

Kako ga poboljšati

- Uključite se u vježbe rješavanja problema koje izazivaju konvencionalno razmišljanje.
- Potičite otvorene dijaloge i tražite povratne informacije o odlukama, njegujući kulturu stalnog poboljšanja.
- Budite otvoreni za eksperimentiranje. Ponekad isprobavanje novih pristupa ili metoda može dovesti do učinkovitijih i inovativnijih rezultata.

Aktivno učenje i strategije učenja:

Aktivno učenje nije samo stjecanje novih znanja; radi se o razumijevanju, asimilaciji i kontekstualnoj primjeni. Promiče prilagodljivost, osiguravajući da pojedinci ostanu relevantni i učinkoviti čak i kako se situacije mijenjaju.

Primjena u timskoj dinamici:

Timovi su fluidna tijela, posebno u startupima. Uz promjenjive zahtjeve tržišta, sastav timova i organizacijske ciljeve, poduzetnici moraju biti agilni. Aktivno učenje osigurava da ostanu spremni nositi se s tim promjenama, čineći potrebne prilagodbe bez ugrožavanja morala ili učinka tima.

Kako ga poboljšati

- Proaktivno pohađajte radionice i treninge koji nude nove perspektive ili vještine.
- Promicati kulturu u kojoj su povratne informacije dobrodošle, omogućujući kontinuirano učenje i poboljšanje.
- Posvetite vrijeme za razmišljanje i samoprocjenu. Shvatite što funkcionira, a što ne i izradite odgovarajuću strategiju.

Zaključak

Bit uspješnog radnog mjesta nije samo dovršavanje zadatka ili postizanje prekretnica. Radi se o stvaranju ekosustava u kojem se pojedinci, sa svojim jedinstvenim snagama i sposobnostima, udružuju kako bi stvorili vrijednost.

Za poduzetnike razumijevanje dinamike tima nije izbor; to je nužnost. Postavlja temelje za uspjeh pothvata i oblikuje njegovu putanju u konkurentnom poslovnom svijetu.

Kao što poslovice kaže: "Sami možemo učiniti tako malo; zajedno možemo učiniti tako mnogo." Zamršeni ples timske dinamike čini 'zajedno' mogućim i produktivnim.



Komunikacija



PREDNOSTI UČINKOVITE KOMUNIKACIJE

U poslovnom svijetu neophodna je sposobnost jasnog i učinkovitog komuniciranja. Za žene poduzetnice, ne radi se samo o dijeljenju ideja, već o stvaranju trajnog utjecaja, njegovanju odnosa i pokretanju poslovnog rasta. Ovaj modul pomoći će vam da se snađete u zamršenosti različitih komunikacijskih oblika.

1. OSNOVE KOMUNIKACIJE

Komunikacija nije samo razgovor; radi se o povezivanju.

Definicija: U svojoj srži, komunikacija je čin prijenosa informacija između pojedinaca. To uključuje pošiljatelja, poruku, medij (ili kanal), primatelja i povratnu informaciju.

Pogodnosti za poduzetnike:

- Izgradnja odnosa: Učinkovita komunikacija uspostavlja povjerenje.
- Jasan smjer: prenošenje vaše poslovne vizije nedvosmisleno osigurava da su svi usklađeni.
- Prijem povratnih informacija: Presudno je za usavršavanje poslovnih strategija.

Prepreke učinkovitoj komunikaciji:

- Buka: To može biti doslovna buka ili figurativna distrakcija koja iskrivljuje poruku.
- Pogrešna tumačenja: proizlaze iz dvosmislenog jezika ili kulturnih razlika.
- Nedostatak povratne informacije: bez nje pošiljatelj ne može biti siguran da je poruku razumio.

2. VERBALNA I NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Verbalna komunikacija: Riječi imaju moć, ali način na koji su izgovorene može promijeniti njihov učinak.

