

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA

**PLANIRANJE PROJEKTA NA PRIMERU VZPOSTAVITVE
SPLETNE TRGOVINE**

Ljubljana, junij 2016

JELENA VEBER

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Jelena Veber, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Planiranje projekta na primeru vzpostavitve spletne trgovine, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem, doc. dr. Aljažem Staretom.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorje v oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 20. 6. 2016

Podpis študentke:

KAZALO

UVOD	1
1 PROJEKT	2
2 PROJEKT SPLETNA TRGOVINA	3
2.1 Osnovne informacije	3
2.2 Predviden potek in predvideni stroški projekta	4
2.3 Ozadje projekta	4
2.3.1 Analiza in predvidevanje	4
2.3.2 Prednosti in slabosti projekta spletne trgovine	5
2.4 Nameni in cilji projekta	6
2.5 Specifikacije proizvodov / rezultati projekta	7
2.5.1 Vsebina spletne trgovine	7
3 PLAN PROJEKTA	8
3.1 Taktika izvedbe projekta	8
3.1.1 Izbira programa	8
3.1.2 Posebne funkcije in povezave z drugimi informacijskimi rešitvami	9
3.1.3 Podpore, usklajevanja z obstoječim programom	10
3.1.4 Odprtje nove trgovine	10
3.1.5 Vzpostaviti spletno kartično poslovanje	10
3.1.6 Oglaševanje	11
3.1.7 Postopki v tehnologiji	11
3.2 Plan Strukture aktivnosti projekta - WBS	11
3.3 Terminski plan	14
3.4 Plan stroškov	16
3.1.8 Plan stroškov programske opreme	16
3.5 Plan obvladovanja tveganj projekta	18
3.6 Organizacija projekta v podjetju	20
3.7 Odgovornosti, pristojnosti članov tima projekta	21
3.8 Projektni informacijski sistem, projektna dokumentacija in poročanje	22
SKLEP	23
LITERATURA IN VIRI	24
PRILOGE	

KAZALO TABEL

Tabela 1: SWOT analiza (S - Strengths , W-Weaknesses, O- Opportunities, T- Threats	5
Tabela 2: Seznam vmesnih ciljev in aktivnosti	12
Tabela 3: Terminski plan izvedbe projekta spletna trgovina	15
Tabela 4: Mesečni plan stroškov programske opreme	16
Tabela 5: Stroški nakupa modula – kartično poslovanje	17
Tabela 6: Stroški nakupa modula za uvoz in izvoz podatkov	18

Tabela 7: Seznam tveganj in ukrepov	18
Tabela 8: Izpostavljeno najpomembnejše tveganje.....	20
Tabela 9: Matrika pristojnosti in odgovornosti projekta Spletna Trgovina	22

KAZALO SLIK

Slika 1: Tipične faze cikla projekta.....	2
Slika 2: Model Tina 2.....	7
Slika 3: Organigram vmesnih ciljev in aktivnosti.....	12
Slika 4: Organizacijska struktura projektne organizacije.....	21

UVOD

Proces globalizacije je potisnil vsa proizvodna podjetja v skupni prostor in v hud konkurenčni boj. Okolje, v katerem delujejo, postaja z rastočo mednarodno konkurenco ter s povečanimi zahtevami kupcev vedno bolj tekmovalno, kar sili podjetja v nenehno izboljševanje njihove kvalitete in s tem posredno uspešnosti ter učinkovitosti. Zato smo se v podjetju odločili, da bomo poleg veleprodajne in maloprodajne mreže vzpostavili še spletno trgovino.

Ta je zaradi vse večje razširjenosti in dostopnosti uporabe računalnikov, pametnih telefonov, tablic ... vse bolj zanimiva za vse večji krog uporabnikov in s tem potencialnih kupcev preko spletnih trgovin.

Prodaja preko spleta se povečuje. »Prodaja preko spleta raste hitreje od prodaje preko ostalih kanalov. To je del širšega trenda, za katerega je potrebna množičnost dostopa, tako žičnega kot brezžičnega, do širokopasovnih omrežij, ki kupcu omogoča kupovanje kjerkoli in kadarkoli. Ljudje vse bolj spremljajo in se informirajo o zadnjih trendih s spremljanjem 'blogov' – spletnih dnevnikov in forumov, o modnih trendih, vključujoč obutvene, ki prav tako iščejo nove poti, preko katerih bi postali znani. Tako imamo sedaj skupino ljudi, ki je zelo zainteresirana za modo, o kateri se piše po spletnih dnevnikih (v nadaljevanju blogih). Pravzaprav bi lahko rekli, da gre za novo tehnološko različico starega načina 'od ust do ust'. Primere lahko najdemo na spletnih straneh: <http://girlldir.com> ali npr. različni blogi na naslovu www.blogtoplist.com/tags/Footwear.« (Izbrano podjetje, 2012, str. 17).

Predstavila bom planiranje projekta na primeru vzpostavitve spletne trgovine. To spada v tipične vrste projektov z omejenimi viri, časovno omejitvijo, natančno zastavljenimi cilji, pri katerih se ustvari nov izdelek ali storitev. To je lahko izvedba določene dejavnosti znotraj podjetja, z internim naročilom, kjer je naročnik tudi glavni skrbnik projekta, kot je primer v našem projektu.

Namen zaključne naloge z uporabo plana je pomagati podjetju pri oblikovanju optimalne rešitve za večjo uspešnost poslovanja.

Cilj zaključne naloge je na podlagi pridobljenih znanj iz področja projektnega managementa pripraviti plan – elaborat projekta, ki ga bo podjetje lahko uporabilo za izvedbo projekta spletna trgovina.

Zaključna naloga je razdeljena na tri poglavja. Na začetku na kratko predstavim faze – cikel projekta, v katerem se bo izvajal projekt Spletna trgovina. Sledijo osnovne informacije, ozadja projekta, kot so raziskave obiska spletnih strani, prednosti in slabosti, vsebina spletne trgovine. Osrednji del zaključne naloge predstavlja tretje poglavje Planiranje projekta spletna trgovina, kjer predstavim plan taktike izvedbe, plan strukture

aktivnosti, plan stroškov in predvidena tveganja projekta in predloge za njihovo rešitev, kot dokument – elaborat, ki zaključuje priprave projekta. Nalogo zaključujem s sklepom, kjer na kratko povzamem pomen in upravičenost projekta.

1 PROJEKT

Kot navajata Rozman in Stare (2008), »projekt lahko opredelimo kot podjem (širšo dejavnost, delo) med seboj povezanih zaposlenih, sredstev in aktivnosti, za katerega so značilni neponovljivost projektnega procesa in enkratnost proizvoda ali storitve, s tem časovna omejenost celotne dejavnosti in sodelovanje različnih sodelavcev in sredstev v projektu.« (Rozman & Stare, 2008, str. 7).

Frame (2003) navaja, »da se projekt začne s **potrebo in z željo**, da se to potrebo zadovolji.« (Stare, 2011b).

»Z enim stavkom bi tematiko opredelili takole: **cilj** projekta oziroma naloga projektnega tima je, da planirane proizvode (**obseg**) z ustrezno kakovostjo ustvari v okviru planiranega časa in predvidenih stroškov (**omejitve**), naročnik projekta pa bo po zaključku projekta s koriščenjem proizvodov projekta dosegel svoje poslovne (strateške) cilje, kar je **namen** projekta.« (Stare, 2010).

Zaradi raznolikosti tudi ni enotne členitve projektov na faze. Potek projekta – življenjski cikel projekta – je zaporedje faz, potekanje projekta od njegovega začetka do zaključka. Iz različnih mnenj avtorjev lahko povzamemo in združimo cikel – potek projekta – v štiri tipične faze projekta.

Slika 1: Tipične faze cikla projekta



Vir: A. Stare, *Projektni management: Teorija in praksa*, 2011a, str. 21.

Pri razdelitvi projekta na faze je največkrat uporabljena delitev na naslednje štiri faze:

- **Začetek/snovanje:** faza zajema ugotoviti potrebo in možnost uspeha za izdelek ali storitev in s tem pričakovanega učinka izvedbe projekta; postavi se okvirni plan za izvedbo tega;
- **Planiranje, priprava, podrobnejše razvijanje projekta:** plan projekta kot prvo vsebuje osnovno členitev dela – »WBS diagram«, ki prikazuje strukturo, potek projekta po aktivnostih, kar pomeni vhodno informacijo za vse ostale plane projekta, kot so terminski, stroškovni plan, plan virov, plan obvladovanja tveganj – kar se najboljše lahko prikaže z »gantogramom«, s katerim grafično prikažemo potek aktivnosti, njihovo trajanje (Priloga 1), časovne rezerve, usklajujemo vire; RAC matrika (angl. *responsibility and competence*) – plan matrike pristojnosti in odgovornosti, ki opredeli dejanske vloge odgovornosti posameznih članov tima;
- **Organiziranje, izvedba in kontroliranje:** izvajanje planiranih aktivnosti za doseg končnega cilja;
- **Zaključek projekta:** prevzem in potrditev izdelka storitve s strani naročnika.

2 PROJEKT SPLETNA TRGOVINA

2.1 Osnovne informacije

Naročnik projekta: vodstvo – predsednik uprave.

