

Mr. sc. Ivan Vančina

Pučko otvoreno učilište Zabok, ravnatelj

TRGOVINA PREKO INTERNETA

UDK/UDC: 658.8

JEL klasifikacija/JEL classification: L81, L86

Stručni rad/Professional paper

Primljeno/Received: 24. ožujka 2000./March 24, 2000

Prihvaćeno za tisak/accepted for publishing: 18 srpnja 2000./July 18, 2000

Sažetak

U uvjetima globalizacije i objedinjavanja tržišta koje se više ne mjeri milijunima već stotinama milijuna potrošača, sve češće dolazi do izražaja potreba za osuvremenjivanjem i ubrzanjem tijeka kupoprodaje roba i usluga.

U ovom radu se razmatra trgovina putem Interneta. Uporabom sustava elektroničke trgovine omogućuje se manipuliranje s digitaliziranim oblicima ponuda za prodaju različitih proizvoda i usluga, kao i upravljanje procesom naručivanja i plaćanja.

U radu se određuju osnovne karakteristike trgovine putem Interneta. Obradeni su osnovni elementi Web stranice trgovačkog poduzeća za trgovinu putem Interneta.

U Hrvatskoj se pojavljuje sve više Web dućana kao posao za sadašnjost i budućnost. Naime, upitna je njihova tržišna isplativost, a ponekad i njihova svrhovitost s obzirom na paletu proizvoda ili usluga koje se nude. U radu se daju i iznose primjeri funkcioniranja Web dućana u Hrvatskoj.

Na kraju rada prikazani su pravni aspekti elektroničkog trgovanja u cilju uređenja tržišta elektronskih medija

Ključne riječi: elektronička trgovina, web dućani, zaporka, košara

UVOD

Razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija mijenja organizaciju rada trgovačkih poduzeća. Pojavljuje se novi način trgovanja: elektronička trgovina ili trgovina na daljinu (engl. Electronic Commerce, Telecommerce). S gledišta kupaca, takav se način trgovanja naziva kupovanje na daljinu (engl. Teleshopping). Glavnu je ulogu u takvom

obliku trgovanja odigrao World Wide servis Interneta, gdje je Web mjesto virtualna (prividna, nestvarna) prodavaonica u kojoj se mogu odvijati sve kupoprodajne apstrakcije kao apstraktne aktivnosti, a isporuka robe mora se fizički realizirati

1. TRGOVINA PREKO INTERNETA

1.1. Osnovne karakteristike trgovine preko Interneta

Za mnoge (posebno male trgovce) Internet je privlačan. Brojne kompanije pokazale su da on-line trgovina može postati unosna ako se proizvod pažljivo odabere. Software, tehničke knjige i cvijeće dobro se prodaju, jer se lako opisuju sa nekoliko slika i riječi.

U elektroničkoj trgovini, prodajno mjesto ne postoji (to je apstraktno Web mjesto). Prodavač je nevidljiv kupcu, a kupac prodavaču. Roba je kupcu nevidljiva ili još ne postoji, a zapravo se prodaju multimedijske informacije iz Web kataloga. Prodavač fizički ne mora posjedovati robu koju prodaje. Plaćanje se obavlja elektroničkim novcem. Dakle, kupac fizički dolazi u trgovinu, plaća kupljenu robu gotovinom i s plaćenom robom izlazi iz trgovine, čime se kupovina završava.

Potrošač treba vjerovati u mogućnost da će unosom svojih zahtjeva za kupovinom u računalo i plaćanjem (npr. uporabom kreditne kartice) dobiti kupljene proizvode (npr. knjige), koji će mu se dostaviti poštom u roku od nekoliko dana.

