



Пројекат финансира  
Европска унија



Република Србија  
Министарство трговине, туризма и  
телекомуникација



Република Србија  
Министарство привреде



# VODIČ ZA E-TRGOVCE

OBAVEZE TRGOVACA NA INTERNETU  
I POZITIVNA POSLOVNA PRAKSA



# VODIČ ZA E-TRGOVCE

OBAVEZE TRGOVACA NA INTERNETU  
I POZITIVNA POSLOVNA PRAKSA

## **VODIČ ZA E-TRGOVCE**

Obaveze trgovaca na internetu i pozitivna poslovna praksa

### **Izdavač:**

Projekat *Razvoj elektronskog poslovanja*

[www.eposlovanje.biz](http://www.eposlovanje.biz)

### **Nacionalni direktor projekta:**

Željko Rakić, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

### **Direktor Projekta:**

Sara Šrivz (*Sarah Shreeves*), Exemplas, Ltd.

### **Vođa projekta:**

Lešek Jakubovski (*Leszek Jakubowski*), Exemplas, Ltd.

### **Korisnici projekta:**

Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

Ministarstvo privrede

### **Autori:**

Nebojša Đurić, ekspert projekta *Razvoj elektronskog poslovanja*

Siniša Begović, ekspert projekta *Razvoj elektronskog poslovanja*

### **Saradnik:**

Bojana Amanović, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

### **Priprema i štampa:**

MaxNova Creative

### **Tiraž:**

1000 kopija

**ISBN: 978-86-80388-13-7**

Ova publikacija izrađena je u okviru projekta *Razvoj elektronskog poslovanja* koji finansira Evropska unija. Sadržaj publikacije apsolutno izražava stanovišta, mišljenja i stavove projekta *Razvoj elektronskog poslovanja* i ne predstavlja nužno stavove i mišljenja Evropske unije.

Projekat sprovodi konzorcijum predvođen *Exemplas Ltd* u saradnji sa: *ACE Consultants, European Profiles, Imorgon, Seidor i Teamnet International.*

# SADRŽAJ

## UVOD

Poverenje potrošača u elektronsku trgovinu ..... 6

## 1. INFORMISANJE POTROŠAČA (PREDUGOVORNA FAZA)

1.1 Identitet trgovca .....	9
1.2 Informacije o proizvodu .....	11
1.3 Informisanje o ceni .....	13
1.4 Informacije o isporuci .....	14
1.4.1 Troškovi slanja .....	14
1.4.2 Vreme isporuke .....	15
1.4.3 Ograničenja u vezi sa isporukom .....	16
1.5 Informacije o pravu na otkazivanje –odustanak od ugovora .....	17
1.6 Ostale informacije .....	18

## 2. FAZA KUPOVINE

2.1 Postupak poručivanja .....	20
2.2 Plaćanje (račun) .....	22
2.3 Potvrda kupovine putem maila .....	23

## 3 POSTPRODAJNE OBAVEZE

3.1 Iskorišćavanje prava na odustanak od ugovora	
3.1.1 Posledice otkazivanja ugovora .....	26
3.1.2 Povraćaj novca .....	29
3.1.3 Troškovi povraćaja robe .....	30
3.1.4 Posledice korišćenja prava na odustanak od ugovora na povezane ugovore .	31
3.2 Saobraznost .....	32
3.3 Garancija .....	35
3.4 Reklamacija .....	36
3.5 Potrošački prigovori i alternativni načini rešavanja potrošačkih sporova .....	37
3.6 Politika privatnosti i zaštita podataka .....	39

4. OZNAKE POVERENJA ( <i>E-TRUSTMARK</i> ) .....	43
--	----

# UVOD

Danas, u vremenu savremene elektronske trgovine, imate mogućnost predstavljanja svoje ponude milionima internet korisnika. Da li će oni doći na vaš veb-sajt zavisi od načina i kvaliteta vaše internet promocije tj. internet marketinga, ali ukoliko ste u tom segmentu sve odradili dobro i potrošači počnu da posećuju vaš veb-sajt, dalji uspeh zavisi od kvaliteta vaše ponude.

I na internetu kao i u realnom svetu prvi utisak je jako bitan. Šta će potrošači pomisliti o vama i kakav će prvi utisak steći kada posete vašu Internet stranicu za prodaju? Da li će se zadržati na njoj, pogledati proizvode i obaviti kupovinu, ili će već sledećim klikom otići na neki drugi konkurentski veb-sajt, zavisi pre svega od utiska koji je vaš veb-sajt ostavio na njih. Ako ne smatraju da ste kredibilni, da vam se može verovati, neće se zadržati na vašem veb-sajtu.

Elektronska trgovina zbog prirode virtuelnog okruženja u kome se odvija nosi sa sobom određene specifičnosti i regulisana je nizom zakona: Zakon o trgovini („Sl. glasnik RS br.“ 53/10 i 10/13), Zakon o elektronskoj trgovini („Sl. glasnik RS br.“ 41/09 i 95/13) i Zakon o zaštiti potrošača („Sl. glasnik RS br.“ 62/14).

S obzirom na specifičnost interneta kao sredstva za komunikaciju, zakon je predvideo niz rešenja koja će potrošačima pružiti adekvatan nivo zaštite njihovih prava, i time dovesti do povećanja osećanja sigurnosti i njihove spremnosti za trgovinu na daljinu.

Cilj ovog priručnika je da vam obezbedi osnovne informacije o vašim obavezama kao trgovca, kako biste proverili da li elektronsku trgovinu obavljate u skladu sa zakonom i pravilima dobre prakse.

Ispunjavanjem ovih obaveza stvarate uslove da vas potrošači dožive kao kredibilnog trgovca, da njihov prvi utisak o vašoj prodavnici bude povoljan, i da što veći broj njih završi uspešno ceo proces i postane vaš potrošač.

## Poverenje potrošača u elektronsku trgovinu

I dalje dva od svaka tri potrošača koji započnu proces kupovine i dodaju proizvode u potrošačku korpu neke od internet prodavnica, odustaju od kupovine i ne završavaju ceo proces. To ukupno širom sveta čini 5 milijardi dolara u izgubljenoj prodaji.

73 % potrošača smatra da je virtuelna *online* kupovina rizičnija nego *offline* u realnom svetu, od čega se 90% njih najviše plaši kupovine na novim i nepoznatim veb-sajtovima.

Od čega zavisi *online* poverenje? Da li korisnici interneta na isti način grade odnos poverenja u *online* i *offline* okruženju ukoliko su u pitanju iste aktivnosti?

Ovo su pitanja na koja je potrebno naći odgovor ako želimo da razumemo proces sticanja poverenja u *online* okruženju, koji je ključan za pronalaženje načina za povećanje poverenja potrošača u elektronsku trgovinu.

Generalno, interakcije u *online* okruženju nose sa sobom mnogo više rizika i nesigurnosti od istih tih aktivnosti u *offline* okruženju. Komunikacija više ne zavisi samo od dvoje ljudi, već je sada uključen i tehnički faktor, internet infrastruktura, faktori koji nisu pod kontrolom obe strane, i teže je prikupiti sve bitne informacije kako bi se izgradilo poverenje.

Proces trgovine *offline* uključuje lakšu procenu kredibiliteta prodavca, na osnovu posete njegovoj fizičkoj prodavnici, potrošač već počinje da, na osnovu kriterijuma koje u tom trenutku vidi i ocenjuje (lokacija, opremljenost, osoblje, snabdevenost, posećenost ...), formira određeno mišljenje o tome da li i u kojoj meri može da veruje trgovcu.

Sam proces kupovine takođe nosi mnogo manje rizika i neizvesnosti, potrošač robu može da vidi uzme u ruke i utvrdi da li je u skladu sa njegovim željama, plaćanje se obavlja na licu mesta, roba se preuzima i odmah prelazi u vlasništvo potrošača.

Najveća pitanja koja zabrinjavaju svakog *online* potrošača, naročito kada je prvi put na veb sajtu nekog njemu nepoznatog trgovca:

- Da li je trgovac legalan?
- Da li je taj način plaćanja na internetu siguran?
- Da li su moji lični podaci i podaci o platnoj kartici bezbedni?
- Da li će isporučiti robu?
- Da li će roba koju dobijem biti identična onome što sam video na veb sajtu?
- Ako roba koja stigne ne odgovara, da li mogu da je vratim, zamenim ili dobijem novac nazad?

Od načina na koji obavljate elektronsku trgovinu i informacija koje ste na vašim internet stranicama pružili potrošačima zavisi da li će oni imati utisak da pružate pozitivan odgovor na gore navedena pitanja.

### **Generalno se proces elektronske trgovine može podeliti u tri faze:**

*Prvu, predugovornu fazu* u kojoj je potrošač došao na vaš veb sajt, razgleda i bira proizvode, odabrane stavlja u korpu i vrši proces kreiranja porudžbine.

*Drugu* u kojoj je završetkom poručivanja i klikom na taster kojim poručuje sa obavezom plaćanja, ušao u ugovorni odnos i postao kupac.

*I treću, fazu nakon kupovine*, u kojoj po prijemu proizvoda potrošač očekuje da može da zameni-vrati proizvod ako mu ne odgovara ili da ostvaruje dalja prava iz garancije ukoliko zadrži proizvod.

U narednim poglavljima priručnika obradićemo sve tri faze i ukazati vam na obaveze koje kao e-trgovac imate u svakoj od njih.



# 1 INFORMISANJE POTROŠAČA

## (PREDUGOVORNA FAZA)

Prema Zakonu o trgovini, elektronska trgovina (trgovina online, trgovina putem interneta) je daljinska trgovina na malo koja se vrši ponudom putem sredstava komunikacija, potrošaču koji nije neposredno prisutan.

Kao i u trgovini na prodajnom mestu, i u elektronskoj trgovini, potrošač razgleda i bira proizvode, odabrane stavlja u korpu i vrši proces kreiranja porudžbine.

Bitno je da ga na najkompletniji mogući način obavestite o vašem identitetu, svim kontakt informacijama, proizvodima, ponuđenim načinima plaćanja i isporuke, vašoj politici privatnosti, reklamacionoj proceduri, garancijama za povrat robe-novca ili zamenu proizvoda. Kompletnost ovih informacija obezbediće potrošaču potreban osećaj sigurnosti za nastavak procesa kupovine.



## 1.1 IDENTITET TRGOVCA

Na internetu kao i u realnom svetu prvi utisak je jako bitan. Šta će potrošači pomisliti o vama i kakav će prvi utisak steći kada posete vašu internet stranicu? Da bi potrošači stekli poverenje u vas važno je da znaju ko ste. Objavite sve relevantne informacije o vama kao pravnom licu, gde ste i kako registrovani, poslovno ime, PIB, MBR, gde vas mogu naći tj. adresu sedišta firme, i kako vas mogu kontaktirati na koje brojeve telefona i adrese e-pošte. Ovo je preduslov da potrošač počne da razmišlja o vama kao o kredibilnom trgovcu u koga može imati poverenja.

Zakon o elektronskoj trgovini kaže da ste vi kao trgovac dužni da, u obliku i na način koji je neposredno i stalno dostupan, potrošačima (a i nadležnim organima državne uprave) pružite sledeće informacije:

### 1) naziv trgovca;

(U praksi je čest slučaj da naziv veb sajta ne predstavlja naziv trgovca, tako da bilo kakve razlike treba objasniti, na primer ABC.rs je brend firme ABC. Dužni ste da potrošaču predočite svoj pun naziv, naziv pod kojim ste registrovani za obavljanje date delatnosti. U slučajevima kada neki trgovac elektronsku trgovinu obavlja u ime nekog drugog trgovca, i identitet tog drugog trgovca se mora predočiti potrošačima.)

### 2) sedište trgovca;

(Trgovci su dužni da navedu adresu na kojoj su registrovani za obavljanje delatnosti. Poštanska adresa (poštanski fah) nije dovoljna u ovu svrhu. Ako se adresa na kojoj firma obavlja delatnost razlikuje od adrese na koju je firma registrovana, trgovac ili pružalac usluga dužan je da potrošaču pruži informacije o adresi na koju on može da uputi eventualne pritužbe. U slučajevima kada neki trgovac elektronsku trgovinu obavlja u ime nekog drugog trgovca, i identitet tog drugog trgovca se mora predočiti potrošačima).

### 3) informacije na osnovu kojih potrošač može brzo i nesmetano da ostvari komunikaciju sa trgovcem, uključujući i elektronsku adresu;

(Trgovci su dužni da navedu kontakt-informacije uključujući svoju adresu e-pošte i broj telefona, putem kojih je moguće brzo uspostaviti kontakt i komunicirati sa njima na direktan i delotvoran način. Nuđenje isključivo formulara za kontaktiranje nije dovoljno).

### 4) podatke o upisu u Registar privrednih subjekata, odnosno drugi javni registar;

### 5) pojedinosti o nadležnom organu, ako delatnost pružaoca usluga podleže službenom nadzoru;

## 6) u pogledu posebno regulisanih delatnosti, odnosno profesija:

- profesionalno ili slično strukovno udruženje kod koga je pružalac usluga registrovan;
- profesionalni naziv i država koja ga je odobrila;
- uputstva o profesionalnim pravilima u državi u kojoj se obavlja delatnost i mestu njihove dostupnosti.

## 7) poreski identifikacioni broj (PIB), kao i broj obveznika poreza na dodatu vrednost, iz potvrde o izvršenom evidentiranju za porez na dodatu vrednost izdate od strane nadležnog poreskog organa, ako je pružalac usluga obveznik poreza na dodatu vrednost.

### SAVET:

Uključite informacije o svojoj firmi na početku sekcije o „Uslovima prodaje” ili ih izdvojite kao poseban deo, u vidu stranice tipa „O nama” na vašem veb sajtu. Odgovarajući primer toga bi bio:

Pun naziv pravnog subjekta: Udarnik D.O.O.

Poštanska adresa: Kralja Milana 32, 11000 Beograd

Delatnost i šifra delatnosti: 47.91

Trgovina na malo posredstvom pošte ili interneta

Matični broj: 123456

Poreski broj (PIB) 123456789

Web adresa: [www.udarnik.rs](http://www.udarnik.rs)

Kontakt telefon: 011/111-222

Kontakt e-mail: [maloprodaja@udarnik.rs](mailto:maloprodaja@udarnik.rs)



## 1.2 INFORMACIJE O PROIZVODU

Za donošenje razumne odluke da kupe robu ili pribave uslugu, potrošačima je potrebno da budu upoznati sa svojstvima robe ili usluga i drugim pojedinostima. Trgovci samoinicijativno, vođeni sopstvenim ekonomskim interesima, obično informišu potrošače. Međutim, iako je to interes trgovca, može se desiti da trgovac ne učini potrošaču dostupnim sve informacije koje su mu neophodne. Zbog toga je zakonom predviđeno da, ukoliko nisu očigledne iz konteksta, s obzirom na okolnosti koje prate zaključenje ugovora, trgovac ima obavezu da potrošača pre zaključenja ugovora na jasan i razumljiv način obavesti o sledećim stavkama.

Kao trgovac dužni ste da prilikom prodaje preko interneta pružite opis glavnih karakteristika robe ili usluga, i to na jasan i razumljiv način, prilagođen komunikaciji na daljinu, pre nego što se potrošač ugovorom obaveže na kupovinu. U trgovini putem interneta, „odgovarajući način“ obično podrazumeva isticanje detalja vezanih za glavne karakteristike robe ili usluga koje se tu prodaju.

Obezbeđivanje detaljnih informacija o robi i uslugama koje trgovac nudi nije samo zakonska obaveza već je i činilac koji potpomaže prodaju istih. Potrudite se da maksimalno informišete potrošača. Što je opis proizvoda i usluga detaljniji, precizniji i slikovitiji, to će potrošaču biti lakše da načini informisan izbor. Nedostatak informacija može ga navesti da odustane od kupovine. Jasnim i potpunim informisanjem dobijate manje upita potrošača koji su u fazi naručivanja, ali i smanjeni procenat vraćene ili reklamirane robe nakon prodaje. I potrudite se da pružite samo tačne i istinite informacije koje ne dovode potrošača u zabludu!

### SAVET:

Jedno od češćih pitanja koje se javlja u praksi je i pitanje o tome koliko detaljno treba navoditi informacije i opis proizvoda. Sve ono što je kao informacija dostupno potrošaču u fizičkoj prodavnici mora biti dostupno i *online*.

Pr. Da li se može tumačiti da je i e-trgovac koji obavlja elektronsku trgovinu u obavezi da navede tekst deklaracije u opisu proizvoda (jer je u obavezi da pruži sve relevantne informacije o proizvodu neophodne za donošenje odluke o kupovini)? ODGOVOR JE DA. Ukoliko se prodaje *online*, to je ponuda i mora imati sve elemente kao i ponuda na prodajnom mestu.

Trgovci koji nude neki digitalan sadržaj, podatke koji su proizvedeni u digitalnom obliku, u obavezi su da, pre sklapanja ugovora na daljinu, potrošaču na jasan i razumljiv način pruže ili učine dostupnim informacije o funkcionalnosti proizvoda,

uključujući primenljive tehničke mere zaštite digitalnog sadržaja kao i informacije o eventualnoj kompatibilnosti digitalnog sadržaja sa hardverom i softverom, koje je trgovac svestan ili se može očekivati da je svestan iste.

#### SAVET:

Informacije o proizvodu treba navesti na stranici na kojoj se on prodaje, gde potrošači i očekuju da ih vide.

Preuzimanje digitalnog sadržaja u neopipljivoj formi obično se vrši putem „skidanja“ tj. preuzimanja sa interneta (engl. *downloading*) ili tzv. striminga (engl. *streaming*).

Trgovac je dužan da pribavi prethodnu izričitu saglasnost potrošača ako se isporuka digitalnog sadržaja ne vrši na trajnom nosaču zapisa i potvrdu potrošača da zna da takvom isporukom gubi pravo na odustanak od ugovora.

Najčešće greške koje trgovci mogu u ovom delu obaveštavanja o proizvodu i uslugama da naprave je da u opisu proizvoda-usluge navedu podatke koji ih na neprecizan ili netačan način opisuju, ili da iz opisa izostave bitan podatak koji je potrošaču neophodan za potpuno informisanje.

Zakonom o zaštiti potrošača zabranjuje se obmanjujuća poslovna praksa koje utiče ili može da utiče na potrošača da donese drugačiju odluku prilikom kupovine. Cilj ovih zabrana je da potrošači od trgovaca na jasan i pravovremen način dobiju informacije koje su im neophodne ne bi li se odlučili za odgovarajući proizvod nakon što su bili valjano obavešteni o njemu.

Do obmanjujućeg oglašavanja uglavnom dolazi kada trgovac obmanjuje potrošača putem informacija vezanih za proizvod ili njegovim lažnim predstavljanjem, čime navodi potrošača da, trenutno ili u nekom budućem trenutku, promeni odluku u vezi sa kupovinom.

Zakonom je, takođe, zabranjeno izostavljanje informacija sa namerom obmane potrošača. Do ovoga dolazi kada prodavac izostavi ili sakrije neke „materijalne informacije“ ili ih predoči potrošaču na nejasan, nerazumljiv, nečitak, višesmislen ili nepravovremen način, čime navede prosečnog potrošača da promeni svoju odluku u vezi sa kupovinom. „Materijalne informacije“ su informacije koje prosečan potrošač mora da ima, u datom kontekstu, kako bi doneo informisanu odluku. Stoga je za prodavce važno da sve odgovarajuće informacije učine lako dostupnim na svom veb-sajtu.

### 1.3 INFORMACIJE O CENI

Cena je jedan od glavnih faktora koji utiče na odluku potrošača da li da kupi neki proizvod ili ne.

Trgovac je dužan da na nedvosmislen, čitak i lako uočljiv način istakne prodajnu, odnosno jediničnu cenu robe ili usluge. Prodajna cena je ukupna, konačna cena po jedinici robe, ili date količine robe, odnosno konačna cena usluge, uključujući sve poreze i dažbine.

Trgovac je dužan da pored prodajne cene označi i jediničnu cenu za prethodno upakovane proizvode.

Jedinična cena je prodajna cena obračunata po kilogramu, litru, metru, kvadratnom metru, kubnom metru ili drugoj jedinici mere koja se uobičajeno koristi u prometu određene robe/usluge.

Jedinična cena se ne mora posebno isticati ako je jednaka prodajnoj ceni.

Cena se ističe u valuti platnog prometa. Izuzetno, cena može da se ističe u stranoj valuti, sa naznakom obračunskog kursa, u trgovini uslugama u turizmu koje su u neposrednoj vezi sa inostranstvom, vozilima, odnosno u skladu sa posebnim propisima.

U obavezi ste da pre zaključenja ugovora na daljinu obavestite potrošača o prodajnoj ceni ili načinu na koji će se prodajna cena obračunati ako se zbog prirode robe ili usluge prodajna cena ne može utvrditi unapred.

U slučaju ugovora sa neodređenim trajanjem ili ugovora koji sadrži pretplatu, u obavezi ste da obavestite potrošača o prodajnoj ceni koja obuhvata ukupne troškove za obračunski period, kada se ovakvim ugovorima predviđa plaćanje fiksne sume, prodajna cena obuhvata ukupne mesečne troškove; kada se ukupni troškovi ne mogu pouzdano unapred obračunati, saopštava se način na koji će se prodajna cena obračunavati.

U slučaju postojanja specijalnih ponuda, prodavac je dužan da obavesti potrošača o trajanju perioda tokom kojeg će ta specijalna ponuda ili sniženje važiti.

#### SAVET:

Klauzu „sve cene sadrže PDV“ treba uključiti u „Uslove prodaje“. Takođe se po kraj svake cene na internet stranici za prodaju može navesti da ona sadrži PDV, dodavanjem napomene „u cenu je uračunat iznos PDV-a“ ili „cena je iskazana sa PDV-om“.

## SAVET:

Ne možete se bilo kojom odredbom vaših „Uslova prodaje“ ograditi od navedene cene na veb sajtu. Primer: „Trgovac ima pravo da otkáže porudžbenicu uz slanje obaveštenja potrošaču putem e-pošte ukoliko je došlo do grube greške prilikom postavljanja cene na veb sajtu, npr. umesto 10 000 je navedena cena 100 din“ Ovo ne bi smelo da stoji u „Uslovima prodaje“. Naime, navedena cena na veb sajtu je ponuda i na ovaj način slanje poruke e-pošte bi značilo raskid ugovora. Ugovor se može raskinuti samo pod određenim uslovima, tako da bi potrošač mogao da tuži trgovca, a zakon ima veću pravnu snagu od „Uslova prodaje“ navedenih na veb sajtu.

## 1.4 INFORMACIJE O ISPORUCI

### 1.4.1 Troškovi slanja

Vi ste kao trgovac dužni da obavestite potrošača o postojanju bilo kakvih troškova isporuke na jasan i nedvosmislen način.

Kad je u pitanju elektronska trgovina, postoje tri najčešća načina da ovo učinite:

1. U „Uslovima prodaje“ navedite da je u cene uključen PDV, ali da postoje i dodatni troškovi slanja. Oni se prikazuju i dodaju na cenu tokom procesa naručivanja.
2. Uz svaku cenu stoji i link kojim se dolazi do iznosa koji je potrebno platiti za slanje robe (npr. „Cena je prikazana sa iznosom PDV-a, ali bez troškova slanja“ ili „Cena plus troškovi slanja“. Cenovnik troškova slanja može da sadrži fiksnu cenu bez obzira na lokaciju potrošača, individualnu cenu slanja u zavisnosti od zemlje i mesta prebivališta potrošača, ili troškovi slanja mogu zavisi i od drugih parametara kao što su veličina i težina paketa.
3. Tačan iznos troškova slanja navodi se odmah pored cene proizvoda.

Ukoliko troškove slanja nije moguće izračunati unapred, dužni ste da naglasite da je potrošač taj koji snosi troškove isporuke.

Normalno je da se u nekim slučajevima troškovi slanja proizvoda ne mogu precizno proceniti unapred, usled toga što ključni faktori poput ukupne cene i količine porudžbine ili destinacije nisu poznati. Međutim, nakon što potrošač obezbedi sve detalje neophodne da se kupovina obavi, teško je tvrditi da se precizni troškovi slanja ne mogu izračunati.

## SAVET:

Ukoliko nudite „besplatnu isporuku“ obavezno napomenite pod kojim uslovima to činite. Ukoliko ste na svom vebsajtu ili u klauzuli o „Uslovima prodaje“ naveli da nudite besplatno slanje, to znači da ste se obavezali da isporučite proizvod potrošaču bez obzira na način slanja ili adresu na kojoj se potrošač nalazi.

Ako zapravo želite da ponudite besplatnu isporuku samo na teritoriji Republike Srbije, onda tako i navedite.

### 1.4.2 Vreme isporuke

Što se tiče informisanja potrošača o uslovima kupovine pre sklapanja kupoprodajnog ugovora, po zakonu ste dužni da obavestite potrošača o vremenu isporuke ili vremenu nakon kojeg ćete poslati porudžbinu potrošaču. Ova informacija se potrošaču mora obezbediti pre nego što se on obaveže na kupovinu potpisivanjem ugovora na daljinu.

Obaveza trgovca je da isporuči robu koju je potrošač naručio bez nepotrebnog odlaganja i to najduže 30 dana nakon što su strane potpisale kupoprodajni ugovor, osim ako obe strane nisu sporazumno pristale na duži period.

Vreme isporuke je jedna od glavnih karakteristika koju kao prodavac možete da iskoristite ne bi li se razlikovali od drugih prodavaca. Što ste brže u mogućnosti da isporučite robu, to veću prednost zadobijate nad konkurencijom.

## SAVET:

Ukoliko je to moguće, prodavcima savetujemo da potrošačima daju neko očekivano vreme isporuke robe na svakoj stranici sa robom na svom vebsajtu. Očekivano vreme isporuke se može dodati i kao dodatan korak u procesu naručivanja, na zasebnoj stranici vebsajta do koje se dolazi nakon što potrošač završi sa kupovinom svih željenih artikala.

Što ranije i jasnije predočite ovu informaciju potrošaču, to ćete kao trgovac delovati privlačnije, a to zauzvrat može biti odlučujući faktor koji će ohrabriti potrošača da se odluči baš za vas, umesto za konkurenciju.

Samo se postarajte da potrošaču ne pružite različita vremena isporuke za isti predmet na više mesta na vebsajtu (npr. jedno vreme na stranici za predstavljanje proizvoda, a zatim drugo na stranici sa odgovorima na najčešća pitanja ili zasebnoj stranici za očekivano vreme isporuke, do koje će potrošač doći tokom procesa naručivanja).

### 1.4.3 Ograničenja u vezi sa isporukom

Ukoliko postoje neka ograničenja u vezi isporuke, moraju biti predočena potrošaču.

#### Praktičan savet

Jasno naznačite na svojoj internet stranici na kojoj teritoriji ste spremni da vršite isporuku proizvoda, npr. u delu o "w" ili u zaglavlju. Postarajte se da ne dajete protivrečne informacije u vezi sa teritorijom na kojoj vršite isporuku. Informacije koje ste istakli na veb sajtu treba da se poklapaju sa opcijama koje pružate potrošačima tokom poručivanja. Na primer, ako vršite isporuku samo na teritoriji Republike Srbije, potrošačima treba da omogućite kupovinu proizvoda samo ako kao adresu za isporuku navedu neku adresu u Republici Srbiji.

Ukoliko vaš veb sajt nudi odabir zemlje iz padajućeg menija, u njega uključite samo zemlje u koje isporučujete robu.

Trebalo bi da pažljivo razmotrite troškove slanja u sve delove Republike Srbije. To vam može pomoći da odlučite gde ćete sve biti voljni da šaljete robu i da prema tome odredite svoje troškove slanja.

#### SAVET:

Često se u „Uslovima prodaje“ navodi da trgovac, samostalno ili kurirskom službom organizuje prevoz kupljene robe na adresu potrošača, a realno podrazumevaju isporuku ( pr. ukoliko je stan u zgradi u pitanju ) do ulaznih vrata u objekat. Prema Zakonu o prebivalištu i boravištu građana „adresa stanovanja podrazumeva grad, opštinu, naseljeno mesto, ulicu ili trg, kućni broj, sprat i broj stana, u skladu s propisima kojima se uređuje teritorijalna organizacija“ čime je jasno navedeno da je i broj stana deo adrese potrošača. Ali kada su stambene zgrade u pitanju često je nejasno šta znači isporuka „na adresu“ ili „na vrata“.

Savetujemo vam da izvršite korektnu isporuku do stana potrošača. Ovo je jedino ispravno a možda je razlog potrošača i povod za *online* kupovinu iz određenih razloga baš isporuka do stana.



## 1.5 INFORMISANJE O PRAVU NA OTKAZIVANJE – ODUSTANAK OD UGOVORA

Pravo na otkazivanje robe i usluge ključni je deo zaštite prava potrošača u trgovini na daljinu, odnosno kada trgovac i potrošač nisu neposredno prisutni. Kada je reč o elektronskoj trgovini, potrošači nisu u mogućnosti da ispituju robu pre kupovine na isti način na koji to mogu da urade lično u radnji. Stoga se Zakonom o zaštiti potrošača kupcima garantuje dodatna zaštita kada kupuju robu i usluge na ovaj način. On potrošačima garantuje zakonsko pravo da otkazu porudžbinu u roku od 14 dana, bez navođenja razloga. Potrošači u tom slučaju imaju pravo na povraćaj novca, čak i ako roba nema nikakvu manu.

Trgovac je dužan da pre zaključenja ugovora na daljinu potrošača obavesti o:

- 1) uslovima, vremenskom roku i postupku za ostvarivanje prava na odustanak od ugovora.
- 2) obavezi da plati trgovcu razumne troškove ako potrošač ostvaruje pravo na odustanak od ugovora nakon što je podneo zahtev na zakonom propisan način. (Potrošač snosi isključivo direktne troškove vraćanja robe).
- 3) kada pravo na odustanak od ugovora nije predviđeno, da bude obavešten o tome da ne može da koristi pravo na odustanak ili da bude obavešten o okolnostima pod kojima gubi pravo na odustanak od ugovora;
- 4) postojanju njegovog ugovornog odnosa sa poštanskim operatorom preko koga potrošač može, u slučaju reklamacije zbog nesaobraznosti, da pošalje robu o trošku trgovca.
- 5) dužnosti potrošača da snosi troškove povraćaja robe u slučaju odustanka od ugovora, a za ugovore na daljinu, ako se roba zbog svojih karakteristika ne može vratiti poštom, troškove vraćanja robe;

Kao trgovac u obavezi ste da obavestite potrošača o njegovom pravu da odustane od ugovora pre nego što se on ugovorom obaveže.

### SAVET:

Najbolje je da sve informacije o pravu na odustanak od ugovora, rokovima i postupku propišete u „Uslovima prodaje“. Kako biste ispunili obaveze propisane zakonom preporučuje se da informacije o pravu na odustanak uključite u poruku e-pošte koji se automatski šalje potrošačima nakon naručivanja.

Ukoliko potrošaču ne obezbedite informaciju o njegovom pravu na odustanak kao što je gore opisano, period predomišljanja se produžava za 12 meseci, a računa se od dana isteka roka za odustanak od ugovora. Ali ukoliko ovu informaciju pružite potrošaču kasnije bilo kada u roku od 12 meseci od dana zaključenja ugovora, rok od 14 dana počinje da teče kada potrošač dobije obrazac za odustanak.

Potrošač neće biti odgovoran za umanjenu vrednost robe u slučaju kada mu trgovac nije dostavio obaveštenje o pravu na odustanak od ugovora.

## 1.6 OSTALE INFORMACIJE

Prema propisima Republike Srbije kojima je regulisana zaštita potrošača trgovac potrošaču mora predočiti i informacije o:

- 1) načinu plaćanja, načinu i roku isporuke, načinu izvršenja drugih ugovornih obaveza;
- 2) postojanju zakonske odgovornosti zbog nesaobraznosti robe ili usluge ugovoru;
- 3) načinu izjavljivanja reklamacije trgovcu, a naročito o mestu prijema i načinu postupanja trgovca po njima, kao i uslovima koji se odnose na ostvarivanje prava potrošača po osnovu saobraznosti;
- 4) prilikom ponude i prodaje tehničke robe o dostupnosti rezervnih delova, priključnih aparata i sličnih delova, tehničkog servisa, odnosno održavanja i opravke za vreme i posle prestanka perioda u kojem odgovara za nesaobraznost ugovoru, odnosno posle prestanka proizvodnje i uvoza robe;
- 5) postojanju i uslovima postprodajnih usluga i garancijama;
- 6) uslovima za raskidanje ugovora, ako je zaključen na neodređeno vreme ili ako se produžava automatski; trajanju ugovora, i minimalnom trajanju ugovornih obaveza;
- 7) trošku korišćenja sredstava komunikacije na daljinu za zaključivanje ugovora kada se taj trošak obračunava na osnovi različitoj od osnovne tarife;
- 8) postojanju primenjivih kodeksa dobre poslovne prakse i načinu na koji se može steći uvid u sadržaj kodeksa, gde je primenjivo;
- 9) minimalnom trajanju ugovornih obaveza potrošača u skladu sa ugovorom;
- 10) mogućnosti pristupa vansudskim mehanizmima za rešavanje sporova koje trgovac unapred prihvata i načinima pristupa.

U slučaju digitalnih sadržaja i o:

- 1) funkcionalnosti, uključujući i mere tehničke zaštite digitalnog sadržaja;
- 2) relevantnoj interoperabilnosti digitalnog sadržaja sa hardverom i softverom o kojima trgovac ima saznanja ili o kojima se razumno može očekivati da ima saznanja.

Trgovac je dužan da pribavi prethodnu izričitu saglasnost potrošača ako se isporuka digitalnog sadržaja ne vrši na trajnom nosaču zapisa i potvrdu potrošača da zna da takvom isporukom gubi pravo na odustanak od ugovora.

Bitno je da znate da ako ugovor bude zaključen ova obaveštenja po sili zakona postaju sastavni deo ugovora. Teret dokazivanja izvršenja obaveze obaveštavanja potrošača o ovim podacima snosite vi kao trgovac.

Ako prilikom zaključenja ugovora ne postupite u skladu sa obavezom obaveštavanja, potrošač može zahtevati poništenje ugovora, nezavisno od toga da li ste imali nameru da ga propuštanjem obaveštavanja navedete na zaključenje ugovora. Pravo da se zahteva poništaj ugovora prestaje istekom godinu dana od dana zaključenja ugovora.

Nepružanje ovih informacija u cilju obaveštavanja može se smatrati izostavljanjem informacija sa ciljem obmanjivanja potrošača, a samim tim i zakonskim prekršajem.

Isto tako bitno je da znate da ste u obavezi da u razumnom roku po zaključenju ugovora, a najkasnije u vreme isporuke robe ili početka pružanja usluge, na trajnom nosaču zapisa, predate potrošaču:

- 1) obrazac za odustanak;
- 2) čitko i razumljivo obaveštenje o svemu navedenom, na srpskom jeziku;
- 3) ugovor ili ispravu o ugovoru.



# 2

## FAZA KUPOVINE

### 2.1 POSTUPAK PORUČIVANJA

Poručivanje igra najvažniju ulogu u trgovanju preko interneta. S jedne strane, prodavci treba da se potrudu da ceo proces bude što kraći i jednostavniji, kako potrošači ne bi odustali od kupovine. S druge strane, zakon nalaže da se u toku samog postupka biranja proizvoda potrošačima moraju predočiti određene informacije kako bi bili u stanju da donesu informisanu odluku pre nego što odluče da nastave sa kupovinom.

Kada je u pitanju elektronska trgovina, potrošači moraju biti jasno informisani o postojanju bilo kakvih prepreka u vezi sa isporukom i načinima plaćanja najkasnije na početku postupka poručivanja / kupovine.

Zakon zahteva od trgovca da potrošaču obezbedi neke informacije pre nego što se zakonski obaveže na kupovinu, i to na jasan i istaknut način, direktno pre nego što potrošač naruči proizvod.

To znači da mora postojati **stranica na kojoj se rezimiraju detalji u vezi sa porudžbinom**. Na ovoj stranici morate da pružite informacije o glavnim karakteristikama robe i usluga, ukupnoj ceni sa uključenim PDV-om, troškovima slanja ili bilo kojim drugim dodatnim troškovima.

Zakon od trgovca zahteva da dobije izjavu potrošača da mu je jasno da porudžbina podrazumeva obavezu da plati. U elektronskoj trgovini, poručivanje proizvoda se obično obavlja pritiskanjem za to predviđenog tastera na stranici. Obaveza je da na tasteru ili u njegovoj neposrednoj blizini bude napomena „poručivanje sa obavezom plaćanja“ ili slično.

Ukoliko ne pribavite izričitu potvrdu potrošača da njegova porudžbina podrazumeva da će platiti proizvod ili uslugu, tj. ako ne označite taster na adekvatan način, potrošač neće biti obavezan kupoprodajnim ugovorom.

Sledeći primer vam pokazuje kako da pružite informacije o kupovini koje potrošači očekuju da vide i koje ste po zakonu obavezni da pružite, zajedno sa pravilno označenim dugmetom za naručivanje ili kupovinu.

Od vas se ne zahteva da insistirate da potrošač štriklira kućice kojima bi stavio do znanja da je shvatio svoja prava u vezi sa otkazivanjem i prihvatio „Uslove prodaje“. Međutim, u slučaju izbijanja spora u vezi sa tim da li su vaši uslovi bili izvršeni u ugovor koji ste potpisali sa potrošačem i da li je potrošač bio informisan o svom pravu na otkazivanje robe ili usluga, ovo će vam možda biti od pomoći da dobijete slučaj:

## LOGO

1 Korpa za kupovinu
2 Adresa
3 Način plaćanja
4 Rezime kupovine
5 Potvrda porudžbine

Pročitao/-la sam i prihvatam uslove prodaje  
 Informisan/-a sam o svom pravu da otkážem kupovinu / uslugu

**Adresa za isporuku:**

Ime i Prezime  
 Adresa za isporuku 1  
 11000 Beograd

**Adresa za naplatu:**

Ime i Prezime  
 Adresa za naplatu 2  
 11000 Beograd

Način plaćanja (izmeni):  
kreditna kartica

Proizvod:	Cena:	Količina:	Ukupno:
PROIZVOD 1 <small>OPIŠ GLAVNIH KARAKTERISTIKA PROIZVODA</small>	100 DIN	2 KOM	200 DIN
PROIZVOD 2 <small>OPIŠ GLAVNIH KARAKTERISTIKA PROIZVODA</small>	300 DIN	1 KOM	300 DIN
PROIZVOD 3 <small>OPIŠ GLAVNIH KARAKTERISTIKA PROIZVODA</small>	250 DIN	2 KOM	500 DIN

**Troškovi isporuke:** 250 DIN  
**PDV:** 200 DIN  
**Sve ukupno:** 1450 DIN

Porudžbina sa obavezom plaćanja

Jedan od ciljeva važećih zakona koji uređuju oblast elektronske trgovine jeste da zabrani praksu korišćenja unapred štrikliranih kućica za dodatna / nepotrebna plaćanja, kao što je naknada za pakovanje robe ili dodatno osiguranje, koje prevaziilazi osnovne obaveze trgovca (da isporuči naručenu robu). Prodavci i dalje, naravno, mogu da ponude dodatne usluge uz osnovni ugovor ali opcija dodatnog plaćanja se ne sme uključiti u proces naručivanja po automatizmu; potrošač mora da da svoj izričiti pristanak za dodatno plaćanje.

Unapred štriklirane kućice su verovatno najčešće korišćena nedozvoljena praksa u poslovanju u ovakvim slučajevima; međutim, ova zabrana takođe važi i za slučajeve kada se od potrošača traži da štriklira kućice ukoliko ne želi dodatnu uslugu.

#### SAVET:

U slučaju da nudite dodatne usluge potrošačima za dodatnu novčanu nadoknadu, postarajte se da to bude dodato glavnoj porudžbini isključivo putem kućica za štrikliranje koje potrošač lično mora da štriklira.

## 2.2 PLAĆANJE (RAČUN)

Stranica na kojoj se nalaze „Uslovi prodaje“ ili bilo koja stranica na kojoj ste naveli važne informacije za potrošača treba da sadrži i informacije o dostupnim načinima plaćanja (one spadaju u predugovorne informacije koje se potrošaču moraju predočiti prema Zakonu o zaštiti potrošača).

Ukoliko je robu ili usluge moguće platiti debitnom ili kreditnom karticom, potrošač bi trebalo da bude obavešten o vremenu izvršenja transakcije, tj. trenutku kada će mu sredstva biti skinuta sa kartice).

Kao i slučaju informacija o ograničenjima u vezi sa isporukom robe, prodavac je dužan da obavesti potrošača o dostupnim načinima plaćanja, najkasnije na početku procesa naručivanja.

Nije dovoljno samo ponuditi raspoložive načine plaćanja u procesu poručivanja.

Trgovac je dužan da pomene i bilo kakve eventuale dodatne troškove.

Bitno je napomenuti da vi kao trgovac, bez obzira na izabrani način plaćanja, potrošaču ne smete naplatiti više od iznosa koji vi sami snosite usled korišćenja tog izabranog načina plaćanja.

Ukoliko dodatni troškovi vezani za plaćanje nisu uključeni u cenu proizvoda ili ako potrošačima nije jasno predočeno da ovi troškovi nisu uključeni u cenu, to se smatra obmanjivanjem potrošača.

Ako se slanjem porudžbenice istovremeno prihvata i obaveze plaćanja, o tome mora da postoji jasno obaveštenje na porudžbenici, odnosno na tasteru ili nekoj drugoj sličnoj funkciji, ako se slanje porudžbenice vrši njihovim aktiviranjem.

Ukoliko trgovac ne postupi u skladu sa ovim, ugovor ili porudžbenica ne obavezuju potrošača.

## IZDAVANJE RAČUNA

Trgovac je dužan da za kupljenu robu ili uslugu potrošaču izda račun. Svaki izdat račun mora da sadrži:

- 1) naziv ili poslovno ime, adresu i podatke koji su značajni za utvrđivanje identiteta trgovca;
- 2) podatke o prodatoj robi ili pruženoj usluzi;
- 3) prodajnu cenu;
- 4) datum izdavanja računa.

U slučaju da se ugovorna obaveza trgovca sastoji od više usluga koje se posebno naplaćuju, trgovac je dužan da, na zahtev potrošača, dostavi specifikaciju cene u pisnoj formi radi utvrđivanja cene za svaku od izvršenih usluga.

Trgovac mora da se pridržava istaknute cene i uslova prodaje.

Da li ste kao e-trgovac u obavezi da izdajete fiskalni račun?

Spisak delatnosti kod čijeg obavljanja ne postoji obaveza izdavanja fiskalnog računa nalazi se u Uredbi o određivanju delatnosti kod čijeg obavljanja ne postoji obaveza evidentiranja prometa preko fiskalne kase. Delatnost 47.91 Trgovina na malo posredstvom pošte ili interneta, spada u tu grupu.

## 2.3 POTVRDA KUPOVINE PUTEM IMEJLA

### Potvrda porudžbine i ugovora

Zakon od vas kao trgovca zahteva da potrošaču potvrdite da ste primili porudžbinu bez nepotrebnog odlaganja i to elektronskim putem. Uobičajena je praksa da se potrošaču šalje automatski generisana poruke e-pošte odmah nakon obrade porudžbine. Najbolja je praksa da u toj poruci pošaljete sve informacije koji ste dužni da predočite potrošaču pre zaključenja ugovora.

Jedan od formalnih uslova za zaključenje ugovora na daljinu od trgovca zahteva da potrošaču da potvrdu o sklapanju ugovora u pisanoj formi ili na nekom drugom trajnom nosaču zapisa.

Trajni nosač zapisa:

- a) dozvoljava da informacije budu direktno upućene primaocu,
- b) omogućava primaocu da čuva te informacije tako da im kasnije može opet pristupiti na vremenski period koji je dovoljno dug da bi se svrha sa kojom su te informacije poslate ispunila, i
- c) omogući neizmenjenju reprodukciju sačuvanih informacija.

Puko postavljanje informacija na vaš vebisajt nije dovoljno da bi se on okvalifikovao kao trajni nosač zapisa jer se informacije na njemu mogu promeniti u bilo kom trenutku nakon što im je potrošač pristupio, i zato što se na njemu ne može da stoji adresa potrošača.

E-pošta, papir (pismo) i faks predstavljaju trajni nosač zapisa za čuvanje informacija. Generalno govoreći, obezbeđivanje traženih / obaveznih informacija putem e-pošte predstavlja najzgodniji i najekonomičniji metod.

Potvrda kupovine mora da sadrži sve informacije koje ste kao prodavac morali da pružite potrošaču na svom vebisajtu (osim ako mu već niste obezbedili te informacije na nekom trajnom nosaču zapisa pre sklapanja ugovora na daljinu).

Ukoliko se radi o ugovoru za snabdevanje digitalnim sadržajem koji se ne nalazi na opipljivom mediju, potvrda mora da sadrži i potvrdu od strane potrošača da je pristao na snabdevanje digitalnim sadržajem tokom perioda otkazivanja i da se odriče prava na otkazivanje usluge (u slučajevima kada je potrošač potvrdio/pristao na to).

Potvrda ugovora se mora poslati potrošaču u nekom razumnom vremenskom periodu nakon sklapanja ugovora, ali ni u kom slučaju ne nakon isporuke robe ili, u slučaju pružanja usluge, pre trenutka nakon što se otpočne sa njenim pružanjem.

#### SAVET:

Kako biste bili sigurni da nećete zaboraviti da potvrdite relevantne informacije, preporučujemo vam da ih uključite u poruku e-pošte kojom ćete potrošaču potvrditi kupovinu. Mogli biste, npr. da u tu poruku uključite i PDF dokument sa uslovima vezanim za kupovinu i informacijama o pravu na otkazivanje iste (ako ova informacija nije uključena u „Uslove prodaje“), i pružite potrošaču informacije o prodavcu ili pružaocu usluga, kao i nestandardizovane informacije (npr. informacije karakteristične samo za određenu porudžbinu - detalje o robi, ceni i troškovima slanja) u samoj poruci e-pošte.



Naredni primer predstavlja model koji možete slediti u skladu sa ranije opisanim scenarijima.

#### PRIMER:

Uzorak poruke e-pošte kojim prodavac potvrđuje porudžbinu i ugovor. Ova poruka e-pošte se šalje odmah po prispeću porudžbine, čime se formira ugovor i definiše način plaćanja - kreditna kartica.

Poštovani (ime),

Zahvaljujemo vam na porudžbini našeg proizvoda, koju prihvatamo ovom porukom e-pošte.

Naručili ste sledeće proizvode:

(molimo navedite pojedinačne proizvode i cene, kao i ukupnu cenu, uključujući iznos PDV-a i troškove slanja)

Jednu (1) fudbalsku loptu (cena)

Dve (2) stolice tipa „Leo“(cena)

troškovi slanja: (cena)

ukupna cena: (cena)

Izabrali ste metod plaćanja (npr. kreditna kartica i vrsta kartice)

(vaša kreditna kartica je zadužena za gore navedeni iznos)

Dodajte kompletne „*Uslove prodaje*“ u formi PDF dokumenta ovoj poruci e-pošte. Postarajte se da informacije koje ste obavezni da dostavite budu uključene u „*Uslove prodaje*“ ili samu poruku e-pošte.

U slučaju da politika otkazivanja nije uključena u „*Uslove prodaje*“, kompletno uputstvo i informacije u vezi sa otkazivanjem možete prikačiti uz poruku e-pošte u vidu PDF dokumenta. Ne zaboravite da pomenete bilo kakve izuzetke u slučaju da želite da ih napravite.



# 3

## POSTPRODAJNE OBAVEZE

Proces komunikacije sa potrošačem se ne završava prilikom isporuke i naplate. Zakon o zaštiti potrošača definiše obaveze trgovca nakon izvršene kupovine.

### 3.1. ISKORIŠĆAVANJE PRAVA NA ODUSTANAK OD UGOVORA

Nakon što poruče neki proizvod preko interneta, potrošači imaju odeđeni period vremena (poznat kao period „predomišljanja“) tokom kojeg imaju pravo da raskinu kupoprodajni ugovor bez ikakvog objašnjenja i razloga. Taj period traje 14 dana i računa se u kalendarskim danima.

**TABELA 1 - Računanje rokova za odustanak potrošača od ugovora:**

Tip ugovora	Kada nastupa kraj perioda „predomišljanja?“
Ugovor o prodaji robe	Rok od 14 dana računa se od trenutka kada roba dospe u državinu potrošača, odnosno trećeg lica koje je odredio potrošač, a koje nije prevoznik
Ugovor o prodaji robe - kada potrošač jednom porudžbenicom naruči više vrsta roba koje se isporučuju zasebno	Rok od 14 dana počinje da teče kada poslednja vrsta naručene robe dospe u državinu potrošača, odnosno trećeg lica koje je odredio potrošač, a koje nije prevoznik.
Ugovor o prodaji robe - kada se isporuka robe sastoji iz više pošiljki i delova.	Rok od 14 dana počinje da teče kada je poslednja pošiljka ili deo, dospao u državinu potrošača, odnosno trećeg lica koje je odredio potrošač, a koje nije prevoznik.
Ugovor o prodaji robe - kada je zaključen ugovor na neodređeno vreme sa periodičnim isporukama robe.	Rok od 14 dana počinje da teče kada prva pošiljka robe dospe u državinu potrošača, odnosno trećeg lica koje je odredio potrošač, a koje nije prevoznik.
Ugovor o pružanju usluga	Rok od 14 dana računa se od trenutka zaključenja ugovora između potrošača i trgovca.

Da bi iskoristio svoje pravo na otkazivanje ugovora, potrošač mora da obavesti trgovca o svojoj odluci. Ne postoje nikakvi posebni zahtevi u vezi sa načinom na koji će potrošač saopštiti svoju odluku, osim da o tome mora postojati nedvosmislena izjava. Takva izjava se može dati putem poruke e-pošte, poštom ili preko telefona. Međutim, teret dokazivanja da je roba ili usluga otkazana pada na potrošača.

Svoje pravo na odustanak od ugovora potrošač ostvaruje izjavom koju može dati na posebnom obrascu za odustanak od ugovora zaključenog na daljinu, ili na drugi nedvosmislen način. Izjava o odustanku od ugovora kod ugovora na daljinu smatra se blagovremenom ukoliko je poslata trgovcu u roku od 14 dana, a proizvodi pravno dejstvo od dana kada je poslata trgovcu. Ako trgovac omogući potrošaču da elektronski popuni i pošalje obrazac za odustanak, dužan je da ga o prijemu obrasca bez odlaganja obavesti u pisanoj formi ili na drugom trajnom nosaču zapisa.

Obrazac za odustanak mora da sadrži sledeće elemente:

- naziv, adresu, broj telefona, broj faksa i elektronsku poštu trgovca;
- izjavu potrošača kojom na jasan i razumljiv način obaveštava trgovca da odustaje od ugovora;
- datum zaključenja ugovora;
- datum prijema robe;
- razloge za odustanak, uz napomenu da potrošač nije dužan da ih navede;
- ime, prezime i adresu potrošača;
- svojeručni potpis potrošača, ukoliko obrazac dostavlja poštom ili faksom;
- datum popunjavanja obrasca.

**PRIMER:**

**IZJAVA O ODUSTANKU OD UGOVORA ZAKLJUČENOG NA DALJINU**

<b>Popunjava trgovac</b>	<b>Naziv:</b>		<b>Adresa:</b>	
	<b>Broj telefona/faksa:</b>		<b>Elektronska pošta:</b>	
<b>Popunjava potrošač</b>	Ovim obaveštavam da odustajem od ugovora o prodaji sledeće robe/usluge(*):			
	Datum zaključenja ugovora		Datum prijema robe	
	Razlozi za odustanak (nije obavezno popunjavati):			
	<b>Ime i prezime potrošača:</b>			
	<b>Adresa potrošača:</b>			
<b>Potpis potrošača</b> (ukoliko se dostavlja poštom ili faksom):		<b>Datum</b> (popunjavanja obrasca):		

(\* Precrtati nepotrebno.

**SAVET:**

Potrošač nije u obavezi da navodi svoje razloge za odustanak od ugovora. Uz polje „Razlozi za odustanak” obavezno stavite napomenu „nije obavezno popunjavati” kao u gornjem primeru obrasca.

U slučaju da potrošač ostvari svoje pravo odustanka od ugovora, smatra se da ugovor nije ni zaključen i nastaju sledeće obaveze:

**Obaveze trgovca:** da bez odlaganja izvrši povraćaj uplata koje je primio od potrošača, uključujući i troškove isporuke, a najkasnije u roku od 14 dana od dana kada je primio obrazac za odustanak. (Trgovac vrši povraćaj koristeći ista sredstva plaćanja koja je potrošač koristio u prvobitnoj transakciji, osim ako se potrošač nije izričito saglasio sa korišćenjem drugog sredstva plaćanja i pod uslovom da potrošač zbog takvog povraćaja ne snosi nikakve troškove.)

**Obaveze potrošača:** dužan da vrati robu trgovcu ili licu ovlašćenom od strane trgovca, bez odlaganja, a najkasnije u roku od 14 dana od dana kada je poslao obrazac za odustanak. Potrošač snosi isključivo direktne troškove vraćanja robe, osim ako se trgovac saglasio sa tim da ih on snosi ili ako nije prethodno obavestio potrošača da je potrošač u obavezi da ih plati.

Predviđeni su i izuzeci od prava na odustanak od ugovora. Potrošač nema pravo da odustane od ugovora u slučaju:

- pružanja usluga, nakon što je usluga u potpunosti izvršena, ako je pružanje usluge počelo nakon izričite prethodne saglasnosti potrošača i uz njegovu potvrdu da zna da gubi pravo na odustanak od ugovora kada trgovac u potpunosti izvrši ugovor;
- isporuke robe proizvedene prema posebnim zahtevima potrošača ili jašno personalizovane;
- isporuke robe koja je podložna pogoršanju kvaliteta ili ima kratak rok trajanja;
- isporuke zapečaćene robe koja se ne može vratiti zbog zaštite zdravlja ili higijenskih razloga i koja je oštećena nakon isporuke.

Potrošač je isključivo odgovoran za umanjenu vrednost robe koja nastane kao posledica rukovanja robom na način koji nije adekvatan, odnosno prevazilazi ono što je neophodno da bi se ustanovili priroda, karakteristike i funkcionalnost robe.

Potrošač neće biti odgovoran za umanjenu vrednost robe u slučaju kada mu trgovac nije dostavio obaveštenje o pravu na odustanak od ugovora.

### 3.1.1 Posledice otkazivanja ugovora

Kada potrošač iskoristi svoje pravo da odustane od ugovora (da otkáže robu ili uslugu) potrošač više nije u obavezi da je plati, a prodavac više nije u obavezi da je isporuči. Otkazivanjem kupovine prestaju da važe obaveze svih strana u ugovoru.

### 3.1.2 Povraćaj novca

Jedna od vaših obaveza koja nastaje u trenutku kada potrošač iskoristi svoje pravo da odustane od ugovora, jeste obaveza povraćaja novca, da bez odlaganja izvršite povraćaj uplata koje ste primili bez zadržavanja ikakve provizije. Tu spada ju i cena robe i cena isporuke, tj. slanja robe potrošaču.

Sledeći troškovi se ne moraju nadoknaditi potrošaču:

a) U slučajevima kada je potrošač prihvatio da snosi troškove slanja u slučaju povraćaja robe.

b) Generalno govoreći, vi ste kao trgovac dužni da potrošaču nadoknadite troškove slanja u slučaju otkazivanja kupovine. Međutim, u slučajevima kada se potrošač odlučio za način slanja koji je skuplji od najjeftinijeg uobičajnog načina slanja koji ste kao trgovac ponudili, dužni ste da nadoknadite samo onaj iznos koji bi potrošač platio za taj najpovoljniji način slanja. Na primer, ukoliko je potrošač izabrao opciju da mu roba stigne već sutradan, (tj. brzo umesto standardnom poštom, koja predstavlja napovoljniji i generalno prihvatljivi način slanja) prodavac bi potrošaču vratio samo iznos koji bi ovaj morao da plati da je izabrao standardan način slanja.

#### SAVET:

Neka vam najpovoljniji i generalno prihvatljivi načina slanja robe bude onaj koji ćete po automatizmu nuditi u postupku poručivanja. Na potrošaču će biti da se izričito odluči za drugi, skuplji metod.

U slučaju kada vam je standardan način isporuke besplatan, ali potrošač izabere superiorniji način slanja uz dodatan trošak, nećete biti dužni da nadoknadite troškove slanja.

Povraćaj sredstava se mora izvršiti bez ikakvog odlaganja, i ne kasnije od vremenskog roka definisanog u nastavku.

Trgovac može da odloži povraćaj sredstava dok ne dobije robu koja se vraća, ili dok potrošač ne dostavi dokaz da je poslao robu trgovcu u zavisnosti od toga šta nastupa prvo, osim u slučaju kada je trgovac ponudio da sam preuzme robu.

U slučaju prodaje robe, povraćaj sredstava se mora izvršiti najkasnije po isteku 14 dana od dana kada ste primili robu nazad. Međutim, ukoliko vam potrošač pruži dokaz da je poslao robu, a vi je niste još primili, u obavezi ste da izvršite povraćaj sredstava u roku od 14 dana nakon dana kada ste primili taj dokaz. Ukoliko ste pristali da preuzmete robu ili u svim drugim slučajevima (npr. u slučaju poništava-

nja ugovora o pružanju usluga) povraćaj novca se mora izvršiti po isteku 14 dana nakon dana kada je prodavac bio obavešten o odluci potrošača da poništi ugovor. Povraćaj novca se mora izvršiti na isti način na koji je potrošač izvršio plaćanje, osim ako potrošač eksplicitno ne pristane na drugo rešenje.

#### SAVET:

Obratite pažnju na situacije u kojima je proizvod koji potrošač vraća, trenutno sa sniženom cenom u vašoj prodavnici. Cena u momentu kupovine je važeća cena. Ukoliko se reklamacija rešava raskidanjem ugovora, vrši se povraćaj novca u onom iznosu koji je naznačen na računu. Bez obzira da li je u međuvremenu roba pojeftinila ili poskupela, potrošač vraća robu, a trgovac iznos koji je plaćen prilikom kupovine bez obzira na trenutnu cenu.

(Zakonom o obligacionim odnosima regulisano je, da prilikom raskida ugovora svaka ugovorna strana vraća ono što je primila.)

### 3.1.3 Troškovi povraćaja robe

Zakon vam dozvoljava pravo da kao trgovac prenesete troškove povraćaja robe na potrošača. Kako bi to učinili, dužni ste da pre sklapanja kupoprodajnog ugovora obavestite potrošača da će on snositi troškove povraćaja robe.

Ukoliko trgovac potrošaču ne predoči ovu informaciju, on je dužan da snosi troškove povraćaja robe.

Odgovarajuća klauza u „Uslovima prodaje“ kojom bi trgovac mogao da obaveže potrošača da vrati robu i snosi troškove tog povraćaja mogla bi da glasi ovako:

#### PRIMER:

#### Troškovi povraćaja robe

Dužni ste da robu vratite na našu kontakt-adresu (adresa trgovca) na sopstveni račun, osim u slučaju da smo vam isporučili pogrešnu robu ili ako je roba oštećena ili falična. U tim slučajevima mi ćemo snositi troškove povraćaja robe.

U slučaju pruženih usluga, kada potrošač ostvaruje pravo na odustanak od ugovora nakon što je dostavio zahtev-izjavu za odustanak, dužan je da plati trgovcu iznos koji je srazmeran sa izvršenim uslugama do momenta kada je potrošač obavestio trgovca o ostvarivanju prava na odustanak od ugovora.

Srazmerni iznos koji potrošač treba da plati trgovcu obračunava se na osnovu prodajne cene dogovorene ugovorom, koja ne može biti viša od tržišne vrednosti onoga što je bilo isporučeno.

Potrošač ne snosi troškove za pruženu uslugu ako nije dao prethodnu izričitu saglasnost za početak izvršenja pre isteka roka od 14 dana, tj. da se sa izvršenjem počne u toku roka za odustanak od ugovora.

### 3.1.4 Posledice korišćenja prava na odustanak od ugovora na povezane ugovore

Ovo važi za bilo koji ugovor koji je povezan sa glavnim ugovorom, a koji dajete vi ili treća strana ( npr. banka ) na osnovu dogovora o saradnji između vas i treće strane.

Ovo se odnosi i na ugovor o kreditu koji je povezan s potrošačkim ugovorom, nezavisno od toga da li je potrošaču kredit odobrio trgovac ili treće lice.

Na primer, u slučajevima kada potrošači podignu kredit samo zato da bi finansirali plaćanje robe ili usluga, poništavanjem glavnog ugovora o snabdevanju potrošača tom robom ili uslugama značilo bi i poništenje dodatka ugovoru (tj. podizanje kredita) bez ikakvih daljih troškova.

Ako je treće lice odobrilo kredit potrošaču za potrebe finansiranja obaveza iz određenog ugovora sa trgovcem:

- 1) trgovac je dužan da o odustanku od ugovora obavesti davaoca kredita;
- 2) davalac kredita je dužan da potrošaču bez odlaganja vrati iznos koji je potrošač platio do odustanka od ugovora sa kamatom, a najkasnije u roku od 30 dana od dana kada je obavešten o odustanku od ugovora.

## 3.2. SAOBRAZNOST

Kao profesionalac koji se bavi prodajom određene robe, i koji je u odnosu na potrošača u položaju veće informisanosti i odgovornosti za svoje poslovanje, dužni ste da potrošaču isporučite robu koja je saobrazna ugovoru.

Šta znači saobraznost robe?

Pretpostavlja se da je isporučena roba saobrazna ugovoru:

- 1) ako odgovara opisu koji je dao prodavac i ako ima svojstva robe koju je prodavac pokazao potrošaču kao uzorak ili model;  
(Ovo je jedan od razloga zbog koga morate obratiti veliku pažnju da opis proizvoda/usluge na vašem veb-sajtu bude detaljan i precizan)
- 2) ako ima svojstva potrebna za naročitu upotrebu za koju je potrošač nabavlja, a koja je bila poznata prodavcu ili mu je morala biti poznata u vreme zaključenja ugovora;



- 3) ako ima svojstva potrebna za redovnu upotrebu robe iste vrste;
- 4) ako po kvalitetu i funkcionisanju odgovara onome što je uobičajeno kod robe iste vrste i što potrošač može osnovano da očekuje s obzirom na prirodu robe i javna obećanja o posebnim svojstvima robe data od strane prodavca, proizvođača ili njihovih predstavnika, naročito ako je obećanje učinjeno putem oglasa ili na ambalaži robe.

Za saobraznost robe i usluge, odgovarate isključivo vi kao trgovac. Jedini slučaj kada ste oslobođeni odgovornosti je ukoliko je u trenutku zaključenja ugovora potrošaču bilo poznato (ili mu nije moglo ostati nepoznato) da roba nije saobrazna ugovoru, ili ukoliko vršite uslugu nakon koje se utvrdi da je uzrok nesaobraznosti u materijalu koji je potrošač sam dao.

Koliko dugo ste odgovorni za saobraznost? Kao prodavac odgovorni ste za nesaobraznost robe ugovoru koja se pojavi u roku od **dve godine** od dana prelaska rizika na potrošača.

Kod prodaje polovne robe, može se ugovoriti kraći rok u kome prodavac odgovara za nesaobraznost, koji ne može biti kraći od jedne godine.

U periodu dok traje otklanjanje nesaobraznosti ne teku ovi rokovi. Ako je roba bila na opravci rok se produžava za onoliko vremena za koliko je potrošač bio lišen upotrebe stvari.

Ako se nesaobraznost pojavi u prvih šest meseci, potrošač ima pravo da bira između zahteva da se nesaobraznost otkloni zamenom, odgovarajućim umanjnjem cene ili da izjavi da raskida ugovor. U istom periodu otklanjanje nesaobraznosti opravkom je moguće samo uz izričitu saglasnost potrošača. To znači da u prvih šest meseci ne možete nametati potrošaču opravku proizvoda kao način za otklanjanje nedostataka.

Sve troškove koji su neophodni da bi se roba saobrazila ugovoru, a naročito troškove rada, materijala, preuzimanja i isporuke, snosite vi kao prodavac. Ali imate pravo da zahtevate od proizvođača u lancu nabavke te robe, da vam nadoknadi troškove.

Ukoliko se posle prve opravke pojavi isti ili drugi nedostatak saobraznosti potrošač ima pravo da zahteva zamenu, odgovarajuće umanjnje cene ili da raskine ugovor, a ponovna opravka je moguća samo uz izričitu saglasnost potrošača.

Kao prodavac odgovorni ste i za nesaobraznost nastalu zbog nepravilnog pakovanja, nepravilne instalacije ili montaže koju ste izvršili vi ili lice pod vašim nadzorom, kao i kada je nepravilna instalacija ili montaža robe posledica nedostatka u uputstvu koje ste predali potrošaču radi samostalne instalacije ili montaže.

Svoju odgovornost koju kao prodavac imate za nesaobraznost robe ugovoru ne možete ograničiti ili izuzeti na bilo koji način (npr. ne možete odredbom ugovora smanjiti rok od dve godine). Zakonom je isključena mogućnost da se ova odgovornost ograniči ili isključi ugovorom. To znači da odgovornost prodavca za nesaobraznost predstavlja zakonski instrument zaštite potrošača koji treba razlikovati od garancije kao ugovornog instrumenta zaštite potrošača.

## Saobraznost usluge

Prodavac je dužan da potrošaču pruži uslugu koja je saobrazna ugovorenoj.

Usluga nije saobrazna ugovorenoj ako:

- 1) po sadržini, kvalitetu i svrsi ne odgovara opisu koji je prodavac pre zaključenja ugovora dao oglasom ili na drugi sličan način;
- 2) ne odgovara opisu koji je prodavac dao u toku pružanja usluge pod uslovom da je to moglo da utiče na odluke potrošača;
- 3) nema posebna svojstva koja je zahtevao potrošač, a koja su prodavcu bila ili su morala biti poznata u trenutku zaključenja ugovora;
- 4) nema redovna svojstva usluga iste vrste;
- 5) ne odgovara očekivanjima koja su osnovana s obzirom na prirodu usluge i javna obećanja prodavca u pogledu posebnih svojstava usluge, a naročito ako su učinjena oglasom;
- 6) po sadržini, kvalitetu i svrsi ne odgovara opisu koji je pre zaključenja ugovora, oglasom ili na drugi sličan način dalo treće lice u ime prodavca.

Ako usluga nije saobrazna ugovorenoj, potrošač može da zahteva od prodavca da izvrši saobraznu uslugu.

Ako je izvršenje saobrazne usluge nemoguće ili protivpravno ili predstavlja nerasazmerno opterećenje za prodavca, potrošač može zahtevati umanjeње cene ili raskid ugovora.

### 3.3. GARANCIJA

Za razliku odgovornosti za nesaobraznost koja je zakonski garantovana, garancija je dodatni, ugovorni korak, kojim vi kao trgovac ili proizvođač (davalac garancije) nudite posebne pogodnosti svojim potrošačima. Svaka izjava trgovca (posebno oglašavanje!) kojom iznosi određenu tvrdnju o kvalitetu ili svojstvima proizvoda, kao i podrške koju pruža nakon kupovine, smatra se garancijom.

Trgovac nije dužan da garanciju izdaje u pismenoj formi, osim na zahtev potrošača, ali posjedovanje pismene garancije olakšava poslovanje.

Garantni list je isprava u pisanom ili elektronskom obliku, odnosno na drugom trajnom nosaču zapisa, koja sadrži sve podatke iz garancije, navedene na jasan i čitljiv način, lako razumljivim jezikom, a naročito podatke o:

- 1) pravima koja potrošač ima na osnovu zakona i da garancija ne isključuje niti utiče na prava potrošača koja proizilaze iz zakonske odgovornosti prodavca za nesaobraznost robe ugovoru;
- 2) nazivu i adresi davaoca garancije;
- 3) nazivu i adresi prodavca ako on nije istovremeno i davalac garancije;
- 4) datumu predaje robe potrošaču;
- 5) podacima koji identifikuju robu (model, tip, serijski broj i sl.);
- 6) sadržini garancije, uslovima i postupku ostvarivanja prava iz garancije;
- 7) trajanju garantnog roka i prostornom važenju garancije.

Vi ste kao davalac garancije dužni da na zahtev potrošača izdate garantni list, koji se po pravilu sačinjava u pisanom obliku, na papiru. Ukoliko se potrošač saglasi, garantni list se može izdati i u elektronskom obliku, odnosno na drugom trajnom nosaču zapisa koji je dostupan potrošaču.

Posebno je predviđena zabrana zloupotrebe reči garancija i prekršajna sankcija, što znači da se garancijom ne mogu uticati, menjati ili prikazivati kao posebna pogodnost prava koja potrošač ima na osnovu saobraznosti robe i drugih prava u skladu sa zakonom.

Garancija ne isključuje niti utiče na prava potrošača u vezi sa saobraznošću robe ugovoru.

#### SAVET:

Termin garancija smete koristiti samo ako u ugovoru opisujete prava koja potrošaču dajete, a koja nisu zakonom već obuhvaćena. Isto tako garancijom se smatra i ukoliko se kao prodavac odlučite da produžite neki od zakonski predviđenih rokova. Na primer, ukoliko izjavite da odgovarate za nesaobraznost u roku dužem od dve godine.

## SAVET:

Kao trgovac ne smete skraćivati garantni rok. Odgovorni ste za nesaobraznost robe ugovoru koja se pojavi u roku od dve godine od dana kupovine. Ukoliko potrošač uloži reklamaciju u bilo kada u periodu do dve godine od dana kupovine, trgovac je u obavezi da u roku od 8 dana odgovori na reklamaciju potrošača, a u roku od 30 dana da je reši.

## 3.4. REKLAMACIJA

Potrošač može da izjavi reklamaciju trgovcu radi ostvarivanja svojih prava, zbog pogrešno obračunate cene i drugih nedostataka.

Trgovac je dužan da na prodajnom mestu, u ovom slučaju na veb sajtu, vidno istakne obaveštenje o načinu i mestu prijema reklamacija, kao i da obezbedi prisustvo lica ovlašćenog za prijem reklamacija u toku radnog vremena.

Potrošač može da vam izjavi reklamaciju na mestu određenom za prijem reklamacija, telefonom, pisanim putem, elektronskim putem, odnosno na trajnom nosaču zapisa, uz dostavu računa na uvid ili drugog dokaza o kupovini (kopija računa, slip i sl.)

Kao prodavac dužni ste da vodite evidenciju primljenih reklamacija i da je čuvate najmanje dve godine od dana podnošenja reklamacija potrošača. Dužni ste da potrošaču izdate pisanu potvrdu ili elektronskim putem potvrdite prijem reklamacije, odnosno saopštite broj pod kojim je zavedena njegova reklamacija u vašoj evidenciji primljenih reklamacija.

Zakon predviđa da se *Evidencija o primljenim reklamacijama* vodi u obliku ukořičene knjige ili u elektronskom obliku i da sadrži naročito podatke o podnosiocu i datumu prijema reklamacije, podatke o robi, kratkom opisu nesaobraznosti i zahtevu iz reklamacije, datumu izdavanja potvrde o prijemu reklamacije, odluci o odgovoru potrošaču, datumu dostavljanja te odluke, ugovorenom primerenom roku za rešavanje na koji se saglasio potrošač, načinu i datumu rešavanja reklamacije, kao i informacije o produžavanju roka za rešavanje reklamacije.

Dužni ste da bez odlaganja, a najkasnije u roku od **osam dana** od dana prijema reklamacije, pisanim ili elektronskim putem odgovorite potrošaču na izjavljenu reklamaciju. Vaš odgovor na reklamaciju potrošača mora da sadrži odluku da li prihvata reklamaciju, izjašnjenje o zahtevu potrošača i konkretan predlog i rok za rešavanje reklamacije. Rok ne može da bude duži od 15 dana, odnosno 30 dana za tehničku robu i nameštaj, od dana podnošenja reklamacije.

Ako dobijete prethodnu saglasnost potrošača dužni ste da postupite u skladu sa odlukom, predlogom i rokom za rešavanje reklamacije.

Ukoliko iz objektivnih razloga niste u mogućnosti da udovoljite zahtevu potrošača u roku koji je dogovoren, dužni ste da ga o produžavanju roka za rešavanje reklamacije obavestite i navedete rok u kome će biti rešena, kao i da dobije njegovu saglasnost. Ove promene morate evidentirati u evidenciji primljenih reklamacija.

**Produžavanje roka za rešavanje reklamacija moguće je samo jednom.**

#### SAVET:

Predlažemo vam da na posebnoj strani na veb sajtu detaljno opišite vašu politiku reklamacija. Navedite postupak reklamacije, kome se potrošač obraća i na koje kontakt telefone, adrese e-pošte, sva njegova prava i obaveze, kao i vaše obaveze kao trgovca. Omogućite potrošačima da preuzmu ovaj dokument u pdf formatu na veb sajtu, ili ga dostavite e-poštom kojim potvrđujete prijem porudbenice.

#### VAŽNO:

Nemogućnost potrošača da dostavi prodavcu ambalažu robe ne može biti uslov za rešavanje reklamacije niti razlog za odbijanje otklanjanja nesaobraznosti.

### 3.5. POTROŠAČKI PRIGOVORI I ALTERNATIVNI NAČINI REŠAVANJA POTROŠAČKIH SPOROVA

Potrošač u cilju zaštite svojih prava ima na raspolaganju sledeće mogućnosti:

- Da se obrati vama kao trgovcu i pokuša da u redovnoj reklamacionoj proceduri realizuje svoja prava;
- Da se ukoliko dijalog sa vama bude neuspešan obrati regionalnom savetovaništu za zaštitu potrošača koje će pokušati da u saradnji sa vama i potrošačem reši spor;
- Da pokuša da koristi neki od načina za vansudsko rešavanje sporova;
- Kao poslednju opciju, da potraži sudsku zaštitu svojih prava.

Šta je potrošački prigovor? Prema zakonu to je svaka pritužba kojom se potrošač prijavljuje povredu svojih zakonom utvrđenih prava.

Dužni ste da potrošača obavestite o njegovoj mogućnosti pristupa vansudskim mehanizmima za rešavanje sporova koje vi kao trgovac unapred prihvatate i načinima na koji im može pristupiti.

Potrošački spor je svaki spor koji proizlazi iz ugovornog odnosa potrošača i trgovca. U postupku pred sudom u potrošačkom sporu, u smislu zakona kojim se uređuje parnični postupak, ne plaća se sudska taksa za tužbu ako vrednost predmeta spora ne prelazi iznos od 500.000 dinara.

Dakle, potrošači su izuzeti od plaćanja sudskih taksi, da bi se pojednostavilo i pospešilo njihovo obraćanje sudu, u slučajevima kada su im ugrožena potrošačka prava.

Potrošački spor može se rešiti vansudskim rešavanjem potrošačkih sporova, osim u slučajevima:

- za rešavanje sporova po procedurama koje je ustanovio sam trgovac;
- kod neposrednih pregovora između potrošača i trgovca;
- prilikom nastojanja sudija da spor u toku sudskog postupka reše mirenjem strana;
- u postupcima koje je trgovac pokrenuo protiv potrošača i
- u sporovima čija vrednost prelazi 500.000 dinara.

Pokretanje i vođenje postupka vansudskog rešavanja potrošačkog spora, ne isključuje niti utiče na ostvarivanje prava na sudsku zaštitu, što znači da potrošač u svakom trenutku može da se odluči da prekine ovaj postupak i zaštititi svoja prava na sudu.

Lista tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova kojima se potrošač može obratiti postoji na veb sajtu Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija.

#### SAVET:

Dužni ste da na veb sajtu navedete sve informacije kojima će te potrošača obavestiti o njegovoj mogućnosti pristupa vansudskim mehanizmima za rešavanje sporova koje vi kao trgovac unapred prihvatate i načinima na koji im može pristupiti.

### 3.6. POLITIKA PRIVATNOSTI I ZAŠTITA PODATAKA

Jedno od pitanja koje najviše zabrinjava potrošače je pitanje njihove privatnosti i zaštite podataka koje ostavljaju prilikom kupovine putem interneta. Ako procene da podaci na vašem veb sajtu nisu bezbedni i da postoji mogućnost da ih neko kasnije zloupotrebi, odustaće od kupovine.

Jedan od načina da ih uverite u sigurnost podataka na vašem veb sajtu je postavljanje detaljne „Politike privatnosti” na posebnoj strani na kojoj ćete opisati svrhu prikupljanja podataka, način na koji ih čuvate, način na koji potrošač može da im pristupi i obriše ih ukoliko želi. Cilj je da ih uverite da podatke prikupljate i koristite samo u vezi sa obradom porudžbenica, da su podaci sigurni i da ih nećete ustupati trećoj strani (sem ukoliko potrošač nije dao saglasnost za tako nešto).

Pored toga bitno je da znate da lične podatke potrošača štiti Zakon o zaštiti podataka o ličnosti koji i vama kao strani koja prikuplja obrađuje i čuva te lične podatke predviđa **određene obaveze**.

**Šta je podatak o ličnosti?** Prema ovom zakonu, podatak o ličnosti je svaka informacija koja se odnosi na fizičko lice, i to:

- bez obzira na oblik u kome je izražena,
- bez obzira na nosač informacije (papir, traka, film, elektronski medij i sl.),
- bez obzira po čijem nalogu, u čije ime, odnosno za čiji račun je informacija pohranjena,
- bez obzira na datum nastanka informacije,
- bez obzira na mesto pohranjivanja informacije,
- bez obzira na način saznavanja informacije (neposredno, putem slušanja, gledanja i sl, odnosno posredno, putem uvida u dokument u kojem je informacija sadržana i sl.), i
- bez obzira na drugo svojstvo informacije.

Iz ovoga se vidi da bilo koji podatak koji se odnosi na fizičko lice se, po Zakonu, smatra podatkom o ličnosti.

Naziv za pravno ili fizičko lice koje obrađuje podatke o ličnosti je rukovalac. Dakle, kada vaša firma obrađuje podatke o ličnosti, ona se smatra *rukovaocem*.

Prikupljanje podataka o potrošačima i njihova obrada smatra se obradom podataka o ličnosti tako da u ovom procesu zakon na vas gleda kao na *rukovaoca*.

**VAŽNO:** U skladu sa Zakonom, vaša firma, kao rukovalac, dužna je da pre nego što započne obradu, odnosno uspostavi-kreira zbirku podataka, dostavi Povereniku ([www.poverenik.rs](http://www.poverenik.rs)) obaveštenje o nameri uspostavljanja zbirke podataka, kao i o svakoj daljoj nameravanoj obradi. Rok za dostavljanje ovih obaveštenja je najkasnije 15 dana pre uspostavljanja zbirke podataka, odnosno prve obrade.

Na osnovu Zakona o zaštiti podataka o ličnosti svaki *rukovalac* je dužan da dostavi podatke o sebi i o zbirci podataka o ličnosti Povereniku. Ono što olakšava celu proceduru je da je na veb sajtu Poverenika omogućeno dostavljanje podataka putem internet stranice *Centralnog registra zbirki podataka*, koja se nalazi na adresi: <http://www.poverenik.rs/register/>

Svrha prijavljivanja zbirke podataka o ličnosti u Centralni registar je da se svako lice može upoznati sa obradom podataka o ličnosti.

Prijava zbirke podataka o ličnosti, odnosno upis evidencije u Centralni registar kod Poverenika je neophodna da bi vaša firma ispunila zakonske obaveze koje nastaju povodom prikupljanja podataka o ličnosti. Kao što smo i ranije napomenuli, dužni ste da zbirku podataka o ličnosti prijavite Povereniku najmanje 15 dana pre započinjanja prikupljanja podataka!

**Vaša druga obaveza je da potrošače čije podatke prikupljate obavestite o tome** jer je Zakonom o zaštiti podataka o ličnosti propisano da se pristanak smatra punovažnim isključivo ako je lice koje daje pristanak, prethodno obavешteno o obradi njegovih podataka.

To znači da bez obzira na činjenicu da je potrošač pristao i popunio dati formular na veb sajtu u kome je ostavio tražene lične podatke, njegov pristanak na to se ne smatra punovažnim ako ga pre toga niste detaljno obavestili o obradi podataka.

Zakon propisuje da svako pojedino lice čije podatke obrađujete morate da, pre prikupljanja obavestite o sledećem:

- svom identitetu kao *rukovaoca*, odnosno imenu i adresi ili firmi, odnosno identitetu drugog lica koje je odgovorno za obradu podataka u skladu sa zakonom;
- svrsi prikupljanja i dalje obrade podataka;
- načinu korišćenja podataka;
- identitetu lica ili vrsti lica koja koriste podatke;
- obaveznosti i pravnom osnovu, odnosno dobrovoljnosti davanja podataka i obrade;
- pravu da pristanak za obradu opozove, kao i pravne posledice u slučaju opoziva;
- pravima koja pripadaju licu u slučaju nedozvoljene obrade;
- drugim okolnostima čije bi nesaopštavanje licu na koje se odnose podaci, odnosno drugom licu bilo suprotno savesnom postupanju.



Ovo obaveštavanje se najjednostavnije postiže tako što ćete na veb sajtu objaviti na posebnoj strani vaš „Pravilnik o zaštiti podataka o ličnosti“

## **Koje podatke o potrošačima možete prikupljati?**

### **PRIMER:**

Recimo da se vaša firma bavi prodajom odeće putem interneta. Podaci o ličnosti koje kao prodavnica odeće možete da prikupljate su: ime, prezime i adresa potrošača, broj telefona i adresa e-pošte (radi kontakta i ostvarivanja svrhe prodaje), kao i IP adresa (radi bezbednosti). I broj odeće bi mogao da bude podatak o ličnosti koji prikuplja trgovac, kako bi svojim potrošačima mogao da ponudi personalizovan izbor odeće. Sa druge strane, broj odeće za trgovca bele tehnike, u smislu zakona, bio bi nepotreban podatak za svrhu obrade, i samim tim, obrada tog podatka bi bila nedozvoljena.

Podaci koje možete kao firma da prikupljate i obrađujete prevashodno zavise od svrhe u koju ih obrađujete.

### **SAVET:**

Ukoliko ste u nedoumici, savet je da se po konkretnom pitanju obratite Povereniku za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti na adresu: Bulevar kralja Aleksandra 15, 11000 Beograd, ili putem telefona: +381 11 3408 900 ili faksa: +381 11 3343 379, ili na Email: office@poverenik.rs

Da li potrošač može da opozove svoj pristanak za obradu njegovih ličnih podataka?

Da, po zakonu pristanak se može opozvati i dalja obrada podataka je nedozvoljena posle opoziva pristanka.

Potrošač ima prava da od vas kao rukovaoca zahteva:

- da mu stavite na uvid podatke koji se na njega odnose;
- dostavljanje kopije podatka koji se na njega odnose;
- ispravku, dopunu, ažuriranje, brisanje podataka, kao i prekid ili privremenu obustavu obrade.

### **SAVET:**

Omogućite potrošaču da kada je prijavljen na vašem veb sajtu ima pristup svom „profilu“ na kome će imati uvid u sve svoje podatke koje je ostavio. Ponudite mu mogućnost ažuriranja tj. izmene tih podataka, kao i mogućnost njihovog brisanja.

U zakonu su predviđene i kazne za vas kao rukovaoca koji obrađuje lične podatke ako ne postupate u skladu sa gore navedenim pravilima. Na primer, novčanom kaznom od 50.000 do 1.000.000 dinara kazniće se za prekršaj rukovalac ako:

- obrađuje podatke bez pristanka;
- pre prikupljanja podataka ne upozna lice na koje se podaci odnose o uslovima obrade;
- ne učini dostupnim sve podatke u stanju u kakvom se nalaze;
- ne izda kopiju podatka u obliku u kojem se informacija nalazi;
- ne obriše podatke iz zbirke podataka ako se to zahteva od njega;
- ne obavesti Poverenika o nameri uspostavljanja zbirke podataka u propisanom roku;
- ne dostavi Povereniku evidenciju, odnosno promene u zbirci podataka u propisanom roku.





# OZNAKE POVERENJA (E-TRUSTMARK)

# 4

Sve ono što smo razmatrali u prethodnim poglavljima predstavlja vašu zakonsku obavezu. Uspešnim usklađivanjem sadržaja vaše trgovine putem interneta sa tim zahtevima postizete poslovanje u skladu sa zakonima Republike Srbije i pravilima dobre prakse u oblasti elektronske trgovine i zaštite potrošača.

Ispunjavanjem ovih obaveza stvarate uslove da vas potrošači dožive kao kredibilnog trgovca, da njihov prvi utisak o vašoj prodavnici bude povoljan, i da što veći broj njih završi uspešno ceo proces i postane vaš potrošač.

Šta možete učiniti dalje kako biste kod potrošača povećali svoj kredibilitet?

Jedan od najčešćih načina koji se u svetu koristi za povećanje kredibiliteta elektronske trgovine je i postavljanje oznaka poverenja. Šta su oznake poverenja?

Obzirom da je najveća prepreka potrošačima za odluku o kupovini upravo susret sa nepoznatim trgovcem, oznake poverenja su osmišljene kao sredstvo za smanjenje nepoverenja potrošača.

*Oznaku poverenja* dodeljuju izdavaoci oznake koji pre davanja dozvole trgovcu da oznaku postavi na veb sajtu, vrše detaljan pregled načina na koji obavlja elektronsku trgovinu prema unapred određenim kriterijumima. Ako trgovac i način obavljanja elektronske trgovine zadovolje sve predviđene kriterijume, dodeljuje im se oznaka poverenja koju u vidu slike, logo-a, trgovac postavlja na veb sajt. Link sa prikazane oznake obično vodi na posebnu stranu izdavaoca oznake poverenja na kojoj se potvrđuje da je ona validna u trenutku kada je potrošač vidi na veb sajtu.

Uslovi po kojima je izdata *oznaka poverenja* moraju biti transparentni.

Šta se postiže postavljanjem *oznake poverenja*? Kada potrošač vidi oznaku poverenja, njegovo poverenje u nepoznatog trgovca putem interneta se povećava jer zna da je pre dodele te oznake, izdavalac detaljno proverio način obavljanja elektronske trgovine, njenu usklađenost sa zakonom kao i samog trgovca.

Sama činjenica da je neka nezavisna treća strana proverila način poslovanja trgovine putem interneta, njenu legalnost i trgovca koji stoji iza nje daje potrošaču dovoljno elemenata da stekne poverenje i sa više sigurnosti obavi željenu kupovinu.

### Da li u Srbiji postoji mogućnost dobijanja oznake poverenja?

Da. Projekat *Razvoj elektronskog poslovanja* (<http://eposlovanje.biz>) započeo je proces dodele oznake poverenja u elektronskoj trgovini (*E-Trustmark*) kao prvu inicijativu za uvođenje *E-Trustmark principa* i prakse u poslovnu zajednicu Srbije.

Prvih 50-tak domaćih trgovaca koji obavljaju elektronsku trgovinu u ovom trenutku ima dodeljenu oznaku poverenja postavljenu na veb sajtu. Izgled oznake možete videti na sledećoj slici:



Svrha ove oznake je unapređenje kvaliteta domaćih trgovaca putem interneta i uspostavljanje poverenja između e-trgovaca/pružalaca usluga i potrošača koji koriste elektronsku trgovinu. Uspostavljanje poverenja između trgovaca i potrošača stimulisaće elektronsku trgovinu kako na nacionalnom, tako i na međunarodnom tržištu i imaće pozitivan uticaj na privredu Srbije.

**E-Trustmark** je oznaka, usklađena je sa konceptom evropskim oznaka poverenja. Postoje dve glavne evropske inicijative za dodelu *E-trustmark* oznake: *E-commerce E-Trustmark* i *EMOTA European Trustmark* koje su uglavnom tržišno orijentisane.

Dobijanjem i postavljanjem ove oznake na svom veb sajtu dajete signal kupcima da ste kredibilan trgovac koji vodi svoju trgovinu putem interneta u skladu sa zakonima Republike Srbije i pravilima dobre prakse u oblasti elektronske trgovine i zaštite potrošača.

Vodič za elektronsku trgovinu putem interneta biće dostupan na veb sajtu projekta *Razvoj elektronskog poslovanja* **www.eposlovanje.biz** i na veb sajtu Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija **www.mtt.gov.rs** i biće ažuriran u skladu sa važećom zakonskom regulativom.







---

[www.europa.rs](http://www.europa.rs)  
[www.eposlovanje.biz](http://www.eposlovanje.biz)