Naziv projekta: Spletna trgovina.

Zaradi pomanjkanja sredstev je odločitev naročnika, da se izpelje projekt v okviru podjetja, s programom – odprtokodno (angl. *open source*), brezplačno verzijo – PrestaShop (v nadaljevanju PrestaShop).

Vsled navedenega bomo pri izpeljavi, realizaciji projekta sodelovali zaposleni v podjetju, zadolženi za vzpostavitev spletne strani kot (Izbrano podjetje, 2013, str. 4):

- **Informatika/administrator** skrbi za optimizacijo, dodajanje bolj zahtevnih vsebin, odpravo težav, sistem obveščanja o dogodkih, izvrševanje zahtevnejših sprememb in nastavitev delovanja spletne strani.
- **Tehnologija** skrbi za vse podatke o artiklih.
- **Prodaja /logistik** skrbi za potek in obveščanje, ko je artikel uspešno kupljen preko spletne prodaje, preko dostave do končnega kupca, za prejeta plačila in vračila ter ves nadzor nad transakcijami.
- **Marketing** skrbi za reklamo, slike artiklov, akcije, »bannerje«, udarne slike, obvestila in novice, ostale vsebine ...
- **Vodja/skrbnik projekta** poskrbeti za ustrezno izobraževanje uporabnikov v ozadju. Poskrbeti mora za ustrezno organizacijo in komunikacijo v podjetju in med uporabniki zaradi novih nalog in opravil, povezanih z aktivnostmi spletne prodaje.

Spletna trgovina mora vsebovati naslednje pomembne lastnosti:

- omogočiti prodajo obutve (lastno in kasneje tudi dokup), ki se prodaja v poslovalnicah;
- omogočiti čim več podatkov, ki opisujejo izdelek, za lažjo odločitev kupca o nakupu izdelka: slike, lastnosti, material obutve, cena;
- omogočiti čim več varnih in uporabniku znanih načinov plačila pri nakupu preko spleta;
- omogočiti čim več možnih načinov dostave izdelkov;
- omogočiti uporabniku prijazno in enostavno brskanje po spletni strani za doseg skupnega cilja – uspešen nakup in prodajo.

2.2 Predviden potek in predvideni stroški projekta

V projekt smo vključeni (ga bomo izvajali) zaposleni v podjetju in se bo izvajal poleg rednega dela v podjetju, zato smo upoštevali daljši rok v terminskem planu. Konec meseca avgusta je predvideno testiranje spletne trgovine, zadnji popravki in seveda otvoritvena slovesnost – začetek delovanja spletne trgovine v začetku septembra, predstavitev na Šušarski nedelji.

V podjetju smo se odločili za osnovno predlogo spletne trgovine »Andolo«, ki nas je stala 150,00 €. Zaradi spletnega kartičnega poslovanja, ki ga želimo imeti na naši spletni strani, je potreben nakup še dodatnega modula in znanje za njegovo namestitev, kot tudi nakup modula, ki bo omogočil prenose podatkov iz in v spletno trgovino v povezavi z našim informacijskim sistemom.

Predvideni stroški za zagon projekta, to je za nakup osnovne predloge, programa za obdelavo slik, plačilni modul ..., so približno 3.000 €.

Ker se bo projekt izvajal med rednim delovnim časom, so stroški zaposlenih vključeni v redne plače sodelujočih pri projektu. Ravno tako so vključeni tudi stroški vzdrževanja računalniške opreme, oglaševanja, ogrevanja. V programu Microsoft Project (v nadaljevanju MS Project), kjer bomo planirali in spremljali potek projekta, so stroški zaposlenih /plače sodelujočih prikazani informativno.

2.3 Ozadje projekta

2.3.1 Analiza in predvidevanje

Vedno več uporabnikov nakupuje prek spleta. Spletna populacija se stalno povečuje. Od aprila 2009 do konec leta 2015 se je populacija obiskovalcev spletnih strani povečala za skoraj šestintrideset odstotkov (35,89 %). Med spletnimi kupci izstopajo mlajši, največ je starih od 25 do 34 let – sedemindvajset odstotkov (27 %), z dvajsetimi odstotki (20 %) jim sledi starostna skupina od 15 do 24 let. Ravno tako je vedno več uporabnikov spleta

srednje in starejše populacije, ki je začela uporabljati računalnike, pametne telefone itd. Zelo zanimiv segment spletnih potrošnikov predstavljajo kupci, starejši od petinštirideset (45) let, za katere velja, da se vse pogosteje odločajo za nakupovanje prek spleta. Slednje je prav gotovo povezano tudi s tem, da je delež spletnih uporabnikov med starejšimi vsako leto večji.

Kot kažejo podatki MOSS (Merjenje obiska spletnih strani), domači ponudniki spletnih trgovin še vedno uživajo večjo mero zaupanja med slovenskimi potrošniki kot njihova tuja konkurenca. Uporaba tega nakupnega kanala narašča. Če je leta 2009 petnajst odstotkov (15 %) vseh slovenskih spletnih uporabnikov v starosti od 10 do 75 let vsaj nekajkrat letno, če ne pogosteje, opravilo spletni nakup, je danes teh že dvajset odstotkov (20 %). Še vedno pa velja, da je delež vseh, ki opravijo nakupe v slovenskih spletnih trgovinah, skoraj za polovico večji od deleža tistih, ki se odločajo za nakup pri tujih ponudnikih (MOSS, b.l.).

2.3.1 Prednosti in slabosti projekta spletne trgovine

Tabela 1: SWOT analiza (*S – Strengths*, *W – Weaknesses*, *O – Opportunities*, *T – Threats*)

PREDNOSTI	SLABOSTI
- Motivacija zaposlenih - Skupno reševanje problemov - Prenos znanja in izkušenj - Izobražen kader	- Prezaposlenost oseb iz projektne tima - Redno delo ima prednost - Obdelava slik - potreben nov program - Finančne obveznosti
PRILOŽNOSTI	TVEGANJA/NEVARNOSTI
- Večja prepoznavnost podjetja - Usnjena obutev - Nakup od doma - Nakup v mestih, kjer ni naših poslovalnic - Ponovni vstop na tržišča (bivša Jugoslavija) - Večji obseg kupcev	- Veliko vračil zaradi velikosti, neustreznosti ... - Konkurenca

S – PREDNOSTI: predstavljajo večjo motivacijo udeležencev v projektu zaradi možnosti prenosa znanja in s tem skupnega reševanja problemov (viharjenje možganov, angl. *Brainstorming* – na mesečnih sestankih), kot tudi zadostno število izobraženega kadra za izvedbo navedenega projekta.

W – SLABOSTI: pojavijo se lahko med izvajanjem projekta, in sicer zaradi preobremenjenosti sodelujočih, ker so njihove prioritete še vedno redne dejavnosti v podjetju, za katere so zadolženi.

Zaradi raznolikosti in s tem povezanega velikega števila naših modelov je potrebna bolj izpopolnjena obdelava slik za predstavitev, kar posledično pomeni strošek nakupa sodobnejše fotografske opreme.

O – PRILOŽNOSTI: dodatno priložnost projekta vidimo v večji prepoznavnosti podjetja, predvsem v obveščanju ljudi o naši kvalitetni obutvi, še vedno v celoti izdelani iz usnja. Naše priložnosti vidimo v večji možnosti ponudbe, kot je nakup naše obutve od doma, ponoven vstop na tržišča (predvsem bivše Jugoslavije) in s tem pridobitev večjega obsega kupcev.

T – TVEGANJA: tveganja spletne prodaje obutve, predvsem pri prvih naročilih, so verjetna predvsem zaradi neustrezne velikosti in neustreznosti same obutve.

Zavedamo se tudi konkurence, vendar glede na to, da se vsako leto povečuje obisk spletnih strani – trgovin, tudi s strani starejših uporabnikov, upamo, da bodo vsaj nekateri od teh postali naši kupci.

Projekt spletna trgovina sledi strateškim ciljem podjetja, kot so večja prepoznavnost, višja donosnost, večji tržni delež v maloprodaji, optimalna maloprodaja v smislu dobičkonosnosti, večje razlike v ceni.

2.4 Nameni in cilji projekta

Zamenjati obstoječo spletno stran s spletno trgovino, kar pomeni vzpostavitev spletne prodaje prek nove spletne strani – spletne trgovine in s tem olajšanje nakupa kupcem obutve tudi prek spleta, istočasno pa tudi seznanitev z ostalimi možnimi storitvami v naših poslovalnicah.

S tem je osnovni cilj projekta:

Vzpostavitev spletne prodaje preko nove spletne strani – spletne trgovine.

Vzpostavitev spletne trgovine smo se lotili z namenom:

- omogočiti večjo prepoznavnost podjetja in
- povečati skupno prodajo izdelkov in s tem omogočiti večje prihodke podjetja.

Med cilje vključujemo še:

- opredelitev poslovnih procesov administracije spletne trgovine,
- opredelitev uporabnikov administracije spletne trgovine,

- določitev procesov spletnega nakupovanja in plačila z vidika stranke,
- izvedbo izobraževanja za vse uporabnike administracije spletne trgovine.

