

UNIVERZITET SINGIDUNUM

Fakultet za informatiku i računarstvo

**CMS WEB PLATFORME – ANALIZA POSTOJEĆIH
SISTEMA I IZGRADNJA WEB PRODAVNICE
KORIŠENJEM WORDPRESS PLATFORME**

– diplomski rad –

Mentor:

prof. dr *Marko Šarac*

Kandidat:

Bojana Tešić

2020/204185

Beograd, 2023.

Sadržaj

Uvod.....	- 3 -
1 CMS.....	Error! Bookmark not defined.
2 Najpopularnije CMS platforme	Error! Bookmark not defined.
2.1 Wordpress.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Shopify.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Wix	Error! Bookmark not defined.
2.4 Squarespace	Error! Bookmark not defined.
2.5 Joomla!	Error! Bookmark not defined.
3 Opšte informacije o sajtu	Error! Bookmark not defined.
3.1 Domen	Error! Bookmark not defined.
3.2 Hosting.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 SEO	Error! Bookmark not defined.
4 Tehnički preduslovi za izradu prodavnice u Wordpressu	Error!
Bookmark not defined.	
4.1 Localhost i XAMPP	Error! Bookmark not defined.
4.2 Apache	Error! Bookmark not defined.
4.3 MySQL	Error! Bookmark not defined.
4.4 PHP MyAdmin	Error! Bookmark not defined.
4.5 Instalacija Wordpress-a	Error! Bookmark not defined.
5 Izrada web prodavnice pomoću Wordpress platforme	Error! Bookmark
not defined.	
6 Zaključna razmatranja	- 18 -
Literatura	- 35 -

Uvod

Da bismo uopšte mogli da pričamo o elektronskoj trgovini i generalno o web sajtovima uopšte, moramo krenuti od osnova kako je sve nastalo a to je naravno Internet.

Pre nastanka Interneta kupovina se obavljala u lokalnim prodavnicama. Međutim, kako je tehnologija napredovala, Internet je postao sve prisutniji, kako u poslovnom okruženju, tako i u domovima ljudi. Na prvi pogled može se reći da je Internet promenio način na koji se kupuje i prodaje. Međutim, ako malo dublje zađemo u analizu moglo bi se reći da je Internet promenio način na koji život funkcioniše.

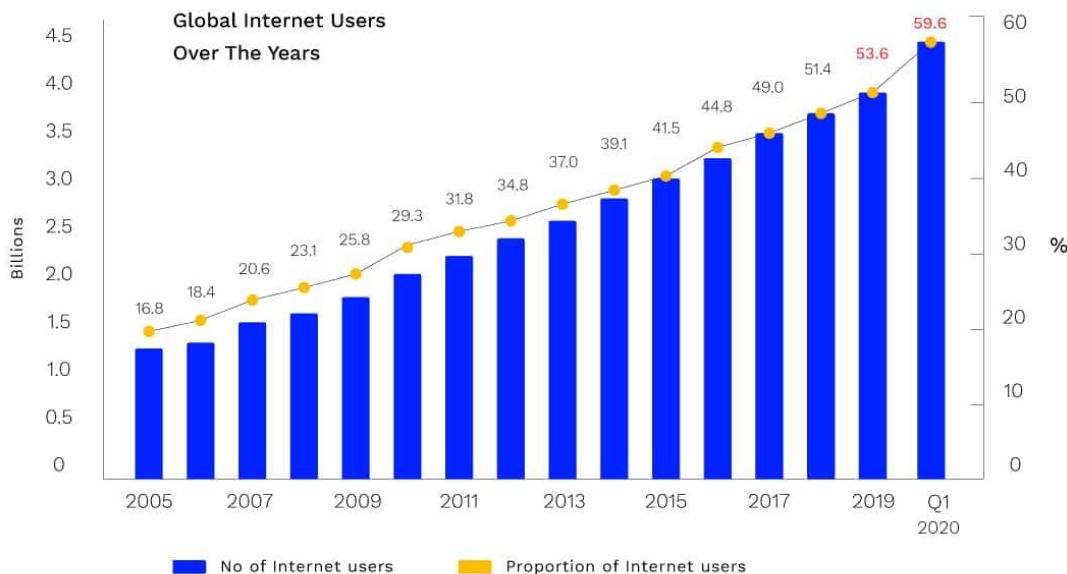
Kao preteča Interneta spominje se ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) i to je prva računarska mreža na svetu koja je funkcionisala na principu razmene paketa podataka. ARPANET je razvijen u periodu 1977-1979 godine od strane agencije ARPA i bio je osmišljen kao vojni projekat koji bi služio za povezivanje američkih vojnih baza. Kasnije, uvidelo se da je ideja o povezivanju vojnih baza zapravo ekonomski isplativa investicija i tako je nastala globalna mreža računara - INTERNET. Prva mreža bila je konfigurisana pomoću 4 računara koji su se nalazili u univerzitetskim računskim centrima u SAD.

1986. godine Američka nacionalna fondacija NSF (National Science Foundation) osnovala je NSFNET - sopstvenu mrežu koja je omogućila ubrzano umrežavanje vladinih i obrazovnih institucija. Dolazi do razvoja NNTP protokola (Network News Transfer Protocol) koji je omogućavao korisnicima da vode interaktivne diskusije i forume na mreži. 1983. godine uspostavljen je DNS sitem (Domain Name System) koji pretvara simboličke adrese u numeričke IP adrese i zapravo služi za "označavanje" računara.

1989. godine Berners-Li je napisao memorandum u kome predlaže hipertekst sistem zasnovan na internetu. Krajem 1990. godine specifikovao je HTML (HyperText Markup Language) i napisao pretraživač i serverski softver. Prvi javno dostupan opis HTML-a je dokument pod nazivom "HTML oznake" i prvi put se spominje na internetu krajem 1991. godine i je opisano 18 elemenata koji sadrže početni, relativno jednostavan dizajn HTML-a.

ARPANET je zvanično prestao da postoji. Došlo je do uvođenja novih usluga i servisa od kojih je svakako najvažniji World Wide Web (WWW) odnosno svetska mreža koja je ubrzo postala broj jedan na internetu. Nakon toga počinje komercijalizacija interneta i internet doživljava bum. Sve to dovodi do toga da kompanije počinju da izgrađuju svoje web sajtove i dolazi do pojave prvih web prodavnica. Pored toga, nastanak interneta i svetske mreže doveli su do pojave novih usluga i tehnologija kao što su internet pretraživači, e-trgovina, e-bankarstvo, prenos raznih medija kao što su slike i zvuk, pojava društvenih mreža... Sve to zajedno dovelo je do toga da se razviju računari, mobilne platforme što je dovelo do pada njihovih cena i do veće dostupnosti.

1994. godine pojavio se prvi komercijalizovani internet pretraživač - Netscape.

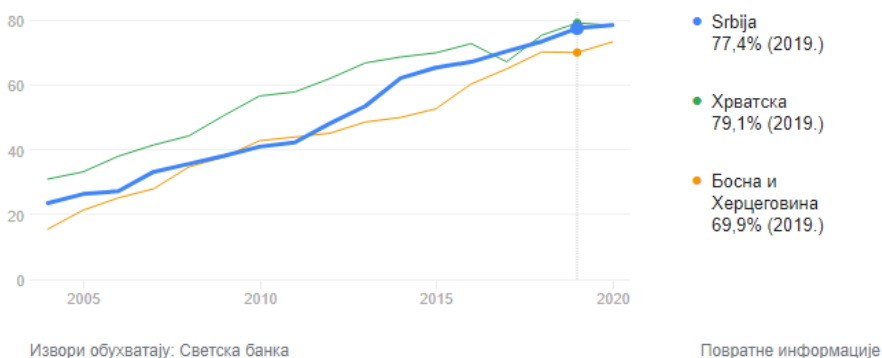


Slika 1: Broj Internet korisnika u svetu

Smatra se da ne postoji neka bitna razlika u učešću muškog i ženskog pola u korišćenju interneta što se ne može reći i za starosnu dob, gde svakako dominira uticaj mlađih ljudi.

Internet se u Srbiji pojavio krajem 1995. godine i iz godine u godinu beleži se porast u broju korisnika interneta.

78,4% становништва (2020.)



Slika 2: Broj Internet korisnika u Srbiji

Internet kupovina u našoj zemlji takođe pokazuje konstanti porast. Uglavnom se kupovina obavlja na inostranim sajtovima dok je tek petina novca potrošena na kupovinu proizvoda i usluga u domaćim online trgovinama. Pandemija COVID-a znatno je uticala na rast online kupovine u našoj zemlji. Prema istraživanjima koje je sprovedla Privredna komora Srbije, tokom vanrednog stanja koje je trajalo tokom marta i aprila 2020. godine, kupovina putem interneta je udvostručena. Najviše su se

kupovali, pored osnovnih životnih namirnica, računari i računarska oprema, mali kućni aparati, odeća i obuća.

Pojam "digitalno" može se objasniti kao nov način za istraživanje sadržaja za klijenta. Sve veća dostupnost informacija i tehnologije koje su dostupne svima (računari, mobilni telefoni...) doveli su do toga da se promeni tradicionalni marketing.

Po definiciji Američkog udruženja za marketing, marketing je aktivnost, skup ustanovljenih praksi i procesa kojima se kreiraju, predstavljaju, isporučuju i razmenjuju ponude koje imaju vrednost za kupce, klijente, partnere i društvo u celini (Lamb, Hair, McDaniel, 2017, 1). Izraz internet marketing je prvi put upotrebljen 1990. godine i tada je imao potpuno drugačije značenje nego što ima sada zato što su tada sajтови uglavnom bili statičke prirode i služili su za pružanje informacija. Danas, Internet marketing predstavlja kanal za povezivanje proizvođača sa krajnim korisnicima putem različitih elektronskih kanala marketinga kao što su oficijelni sajтови kompanija, društvene mreže, blogovi... Iako se Internet marketing izučava kao posebna celina, on je i dalje zapravo sastavni deo klasičnog marketinga pa samim tim poštuje principe istog. Klasični marketing miks čini model "četiri P" – proizvod (product), cena (price), promocija (promotion) i lokacija (place).

Najveća razlika između klasičnog i internet marketinga jeste zapravo u lokaciji (place). Jedan od prvih koji je razumeo važnost faktora lokacije jeste Džef Bezos (Jeff Bezos) koji je 1995. godine pokrenuo prvi sajt internet trgovine – amazon.com. Razumejući faktor lokacije, stvorio je prodavnicu koja je posedovala najveći inventar i asortiman knjiga i pokrivao veliki broj lokacija za isporuku.

Internet (elektronska) trgovina odnosi se na trgovinske transakcije koje su zasnovane na digitalnoj tehnologiji.

Neke od glavnih prednosti elektronske trgovine su:

- Sveprisutnost i globalna dostupnost jer je internet u današnje vreme dostupan svuda u svetu, na svakom uređaju i u svako doba dana;
- Univerzalni standardni – postoji jedan skup tehnoloških standarda-internet standardi;
- Interaktivnost – tehnologija funkcioniše kroz interakciju sa korisnikom;
- Niži troškovi prodaje i distribucije;
- Udobnost i brzina obrade transakcija.

S druge strane, naravno, postoje i neki nedostaci elektronske trgovine kao što su: nedostatak fizičkog kontakta sa proizvodom, internet može biti preplavljen informacijama što može izazvati zbunjenost kod potrošača, pitanja sigurnosti kupca u smislu privatnosti kako ličnih podataka tako i podataka sa bankovnih računa.