Postoji nekoliko bitnih elemenata koji pomažu u učvršćivanju povjerenja potrošača, a to su:

- **naglašavanje da trgovačko poduzeće fizički egzistira**, što se danas postiže izgradnjom Web stranica i obveznim navođenjem bitnih podataka o poduzeću: adresa, telefonski brojevi, popis i kvalifikacije zaposlenih, bitne karakteristike menadžera itd.;

- **demonstriranje profesionalizma**, što znači da Web stranice poduzeća moraju biti profesionalno izrađene, a njihov sadržaj mora biti prilagođen ciljanim potrošačima (po jeziku, dizajnu i dr.) ;

- **vidljiva namjera izgradnje poslovnog odnosa**, kao što je: ponuda besplatnih usluga, slanje interesantnih informacija potencijalnim kupcima E-mailom, kreiranje vlastitih «Internet zajednica», podržavanje drugih «Internet zajednica» i sl.;

- **održavanje poslovnih obećanja** . obuhvaća obavezan odgovor na elektroničku poštu i dr.

1.2. Osnovni elementi Web stranice trgovačkog poduzeća za trgovinu preko Interneta

U osnovne elemente Web stranice trgovačkog poduzeća za trgovinu preko Interneta ubrajamo:

- kratke upute o kupovini;
- sigurnost podataka;
- načine plaćanja s mogućim popustima;
- troškove manipulacije i transporta;
- uvjete i rokove isporuke;
- jamstva.

1.2.1. Kratke upute o kupovini

Prilikom ulaska u dućan, poželjno je izvršiti registraciju. Kliknuti treba na gumb «Promjena podataka o kupcu» i slijediti upute. Zatim treba prijaviti svoje ime, prezime i ostale podatke, te unijeti željenu zaporku. Na taj se način olakšava svaki sljedeći ulaz u dućan i on pamti sadržaj košare kupca i podatke vezane za slanje robe i računa. Ako zaporku želimo promijeniti, kliknemo na gumb «Promjena podataka o kupcu» i slijedimo upute.

Prijava u dućan ne implicira nikakvu financijsku transakciju. Ona služi samo lakšem korištenju dućana.

Obično se na desnoj strani ekrana nalaze željene akcije, a to su:

Specijalna ponuda daje prikaz proizvoda koji se specijalno nude. **Popust** daje prikaz proizvoda koji se prodaju uz popust. **Pregled košare**, čiji se sadržaj ne briše, ako napustimo dućan.

Kada god kupac pristupi sa svojim imenom i zaporkom, čeka ga stanje ostavljeno kod prethodnog posjeta dućanu. Sadržaj košare briše se tek finaliziranjem procesa naručivanja i davanjem podataka za plaćanje naručenog.

Akcija **Izvrši kupnju** vodi kupca na stranicu za upis podataka o adresi dostave/ispоруke naručene robe, podataka o načinu plaćanja (kartica ili ponuda).

Upute za kupovanje sadrže prikaz ovog dokumenta. Na stranici **Izmjena podataka o kupcu** kupci mogu mijenjati svoje detalje glede adrese, te promijeniti zaporku za pristup dućanu.

Pritiskom na gumb **Pitanja i komentari** kupac dolazi na stranicu s koje može poslati pitanja ili na njoj dati svoje komentare. On također može pisati odjelu prodaje glede pitanja ili problema vezanih za isporuku robe, dodatna pitanja oko proizvoda i sl. Tehničkom odjelu može postaviti pitanja u svezi tehničkih problema (zaboravljeni password, problemi u radu s browserom i sl.).

Na stranici **kontakt podaci** nalaze se adresa trgovačkog poduzeća i brojevi telefona. **Download cjenika** je stranica s koje se mogu skinuti cjenici dućana trgovačkog poduzeća.

Kada kupac proizvode stavlja u košaru, treba navesti željenu količinu. Proizvode može pregledavati po «odjelima» dućana trgovačkog poduzeća, ili ih potražiti prema nazivu ili kratkom opisu. U cijenu proizvoda nisu

uključeni PDV i troškovi manipulacije i transporta, jer se oni obračunavaju kad se kupac odluči za kupovinu, pritiskom na gumb «narudžba» na pregledu košare.

Kupac treba provjeriti osobne podatke, navesti podatke o poduzeću (točan naziv tvrtke) kod adrese za slanje računa. Ukoliko kupuje privatno, u polje «poduzeće» treba ponovo upisati svoje ime i prezime.

