

PRODAJA PUTEM INTERNETA e-trgovina

Prodaja putem interneta je jeftiniji način prodaje u odnosu na "klasičnu" trgovinu. Međutim, bez obzira na to, trgovci koji se odluče upustiti u avanturu prodaje putem interneta moraju znati koje preduslove moraju ispuniti, kao i rizike koje nosi ovakav način trgovanja.

Stoga smo ovaj e-book posvetili rasvjetljavanju zakonskih preduslova za e-trgovinu, naplate putem PayPal servisa, ali i aspektu zaštite potrošača koji je posebno bitan kada se radi o ovakvom načinu prodaje.



Just
FOR
YOU

KO SE SVE MOŽE BAVITI e-trgovinom?

Preduzeća, samostalni
poduzetnici i obrtnici.

ŠTA PROPISI KAŽU O e-trgovini?

E-trgovina je prepoznata u
propisima koji se primenjuju u BiH.

KORACI ZA POKRETANJE e-tgovine

Nekoliko jednostavnih koraka i
e-trgovina je spremna.

PRODAJA PUTEM INTERNETA

Počeci e-trgovine

Prvi proizvod koji se počeo prodavati putem Interneta bila je knjiga, a kompanija koja je među prvima, još 1996. godine počela prodavati knjige online je Amazon.com.

Ona se danas ubraja u najuspješnije IT kompanije i jedan je od najjačih svjetskih brendova na globalnom tržištu.

Trgovina putem interneta ili e-trgovina sve više potiskuje tradicionalni način trgovanja, jer pruža drugačiju šansu i nove poslovne prilike na širem tržištu. Internet ili virtualni svijet, kako ga mnogi vole zvati, u početku je bio uglavnom sredstvo za zabavu, međutim, posljednje godine označavaju bitno drugačiji pristup mogućnostima koje on pruža.



Prednosti i nedostaci e-trgovine

Globalna priroda Interneta znači veliku konkurenciju, ali i značajno veće mogućnosti poslovanja sa poslovnim partnerima i kupcima bez obzira gdje se oni nalazili u svijetu.

Trgovina putem interneta ima mnogo prednosti, ali i nedostataka, koji se mogu podijeliti u dvije osnovne grupe.

Prednosti e-trgovine su :

- veličina tržišta (praktično, cijeli svijet je tržište),
- omogućavanje nabavke proizvoda tamo gdje je on najjeftiniji,
- niži troškovi poslovanja,
- mogućnost brzog i jeftinog ostvarenja narudžbe,
- ušteda vremena,
- fleksibilnost u poslovanju i
- povećavanje poslovne efikasnosti.

Najčešće pominjani nedostaci e-trgovine su:

- nužnost konstantnog ulaganja u dalji razvoj,
- poteškoće pri pronalasku osoblja sa odgovarajućim iskustvom,
- rizik prevare,
- marketinški troškovi povećani zbog oštre konkurencije (teškoće u stvaranju jakog brenda među milionima web-stranica na Internetu) i
- krađa identiteta kupca.

U Bosni i Hercegovini još uvijek preovladava filozofija „tradicionalnog“ kupca i prodavca, što je za neke vrste trgovina opravdano, ali ne treba zanemariti značajnu uštedu na izdacima prilikom trgovanja internetom.

Prije nego što se roba ili proizvod plasira na internet tržište, potrebno je dobro poznavati sam pojam trgovine na internetu, njene osobenosti, zakonitosti i probleme na koje je moguće naići. Potrebno je upoznati odnos između klasične i internet trgovine i razumjeti da se taktike koje se koriste u klasičnoj prodaji nekad ne mogu primjeniti u internet trgovini. Da bi se razvila trgovina putem interneta, potrebno je ispuniti sljedeće: uskladiti sa pravnom regulativom, obezbijediti opremu i komunikacijsku strukturu, obezbijediti poslovnu orijentaciju (kadrovi i sistem), zatim poznavati kulturni i tehnološki aspekti tržišta.



