

PRIRUČNIK
**KORACI KAKO
POKRENUTI
WEB SHOP
U BOSNI
I HERCEGOVINI**

ecommerce4all.eu

2022

Project supporter



Implemented by



SADRŽAJ

I.	O PLATFORMI	1
	OSNIVANJE KOMPANIJE	2
	IZRADA POSLOVNOG PLANA	5
	IZRADA ANALIZE TRŽIŠTA	8
	ODABIR NAJBOLJE PLATFORME	9
	INTEGRACIJA PROCESA PLAĆANJA	10
	PREDSTAVLJANJE PROIZVODA/USLUGA I SADRŽAJ	11

O PLATFORMI ecommerce4all.eu

Platforma ecommerce4all.eu je resursni i informativni centar o ključnim aspektima e-trgovine za sva tržišta CEFTA (Albanija, Bosna i Hercegovina, Sjeverna Makedonija, Moldavija, Crna Gora, Srbija i Kosovo*). Web platforma se sastoji od relevantnih podataka i resursa e-trgovine, uključujući osnovne podatke o e-trgovini, interaktivne grafikone i podatke o razvoju tržišta e-trgovine CEFTA-e, kao i podatke o ključnim aspektima poslovanja u e-trgovini.

Podaci o ključnim aspektima poslovanja u e-trgovini su strukturirana u četiri modula: zakonodavstvo o e-trgovini, plaćanje, isporuka i uspješne priče e-trgovine na svim CEFTA tržištima. Svaki od ovih modula sadrži relevantne informacije o tržištu CEFTA-e, tutorijale, priručnike, dokumente o temama i video prezentacije. Uz četiri modula, razvijen je i dodatni peti modul koji ima za cilj da prikaže stanje e-trgovine kroz statistiku i podatke o razvoju tržišta e-trgovine (interaktivni grafikoni stanja e-trgovine u svakom tržištu i poređenja npr. kupaca, platnih kartica, digitalnih vještina, UNCTAD B2C indeks spremnosti za e-trgovinu i drugi relevantni podaci Eurostata). Za prikaz svih podataka koristit će se engleski i lokalni jezik svakog CEFTA tržišta.

Razvoj web platforme je podržan od strane Otvorenog regionalnog fonda za Jugoistočnu Evropu – Projekat vanjske trgovine, koji sprovodi Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH u ime Europske unije i njemačkog Saveznog ministarstva za privrednu saradnju i razvoj (BMZ).

*Ovo određivanje ne prejudicira stavove o statusu i u skladu je sa Rezolucijom SBUN 1244 i Mišljenjem Međunarodnog suda pravde o proglašenju nezavisnosti Kosova.

OSNIVANJE KOMPANIJE

Da bi trgovac mogao obavljati online trgovinu potrebno je da je prethodno registrovan kod nadležnog organa za obavljanje dopuštene djelatnosti, odnosno da je registrovan u formi pravnog lica kod nadležnog suda (registar privrednih subjekata) ili da ima registrovan obrt kod nadležnog općinskog organa (obrtni registar) u skladu s primjenjivim propisima.

Registracija d.o.o. se može podijeliti u dvije faze: faza registracije (kod nadležnog suda koja započinje podnošenjem prijave za registraciju, uplatom osnovnog kapitala, donošenjem odluke o osnivanju, statuta i drugih relevantnih dokumenata) i postregistracijska faza koja nastupa nakon što sud izda rješenje o registraciji pravnog lica (a obuhvata izradu pečata, pribavljanje ID broja kod Poreske uprave FBiH, pribavljanje obavještenja o osnovnoj djelatnosti kod Federalnog zavoda za statistiku, otvaranje računa u banci, registracija u PDV sistemu ako su ispunjeni uslovi za to, te fiskalizacija).