Nakon ovog koraka, kupac dolazi na stranicu na kojoj dobiva konačnu kalkulaciju cijene s uključenim PDV-om i troškovima manipulacije i transporta. Ako želi naručiti navedene proizvode, on tek sada treba odabrati vrstu kreditne kartice i upisati njezin broj ili odabrati opciju «želim ponudu», ukoliko želi platiti bezgotovinskim putem. Kupac naručivanje izvršava pritiskom na gumb «naručujem».

Plaća li kreditnom karticom, nakon autorizacije bit će terećen za navedeni iznos.

Po primitku kupčeve narudžbe i autorizacije kartice (provjera unesenih podataka i odobravanje terećenja računa), trgovačko poduzeće dostavlja naručene proizvode i račun.

Ako kupac plaća virmanom ili općom uplatnicom po izdanoj ponudi, ispisani primjerak njegove narudžbe vrijedi kao ponuda, pa on na osnovu tog dokumenta doznachava sredstva. Po primitku sredstava trgovačko poduzeće dostavlja ili šalje robu zajedno s računom.

1.2.2. Sigurnost podataka

Stranice trgovačkog poduzeća moraju biti zaštićene kriptozastitom (osim stranica na koje se ne upisuju podaci o plaćanju).

1.2.3. Načini plaćanja sa mogućim popustima

Nudi se mogućnost plaćanja American Express Business Card-om. Ukoliko je kupac korisnik Diners Club International, American Express, EuroCard/MasterCard ili Visa kreditne kartice, najlakše i najbrže izvršava uplate naručene robe u Internet dućanu. Svi podaci s kupčeve kartice moraju biti strogo čuvani. Za plaćanje karticom, potrebno je unijeti sljedeće informacije: vrstu kartice, njezin broj (bez razmaka i crtica) i rok važenja (do kada vrijedi kupčeva kreditna kartica).

Prigodom plaćanja kreditnom karticom, podaci za naplatu i podaci za isporuku **moraju** biti identični. To znači da će podaci s polja «Adresa za naplatu» biti kopirani u polja «adresa za isporuku», te će polje «ime i prezime sa adrese za naplatu» biti kopirano u polje «ime i prezime vlasnika kartice». Roba će se isporučivati na adresi «adresa za naplatu». Kartica se ne tereti dok roba nije spremna za isporuku. Tek će se po spremnosti za otpremu autorizirati kupčeva kartica i poslati roba. U slučaju

problema s autorizacijom, kupcom će se kontaktirati elektroničkom poštom ili telefonom.

Kod naručivanja više proizvoda od kojih jedan ili više njih nisu odmah spremni za isporuku, kupčeva će se kartica djelomično teretiti, i to samo za robu pripremljenu za slanje.

Kod slanja preostale robe, kupčeva se kartica tereti za preostali iznos na dan slanja proizvoda.

Privatne osobe mogu naručeni proizvod platiti **općom uplatnicom** koja se nalazi na Web stranici trgovačkog poduzeća. U tom slučaju treba popuniti određena polja na sljedeći način:

- u polje «uplatio je « kupac treba upisati svoje ime i punu adresu;»
- u polje «svrha doznake» kupac upisuje «uplata za ...» te naziv proizvoda za koji se uplaćuje. Ukoliko se plaća više proizvoda treba upisati «uplata za ...», naziv jednog proizvoda i izraz «i drugo».

Točnu informaciju o kupljenim proizvodima trgovačko poduzeće dobiva iz kupčeve elektroničke narudžbe ;

- u polje «Primalac» treba upisati točan pun naziv primaoca i adresu;
- u polje «Broj računa» treba upisati točan broj primaočevog računa;
- u polje «Poziv na broj « treba upisati dobiveni broj na ponudi (u veliko polje) ;»- napisati treba matični broj (porezni broj).