Osnovni tipovi elektronske trgovine su:

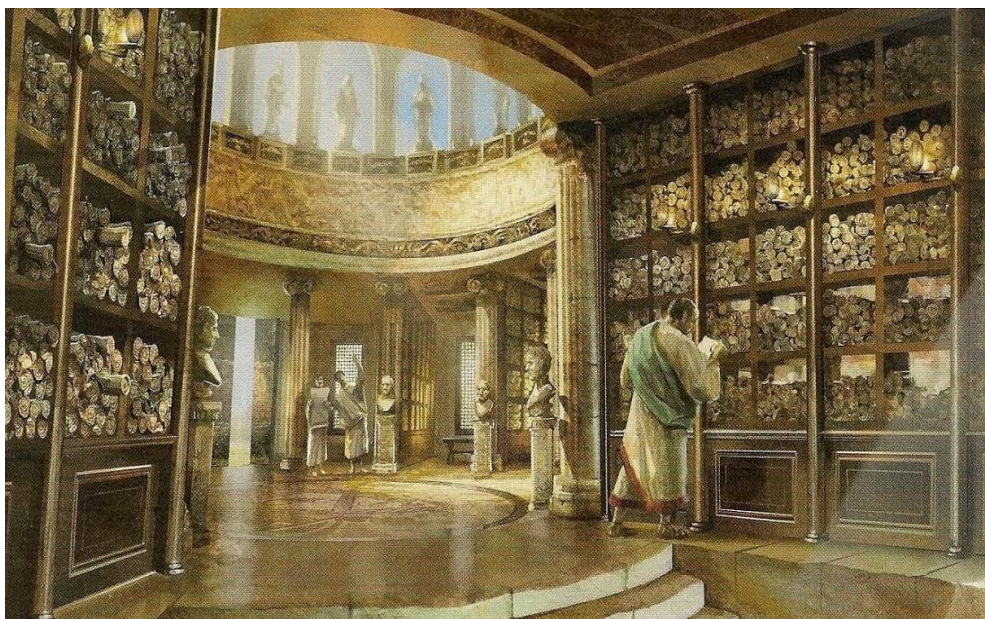
1. B2C – Business to Consumer tj. Preduzeće ka potrošaču (Amazon.com)
2. B2B – Business to Business tj. Preduzeće ka preduzeću (eSteel.com)
3. C2C – Consumer to Consumer tj. Potrošač ka potrošaču (eBay.com)
4. P2P – Peer to Peer tj. Pojedinač ka pojedincu (Gnutella)
5. M-trgovina tj. Mobilna trgovina

6. Trgovina putem društvenih mreža
7. Lokalna e-trgovina

U ovom radu osvrnućemo se na to šta je CMS, zatim ćemo napraviti kratak osvrt na neke od trenutno najpopularnijih CMS platformi. Govorićemo o tome šta je sa tehničke strane potrebno da bi se napravila kvalitetna internet prodavnica i na kraju prikazati korak po korak kako se kreira prodavnica u Wordpressu.

1 CMS – Content Management System

Iako se upravljanje sadržajem posmatra kao digitalni koncept, on postoji koliko postoji i sam sadržaj. Sadržaj se kreira od postanka ljudskog roda a kao dokaz tome je Aleksandrijska biblioteka koja je postojala još pre Hrista, gde su se na papirusu čuvali razni zapisi. Sa razvojem tehnologije došlo je do rasta informacija a samim tim i do problema kako najbolje organizovati te informacije. Tako da, možemo reći da se potreba za upravljanjem sadržajem nije javila sa pojavom World Wide Web-a i interneta, već mnogo pre toga.



Slika 3: Aleksandrijska biblioteka

Pre svega moramo definisati šta je sadržaj. Mnogi pojam sadržaja mešaju sa pojmom podatak i informacija. Međutim, sadržaj se može definisati kao informacija koja je proizvedena kroz uređivački proces i namenjena je za ljudsku potrošnju putem objavljivanja.

CMS odnosno sistem za upravljanje sadržajem predstavlja softverski paket koji pruža određeni nivo automatizacije za izvršavanje zadataka koji su potrebni kako bi se efektivno upravljalo sadržajem.

Iako su prvi sistemi za upravljanje sadržajem bili klijentski orijentisani (uređivači sadržaja su na svom računaru uređivali sadržaj a zatim ga slali na server najčešće preko FTP), današnji sistemi za upravljanje sadržajem su serverski orijentisani (sadržaj se nalazi sačuvan na nekom serveru i uređivač pristupa severu i tako upravlja sadržajem).

CMS nam služi da bismo kontrolisali naš sadržaj. Pod kontrolisanjem podrazumevamo:

- Ko ima dozvolu da vidi, menja i briše sadržaj;

- Stanje sadržaja – da li je objavljen, u draftu ili je uklonjen sa javne stranice;
- Vođenje računa o tome koliko puta je sadržaj promenjen, da li se može povratiti stara verzija...;
- Da li je određeni sadržaj u vezi sa nekim drugim sadržajem i kako će brisanje jednog sadržaja uticati na drugi sadržaj;
- Organizacija sadržaja – kako grupisati slične sadržaje, kako pronaći specifičan deo sadržaja.

Pored toga svoju značajnost CMS pokazuje tako što dozvoljava da se sadržaj koristi više puta na različitim mestima. Međutim da li će sadržaj biti korišćen više puta zavisi od strukture samog sadržaja. Ukoliko je sadržaj dobro strukturisan, lakše nam je da sa njime manipuliramo. Ispravnom manipulacijom sadržajem možemo sadržaj prikazati u različitim formatima (npr. PDF), objaviti ga na različitim lokacijama i preurediti ga tako da što efikasnije zadovolji potrebe posetioca (kreiranjem navigacije za lakše snalaženje ili pravljenjem višejezičnog sajta).

Da bismo upravljali CMS-om, nije potrebno nikakvo programersko predznanje, što je dobro jer i ljudi sa minimalnim tehničkim znanjem mogu koristiti CMS platforme. Takođe, nije potrebno detaljnije poznavati na koji način platforma radi u pozadini.

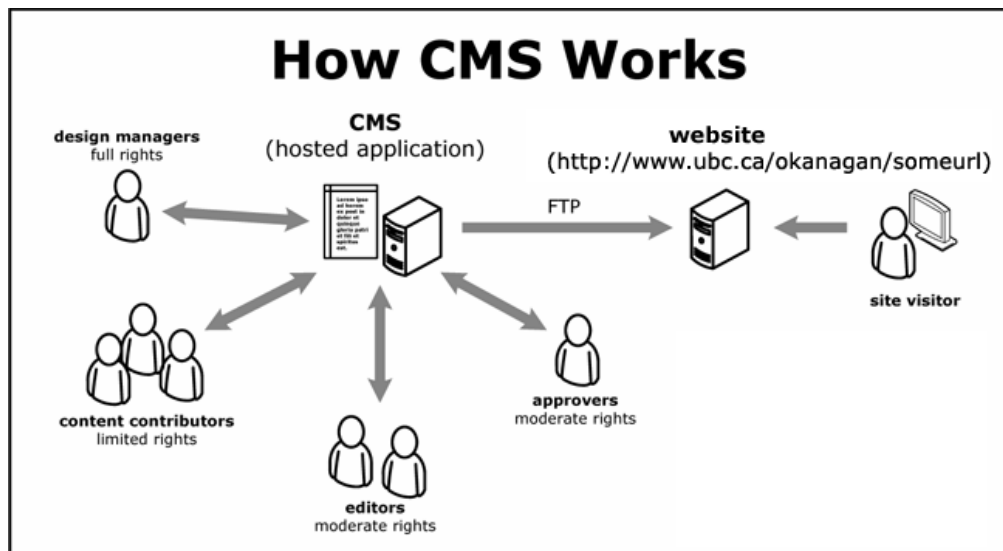
Proces instalacije CMS-a je prilično jednostavan i sveden je na svega par klikova. Sadrži se obično iz dva dela:

1. Administratorski deo – gde se obavlja kreiranje ili menjanje sadržaja tj. gde se obavlja upravljanje sadržajem koji se čuva u bazi podataka i
2. Korisnički (javni) deo – čita podatke iz baze i prikazuje ih na web stranici na unapred definisanim mestima, uključujući sve mogućnosti i funkcije za krajnje korisnike.

Sa tehničke strane, CMS je realizovan kao višeslojna web aplikacija koja se sastoji iz baze podataka, aplikacione logike i šablona za prikaz. U zavisnosti od konstrukcije i načina izvođenja, svaki CMS mora da ispuni neki minimum tehničkih zahteva kako bi funkcionisao: web hosting a zatim i tehnologije od kojih svaka obavlja funkciju izvršavanja web aplikacija (Apache, MySQL, PHP...)

Možemo razlikovati tri osnovne kategorije CMS sistema:

1. Sistem otvorenog koda (Open Source) – besplatni su, brzi i jednostavni za korišćenje (Wordpress, Joomla, Drupal...);
2. Komercijalni – stabilni su, pružaju veliku sigurnost i mnoge napredne funkcije (ColdFusion, SubrionCMS..);
3. CMS sistemi za posebne namene – pouzdani su, kao što i sama reč kaže služe za posebne namene i nisu predviđeni za masovnu upotrebu.

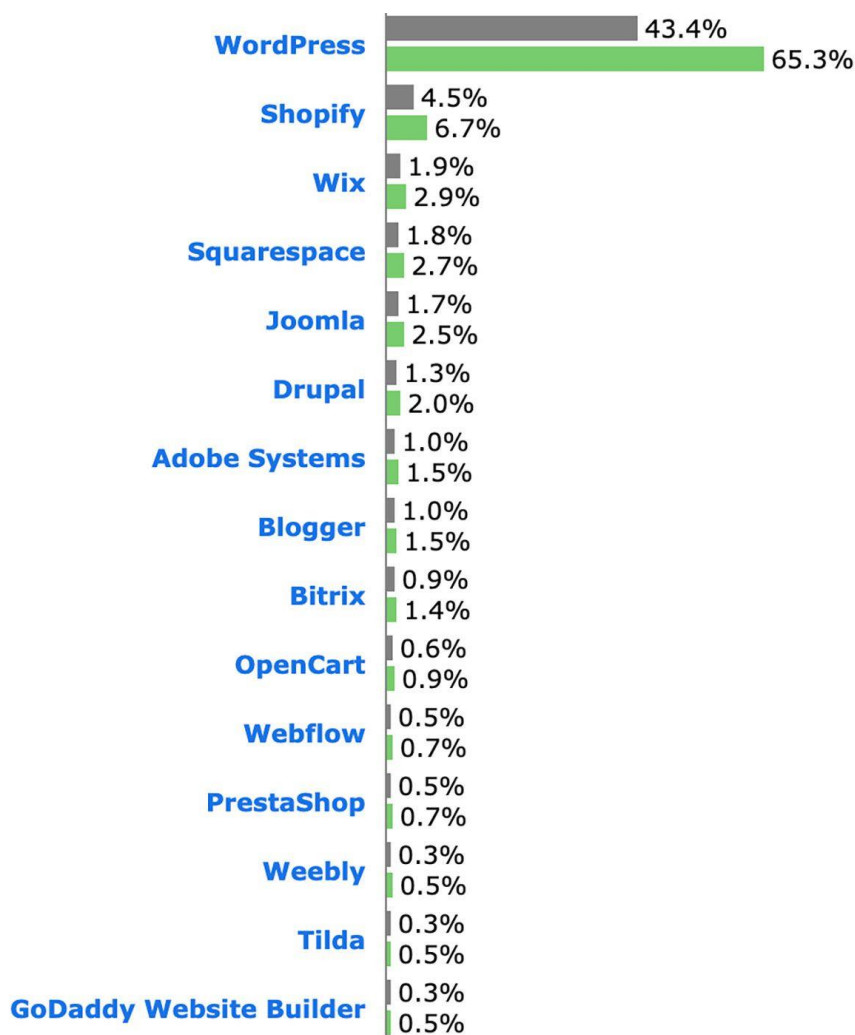


Slika 4: Kako funkcioniše CMS

2 Najpopularnije CMS platforme

Kada kreiramo web sajt koji je fokusiran na sadržaj, najbolje je koristiti neku od platformi za upravljanje sadržajem. Današnji sistemi za upravljanje sadržajem su otvorenog koda i lako se održavaju i najčešće su besplatni.

