



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO GOSPODARSTVA

Nakladnička cjelina
Trgovina i unutarnje tržište
Godište 3, svezak 14
siječanj 2016.



VODIČ ZA OBAVLJANJE DJELATNOSTI TRGOVINE PUTEV INTERNETA

2.0 PROŠIRENO IZDANJE VODIČA ZA POSLOVNE SUBJEKTE KOJI
TRGOVINU OBAVLJAJU SREDSTVIMA DALJINSKE KOMUNIKACIJE I
IZVAN POSLOVNIH PROSTORIJA

Sadržaj

Uvod

1.	OBAVLJANJE DJELATNOSTI TRGOVINE PUTEM INTERNETA	1
1.1.	ISTRAŽITE POSLOVNU IDEJU	1
1.2.	PREDNOSTI TRGOVINE PUTEM INERNETA	2
1.3.	TRGOVINA PUTEM INTERNETA U HRVATSKOJ U 2015.	3
1.4.	ZAKONODAVNI OKVIR DJELATNOSTI	4
1.5.	REGISTRACIJA DJELATNOSTI	4
1.5.1.	UVJETI KOJE MORA ZADOVOLJITI TRGOVAC PUTEM INTERNETA	5
1.5.2.	INFORMACIJE KOJE JE TRGOVAC PUTEM INTERNETA OBVEZAN OBJAVITI	7
1.6.	FISKALIZACIJA U INTERNETSKOJ TRGOVINI	7
2.	OBVEZE INTERNETSKIH TRGOVACA PREMA POTROŠAČIMA	8
2.1.	OBJAVA JASNIH I RAZUMLJIVIH INFORMACIJA	8
2.2.	SKLAPANJE I RASKID UGOVORA SKLOPLJENOG U ELEKTRONIČKOM OBLIKU	10
2.3.	ŠTO JE ZABRANJENO TRGOVCU PUTEM INTERNETA	10
3.	MJERE EK ZA 2016. ZA OTKLANJANJE PREPREKA RAZVOJU INTERNETSKJE TRGOVINE	11
3.1.	USKLAĐENJE PROPISA KOJIMA ĆE SE OLAKŠATI PREKOGRANIČNA INTERNETSKA TRGOVINA	12
3.2.	BRŽA I DOSLJEDNIJA PROVEDBA PROPISA O ZAŠTITI POTROŠAČA	12
3.3.	UČINKOVITIJA I POVOLJNIJA DOSTAVA PAKETA U PREKOGRANIČNOJ TRGOVINI PUTEM INTERNETA	12
3.4.	UKIDANJE NEOPRAVDANOG USKRAĆIVANJA PRISTUPA NA TEMELJU LOKACIJE	12
3.5.	RJEŠAVANJE MOGUĆIH PROBLEMA U POGLEDU NARUŠAVANJA TRŽIŠNOG NATJECANJA U SEKTORU INTERNETSKJE TRGOVINE	13



UVOD

PROCIJENJENO JE KAKO BI, KADA BI SE U SVIM DRŽAVAMA ČLANICAMA UPOTREBLJAVALA ISTA PRAVILA ZA INTERNETSKU TRGOVINU, ČAK 57 % PODUZEĆA U EU BILO SPREMNO ZAPOČETI ILI POVEĆATI PRODAJU NA INTERNETU I U DRUGIM DRŽAVAMA ČLANICAMA. STOGA SE KONTINUIRANO POBOLJŠAVAJU I EUROPSKI I NACIONALNI PRAVNI OKVIR.

Jednostavnija i usklađena pravila za internetsku trgovinu (osobito prekograničnu) potaknuti će poduzeća na prodaju putem interneta te dodatno povećati povjerenje potrošača.

Ministarstvo gospodarstva je, sa ciljem unaprjeđenja trgovine, poboljšalo zakonsku regulativu u tom području. Povoljniji uvjeti za obavljanje djelatnosti trgovine putem interneta¹ i jednostavnije pokretanje poslovanja stvoreni su donošenjem Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o trgovini (na snazi od ožujka 2014.) te izmjenama i dopunama Pravilnika o minimalnim tehničkim i drugim uvjetima koji se odnose na prodajne objekte, opremu i sredstva u prodajnim objektima i uvjetima za prodaju robe izvan prodavaonica (na snazi od rujna 2014.). Kako bi se osigurali bolji uvjeti za napredak (osobito prekogranične) internetske trgovine, izmijeniti će se i europsko zakonodavstvo. Stoga Europska komisija planira do kraja 2016. provesti neke od ključnih mjera koje će utjecati na daljnji razvoj internetske trgovine.

Ovim izdanjem želimo pomoći vama koji ćete se odlučiti na pokretanje ovog oblika trgovine da lakše razumijete i primijenite važeće propise te dobijete jasniji uvid u korake koji će biti poduzeti radi daljnjeg uklanjanja administrativnih prepreka i pojednostavnjenja uvjeta za trgovinu putem interneta u narednom razdoblju.

¹ Podaci kazuju da u Republici Hrvatskoj 25% poduzeća (malih i srednjih) ima internetsku prodaju (prosjeak EU-a je 15%), a njih 8,4% prodavalo je prekogranično subjektima u drugim državama (prosjeak EU-a je 6,5%) Hrvatska mala i srednja poduzeća ostvarila su trgovinom putem interneta u prosjeku 11% svog ukupnog prometa (prosjeak u EU 8,8%), a velika poduzeća su trgovinom putem interneta ostvarila u prosjeku 14% ukupnog prometa (prosjeak u EU 20%). Izvor: Digital Agenda Scoreboard 2015



1. OBAVLJANJEDJELATNOSTI TRGOVINE PUTEM INTERNETA

1.1. ISTRAŽITE POSLOVNU IDEJU

Smanjite nesigurnost i neizvjesnost u donošenju odluke o pokretanju trgovine putem interneta (web shop) propitivanjem više aspekata poslovne ideje. To uključuje odgovore na pitanja: **zašto želite otvoriti internet trgovinu** (primjeri: proširenje poslovanja ili samozapošljavanje, odnosno planirate li otvoriti internet trgovinu kao dodatak postojećoj fizičkoj trgovini ili planirate otvoriti samostalnu internet trgovinu); **tržište na kojem želite sudjelovati** (lokalno, EU ili globalno); **ciljani kupci; konkurencija i potražnja** (istraživanje postojećih internetskih trgovina i korisničkih iskustava jer iskustva potrošača u drugim internetskim trgovinama mogu biti dobar putokaz u planiranju vlastite ponude); **gdje možete dobiti pomoć/savjet**².