Formalni uslovi za bavljenje e-trgovinom

Jednostavnim jezikom rečeno, e-trgovina je djelatnost trgovine koja se obavlja bez fizičkog kontakta kupca i prodavca, putem interneta kao sredstva za daljinsku komunikaciju, kako ga relevantni propisi nazivaju.

To je trgovina u koju kupci ne ulaze na njena vrata, već dolaze na njen „izlog“ koji je postavljen na internetu, gdje se roba pregleda i odabire slikom, opisom ili na upit, bez fizičkog kontakta sa njom.

Upravo zbog nedostatka fizičkog kontakta između prodavca i kupca, kao i nemogućnosti fizičkog pregleda robe od strane kupca, Zakon o zaštiti potrošača u BiH i Zakon o elektronskom pravnom i poslovnom prometu je posebnu pažnju posvetio regulisanju ovakvog načina trgovanja.

Za početak, pored registracije pravnog ili fizičkog lica kod nadležnog organa, bitan je odabir ispravne šifre djelatnosti.

Obavljanje trgovine putem interneta je Odlukom o klasifikaciji djelatnosti Bosne i Hercegovine 2010, svrstano u područje G - Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala, grana 47.9 Trgovina na malo izvan prodavaonica, štandova i tržnica i razred **47.91 - Trgovina na malo preko pošte ili interneta**.

Ukoliko pravno ili fizičko lice obavlja e-trgovinu na vlastitoj web stranici, i pri tome se bavi informacijskim uslužnim djelatnostima, takva djelatnost je razvrstana u granu 63.1 Obrada podataka, usluge hostinga i djelatnosti povezane sa njima; internetski portali, razred **63.11 Obrada podataka, usluge hostinga i djelatnosti povezane sa njima i 63.12 Internetski portali**.

Prodaja putem interneta ili e-trgovina je Zakonom o unutrašnjoj trgovini FBiH definisana kao trgovina na malo izvan prodavnice, odnosno prodaja na daljinu.

KO SE MOŽE BAVITI INTERNET TRGOVINOM?

Internet trgovinom se može baviti:

- a) trgovac - pravno lice**, registrovano kod nadležnog kantonalnog suda u skladu sa odredbama Zakona o privrednim društvima.
- b) trgovac - fizičko lice**, registrovano kod nadležnog općinskog organa, u skladu sa Zakonom o unutrašnjoj trgovini.
- c) proizvođač - pravno i fizičko lice**, pri čemu se treba napraviti razlika od trgovine, jer se radi o prodaji vlastitih proizvoda.

Propisi koji regulišu e-trgovinu

Opšti uslovi za obavljanje e-trgovine su identični uslovima za obavljanje „klasične“ trgovine, što znači da pravna i fizička lica koja namjeravaju prodavati robu putem interneta trebaju tu djelatnost registrovati, zatim prije početka obavljanja djelatnosti pribaviti rješenje nadležnog općinskog organa o ispunjavanju propisanih uslova za poslovne prostorije, opremu i sredstva, osigurati pristup internetu, otvoriti i voditi internetsku stranicu.

U tom smislu je bitno postupiti i u skladu sa **Pravilnikom o uslovima minimalne tehničke opremljenosti poslovnih prostora za obavljanje trgovine.**

Trgovac koji robu prodaje putem interneta je obavezan da obezbijedi odgovarajuće skladište robe koju prodaje, i da robom rukuje na način kojim se obezbjeđuje očuvanje njezine kvalitete, što znači da su po pitanju uslova koje treba ispuniti rodajno-skladišni prostor.

Pored **Zakona o unutrašnjoj trgovini FBiH, Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja trgovačke knjige** je propisao obavezu vođenja trgovačke knjige i za prodaju robe izvan prodavnice, odnosno prodaju na daljinu.