U nastavku ćemo se osvrnuti na pet trenutno najpopularnijih platformi za upravljanje sadržajem. Svakako broj dostupnih platformi za upravljanje sadržajem je dosta veći i svako može pronaći platformu koja će najbolje omogućiti sprovođenje svoje ideje u delo.



Slika 5: Pregled najpopularnijih CMS platformi u 2022. godini¹

¹ Prvi broj pokazuje učešće CMS platforme u izgradnji sajtova globalno. Drugi broj pokazuje učešće CMS platforme na tržištu CMS platformi.

2.1 Wordpress

Wordpress je nastao 2003. godine kao zajednički rad Mike Little-a i Matt Mullenveg-a. Wordpress nastao je kao želja za elegantnim, dobro struktuiranim i ličnim izdavačkim sistemom. Wordpress je baziran na PHP programskom jeziku i MySQL bazi podataka i predstavlja projekat otvorenog koda. Ideja Wordpresa je da pruža mogućnosti da ga koriste kako ljudi sa ograničenim tehnološkim iskustvom, tako i ljudi koji se bave tehnologijom i mogu ga prilagoditi na izvanredne načine svojim potrebama.



Slika 6 – Izgled Wordpress logo-a

Iako je Wordpress nastao kao platforma za pisanje blogova, danas je najpopularnija CMS platforma. Prema istraživanjima, 43,4% svih sajtova na internetu napravljeni su pomoću Wordpress platforme, dok je učešće Wordpresa među CMS platformama 65,3%, što ga stavlja daleko iznad konkurenata. Međutim, wordpress se i dalje redovno koristi u izdavačkoj industriji i industriji prilagođenoj blogovima. Pošto je njegov interfejz prilično jednostavan za korišćenje, može biti dosta koristan za manja preduzeća koja tek grade svoju web strategiju ili imaju manje iskustva sa dizajnom. S druge strane, wordpress pruža mogućnost i ljudima sa tehničkim znanjem da ga prilagođavaju njihovoj web lokaciji, dozvoljava korišćenje brojnih dodataka i druge mogućnosti personalizacije.

Wordpress ima jednu od najvećih kolekcija dodataka i tema dostupnih za preuzimanje radi prilagođavanja dizajna i funkcionalnosti sajta. Koristeći ove dodatke, korisnici mogu lako da kreiraju potpuno funkcionalne web stranice.

Sa strane bezbednosti, CMS sistemi otvorenog koda sa zastarelim ili neodržavanim delovima, podložni su napadima hakera. Zbog toga je jako bitno redovno ažurirati softver i dodatke. Prednost Wordpresa je što ima ugrađen sistem ažuriranja koje je moguće izvršiti klikom na samo jedno dugme.

Wordpress je besplatan za preuzimanje. Međutim, postoje neke teme i dodaci koji se dodatno plaćaju. Takođe, ukoliko korisnik želi da postavi na internet svoj sajt, mora platiti i hosting i domen.

Ključna razlika između wordpress.com i wordpress.org je u tome ko hostuje web sajt.

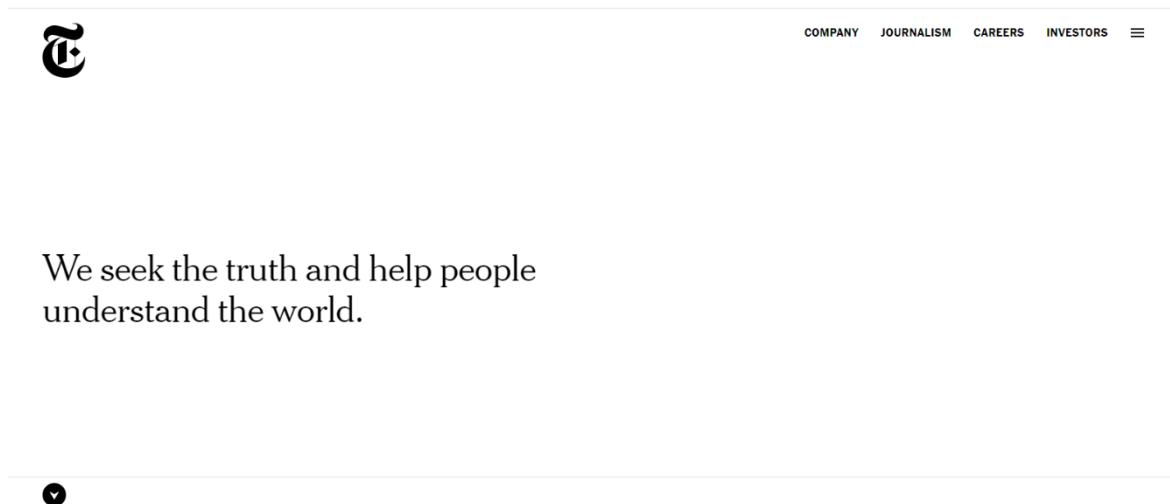
Wordpress.com nudi uslugu hostinga, ime domena, sigurnost i sigurnosne kopije. To je komercijalna web lokacija na kojoj možemo besplatno ugostiti web sajt, ali uz to dolaze i određena ograničenja kao što su:

- Web sajt možemo postaviti samo sa poddomenom (subdomain)
- Ne možemo ukloniti oglase i brendiranje wordpresa
- Ograničen prostor od 3GB
- Ne možemo instalirati dodatke i teme koje nisu dostupne na platformi

Wordpress.com nudi i mogućnost hostovanja bez ograničenja uz dodatne troškove.

Wordpress.org je besplatna platforma u kojoj sami kupujemo i upravljamo svim aspektima web sajta. Pruža nam potpunu kontrolu odabira hosting provajdera kao i upravljanje sigurnošću, kreiranju prilagođenog imena domene, različite teme i dodatke.

Wordpres takođe može biti hostovan na lokalnom serveru (localhost). Lokalni server nam omogućava kreiranje veb-sajta na svom računaru u kontrolisanom okruženju i naknadno može biti povezan sa internet hostingom. Ono što radimo na localhost-u je vidljivo isključivo nama. Siguran je i pouzdan za testiranje pre puštanja u javnost.



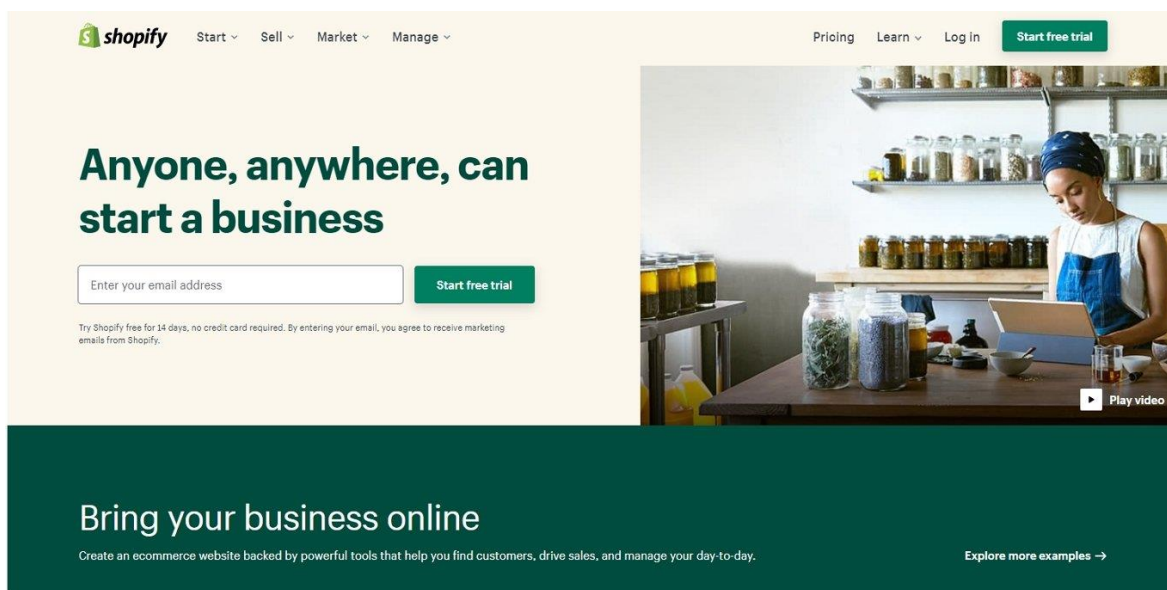
Slika 7 – Izgled sajta New York Times-a koji je napravljen pomoću Wordpresa

2.2 Shopify

Shopify je hostovani sistem za upravljanje sadržajem koji je idealan za kreiranje internet prodavnice. Funkcioniše po principu SaaS (Software as a Service).

Iako sama platforma ne pruža nešto previše prostora za uređivanje izgleda i funkcionalnosti, platforma pruža čitav set dodataka, zaštitu i podršku prilikom upravljanja samim sajtom. Shopify se takođe brine za sve tehničke aspekte poslovanja kao što su hosting, utisci kupaca, opcije za plaćanje, praćenje analitika, ažuriranje same platforme i generalno svakodnevno održavanje sajta i pravljenje back-up-a. Shopify takođe omogućava integraciju prodavnice sa različitim aplikacijama i interfejsima trećih strana. Iz ovih razloiga predstavlja dobru opciju za nekoga ko ne poseduje dovoljno tehničkog znanja ili jednostavno nema dovoljno vremena da se posveti svim dodatnim stvarima koje podrazumevaju da se napravi kvalitetna internet prodavnica.

S obzirom na to da je Shopify vlasnička platforma, nude se 3 plaćena plana po cenama od 29 USD, 79 USD i 299 USD mesečno. Svaki plan u cenu uključuje hostovanje, SSL sertifikaciju i Shopify subdomen (sajt.shopify.com). Skuplji planovi uključuju gift kartice, više izveštaja, analitiku...



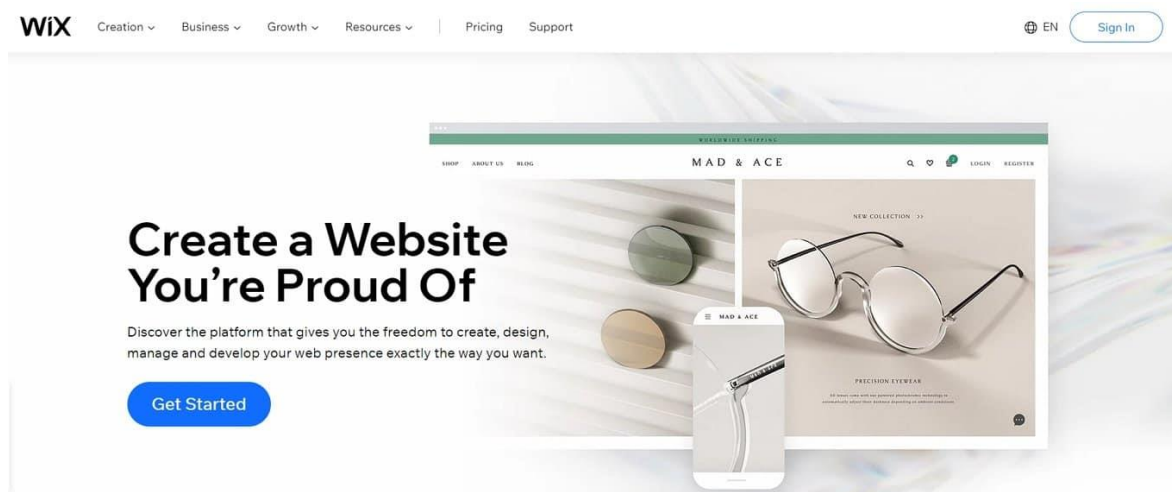
Slika 8 – Izgled administratorske stranice Shopify platforme

2.3 Wix

Slično kao i Shopify, i Wix je CMS platforma koja nudi hostovanje kao i celokupnu tehničku podršku oko podešavanja samog sajta i zbog toga predstavlja dobro rešenje za nekoga ko je početnik. Takođe, kao i kod Shopify-a, ni Wix platforma ne nudi previše prostora za uređivanje izgleda i funkcionalnosti. Uređivanje može zahtevati pomoć nekog iskusnijeg programera.