Potrebni elementi:

Odluka o osnivanju (osnivački akt) - Kada postoji samo jedan vlasnik, odluku o osnivanju donosi notar; međutim, kada postoje dva ili više vlasnika, sastavlja se osnivački akt, a svi vlasnici su dužni da predlože svoje lične karte notaru na uvid koje preduzeće namjerava da obavlja.

 Postoji mnogo stvari koje se mogu učiniti, ali notar će se fokusirati na stvari za koje je potrebna posebna dozvola relevantnih agencija.

Notar priprema i prateću dokumentaciju, kao što je popunjeno obrazac za registraciju preduzeća, dokumentacija za vanjskotrgovinsko posovanje, izbor imenovanja direktora, kao i oglas za objavljanje. Osnivački akt, odnosno odluka o osnivanju izrađuje se u tri primjerka (za sud, banku i za osnivača). Postupak košta između 450 i 500 KM i traje do dva dana.

 **Uplata uloga (kapitala)** - Osnivač deponuje kapital u jednoj od poslovnih banaka s planiranom odlukom o otvaranju banke i čuva kopiju uplatnice za registraciju posovanja.

Registracija društva - Osnivač podnosi zahtjev za registraciju firme nadležnom Opštinskom sudu zajedno sa dokumentacijom koju je dostavio notar. Dodatno, podnositelj prijave mora platiti trošak od 10,00 KM. Za registraciju je potrebno deset do petnaest dana. Nakon registracije potrebno je platiti trošak od 70,00 KM za donošenje odluke o registraciji. Ukupna cijena registracije je 80,00 KM. Ne bi bila loša ideja napraviti više kopija Odluke o registraciji i ovjeriti ih za korištenje u Općini.

Izrada pečata - Nakon registracije, potrebno je kreiranje pečata kod ovlaštene pečatotreznice. U zavisnosti od veličine i oblika marke, izrada jedne traje jedan dan i košta 35-50,00 KM.

Ugovor o zakupu poslovnog prostora - Ako vlasnik firme iznajmi prostor, on ili ona mora potpisati i ovjeriti zakup u ime preduzeća. Traje jedan dan i ne košta ništa. Važno je pribaviti zemljišno-knjižni izvod s tačnom adresom poslovnog prostora ako vlasnik kompanije tu posluje. Ne bi bila loša ideja kopirati i ovjeriti ugovor o zakupu ili izvod iz zemljišne knjige u općini.

ID broj i statistika - Dva popunjena obrasca POR-500, ovjerena kopija ugovora o zakupu ili zemljišnoknjižnog uloška, ovjerena kopija Rješenja o upisu, te prilozi A, B i C (zahtjev za registraciju pravnog lica).

Besplatan proces traje između sedam i deset dana. Zahtjev za razvrstavanje po djelatnostima privrednog subjekta (obrazac RPS) potrebno je dostaviti Zavodu za statistiku nakon dobivanja matičnog broja. Zavod za statistiku također može zahtijevati ovjerene kopije rješenja o registraciji i ugovora o zakupu prilikom inspekcije, pored potvrde o matičnom broju. Ne košta ništa i traje dva do tri dana.

Zahtjev za namjensku suglasnost - Osnivač podnosi zahtjev za namjensku saglasnost za korištenje poslovnog prostora nadležnoj opštini dok je u toku proces dobivanja matičnog broja i potvrde od Statistike, a uz zahtjev se prilaže ovjerena kopija rješenja o registraciji ili izvod iz registra privrednih subjekata. Proces košta 4 KM i traje oko 15 dana (može zavisiti od naknade koju odredi Općina).

Obavijest o početku rada - Obavijest o početku rada (na memorandumu preduzeća), izjavu da su ispunjeni svi zakonski kriteriji (obrazac P1), te kopiju Rješenja o registraciji potrebno je dostaviti nadležnom kantonalmu inspektoratu. Besplatna prijava se mora podnijeti pet dana nakon pokretanja kompanije.