Takođe, Pravilnikom o uslovima minimalne tehničke opremljenosti poslovnih prostora za obavljanje trgovine je propisana obaveza vođenja trgovačke knjige u skladu sa



Pravilnikom o obliku, sadržaju i načinu vođenja trgovačke knjige, kao i obaveza ispostavljanja računa kupcu za svaku pojedinačnu prodaju.

Trgovačka knjiga na malo za e-trgovinu se vodi na identičan način kao i za „klasičnu“ prodavnicu, a trgovac mora za prodatu robu ili obavljanu uslugu kupcu izdati račun, u skladu sa Zakonom o PDV i Zakonom o fiskalnim sistemima.

Da zaključimo, propisi bitni za obavljanje e-trgovine:

1. Zakon o unutrašnjoj trgovini
2. Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja trgovačke knjige
3. Pravilnik o uslovima minimalno tehničke opremljenosti

poslovnih prostora za obavljanje trgovine

4. Uputstvo o formi i sadržaju izjave da prodajni objekat ispunjava zakonom propisane uslove za obavljanje trgovačke djelatnosti
5. Zakon o zaštiti potrošača u BiH
6. Zakon o elektroničkom dokumentu
7. Zakon o deviznom poslovanju (u segmentu naplate)
8. Zakon o unutrašnjem platnom prometu.

Ne treba zaboraviti segment naplate od kupaca, naročito kada se radi o prodaji ino kupcima gdje se naplata radi putem PayPal, 2Checkout i sličnih posrednika.



e-trgovina je kupcima dostupna 365 / 24 / 7 ... što znači - stalno.

Međutim, da bi se osigurala kvalitetna prodaja u kojoj će se kupci uvijek vratiti na stranicu, gdje će kupci biti sigurni kada ostavljaju lične podatke i brojeve bankovnih kartica prilikom plaćanja, gdje će kupci biti redovno informisani (ali ne i zatrpavani) obavještenjima o popustima, rasprodajama, novitetima, gdje će kupci moći na jednostavan način da odaberu ono što žele, napune košaricu i urade narudžbu, trgovac koji "gradi" e-trgovinu mora imati kvalitetne, sigurne i savremene alate.

Ne smije se zaboraviti postaviti na web stranici informacija o Uslovima prodaje i Izjava o privatnosti.

e-trgovina mora biti "user friendly" ali i sigurna, što znači da trgovac mora posebnu pažnju obratiti na zaštitu podataka kupaca.

Zaštita potrošača u e-trgovini

Zakon o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini je posebnu pažnju posvetio prodaji na osnovu ugovora na daljinu, pri čemu je u čitavom istoimenom poglavlju definisao sljedeće.

Ugovor o prodaji na daljinu je okarakterisan kao svaki ugovor koji se odnosi na prodaju proizvoda ili usluga, organizovanu od trgovca putem nekog "sredstva za prodaju na daljinu", a zaključuje se između trgovca i potrošača. U ovom slučaju "sredstvo za prodaju na daljinu" je internet.

Prilikom pregovaranja i zaključenja ugovora, s obzirom da nema fizičkog kontakta između prodavca i kupca, koristi se jedno ili više „sredstava za daljinsku komunikaciju“, koja predstavljaju štampani materijal, pisma, štampanu reklamnu poruku sa narudžbenicom, katalog, telefon, videofon - telefon sa ekranom, telefaks, radio, tv, kablovsku televiziju, elektronsku poštu i dr.

Pomenuti Zakon je propisao obavezu trgovca da prije zaključenja ugovora na daljinu preko sredstva za daljinsku komunikaciju obavijestiti potrošača o sljedećem:

- imenu, matičnom broju i punoj adresi trgovca i dobavljača, poreskom broju, brojevima telefona, faksa te e-mail adresi;

- periodu za koji vrijedi ponuda ili cijena;
- najkraćem roku trajanja ugovora, ako se radi o neprekinutoj ili redovnoj ponavljajućoj zaštiti;
- sudskoj nadležnosti i primjeni određenog materijalnog prava u slučaju spora.