Jedna od najvećih mana Wix platforme je u nedostacima SEO dodataka, što nije problem za manje biznise, ali za veće kompanije bi možda bilo bolje da koriste neku platformu koja pruža više mogućnosti kada je u pitanju SEO.

Wix nudi besplatan, ograničen plan. Premium planovi se plaćaju i u zavisnosti od dodataka koje nude koštaju 13-39 USD mesečno za osnovne web sajtove, dok se planovi za poslovne i sajtove web trgovine kreću između 23 i 500+ USD mesečno.

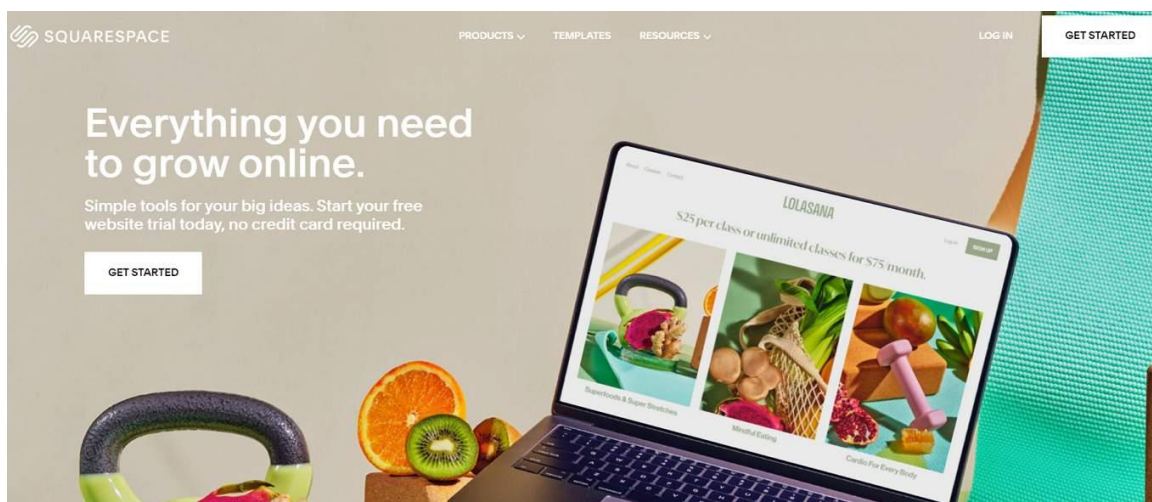


Slika 9 – Izgled administratorske stranice Wix platforme

2.4 Squarespace

Squarespace je platforma za izgradnju web sjatova koja nije open source karaktera pa samim tim ne zateva instalaciju na naš hosting server. Slično kao i Wix nudi hosting, SSL sertifikate, podršku i druge dodatke koji su ugrađeni u samu platformu. U zavisnosti od izabranog plana, korišćenje platforme se plaća od 12 do 40 USD mesečno. Takođe, predstavlja dobar izbor za nekoga ko je početnik.

Squarespace je poznat po svojim, čistim i modernim šablonima, njegova estetika naginje ka eleganciji i jednostavnosti, sa dosta belog prostora. Medjutim kao i Shopify, ni Wix ne nudi previše prostora za uređivanje izgleda i funkcionalnosti. Ukoliko želimo da vršimo uređivanje van izabrane temre, verovatno će nam biti potrebna pomoć nekog iskusnijeg programera.



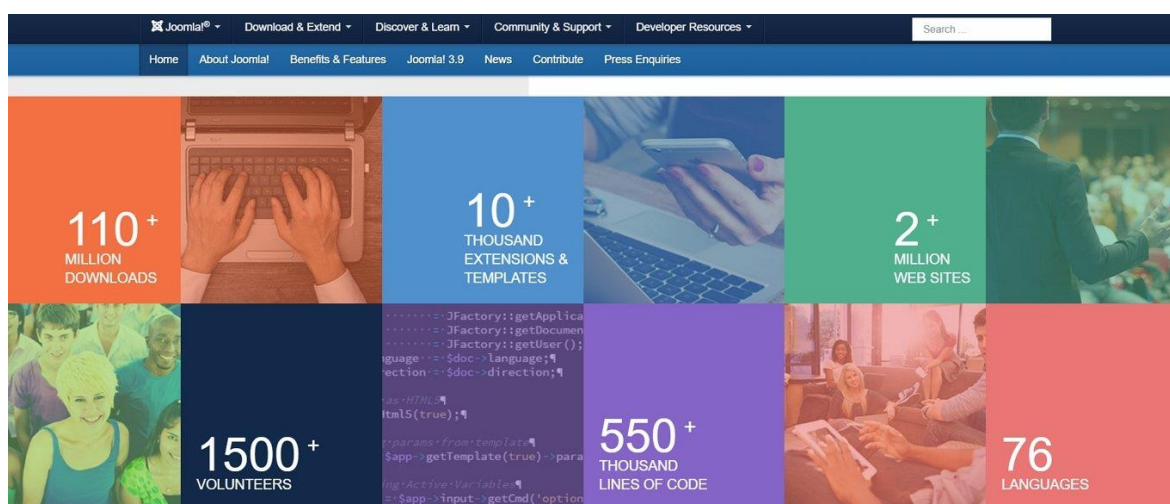
Slika 10 – Izgled administratorske stranice Squarespace platforme

2.5 Joomla!

Poput Wordpressa, Joomla! predstavlja besplatnu i open source platformu. Takođe, poseduje brojne dodatke koji olakšavaju uređivanje izgleda i funkcionalnosti sajta.

Joomla! omogućava da administrator upravlja podešavanjima vezanim za modifikovanje članaka, banera, menija, medija i SEO podešavanja. S obzirom na to da se sva ova podešavanja vrše na back end-u, Joomla! nije preporučljiva za apsolutne početnike, već za nekoga sa nekim tehničkim predznanjem.

Od svih do sada pomenutih platformi, Joomla! ima najveću količinu pronađenih slabosti. Zbog mana u samom kodu, sajtovi napravljeni pomoću ove platforme predstavljaju pogodnu metu za hakere. Iako Joomla! konstantno radi na unapređenju bezbednosti, nedostatak u vidu automatskog ažuriranja daje napadačima uvid u to koje slabosti da napadaju.



Slika 11 – Izgled administratorske stranice Joomla! platforme

3 Opšte informacije o sajtu

Pre nego što se odlučimo za samu izgradnju sajta, treba da prilagodimo sajt delatnosti firme. Potrebno je razviti ideju, obaviti sva potrebna planiranja i napraviti koncept sajta. Pri izradi, ali i nakon završetka izrade sajta, potrebno je raditi promociju sajta i nikada ne zaboraviti da sajt nikada nije kompletno završen, već zahteva konstantno praćenje, ocenjivanje, prilagođivanje i održavanje.

Funkcionalni sajt predstavlja jedno od najsnažnijih sredstava marketinških komunikacija. Ako je sajt dobro dizajniran, to korisnicima omogućava da lakše nađu proizvod ili informacije koje su im potrebne. Osim samog dizajna sajta, važni elementi marketinške strategije su naziv domena, hosting i optimizacija za pretraživače (SEO – search engine optimization).

3.1 Domen

Domen predstavlja internet adresu web sajta. Poželjno je da ime domena bude kratko i karakteristično, da se lako pamti i da ne dovodi korisnika u priliku da sajt zameni sa nekim drugim. Domen se obično registruje na period od godinu dana, dok neki registri dozvoljavaju i registraciju na dve i više godina. Kada registrujemo neki domen, to ne znači da smo ostvarili vlasničko pravo nad njim, već samo ekskluzivno pravo da ga upotrebljavamo dok plaćamo zakup. Struktura naziva domena definisana je određenim pravilima – naziv domena ne sme sadržati više od 63 karaktera, karakteri koji su dozvoljeni su slova od A do Z i srednja crta (-), s tim da srednja crta ne sme biti na početku ili kraju naziva domena. Ekstenzije domena su podeljene na više nivoa:

- TPD (Top Level Domains) podrazumevaju .com, .net i .org ekstenzije;
- Domen drugog nivoa je npr. co.rs;
- Lokalni domen ima ekstenziju npr. .rs.

Odabir domena zavisi od delatnosti i ciljnog tržišta.

Domen je simbolička skraćenica za IP (Internet Protocol) adresu. Naziv domena je unikatan u registraskom sistemu DNS (Domain Name System). Registracija domena sajtova je akreditovana i nadgledana od strane Internet korporacije za dodeljivanje imena i brojeva ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). U našoj zemlji registraciju domena nadgleda Registar nacionalnog internet domena Srbije (RNIDS).

3.2 Hosting

Hosting je servis ili usluga koja se plaća hosting provajderu, najčešće na period od jedne godine. Zauzvrat dobija se određeni prostor na serveru izražen u megabajtima ili gigabajtima. Da bi korisnici mogli da vide neki web sajt, on mora biti hostovan tj. objavljen odnosno stranice moraju biti smeštene na server.

Usluga hostinga ne podrazumeva samo objavljivanje sajta, već podrazumeva i kreiranje adresa elektronske pošte, kreiranje baze podataka, praćenje statistike posećenosti... Tako da mogli bismo reći da hosting zapravo podrazumeva smeštanje svih podataka i čini ih stalno dostupnim na internetu.

Kupovina web hostinga smatra se kupovinom prostora i funkcionalnosti na webu. Hosting kompanije zapravo predstavljaju Internet servis provajdere (ISP) odnosno agente koji nude lokaciju i prostor za web sajt a često nude i uslugu interneta. Internet servis provajderi nude različite pakete i u zavisnosti od toga šta određeni paket nudi, zavisi i cena hostinga.

3.3 SEO

SEO optimizacija sajta za pretraživače jeste proces koji podrazumeva unapređenje kvaliteta i količine saobraćaja od pretraživača ka sajtu preko rezultata pretrage. Što je sajt bolje rangiran to će više saobraćaja biti preusmereno sa pretraživača na njega.

Opšte preporuke za optimizaciju web sajta su:

- Registracija na što više pretraživača;
- Obezbeđivanje da ključne reči korišćene u opisu web sajta budu iste kao one koje bi potencijalni korisnici mogli koristiti prilikom pretraživanja;
- Povezivanje sajta sa što više drugih sajtova;
- Potražiti profesionalnu pomoć jer postoje ljudi koji se profesionalno bave SEO optimizacijom.

4 Tehnički preduslovi za izradu prodavnice u Wordpressu

U nastavku rada osvrnućemo se na to šta je potrebno uraditi pre nego što krenemo na samu izradu web prodavnice. Napomena koju je potrebno napraviti jeste da prodavnicu kreiramo u lokalnom okruženju (localhost).