Tržišno-financijskim alatima obradite poslovnu ideju, od pristupa tržištu do financijske analize, kako biste dokazali opravdanost njene realizacije. Uključite u poslovni plan aspekte: ciljano tržište (tržišni potencijal), **moгуće dobavljače, procjenu troškova** (primjerice naknade kod registracije, web domenu i hosting, dizajn, potrebne certifikate, oglašavanje, računovodstvo, zapošljavanje), **proračun** koji imate na raspolaganju. **Izaberite modele plaćanja koje ćete ponuditi kupcu** (kreditna/debitna kartica, plaćanje pouzećem, PayPal, digitalni novac Bitcoin, Mobile cash, izrada web shop modula za plaćanje za sve dostupne web shop aplikacije). Razradite

² Osim u ovom priručniku, korisne informacije možete pronaći na stranicama Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG)



model isporuke ili dostave (dostava na kućnu adresu kupca, dostava putem posrednika, preuzimanje u skladištu te u tom slučaju pitanje skladišta i dostavne službe ili preuzimanje u klasičnoj trgovini).

Optimizacija stranice i (**digitalni**) **marketing** također su ključan element. Obično pružatelj vaše web hosting usluge nudi alat za praćenje aktivnosti posjetitelja na vašoj stranici, a jedna od opcija je stvaranje korisničkih profila za vaše kupce koja vam daje mogućnost praćenja aktivnosti redovitih kupaca i personaliziranje sadržaja prema njihovim potrebama, možete ponuditi opciju za slanje newslettera i ponuda o akcijama i novim proizvodima na adresu e-pošte, Facebook profil ili slanjem SMS poruke kupcu, napraviti profil svoje trgovine na društvenim mrežama te iskoristiti prednosti postavljanja poveznica prema nekim stranicama koje će postaviti poveznicu prema vašoj stranici). Uz to, razmislite o još nekim mogućnostima: ponudite nagrađivanje lojalnosti stalnih kupaca, grupne popuste ili mogućnost korisnicima da za svaku akciju na vašoj web trgovini (ostavljanje review-a, ocjene, skidanje fotografije proizvoda ili sl.) skuplja bodove. Danas je potrebno pratiti i analizirati svaki klik korisnika, od njegove prve interakcije na Google tražilici, dolaska na vašu početnu stranicu, stavljanja proizvoda u košaricu pa sve do kupnje ili odustajanja. Posavjetujte se o mogućnostima sa web dizajnerom jer je ta suradnja iznimno važna, a vezano za marketing savjet zatražite od neke od agencija za online marketing.

1.2. PREDNOSTI TRGOVINE PUTEM INERNETA

- ✓ omogućava **24/7 poslovanje** za razliku od klasičnog prodajnog prostora koje je ograničeno radnim vremenom,
- ✓ znatno su **niži troškovi pokretanja i poslovanja** trgovine putem interneta od otvaranja klasičnog prodajnog prostora koji mora ispunjavati i određene uvjete (lokacija, opremljenost, osoblje itd.),
- ✓ internet je **tržište bez granica**, omogućuje širenje poslovanja i preko granica države u kojoj je sjedište trgovca te daje pristup velikom broju kupaca, grupne prodaje proizvoda ili usluga omogućavaju prodaju i marketing u jednom, što može rezultirati većim brojem kupaca u odnosu na klasični oblik trgovine,
- ✓ **poslovanje i plaćanje putem interneta** podjednako je **sigurno** kao i plaćanje putem POS terminala u klasičnim trgovinama, štoviše, plaćanje putem posredničkih servisa (kao što je primjerice PayPal) pruža veći stupanj sigurnosti od tradicionalnih načina plaćanja,
- ✓ kupac/potrošač iz udobnosti doma može kupovati u neograničenom broju internet trgovina te na taj način štedi dragocjeno vrijeme koje bi proveo obilazeći fizičke prodavaonice tražeći željeni proizvod, a trgovac u internetskoj trgovini **lakše se i brže prilagođava potražnji** na tržištu (ponuda proizvoda koji se trenutno ne nude na domaćem tržištu),
- ✓ **u stalnom je porastu broj korisnika interneta kao i broj potrošača** koji proizvode i usluge kupuju putem interneta,
- ✓ jedna četvrtina hrvatskih malih i srednjih poduzetnika (2015.) bavi se trgovinom putem interneta, **raste udio internetske trgovine** u ukupnom prometu poduzeća, **povećava se razina povjerenja u kupovinu putem interneta**,
- ✓ **internetska stranica je izlog trgovcu** i čini ga vidljivim i prisutnim na tržištu - neće svaki posjetitelj vaše stranice biti i kupac, no praćenjem događaja na stranici (statistika) znati ćete tko dolazi pogledati Vaš izlog i tada ćete izložiti u njemu ono što se traži.



1.3. TRGOVINA PUTEM INTERNETA U HRVATSKOJ U 2015.

Procjenjuje se da će 2016. godine na svijetu ukupno biti 1,321 milijarde online kupaca. Jasno je da trgovina putem interneta kao jedan od oblika trgovine omogućuje poduzećima da uspostave svoju prisutnost na tržištu na nacionalnoj razini ili da prošire svoje gospodarske aktivnosti izvan granica. O uklanjanju prepreka koje još uvijek postoje više u poglavlju 3. Kako bismo vam pomogli pri donošenju odluke o pokretanju internetske trgovine, u nastavku dajemo nekoliko ključnih informacija o navikama hrvatskih potrošača koji kupuju putem interneta kao i osnovne podatke o stanju internetske trgovine u Hrvatskoj.