2.5 Specifikacije proizvodov/rezultati projekta

2.5.1 Vsebina spletne trgovine

Naš končni »proizvod« bo Spletna trgovina, vsečna našim kupcem, s čim bolj enostavnim nakupom in brskanjem po njej. Spletna aplikacija se bo nahajala na spletnem naslovu www.IzbranoPodjetje.si. Spletna trgovina bo zamenjala staro spletno stran in zato bo prioriteta na spletni strani prodaja obutve. V ponudbo v spletni trgovini bodo vključeni naši proizvodi, to je usnjena obutev, izdelana v našem podjetju, ki jo želimo ponuditi in čim bolj približati, predstaviti našim kupcem.

Izdelke bomo prikazali na naslednji način:

- ime grupe, barva, material, velikostne številke, cena izdelka,
- blagovna znamka,
- prikazan je primer obutve blagovne znamke *Soft*, usnjena ženska obutev,
- podrobna slika izdelka.

Slika 2: Model Tina 2



Model Tina 2 – za lažjo predstavo kupcu mora biti izdelek slikan z vseh strani.

Ob slikah artikla mora biti tudi podroben opis obutve, kot je na primer za prikazan model. Modna balerinka z malo višjo peto, izdelana v modnih barvnih kombinacijah. Elastična obroba omogoča udobno nošenje čez cel dan, saj se rob dekolteja zaradi elastičnosti prilagaja širini narta. Artikel ima pregiben in oblazinjen notranjik, kar mu daje dodatno mehkobo, pod usnjeno steljko pa se nahaja antibakterijska pena, ki preprečuje razvoj bakterij. Podplat iz lateksa daje čevlju izredno prožnost, nudi dobro absorpcijo udarcev ter ne drsi (povzeto po Izbrano podjetje, 2014a).

Pogoji in pravila poslovanja, vodenje po sami spletni strani.

Podjetje ima že razvito veleprodajno in urejeno maloprodajno mrežo, tako da je že urejeno vse, kar se tiče registracije podjetja v sodni register. Potrebno je le določiti in oblikovati

pogoje in pravila delovanja prodaje prek spleta, kot so varni načini plačil, različne možnosti dostave izdelkov, čas dostave, vračila, reklamacije in splošna pravila poslovanje prek spleta.

3 PLAN PROJEKTA

Planiranje projekta zagotavlja smotrno doseganje ciljev projekta, zato določamo aktivnosti, njihove izvajalce, razmerja med njimi, roke izvedb, stroške. Planiranje se začne s strukturo aktivnosti projekta (WBS diagramom – angl. *work breakdown structure*), ki služi za nadaljnje planiranje in določitev stroškov posamezne aktivnosti. Za vse aktivnosti velja, da imajo določen rok trajanja, da so časovno omejene, kar prikažemo s terminskim planom – gantogramom.

Večino projektov danes lahko načrtujemo, spremljamo in kontroliramo s pomočjo ustreznih računalniških programov. Res je, da je takšno planiranje in spremljanje veliko hitrejšo, zato smo se vzporedno z ročno pripravo poizkusili še v planiranju spletne trgovine v programu MS Project 2010, kar prikazujejo priloge: Priloga 1: Gantogram – seznam aktivnosti in terminski plan v programu MS Project, Priloga 2: terminski plan v programu MS Project – spremljanje aktivnosti članov tima.

3.1 Taktika izvedbe projekta

3.1.1 Izbira programa

Prva ključna aktivnost je izbira in nakup ustreznega programa. Naročnik je za platformo spletne strani izbral ponudnika »PrestaShop« (v nadaljevanju PrestaShop), ki je odprtokodna programska rešitev za spletne trgovine. PrestaShop je rešitev za spletno poslovanje s številnimi atributi, ki nudijo prilagodljivost in nadzor nad izgledom, vsebino in funkcionalnostjo spletne trgovine. Rešitev ponuja veliko možnosti, ki so dokaj osnovne, vendar jih je možno razširiti s številnimi moduli, tako plačljivimi kot tudi brezplačnimi. Rešitev PrestaShop sicer trenutno uporablja več kot 100.000 trgovin po vsem svetu.

Navkljub visoki tehnični dodelanosti in številnim naprednim funkcijam je Prestashop rešitev spletnega poslovanja kompaktna. Ustvarjena je bila z mislimi na prihodnost in podporo številnim najnovejšim tehnologijam – kar pomeni večje sodelovanje med uporabniki interneta, ponudniki vsebin in podjetij – kot so dinamične funkcije Ajaxa (z njim si lahko spletne aplikacije izmenjujejo podatke s strežnikom asinhrono v ozadju) in visok nivo udobja dela (Izbrano podjetje, 2013, str. 10).

PrestaShop temelji na skriptnem jeziku PHP (zelo razširjen skriptni jezik, namenjen za razvoj spletnih strani) in deluje na strežnik Apache (zmogljiv strežniški program, zelo vzdržljiv, prilagodljiv in zanesljiv), v ozadju pa uporablja podatkovno bazo MySQL (sistem za upravljanje s podatkovnimi bazami). MySQL je odprtokodna implementacija

relacijske podatkovne baze, ki za delo s podatki uporablja jezik SQL. Kljub napredni tehnologiji AJAX spletna trgovina zasede zgolj 2 MB prostora in je dokaj enostavna za upravljanje in nadgrajevanje (Izbrano podjetje, 2013, str. 10).

Urejanje spletne trgovine PrestaShop je dokaj enostavno in pregledno. Nekaj osnovnih funkcij, ki jih omogoča brez omejitev glede vnosa (Izbrano podjetje, 2013, str. 10):

- izdelkov in kategorij,
- opisov izdelkov,
- spremljanje zalog,
- slik s samodejnim pomanjševanjem,
- prilagodljiva obvestila o statusu dostave,
- različne valute,
- nastavitve stopenj DDV,
- vrsto jezikov in prevodov,
- več načinov dostave,
- napreden WYSIWYG urejevalnik besedila,
- progresivne nastavitve cen (popust na količino),
- spremljanje menjalnih tečajev.

Projekt Spletna trgovina se bo razvijal in izvajal v podjetju kot interni projekt in ga bo v celoti financiralo podjetje. Za pokrivanje vseh ciljev in aktivnosti projekta bomo sodelovali zaposleni iz različnih oddelkov podjetja. Izbrani člani tima imamo za to potrebno znanje in izkušnje, zato smo, za lažje spremljanje, cilje projekta razdelili po nazivih oddelkov in jim dodelili aktivnosti.

Po odobritvi načrta projekta s strani uprave in izboru ponudnika »PrestaShop« smo v začetku aprila pričeli z delom..

Najprej se aktivnosti pričnejo v oddelku informatike.

3.1.2 Posebne funkcije in povezave z drugimi informacijskimi rešitvami

Posebne funkcije in povezave z drugimi informacijskimi rešitvami so:

- vzpostavljen program PrestaShop;
- urejene predloge obvestil kupca o statusu nakupa ter urejena predloga računa;
- izvedeno testiranje pošiljanja in spremljanja e-pošte (sporočil in obvestil) kupcem;
- preverjeni vstopni podatki za registracijo uporabnika in omogočen nujen vnos elektronske pošte in telefonske številke;
- preverjeno pošiljanje in sprejemanje akcij na spletni strani;
- omogočeno plačevanje s ponudnikom varnega e-plačevanja (v nadaljevanju PayPal), bančnimi karticami, plačila po povzetju ...;

- vzpostavljeno obveščanje kupca o statusu naročila; račun se izda ob izdaji blaga in se ga pošlje skupaj z artiklom;
- urejena namestitev certifikata za testiranje BANKART modula za plačevanje s kreditnimi karticami.

3.1.3 Podpore, usklajevanja z obstoječim programom

Podpore, usklajevanja z obstoječim programom so naslednje (Izbrano podjetje, 2014b):

- zagotovljeno skladišče in lokacija spletne strani;
- omogočena polja za vnos vpisa artikla na kartici artikla pod zavihkom E-trgovina;
- šifrant ali polje za vpis/velikost pete;
- poreklo: Slovenija – fiksno polje;
- zgornji del, podloga, podplat – šifrant;
- ročna izdelava – fiksno polje;
- dostava v tujino – polje s 50 znaki;
- vračilo: besedilo – polje s 50 znaki;
- vzpostavljeno številčenje transakcij v spletni trgovini in informacijskem sistemu (številčenje mora biti enako) – v informacijskem sistemu je omogočeno polje za obvezen vnos številke transakcije s spletne trgovine;
- pri uvozu artikla se generirajo nove velikostne številke.

3.1.4 Odprtje nove trgovine

Potrebno je odpreti novo trgovino v informacijskem sistemu Navision in postaviti blagajno za izdajo blaga.

Po vzpostavitvi programa bomo lahko pričeli s svojimi aktivnostmi tudi ostali člani tima. V prodaji se začnejo določati pravila in pogoji nakupovanja prek spletne strani, kot je obveščanje kupca o načinu poslovanja, plačilnih pogojih, reklamacijah, skratka o vseh z zakonom predpisanih določbah o razmerju kupca in prodajalca. Potrebno je izbrati in skleniti pogodbo s podjetjem za paketno distribucijo. Prodajo prek spletne trgovine bomo pričeli z novo sezono jesen/zima. Šele po izboru kolekcije in z začetkom proizvodnje se lahko določi modele za prodajo prek spletne strani. Ko je kolekcija določena, se lahko pripravijo tudi kalkulacije in določijo ceniki. Potrebno je pripraviti ločen prostor v skladišču za zalogo spletne trgovine in poiskati dobavitelja kartonskih škatel za dostavo.