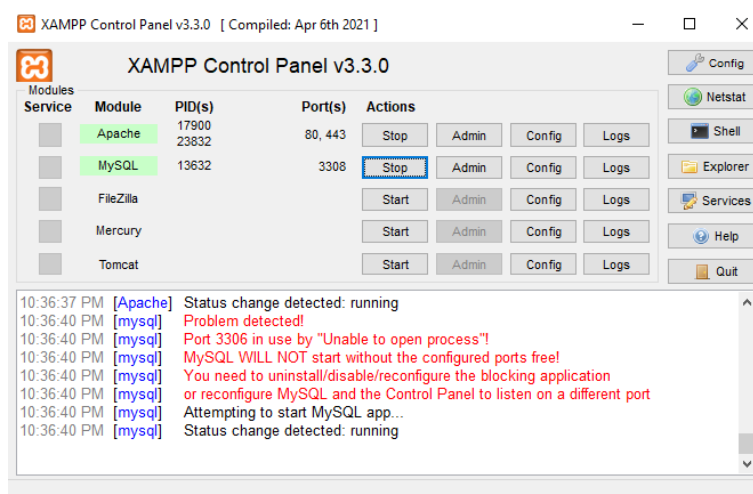
Tehnički preduslovi podrazumevaju instalaciju XAMPP-a (ili nekog sličnog paketa – LAMP, MAMP...) a zatim i instalaciju samog Wordpresa.

Međutim, pre nego što krenemo na instalaciju wordpresa potrebno je da izvršimo određena podešavanja u XAMPP-u a tiču se Apache servera i MySQL baze podataka, jer bez toga nećemo moći da pristupimo admin panelu u Wordpressu i da vršimo podešavanja internet prodavnice.

4.1 Localhost i XAMPP

Lokalni server engl. localhost može se najjednostavnije definisati kao web server koji se nalazi na lokalnom sistemu tj. računaru, što znači da nije dostupan na internetu. Lokalni server omogućava programeru da testira svoj proizvod u kontrolisanom okruženju pre nego što hostuje svoj sajt. Pošto se datoteke čuvaju lokalno na našem računaru, pregledač ima sve što je potrebno za prikaz web stranice koja je vidljiva samo nama. Za razliku od hostovanih sajtova, sajtovi u lokalnom okruženju ne mogu biti predmet napada hakera.

Da bismo uspešno izveli pokretanje web sajta u lokalnom okruženju, potrebni su nam Apache web server, MySQL baza podataka i PHP programski jezik, a sve to nam obezbeđuje XAMPP. Na osnovu prethodno navedenog možemo reći da je XAMPP programski paket odnosno grupa softvera, koji nam obezbeđuje sve što je s tehničke strane potrebno kako bismo uspešno baratali web prodavnicom u lokalnom okruženju. Drugim rečima, možemo reći da je XAMPP jednostvano i brzo rešenje za brzo podešavanje minimalnog okruženja koje može da zadovolji sve potrebe po pitanju razvoja.



Slika 12 – Izgled XAMPP kontrolne table

Nakon instalacije XAMPP-a otvara nam se kontrolna tabla kao na slici iznad. Da bismo mogli da pokrenemo web sajt u lokalnom okruženju, na kontrolnoj XAMPP tabli moramo startovati Apache i MySQL. Apache inače koristi portove 80 i 443, dok MySQL koristi port 3306. Ukoliko su ovi portovi zauzeti od strane neke druge aplikacije moraju se izvršiti određena podešavanja i promeniti portove.

4.2 Apache

Apache server je poznat kao jedan od najpopularnijih web servera na svetu. Razvijen je od strane Apache Software kompanije koja je izbacila prvu verziju 1995. godine. Osnovne prednosti ovog softvera je da je brz i siguran i smatra se da danas ovaj server koristi preko 65% svih internet pretraživača. Pored toga Apache je besplatan i spada u servere otvorenog koda. Iako je Apache originalno kreiran za Unix okruženja, skoro sve instalacije pokreću Linux. Međutim, Apache je dostupan i za druge operativne sisteme kao što je Windows.

Server je zapravo udaljeni računar koji služi datotekama za traženje klijenata. S druge strane, web server je okruženje u kojem se pokreće web stranica odnosno to je računar koji služi web loakciji.

4.3 MySQL

MySQL je open source sistem za upravljanje relacionim bazama podataka. To znači da su podaci unutar baze sposobni da prepoznaju odnose između sačuvanih podataka. Podaci su strukturisani u vidu tabela. Svaka tabela sadrži jednu ili više kategorija podataka koji su smešteni u kolonama. Svaki red sadrži jedinstven podatak za kategorije definisane u kolonama.

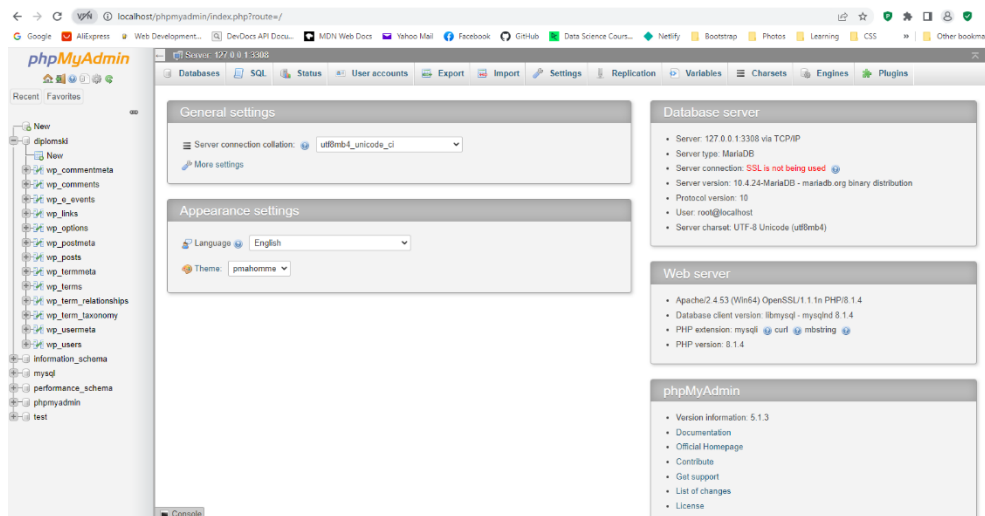
MySQL je podrazumevana baza podataka za Wordpress platformu. Generalno, najčešća upotreba MySQL-a je u svrhu web baze podataka.

Trenutno je MySQL u vlasništvu kompanije Oracle. Pre toga je vlasnik ovog sistema je bio Sun Microsystems .Prvo izdaje je objavljeno 1995. godine i to izdanje nije bilo dostupno za Windows sisteme, tek 1998. godine izbacuju verziju za Microsoft Windows. Biblioteka za pristup je dostupna za skoro sve programske jezike. MySQL server i podržane biblioteke su pisane u programskim jezicima C i C++. Kompanija MySQL AB je firma koja sponzor ovog projekta i koja zadržava pravo nad kodom.Ova kompanija pruža MySQL kao softver otvorenog koda koja je pod licencom GNU.

4.4 PHP MyAdmin

PHP MyAdmin je besplatan softver napisan u PHP programskom jeziku i namenjen je upravljanju MySQL bazama podataka preko Interneta. Izvršava različite zadatke kao što su kreiranje, menjanje i brisanje tabela. Osim toga može upravljati pojedinim korisnicima i kontrolisati njihove zahteve. Wordpress koristi PHP MyAdmin kako bi uskladištio sve svoje informacije u MySQL bazu podataka te komunicirao s našom bazom podataka.

Pristupa mu se preko local hosta tako što u web pretraživač unesemo **http://localhost/phpmyadmin**.



Slika 13 – Izgled PHP MyAdmin kontrolne table

Pre nego što pređemo na instalaciju Wordpressa potrebno da je da u phpmyadmin kreiramo bazu podataka koju ćemo koristiti za našu web prodavnicu.

The image shows the 'Structure' tab in PHP MyAdmin for the 'diplomski' database. It displays a table with columns: Table, Action, Rows, Type, Collation, Size, and Overhead. The table lists 13 tables, all of type InnoDB with utf8mb4_unicode_520_ci collation. The tables are: wp_commentmeta, wp_comments, wp_e_events, wp_links, wp_options, wp_postmeta, wp_posts, wp_termmeta, wp_terms, wp_term_relationships, wp_term_taxonomy, wp_usermeta, and wp_users. A summary row at the bottom shows 13 tables with a total of 1,239 rows and a size of 4.5 MiB.

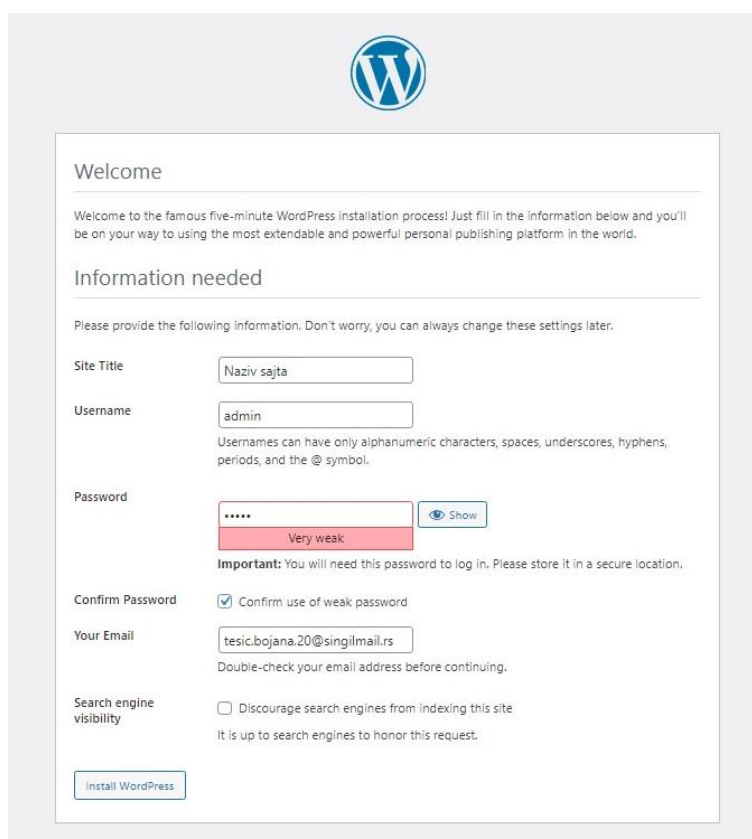
Table	Action	Rows	Type	Collation	Size	Overhead
wp_commentmeta	Browse Structure Search Insert Empty Drop	0	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	48.0 KiB	-
wp_comments	Browse Structure Search Insert Empty Drop	1	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	96.0 KiB	-
wp_e_events	Browse Structure Search Insert Empty Drop	0	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	32.0 KiB	-
wp_links	Browse Structure Search Insert Empty Drop	0	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	32.0 KiB	-
wp_options	Browse Structure Search Insert Empty Drop	167	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	3.1 MiB	-
wp_postmeta	Browse Structure Search Insert Empty Drop	888	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	544.0 KiB	-
wp_posts	Browse Structure Search Insert Empty Drop	147	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	448.0 KiB	-
wp_termmeta	Browse Structure Search Insert Empty Drop	0	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	48.0 KiB	-
wp_terms	Browse Structure Search Insert Empty Drop	3	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	48.0 KiB	-
wp_term_relationships	Browse Structure Search Insert Empty Drop	7	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	32.0 KiB	-
wp_term_taxonomy	Browse Structure Search Insert Empty Drop	3	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	48.0 KiB	-
wp_usermeta	Browse Structure Search Insert Empty Drop	22	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	48.0 KiB	-
wp_users	Browse Structure Search Insert Empty Drop	1	InnoDB	utf8mb4_unicode_520_ci	64.0 KiB	-
13 tables	Sum	1,239	InnoDB	utf8mb4_unicode_ci	4.5 MiB	0 B