Prednosti kupovine putem interneta po ocjeni potrošača i najčešće kupovani proizvodi



Brojke i trendovi



- 77% kućanstava ima pristup internetu
- 65% građana su korisnici interneta (prosjeak EU 28 75%)
- od toga 40% internetskih korisnika kupuje putem interneta (prosjeak EU 28 63%), a 46% koristilo se internetom za društveno umrežavanje (Facebook ili Twitter)
- većina ih kupuje od domaćih internetskih trgovaca, a 12% ih kupuje prekogranično od internetskih trgovaca sa sjedištem u nekoj drugoj državi EU
- 34% korisnika pristupa digitalnim sadržajima (glazba, video, igre)
- 89% potrošača informira se o proizvodu prije kupnje (off-line i on-line)
- 60% potrošača uspoređuje cijene i karakteristike proizvoda na internetu



- 96% poduzeća ima pristup internetu, njih 66% ima vlastite Internetske stranice
- 25% poduzeća (10 zaposlenih i više, bez financijskog sektora) ima internetsku prodaju (EU28 15%)
- 17% internetske prodaje ostvareno je u zemlji (EU 28 18%)
- 8,4% internetske prodaje ostvareno je prekogranično (EU28 6,5%)
- 11% ostvarenog prometa u trgovini dolazi od internetske trgovine (EU28 8,8%)

82% potrošača koristi kartice za plaćanje u internetskoj trgovini

93% Hrvata posjeduje barem jednu karticu (86% debitna kartica, 28% kreditna kartica)

7% korisnika interneta svaki tjedan kupuje putem interneta, 30% kupuje jednom ili dvaput mjesečno, a 27% jednom ili dvaput svaka tri mjeseca





1.4. ZAKONODAVNI OKVIR DJELATNOSTI

U Republici Hrvatskoj područje trgovine uređuju temeljni propisi: **Zakon o trgovini** (NN 87/08, 116/08, 76/09, 114/11, 68/13 i 30/14), koji uređuje temeljne uvjete za obavljanje djelatnosti trgovine. **Zakon o elektroničkoj trgovini** (NN 173/03, 67/08, 36/09, 130/11, 30/14), koji uređuje pružanje usluga informacijskog društva; **Pravilnik o minimalnim tehničkim i drugim uvjetima koji se odnose na prodajne objekte, opremu i sredstva u prodajnim objektima i uvjetima za prodaju robe izvan prodavaonica** (NN 66/09, 108/09, 8/10 i 108/14), koji propisuje minimalne tehničke uvjete za sve vrste prodajnih objekata u kojima se trguje na veliko i malo te **Pravilnik o klasifikaciji prodavaonica i drugih oblika trgovine na malo** (NN 39/09), koji propisuje oblike obavljanja djelatnosti trgovine na malo i definiranje prodavaonica prema određenim zajedničkim temeljnim obilježjima. Također, ukoliko Zakonom o trgovini nije drugačije određeno, na ugovorne odnose u posredovanju u trgovini primijenit će se odredbe Zakona o obveznim odnosima (NN 35/05, 41/08, 125/11, 78/15).

Trgovinu putem interneta dodano uređuju: **Zakon o elektroničkom potpisu** (NN10/02, 80/08, 107/10, 89/13, 30/14), koji uređuje pravo fizičkih i pravnih osoba na uporabu elektroničkog potpisa, te **porezni propisi, propisi specifični za pojedinu djelatnost i pravni oblik osobe** koja pruža uslugu prodaje putem interneta kao i **propisi o zaštiti osobnih podataka**.

Zaštitu osnovnih prava potrošača pri kupnji proizvoda i usluga, kao i pri drugim oblicima stjecanja proizvoda i usluga na tržištu uređuje **Zakon o zaštiti potrošača** (NN 41/14, 110/15).

1.5. REGISTRACIJA DJELATNOSTI

Prodaja na daljinu je poseban oblik trgovine izvan prodavaonice koji podrazumijeva prodaju putem sredstava daljinske komunikacije za obavljanje djelatnosti trgovine, prodaje robe i usluga što podrazumijeva nuđenje usluga i reklamiranje proizvoda, kao i ostali oblici individualizirane prodaje robe i usluga kupcu (prodaja putem kataloga, TV prodaja, prodaja putem pošte, prodaja putem interneta i sl.).

Tako je prodaja putem interneta prodaja koja se realizira na daljinu, gdje se roba ili usluga naručuje putem internetske stranice, odnosno kupoprodajni ugovor se sklapa putem interneta. U takvom obliku prodaje plaćanje može biti putem interneta ili klasičnim putem (gotovina, kartice).

Za obavljanje djelatnosti trgovine putem interneta potrebno je registrirati trgovačko društvo ili obrt upisom u odgovarajući registar djelatnosti pod nazivom „**usluge informacijskog društva**“. Usluga informacijskog društva je usluga koja se uz naknadu pruža elektroničkim putem na individualni zahtjev korisnika, a posebno internet prodaja robe i usluga, nuđenje podataka na internetu, reklamiranje putem interneta, elektronički pretraživači, te mogućnost traženja podataka i usluga koje se prenose elektroničkom mrežom, posreduju u pristupu mreži ili pohranjuju podatke korisnika.

Trgovac se zakonom definira kao pravna ili fizička osoba, registrirana za obavljanje kupnje i prodaje robe, i/ili pružanja usluga u trgovini. Ukoliko je trgovac registriran u drugoj državi ugovornici Europskog gospodarskog prostora (EGP), a u Hrvatskoj želi pružati navedene usluge na povremenoj i privremenoj osnovi, priznaje mu se istovrijedni dokaz o registraciju sjedišta (poslovnog nastana). Za obavljanje djelatnosti trgovine potrebno je da pravna osoba ili fizička osoba – obrtnik ispune opće uvjete za obavljanje djelatnosti.

Opći uvjeti su: opis djelatnosti u odgovarajuće propisane registre ili upisnike te ishodenje rješenja o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih propisanih uvjeta za obavljanje djelatnosti trgovine.



Trgovac pravna osoba upisuje djelatnost trgovine u sudski registar pri nadležnom trgovačkom sudu (prema sjedištu pravne osobe). Ako trgovac želi trgovinu obavljati putem vlastite internetske stranice (vlastitog web shop-a) tada u odgovarajući registar mora upisati djelatnost "usluge informacijskog društva".

Trgovac fizička osoba – obrtnik upisuje djelatnost trgovine u obrtni registar koji se vodi pri nadležnom Uredu državne uprave u županiji, odnosno gradskom uredu Grada Zagreba nadležnom za gospodarstvo, prema mjestu sjedišta obrta. Ako će se baviti trgovinom putem interneta, tada mora registrirati i djelatnost pod nazivom "usluge informacijskog društva". Navedeno se ne odnosi na nositelja i/ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva (OPG), koji djelatnost trgovine obavlja temeljem upisa u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava. Usluga informacijskog društva je usluga koja se uz naknadu pruža elektroničkim putem na individualni zahtjev korisnika, a posebno internet prodaja robe i usluga, nuđenje podataka na internetu, reklamiranje putem interneta, internetski pretraživači, te mogućnost traženja podataka i usluga koje se prenose elektroničkom mrežom, posreduju u pristupu mreži ili pohranjuju podatke korisnika.