3.1.5 Vzpostaviti spletno kartično poslovanje

Skupaj z zunanjimi strokovnjaki s področja vzpostavitve spletnega kartičnega poslovanja smo se odločili za sistem 3D Secure (v nadaljevanju 3D Secure), to je sistem za varno spletno plačevanje s karticami, ki je povezan z Bankart transakcijskim centrom (v nadaljevanju Bankart) (Izbrano podjetje, 2013, str. 22).

3.1.6 Oglaševanje

Vzporedno se lahko pričnejo aktivnosti v marketingu, kjer bodo zaposleni ravno tako ob svojem že obstoječem delu oblikovali in tržili še spletno trgovino. Promocija bo potekala prek različnih kanalov in medijev, z e-oglaševanjem na že znanih spletnih straneh, npr. www.zenska.si, www.facebook.com, in tudi na sejnih, na katerih smo prisotni. Promocijo bomo pričeli v mesecu avgustu, ko naj bi bila izdelana že večina kolekcije jesen/zima. Za spletno trgovino bodo pripravili nove slike artiklov, vendar bo za to potreben tudi nov program za oblikovanje.

3.1.7 Postopki v tehnologiji

V tehnologiji pripravijo podrobne opise obutve, kot so:

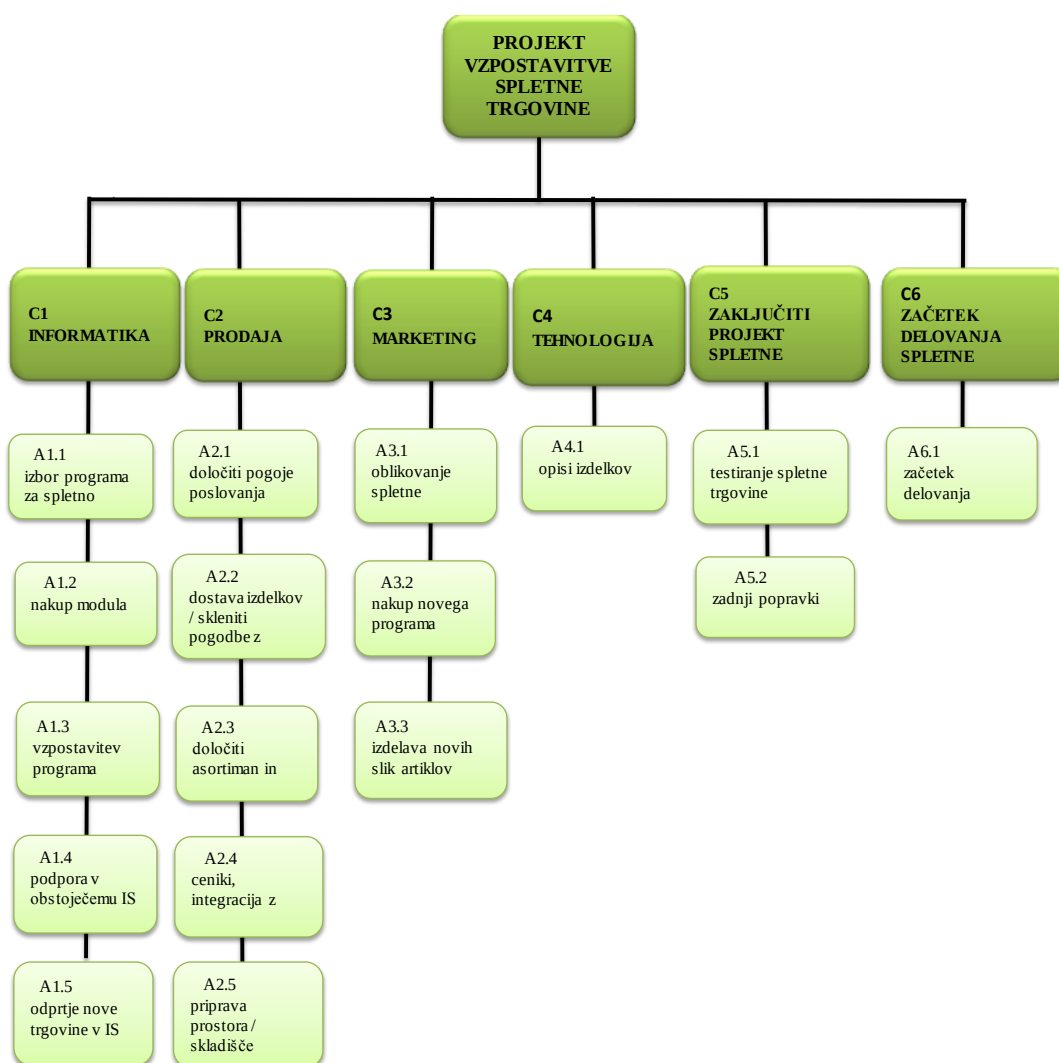
- sestava zgornjih delov, podloge, steljke, podplata, višina pete, širina obutve;
- primerjalna tabela velikostnih števil obutve.

Zaključek projekta je predviden v mesecu avgustu. Takrat so predvideni še zadnji popravki in testiranje. Glavni mejnik in predaja projekta spletne trgovine je predviden konec meseca avgusta.

3.2 Plan strukture aktivnosti projekta – WBS

Potek aktivnosti v planiranju še najbolj razumljivo prikažemo z različnimi tabelami, grafi, organigrami, ... Izdelava seznama aktivnosti – členitev – je prvi korak planiranja projekta. WBS struktura (v nadaljevanju WBS) je vpogled v projekt, ki pokaže kaj ta zajema. Prikaže razčlenitev strukture, ki je potrebna za izvedbo projekta. Največkrat je njegov prikaz grafičen kot hierarhično drevo, lahko je tudi tabelarni seznam ciljev in nalog ali razvejan seznam opravil, ki se ga uporabi kot predloga za Ganttov grafikon. WBS prikazuje cilje in aktivnosti, s katerimi bomo izvedli projekt. Na Sliki 3 je prikazan organigram vmesnih ciljev in aktivnosti za projekt vzpostavitve spletne trgovine.

Slika 3: Organigram vmesnih ciljev in aktivnosti



V Tabeli 2 je prikazana podrobna predstavitev strukture projekta po aktivnostih, trajanje in odgovorne osebe za posamezno aktivnost. Za vsako aktivnost so določene neposredne predhodne aktivnosti, ki morajo biti dokončane najkasneje do začetka posamezne določene aktivnosti. Če ima ta aktivnost več predhodnih, morajo biti vse aktivnosti dokončane do začetka te.

Tabela 2: Seznam vmesnih ciljev in aktivnosti, neposredne predhodne aktivnosti, ki jih v določenem času izvede za to odgovorna oseba

ZAP. ŠT.	CILJI / AKTIVNOSTI	TRAJANJE	PREDHODNA AKTIVNOST	ODGOVORNI
	SPLETNA TRGOVINA	134 DNI		

se nadaljuje

Tabela 2: Seznam vmesnih ciljev in aktivnosti, neposredna predhodna aktivnost, ki jih v določenem času izvede za to odgovorna oseba (nad.)

ZAP. ŠT.	CILJI / AKTIVNOSTI	TRAJANJE	PREDHODNA AKTIVNOST	ODGOVORNI
C1	INFORMATIKA	91 DNI		
A1.1	Izbor programa za spletno trgovino	2 MESECA		Gregor;Marko;Jelena; Mojca
A1.2	Nakup modula	1 DAN	A1.1	program - modul[1]
A1.3	Vzpostavitev programa	1 MESEC	A1.2	Gregor;Marko;Boris
A1.4	Podpora v obstoječem IS	1 MESEC	A1.3	Boris;Gregor;Marko
A1.5	Odprtje nove trgovine v IS	1 TEDEN	A1.4 - 5 dni	Gregor;Marko
C2	PRODAJA	61 DNI		
A2.1	Pogoji poslovanja	2 TEDNA	A1.3	Jelena
A2.2	Dostava izdelkov/ sklenitev pogodbe	1 TEDEN	A1.3	Jelena
A2.3	Določiti asortiman in zalogo	3 TEDNI	A1.5	Jelena;Sanja
A2.4	Ceniki / integracija z obstoječim IS	3 TEDNI	A2.3	Jelena;Marko
A2.5	Priprava prostora /skladišče	1 DAN	A2.4	Jelena
C3	MARKETING	66 DNI		
A3.1	Oblikovanje spletne trgovine	2 MESECA	A1.3	Mojca
A3.2	Nakup nove programa Corel Draw	1 DAN	A1.4	Program za oblikovanje slik[1]
A3.3	Izdelava slik artiklov	2 MESECA	A3.2	Olga
C4	TEHNOLOGIJA	20 DNI		
A4.1	Opisi izdelkov, vel. Št., ...	1 MESEC	A2.3	Sanja

se nadaljuje

Tabela 2: Seznam vmesnih ciljev in aktivnosti, neposredna predhodna aktivnost, ki jih v določenem času izvede za to odgovorna oseba (nad.)