Slika 14 – Struktura baze podataka u PHP MyAdminu

4.5 Instalacija Wordpress-a

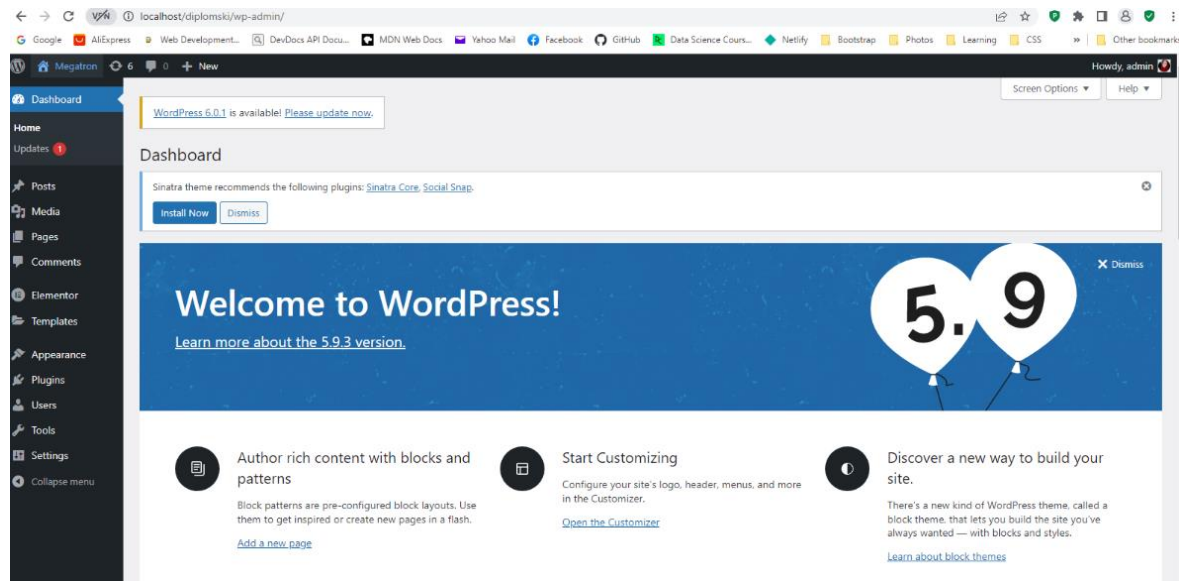
Nakon svih prethodno odrađenih koraka možemo započeti instalaciju wordpressa. Prvo je neophodno da sa sajta www.wordpress.org skinemo instalacijski paket. Njega čuvamo na našem računaru u folderu **xampp\htdocs**.

Kada smo sačuvali instalacijski paket za wordpress u našem pretraživaču kucamo **localhost/nazivbaze** (*baza koju smo kreirali u phpmy adminu) i pokreće nam se prozor za instalaciju wordpressa. Nakon izbora jezika i nekih osnovnih informacija o korišćenju wordpressa, otvara nam se prozor gde unosimo informacije kao što su naziv sajta, username, password i email.



Slika 15 – Instalacija Wordpressa

Klikom na dugme Install Wordpress instalirali smo Wordpress i otvara nam se prozor za logovanje gde se pomoću username-a i password-a možemo ulogovati na naš sajt. Pristupanjem admin panelu možemo vršiti podešavanja našeg sajta. Logovanje na admin panel se vrši tako što u pretraživač unesemo **localhost/nazivbaze/wp-admin**

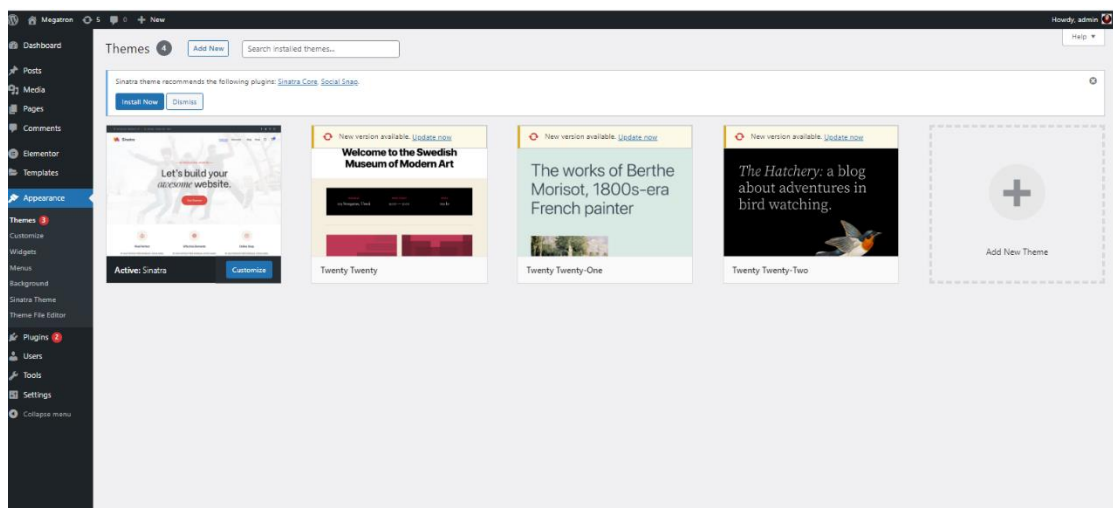


Slika 16 – Izgled admin panela Wordpresa

5 Izrada web prodavnice pomoću Wordpress platforme

Na samom početku stvar koju je potrebno da uradimo jeste da izaberemo odgovarajuću temu za našu internet prodavnicu. Wordpress nudi veliki izbor tema od kojih se neke plaćaju, dok su neke potpuno besplatne za korišćenje. U principu prilikom izbora teme treba voditi računa kakav sajt kreiramo i koja tema će nam najbolje obezbediti da postignemo ono što želimo. Neke stvari na koje treba obratiti pažnju prilikom odabira teme jesu:

- Prosečna ocena korisnika i broj prodaja – na ovaj način eliminiše se mogućnost kupovine teme koja ima nedostatak u svom kodu;
- Izabrati temu koja nudi opcije ureživanja izgleda i funkcionalnosti – da bismo mogli da dodamo logo, menjamo header i footer, menjamo boje, pozadinu...;
- Izabrati temu koja ima responsive dizajn tj dizajn koji je prilagodljiv različitim uređajima i različitim veličinama ekrana;
- Izabrati temu koja ima integrisanu podršku za SEO;
- Da li izabrana tema estetski odgovara našoj ciljnoj grupi – Wordpress nudi mogućnost da potražimo temu koja odgovara baš našoj delatnosti. Takve teme su namenski kreirane i sadrže sve elemente potrebne za određenu vrstu sajta;
- Da tema ima integrisan Page builder – Page builder olakšava i ubrzava izradu stranica;
- Stil zaglavlja i navigacije;
- Da tema bude kompatibilna sa različitim pretraživačima;
- Da tema uključuje podršku autora.



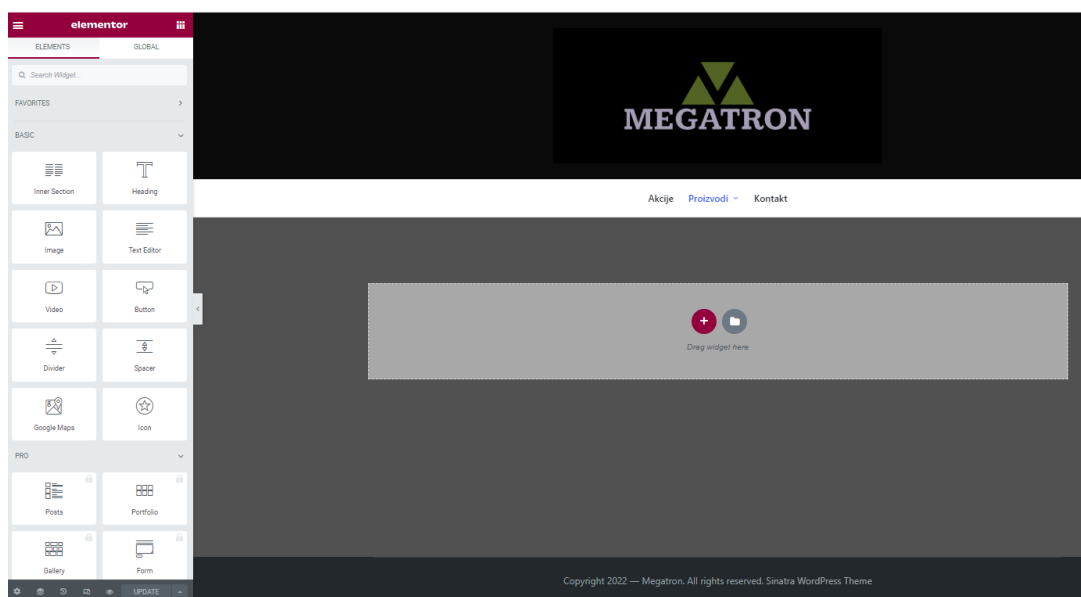
Slika 17 – Izgled admin panela Wordpresa – deo za izbor tema

Nakon što smo izabrali temu, sledeći korak je kreiranje stranica, menija kao i sadržaja samih stranica.

Stranice kreiramo tako što idemo na Pages pa Add new. Nakon što smo kliknuli na Add new pruža nam se mogućnost da sređujemo stranicu tako što ćemo dodavati tekst, slike, paragrafe... Međutim uređivanje stranica je mnogo lakše uraditi korišćenjem Page buildera.

Postoji veliki broj Page buildera, međutim mi ćemo se ovde osvrnuti na jedan od najpopularnijih – Elementor. Elementor je moguće instalirati tako što odemo na Plugins, zatim Add new, pronademo Elementor i instaliramo ga.

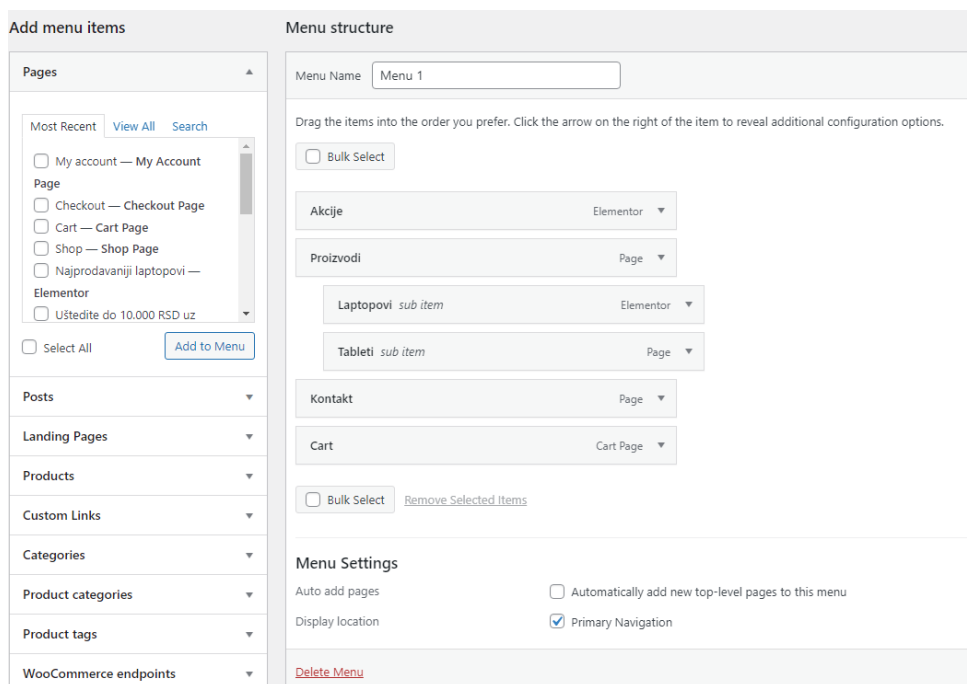
Pomoću Page buildera možemo kontrolisati svaki aspekt naše web stranice. Kada uđemo na stranicu nudi nam se opcija da vršimo uređivanje stranice preko Elementora. Podešavanja koja možemo vršiti su razna a neka od njih su: menjanje headera i footera, dodavanje paragrafa, slika, galerija, menija... Međutim, važno je napomenuti da iako Elementor nudi veliki broj besplatnih dodataka, postoje i dodaci koji se naplaćuju. Da li ćemo koristiti besplatne dodatke ili ćemo platiti dodatke, zavisi isključivo od toga koliko želimo da profesionalno uredimo sajt, ali moguće je napraviti dosta kvalitetan sajt koristeći samo besplatne dodatke.