Poduzeća i drugi pravni subjekti plaćaju proizvod virmanom i to na sljedeći način:

- u polje «knjižite na teret našega računa» upisuje se naziv i adresa poduzeća,
- u polje «svrha doznake» upisuje se «uplata za ...» te naziv proizvoda koji se uplaćuje. Ako poduzeće plaća više proizvoda upisuje se «uplata za ...» te naziv jednog proizvoda i izraz «i drugo»;
- u polje «u korist računa» upisuje se naziv poduzeća i adresa;
- u polje «Broj računa» na koji uplaćujete upisuje se broj računa poduzeća;
- u polje «Poziv na broj» upisuje se broj dobiven na ponudi (u veliko polje). Zatim se unosi Matični broj (porezni broj).

1.2.4. Troškovi manipulacije i transporta

Kod ovih troškova treba voditi računa o sljedećem: ako je u narudžbi/ponudi naručeno više proizvoda, od kojih jedan ili više nisu spremni odmah za isporuku, ukupni trošak manipulacije i transporta (kako je iskazan na narudžbi/ponudi) naplatit će se prilikom prve isporuke. Za sve naknadne isporuke po istoj narudžbi/ponudi, troškovi manipulacije i transporta idu na teret trgovačkog poduzeća.

1.2.5. Uvjeti i rokovi isporuke

Trgovačko poduzeće šalje kupcima proizvode poštom, prema podacima za slanje proizvoda koje je kupac unio prigodom registracije.

Bez obzira što je velik dio proizvoda spreman odmah ili sljedeći dan za isporuku, roba će se poslati (zbog zaštite kupaca i mogućnosti storniranja narudžbe/uplate) tri (3) dana nakon primitka uplate ili narudžbe (za kupce koji plaćaju kreditnom karticom).

Elektroničkom poštom na adresu unesen prilikom registracije, trgovačko poduzeće izvještava kupca o proizvodima na čiju isporuku treba čekati. Svim se kupcima elektroničkom poštom šalje potvrda narudžbe.

1.2.6. Jamstva

Trgovačko poduzeće jamči da su svi proizvodi iz njegovog asortimana nabavljeni legitimnim kanalima, tako da ono ima sva prava njihove prodaje i distribucije istih preko Internet dućana.

Prava kupca, servis ili tehnička podrška ostvaruju se kod proizvođača, odnosno njegovog ovlaštenog partnera na način kako je to regulirano za svakog pojedinog proizvođača.

Postoji i jamstvo privatnosti, što znači da se podaci o registriranim posjetiteljima čuvaju kao stroga poslovna tajna i ne stavljaju se na raspolaganje trećim fizičkim i/ili pravnim osobama.

1.3. WEB DUĆANI U HRVATSKOJ

Web dućani predstavljaju poseban sustav Web aplikacija koji omogućava prodaju proizvoda i usluga putem Interneta na siguran način, koji predstavlja kriptozštićenu vezu između kupčevog Web preglednika i prodavačevog Web poslužitelja.

1995. godine počeli su radom u svijetu stariji Web dućani poput najpoznatijeg **Amazona**

(www.amazon.com). U Hrvatskoj je tijekom 1996. godine počela prodaja preko Web-a tako da su se na nekoliko hrvatskih Web adresa pojavili HTML obrasci koje je potencijalni kupac mogao ispuniti i mišem odabrati proizvode za koje je bio zainteresiran. Takav je zahtjev stizao u elektroničku poštu prodavača gdje je bio obrađivan.

Za prodaju preko Interneta u Hrvatskoj, najbolji su proizvodi čije su cijene od 50 do najviše 1500 Kn. To su glazbeni CD-ovi, knjige, časopisi i slično.

Računala i računalna oprema su idealni za prodaju na Web-u i zbog toga što korisnik Interneta mora posjedovati računalo da bi to uopće mogao biti. Računalo je potrebno zbog zastarijevanja tehnologije stalno

obnavljati. Novi se dijelovi računala ili novo računalo kupuju pomoću već postojećeg priključenog na Internet mrežu.