ZAP. ŠT.	CILJI/ AKTIVNOSTI	TRAJANJE	PREDHODNA AKTIVNOST	ODGOVORNI
C5	ZAKLJUČEK	6 DNI		
A5.1	Zadnji popravki	1 TEDEN	A4.1;A3.3;A3.1;A2.5	Boris;Gregor;Jelena;Marko;Mojca;Olga;Sanja
A5.2	Testiranje spletne trgovine	1 DAN	A5.1	Boris;Gregor;Jelena;Marko;Mojca;Olga;Sanja
C6	ZAČETEK DELOVANJA	0 DNI		
A6.1	Vzpostavitev delovanja spletne trgovine	0 DNI	A5.2	Gregor;Jelena;Marko;Mojca;Sanja

Opombe:

Aktivnosti v tabeli pomenijo na primer: prvi stolpec pomeni zaporedno št. aktivnosti, tretji stolpec pa je predhodna aktivnost.

Na primer aktivnost vzpostavitev programa (A1.3) se lahko prične po zaključku aktivnosti nakupa modula (A1.2).

Aktivnosti, kot so podpora v obstoječem informacijskem sistemu (A1.4), pogoji poslovanja (A2.1), oblikovanje spletne trgovine (A3.1), se lahko pričnejo po zaključeni aktivnosti – vzpostavitev programa (A1.3).

3.3 Terminski plan

Zaradi odprtja oziroma predstavitve spletne trgovine v začetku meseca septembra, za Šuštersko nedeljo, smo si zadali, da mora biti projekt končan in preizkušen do konca meseca avgusta. Terminski plan smo pripravili za obdobje sedmih mesecev, in sicer je začetek projekta v mesecu februarju, njegov končni rok pa konec meseca avgusta. Rok je pomemben, ker se v mesecu septembru na police postavi nova kolekcija jesen/zima, s katero bomo začeli oglaševati spletno trgovino. V mesecih od marca do začetka junija se bodo izvedle aktivnosti informatike, kot so vzpostavitev programa, podpora v obstoječem informacijskem sistemu, odprtje nove trgovine v IS. V začetku meseca maja, po vzpostavitvi programa, lahko vzporedno začno potekati aktivnosti prodaje in marketinga. Tehnologija s svojimi aktivnostmi lahko začne v mesecu juliju, ko je znan asortima – kolekcija. Pri planiranju časovnice smo upoštevali, da imamo sodelujoči 40-urni tedenski delavnik, se pravi proste sobote in nedelje, ravno tako kolektivni dopust (14 dni), ki še vedno zahteva narava dela (delo v proizvodnji). Ker vsi člani pri projektu sodelujemo poleg rednega dela, smo si zadali začetni in končni rok vsake aktivnosti. Samo planiranje zahteva usklajitev aktivnosti, upoštevajoč cilje celotnega projekta. Zaradi lažjega prikaza

smo terminski plan razdelili po tednih, kjer je prikazan začetek vsake aktivnosti, njeno trajanje in predviden zaključek.

Tabela 3: Terminski plan izvedbe projekta

CILJI	AKTIVNOSTI	FEBRUAR /tedni	MAREC /tedni	APRIL /tedni	MAJ /tedni	JUNIJ /tedni	JULIJ /tedni	AVGUST /tedni	SEPTEMBER /tedni	IZVAJALCI
		5. t. 16. t	12. t 13. t 14. t 15. t 16. t 17. t	18. t 19. t 20. t 21. t 22. t 23. t 24. t 25. t 26. t 27. t	28. t 29. t 30. t 31. t	32. t 33. t 34. t 35. t 36. t 37. t 38. t 39. t				Gregor; Marko; Jelena; Mojca
C1	A1.1									
	A1.2									program - modul[1]
	A1.3									Gregor; Marko
	A1.4									Gregor; Marko
	A1.5									Boris; Gregor; Marko
C2	A2.1									Jelena
	A2.2									Jelena
	A2.3									Jelena; Sanja
	A2.4									Jelena; Marko
	A2.5									Jelena
C3	A3.1									Mojca; Olga
	A3.2									progr. Za oblikovanje slike[1]
	A3.3									Olga
C4	A4.1									Sanja
C5	A5.1									Boris; Gregor; Jelena; Marko; Mojca; Olga; Sanja
	A5.2									Boris; Gregor; Jelena; Marko; Mojca; Olga; Sanja
C6	A6.1									Boris; Gregor; Jelena; Marko; Mojca; Olga; Sanja



3.4 Plan stroškov

3.4.1 Plan stroškov programske opreme

PrestaShop namestitev ponuja CMS sistem (sistem urejanja spletnih strani), ki ga lahko skoraj poljubno nadgrajujemo in spreminjamo. Ima veliko možnosti že prednastavljenih predlog za videz in funkcionalnost spletne trgovine ter veliko modulov, ki ponujajo še dodatno izboljšane osnovne funkcionalnosti. Nekateri moduli so plačljivi (ponavadi je tako pri bolj dovršenih zadevah), nekateri pa brezplačni.

Verzija je nova, kar velikokrat pomeni, da je kar nekaj zadev še nedodelanih in nepopravljenih (vsebujejo t. i. *buge*). Tudi v našem primeru je tako, saj določeni segmenti ne delujejo tako, kot si želimo ali kot je bilo zamišljeno. Težavo lahko reši nakup prej omenjenega, bolj dovršenega modula, ki ima odpravljene take napake (Izbrano podjetje, 2013, str. 22).

V Tabeli 4 je prikazan mesečni plan stroškov programske opreme.

Tabela 4: Mesečni plan stroškov programske opreme

Programska oprema v EUR mesečno	Februar	Marec	April	Maj	Junij	Skupaj
Osnovna predloga spletne trgovine »Andolo«	150,00					150,00
Nakup novega programa za obdelavo slik				600,00		600,00
Plačilni moduli (Frontend) za platformo: PrestaShop			448,00			448,00
Uvozno izvozni modul, sistem (XML) za platformo: PrestaShop					1.800,00	1.800,00
Skupaj	150,00	0,00	448,00	600,00	1.800,00	2.998,00

- **Podroben prikaz stroška nakupa posamezne programske opreme:** Največji strošek nam bosta predstavljala modula za spletno kartično poslovanje, to so modula za plačila z debetno ali kreditno kartico, ter znanje za njuno namestitev in kasneje tudi nakup modula, zaradi prenosa velikih količin podatkov, ki bo omogočil prenose teh (prikazano v Tabelah 5 in 6).

- **Strošek nakupa modula za spletno kartično poslovanje:** na podlagi dogovora z zunanjimi strokovnjaki smo se odločili za sistem 3D Secure (varno spletno kartično poslovanje). Glavna prednost tega sistema je, da ne zaračunava dodatnih provizij za izvedbo plačila in ni mesečnih naročnin. Tako je edini strošek provizija, ponavadi tri do štiri odstotke (3–4 %), ki jo plačamo izbranemu ponudniku – banki. Začetni stroški, predvideni za nakup in namestitev modula, so prikazani v Tabeli 5.

Tabela 5: Stroški nakupa modula – kartično poslovanje

Plačilni moduli (Frontend) za platformo: PrestaShop	3DSecure, Activa	Dodelave
Nakup modula	od 180,00 €	
Namestitev modula	od 175,00 €	50,00 €/h
Nakup SSL certifikata	36,00 €	
Lasten IP naslov (potrebujemo ga za vsak certifikat)	4,80 €/mesec	
	(57,60 €/leto)	
SKUPAJ modul/namestitev	448,60 €	

Vir: Izbrano podjetje, Projekt Implementacije spletne strani, 2013, str. 23

- **Strošek nakupa modula oziroma sistema uvoza/izvoza podatkov:** Zaradi velike količine podatkov je potrebno zagotoviti samodejno prenašanje matičnih podatkov artikla iz obstoječega informacijskega sistema v PrestaShop trgovino in v obratni smeri podatke naročila, nakupa, transakcije in ostalih podrobnosti v informacijski sistem. Najbolje bi bilo to urediti z dvema XML dokumentoma (označevalni jezik za kodiranje dokumentov, da so berljivi, v nadaljevanju XML), enim za uvoz in drugim za izvoz iz spletne trgovine. Da bi bil strošek kreiranja teh dokumentov manjši, smo se odločili, da izvozni XML dokument iz spletne trgovine naredi zunanji ponudnik, ki pozna to spletno rešitev, uvozni XML dokument s podatki iz informacijskega sistema pa naredi vzdrževalno podjetje našega sistema. Za posamezni kreiran dokument se predvideva strošek od 1000 € do 2000 €, odvisno od količine podatkov, za kar pa potrebujemo dva XML dokumenta in to predstavlja kar velik strošek. Zato smo se odločili, da enega od njih naredi vzdrževalno podjetje, pri katerem imamo v dobro nekaj ur (Izbrano podjetje, 2013, str. 23). Dodatni stroški nakupa modula za uvoz in izvoz podatkov so prikazani v Tabeli 6.