- **Ton:** Pozitivan ili negativan ton može oblikovati percepciju.
- **Tempo:** Prebrz govor može biti jednako problematičan kao i prespor.
- **Jasnoća:** Jasno artikulirajte kako biste izbjegli nesporazume.

Neverbalna komunikacija: Često ono što se ne kaže govori glasnije.

- **Govor tijela:** otvoreno držanje izaziva povjerenje, dok prekrižene ruke mogu biti obrambeni.
- **Izrazi lica:** Osmijeh može ublažiti napetost; mrštenje ga može stvoriti.
- **Kontakt očima:** ukazuje na pažljivost i iskrenost.

U poduzetničkim okruženjima: bilo da se radi o predstavljanju investitorima, umrežavanju na događajima ili vođenju timskih sastanaka, svladavanje oba oblika osigurava da vaša poruka pogodi metu.

3. KONSTRUKTIVNA KRITIKA

Feedback (povratna informacija) je doručak šampiona, posebno u poduzetničkom svijetu.

Prednosti:

- Katalizator rasta: Identificira područja koja trebaju poboljšanja.
- Rješavanje sukoba: Rješavanje problema prije nego što eskaliraju.
- Moral tima: Pozitivne povratne informacije jačaju samopouzdanje.

Isporuka konstruktivne kritike:

- Budite konkretni: "Vašem izvješću je nedostajala detaljna analiza" je puno bolja opcija od "Vaš rad ne valja."
- Ostanite objektivni: usredotočite se na zadatak, a ne na pojedinca.
- Pozitivno kadriranje: Postavite negativnu povratnu spregu između pozitivnih točaka.
- Primanje povratnih informacija: Ne shvaćajte to osobno. Umjesto toga, gledajte na to kao na putokaz prema izvrsnosti.

4. PISANA, MEĐULJUDSKA I MEĐUKULTURNA KOMUNIKACIJA

Pisana komunikacija:

- Važnost: U digitalnom dobu mnogo se poslovnih komunikacija šalje pisanim putem.
- Savjeti: Koristite jednostavan jezik, budite sažeti, lektorirajte i osigurajte jasan poziv na akciju.

Međuljudska komunikacija:

- Slušanje: Ovaj aktivni angažman može dati više uvida nego govor.
- Izgradnja odnosa: Zajednička iskustva i empatija mogu premostiti praznine.

Međukulturalna komunikacija:

- Kulturološka osjetljivost: Ono što je prihvatljivo u jednoj kulturi može biti nepristojno u drugoj.
- Jezične nijanse: čak i unutar istog jezika postoje regionalne varijacije.

5. JAVNI NASTUP I PREZENTACIJSKE VJEŠTINE

Privucite pažnju svoje publike i na pola ste puta da je osvojite.

Priprema: Upoznajte svoj materijal iznutra i izvana.

- Izvežbajte materijal: Ali nemojte učiti napamet. Nastojte govoriti prirodno.
- Upoznajte svoju publiku: Prilagodite svoj sadržaj njihovim interesima i razini znanja.

Prezentacija:

- Angažirajte publiku: koristite anegdote i priče.
- Vizualna pomagala: Slajdovi bi trebali nadopunjavati, a ne zamijeniti vaš govor.

Prevladavanje nervoze:

- Vježbajte: Poznavanje materijala stvara samopouzdanje.
- Dišite: Duboko disanje može smiriti živce.
- Pozitivan razgovor sa samim sobom: Zamijenite "Zabrljat ću" s "Mogu ja to!"

6. DIGITALNA KOMUNIKACIJA

U današnjem povezanom svijetu digitalna komunikacija je najvažnija.

Platforme: od e-pošte do društvenih medija do alata za suradnju, svaka ima svoj bonton.

E-poruke: neka budu sažete, jasne i s jasnim predmetom.

Društveni mediji: izvrsni za umrežavanje, ali zadržite profesionalizam.

Izazovi:

Preopterećenost informacijama: Biti selektivan i organiziran može pomoći.