Tvrtka SYS (www.sys.hr) je razvila tri kategorije Web dućana namijenjene tvrtkama koje žele prodavati svoje proizvode, a ne žele imati posla s tehnologijom. Sa računala u tvrtki prodavač se spaja s računalom u SYS-u te može unositi izmjene u prodajni asortiman, stanju na zalihama i sl.

Grupa Perpetuum Mobile nudi mogućnost instalacije ovakvog Web dućana i kod samog prodavača. Pri tome je osnovni problem što troškovi prodavača rastu, jer mora plaćati stalnu vezu prema Internetu. Slično kao i kod tvrtke SYS i ovdje su tri mogućnosti zakupa Web dućana.

Tvrtka Systematics-Frios u svom Web dućanu (<http://www.sf.hr/pshop/>) prodaje elektroničku robu. Web Shop je baziran na Microsoftovoj ASP tehnologiji.

HrOpen forum (www.open.hr) nudi svojim tvrtkama članicama resurse za izradu Web dućana na otvorenim tehnologijama, koje žele eksperimentirati, praktično usvajati, koristiti i profitirati, i to bez dodatne naplate za korištenje, (izvan troškova članarine).

Važan datum za cjelokupnu Internet trgovinu u Hrvatskoj je 14. studeni 1997. godine, kada je tadašnji ministar znanosti dr. Iвица Kostović obavio prvu javnu kupnju (knjige) u Hrvatskoj na Info-sajmu.

Jedan od prvih, a možda i danas najbolji Web dućan u Hrvatskoj, je **CDSshop**

(www.cdshop.hr). Dio njegove ponude uključuje i domaće glazbene CD naslove zanimljive hrvatskom iseljeništvu. Ovaj Web dućan koristi Java tehnologiju uz uporabu RealAudio protočne multimedije, tako da prije odluke o kupnji, potencijalni kupac može poslušati dijelove skladbi s albuma.

Zanimljiv je Web dućan: knjižara **Sims** (www.sims-hr.com) za prodaju knjiga na hrvatskom jeziku. Engleski jezik prevladava na stranicama, što ukazuje na činjenicu da se računa na hrvatske građane u inozemstvu.

Hrvatskom iseljeništvu je vrlo zanimljiva prva hrvatska vinoteka na Internetu **Vinoteka.com** (www.vinoteka.com), s ponudom hrvatskih bijelih, crvenih, rose, arhivskih i pjenušavih vina.

Kod svih Web dućana nalaze se sljedeći zajednički elementi:

- obvezatan operacijski sustav na računalu na kojem je Web dućan (Windows NT, Linux i Unix);
- klasični Web poslužitelj koji najčešće ima i SSL kriptododatak,
- podaci o proizvodima, obično u bazi podataka na poslužitelju;
- Web aplikacija koja služi kao sučelje s bazom podataka;
- mehanizam autorizacije korisnika, često baziran na komunikaciji poslužitelj-klijent s izmjenjivanjem kratkih informacija zvanih kolačići;

- pojam košare ili kartice, odnosno popisa artikala i njihove količine koje je kupac naručio ;
 - na početku ili na kraju kupnje, Web dućan traži od korisnika njegove osobne podatke poput imena, adrese, tvrtke, matičnog broja i sl.;
 - kod slanja podataka s brojevima kreditnih kartica, koristit će se SSL kriptoprotokol.
- Kod narudžbi kod kojih se predračun šalje klasičnom poštom, ne koristi se kriptografija ;
- Kupljena roba se šalje poštom ili dostavom.

1.4. Pravno reguliranje trgovine preko Interneta

Usvojeno je nekoliko podzakonskih akata kojima se za područje država članica EU uređuju pitanja u svezi s odvijanjem trgovine putem elektronskih medija.

Jedan od najznačajnijih je odluka Europskog parlamenta i Vijeća od 25. siječnja 1999. godine, kojom se usvaja višegodišnji plan akcije Zajednice u cilju promoviranja sigurnijeg korištenja Interneta i u svrhu sprečavanja ilegalnih i štetnih sadržaja na globalnoj mreži.