Za vrijeme ugovaranja, a najkasnije prije isporuke, potrošač treba dobiti obavještenje u pisanoj ili drugoj trajnoj formi sa svim naprijed navedenim podacima.

Najčešće se obavještenje sa prednjim sadržajem šalje na e-mail adresu potrošača, odnosno (još uvijek potencijalnog) kupca.

Nakon pregovora, a neposredno nakon otpreme robe koja je predmet prodaje, trgovac je dužan na prikladan način obavijestiti kupca o vremenu i načinu otpreme, što se takođe uobičajeno šalje na e-mail adresu kupca.

Pored navedenih podataka, članom 46. ovog Zakona je propisano da obavještenje koje prodavac šalje kupcu treba sadržavati obavezu trgovca da podatke o potrošaču neće saopćiti trećoj strani, niti strani koja kao pravno ili fizičko lice djeluje unutar iste grupe preduzeća (koncern) kojoj

pripada trgovac, osim ako to potrošač odobri trgovcu u pisanoj formi, što je veoma bitno za zaštitu interesa i privatnosti kupca.

Zakon o zaštiti potrošača je propisao da kupac ima pravo bez troškova i bez obrazloženja odustati od ugovora na daljinu u roku od 15 dana, pri čemu rok za odustajanje počinje teći od dana kada je potrošač primio robu, a kod usluga od dana zaključenja ugovora.

Međutim, ako trgovac potrošaču nije dostavio naprijed navedeno obavještenje, rok za vraćanje traje tri mjeseca, što se takođe računa za robu od dana kada ga je kupac primio, a za uslugu od dana zaključenja ugovora.

Kada kupac odustane od ugovora o prodaji na daljinu, trgovac mu je dužan vratiti plaćeni iznos novca u roku od 15 dana od dana kada je primio pisano obavještenje od njega.

Ukoliko trgovac ne vrati plaćeni iznos, dužan je da, pored cijene i zakonskih zatezних kamata, plati i dodatnih 10 % iznosa za svakih 30 dana kašnjenja.

Obaveza trgovca je da isporuči proizvod ili pruži uslugu u roku od 15 dana od dana kada mu je potrošač poslao narudžbu.

Ukoliko trgovac ne izvrši svoju obavezu isporuke naručene robe ili usluge zbog toga što je nema ili mu nije na raspolaganju, potrošač mora biti informisan o ovoj situaciji i mora mu se izvršiti vraćanje bilo koje sume novca koju je uplatio što je prije moguće, a u bilo kojem slučaju u roku od 15 dana od dana kad je primio informaciju o nemogućnosti isporuke.

- imenu proizvoda ili usluge, imenu pod kojim se proizvod prodaje;
- glavnim svojstvima i upotrebnim vrijednostima proizvoda, odnosno usluge;
- cijeni i svim dodatnim troškovima za potrošača, uključujući sve poreze;
- bilo koje ostale troškove uključujući i troškove isporuke;
- načinu plaćanja, te načinu i predviđenom roku isporuke proizvoda ili pružanja usluge;
- uvjetima za ispunjenje i raskid ugovora;
- podatke o garancijama i uslugama poslije prodaje (servisiranje i prodaja rezervnih dijelova za vrijeme i poslije garantnog roka i dr.);
- pravu i roku za odustajanje od ugovora;



Naplata putem PayPal

Za kupovinu putem interneta najčešće prihvaćeno sredstvo plaćanja je PayPal.

Šta je PayPal?

PayPal je kalifornijska kompanija čiji su počeci uspostavljeni negdje krajem 1999. godine.

PayPal je započeo kao alternativa tradicionalnim „papirnim“ metodama kao što su čekovi i novčani ugovori.

Nakon različitih problema, danas je PayPal spješna poslovna priča, od 2002. godine u vlasništvu kompanije eBay, prisutan na gotovo svim tržištima svijeta sa više od 100 miliona aktivnih računa i 700 miliona dolara godišnjeg prihoda.

