

ELEKTRONSKA TRGOVINA

U doba interneta i savremenih tehnologija, ukoliko trgovac obavlja prodaju, a nije prisutan na internetu, potrošači za njega ne znaju i teško da će trgovac proširiti krug kupaca i obim prodaje. Danas sve više potrošača kupuje putem interneta, a čak i oni koji to još uvek ne čine, na internetu pretražuju proizvode, upoređuju cene, raspituju se o dostupnosti željenog modela proizvoda, zbog čega je iz ugla poslovanja jednog trgovca veoma značajno da ima svoj webshop i/ili da nudi proizvode preko određene e-commerce platforme, kao i da ima nalog/stranicu na društvenim mrežama (Instagram, Facebook). Sa aspekta privrede, glavne prednosti elektronske trgovine obuhvataju pristup mnogo većem broju potrošača (u zemlji, ali i u inostranstvu), niže troškove započinjanja biznisa, mogućnost prilagođavanja zahtevima kupaca, fleksibilnost, informativnost itd.

Pandemiju korona virusa lakše su prevazišli trgovci koji posluju elektronski, o čemu svedoče podaci i rezultati Ankete sprovedene među privrednicima u 2020. godini, prema kojima je čak 82% ispitanika ocenilo svoj webshop jednako važnim ili važnijim od tradicionalnog modela prodaje.¹ To koliko je pandemija uticala na razvoj elektronske trgovine u Srbiji potvrđuju i statistički podaci prema kojima je broj dinarskih elektronskih transakcija platnim karticama sa sedam miliona u 2019. godini porastao na 14,3 miliona prošle godine, a broj virtuelnih prodajnih mesta koji je na kraju 2019. godine iznosio 1139, na kraju 2020.godine bio je 2013.²

Prodaju preko interneta potrebno je obavljati u skladu sa regulatornim okvirom koji ovu oblast reguliše: Zakon o trgovini, Zakon o elektronskoj trgovini, Zakon o zaštiti potrošača. Na obuci u okviru MNG Centra dobićete jasne smernice kako da otpočnete internet prodaju ili ukoliko već poslužete online, kako da svoj webshop, opšte uslove prodaje, reklamacionu proceduru i sl. upodobite zakonskom okviru, bilo da prodajete robu ili pružate usluge na internetu.

Iz ugla zaštite prava potrošača, glavna prednost elektronske kupovine ogleda u tome što naručeni proizvod potrošač može da vrati i dobije svoj novac nazad, bez obrazloženja. To je vrlo atraktivno pravo za potrošače, jer im pruža značajan komfor kupovine.

Kada proizvod kupi preko interneta, potrošač ima zakonsko pravo da se predomisli i odustane od kupovine. Ovo pravo može ostvariti u roku od 14 dana od dana isporuke proizvoda i zahtevati svoj novac nazad. U literaturi se ovo pravo definiše kao „cooling off“ period tokom kojeg potrošač može da isporučeni proizvod pregleda/proba i još jednom razmisli o kupovini, i ukoliko želi proizvod vratiti.

Zakonska je obaveza svakog trgovca koji obavlja prodaju preko interneta da još u predugovornoj fazi informiše potrošača o pravu na odustanak, a ukoliko do zaključenja ugovora dođe, trgovac dostavlja potrošaču predugovorno obaveštenje koje sadrži ovu informaciju. Dakle, još u fazi pretraživanja i razgledanja proizvoda, u webshopu trgovca moraju jasno biti istaknute informacije o pravu na odustanak.

Autor: Nevena Praizović

¹ Izvor: Rezultati Ankete 1000 preduzeća iz 2020. godine

² Izvor: NBS