Tabela 6: Stroški nakupa modula za uvoz in izvoz podatkov

Uvozno izvozni modul, sistem (XML) za platformo: PrestaShop	XML dokumenta	Dodelave
Nakup preko zunanjih ponudnikov za spletno trgovino za uvozni XML v PrestaShop	1.800,00 €	
	+ DDV	
Kreiranje izvoznega XML v Navision		
SKUPAJ uvozno izvozni modul	2.196,00 €	

Vir: Izbrano podjetje, Projekt Implementacije spletne strani, 2013, str. 23

3.5 Plan obvladovanja tveganj projekta

»Odločanje je tesno povezano s tveganjem. Tveganje, da projekt ne bo potekal, kot pričakujemo, izhaja iz enkratnosti projekta, poleg tega pa projekti zadovoljujejo zelo kompleksne cilje, kar zahteva veliko število aktivnosti ter širok nabor ljudi z različnimi veščinami, odgovornostmi in pristojnostmi. Ker odstopanja lahko negativno vplivajo na roke in stroške projekta ter kakovost rezultata, obstaja veliko tveganje, da projekt ne bi uspel.« (Rozman & Stare, 2008, str. 118).

Zavedanje, da gre pri vsej stvari lahko tudi nekaj narobe, vzbudi pozornost sodelujočih in s tem večjo previdnost pri planiranju obvladovanja tveganj, ki upošteva tudi pretekle izkušnje sodelujočih in njihovo izmenjavo teh. Pričakovana tveganja so prikazana v Tabeli 7, kjer so ravno tako dodani predlogi za obvladovanje posameznih tveganj.

Tabela 7: Seznam tveganj in ukrepov

Št.	Opis tveganja	Aktivnost		Lastnik tveganja	Pomem. tveganja	Obvladovanje tveganja		Opombe
		Naziv	WBS			Ukrep	Vzrok Simptom	
1	Problemi pri vzpostavitvi programa	vzpostavitev programa	A1.3	Marko	2	dodatna pomoč	odhod zaposlene ga	
2	Neusklajenost programov	podpora v obstoječem IS	A1.4	Marko	3	dodatna zunanja pomoč	potrebna dodatna finančna sredstva?	

se nadaljuje

Tabela 7: Seznam tveganj in ukrepov (nad.)

Št.	Opis tveganja	Aktivnost		Lastnik tveganja	Pomem. tveganja	Obvladovanje tveganja		Opombe
		Naziv	WBS			Ukrep	Vzrok Simptom	
3	Cena dostave (v treh delovnih dneh)	dostava izdelkov/ sklenitev pogodbe	A2.2	Jelena	1	preveriti več različnih dobaviteljev		nad katero vrednostjo brezplačno pošiljanje
4	Zamik pri izdelavi - izdelek ne gre pravočasno v proizvodnjo	določiti asortiman in zalogo	A2.3	Jelena	3	Stalno spremljanje in sodelovanje s proizvodnjo	prepozna dobava materiala	Kateri artikli gredo prvi v proizvodnjo?
5	Neizdelane kalkulacije modelov	ceniki / integracija z obstoječim IS	A2.4	Jelena	1			
6	Usklajevanje cenikov	integracija cenikov z obstoječim IS	A2.4	Marko	1	pravilno vzpostaviti kriterije cenikov	znižanja v % ali vrednostno	akcije!!
7	Zastarela oprema	izdelava slik artiklov	A3.3	Olga	2	nakup novega programa za izdelavo slik	slike slabše kvalitete, potreben daljši čas izvedbe	program najeti ali odkupiti
8	Pomanjkanje denarnih sredstev / oglaševanje spletne trgovine	oblikovanje spletne trgovine	A3.1	Mojca	2	oglaševanje bo potekalo na brezplačnih omrežjih	slaba prepoznavnost!?	
Pripravil: Jelena e-mail: Tel.:			Projekt: Spletna trgovina			Verzija: 1.1 Datum izdaje:		

V prvi vrsti nas najbolj skrbi tveganje izven projekta, na katerega najtežje vplivamo. Sam projekt se bo predstavil z novo kolekcijo jesen/zima, ki pa je še v razvoju in proizvodnji. Zaradi zamud pri razvoju, nabavi materialov, kasnitve proizvodnje bi bila onemogočena predstavitev izdelka (izdelava slik, opisov materialov izdelka) in seveda tudi sama otvoritev projekta. Za preprečitev in ublažitev zamujanj moramo stalno spremljati in aktivno sodelovati s proizvodnjo novih modelov, določiti izbor modelov, ki naj bi šli prvi na »police« spletne trgovine, da bi vsaj delno omilili zakasnitev.

Veliko tveganje vidimo tudi v prepoznavnosti nove spletne trgovine zaradi pomanjkanja sredstev. Samo oglaševanje naj bi potekalo samo prek brezplačnih medijev, zato se bojimo za kasnejši odziv nakupa na naši spletni strani in s tem slabšo prodajo. Tveganje je prikazano v Tabeli 8.

Tabela 8: Izpostavljeno najpomembnejše tveganje

DEFINICIJA	TVEGANJE: pomanjkanje denarnih sredstev za aktivno oglaševanje spletne trgovine POSREDNO TVEGANJE: prepočasna prepoznavnost nove spletne trgovine AKTIVNOSTI: čim bolj intenzivno oglaševanje
VELIKOST	VERJETNOST: 25 % POSLEDICE: kasnejša prepoznavnost, izguba prihodka
UKREPI	ZNIŽANJE: omogočiti sredstva za možnost različnih virov oglaševanj NADZOR: sprotno preverjanje odziva obiskovalcev spletne trgovine

3.6 Organizacija projekta v podjetju

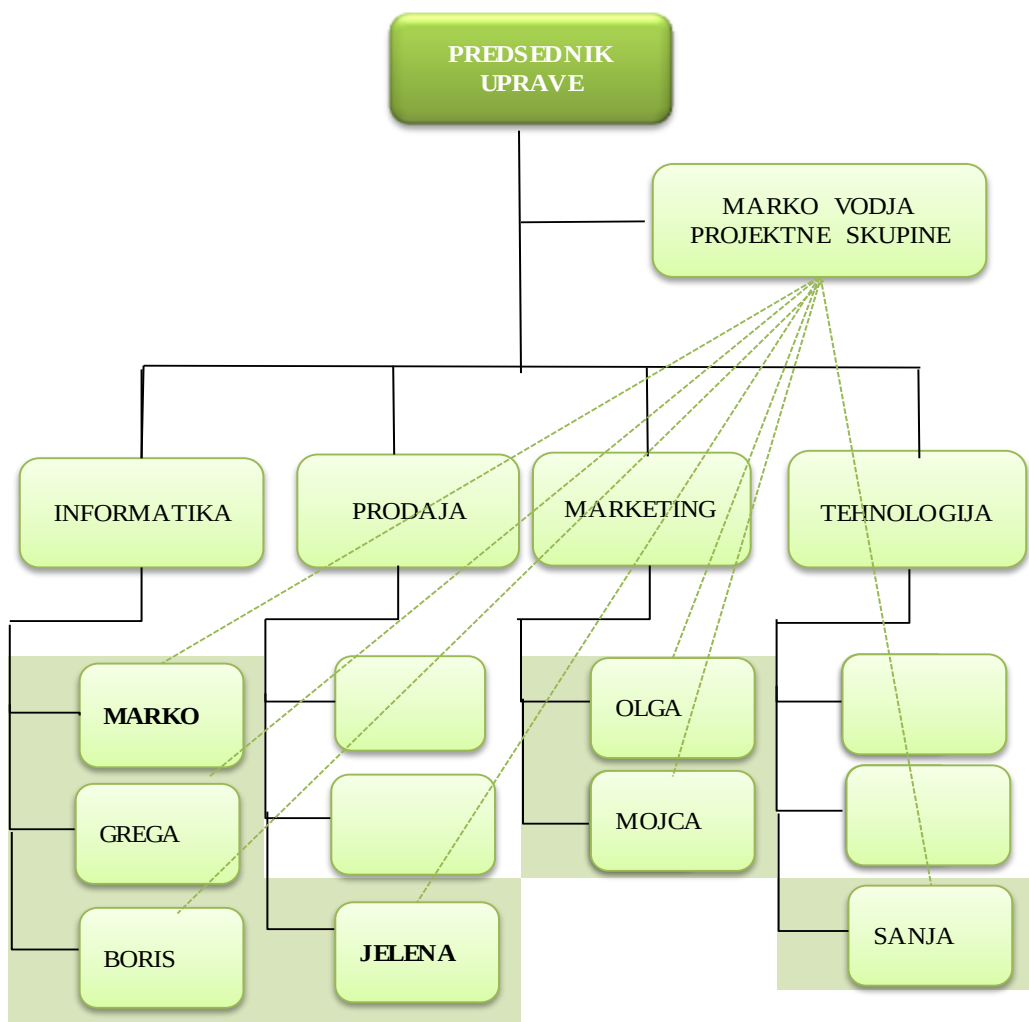
V nadaljevanju projekta je predstavljena organizacijska shema. Prikazani so samo tisti oddelki podjetja, katerih člani sodelujemo pri projektu. Projekti so potrebni zaradi izboljšanja poslovanja podjetja. V vsakem podjetju prihaja do sprememb, ki od zaposlenih zahtevajo, da del svojega časa sodelujejo na enkratnih projektih.