PayPal omogućava da se uplate i novčani prenos u potpunosti obavljaju putem interneta.

PayPal omogućava i plaćanja između dobavljača, aukcijskih stranica i ostalih komercijalnih korisnika, za što naplaćuje određeni iznos. Isto tako, ovisno o okolnostima, naplaćuje (postotak iznosa plus određeni fiksnu trošak) se i prijenos odnosno prijam novčanih sredstava. Ovo ovisi o korištenoj valuti, vrsti odabranog prijenosa, zemlja pošiljaoca, zemlja primaoca, iznosu koji je poslan te o vrsti korisničkog računa na koji se šalju sredstva.

Međutim, kada treba precizno definisati uslugu koju oni pružaju, onda stvari nisu tako jednostavne.

U stvarnom životu možemo naći čitav niz definicija što je to PayPal, a odgovori su: internetski servis, banka, internetska banka, servis elektroničkog plaćanja, web-aplikacija, e-Commerce, servis za transfer novca, servis za on-line naplatu roba i usluga itd.

Korištenje PayPal servisa omogućava pretvaranje novca sa kreditne kartice ili

bankovnog računa u elektronički novac te slanje istoga telekomunikacijskim putem firmama ili fizičkim licima.

On se, u stvari, oslanja na postojeću infrastrukturu banaka i kreditnih kartica i njegova upotreba je relativno jednostavna. Osim PayPala, postoje još neki servisi za internetsko plaćanja poput Moneybookersa, Kobo, Safepaya i 2CO, no njihov je doseg još uvijek prilično graničen, ponajviše zato što se ne mogu boriti sa PayPal-om.

PayPal nudi zaštitu kupaca i prodavača u sklopu svojih "PayPal Buyer Protection Policy" te "Seller Protection Policy" pravila. U tim pravilima zaštite on ističe da korisnik može poslati prigovor na transakciju unutar 45 dana od datuma izvršenja. To se odnosi na slučaj da kupac nije nikada primio ono što je platio ili da je primljeno primjetno i u većoj mjeri različito od onoga što je prodavatelj istaknuo. Ako se prigovor prihvati kupac dobije svoj novac nazad putem prevaljivanja troškova između paypal -a i kartičnih kuća. Sam paypal garantira svojim korisnicima stopostotnu sigurnost ukoliko dođe do neautoriziranog pristupa korisnikovom korisničkom računu.

Otvaranje računa iz BiH

Za otvaranje računa korisniku iz Bosne i Hercegovine je potrebno sljedeće:

- validna email adresa
- posjedovanje debitne ili kreditne kartice na svoje ime
- iznos na računu vezanom za karticu

Prvo što korisnik mora uraditi jeste registrirati račun na Paypal.com. Nakon uspješne registracije i potvrde računa sa mail adresom, potrebno je uvezati debitnu/kreditnu karticu sa

paypal računom, što je vrlo jednostavno i iziskuje osnovne podatke o osobi, broj i rok važenja kartice te adresu. Nakon povezivanja kartice PayPal će isplatiti sa računa određen iznos novca.. Nakon toga korisnik mora potvrditi karticu unosom četveroznamenkastog broja koji može potražiti u svojoj banci lično ili na način da nazove broj koji se nalazi na poleđini kartice.

Važeće debitne ili kreditne kartice za plaćanje ili primanje sredstava na PayPal račun iz BiH su

- VISA credit,
- VISA ELECTRON debit
- MasterCard debit
- AmericanExpress
- MasterCard credit

Problemi u naplati putem PayPal u BiH

Naplata putem PayPal u BiH egzistira, banke su je prihvatile (nakon dužeg perioda lutanja i odbijanja), međutim, propisi koji govore o deviznom poslovanju (a naplata od ino kupaca se vrši u stranim sredstvima plaćanja) ne idu u prilog praksi naplate putem PayPal. Naplata putem PayPal servisa nije u skladu sa Zakonom o deviznom poslovanju, niti sa Zakonom o unutrašnjem platnom prometu.