Nesporazumi: Bez neverbalnih znakova može doći do pogrešnih tumačenja.

Za poduzetnike: jaka online prisutnost može povećati vidljivost vašeg brenda. Brzo reagiranje na digitalnu komunikaciju potiče povjerenje.



Stvaranje vašeg komunikacijskog naslijeđa

Svaki put kada komunicirate ostavljate dojam. Za žene poduzetnice, ti dojmovi grade naslijeđe. Vaš komunikacijski stil može definirati vaš brend, stvoriti trajna partnerstva i utjecati na vašu industriju. Opremite se ovim komunikacijskim alatima i stvorite valove pozitivnih promjena na svom poduzetničkom putu.

Uz ove proširene odjeljke, ovaj bi modul sada trebao pružiti dublji uvid u komunikaciju za žene poduzetnice, opremajući ih praktičnim znanjem kako bi napredovale u poslovnom svijetu.

Samorazvoj



UVOD: POLAZAK NA PUTOVANJE OSOBNOG RAZVOJA U PODUZETNIŠTVU

U dinamičnom krajoliku poduzetništva, gdje se izazovi susreću s prilikama na svakom uglu, osobni razvoj nije luksuz – on je nužnost. Žene poduzetnice, povijesno i globalno, uzdigele su se kako bi stvorile značajne promjene u gospodarstvima, probijajući brojne staklene stropove. Da biste to učinili, ključan je istančan osjećaj samosvijesti i kontinuirani samorazvoj. Ovaj modul nudi dubinski uvid u strategije, alate i način razmišljanja usmjerenih na njegovanje holističkog razvoja žena poduzetnica.

1. Razumijevanje vlastitih snaga, slabosti, vrijednosti i ciljeva

Važnost samorefleksije: Introspekcija potiče razumijevanje i temelj je osobnog rasta.

- **Vođenje dnevnika:** Neka to postane dnevni ritual. Kako započeti, što napisati i analizirati obrasce kroz vrijeme.
- **Pomnost i meditacija:** Tehnike za jačanje samosvijesti, dobrobiti i jednostavne rutine koje možete uključiti u užurbani raspored.

Strukturirana samoprocjena: Ne radi se o prosuđivanju, već o razumijevanju.

- **SWOT analiza:** Vodič korak po korak za prepoznavanje i iskorištavanje snaga i prilika uz rješavanje slabosti i prijetnji.
- **Mehanizmi povratnih informacija:** Uspostavljanje okruženja bogatog povratnim informacijama i kako tražiti, prihvatiti i djelovati prema povratnim informacijama od kolega i mentora.

Otkrijte svoje vrijednosti i ciljeve:

- **Određivanje vrijednosti:** vježbe dubinskog poniranja za introspektivno otkrivanje temeljnih vrijednosti.
- **Postavljanje ciljeva:** Osmislite ciljeve po sustavu SMART. Uskladite poslovne ciljeve s osobnim vrijednostima i težnjama. Povremeno preispitujte i ponovno usklađujte ciljeve.



2. Upravljanje vremenom: Poduzetnikova najvrjednija imovina

- **Prepoznavanje vrijednosti vremena:** Istraživanje vremena kao jedinog resursa koji ne možemo obnoviti.
- **Ovladavanje određivanjem prioriteta:**
 - **Eisenhower Box:** Detaljna metodologija za učinkovito kategoriziranje zadataka.
 - **Pravilo 80/20:** Istraživanje kako prepoznati i usredotočiti se na onih 20% zadataka koji donose 80% rezultata.
- **Alati i tehnike upravljanja vremenom:**
 - **Digitalni alati:** Pregled vrhunskih alata prilagođenih poduzetnicima, od kalendara do upravitelja zadacima.
 - **Analogne metode:** Bullet journaling, vremensko blokiranje i Pomodoro tehnika.
- **Umjetnost i znanost delegiranja:** Identificiranje mogućnosti delegiranja, obuka članova tima i osiguravanje učinkovitog delegiranja za povećanje produktivnosti.