Pri projektu Spletna trgovina sodelujemo zaposleni s področij, na katerih že delamo, in s svojim znanjem lahko omogočimo njegovo realizacijo. Sam projekt je uvrščen v obstoječo poslovno-funkcijsko organizacijo. Takšna organizacija je predvsem hierarhične oblike.

Udeleženci v projektu so: naročnik – ravnatelj projekta je predsednik uprave, zadolžena in odgovorna za sam potek projekta sta zaposlena iz informatike in prodaje, ki tako kot ostali

člana ekipe projekta sodelujeta, nadzirata in izvajata aktivnosti na projektu. Spodaj je prikazana organizacijska struktura projekta. Prikazani so samo oddelki v podjetju, iz katerih smo člani tima projekta Spletna trgovina.

Slika 4: Organizacijska struktura projektne organizacije



3.7 Odgovornosti, pristojnosti članov tima projekta

V Tabeli 9, matriki pristojnosti in odgovornosti je prikazano, kdo vse sodeluje in kakšno zadolžitev ima posameznik ter kako se povezujejo in prepletajo njihove vloge v projektu. Nad samim projektom bdi predsednik uprave, ki je naročnik in tudi skrbnik projekta. Po njegovih odobritvah se lahko začnejo posamezne aktivnosti. Marko, vodja informatike, je ravnatelj projekta. Ostali člani ekipe smo organizacijsko določeni glede na našo usposobljenost, znanje, izkušnje za aktivno sodelovanje, planiranje in izvedbo projekta Spletna trgovina. Vsak mora poskrbeti za svoje zadolžitve in za njih tudi odgovarjati.

Tabela 9: Matrika pristojnosti in odgovornosti projekta Spletna trgovina

SPLETNA TRGOVINA	PREDS. UPRAVE	MARKO	GREGA	BORIS	JELENA	SANJA	OLGA	MOJCA
Izbor programa za spletno trgovino	OD	O	IZ		S			S
Nakup modula	OD	O, IZ	IZ	IZ	V			
Vzpostavitev programa								
Podpora v obstoječem IS		IZ	IZ	IZ				
Odprtje nove trgovine v IS		O, IZ	IZ		V			
Pogoji poslovanja	V				O, IZ			
Dostava izdelkov	V				O, IZ			
Določiti asortima in zalogo	V				O, IZ	IZ		
Ceniki/integracija z obstoječim IS	OD	IZ			O, IZ			
Priprava prostora /skladišče	V				O, IZ			
Oblikovanje spletne trgovine	V	S					IZ	IZ
Nakup nove programa Corel Draw	OD	IZ			V		S	
Izdelava slik artiklov	V	S			V		O, IZ	
Opisi izdelkov, vel. št. ...					S	O, IZ		
Zadnji popravki		O	O	O	O	O	O	O
Testiranje spletne trgovine	OD	O	O	O	O	O		O
Vzpostavitev delovanja spletne trgovine	OD	O	O	O	O	O		O

Legenda: OD – odobritev, O – odgovoren, IZ – izvede/neposredno zadolžen, S – sodeluje, V – v vednost/seznanjen.

3.8 Projektni informacijski sistem, projektna dokumentacija in poročanje

Zaradi lažje sledljivosti in pravočasnih izdelav opravil smo v »Google map« odprli mapo Projekt Spletna trgovina (<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vfNQQ7GJiVOVNGR7im5kZckp8DUOOHhFlN6FJTQd4OU/edit#gid=0>), ki je dostopen vsem članom tima. Tu bodo shranjeni vsi zaznamki, spremembe vseh aktivnosti, opombe, izvajalci ter stanje trenutno izvajanih aktivnosti, ravno tako tudi zapisniki vseh sestankov, kjer je še posebno poudarjena prioriteta posameznih opravil. Iz zgodovine je razvidna vsaka sprememba (kronologija), zato se bodo v mapo takoj vnašale vse opombe,

spremembe (Priloga 3: Google dokument – zapisnik sestanka). Vsa nastala dokumentacija se bo zbirala v registru tajništva podjetja.

Še vedno je najbolj pomembna komunikacija med udeleženci projekta, saj z izmenjavo mnenj in informacij lažje pridemo do posamezne rešitve. Pri nas je še vedno v »modi«, da sodelujemo in komuniciramo, se lotimo danega problema – aktivnosti – skupaj.

Vsak ponedeljek se bomo sestali ob 8. uri na »hitrih« sestankih v vzorčni sobi, na katerih bomo poročali o tedenskih nalogah, predstavili tekoče pomanjkljivosti, probleme. Enkrat mesečno bo potrebno bolj podrobno prečesati sam potek celotnega projekta.

SKLEP

Z natančnim planiranjem projekta, pripravo elaborata kot zaključnega dokumenta samega planiranja projekta tako sodelujočim kot tudi naročniku prihranimo veliko časa pri izvedbi. S tem omogočimo lažje spremljanje poteka projekta, aktivnosti udeležencev pri projektu, nadzor stroškov in časovnega poteka.

V današnjih razmerah je planiranje projektov izredno pomembno, saj se je potrebno hitro odzvati na spremenjene okoliščine in se prilagoditi potrebam in željam naročnika.

V zaključni nalogi sem predstavila planiranje projekta na primeru vzpostavitve spletne trgovine, kjer sem spoznala pomembnost samega planiranja. V podjetju smo se do sedaj »projektov« vedno lotili brez natančnega planiranja, bolj »po domače«.

S spletno trgovino bomo dosegli zmanjšanje stroškov poslovanja, približali ponudbo večjemu krogu kupcev in istočasno dosegli večjo prepoznavnost in izbiro izdelkov podjetja tako doma kot tudi zunaj naših meja.

LITERATURA IN VIRI

1. Biafore, B. (b.l.). *Microsoft Project 2010: The Missing Manual. Printed in the United States of America*. Canada: John Wiley & Sons, Inc
2. *Blogs about Footwear*. (b.l.). Najdeno 10. februarja 2016 na spletnem naslovu www.blogtoplist.com/tags/Footwear
3. Frame Davidson, J. (2003), *Managing projects in organizations: how to make the best use of time, techniques, and people* (3rd ed.).
4. Ghosh, S., Forrest, D., DiNitta, T., Wolfe, B., & Lambert, C. D. (b.l.). Enhance PMBOK® by Comparing it with P2M, ICB, PRINCE2, APM and Scrum Project Management Standards Masters in Project Management Degree Program James A. *PM World Today is a global project management eJournal*. Maryland: Clarke School of Engineering.
5. *Fashion Directory*. (b.l.). Najdeno 10. februarja 2016 na spletnem naslovu <http://girldir.com>
6. Izbrano podjetje. (2012). Strategija podjetja za srednjeročno obdobje 2012–2017.
7. Izbrano podjetje. (2013). Projekt implementacije spletne trgovine.
8. Izbrano podjetje. (2014a). Priročnik za prodajno osebje, jesen/zima 2014/2015.
9. Izbrano podjetje. (2014b). Zapisnik sestanka z dne 19. 8. 2014.
10. Kerzner, H. (2009). *PROJECT MANAGEMENT, A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (7th ed.). Canada: John Wiley & Sons, Inc.
11. MOSS. (b.l.). Najdeno 5. februarja 2016 na spletnem naslovu http://moss-soz.si/si/o_raziskavi/spletna-populacija/.
12. Project Management Institute, Inc. (2008). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)* (4th ed.). Pennsylvania: Newtown Square.
13. Rodney Turner, J. (1993). *THE HANDBOOK OF PROJECT-BASED MANAGEMENT, Leading Strategic Change in Organizations*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
14. Rozman, R., & Stare, A. (2008). *Projektni management ali ravnateljstvo projekta*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
15. Stare, A. (2010). *Namen, obseg in cilji projekta*. Najdeno 10. Februarja 2016 na spletnem naslovu <https://projektni-management.si/2010/11/09/namen-obseg-cilj-in-proizvod-projekta/>.
16. Stare, A. (2011a). *Projektni management: Teorija in praksa*. Ljubljana: Agencija Poti.
17. Stare, A. (2011b). *Snovanje projekta*. Najdeno 15. Februarja 2016 na spletnem naslovu <https://projektni-management.si/2011/01/14/snovanje-projekta/>.
18. Stare, A. (b.l.). *Projektni management*. Najdeno 10. februarja 2016 na spletnem naslovu <https://projektni-management.si/>.
19. Zavod Prava poteza. (b.l.). Planiranje projekta – kako se ga lotimo. Najdeno 15. aprila 2016 na spletnem naslovu http://www.prava-poteza.si/page/page.asp?id_informacija=268&id_language=1&id_meta_type=52.
20. Zapiski predavanj pri predmetu Projektni management (junij 2009).