Poslovne banke u BiH "puštaju" transakcije koje se naplate na ovaj način, ali su one pod stalnom kontrolom od strane banaka, a naročito Agencije za bankarstvo FBiH. Mi smo još uvijek između trendova "zapada" i neprilagođene zakonske regulative, stoga, obratite pažnju ukoliko naplatu vršite putem ovog servisa, jer nije predviđena kao takva propisima u FBiH (dok je u RS nešto bolja situacija).



Praktično funkcionisanje e-trgovine - „koraci“ koje je obavezan uraditi trgovac u procesu organizovanju internet prodaje da zadovolji sve propisane uslove.



1. KORAK - registracija e-trgovine

Vrši se u skladu sa Zakonom o privrednim društvima (za pravna lica) ili prema Zakonu o unutrašnjoj trgovini FBiH (fizička lica). U toku registracije je bitno da pravno ili fizičko lice predvidi i upiše odgovarajuću šifru djelatnosti iz Odluke o standardnoj klasifikaciji djelatnosti BiH.

2. KORAK - podnošenje zahtjeva i izjave nadležnom općinskom organu
Zahtjev i izjava se podnose za prostor u kojem će se obavljati djelatnost trgovine, u smislu ispunjavanja opštih i posebnih uslova u pogledu minimalne-tehničke opremljenosti, u skladu sa pomenutim Uputstvom o formi i sadržaju izjave da prodajni objekat ispunjava zakonom propisane uslove za obavljanje trgovačke djelatnosti.

3. KORAK - organizovanje e-trgovine
Trgovac koji pokreće e-trgovinu mora i zraditi web shop na internetu preko kojeg će ostvarivati komunikaciju sa kupcima i na kojem će „izložiti“ osnovne i propisane karakteristike robe i usluga koje prodaje. Trgovac je obavezan u web shopu istaknuti cijene u KM, navesti osnovne karakteristike predmeta prodaje, uslove prodaje, plaćanja i ostale karakteristike koje su propisane zakonom o zaštiti potrošača. Cijene se ističu jasno, vidljivo i čitljivo, za jedinicu mjere proizvoda (ili usluge koju pruža). Pored isticanje cijene u KM trgovac može

cijenu istaknuti i u drugim valutama (informativna cijena).

U ovom „koraku“ do izražaja dolazi **kvalitet izrade web shopa**, koji se ogleda kroz jednostavnost pristupa informacijama, cjelovitost informacija, jednostavnost snalaženja u web shopu, kvalitet fotografija koje govore o predmetu prodaje i dr. Komplikivano kretanje u web shopu može odbiti kupca, bez obzira na obezbjeđenje visokog kvaliteta predmeta prodaje ili povoljne cijene.

4. KORAK - zaduženje e-trgovine robom
Propisima o trgovini je predviđeno zaduženje web shopa kao da se radi o „klasičnoj“ trgovini. U praksi se mogu pojaviti dvije mogućnosti: Prva je kada trgovac organizuje e-trgovinu kao dodatan način prodaje, pored „klasične“ trgovine, pri čemu se zaliha robe nalazi u „klasičnoj“ prodavnici i u jednoj trgovačkoj knjizi na malo. Ako trgovac obavlja e-prodaju na ovaj način, to može učiniti u vidu tradicionalne prodaje u poslovnom prostoru (prodavnici) uz istodobno otvorenu internetsku stranicu koja omogućuje kupcu pregled proizvoda i usluga koje trgovac nudi, ali se sama prodaja obavlja u prodavnici. Druga mogućnost je kada trgovac prodaju vrši samo preko web shopa, pri čemu ima zalihe robe koju nudi i trgovačku knjigu na malo. Praktično, trgovac ne vrši prodaju putem „klasične“ prodavnice, svu komunikaciju

obavlja putem interneta, a prostor mu služi samo za fizičko odlaganje i skladištenje robe koja je predmet prodaje. Veoma često trgovac i nema zaliha robe, već samo posreduje između prodavaca (takođe na internetu) i kupaca. Trgovac ipak i u tom slučaju mora osigurati prostoriju za skladištenje (materijalnih) proizvoda koje prodaje na opisani način i iz njega vršiti isporuku.