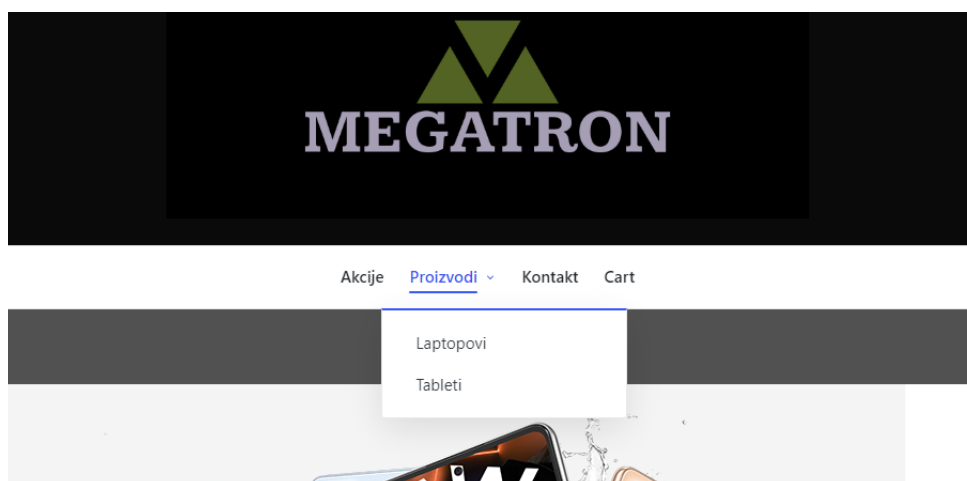
Slika 18 – Uređivanje stranice pomoću Elementor-a

Nakon što smo izabrali temu i kreirali stranice koje želimo da se nalaze na našoj web prodavnici, pristupamo kreiranju navigacionog menija.

Navigacioni meni kreiramo tako što idemo na Appearance/Menus. Kada nam se otvori panel za uređivanje navigacionog menija, tu će nam biti prikazane sve stranice koje smo do sada kreirali. Jednostavnim prevlačenjem i pozicioniranjem stranica možemo kreirati meni i sub meni.



Slika 19 – Izgled panela za uređivanje navigacionog menija u Wordpressu



Slika 20 – Izgled navigacionog menija u okviru internet prodavnice

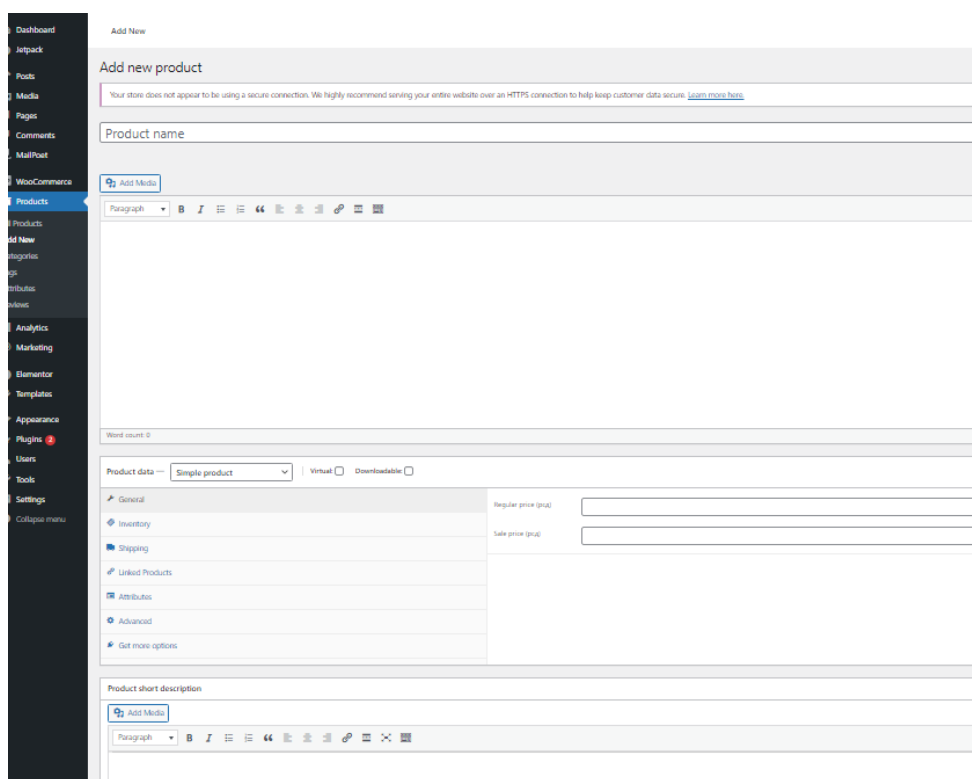
Nakon što smo kreirali navigacioni meni, možemo nastaviti sa jednom od najvažnijih stavki za kreiranje internet prodavnice a to je dodavanje proizvoda u prodavnicu. Međutim, da bi to bilo moguće, moramo instalirati neki od dodataka koji će nam to omogućiti.

Jedan od najpopularnijih dodataka koji se koristi u te svrhe je svakako WooCommerce. WooCommerce je besplatan dodatak i u principu služi za kupovinu i naručivanje preko internet prodavnice. Prema nekim istraživanjima oko 30% svih internet prodavnica koristi WooCommerce. Iako je sam dodatak besplatan, postoje

opcije u okviru njega koje se dodatno plaćaju kao što su npr. pretplate, rezervacije i slično.

Osim dodavanja proizvoda, u okviru WooCommerce dodatka možemo upravljati korpom na sajtu, gde vršimo podešavanja kao što su načini plaćanja i načini isporuke proizvoda. Načini plaćanja koje podržava WooCommerce su: PayPal, plaćanje karticama, plaćanje kešom prilikom isporuke, dok se za određenje zemlje može integrisati i poseban način plaćanja. Što se isporuke tiče, ona se može organizovati kao besplatna isporuka ili staviti određen iznos po kojem ćemo naplaćivati poštarinu.

Proizvodi se dodaju tako što idemo na Products-Add new. Kada kliknemo na Add new otvara nam se prozor sa različitim podešavanjima kao što su: naziv proizvoda, dodavanje slike proizvoda, opis proizvoda, kao i da izaberemo tip proizvoda gde u okviru svakog tipa proizvoda imamo posebna podešavanja.



Slika 21 – Uređivanje proizvoda u Wordpressu

Kao što smo prethodno napomenuli, postoje različiti tipovi proizvoda, tačnije 4, i pre nego što krenemo da kreiramo proizvode, trebalo bi da vidimo kakve ćemo proizvode kreirati na osnovu toga koji tip proizvoda najviše odgovara našoj delatnosti. U prodavnici možemo imati samo jedan tip proizvoda ali takođe možemo imati i različite tipove proizvoda.

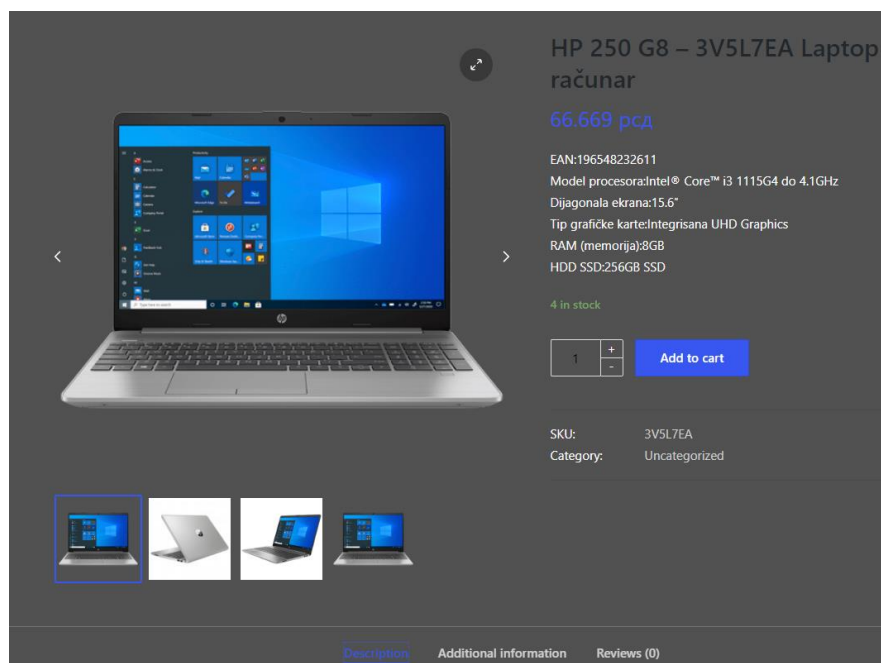
4 tipa proizvoda u WooCommerce-u su:

1. Simple product (običan proizvod);
2. Grouped product (grupisani proizvod);
3. External/Affiliate product (spoljni proizvod);
4. Variable product (varijabilni proizvod).

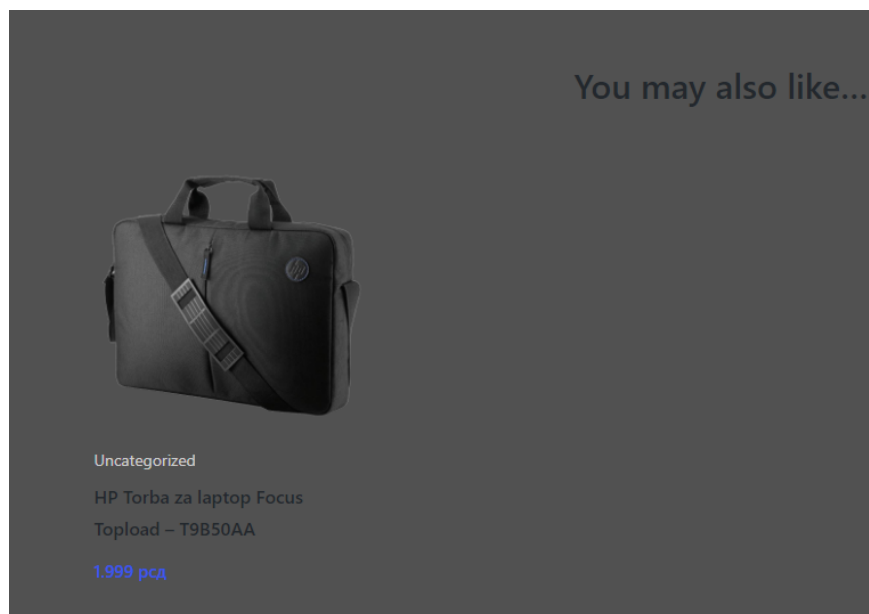
Običan proizvod je i najčešće korišćen proizvod u WooCommerce-u zato što je lako razumljiv. To je jedinstven, samostalan, fizički proizvod. Međutim, običan proizvod može biti i virtuelan ili ga je moguće preuzeti (download). Za razliku od fizičkih proizvoda ovi proizvodi se ne isporučuju kupcu u fizičkom smislu, već ih kupac preuzima virtuelno (npr. Licenca za neki program ili neka knjiga u pdf formatu). Prilikom kreiranja običnog proizvoda, informacije koje unosimo su: regularna cena i cena na popustu (možemo uneti datum od kada do kada želimo da neki proizvod bude na popustu), stanje zaliha, dimenzije samog proizvoda i načine isporuke proizvoda i možemo ga povezati sa nekim drugim proizvodom (npr. Laptop povežemo sa torbom za laptop).