3. Motivacija i pozitivno razmišljanje: stupovi razmišljanja

- **Razumijevanje motivacije:** duboko zaronite u njene psihološke temelje i zašto je ključna za poduzetnike.
- **Vrste motivacije:**
 - **Unutrašnje naspram vanjskog:** Kako učinkovito iskoristiti oboje. Ravnoteža strasti i nagrade.
- **Kultiviranje pozitivnog razmišljanja:**
 - **Prednosti:** Od rješavanja problema do izgradnje otpornosti, zašto pozitivno razmišljanje mijenja igru.
 - **Praktične tehnike:** Dnevni rituali kao što su afirmacije, vježbe vizualizacije, vođenje dnevnika zahvalnosti i rješavanje sindroma varalice.
- **Izazivanje i prevladavanje negativnog samogovora:** prepoznavanje obrazaca, razumijevanje okidača i njihova zamjena narativima usmjerenima na rast.

4. Briga o sebi: osiguravanje glatkog rada motora

Redefiniranje brige o sebi: to nije uživanje; to je održavanje.

Tjelesno blagostanje:

- **Vježbanje:** prilagođeni savjeti za zaposlene poduzetnike—brzo vježbanje, integracija kretanja u dnevne zadatke i njegov utjecaj na kognitivnu izvedbu.
- **Dijeta i prehrana:** Povezanost mozga i hrane, bitne hranjive tvari i jednostavne prehrabene navike za povećanje energije.
- **Podcijenjena važnost sna:** Razumijevanje ciklusa spavanja, poduzetnički izazov spavanja i strategije za poboljšanje kvalitete sna.

Mentalno i emocionalno blagostanje:

- **Prakse svjesnosti (mindfulness):** Idemo dalje od meditacije—različite prakse prikladne za različite osobnosti.
- **Planirane pauze:** Znanost iza pauza povećava produktivnost. Tehnike poput "pravila dvije minute" i sesija "dubokog rada".
- **Hobiji i odvojenost od posla:** Važnost neposlovnih aktivnosti i njihov utjecaj na kreativnost i smanjenje stresa.



5. Umrežavanje i izgradnja odnosa: rast iznad sebe

Prava bit umrežavanja: Nisu samo posjetnice i LinkedIn veze.

- **Stvaranje autentičnih poslovnih odnosa:**
 - **Paradigma dvosmjerne ulice:** učinkovito slušanje, pokazivanje istinskog interesa i kako ponuditi vrijednost.
 - **Dosljednost u vezama:** Snaga redovitog javljanja partnerima/klijentima, slavljenja tuđih uspjeha i stvaranja duboko ukorijenjenih profesionalnih odnosa.
- **Platforme, događaji i prilike:**
 - **Dešifriranje mrežnog krajolika:** od industrijskih konferencija do webinara. Maksimalno iskoristiti svaku.
 - **Digitalno umrežavanje:** Maksimiziranje platformi kao što su LinkedIn, Twitter i forumi specifični za industriju. Bonton, strategije i potencijalne zamke.
 - **Lokalna poduzetnička središta i globalna utočišta:** istraživanje co-working prostora, idejnih tvoraca i poduzetničkih utočišta.
- **Uloga i vrijednost mentorstva:** Pronalaženje mentora i zajedničko putovanje rasta.



Isprepleteni put osobnog i profesionalnog rasta

Poduzetnički put je odraz nečijeg puta rasta. Dok žene poduzetnice ruše prepreke i redefinišu uspjeh, važno je zapamtiti da je svako ulaganje u sebe ulaganje u posao. Prihvatite izazove, slavite prekretnice i nikada ne prestajte učiti i rasti.

Uz ovu detaljnu strukturu, žene poduzetnice imaju sveobuhvatan vodič za usavršavanje vlastitog razvoja, ključnog za osobno ispunjenje i poslovni uspjeh.