5. KORAK - interni akti o formiranju cijena
Internet trgovina takođe mora obezbijediti interne akte, Pravila o formiranju cijena robe i pisana pravila o uslovima prodaje (način plaćanja i isporuka, bonifikacija i sl.), koja će na prikladan način učiniti kupcu dostupnim i pridržavati se tih uslova.

6. KORAK - nivelacija cijena i odobravanje popusta
Prigodni popusti su čest slučaj u e-trgovini, pri čemu se postupa identično kao i u „klasičnoj“ trgovini. Za izvršeno smanjenje ili povećanje cijena se sačinjava nivelacija za zalihe čije se cijene niveliraju, što se evidentira u trgovačkoj knjizi na malo storno u koloni zaduženje. Nivelacije ili prigodni popusti se u web shopu ističu precrtavanjem stare cijene i isticanjem nove (najčešće niže) cijene.

Trgovac mora svoje prodajne uslove jasno, vidljivo i čitko istaknuti na svojoj web stranici.

Ako trgovac pojedinim skupinama potrošača odobrava posebne slove prodaje (porodiljama, mladencima, invalidima, penzionerima i dr.), ti uslovi također moraju biti jasno i vidljivo objavljeni na web stranici.

7. KORAK - prodaja robe

Prodaja robe se vrši na osnovu online narudžbi i ostale komunikacije putem interneta, pri čemu trgovac treba posebno obratiti pažnju na odredbe Zakona o zaštiti

potrošača.

Nakon prihvaćene narudžbe od strane kupca, vrši se dostava na dogovoren način (podizanjem robe u prostorijama trgovca ili trgovac dostavlja naručenu robu poštom ili vlastitim prevozom).

Plaćanje se može obaviti na tradicionalni način, gotovinom pouzećem ili uplato na dostavljeni račun, ili online, odnosno kreditnim karticama.

Trgovac je dužan izdati fiskalni račun kupcu, u skladu sa Zakonom o fiskalnim sistemima, Zakonu o unutrašnjoj trgovini FBiH i Zakonu o PDV-u.

Internet trgovina se može organizovati kao direktna ili indirektna.

Direktna e-trgovina podrazumijeva da se cjelokupno trgovačko poslovanje obavlja putem interneta u vidu „online narudžbe“, „online – dostave“ i „online plaćanja“ (plaćanje kreditnim karticama).

Kod **indirektna e-trgovine** se radi o kombinaciji „klasične“ trgovine i e-trgovine (npr. plaćanje gotovinom pri preuzimanju robe, preuzimanje robe u prostorijama prodavca i sl.).



Dokle je Bosna i Hercegovina došla u razvoju internet poslovanja?

Koliko bosanskohercegovačke firme koriste internet u poslovanju?

Ili možda bolje pitanje na koji način koriste internet u poslovanju?

Nismo zauzeli visoku poziciju.

Svjetski lider u korištenju interneta je Švedska, gdje 93 posto domaćinstava koristi internet. Poslije nje slijede Singapur, Danska, Holandija, Novi Zeland, Australija, Kanada, Tajvan, Irska i Južna Koreja.

Internet se uvijek povezuje sa virtualnim svijetom, međutim, njegov uticaj i značaj koji time dobija govori da internet formalno pripada virtualnom svijetu, ali suštinski postaje (ili je već postao, samo oga nismo svjesni) dio naše realnosti i stvarnosti.

I malo može postati veliko i značajno na internetu

S obzirom na značaj interneta u poslovanju, i njegovo sve veće i

raznolikije korištenje, ne može se zamisliti današnje poslovanje bez web stranice. I to jednostavne, sadržajne i dovoljno informativne stranice o vašem poslovanju.