1.5.1. UVJETI KOJE MORA ZADOVOLJITI TRGOVAC PUTEM INTERNETA

Popisani su uvjeti za pokretanje obavljanja djelatnosti prodaje putem interneta, uključujući ishodenje rješenja o minimalno tehničkim uvjetima kao i potrebni podaci i informacije o nuđenju robe i/ili usluga dostupni korisnicima/kupcima, a u cilju sigurnog obavljanja navedenog oblika djelatnosti trgovine.

Da bismo pojednostavnili pokretanje poslovanja bez dodatnog financijskog opterećenja, u novi Pravilnik o minimalnim tehničkim i drugim uvjetima koji se odnose na prodajne objekte, opremu i sredstva u prodajnim objektima i uvjetima za prodaju robe izvan prodavaonica (NN 66/09, 108/09, 8/10 i 108/14), Ministarstvo gospodarstva uvelo je odredbe koje se odnose na definiranje i propisivanje minimalno-tehničkih uvjeta za prodaju na daljinu.

Minimalno-tehnički i drugi uvjeti

- osigurati odgovarajuće skladištenje robe (no, ukoliko gospodarski subjekt namjerava obavljati djelatnosti trgovine na daljinu na način da nudi samo usluge, a ne i robu, tada nije dužan podnijeti zahtjev za ishodenje rješenja o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih uvjeta);
- ukoliko internetski trgovac koristi skladište, potrebno je zadovoljiti propisane uvjete o gradnji, prevenciji požara i zaštiti na radu;
- ukoliko se obavlja internetska trgovina s hranom, potrebno je zadovoljiti propisane opće sanitarne, zdravstvene i higijenske uvjete;
- zadovoljiti uvjete propisane posebnim propisima, sukladno vrsti robe, načinu trgovanja robom, fizikalno – kemijskim i drugim karakteristikama robe;
- ako trgovac ima Rješenje o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih uvjeta za klasičnu trgovinu, tada može obavljati i internetsku trgovinu bez da je u obvezi ishoditi novo rješenje o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih uvjeta.



POTREBNI DOKUMENTI

- zahtjev za upis djelatnosti trgovine u određeni registar (zahtjev je unificiran za sve županije),
- rješenje Trgovačkog suda o upisu u sudski registar (za pravne osobe) ili rješenje o upisu u Obrtni registar (za fizičke osobe) ili dokaz o upisu u Upisnik sukladno posebnim propisima,
- dokaz o pravu korištenja poslovnog prostora (vlasnički list, ugovor o zakupu),
- dokaz o ispunjavanju uvjeta poslovnog prostora temeljem posebnih propisa (o gradnji građevina).

Upravna pristojba uz zahtjev iznosi 70 HRK (kod predaje zahtjeva) te se u korist proračuna nadležne županije prema sjedištu prodajnog objekta uplaćuje dodatnih 350 HRK.

Rješenje o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih uvjeta za obavljanje djelatnosti trgovine je odobrenje za obavljanje te djelatnosti koje donosi mjesno nadležni ured državne uprave u županiji, odnosno Grada Zagreba.

Pravni lijek protiv izdanog rješenja je žalba koja se može izjaviti nadležnom Ministarstvu gospodarstva (drugostupanjsko tijelo državne uprave Vlade RH), Ulica grada Vukovara 78, Zagreb, u roku od 15 dana od dana zaprimanja rješenja od strane mjesno nadležnog ureda državne uprave u županiji, odnosno gradskog ureda Grada Zagreba nadležnog za gospodarstvo prema mjestu gdje se nalazi prodajni objekt. Žalba se predaje Ministarstvu gospodarstva, a na koju se plaća upravna pristojba u iznosu od 50 HRK.

Mora li trgovac za obavljanje trgovine putem interneta imati skladište?



Internetski trgovac ne treba imati fizičko skladište ukoliko gospodarski subjekt namjerava obavljati djelatnost internet trgovine na način da nudi samo usluge, a ne i robu, tada nije dužan podnijeti zahtjev za ishođenje rješenja o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih uvjeta. Dakle, ukoliko se djelatnost internet trgovine obavlja na način da se naručeni proizvodi bez skladištenja izravno od dobavljača/proizvođača dostavljaju kupcima, nije potrebno podnositi zahtjev za ishođenje posebnih minimalno-tehničkih zahtjeva. Također, nije potrebno ishođenje rješenja o minimalnim tehničkim i drugim uvjetima za obavljanje registrirane djelatnosti trgovine, kada se radi o proizvodnji i distribuciji digitalnog sadržaja koji se ne isporučuje/ispisuje na fizičkom mediju (CD, DVD, USB, micro sd card i slično).



Internetski trgovac mora imati fizičko skladište ukoliko se radi o obavljanju djelatnosti internet trgovine na način da gospodarski subjekt trguje robom na malo. Tada je dužan osigurati za tu robu skladište, iz kojih razloga mora podnijeti zahtjev za ishođenje rješenja o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih uvjeta za obavljanje djelatnosti trgovine na malo mjesno nadležnom Uredu za poslove gospodarstva državne uprave u županiji odnosno Gradu Zagrebu, te udovoljiti svim propisanim uvjetima iz članka 12. i 13. Zakona o trgovini (NN 87/08, 96/08, 116/08, 76/09, 114/11, 68/13, 30/14) te odredbama Pravilnika o minimalnim tehničkim i drugim uvjetima koji se odnose na prodajne objekte, opremu i sredstva u prodajnim objektima i uvjetima za prodaju robe izvan prodavaonica (NN 66/09, 108/09, 8/10, 108/14). Za trgovanje robom na veliko, površina skladišta za trgovanje može biti i manja od 50 m², ali ne manja od 25 m², uz uvjet da je osigurano nesmetano kretanje i manipuliranje robom, dok za maloprodaju površina ne smije biti manja od 6 m², osim prodajne površine kioska u kojem se ne priprema hrana, a ista ne smije biti manja od 3,5 m².



1.5.2. INFORMACIJE KOJE JE TRGOVAC PUTEM INTERNETA OBVEZAN OBJAVITI

Prije nego što potrošač sklopi ugovor izvan poslovnih prostorija, odnosno ugovor na daljinu (ugovor o kupovini s trgovcem koji robu ili usluge prodaje putem kataloga, TV prodaje, putem interneta ili putem telefona) ili prije nego što potrošač bude obavezan odgovarajućom ponudom, trgovac je dužan potrošaču na jasan i razumljiv način, na hrvatskom jeziku i latiničnim pismom (moguća je istodobna uporaba drugih jezika), pružiti određene **predugovorne obavijesti**:

- ime i prezime ili tvrtka davatelja usluge
- sjedište obrta ili pravne osobe davatelja usluge
- kontakt podatke davatelja usluge
- broj sudskog ili drugog javnog registra u koje je davatelj usluge upisan te podatke o registru
- pojedinosti o nadležnom tijelu ako djelatnost davatelja usluga podliježe službenom nadzoru
- porezni broj ako je davatelj usluga obveznik plaćanja poreza na dodanu vrijednost.