Upravljanje stresom



SUOČAVANJE S DVOSTRUKIM RUBOVIMA PODUZETNIŠTVA

Poduzetnički put je tapiserija protkana nitima inspiracije, strasti, izazova i neizbježnog stresa. Žene poduzetnice, koje često igraju višestruke uloge u svom profesionalnom i privatnom životu, susreću se s jedinstvenim stresorima. Ovaj zamršeni odnos između poduzetništva i stresa ključan je za dešifriranje za opću dobrobit i uspjeh žena u poslu.



1. Istraživanje stresa: Anatomija našeg tihog suputnika

- **Razumijevanje stresa:** Razlikovanje stresa kao trenutne reakcije i kroničnog stanja koje utječe na dobrobit.
- **Uzroci stresa:**
 - **Unutarnji uzroci:** Duboko zaronite u osobne okidače poput sindroma varalice, perfekcionizma i straha od neuspjeha.
 - **Vanjski uzroci:** fluktuacije tržišta, konkurencija, financijski pritisci i društvena očekivanja.
- **Utjecaj na zdravlje:**
 - **Mentalno zdravlje:** istraživanje kako dugotrajni stres može dovesti do tjeskobe, depresije, izgaranja i drugih poremećaja.
 - **Tjelesno zdravlje:** Razotkrivanje povezanosti stresa sa srčanim bolestima, hormonskom neravnotežom, probavnim problemima i smanjenim imunitetom.
- **Psihološke perspektive:** Uvidi iz kognitivne psihologije i neuroznanosti o tome kako mozak obrađuje i reagira na stres.

2. Identificiranje izvora stresa: Duboko poniranje u poduzetnički ekosustav

- **Alati za samoprocjenu:** Korištenje tehnika kao što je Holmes–Raheov popis stresora za mjerenje osobnih razina stresa.
- **Mehanizmi povratnih informacija:** Uspostavljanje mjesečnih sesija refleksije s kolegama, mentorima ili članovima tima kako bi se stekli vanjski uvidi.
- **Ekonomski pritisci:** Analiza sveprisutnih financijskih stresora—novčani tokovi, investicije, tržišni padovi i strategija načina za njihovo ublažavanje.
- **Timska dinamika i stres:** Razumijevanje načina na koji timski sukobi, pritisci pri zapošljavanju i izazovi vodstva doprinose stresu.

3. Strategije suočavanja: Poduzetnička knjiga protiv stresa

- **Pomnost i meditacija:**
 - **Znanstveno potkrijepljene dobrobiti:** Trenutno istraživanje o tome kako meditacija poboljšava neuronske veze i smanjuje hormone stresa.
 - **Početak s jednostavnim:** vođene sesije, aplikacije i izgradnja dnevne rutine.
- **Tjelesna aktivnost:**
 - **Holistički fitness:** Prilagodba kombinacije kardio vježbi, vježbi snage, fleksibilnosti i opuštanja.
 - **Sportske i grupne aktivnosti:** Izgradnja prijateljstva, odgovornosti i fitness zabava.
- **Tehnike disanja:**
 - **Box Breathing:** Vodič korak po korak za ovu tehniku mornaričkih SEAL-a za trenutno smirenje.
 - **Progresivno opuštanje:** Metoda za opuštanje mišića skupinu po skupinu, oslobađanje fizičke napetosti.
- **Prehrana i stres:** Razumijevanje hrane koja se bori protiv stresa – hrana bogata antioksidansima, omega-3 masne kiseline i uloga hidratacije.
- **Kreativni izlazi:** terapijska moć umjetnosti, rukotvorina, glazbe i plesa. Kako bavljenje kreativnim aktivnostima može razbiti stres.
- **Profesionalno savjetovanje:** rušenje prepreka, razumijevanje terapije i njezino prihvatanje kao alata za holističko blagostanje.



4. Ključna jednadžba ravnoteže između poslovnog i privatnog života

- **Redefiniranje uspjeha:** Razumijevanje te ravnoteže ne znači jednaku raspodjelu vremena, već skladnu integraciju posla i života gdje oboje cvjetaju.
- **Moć rituala:** Pravilan početak dana, postavljanje granica jutarnjim i večernjim ritualima.
- **Digitalni detox:** rastući trend vikenda bez tehnologije, njegove prednosti i strategije za učinkovito isključivanje iz struje.
- **Odmor i odmor:** znanost koja stoji iza zašto su prekidi važni, kako oni pomlađuju mozak i savjeti za planiranje učinkovitog odmora.
- **Umrežavanje i zajednica:** Sudjelovanje s kolegama poduzetnicima, pridruživanje grupama podrške i terapeutska vrijednost zajedničkih iskustava.

5. Prilagođena rješenja: personaliziranje upravljanja stresom za žene poduzetnice

- **Rodna leća:** prepoznavanje specifičnih izazova s kojima se žene suočavaju, od društvenih očekivanja do zamršenosti upravljanja domom i poslom.
- **Grupe za podršku usmjerene na žene:** istraživanje globalnih i regionalnih mreža i platformi posvećenih ženama poduzetnicama.
- **Holistički pristupi:** Zadbujivanje u tehnike kao što su aromaterapija, spa terapije i drugi alternativni tretmani koje žene mogu uključiti u svoje rutine.



Stvaranje simfonije od kakofonije

Stres, neizbježan suputnik na poduzetničkom putu, ne mora biti protivnik. Naoružane razumijevanjem, alatima i strategijama, žene poduzetnice mogu transformirati stres iz prepreke u odskočnu dasku, stvarajući skladnu simfoniju usred prividne kakofonije izazova.

Računarske i matematičke vještine



TEMELJ POSLOVNOG USPJEHA

Računanje se ne sastoji samo od baratanja brojevima; radi se o tumačenju, razumijevanju i donošenju informiranih odluka na temelju njih. Za žene poduzetnice to postaje osobito ključno dok se snalaze u složenom području poslovanja, proračuna i strategija koje se temelje na podacima. Cilj ovog modula je osnažiti ih matematičkim alatima i sposobnostima kritičkog mišljenja koji su neophodni za poduzetnički uspjeh.



1. Dekodiranje podataka: dijagrami, grafikoni i tablice

Duboko poniranje u to kako vizualni prikazi mogu složene podatke učiniti probavljivijima i djelotvornijima.

- **Vrste grafikona:**
 - **Stupčasti grafikoni:** analiza njihove strukture, korisnosti i nijansi.
 - **Tortni grafikoni:** Razumijevanje segmenata, postotaka i kada ih koristiti.
 - **Linijski grafikoni:** Praćenje trendova i predviđanje pomoću podataka vremenskih serija.
- **Uranjanje u grafikone:** razlika između grafikona i dijagrama, istraživanje raspršenih dijagrama, histograma i površinskih grafikona.
- **Ovladavanje tablicama:** učinkovito čitanje, razumijevanje i izvođenje uvida iz tabelarnih podataka, uključujući unakrsnu tablicu i zaokretne tablice.
- **Praktična vježba:** Analiza opsežnog skupa podataka iz hipotetskog poslovnog scenarija korištenjem različitih alata za vizualizaciju.

2. Financijska pismenost: snalaženje u poslovnim financijama

- **Stupovi financija:** otkrivanje temeljnih koncepata kao što su prihod, rashodi, imovina, obveze, kapital i novčani tok.
- **Izrada i razumijevanje proračuna:** Umijeće predviđanja prihoda, raspodjele troškova i osiguravanja profitabilnosti.
- **Dešifriranje financijskih izvješća:**
 - **Bilance:** objašnjenje imovine, obveza i dioničkog kapitala.
 - **Izvješća o dobiti i gubitku:** od prihoda do neto prihoda, detaljan pregled.
 - **Izvješća o novčanom tijeku:** priljev i odljev novca iz poslovnih, ulagačkih i financijskih aktivnosti.
- **Ulaganja i ROI:** Istraživanje mogućnosti ulaganja, razumijevanje rizika i izračun povrata ulaganja.
- **Interaktivna radionica:** Koristeći lažne podatke, sudionici će izraditi proračun i osnovna financijska izvješća za fiktivno poduzeće.

3. Matematičko kritičko razmišljanje: Precizno rješavanje izazova

- **Spoj matematike i kritičkog mišljenja:** zašto su analitičke vještine najvažnije u rješavanju poslovnih problema.
- **Koraci u kritičkom razmišljanju za matematičke probleme:**
 - **Identifikacija:** Prepoznavanje središnjeg problema i njegovog potencijalnog utjecaja.
 - **Analiza:** Korištenje alata kao što su SWOT (snage, slabosti, prilike, prijetnje) ili analiza temeljnih uzroka za seciranje problema.
 - **Rješavanje problema:** Iskorištavanje matematičkih koncepata, alata i prošlih iskustava za izradu rješenja.
 - **Pregled i implementacija:** Testiranje rješenja za izvedivost i učinkovitost.
- **Prevladavanje prepreka povezanih s matematikom:** Tehnike kao što su usredotočeno vježbanje, suradničko rješavanje problema i korištenje tehnoloških alata za pojednostavljenje složenih problema.
- **Mozgalice i scenariji:** poslovni izazovi iz stvarnog svijeta koji zahtijevaju i matematičku oštromnost i oštro kritičko razmišljanje.

Put naprijed uz računanje

Opremljene ovim vještinama računanja i kritičkog razmišljanja, poduzetnice su bolje pripremljene za snalaženje u izazovnim vodama poslovanja. Svaki broj, grafikon i financijski izvještaj postaju odskočna daska prema informiranim odlukama, rastu i uspjehu.



LITERATURA I DRUGI IZVORI INFORMACIJA ZA POLAZNICE: NASTAVNI MATERIJALI PREMA NASTAVNOM PLANU I PROGRAMU

- 1.Što je komunikacija? [Kompletan vodič] Autor: Lisa-Maria Höber/ Objavljeno: 16. veljače 2021., <https://www.teamazing.com/what-is-meant-by-communication/>
2. Digitalna komunikacija: Definicija, primjeri i njezine vrste, Sienna Roberts, 18. srpnja 2023. <https://www.theknowledgeacademy.com/blog/digital-communication/>
- 3.Kako izgraditi poslovni proračun za žene poduzetnice, <https://manentcapital.com/how-to-build-a-business-budget-for-women-entrepreneurs/> od Silvie Manent, 3. svibnja 2023.
- 4.Usklađivanje matematičkog obrazovanja s budućim zahtjevima tržišta rada <https://www.thebusinesswomanmedia.com/math-education-alignment-for-future-job-market-demands/> 6. listopada 2023.
- 5.Polazak na poduzetničko putovanje: Najbolji savjeti za novoosnovana poduzeća, <https://www.robinwaite.com/blog/embarking-on-an-entrepreneurial-journey-top-advice-for-start-up-business-success>, veljača 23., 2024
- 6.Važnost brige o sebi: njegovanje uma, tijela i duše – blog, https://www.ssgmi.com/resources/blog/the-importance-of-self-care-nurturing-your-mind-body-and-soul_ae1210.html, 20. veljače 2024
- 7.Umrežavanje za uspjeh: Izgradnja odnosa koji pokreću poslovni rast, <https://technorely.com/insights/networking-for-success-building-relationships-that-drive-business-growth>, 4. listopada 2023.

8. 8 poduzetnica dijeli svoje savjete za bolje suočavanje sa stresom, <https://thetribecoworking.co.uk/8-female-entrepreneurs-share-their-tips-for-coping-better-with-stress/> 29. travnja 2022.