Otvaranje računa - Kontaktira se privatna banka za otvaranje poslovnog računa (na koji je vlasnik kompanije uplatio kapital). Za otvaranje računa potrebno je izdati rješenje o registraciji, statut ili rješenje o osnivanju, matični broj, klasifikaciju statistike, lična karta i prijavni obrazac CIPS (ovjerena kopija ili original na uvid). Besplatan proces ima rok koji postavlja banka.

Prijava zaposlenika - Radna knjižica i Pravila sistematizacije radnih mesta moraju se usvojiti ako organizacija ima više od 30 zaposlenih. Prijava zaposlenih se vrši u nadležnoj Poreskoj upravi opštine, a za svakog zaposlenog biće vam potreban popunjjen obrazac JS3100 (u dva primjerka), poreska kartica zaposlenih i, ako je zaposleni prethodno bio prijavljen na Zavodu za zapošljavanje, odjava sa biro. Svaki zaposleni mora imati zdravstveno uvjerenje u dosjeu u kompaniji za ličnu evidenciju. Ponekad je kopija Rješenja o registraciji potrebna i Poreskoj upravi. Proces traje jedan dan i besplatan je.

Prijava u PDV sistem - Važno je da se registruje u sistemu PDV-a ako vlasnik preduzeća predviđa da će do kraja godine ostvariti promet veći od 50.000,00 KM. Za prijave za registraciju i upis u Jedinstveni registar obveznika indirektnih poreza morate platiti taksu od 10 KM, za izdavanje rješenja o registraciji i upis u Jedinstveni registar obveznika indirektnih poreza taksu od 10 KM i taksu od 10 KM za izdavanje potvrde o registraciji/upisu u Jedinstveni registar obveznika indirektnih poreza (20 KM). Ovjerenu kopiju upisa u sudske registre, ovjerenu kopiju potvrde o registraciji Porezne uprave FBiH, ovjerenu kopiju obavještenja o razvrstavanju subjekata prema ličnoj karti direktora FBiH, ovjerenu kopiju kartona položenih potpisa iz banka u kojoj je otvoren transakcijski račun i izvod za UIO BiH (obrazac ZR1); prostor ili dokaz o vlasništvu, kao što su izvori iz zemljišne knjige i lična dokumentacija odgovornog računa. Proces košta 40 KM i traje od 10 do 15 dana.

Fiskalizacija - Ovim je završen proces registracije firme. Ugovor o upravljanju fiskalnim sistemima sklapa se između osnivača preduzeća ili ovlašćenog predstavnika i ovlašćenog distributera. Važno je napomenuti da na nivou Bosne i Hercegovine ne postoji jedinstven zakon o fiskalizaciji, tako da oba entiteta po sopstvenom zakonodavstvu uređuju ovo područje.

Osnivač je dužan da popuni i dostavi ZIF (ZAHTJEV ZA INICIJALNU FISKALIZACIJU) obrazac, koji se može preuzeti sa sajta Poreske uprave, zajedno sa rešenjem o registraciji preduzeća, Potvrdom o poreskoj registraciji (ID), Potvrdom o registraciji PDV-a i ostalo. Procesom fiskalizacije rukovodi ovlašteni distributer, a preduzeće je po zakonu dužno da počne prikupljati podatke o prodaji u roku od dva dana od prijema uređaja. U zavisnosti od odabrane kase, postupak može trajati do 5 dana i može koštati do 700 KM.

IZRADA POSLOVNOG PLANA

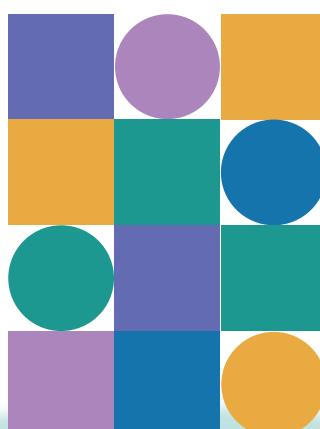
Poslovni plan pokazuje kako će kompanija ostvariti zadane ciljeve i raditi na ostvarenju misije. Važno ga je imati radi sljedećih razloga:

- Daje jednake smjernice poduzetniku i članovima tima
- Daje objektivan pregled izvodljivosti
- Zbog praćenja napretka kompanije
- Pomaže kod predviđanja izazova
- Koristan pri prijavi za kredit, investiciju ili bespovratna sredstva

Poslovni plan jasno opisuje kako firma može prodati svoje proizvode kako bi ostvarila profit i bila privlačna potencijalnim investitorima.