U pogledu djelatnosti reguliranih profesija obvezne su sljedeće informacije:

- profesionalnu ili sličnu instituciju kod koje je davatelj usluge registriran
- profesionalni naziv i zemlju koja ga je odobrila
- uputu o profesionalnim pravilima u zemlji u kojoj se obavlja djelatnost i mjestu njihove dostupnosti.

Ako davatelj usluga prikazuje cijene, one moraju biti jasno i nedvosmisleno naznačene, a posebno se mora naznačiti jesu li u prikazane cijene uključeni troškovi dostave, ostali manipulativni troškovi, porez i drugi troškovi koji na bilo koji način utječu na prikazanu cijenu. O informacijama koje trgovac mora objaviti na svojim internetskim stranicama u ogledu zaštite potrošača pogledajte u poglavlju 2.1.

1.6. FISKALIZACIJA U INTERNETSKOJ TRGOVINI

Sukladno Zakonu o fiskalizaciji u prometu gotovinom³, svi porezni obveznici dužni su izdati račun preko elektroničkih naplatnih uređaja izravno povezanih s Poreznom upravom. Zakon o fiskalizaciji u prometu gotovinom definira promet gotovinom kao "plaćanje za isporučena dobra ili obavljene usluge novčanicama ili kovanicama koje se smatraju platežnim sredstvom, karticama, čekom ili drugim sličnim načinima plaćanja, osim plaćanja na transakcijski račun kod banaka, ako ovim Zakonom nije uređeno drugačije." Kartični platni promet definiran je kao gotovinski promet pa se plaćanje kreditnim i debitnim karticama smatra prometom u gotovini te je i za taj oblik plaćanja potrebno provesti postupak fiskalizacije izdavanja računa. Dakle, internetske trgovine su obuhvaćene fiskalizacijom, pa trgovac svoju internetsku trgovinu mora povezati sustavom za fiskalizaciju, a svaki račun koji izdaje mora proći postupak fiskalizacije⁴. Za fiskalizaciju je obavezan certifikat koji izdaje Fina (preduvjet je registracija poslovnog subjekta u PKI sustavu Fine). Sadržaj računa i način obračuna poreza propisani su Zakonom o PDV-u, a više informacija potražite na mrežnim stranicama Ministarstva financija.

Uzimajući u obzir članak 6. Zakona o fiskalizaciji u prometu gotovinom, koji navodi "*Polazeći od specifičnosti obavljanja određene djelatnosti, Vlada Republike Hrvatske može na prijedlog ministra financija donijeti odluku o oslobodjenju određene djelatnosti od propisane obveze fiskalizacije u prometu gotovinom.*" – postoji mogućnost revidiranja obvezatnosti fiskalizacije internetskih trgovina iz razloga što obveza fiskalizacije dijelom otežava poslovanje internetskih trgovaca zbog potrebe uvođenja dodatnih tehnoloških rješenja (pri direktnoj fiskalizaciji u sklopu internetske trgovine) ili zbog potrebe dodatnih aktivnosti (naknadno ispisivanje fiskaliziranih računa), što može imati za posljedicu prenošenje poslovanja u drugu državu EU-a.

³ Zakonu o fiskalizaciji u prometu gotovinom (NN 133/12)

⁴ osim PayPal računa kojega je Porezna uprava izjednačila s plaćanjem iz transakcijskog računa na račun za koji nema obveze fiskalizacije



2. OBVEZE INTERNETSKIH TRGOVACA PREMA POTROŠAČIMA

Direktiva 2011/83/EU o pravima potrošača primjenjuje se u svim državama Europske unije od 13. lipnja 2014. godine, a njene odredbe u cijelosti su prenjete u Zakon o zaštiti potrošača (NN 41/14 i 110/15). Osobito je važna za poslovne subjekte koji trgovinu obavljaju sredstvima daljinske komunikacije (internet, pametni telefoni, aplikacije, elektronička pošta), te izvan poslovnih prostorija trgovca (prodaja na ulici ili pred vratima) jer propisuje obveze i ograničenja kojima se dodatno štite prava potrošača.

2.1. OBJAVA JASNIH I RAZUMLJIVIH INFORMACIJA

U pogledu zaštite potrošača trgovac mora na svojim internetskim stranicama objaviti slijedeće informacije⁵:

- uvjeti ugovora moraju biti dostupni prije potvrde kupnje te ugovor ne smije sadržavati zavaravajuće odredbe;
- glavna obilježja robe ili usluge, u mjeri u kojoj je to prikladno s obzirom na robu ili uslugu te medij koji se koristi za prijenos obavijesti;
- maloprodajna cijena robe ili usluge, a ako priroda robe ili usluge ne omogućava da cijena bude izračunata unaprijed, informacije o načinu izračuna cijene te, ako je primjenjivo, ostalim

⁵ Predugovorne obavijesti o kojima trgovac mora na jasan i razumljiv način obavijestiti potrošača prije nego što s njim sklopi ugovor na daljinu propisane su u čl. 57. Zakona o zaštiti potrošača, NN, br. 41/14. i 110/15.)



troškovima prijevoza, dostave ili poštanskih usluga, odnosno o tome da ti troškovi mogu biti naplaćeni, ako ne mogu biti razumno izračunati unaprijed;

- informacije o pologu ili drugom financijskom osiguranju koje je potrošač na zahtjev trgovca dužan platiti ili pribaviti, kao i o uvjetima plaćanja toga pologa, odnosno uvjetima pribavljanja drugog financijskog osiguranja;
- informacije o troškovima prijevoza, dostave ili poštanskih usluga, odnosno obavijestiti potrošača da ti troškovi mogu biti naplaćeni, ako ne mogu biti razumno izračunati unaprijed;
- uvjeti plaćanja, uvjeti isporuke robe ili pružanja usluge, vrijeme isporuke robe ili pružanja usluge te, ako postoji, način rješavanja potrošačkih pritužbi od strane trgovca;
- obavijest o pologu ili drugom financijskom osiguranju koje je potrošač na zahtjev trgovca dužan platiti ili pribaviti, kao i o uvjetima plaćanja toga pologa, odnosno uvjetima pribavljanja drugog financijskog osiguranja;
- jasne informacije o zakonskom jamstvu trgovca, proizvođača ili prodavatelja kao i postojanje odgovornosti za materijalne nedostatke⁶;
- jasne upute o načinu podnošenja prigovora, odnosno o načinu na koji trgovac rješava potrošačke pritužbe;
- uvjeti, rokovi i postupak izvršavanja prava potrošača na jednostrani raskid ugovora te obrazac za jednostrani raskid ugovora u slučajevima u kojima to pravo potrošača postoji;
- informacija o uslugama ili pomoći koji se potrošaču nude nakon prodaje te uvjetima korištenja tih usluga ili pomoći, ako ih trgovac pruža.

OBVEZNE INFORMACIJE KOD PRODAJE DIGITALNOG SADRŽAJA

Digitalni sadržaji su **računalni programi, aplikacije, igre, glazba, video ili tekstovi**, bez obzira na to da li im se pristupa kroz preuzimanje ili *streaming* ili na bilo koji drugi način.

Trgovac ima obvezu obavijestiti potrošača o:

- **funkcionalnosti** digitalnog sadržaja uključujući informacije o potrebnim mjerama tehničke zaštite tih sadržaja;
- **interoperabilnosti** sadržaja s računalom ili programskom opremom (uvijek mora biti navedena kompatibilnost takvog sadržaja sa hardverom i softverom);
- **ograničenjima** u odnosu na autorska prava (umnožavanje sadržaja) ili primjeni bilo kakvih tehničkih mjera koje mogu utjecati na korištenje sadržaja.

Obavijest koja se daje prilikom kupnje takvog sadržaja dio je predugovornih obavijesti. Obveza je trgovca prikazivati informacije o digitalnim proizvodima u predugovornoj obavijesti na način koji je u skladu s osobinama digitalnih proizvoda i prikladan mediju i vrsti robe ili usluge⁷.

⁶ Naime, jamstvo za ispravnost prodane stvari (garancija) i odgovornost za materijalne nedostatke na proizvodu dva su zasebna pravna instituta, temeljem kojih su odgovorni različiti subjekti - za materijalni nedostatak na proizvodu odgovara uvijek prodavatelj (trgovac), a za jamstvo (garanciju) odgovara onaj koji to jamstvo daje (što je najčešće proizvođač, ali može biti i trgovac, prodavatelj stvari.

⁷ Više u: čl. 57. Zakona o zaštiti potrošača, (NN, br. 41/14. i 110/15.)



2.2. SKLAPANJE I RASKID UGOVORA SKLOPLJENOG U ELEKTRONIČKOM OBLIKU

Ugovor u elektroničkom obliku je oblik ugovora na daljinu⁸. Prema Zakonu o elektroničkoj trgovini, ugovor u elektroničkom obliku je ugovor što ga pravna i fizička osoba u cijelosti ili djelomično sklapaju, šalju, primaju, raskidaju, otkazuju, pristupaju i prikazuju elektroničkim putem koristeći elektronička, optička ili slična sredstva, uključujući, ali ne ograničavajući se na prijenos putem interneta. Takav ugovor sklopljen je onog trenutka kad ponuditelj (trgovac) primi elektroničku poruku koja sadržava izjavu potrošača da prihvaća ponudu.

Ako bi temeljem ugovora sklopljenog elektroničkim putem potrošač bio u obvezi izvršiti određeno plaćanje, trgovac mora potrošača, prije nego što potrošač izvrši narudžbu, jasno i vidno istaknuto obavijestiti o tome te omogućiti potrošaču da u trenutku izvršenja narudžbe jasno izjavi da je upoznat s tim da narudžba uključuje obvezu plaćanja⁹. Ako je za narudžbu elektroničkim putem potrošač trebao aktivirati određeno polje na ekranu ili sličnu funkciju, to polje na ekranu ili slična funkcija moraju biti obilježeni na lako uočljiv način riječima »narudžba s obvezom plaćanja« ili sličnim nedvojbenim izrazom kojim se objašnjava da narudžba uključuje obvezu plaćanja.

Propisani rok za raskid ugovora je 14 dana i počinje teći od trenutka kada je predmet ugovora predan u posjed, osim u slučaju sklapanja ugovora kojemu je predmet digitalni sadržaj koji nije isporučen na tjelesnom mediju (kao i u slučajevima sklapanja ugovora o uslugama, ugovora o isporuci vode, plina ili električne energije koji se prodaju u neograničenom obujmu ili neograničenoj količini te isporuci toplinske energije), kada rok od 14 dana započinje teći od dana sklapanja ugovora. Iskoristi li potrošač svoje pravo na jednostrani raskid ugovora, strane nisu dužne ispuniti svoje obveze iz ugovora sklopljenog na daljinu, a potrošač nije dužan nadoknaditi nikakve troškove koji bi bili posljedica korištenja njegova prava na jednostrani raskid ugovora. U slučaju raskida ugovora svaka je strana dužna vratiti drugoj ono što je primila temeljem ugovora. U tom slučaju trgovac mora bez odgađanja, a najkasnije u roku od 14 dana od dana kad je zaprimio obavijest o odluci potrošača da raskida ugovor, vratiti potrošaču sve što je ovaj platio na temelju ugovora.

2.3. ŠTO JE ZABRANJENO TRGOVCU PUTEM INTERNETA

Zavaravajuća poslovna praksa: Poslovna praksa smatra se zavaravajućom ako sadrži netočne informacije kojima se potrošača navodi ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o kupnji koju inače ne bi donio¹⁰.

Naplata skrivenih troškova: Potrošač mora trgovcu izričito potvrditi da razumije što mora platiti. Prije nego što potrošač sklopi ugovor ili bude obavezan odgovarajućom ponudom, trgovac mora zatražiti njegov izričit pristanak za bilo koje dodatno plaćanje koje bi potrošač bio dužan izvršiti osim plaćanja koje je ugovoreno. U slučaju da potrošač nije dao izričit pristanak, već se trgovac poslužio opcijom prešutnog prihvata od strane potrošača, potrošač ima pravo zatražiti povrat bilo kojeg dodatnog iznosa koji je platio temeljem takve opcije. Ako trgovac ne obavijesti potrošača o dodatnim troškovima, potrošač nije dužan snositi te troškove.

Dodatne naknade: Za korištenje kreditne kartice ili drugih oblika plaćanja, te kod korištenja posebnih telefonskih brojeva putem kojih trgovci omogućuju potrošačima da ih kontaktiraju, trgovac može naplatiti potrošaču samo osnovnu tarifu.

Prethodno označene narudžbe: Prethodno označena polja na web stranicama koja automatski nude dodatne usluge tijekom procesa kupovine su zabranjena.

⁸ Prema odredbama Zakona o zaštiti potrošača ugovor na daljinu je ugovor sklopljen između trgovca i potrošača u okviru organiziranog sustava prodaje ili pružanja usluge bez istodobne fizičke prisutnosti trgovca i potrošača na jednome mjestu pri čemu se do trenutka sklapanja ugovora te za sklapanje ugovora isključivo koristi jedno ili više sredstava daljinske komunikacije.

⁹ čl. 67. Zakona o zaštiti potrošača

¹⁰ Primjeri zavaravajuće poslovne prakse: isticanje zaštitnih znakova, znakova kvalitete ili sličnih znakova bez potrebnog odobrenja; tvrdnja trgovca da je pravila postupanja trgovca koja taj trgovac primjenjuje odobrilo ovlašteno tijelo, iako to nije slučaj; pozivanje na kupnju proizvoda po određenoj cijeni, iako trgovac ima opravdane razloge vjerovati da neće biti u mogućnosti ponuditi isporuku tog ili sličnog proizvoda po navedenoj cijeni; lažno tvrditi da će proizvod biti dostupan samo u vrlo ograničenom razdoblju ili da će biti dostupan jedino pod posebnim uvjetima u vrlo ograničenom razdoblju; trgovac ne smije opisati proizvod kao "gratis", "besplatan", "bez naknade" ili sl. ako potrošač mora platiti išta drugo osim neizbježnog troška (npr. plaćanja za isporuku artikala)



3. MJERE EK ZA 2016. ZA OTKLANJANJE PREPREKA RAZVOJU INTERNETSKJE TRGOVINE

Na jedinstvenom tržištu EU-a poduzeća moraju imati mogućnost upravljati prodajom u skladu sa zajedničkim pravilima¹¹.

Najvažniji novi dokument na razini EU-a koji će utjecati na razvoj trgovine putem interneta, osobito prodaje u drugim državama članicama EU, te će povećati povjerenje u prekograničnu kupnju i prodaju putem interneta je **Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta**¹², koja je predstavljena u svibnju 2015. godine i koja obuhvaća niz ciljanih mjera koje će Europska Komisija provesti do kraja 2016. godine.

Strategija se temelji na **trima stupovima: (I) bolji pristup potrošača i poduzeća digitalnim dobrima i uslugama u cijeloj Europi; (II) osiguravanje odgovarajućih ravnopravnih uvjeta koji pogoduju digitalnim mrežama i inovativnim uslugama; (III) iskorištavanje punog potencijala rasta digitalnoga gospodarstva.**

U okviru tih triju stupova utvrđeno je **16 ključnih mjera** koje će Komisija provesti do kraja 2016. godine. Neki zakonodavni prijedlozi i mjere izravno će utjecati na trgovinu putem interneta i potrošače: revizija Uredbe o suradnji u zaštiti potrošača, mjere u području dostave paketa te zakonodavni prijedlozi u cilju smanjivanja administrativnog opterećenja poduzeća koje proizlazi iz različitih sustava PDV-a.

Ministarstvo gospodarstva aktivno je sudjelovalo i podržava mjere uklanjanja prepreka prekograničnom razvoju internetske trgovine i lakšem poslovanju.

U okviru I. stupa (bolji pristup potrošača i poduzeća digitalnim dobrima i uslugama u cijeloj Europi), predložene su slijedeće mjere:

¹¹ Jedan od razloga zašto potrošači i manja poduzeća u većoj mjeri ne sudjeluju u prekograničnoj trgovini putem interneta jest što pravila koja se primjenjuju na te transakcije mogu biti zamršena i nejasna te se razlikovati među državama članicama.

¹² Komunikacija Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Evropu, COM(2015) 192



3.1. USKLAĐENJE PROPISA KOJIMA ĆE SE OLAKŠATI PREKOGRANIČNA INTERNETSKA TRGOVINA

Neki aspekti prava u području zaštite potrošača i ugovornog prava već su u cijelosti usklađeni za prodaju na internetu (npr. informacije koje treba pružiti potrošačima prije sklapanja ugovora ili pravila kojima se uređuje njihovo pravo na odustajanje od kupnje ako se predomisle). Međutim, za druge aspekte ugovora (npr. koji su pravni lijekovi dostupni u slučaju da proizvod nije u skladu s ugovorom o prodaji) vrijede samo propisi EU-a kojima se osigurava minimalna usklađenost, koje države članice mogu dopuniti. U pogledu pravnih lijekova u slučaju neispravnih digitalnih sadržaja kupljenih na internetu (npr. e-knjige ili aplikacije), nema nikakvih posebnih propisa EU-a, samo nekoliko nacionalnih propisa. Stoga je najavljeno usklađenje propisa EU-a o ugovorima i zaštiti potrošača pri kupnji na Internetu, bilo da se radi o fizičkim proizvodima ili o digitalnom sadržaju.

3.2. BRŽA I DOSLJEDNIJA PROVEDBA PROPISA O ZAŠTITI POTROŠAČA

Kako bi potrošačka pravila za kupnju putem interneta postala posve učinkovita, odnosno kako bi se podigao stupanj povjerenja potrošača u trgovinu putem interneta (zaštita privatnosti, sigurnost plaćanja), potrebno je osigurati bržu, lakšu i dosljedniju provedbu. U svrhu razvijanja učinkovitijih mehanizama suradnje Komisija predlaže preispitivanje (reviziju) Uredbe o suradnji u zaštiti potrošača, kojom će se razjasniti i utvrditi ovlasti provedbenih tijela te bolje uskladiti aktivnosti tržišnog nadzora i otkrivanja prekršaja.

U prvoj polovici 2016. godine sa radom će započeti **Platforma za on-line rješavanje potrošačkih sporova** (Platforma za ORS). Putem Platforme za ORS trgovci i potrošači s poslovnim nastanom, odnosno prebivalištem u EU, mogu na brz, besplatan i jednostavan način putem interneta riješiti svoj prekogranični ili domaći spor pred tijelima za alternativno rješavanje sporova, ukoliko se takav spor odnosi na kupnju putem interneta. Kako bi se potrošačima i trgovcima olakšao pristup Platformi za ORS te osigurale potrebne informacije i savjet, svaka će država članica EU-a odrediti kontaktnu točku za ORS, sa ciljem ispunjenja navedene zadaće. Sukladno preporukama Europske komisije, kontaktna točka za Platformu za ORS u Republici Hrvatskoj biti će Europski potrošački centar Hrvatska, koji je uspostavljen u Upravi za trgovinu i unutarnje tržište Ministarstva gospodarstva.

3.3. UČINKOVITIJA I POVOLJNIJA DOSTAVA PAKETA U PREKOGRANIČNOJ TRGOVINI PUTEM INTERNETA

Dionici u prekograničnoj prodaji putem interneta tuže se na pomanjkanje transparentnosti, prekomjerne troškove dostave u prekograničnoj trgovini za male pošiljke (procjenjuje se da su cijene za prekograničnu dostavu paketa koje zaračunavaju nacionalni poštanski operateri dva do pet puta više od domaćih cijena) te pomanjkanje interoperabilnosti među različitim operaterima koji su uobičajeno uključeni u dostavu prekograničnih pošiljki te s tim povezan manjak praktičnosti za krajnjeg potrošača.

3.4. UKIDANJE NEOPRAVDANOG USKRAĆIVANJA PRISTUPA NA TEMELJU LOKACIJE

Ograničavanje mogućnosti i izbora potrošačima, odnosno uskraćivanje pristupa nekom web-mjestu na temelju lokacije značajan je uzrok nezadovoljstva potrošača i rascjepkanosti jedinstvenog tržišta. Riječ je o diskriminacijskoj praksi koja se upotrebljava iz komercijalnih razloga kada prodavači na internetu potrošačima



uskraćuju pristup web-mjestu na temelju njihove lokacije ili ih preusmjeravaju u lokalnu trgovinu u kojoj su cijene drugačije.

Postupci uskraćivanja pristupa na temelju lokacije mogu biti posljedica jednostrane odluke sudionika na tržištu, sporazuma među konkurentskim poduzećima o podjeli tržišta ili vertikalnih sporazuma (o distribucijskim pravima na teritoriju). Ponekad se ta ograničenja dostave i posljedične cjenovne razlike mogu opravdati, primjerice kada prodavač mora ispunjavati posebne zakonske obveze. Međutim, u mnogim slučajevima internetsko uskraćivanje pristupa na temelju lokacije nije opravdano. Ti neopravdani postupci trebali bi se izričito zabraniti kako bi potrošači i poduzeća u EU-u mogli u cijelosti iskoristiti veći izbor i niže cijene na jedinstvenom tržištu.

Komisija će u prvoj polovici 2016. godine donijeti zakonodavne prijedloge za okončanje neopravdanog uskraćivanja pristupa na temelju lokacije, a mjere bi mogle uključivati promjene regulatornog okvira za internetsku trgovinu i okvira utvrđenog Direktivom o uslugama.

3.5. RJEŠAVANJE MOGUĆIH PROBLEMA U POGLEDU NARUŠAVANJA TRŽIŠNOG NATJECANJA U SEKTORU INTERNETSKJE TRGOVINE

U okviru II. stupa (osiguravanje odgovarajućih ravnopravnih uvjeta koji pogoduju digitalnim mrežama i inovativnim uslugama), Komisija će, između ostalih mjera, provesti i sveobuhvatnu analizu uloge internetskih platformi na tržištu. Internetske platforme (pretraživači, društveni mediji, platforme za internetsku trgovinu, trgovine aplikacijama, web-mjesta za usporedbu cijena) potrošačima omogućuju pronalazak informacija na internetu, a poduzećima pomažu (osobito malim) da se aktiviraju na internetu, dosegnu nova tržišta i koriste prednosti internetske trgovine. Međutim, način uporabe njihove tržišne moći potiče nova regulatorna pitanja. Stoga će se provesti analiza uloge internetskih platformi koja bi trebala odgovoriti na pitanja koja se odnose na netransparentnost rezultata pretraživanja i praksu određivanja cijena, način upotrebe dobivenih informacija, odnose među platformama i dobavljačima te na promidžbu vlastitih usluga na štetu konkurenata.

Pojednostavnjenjem poreznih pravila nastojati će se smanjiti opterećenja pri prekograničnoj internetskoj trgovini koja nastaju zbog različitih nacionalnih sustava PDV-a. Mjera smanjenja opterećenja i prepreka povezanih s PDV-om pri prodaji preko granica treba pomoći poduzećima koja žele prekogranično trgovati na internetu (i izvan njega), uspostaviti ravnopravne uvjete za poduzeća iz EU-a i osigurati da se prihodi od PDV-a prikupe u državi članici potrošača.

U 2016. godini Komisija će donijeti zakonodavne prijedloge za smanjenje administrativnog opterećenja za poduzeća koje proizlazi iz različitih sustava PDV-a, uključujući proširenje sadašnjeg jedinstvenog mehanizma za elektroničku registraciju i plaćanje na internetsku prodaju materijalnih dobara unutar EU-a i iz trećih zemalja; uvođenje zajedničke mjere za pojednostavnjenje na razini EU-a (prag PDV-a) za pomoć novoosnovanim poduzećima u području internetske trgovine; omogućivanje nadzora matične države uključujući jedinstvenu reviziju prekograničnih poslova za potrebe PDV-a te ukidanje oslobađanja od PDV-a za uvoz manjih pošiljaka od dobavljača iz trećih zemalja.

Impresum

Nakladnik	Ministarstvo gospodarstva Uprava za trgovinu i unutarnje tržište
Adresa nakladnika	Ulica grada Vukovara 78, Zagreb
Nakladnička cjelina	Trgovina i unutarnje tržište
Za nakladnika	Vedran Kružić
Urednica e-publikacija:	Sandra Kelemen
Godište i svezak	godište 3, svezak 14
Vodič pripremile:	Sandra Kelemen, Maja Radišić Žuvanić, Anda Kostijal
Grafičko oblikovanje i prijelom:	Sandra Kelemen
Objavljeno	siječanj 2016. mrežno mjesto http://www.mingo.hr/page/kategorija/e-publikacije

© **MINGO 2016.**

U pripremi materijala korišteni su izvori: Komunikacija Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Euopu, COM(2015) 192; European Commission - Fact Sheet, Questions and answers - Digital Single Market Strategy (MEMO), 06 May 2015.; Komunikacija o programu rada Europske komisije za 2016., COM(2015) 610; nacionalni propisi koji uređuju područje trgovine i zaštite potrošača i drugi izvori.

Dopušteno je prenošenje dijelova Vodiča uz navođenje izvora. Objavljeni sadržaj se ne odnosi na specifične okolnosti bilo koje pojedinačne fizičke ili pravne osobe te ne predstavlja pravni savjet. Samo se pravni propisi objavljeni u službenim glasilima mogu smatrati pravno valjanima.

Nakladnik ne snosi odgovornost uslijed promjene objavljenih informacija.