The screenshot shows the 'Product data' panel in WordPress. At the top, there is a dropdown menu set to 'Simple product' and two checkboxes for 'Virtual' and 'Downloadable', both of which are unchecked. Below this is a sidebar with navigation links: 'General', 'Inventory', 'Shipping', 'Linked Products', 'Attributes', 'Advanced', and 'Get more options'. The 'General' tab is active, showing input fields for 'Regular price (pcd)' and 'Sale price (pcd)'. A 'Schedule' link is visible next to the sale price field.

Slika 22 – Panel za uređivanje običnog proizvoda u Wordpressu



Slika 23 – Izgled običnog proizvoda u internet prodavnici



Slika 24 – Izgled proizvoda koji je povezan sa običnim proizvodom

Grupisani proizvod je zapravo skup običnih proizvoda koji su spojeni u jednu celinu. Grupisanom proizvodu nije moguće dodeliti cenu ili neku drugu karakteristiku. Identitet grupisanog proizvoda kreiran je od strane običnih proizvoda koji imaju svoje karakteristike.

Product data — Grouped product ▼	
Inventory	SKU
Linked Products	
Attributes	
Advanced	
Get more options	

Slika 25 – Panel za uređivanje grupisanog proizvoda u Wordpressu

Spoljni proizvod – predstavlja proizvod koji je prikazan u našoj prodavnici ali čiji vlasnik nismo mi. Ukoliko kupac želi da kupi taj proizvod, biće preusmeren na URL adresu koju navedemo u podešavanjima proizvoda. Za ovakve proizvode nije potrebno navoditi ikakvu specifikaciju prilikom kreiranja proizvoda.

The screenshot shows the 'Product data' panel in WordPress, with the dropdown menu set to 'External/Affiliate product'. The left sidebar contains links for General, Inventory, Linked Products, Attributes, Advanced, and Get more options. The main area has the following fields:

- Product URL:** A text input field containing 'https://'. A tooltip says 'Enter the external URL to the product.'
- Button text:** A text input field containing 'Buy product'. A tooltip says 'This text will be shown on the button linking to the external product.'
- Regular price (pca):** An empty text input field.
- Sale price (pca):** An empty text input field. A blue link labeled 'Schedule' is next to it.

Slika 26 – Panel za uređivanje spoljnog proizvoda u Wordpressu

Varijabilni proizvod – omogućava da dodamo varijacije istom proizvodu da bismo napravili složen, promenljiv proizvod. Svaka varijacija proizvoda ima svoju cenu, SKU, stanje zaliha... npr. Laptop sa radnom memorijom od 4gb i 8gb. Da bismo kreirali varijabilni proizvod potrebno je da podesimo attribute i definišemo vrednost za svaki od njih.

The screenshot shows the 'Product data' panel in WordPress, with the dropdown menu set to 'Variable product'. The left sidebar contains links for Inventory, Shipping, Linked Products, Attributes, Variations, Advanced, and Get more options. The main area has the following fields:

- SKU:** A text input field with a question mark icon.
- Manage stock?:** A checkbox labeled 'Manage stock level (quantity)'.
- Sold individually:** A checkbox labeled 'Limit purchases to 1 item per order' with a question mark icon.

Slika 2 – Panel za uređivanje varijabilnog proizvoda u Wordpressu

Attribute definišemo tako što idemo na Products/Attributes. Dodajemo atribut i opcije za svaki atribut. Nakon toga vraćamo se na proizvod i tamo mu u podešavanjima dodeljujemo taj atribut i konfigurišemo sva potrebna podešavanja za svaku opciju: cenu, shipping metod, stanje zaliha...

Attributes

Your store does not appear to be using a secure connection. We highly recommend serving your entire website over an HTTPS connection to help keep customer data secure. [Learn more here.](#)

Add new attribute
Attributes let you define extra product data, such as size or color. You can use these attributes in the shop sidebar using the "layered nav" widgets.
Name

Name for the attribute (shown on the front-end).
Slug

Unique slug/reference for the attribute; must be no more than 28 characters.
☐ Enable Archives?
Enable this if you want this attribute to have product archives in your store.
Default sort order
Custom ordering
Determines the sort order of the terms on the frontend shop product pages. If using custom ordering, you can drag and drop the terms in this attribute.
Add attribute

Name	Slug	Order by	Terms
Veličina RAM memorije	ram	Custom ordering	4 gb, 8 gb Configure terms

Slika 28 – Panel za uređivanje atributa u Wordpressu



Slika 29 – Izgled varijabilnog proizvoda u prodavnici nakon što smo mu dodali atribut Veličina RAM memorije

Nakon što smo kreirali proizvode potrebno je napraviti kategorije proizvoda kako bi pretraga samih proizvoda u okviru prodavnice bila olakšana. Nije obavezno da jedan proizvod bude samo u jednoj kategoriji tj. jedan proizvod se može naći u više kategorija. Kategorije kreiramo tako što idemo na Products/Categories

Product categories for your store can be managed here. To change the order of categories on the front-end you can drag and drop to sort them. To see more categories listed click the "screen options" link at the top-right of this page.

Add new category

Name

The name is how it appears on your site.

Slug

The "slug" is the URL-friendly version of the name. It is usually all lowercase and contains only letters, numbers, and hyphens.

Parent category None

Assign a parent term to create a hierarchy. The term Jaz, for example, would be the parent of Bebop and Big Band.

Description

The description is not prominent by default; however, some themes may show it.

Display type Default

Thumbnail



Bulk actions ▼ 1 item

☐	Image	Name	Description	Slug	Count	
☒		Uncategorized	—	uncategorized	2	Edit

Bulk actions ▼ 1 item

Note:
Deleting a category does not delete the products in that category. Instead, products that were only assigned to the deleted category are set to the category Uncategorized.

Slika 30 – Panel za uređivanje kategorija proizvoda u Wordpressu

Kako bi proizvodi bili vidljiviji i lakši za pronalaženje, možemo dodati i tagove. Tagove kreiramo tako što idemo na Products/Tags. Zatim u okviru Products dodajemo svakom proizvodu željeni tag.

Product tags Screen Options Help

Your store does not appear to be using a secure connection. We highly recommend serving your entire website over an HTTPS connection to help keep customer data secure. [Learn more here.](#) Dismiss

Tag added. ✕

Add new tag

Name

The name is how it appears on your site.

Slug

The "slug" is the URL-friendly version of the name. It is usually all lowercase and contains only letters, numbers, and hyphens.

Description

The description is not prominent by default; however, some themes may show it.

☐	Name	Description	Slug	Count
☐	laptop	—	laptop	0
☐	hp	—	hp	0
☐	4 gb ram	—	4gbam	0
☐	Name	Description	Slug	Count

Slika 31 – Panel za uređivanje tagova proizvoda u Wordpressu



Slika 32 – Izgled proizvoda u prodavnici nakon što su mu dodeljeni kategorija i tagovi

Ovo su bili neki od osnovnih koraka kako bismo kreirali prodavnicu. Dalje možemo nastaviti sa dodavanjem različitih dodataka kako bi prodavnica bila što funkcionalnija. Neki od dodataka koje možemo instalirati su npr. All-in-One WP Migration koji nam služi da prodavnicu koja je pravljen na lokalnom računaru pošaljemo preko nekog medijuma tako da je možemo koristiti na nekom drugom računaru ili TranslatePress – Multilingual dodatak koji nam služi za prikaz stranice na više jezika. U principu da li ćemo i koje sve dodatke instalirati zavisi od toga šta želimo da postignemo prilikom kreiranja prodavnice. Svakako Wordpress pruža veliki izbor različitih dodataka.

6 Zaključna razmatranja

Iako na Internetu postoji veliki broj CMS rešenja, ni za jedan od njih ne možemo reći da je najbolji. Svaki od tih sistema ima svoje dobre i loše strane, tj. više ili manje je pogodan za korišćenje u određenim situacijama. Neki sistemi imaju velike mogućnosti za rad, ali su suviše komplikovani za korišćenje, dok drugi pokrivaju samo osnovne funkcionalnosti, ali su veoma jednostavni za korišćenje. Zbog toga je pri izboru CMS sistema najbolje definisati potrebe konkretnog sajta i osobe koje će na njemu raditi, i na osnovu toga se odlučiti za neki od sistema.

Vremena i tehnologije se menjaju, a osim toga i potrebe potrošača, zato je bitno stalno biti u korak s vremenom i pratiti trendove. Ono što je danas popularno, ne znači da će i sutra biti. To možemo videti po tome što je npr. Platforma Magento nekada bila jedna od najpopularnijih platformi za kreiranje sadržaja na internetu a danas nije ni u top 5.

Industrija uređivanja dinamičkog sadržaja na Internetu je doživela ekspanziju u poslednjih 20 godina . Da bi se u današnje vreme kada konkurencija jača ostalo u poslu, potrebno je biti originalan, predstaviti ljudima dobre i nove ideje i sve to kvalitetno prezentovati putem web sajta. Danas vlada ideja da bi prilikom uređivanja sadržaja na Internetu trebalo voditi računa o potrebama i željama potrošača, jer zašto bismo uopšte i proizvodili digitalni sadržaj ako ljudi ne žele da ga koriste?

Internet prodaja u našoj zemlji se svake godine sve više povećava što predstavlja dobar pokazatelj. Ovo se može uvideti prema različitim statistikama kao i sve većem obrazovanju ljudi o korišćenju interneta i njegovih mogućnosti.

Sa ovakvim napretkom, neki autori smatraju da će u budućnosti CMS uključivati čak i veštačku inteligenciju. Ne samo da će veštačka inteligencija postati deo CMS-a već i deo svakodnevnog života. Veštačka inteligencija bi trebalo da pomogne u upravljanju sadržajem ali i da kreira sadržaj koji je više prilagođen korisniku.

Literatura

1. Milosavljević M., Mišković V. (2020) *Elektronska trgovina*, šesto izmenjeno i dopunjeno izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd
2. Šarac M., Radovanović D., Jevremović A. (2018) *Internet marketing*, drugo izmenjeno i dopunjeno izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd
3. Barker D., (2016) *Web Content Management*, prvo izdanje, O'Reilly Media, Sebastopol
4. Online izvor: <https://plutonlogistics.com/logistika/e-trgovina-udvostrucena-tokom-vanrednog-stanja-ocekivan-rast-i-nakon-krize/>
5. Online izvor: <https://medium.com/gcudesign/history-of-content-management-systems-71d4cb384221>
6. Online izvor: <https://colorlib.com/wp/most-popular-content-management-systems/>
7. Online izvor: <https://websitesetup.org/news/popular-cms/>
8. Online izvor: <https://www.ltechpro.com/blogs/10-most-popular-cms-platform>
9. Online izvor: <https://blog.hubspot.com/website/best-cms-systems>
10. Online izvor: <https://wordpress.org/about/>
11. Online izvor: <http://www.tfzr.uns.ac.rs/Content/files/2/TUTORIAL.pdf>
12. Online izvor: <https://mint.rs/blog/web-hosting-blog/kako-da-instalirate-xampp-i-wordpress-na-racunaru-sa-windows-operativnim-sistemom-kompletno-uputstvo/>
13. Online izvor: <https://bs.eyewater.com/apache-web-server/>
14. Online izvor: <https://cubes.edu.rs/sr/37/obuke-i-kursevi/sta-je-mysql>
15. Online izvor: <https://learnwoo.com/woocommerce-different-product-types/>