Mnoštvo sadržaja koji se tijekom vođenja elektronskog trgovanja mogu pronaći na Internetu može se odraziti vrlo nepovoljno, čak i štetno, za jednu ili obje stranke u kupoprodajnom odnosu.

Štetnost za pojedinu stranku glede nastupa u slučajevima kada je njezin sugovornik prevaren od samog početka odnosa, ili se to dogodi tijekom posla. Obostrane štete mogu nastati kada netko treći koji je neovlašten dođe u posjed podataka.

Većina robe u opticaju tijekom elektronskog trgovanja podliježe vrlo strogim regulativama Europske unije (ukoliko se prodaja obavlja na njezinom području).

U cilju zaštite potrošača, potrebno je razviti pravno okruženje koje će regulirati trgovanje preko elektronskih medija, i stvoriti sigurno ozračje.

ZAKLJUČAK

Poslovanje povezano s brojnim aspektima primjene informatike, a posebno računalne tehnologije doživljava dramatične promjene. Globalna svjetska multimedijaska mreža Internet predstavlja *conditio sine qua non* poslovnog uspjeha.

Osnovni uvjet uspjeha na globalnom tržištu je pogađanje želje kupca, a Internet može biti ključan u ostvarenju tog cilja, jer omogućuje izravni kontakt, čime se podiže razina usluge.

Upotreba Internet rješenja (usluga) u svakodnevnom poslovanju, predstavlja poslovnu šansu za svako poduzeće, čime se mogu ostvariti i određene poslovne prednosti u kreiranju novih prodajnih kanala za

proizvode i usluge, u istraživanju potreba potrošača te u osvajanju novih, unosnijih tržišta itd.

Internet poslovanje će podići komercijalnu moć kupaca t.j. potrošača, jer oni mogu jednostavno doći do informacija presudnih za njihovu odluku o kupovini.

Trgovina putem Interneta «eliminira» zemljopisna ograničenja, odnosno prostorne udaljenosti između proizvođača i kupaca.

LITERATURA

- Anderson, C, The Internet, The Economist, 1995, str. 1-20;
- Čerić V., World Wide Web Search: Techniques, Tools and Strategies, Proceedings of 19 th International Conference on Information Technology Interfaces, ITI , Pula 1998.;
- Honeycutt, J., Using the Internet, Third Edition, Que Corporation, Indianapolis, 1997.;
- Kalakota, R. and Whinston, A. B., Frontiers of Electronic Commerce, Addison-Wesley Publishing, Company, 1996.;
- Panian Ž., Odgovori na ključna pitanja o prirodi elektroničkog poslovanja, Računovodstvo i financije br. 10/1999.;
- Panian Ž., Poslovna informatika-koncepti, metode i tehnologija, Informator, Zagreb, 1999.;
- Raič K, Internet, Informatička škola Pentium, Vinkovci, 1998.;
- Zimmer K., Web dućani,Info trend, br. 77, 1999.;
- Žalac N., Poslovanje na Internetu, Računovodstvo i financije br. 7, 1999.;

Ivan Vančina, M.Sc.

Principal of Adult Education Center, Zabok

TRADE BY THE INTERNET

Summary

In the conditions of globalization and integration of the market which is no longer measured in millions but billions of consumers, need to modernize and accelerate the process sales transactions comes to its full extent.

This paper discusses the trade by the Internet. Electronic trade makes manipulation with the digital kinds of offers for selling different products and services possible, as well as operating the process of ordering and paying.

This paper also discusses the basic characteristics of electronic commerce. Some basic elements of a commercial company for electronic commerce Web site have been analyzed.

There are more and more Web stores in Croatia, announcing business for the future. What is often questioned is its market profitability, sometimes even its usefulness considering assortment of goods and services offered. Examples of how the Web stores function in Croatia are also given in this paper. Finally, some legal aspects of electronic commerce have been pointed out, with the stress on legal regulation of the Internet market.

Key words: *electronic commerce, Web stores, password, basket*

JEL classification: *L81, L86*