Može da se sastoji iz deset segmenata i to:

- | | | |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. SAŽETAK | 2. MISIJA | 3. O KOMPANIJI |
| 4. PROIZVODI | 5. MARKETINŠKI PLAN | 6. ANALIZA TRŽIŠTA |
| 7. SWOT ANALIZA | 8. KANALI PRODAJE | 9. FINANSIJSKI PLAN |
| 10. VREMENSKI PLAN | | |



SAŽETAK – preporučuje se ovo napisati na kraju biznis plana. Treba izvući srž iz svakog poglavlja i prenijeti u 10-ak rečenica sažetka. Zamislite da imate 1 minutu investitoru prepričati cijeli poslovni plan – sve što biste rekli treba biti u sažetku!

MISIJA - Jedna rečenica koja objašnjava svrhu kompanije. Obično jedna rečenica ili pasus. Može se odnositi na društvenu odgovornost

O KOMPANIJI - Naziv, sjedište, vlasnička struktura; Istorijat kompanije; Vrsta industrije; Kratak pregled poslovnog modela (kome prodajemo i šta); Ukratko o menadžmentu

PROIZVODI - Opis svih proizvoda/usluga koje nudimo i fotografije; Za koga su; Po kojоj cijeni ćemo ih prodati i u kojim paketima/paketima usluga; Ko će kupiti (kupac), a ko će koristiti (potrošač) naš proizvod ili uslugu

MARKETINŠKI PLAN - Putem kojih kanala ćemo komunicirati s našim kupcima/potrošačima, koliko često; koje poruke ćemo slati; Opis profila ciljanog konzumenta naših poruka; Zašto smo odabrali ove kanale. Primjer simplificiranog marketinškog plana možete pronaći u sekciji: DODATNI DOKUMENTI I MATERIJALI

ANALIZA TRŽIŠTA – može se podijeliti na tri segmenta: analizu tržišta, analiza tj. profiliranje potrošača i analizu konkurenčije

- Općenito o tržištu: Veličina tržišta (u BAM/EUR/broju korisnika); Kupovne i potrošačke navike; Kanali prodaje
- Profil potrošača: Ko kupuje ovu vrstu proizvoda ili usluge; Ono što traže od istog; Važnost i hitnost potrebe za proizvodima ove kategorije; Na šta su osjetljivi
- Analiza konkurenčije: ko su naši konkurenti; Po kojоj cijeni i u kojim pakiranjima prodaju svoj proizvod/uslugu; U kojim kanalima imaju najviše prodaje; Kako komuniciraju sa potrošačima; Koju vrstu promocije provode najčešće

SWOT ANALIZA - Metoda rada u strategijskom menadžmentu. Autor je Albert Hamfri. Alat za upoznavanje situacije u organizaciji. Koristi se za:

- Donošenje strateških odluka
- Određivanje daljeg pravca
- Prilagođavanje i poboljšavanje trenutnog stanja (nove prilike ili prijetnje)

Kako uraditi SWOT analizu možete pronaći u sekciji:
KORISNI DOKUMENTI I MATERIJALI