9. Redefiniranje uspjeha: Temelj za stvaranje ravnoteže između poslovnog i privatnog života,

https://www.researchgate.net/publication/251295384_Redefining_Success_The_Foundation_for_Creating_Work-Life_Balance Autori: Whittington, J. Lee i Maellaro, Rosemary i Galpin, Timothy, 2011.

10. Effective Communication-Transform Team Dynamics for Success, <https://mindbendercoach.com/blogs/communication/the-impact-of-effective-communication-on-team-dynamics>, 8. prosinca 2023. Sohini Majumder

11. Otključana učinkovita timska dinamika: Wrike, <https://www.wrike.com/blog/team-dynamics-examples-best-practices/> 13. studenog 2023.

Provjera znanja



✔ PITANJA:

1. **Kako poduzetnice mogu poboljšati svoje vještine verbalne komunikacije kako bi učinkovito prenijele poruke, izgradile odnose i potaknule rast poslovanja?**

1. Aktivnim slušanjem i primanjem povratne informacije.
2. Fokusiranjem na aspekte kao što su ton, tempo i jasnoća.
3. Fokusiranjem na aspekte kao što su govor tijela, izrazi lica i kontakt očima.

Obrazloženje: Ton glasa, tempo i jasnoća igraju važnu ulogu u verbalnoj komunikaciji. Ton glasa može prenijeti emocije, namjere i stavove; tempo govora utječe na angažman i razumijevanje slušatelja, a jasnoća je ključna za točno prenošenje poruka. Dakle, točan odgovor je 2.

2. **Koje se strategije upravljanja stresom preporučuju za izgradnju otpornosti na stres kod poduzetnika?**

1. Dugo spavanje, skakanje s padobranom i uživanje u ukusnoj hrani.
2. Izbjegavanje odgovornosti, kupovina i fleksibilno radno vrijeme.
3. Mindfulness i meditacija, tjelesna aktivnost, tehnike disanja, uravnotežena prehrana, kreativne aktivnosti i eventualno traženje podrške stručnjaka za mentalno zdravlje.

Obrazloženje: Strategije suočavanja za otpornost na stres uključuju mindfulness, fizičku aktivnost i tehnike disanja. Ove prakse mogu učinkovito smanjiti razinu stresa i podržati mentalno blagostanje. Osim toga, bavljenje kreativnošću i traženje terapije korisni su za oslobađanje od stresa i emocionalnu potporu. Dakle, točan odgovor je 3.



PITANJA:

3. Koje su neke od strategija koje pojedinci mogu primijeniti kako bi poboljšali aktivno učenje, proširili svoju bazu znanja i promovirali stalno poboljšanje unutar timske dinamike?

1. Pohađanje radionica i treninga za nove perspektive i vještine, promicanje kulture dobrodošlice unutar tima te odvajanje vremena za razmišljanje i samoprocjenu.
2. Povremeno čitanje knjiga i časopisa, zauzimanje neutralnog stava prema povratnim informacijama unutar tima i posvećivanje dovoljno vremena pauzama za kavu.
3. Održavanje čvrste rutine, neisticanje individualnih snaga unutar tima i pristup novim idejama sa skepticizmom, a ne otvorenošću.

Obrazloženje: Aktivno učenje naglašava razumijevanje, primjenu i prilagodljivost aktivnim uključivanjem pojedinaca u materijal, potičući kritičko razmišljanje, rješavanje problema i primjenu u stvarnom svijetu. Dakle, točan odgovor je 1.

Pripremili parteri:



Kazimieras Simonavičius
University



pistes s^olidaire



PAR
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
VELEUČILIŠTE

MAG | Multimedia
UNINETTUNO | Academic
Global



Sufinancira
Europska unija

Sufinancirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

ZA VIŠE INFORMACIJA:

[HTTPS://WWW.ECOMMERCE4WOMEN.COM/](https://www.ecommerce4women.com/)