PRILOGE

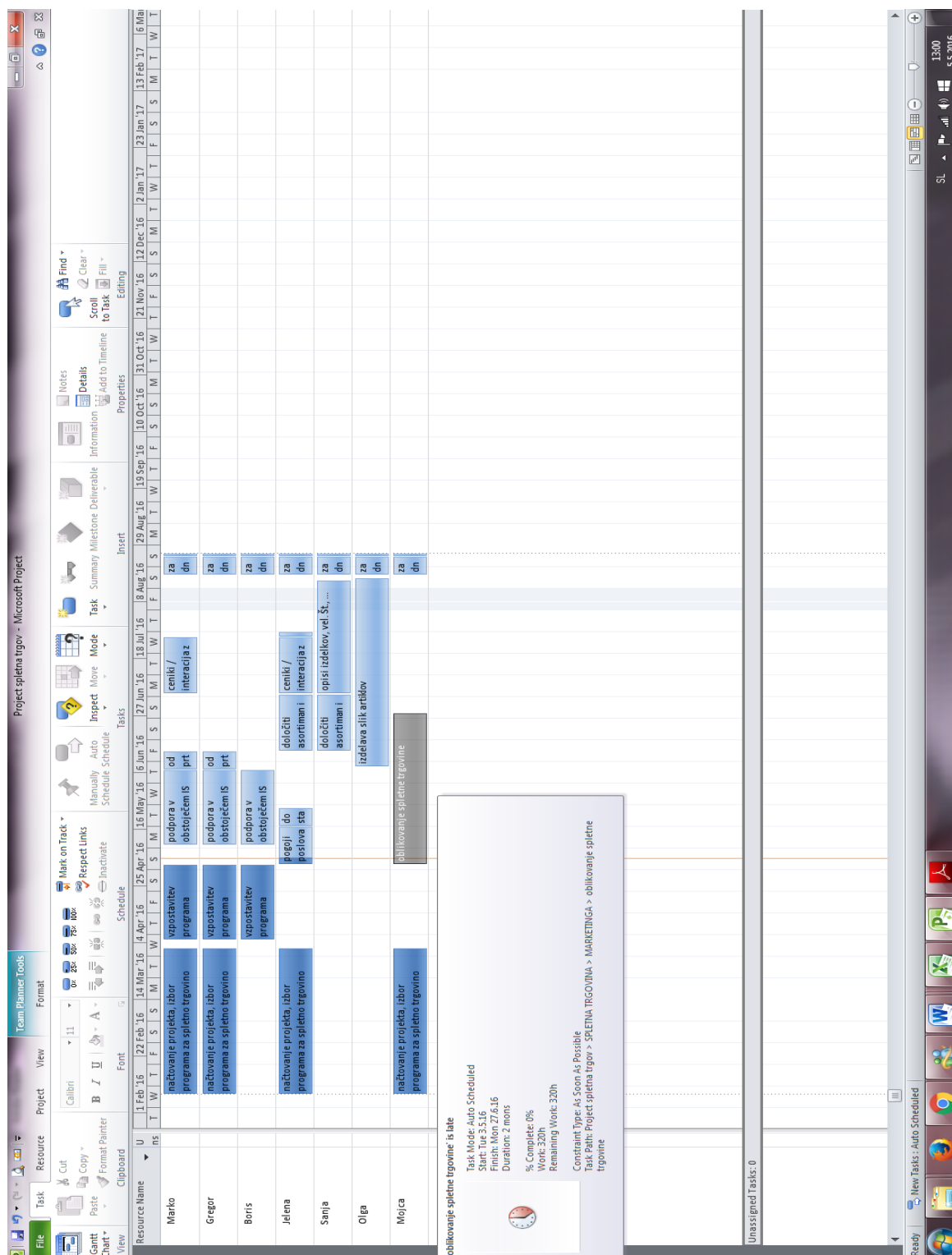
KAZALO PRILOG

Priloga 1: Gantogram – seznam aktivnosti in terminski plan v programu MS Project	1
Priloga 2: Terminski plan v programu MS Project – spremljanje aktivnosti članov tima	2
Priloga 3: Google dokument – zapisnik sestanka.....	3
Priloga 4: Načini spletnega nakupa izdelka (»Izbrano podjetje«).....	4

Priloga 1: Gantogram – seznam aktivnosti in terminski plan v programu MS Project



Priloga 2: Terminski plan v programu MS Project – spremljanje aktivnosti članov tima



Priloga 3: Google dokument – zapisnik sestanka

Projeto (1143) - jekawa: x Projekt Spletna Trgovina - x

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vNQQ7GivOVNNGR7im5Kzckp8DUOOHhFh6FJTQd4OU/edit#gid=103434495

Applikacije: http://www.peko.si/a/ Dobrodošli - Ekonom TS Poslovna pošta » Tele Mr Pet PMbook http://www.sola1.si/p https://www.duoling.com https://student4funi- https://www.youtube ktjjsi/MarikoBohane

Projektna Spletna Trgovina

File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help All changes saved in Drive

€ % 0.00 123 Arial 10 B I A -

Comments Share

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Projekt spletna trgovina												
2	projektni team	S., M., G., J., M., S., O.											
3	datum	08.04.16											
4	vzorčna soba												
5													
6	Prisotni:	M., G., J., M., S.,											
7	Odsotni:	S.											
8	Opravčili:	S.											
9	Gostije:												
10													
11	Točka dnevnega reda/Razprava												
12	1	DODATNO INFORMATIKA											
13		- Odstraniti Navigation panel (navigacijsko vrstico pod orodno vrstico)											
14		- Zamenjati slika za banner »PRODAJNA MESTA«											
15		- Dodati vsebino v »Custom block« na prvi strani											
16		- Dodati banner na podstrani Ženska obutev in Moška obutev											
17		- Dodati uporabnike, ki bodo urejali spletno stran in jim dodeliti ustrezne pravice											
18		- Izboljšati hitrost odpiranja strani (optimizacija spletne strani)											
19		- Potrebno se je dogovoriti, kako se bo uporabljalo Obvestila (Newsletter)											
20		- Testiranje pošiljanja in sprejemanja e-pošte (obvestila registriranim uporabnikom)											
21													
22		2 GRAFIČNI DEL - potrebno je še:											
23		- Dodati home ikono na prvi strani v glavno vrstico pred ŽENSKA OBUTEV											
24		- Dodati Modul OSTALA PONUDBA (glede na to, kje se bo vodil dokup oz. ostala ponudba)											

roki aktivnosti status zapisniki sestanka 05.02.16 zapisniki sestanka 08.04.16 zapisniki sestanka 08.06.16 zapisnik sestanka 18.07.16 Sheet3

21:04 11.6.2016

»V spletni trgovini bo na voljo več načinov spletnega nakupa, ki bodo omogočali kupcu oz. obiskovalcu spletne strani, da se sam odloči za način, ki mu odgovarja. Za vsako novo naročilo se lahko vedno znova odloči za način plačila, ki je na razpolago. Izbira lahko med naslednjimi načini spletnega plačila:

1. PayPal PLAČILO

- Plačilo prek registriranega računa PayPal, ki je povezan z kreditno kartico.
- Plačilo z direktnim vnosom potrebnih podatkov kreditne kartice.

1. PLAČILO S PLAČILNO KARTICO

2. Kupec na spletni strani izbere plačilo v zadnjem koraku procesa naročanja, zato bomo spodaj obrazložili vse predhodne korake, ki so skupni vsem načinom.
3. Koraki procesa naročanja izdelka:
4. Kupec ob izbiri izdelka pritisne na gumb »DODAJ V KOŠARICO«
 - Izdelek se doda v košarico z izbranimi lastnostmi (barva, velikost, količina).
5. Kupec klikne na »MOJA KOŠARICA« ali »KOŠARICA« za vstop v povzetek nakupa, ki je 1. korak izmed 5 nastavljenih:
 - **(1) POVZETEK**
 - **(2) PRIJAVA**
 - **(3) NASLOV**
 - **(4) DOSTAVA**
 - **(5) PLAČILO**
 - S klikom na košarico nas spletna stran preusmeri na 1. korak »POVZETEK« naročila.
6. Na povzetku naročila si lahko ogledamo produkte, ki jih želimo naročiti ter osnovne podatke.
7. S klikom na gumb »NAPREJ« nas spletna stran preusmeri na naslednji korak »PRIJAVA«.
8. Na koraku »PRIJAVA« lahko nov kupec ustvari nov račun, medtem ko se obstoječi kupec v tem koraku lahko prijavi oziroma registrira v spletno stran.
 - a. Po uspešni prijavi nas spletna stran preusmeri na naslednji korak »NASLOV«.
9. Na koraku »NASLOV« kupec izbere naslov za dostavo, ki je lahko različen od naslova za plačilo. Lahko tudi ureja in dodaja naslove za dostavo ter plačilo. V tem koraku je možno dodati tudi komentar k naročilu.
10. Po izpolnjenih podatkih naslova dostave in plačila ter po izbiri komentarja nas spletna stran s klikom na gumb »NAPREJ« preusmeri na korak »DOSTAVA«.
11. Na koraku »DOSTAVA« kupec izbere želeni način dostave. Poleg standardnih ponudnikov poštних storitev bo na voljo tudi možnost načina dostave – osebni

prevzem v poslovalnici. Po izbiri načina dostave mora kupec obvezno potrditi pogoje poslovanja za nadaljevanje.

12. S klikom na gumb »NAPREJ« nas spletna stran preusmeri na korak »**PLAČILO**«.

13. Na koraku »PLAČILO« bo lahko kupec izbiral med načini plačila.«