Posebno je važno da mala i srednja preduzeća sebe predstavljaju putem web stranice, jer je to prilično jeftina reklama koja im dovodi kupce.

Malo preduzeće ili obrt može veoma dobro da iskoristi prednosti prisustva na internetu, pa tako u posljednje vrijeme veoma često nailazimo na online prodaje ili tzv. web trgovine koje su dosta jeftinije od „klasičnih“ prodavnica.

Najbolji primjeri su eBay kao najveća svjetska aukcijska internet platforma za prodaju, osnovana 1995. godine, zatim pik.ba, bosanskohercegovački kupoprodajni portal.

Međutim, treba biti prepoznatljiv u moru drugih web stranica, šarenila dizajna i ideja, a pitanje je – kako?

Koristite društvene mreže na pravi način

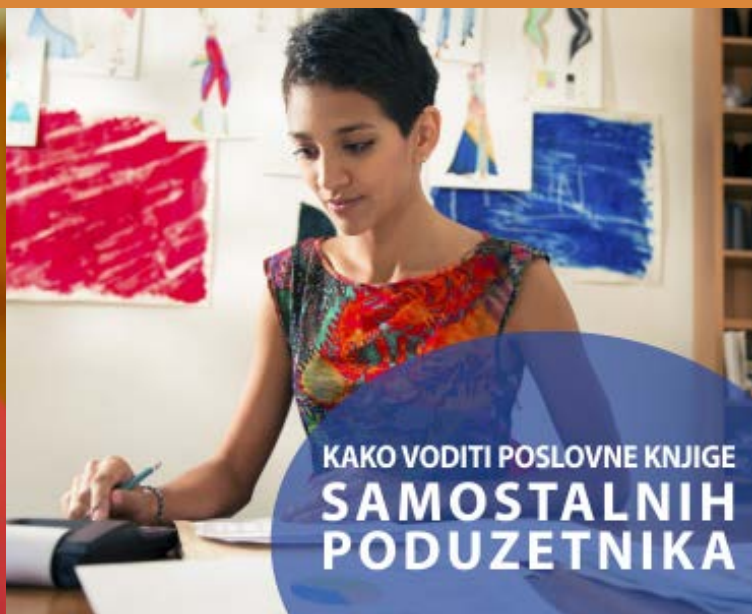
Jedan od najpopularnijih načina komunikacije sa potencijalnim i stvarnim kupcima i reklamiranje su društvene mreže, Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Pinteresta i druge.

Tu ste sa svojim informacijama i ponudom, što relativno malo košta, a potencijalnih kupaca je more. Veoma je bitno koristiti društvene mreže na pravi način, odnosno na način koji će maksimizirati koristi.

Primjer uspješne fan page Facebook stranice je Earthegey, koja je ušla u top 10 najboljih Facebook stranica malog biznisa za 2012. godinu, po izboru jednog od najvećih magazina za društvene mreže Social Media Examiner.



www.edukacija.chronos.ba



E-book je besplatni edukativni materijal namijenjen pretplatnicima portala chronos.ba. Izdaje se isključivo u elektronskoj formi i dio je edukativnog segmenta portala. Stavovi i mišljenja autora izneseni u ovoj publikaciji ne predstavljaju nužno stavove i mišljenja nadležnih državnih, entitetskih i kantonalnih organa i institucija.

Izdavač
CHRONOS doo
Branilaca Bosne 2A
Zenica
Bosna i Hercegovina
www.chronos.ba
T +387 32 442 750
F +387 32 202 581

Naslov publikacije
E-book "INTERNET PRODAJA, e-trgovina""

Autori:
Sanela Agačević
Urednica
Sanela Agačević
Grafički dizajn
Neven Miličević
Fotografije preuzete sa
www.freedigitalphotos.net
Mjesto i godina izdavanja
Zenica, novembar 2017.