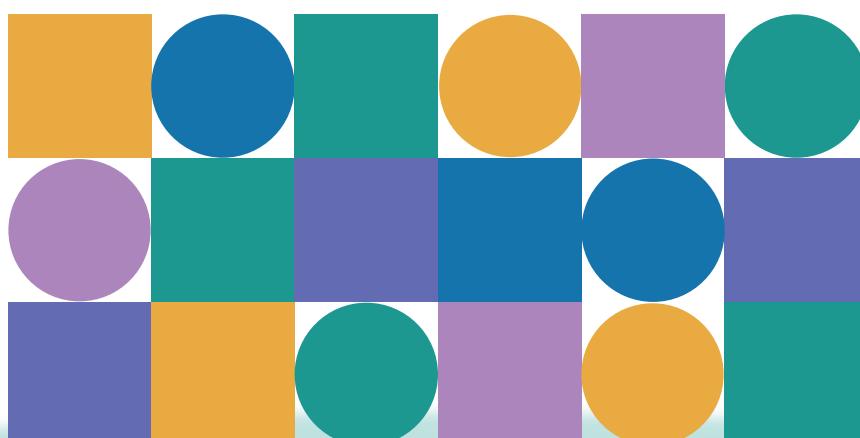
 **KANALI PRODAJE** - Putem kojih prodajnih kanala i kupca ćemo doći do naših potrošača; Koje proizvode ćemo prodavati u kojem kanalu; U kojem omjeru ćemo koristiti svaki kanal; Koju vrstu promocije ćemo koristiti u ovim kanalima

 **FINANSIJSKI PLAN** - objedinjuje sve elemente biznis plana. Finansijski plan daje predviđanje prihoda i rashoda, kao i finansijskog rezultata poslovanja. Finansijski plan daje predviđanje novčanih tokova. Svaki finansijski plan, po pravilu, obavezno mora da sadrži sledeće osnovne elemente:

- Finansijsko predviđanje (finansijskog rezultata, novčanih tokova i prelomne tačke rentabilnosti), obim i izvore potrebnih sredstava, budžet i finansijsku konstrukciju.
- Finansijski plan se zasniva na određenim prepostavkama koje treba utvrditi i precizno definisati. Ove prepostavke finansijskog plana čine kratke konstatacije o uslovima pod kojima preduzetnik planira otpočinjanje biznisa

 **VREMENSKI PLAN** – Sadrži spisak svih aktivnosti, Definiše ko je za šta odgovoran; Do kada svaka od aktivnosti treba biti završena

Postoji i web aplikacija za izradu biznis plana. Moguće je uraditi i brzi test (skraćeni biznis plan) i to se može pogledati na <http://biznisplan.ba>



IZRADA ANALIZE TRŽIŠTA

Osnovna stvar na kojoj počiva svaki poslovni plan je kvalitetna analiza tržišta. Svaki poduzetnik na početku svog poslovanja mora odgovoriti na nekoliko važnih pitanja, a jedno od njih je svakako da li na tržištu postoji potreba za ovim proizvodom.

Pogrešne procjene mogu dovesti do zaista velikih finansijskih gubitaka i analiza tržišta se svakako preporučuje svima jer je uvjek isplativije ne ulaziti u posao koji nema smisla, već kasnije saznati. Analiza tržišta nije jeftina stavka, ali pogrešna procjena košta mnogo više. Grubo govoreći, analiza tržišta se sastoji od analize tržišta nabavke i prodaje, te procjene prihoda/zarada.

Analiza tržišta zaista mora biti sveobuhvatna jer počinje od procjene svih mogućih faktora: od proizvoda (cijena, marketing, distribucija) do proizvoda konkurenčije. Poduzetnici često griješi jer misle da znaju šta potrošačima treba, a razmišljanje i znanje su često različite kategorije. Ljudi kupuju ono što im treba, a ne ono što mi mislimo da im treba! Ni najkvalitetniji proizvod neće izaći na tržište ako ljudima nije potreban. Samim time kako bi online poslovanje bilo uspješno, mora ponuditi nešto što mu je potrebno na tržištu. Da biste identificirali te potrebe, morate odgovoriti na neka od sljedećih pitanja:

- Šta želite postići? Zašto pokrenuti posao?
- Što se događa u industriji i na tržištu? Postoji li potreba za vašim proizvodima/uslugama i ako da, tko ih treba?
- Hoće li proizvod i/ili uslugu prihvati tržište?
- Šta vas izdvaja od ostalih kompanija na tržištu?
- Dobra analiza tržišta daje odgovore na sljedeća pitanja:
 - Ko su naši potencijalni kupci?
 - Koje su općenito navike kupaca, a koje potencijalnih kupaca?
 - Koja je veličina ciljnog tržišta?
 - Ko su naši konkurenti?
 - Koliko je potencijalni kupac spremjan platiti za proizvod ili uslugu koju nudim?
 - Koje su prednosti i mane naših konkurenata?

Da bismo saznali kako ponuditi rješenje potrošaču, potrebna nam je analiza. Da bismo kod kupaca probudili emocije, moramo znati šta utiče na njihove odluke o kupovini

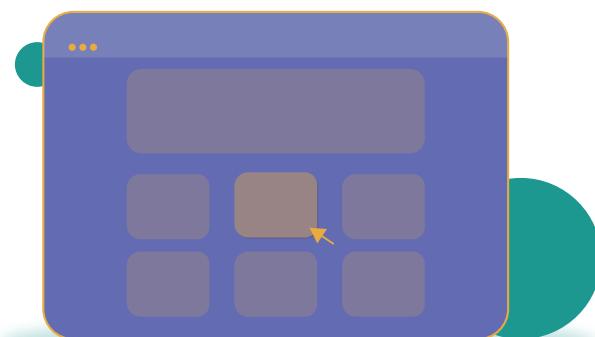
ODABIR NAJBOLJE PLATFORME

Da bi e-trgovina uopšte postojala, potrebno je koristiti web-baziranu softversku aplikaciju putem koje će biti omogućeno elektroničko plaćanje.

Česte ecommerce platforme koje koriste web trgovine na našim prostorima su: WordPress, Magento, WooCommerce i Shopify dok neki razvijaju rješenja po mjeri na custom platformi.

Prilikom odabira platforme potrebno je uzeti u obzir sljedeće:

- // Koliko novca godišnje očekujete od webshopa (ovo će vam pomoći da lakše odredite koji vam je iznos prihvatljiv)
- // Hoćete li učestvovati u projektu u smislu unosa sadržaja i kreiranja landing stranica, manjih postavki itd. (neke platforme su jednostavnije za korisnike)
- // Broj i vrsta proizvoda (jednostavno, konfigurable, virtuelno), metode filtriranja, opcije plaćanja, usluge dostave
- // Povezivanje sa sistemima trećih strana (ERP ili drugi poslovni sistemi, sistemi za fakturisanje i fiskalizaciju, sistemi biltena)
- // Je li web samo na prodaju ili mislite da imate dio košarice/sadržaja (neke platforme su jako loše u smislu upravljanja sadržajem)
- // Cijena same platforme, dostupnost gotovih rješenja za platformu (teme i dodaci), posebno onih vezanih za hrvatske zakone
- // Lakoća prelaska sa te platforme na bilo koju drugu (izvoz/uvoz podataka)
- // Bilo da se radi o hostiranom ili SaaS (Softver kao usluga) rješenju



Ako ste početnik u web trgovanju, preporučljivo je angažirati stručnjaka koji će vam pomoći sastaviti upit za ponude, pregovarati s vama s potencijalnim izvođačima i slično.

Pored odabira platforme, najvažnije je odabrati pouzdanog partnera. Izvođači ne trebaju nametati platforme jer ako rade s nečim, vjerovatno rade u toj tehnologiji i sa tom platformom jer su najbrži i najkompetentniji. Izvođač radova ne samo da treba slijepo slijediti vaše upute, već treba biti partner u pravom smislu te riječi – da na osnovu svog iskustva predlaže i ukazuje na probleme. Prilikom odabira izvođača potrebno je uzeti u obzir sljedeće:

- Stručnost, iskustvo na ecommerce projektima (idealno je izvođač specijaliziran za web trgovine, nekoliko godina na tržištu)
- Dobar ugovor koji će zaštитiti od kršenja rokova
- Broj ljudi u pojedinačnim odjelima, posebno višeg osoblja (planiranje, dizajn, front-end i back-end)
- Cijene (izrada i održavanje)
- Koju platformu koristi
- 24-satna podrška ako vam je potrebna
- Brzina isporuke
- Koliko dugo ćete imati podršku od navedenog partnera (web trgovine koje ozbiljno rade, imaju stalnu potrebu za podrškom)

INTEGRACIJA PROCESA PLAĆANJA

Već smo saznali da je za otvaranje kompanije potrebno otvaranje i bankovnog računa. Međutim, kada govorimo o online trgovini to nije dovoljno. Potrebno je na online shop uvesti online plaćanje, što je moguće integracijom platforme/sistema za naplaćivanje kartica.

Pri integraciji platnih sistema bitno je prikazati i korisnicima da je online plaćanje na vašem web shopu potpuno sigurno. Ovo se postiže stavljanjem logotipa i informacija o sigurnom plaćanju. Također, bitno je naglasiti kojim karticama se može izvršiti plaćanje.

Uz logotipe i informacije o sigurnom plaćanju postoje i obavezni tekstovi koje je potrebno sadržavati u sklopu online shop-a. Detaljne upute (Upute za WebPay sistem) o ovom procesu možete pronaći u sekciji: KORISNI DOKUMENTI I MATERIJALI

PREDSTAVLJANJE PROIZVODA/USLUGA I SADRŽAJ

Završni korak u kreiranju web shopa bio bi uređivanje sadržaja web stranice i online shopa. Sam izgled stranice igra veoma važnu ulogu i daje određenu predstavu o samoj kompaniji, proizvodima i uslugama.

Najvažnije je pružiti sve potrebne informacije korisnicima. Potencijalni kupci u svojoj odluci o online kupovini u potrazi su za detaljima i informacijama relevantnim za kupovinu. Na osnovu toga možemo napraviti podjelu informacija koje je potrebno pružiti:

 **Informacije o kompaniji** – informacije o kompaniji su bitne u procesu upoznavanja potencijalnih kupaca sa prodavačem (kompanijom). U ovom dijelu možemo pružiti informacije o nastanku kompanije, sjedišta, misije, vizije i dosadašnjih radova i djelovanja iste.

 **Podaci o proizvodima/uslugama** – što više relevantnih detalja o proizvodima je ključno. S obzorom da je riječ o online kupovini, kupci nekada nisu u mogućnosti vizualizirati proizvode ili usluge, ali dovoljno dobri opisi i detalji o proizvodima značajno pomažu u tome.

 **Fotografije** – kao što je već spomenuto ponekad je teško vizualizirati. Kvalitetne fotografije koje pružaju realnu sliku o proizvodima i uslugama su potrebne kako bi kupcima i korisnicima olakšali proces kupovine

 **Informacije o kupovini** – potrebno je pružiti detaljne informacije o kupovini i uslovima kupovine, cijenama i dodatnim troškovima koji nipošto ne smiju biti skriveni.

Važno je naglasiti da sve informacije moraju biti relevantne i ažurirane. Pružanje kontakt informacija i kontakta za podršku korisnicima znatno poboljšava izgled i ozbiljnost web shopa, ali i kompanije.

commerce4all

REGIONAL PLATFORM

Project implementator



Project partners



eCommerce Association in
Bosnia and Herzegovina



STIKK
KOSOVO ICT ASSOCIATION



AECA
ALBANIAN E-COMMERCE ASSOCIATION



AmCham Moldova
fighting for your business

Ova publikacija je nastala uz finansijsku podršku
Evropske unije i njemačkog saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ).

Njen sadržaj je isključiva odgovornost eCommerce asocija u Bosni i Hercegovini
i ne odražava nužno stavove EU ili Federalnog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ).