

JAČANJE KAPACITETA UDRUŽENJA POTROŠAČA U
SEKTORU INTERNET TRGOVINE – UNAPREDJENJE
VEŠTINA I ZNANJA U PROCESU KREIRANJA JAVNIH
POLITIKA I ZAGOVARANJA

Edukacija udruženja potrošača, e
trgovaca i drugih zainteresovanih
strana

Studija o zaštiti potrošača kao
učesnika u elektronskoj trgovini –
SAŽETAK

Autor: Doc. dr Borko Mihajlović

Tri osnovne pretpostavke

1. Za dostizanje visokog nivoa zaštite potrošača pri elektronskoj trgovini najznačajnija su četiri osnovna prava potrošača:
 - a. pravo na informisanost (obaveštenost),
 - b. pravo na izbor,
 - c. pravo na pravnu zaštitu i
 - d. pravo na obrazovanje (edukaciju).

Tri osnovne pretpostavke

2. Visok stepen zaštite potrošača treba obezbediti tokom svih faza odnosa između trgovca i potrošača nastalog u vezi sa zaključenjem i izvršenjem ugovora o prodaji. Te faze su:

- a. predugovorna faza (faza koja prethodi zaključenju ugovora);
- b. faza zaključenja ugovora i
- c. postugovorna faza (faza nakon zaključenja ugovora i faza njegovog izvršenja).

Tri osnovne pretpostavke

3. Iako prekogranična elektronska trgovina donosi posebne pogodnosti potrošačima, ona istovremeno stvara i posebne situacije, koje sa sobom nose dodatne probleme u ostvarivanju osnovnih prava potrošača.

Struktura

1. Osnovna obeležja elektronske trgovine i zaštite potrošača
2. Trenutno stanje zaštite potrošača pri elektronskoj trgovini u BiH
3. Zaštita potrošača u predugovornoj fazi
4. Zaštita potrošača u fazi zaključenja ugovora
5. Zaštita potrošača u postugovornoj fazi
6. Edukacija potrošača o elektronskoj trgovini

Osnovna obeležja elektronske trgovine i zaštite potrošača

Osnovni pojmovi:

- I. elektronska trgovina;
 - II. trgovac i potrošač;
 - III. ugovor o prodaji na daljinu;
 - IV. usluge informacionog društva.
-
- A. najznačajniji oblici elektronske trgovine i najprisutniji poslovni modeli
 - B. pregled osnovnih međunarodnih i evropskih izvora prava zaštite potrošača u elektronskoj trgovini

I OSNOVNA OBELKEŽJA ELEKTRONSKE TRGOVINE I ZAŠTITE POTROŠAČA

Globalizacija i digitalizacija, dva najprišutnija procesa na savremenom tržištu (ali i u čitavom društvu), uvek iznova stvaraju nove situacije i pojave, praćene novim preprekama i problemima koji otežavaju postizanje potpune zaštite potrošača.

Elektronska trgovina jedna je od pojava na savremenom tržištu koja je nastala kao produkt procesa digitalizacije, dok je njena masovna rasprostranjenost potpomognuta procesom globalizacije.

Pojava elektronske trgovine značajno je izmenila i način zaključivanja i izvršavanja potrošačkih ugovora, stvarajući situacije na koje klasična pravila o zaštiti potrošača nemaju uvek adekvatan odgovor. Osnovni preduslov za stvaranje adekvatne regulative potrošačkog prava je uočavanje osobenosti elektronske trgovine i prepoznavanje situacija koje zahtevaju izmenu ili dopunu postojećih pravila.

Pojam elektronske trgovine

- Elektronska trgovina se definiše na različite načine, u zavisnosti od naučne discipline koja je definiše, ciljeva i obima definisanja. Najveći broj definicija elektronske trgovine ovaj pojam posmatra sa ekonomskog i informatičkog aspekta (ekonomsko-informatički pojam elektronske trgovine). Ipak, izvesne posredne definicije elektronske trgovine mogu se pronaći i u pojedinim odredbama nacionalnih zakonodavstava, pa stoga možemo govoriti i o pravnom pojmu elektronske trgovine.

- Kada govorimo o ekonomsko-informatičkom pojmu elektronske trgovine, razlikujemo šire i uže definicije ovog pojma. Prema jednoj od širih definicija, elektronska trgovina obuhvata sve poslovne transakcije koje se obavljaju preko telekomunikacionih mreža, a prvenstveno putem interneta. Slično tome, elektronska trgovina definiše se i kao trgovinska aktivnost koja se obavlja uz pomoć elektronske tehnologije. Šire definicije elektronske trgovine približavaju ovaj pojam pojmu elektronskog poslovanja, koji načelno obuhvata čitav proces digitalizacije poslovanja privrednih subjekata kako unutar tako i izvan kompanije..

Elektronska trgovina je prodaja ili kupovina robe ili usluga sprovedena računarskim mrežama primenom posebno prilagođenih metoda čija je svrha primanje porudžbina ili naručivanje

- Kada je reč o **pravnom pojmu** elektronske trgovine, u pravu ovaj pojam nije direktno definisan, ali je suštinski obuhvaćen pojmom **prodaje na daljinu**, odnosno ugovora o prodaji na daljinu, koji poznaju brojna savremena zakonodavstva, ali i pojmom usluga informacionog društva, koji je u pravo EU uveden Direktivom o el. trgovini. Važno je napomenuti da su oba pojma šira od pojma elektronske trgovine prihvaćenog u ovom radu, odnosno njima su pored elektronske trgovine obuhvaćene i neke druge privredne aktivnosti koje se obavljaju korišćenjem informacionih i komunikacionih tehnologija.

Oblici elektronske trgovine

U elektronskoj trgovini najčešće učestvuju

- ❖ privredna (trgovačka) društva i drugi privredni subjekti,
- ❖ porodična domaćinstva i pojedinci,
- ❖ ali i državni organi i druge organizacije javnopravne ili privatnopravne prirode.

Svi nabrojani učesnici u konkretnim poslovnim transakcijama mogu imati ulogu prodavca, odnosno pružaoca usluge ili kupca, odnosno korisnika usluge

Oblici elektronske trgovine

Najznačajnija klasifikacija e-trgovine:

1. elektronska trgovina između privrednih subjekata, odnosno lica koja obavljaju poslovne transakcije u obavljanju svoje privredne delatnosti
2. elektronska trgovina između privrednih subjekata u ulozi prodavca (trgovaca, profesionalaca) i potrošača u ulozi kupca
3. elektronska trgovina između potrošača, uz prisustvo organizatora prodaje na daljinu
4. elektronska trgovina između potrošača u ulozi prodavca i privrednih subjekata u ulozi kupca (engl. *consumer to business* - C2B);

Oblici elektronske trgovine

5. elektronska trgovina između privrednih subjekata i javne administracije (engl. *business to administration* - B2A);
6. elektronska trgovina između potrošača i javne administracije, odnosno pružanje usluga i informacija građanima od strane javnog sektora (engl. *consumer to administration* - C2A).

Jasno je da je za predmet ove studije najznačajnija elektronska trgovina između privrednih subjekata u ulozi prodavca i potrošača u ulozi kupca, dok izvestan značaj, prvenstveno zbog sve veće praktične primene, ima i elektronska trgovina između potrošača, uz prisustvo organizatora prodaje na daljinu.

Trenutno stanje zaštite potrošača pri elektronskoj trgovini u BiH

Pregled propisa na državnom i entitetskom nivou:

1. propisi o elektronskoj trgovini;
2. propisi o zaštiti potrošača (opšti propisi + posebna pravila prilagođena elektronskoj trgovini)
 - ❖ utvrđivanje najznačajnijih elektronskih prodavnica i platformi na tržištu BiH
 - ❖ definisanje osnovnih problema na koje su potrošači nailazili u praksi elektronske trgovine

Zaštita potrošača u predugovornoj fazi

- obmanjujuće oglašavanje trgovaca putem interneta ili društvenih mreža, kao i pravni mehanizmi za njihovo sankcionisanje:
 - A. tradicionalno oglašavanje
 - B. ciljano oglašavanje
- obaveza predugovornog informisanja potrošača o robi ili usluzi, trgovcu i osnovnim uslovima pravnog posla

Zaštita potrošača u fazi zaključenja ugovora

- zaključenje elektronskog ugovora u pravu BiH
- vreme zaključenja ugovora
- postupak provere najznačajnijih ugovornih odredaba

Zaštita potrošača u postugovornoj fazi

- izvršenje osnovnih ugovornih obaveza trgovca i potrošača
- prava potrošača za slučaj neispunjenja ugovora od strane trgovca
- prava za slučaj isporuke nesaobrazne robe ili pružanja nesaobrazne usluge
- pravo potrošača na pravnu zaštitu (zaštita individualnih i kolektivnih interesa potrošača)
- zaštita potrošača pri prekograničnoj elektronskoj trgovini

Edukacija potrošača o elektronskoj trgovini

- pojam i značaj edukacije potrošača
- pregled najznačajnijih aktivnosti koje su udruženja potrošača, u saradnji sa nadležnim ministarstvima, sprovela u periodu od 2016. do 2020. godine

Opšta ocena trenutnog stanja

DOBRE STRANE:

1. postojanje državnog zakona kojim su regulisani neki od osnovnih pojmova elektronske trgovine;
2. definisanje nekih od osnovnih pojmova elektronske trgovine u Zakonu o trgovini RS;
3. postojanje posebnih propisa o zaštiti potrošača pri elektronskoj trgovini, u okviru odredaba o ugovoru o prodaji na daljinu;
4. predviđanje osnovnih instrumenata zaštite potrošača pri elektronskoj trgovini (predugovorno informisanje + pravo na odustajanje).

Opšta ocena trenutnog stanja

LOŠE STRANE :

1. nedostatak konkretizacije mnogih pravila i instrumenata zaštite potrošača;
2. brojne nejasnoće i nepreciznosti u definisanju pojmova;
3. međusobna neusklađenost propisa.

Opšta ocena trenutnog stanja

Tri ključna pitanja za realizaciju projekta/uspeh zagovaranja:

- I. način regulisanja;
- II. definisanje osnovnih pojmova;
- III. obim, sadržina i ostvarivanje osnovnih prava potrošača pri elektronskoj trgovini.

OPŠTI ZAKLJUČAK

- Masovno i dobro osmišljene kampanje edukacije porošača, ali i trgovaca koje mogu otkloniti potrebu za čestim ostvarivanjem prava potrošača pred nadležnim organima. Nesmemo zaboraviti da je **dobro informisan potrošač oslonac i pokretač razvoja savremenog tržišta**, pa tako i elektronske trgovine u BiH. Takav potrošač poznaje svoja prava i sposoban je da ih samostalno koristi.

OPŠTI ZAKLJUČAK

- ❖ Akcenat kampanje edukacije je stavljen na upoznavanje potrošača sa osnovnim instrumentima zaštite kod ugovora o prodaji na daljinu, a posebno na pravo na odustajanje od ugovora na daljinu
- ❖ Edukacija potrošača, trgovaca ali i institucija će znatno doprineti izgradnji društva sastavljenog od osnaženih potrošača koji svojim ponašanjem na tržištu zahtevaju od trgovaca pošteno tržišno postupanje, zasnovano na poštovanju prava potrošača i partnerskim odnosima sa njima

PREPORUKE

- Pravna analiza propisa o zaštiti potrošača pri elektronskoj trgovini u BiH kao rezultat ima i dve vrste preporuka usmerenih na poboljšanje pravne regulative zaštite potrošača pri elektronskoj trgovini, kao i na unapredjenje primene postojeće regulative

PREPORUKE

1. Preporuke **opšteg karaktera** koje dotiču neka od sistemskih pitanja, poput načina regulisanja, definisanja osnovnih pojmova, opredelenja za područje primene pravila o zaštiti potrošača, kao i neka od pitanja i problema koja smatramo najznačajnijim za pravni položaj potrošača u BiH u oblasti elektronske trgovine.
2. **Konkretne**, pojedinačne preporuke, koje se odnose na poboljšanje pravne regulative pojedinih pitanja (kroz izmene i /ili dopune zakona) otklanjanje uočenih nejasnoća i nedoumica, popunjavanje pravnih praznina i sl.

Osam ključnih *preporuka* koje će biti upućene zakonodavcima u BiH

1. proširenje pojma ugovora o prodaji na daljinu na prodaju organizovanu od strane trećeg lica
2. pravno regulisanje ugovora zaključenih između potrošača na elektronskoj platformi
3. kontrola primene pravila o predugovornom informisanju
4. uvođenje obaveze dostavljanja informativnog model obrasca za odustajanje

Osam ključnih preporuka koje će biti upućene zakonodavcima u BiH

5. kvalifikovanje obmanjujućeg oglašavanja pod povredu ugovora od strane trgovca
6. konkretizacija ovlašćenja inspektora u postupku rešavanja po reklamaciji
7. pokretanje postupka zaštite kolektivnih interesa potrošača od strane ovlašćenih lica
8. rad na edukaciji potrošača o elektronskoj trgovini