



АНАЛИЗА НА СОСТОЈБАТА СО ЕЛЕКТРОНСКАТА ТРГОВИЈА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

ноември 2010

СОДРЖИНА

ПОИМНИК	4
РЕЗИМЕ.....	5
Клучни наоди.....	5
Препораки.....	7
ВОВЕД.....	10
Причини за спроведување на анализата	10
Методологија на работа	11
Што е електронска трговија?.....	12
Како функционира е-трговијата?	12
Кои се најчестите проблеми поврзани со е-трговијата воопшто?	14
РЕЛЕВАНТНИ НАЦИОНАЛНИ И МЕЃУНАРОДНИ ПРОПИСИ	15
Закон за електронска трговија	15
Други релевантни национални прописи.....	16
Директива на ЕУ за е-трговија.....	16
КАКО ПРАКТИЧНО ФУНКЦИОНИРА е-ТРГОВИЈАТА ВО РМ?	18
Основање и работење на интернет трговец.....	18
Набавка на софтвер за е-трговија	19
Плаќања преку интернет	20
а) Издавање платежни картички и отворање сметка на интернет трговец.....	21
б) Платежен процесор	22
в) Провизии во е-трговијата	24
г) Други проблеми поврзани со користењето на картичките	24
д) Фискализација, издавање фактура и евидентирање на прометот од страна на интернет трговецот.....	25
Испорака (достава).....	26
НАДВОРЕШНА ЕЛЕКТРОНСКА ТРГОВИЈА	28

Испорака на стоки во странство нарачани преку интернет трговец од РМ.....	28
Нарачка на производи преку странски интернет трговци и нивен увоз во РМ.....	29
ДРУГИ ПРОБЛЕМИ СО КОИ СЕ СООЧУВААТ ИНТЕРНЕТ ТРГОВЦИТЕ ИЛИ ПОТРОШУВАЧИТЕ ВО РМ	32
ПРЕПОРАКИ ЗА ПОДОБРУВАЊЕ И РАЗВОЈ НА Е-ТРГОВИЈАТА ВО РМ.....	34

ПОИМНИК

Со оглед на тоа што во електронската трговија се користи нова терминологија за која не секогаш во македонскиот јазик има соодветен и пред се унифициран превод, во продолжение се дадени објаснувања на клучните и најчесто користени поими во оваа анализа. Користените поими во анализата не значи дека се најсоодветните.

Интернет трговец – физичко или правно лице кое се занимава со електронска трговија, односно преку својата електронска продавница достапна на интернет нуди и продава производи и услуги (на пример, Amazon.com). Во анализата се користи и поимот продавач.

Банка – деловна банка која врши повеќе операции кои се битни за електронската трговија, како што се отворање и опслужување на сметката на интернет трговецот и издавање платежни картички за кои добила лиценца од меѓународните картични организации (на пример, УНИ Банка).

Платежен процесор – компанија која дава техничка поддршка на банките и претставува врска меѓу банката на интернет трговецот и банката на потрошувачот за плаќањата преку интернет (на пример, КАСИС). Во анализата се користат и поимите портал за плаќање и процесинг центар.

Платежна картичка – инструмент кој овозможува безготовинско плаќање, вклучително и плаќање преку интернет. Најчесто, платежните картички се кредитни и дебитни.

Меѓународна картична организација – компанија која нуди решенија за безготовинско плаќање на глобално ниво, односно создава мрежа од банки преку кои се издаваат платежни картички на крајните корисници - иматели на картички (на пример, Master Card).

Потрошувач – физичко или правно лице кое преку електронската продавница на интернет трговецот нарачува и купува производи и услуги. Во анализата се користат и поимите купувач и нарачател.

РЕЗИМЕ

Клучни наоди

Постоечкото законодавство не претставува проблем за основање и почеток со работа на еден интернет трговец, бидејќи не содржи посебни барања и услови за вршење на оваа дејност. Дури, одредени услови кои треба да ги исполни една офлајн продавница не се бараат кај интернет продавницата, како што се минимални-технички услови и стандарди на просторијата, поголем број вработени лица и фискална апаратура. Задолжително пропишување и објавување на правила и политики за приватност, испорака и враќање на парични средства со кои се гарантира сигурноста на потрошувачите е наметнато од банките и меѓународните картични организации.

Набавката на софтвер за е-трговија (потрошувачка кошничка) е една од поголемите почетни инвестиции за интернет трговецот, која неофицијално чини од 3.000 евра до 20.000 евра. Многу интернет трговци кај нас ја минимизирале оваа сума со тоа што прилагодиле веќе постоечки софтвери или пак самиот интернет трговец се занимава и со изработка на софтвер. Ретко кој интернет трговец го поврзал својот софтвер со софтверот за материјално-финансиско работење на трговците со кои соработуваат (често и не постојат такви системи), што може да претставува проблем кога трансакциите ќе станат пофреквентни и пообемни, а проблем претставува и непостоењето на податоци за производите во дигитална форма. Досега не постоеле практични проблеми при воспоставувањето интероперабилност помеѓу софтверот за е-трговија и порталот за плаќање. Финансиските и административните трошоци и проблеми на потенцијалниот интернет трговец поврзани со нарачката, инсталацијата и одржувањето на софтверот, но и со логистика, плаќања и маркетинг се надминуваат со концептот на интернет трговски центар.

Бројот на платежни картички во циркулација во РМ е околу 1.400.000. Прометот во интернет трговијата (купување од македонски интернет трговци) во првите 10 месеци од 2010 година изнесува околу 4.000.000,00 денари (~65.000 евра), додека пак вредноста на трансакциите направени кон странски интернет трговци е 20-кратно поголем. Дали една картичка ќе може да се користи за плаќања преку интернет зависи од политиката на банката и од тоа дали банката се стекнала со лиценца од меѓународната картична организација. Банката не му отвора посебна сметка на интернет трговецот за вршење е-трговија, но за да му дозволи да се занимава со е-трговија (да остварува приливи преку интернет трансакции) бара исполнување на низа услови. Најбитно од сè, е процената на банката дали потенцијалниот интернет трговец има партнерски и сериозен однос во работата. Голем е бројот на заинтересирани трговци кои се откажале од отворање е-продавница, откако банката ги запознала со сите аспекти на е-трговијата, кои самите трговци не ги земале предвид при разработка на идејата.

Платежните процесори се техничка поддршка на банките во картичното работење и врска со системите на меѓународните картични организации, кои пак ги вмрежуваат сите банки членки како би се оствариле меѓубанкарските трансакции, вклучително и плаќања преку интернет. Во РМ единствено Касис работи како платежен процесор, додека пак специфична улога има НЛБ Тутунска банка која не е класичен платежен процесор, но ги користи услугите на First Data, кој е познат меѓународен платежен процесор, со цел да им овозможи на интернет трговците прилагоден веб базиран систем за реализација на плаќање преку интернет. За да се стане платежен процесор потребно е системот на платежниот процесор да биде валидиран од меѓународна картична организација. Во РМ нема прописи со кои се регулира работењето на платежните процесори. Пет деловни банки го користат Касис како платежен процесор, додека три користат услуги на странски платежни процесори. Платежните процесори посветуваат големо внимание на безбедноста на трансакциите, како што се 128 битна SSL енкрипција и 3D secure code, односно безбедносните стандарди кои ги налагаат меѓународните картични организации.

Провизиите во е-трговијата паѓаат на товар на интернет трговецот, при што во просек тие изнесуваат 3-5% од вредноста на трансакцијата. Преку провизијата која банката му ја наплаќа на трговецот се плаќаат и провизиите на платежниот процесор и меѓународната картична организација. Провизиите во овој момент се високи и ја зголемуваат цената на електронското тргување, но зголемениот обем и износ на трансакции треба да придонесе кон намалување на провизиите.

Деловните банки во РМ немаат договорено национално затварање на трансакциите со платежни картички (користење на услуги од домашен switching центар), при што истите во моментов подлежат на тарифите и меѓубанкарска провизија на меѓународните картични мрежи. Исклучок претставува неодамна формираното национално затворање на трансакциите меѓу банките лиценцирани да издаваат картички од брендот Visa. Доколку домашна институција биде switching центар, тогаш голема е веројатноста значително да се намалат провизиите во меѓукартичното работење на национално ниво.

Суштината на е-трговијата е безготовинското плаќање кое се врши по банкарски пат преку интернет и поради тоа не е потребна фискализација на интернет трговците. УЈП бара од оние интернет трговци кои исклучиво прифаќаат плаќања со картичка преку интернет да се фискализираат, што е спротивно на Законот за регистрирање на готовински плаќања. Исклучок од ова правило е доколку интернет трговецот дозволува и купувачот одлучува плаќањето да го врши во готово при достава на производите, што е случај со некои наши интернет трговци. Основ за вршење на плаќањата кај е-трговијата е фактурата, која му се издава на купувачот по реализирано плаќање, односно при прием на производите. Важечкото законодавство не ја пропишува електронската форма на фактурата и со тоа единствена која може да се користи за сметководствени и даночни цели е нејзината печатена форма. УЈП, во моментов, нема технички и кадровски капацитети за прием и контрола на електронските фактури, па поради тоа и донесувањето на законот за е-фактура е одложено.

Со либерализацијата на пазарот за поштенски услуги се појавија бројни компании во РМ кои нудат услуги на брза пошта и испорака на производи до вратата на купувачот, при што конкуренцијата овозможува и релативно прифатливи цени. Рокот на испорака за место надвор од Скопје е 24 часа, додека на територија на Скопје е пократко. Цената за испорака се движи од 80-150 денари за испорака во Скопје, додека пак за испорака во други градови од државата таа се движи од 120 до 250 денари. Бесплатна испорака која ја нудат интернет трговците е ретка и е од краткотраен промотивен карактер. Зголемениот број трансакции треба да овозможи дополнително намалување на цените за испорака.

Царинската давачка при поднесување на извозна царинска декларација е укината и не преставува проблем за извоз на производи нарачани преку македонски интернет трговци, односно на ја поскапува дополнително цената на нарачката. Обврската за поднесување извозна декларација мора да остане. НБРМ ќе го укине барањето за поединечно известување за секој девизен прилив остварен по пат на интернет продажба, со што ќе се намалат административните процедури за домашните интернет трговци. Реномираните светски компании за брза пошта кои имаат свои подружници во РМ нудат сигурна и брза, иако веројатно и поскапа, испорака на производи кои домашен интернет трговец (сака да) ги продава во странство.

Нарачувањето производи од странски интернет продавници од страна на македонските граѓани и правни лица повеќе не преставува голем проблем, затоа што реномираните светски интернет продавници, кои воедно нудат голем избор на атрактивни производи, овозможуваат нарачка од и достава во РМ. Оние интернет продавници кои не примаат нарачки од лица или картички издадени во РМ тоа го прават поради нивната политика или политиките на платежниот процесор и компанијата за испорака со кои соработуваат. Зголемен е бројот на картички кои ги издаваат македонските банки со кои може да се плаќа преку интернет. Прагот за ослободување од плаќање царина за производи нарачани преку интернет (поштенски пратки) е прениско поставен (45 евра), додека пак царинската стапка што се наплаќа над овој износ е висока, што севкупно ја поскапува нарачката на производи преку интернет во кои често спаѓаат производи недостапни на домашниот пазар и се од општествен интерес (едукативни материјали).

Препораки

Под координација на МИО, и со вклучување на сите засегнати страни во е-трговијата во РМ, да се преземе сеопфатна кампања за подигање на свеста меѓу граѓаните како потенцијални купувачи. Кампањата да ги опфати и компаниите кои се занимаваат со трговија како потенцијални интернет трговци со што би се зголемила и понудата на интернет пазарот. Банките кои издаваат кредитни картички со кои е овозможено плаќање преку интернет треба да ги запознаат своите клиенти: а) со можноста картичките да се користат за плаќања преку интернет и б) со сите интернет продавници кои функционираат во РМ, а особено оние кои имаат сметки кај нив. Сите засегнати страни да се вклучат во изработка на промотивен

материјал, во кој на лесно разбирлив, атрактивен и ефективен начин ќе се дадат основни информации и ќе се објаснат предностите кои ги нуди е-трговијата. Треба да се искористат можностите што ги нудат медиумите и преку серија натписи во одредени списанија, учество во информативни и дебатни радио-телевизиски емисии и изработка на прилози да се изврши поширока промоција на е-трговијата. Кампањата треба да се насочи и кон државните и јавни службеници како голема целна група која располага со картички и стабилни приходи. Притоа, ваквата медиумска покриеност да не биде инцидентна како до сега, туку интензивна и подолготрајна.

Владата, органите во нејзин состав, јавните претпријатија и друштвата во државна сопственост треба да овозможат услугите кои ги нудат да се „продаваат“ и плаќаат онлајн и на тој начин да биде пример дека е-трговијата за која се залага е реална и лесно остварлива во РМ. Иако владините органи не се трговци, сепак за услугите кои ги даваат наплаќаат надомест. Подемот на е-банкарство, преку кој клиентите на банките вршат уплати, меѓу другото, на даночни решенија и месечните сметки испорачани од јавни претпријатија, укажува на тоа дека целиот процес треба да се заокружи со онлајн добивање и плаќање на услугата. Пилот-институција која би можела прва да започне со онлајн наплаќање на услугите е Централен регистар, бидејќи е една од најнапредните во користењето на ИТ, брза е во испораката на услугите (документите), а наскоро ќе започне и со издавање документи во електронска форма.

Ќе треба да се донесат или променат неколку закони во насока на заокружување или подобрување на правната рамка за е-трговија, со што ќе се овозможи поголема атрактивност на е-трговијата за потрошувачите и олеснување на работата на интернет трговците. Во таа насока ќе треба: 1) да се донесе посебен закон или одредби во постоечки закон за регулирање на е-фактурата; 2) да се донесат правила за основање и работа на платежни процесори; 3) да се дополни Законот за е-трговија со одредби кои ќе ги обврзат интернет трговците да донесат и објавуваат политики за приватност, испорака и враќање на парични средства; 4) да се измени Уредбата за ослободување од плаќање царина за да се зголеми износот за ослободување од плаќање царина за поштенски пратки (производи нарачани од странство преку интернет), односно намалување на царинската стапка за производи чиј износ е над утврдениот праг. Предлог дополнувањата на Законот за е-трговија во врска со воспоставувањето на контакт центрите да немаат одложена примена. УЈП да го усогласи своето работење со Законот за регистрирање на готовински плаќања, односно да не бара фискализација на оние интернет трговци кои исклучиво прифаќаат плаќање преку интернет.

Со цел да се превенираат можни штетни последици за потрошувачите и развојот на е-трговија во РМ, треба да започне да се применува контролниот механизам врз работата на интернет трговците, односно проверка дали ги исполнуваат барањата содржани во Законот за електронска трговија. Тоа ќе се постигне преку обука на вработените во Министерство за економија и пред сè инспекторите од Државниот пазарен инспекторат. Министерството за економија треба да води листа со основни податоци за интернет трговците, која може да послужи за статистички, но и контролни цели.

Министерството за информатичко општество, во соработка со Министерството за финансии и НБРМ, да преземе иницијатива за поедноставување и поефтино работење со платежните картички, со тоа што преку Здружението за банкарство да се направи обид за формирање на т.н. switching центар, односно национално затворање на трансакциите со платежни картички кои се издадени од домашни банки со што би се намалиле провизиите во меѓукартичното работење на национално ниво.

МИО треба да организира иницијална координативна средба со сите засегнати страни во е-трговијата во РМ, како и да воспостави систем на редовни квартални средби. На средбите би се дискутирале тековни прашања и договарале активности во насока на развој на е-трговија. МИО треба да задолжи посебно лице да работи на прашања од областа на е-трговија.

ВОВЕД

Причини за спроведување на анализата

Електронската (интернет) трговија во светски рамки се појавува кон средината на 90-ите години од минатитот век, за да во текот на претходната деценија доживее вистински бум. Притоа, бројот на трансакции и прометот остварен преку интернет продажба во развиените земји сериозно се приближува до оној остварен од традиционалната продажба. Република Македонија (РМ) заостанува(ше) на овој план од повеќе причини: долгогодишната ниска интернет пенетрација; достапноста, а подоцна и неискористувањето, на платежните картички; немањето избор од каде да се купува, бидејќи не постоеја македонски интернет продавници; огромниот број странски интернет продавници кои не дозволуваа нарачки направени од лица од РМ, итн. Заживувањето на е-трговијата во РМ започна пред неколку години како резултат на тоа што деловните банки почнаа да издаваат картички со кои е дозволено плаќање преку интернет и да опслужуваат сметки на домашни интернет трговци, се донесе правна рамка за е-трговија, а поради намалениот број измами (трансакции направени со лажни или фалсификувани картички) се зголеми бројот на странски интернет продавници кои дозволуваат продажба во РМ, итн.

По воспоставувањето во 2008 година, Министерството за информатичко општество (МИО) презема активности во насока на идентификување на можните проблеми во областа на е-трговијата и иницираше мерки за нивно разрешување. За таа цел, во текот на 2008 и 2009 година, се одржаа неколку координативни средби со засегнатите страни во е-трговијата на кои се дискутираа проблемите со кои се соочуваат пред сè интернет трговците, како и начините на нивно разрешување. Како резултат на овие состаноци, Владата на РМ, во текот на 2010 година, донесе заклучоци со кои се задолжија одредени институции да преземат корективни мерки и со тоа да се поттикне развојот на е-трговијата.

Сепак, недостасуваше една посеопфатна анализа која ќе ги истражи сите можни аспекти на е-трговијата, особено работата на интернет трговците, притоа не занемарувајќи го и аспектот на меѓународната интернет трговија, во која се вклучени или македонските интернет трговци или македонските потрошувачи. Од таа причина, Проектот на УСАИД за е-Влада преку нејзиниот консултант, Дарко Јаневски од Друштвото за консултантски услуги АЦТ! доо Скопје, ја спроведе анализата за состојбата со е-трговијата во РМ. Во анализата се дадени наоди за идентификуваните состојби во поедини сегменти, кои не секогаш укажуваат на проблеми, препораки за начинот на отстранување на одредени проблеми или едноставно кои мерки да се преземат за да се влијае врз развојот на е-трговијата.

Методологија на работа

Анализата на состојбата со електронска трговија во РМ се спроведе во период август-октомври 2010 година. При изработката на анализата се користеа следните алатки:

- Состаноци со лица кои се вклучени во е-трговијата во целост или во одделени сегменти
- Анализа на материјали како што се извештаи, записници, истражувања, презентации и стручни публикации поврзани со е-трговијата во РМ и во светски рамки
- Анализа на релевантни меѓународни и национални прописи за е-трговија

Беа остварени состаноци со следните лица и институции:

- **Државни органи:** Снежана Николовска (Министерство за економија), Борче Смилевски (Министерство за финансии), Дејан Рајчановски (Царинска управа)
- **Деловни банки и платежни процесори:** Игор Давчевски (Тутунска Банка), Сандра Томановиќ (Касис), Билјана Донева Гечевска (Уни Банка)
- **Интернет трговци:** Александар Тасев (Трговски центар), Наташа Муратовска (Ексквизит), Николас Кумерле (Скопски пазар)
- **Компании за транспорт и брза пошта:** Сашко Неделков (ДХЛ) и Глобко Логистик
- **Софтверски компании:** Марта Томовска (УНЕТ) и Виктор Сотировски (Сеавус)
- **Асоцијации:** Соња МекГурк (AmCham)

Беа разгледани и земени предвид следните прописи:

- **Национални прописи:** Закон за електронска трговија, Закон за податоци во електронски облик и електронски потпис, Закон за електронски комуникации, Закон за данок на додадена вредност, Закон за заштита на потрошувачите, Закон за трговија, Закон за платниот промет, Закон за регистрирање на готовински плаќања, Уредба за ослободување од плаќање царина
- **Прописи на ЕУ:** Директивата 2000/31/ЕЗ за електронската трговија и Комуникација од Европската Комисија: Европска иницијатива во областа на електронска трговија [СОМ(97) 157]

Беа разгледани и земени предвид следните материјали:

- **Извештаи, записници, дописи:** записници од координативни состаноци организирани од страна на МИО, како и извештаите и информациите подготвени за Владата на РМ од страна на МИО, дописите испратени од Народна банка на РМ и Сојузот на стопански комори
- **Презентации:** презентациите на говорниците за време на конференциите за е-трговија одржани во мај 2009 и мај 2010 година во организација на American Chamber of Commerce in Macedonia (AmCham), Презентацијата на истражувањето за е-трговија спроведено од маркетинг агенцијата „Њу Момент Њу Идеас“;
- **Публикации:** „Emerging Macedonia – Magazine of the AmCham“ бр.2 од 2009 година посветен на е-трговија и „e-Commerce Law“ стручна публикација на авторот Paul Todd издадена од Cavendish Publishing Ltd. во 2005 година.

Што е електронска трговија?

Електронска трговија е израз кој во себе содржи два поима, кои во продолжение се објаснети со цел да се разбере на што точно оваа анализа е фокусирана.

Првиот термин „**електронска**“ се однесува на средството (медиумот) преку кој се извршува дејствието. Постојат многу публикации, прописи и размислувања каде што под овој термин се подразбира секој начин (форма) на комуникација кој исклучува физички контакт меѓу учесниците во прометот, а вклучува некаков вид електронско средство. Според ваквиот концепт во е-трговија би влегло тргувањето преку кое било од следните средства (медиуми): телефон, факс, телекс, интернет, интранет... За разлика од ова широко поимање на терминот „електронска“, второто, потесно размислување и дефинирање на овој израз, вклучува само трансакции кои се спроведуваат онлајн, односно преку користење на интернетот како медиум.

Вториот термин „**трговија**“ се однесува на дејствието (трансакцијата) кое се спроведува преку одредено електронско средство. И тука, постојат различни поимања на терминот. Според едниот, индиректната електронска трговија подразбира електронско нарачување (купување) на стоки кои имаат материјална форма, мора да бидат физички доставени и кои зависат од бројни надворешни фактори, како што се транспортниот систем и поштенски услуги. Според второто, директна електронска трговија подразбира електронско нарачување, плаќање и доставување на нематеријални (недопирливи, дигитални) стоки и услуги, како што се на пример компјутерските програми или забавните содржини (музика, филм, книга).

За потребите на оваа анализа, под терминот електронска трговија се подразбираат трансакции кои се спроведуваат преку интернет, и тоа исклучиво преку веб-базирани апликации за трговија (трансакциите преку електронска пошта се исклучени), и кои опфаќаат стоки и услуги како во материјална, така и во нематеријална форма.

Исто така, оваа анализа не ја опфаќа работата на давателите на интернет услуги (интернет провајдерите), иако добар дел од одредбите на Законот за електронска трговија се однесуваат на нивните обврски. Причина за ова е што работата на интернет провајдерите е уште претходно регулирана со Законот за електронски комуникации и е предмет на контрола на Агенцијата за електронски комуникации, но и фактот што интернет провајдерите имаат многу мала улога во развојот на е-трговијата.

Како функционира е-трговијата?

Суштината на е-трговијата се базира на користење на интернетот како средство преку кое продавачот и купувачот комуницираат и го склучуваат договорот за купопродажба, односно се врши нарачката и плаќањето на производите и услугите. За да се направи нарачката се користат веб-базирани софтверски апликации, познати и како **потрошувачки**

кошнички (shopping cart), додека пак за потребите на плаќањето се користи посебен веб портал за плаќање. Главно средство за плаќање се кредитните и дебитните картички што ги издаваат различни меѓународни картични организации и електронските пари како електронски сурогат на банкнотите кои се користат за плаќања во електронска форма. Самата трансакција се реализира преку посебни портали за плаќање т.н. **платежни процесори** (payment processors).

Заради идентификација на купувачот најчесто се користат корисничко име и лозинка, додека пак многу ретко се користат посоефицицираните форми на идентификација, како што се на пример дигиталните сертификати. Меѓутоа, заради безбедност на трансакцијата потребно е веб локацијата на продавачот да користи систем за криптирање на трансакциите (Secure Socket Layer-SSL). Во последно време дополнително е зголемена безбедноста на целокупната трансакција преку користење на безбедносниот код (secure code) на кредитните картички.

Во е-трговијата се вклучени повеќе страни:

- продавач (интернет трговец),
- купувач (потрошувач, клиент),
- банки (банка издавач на картичката на купувачот и банка опслужувач на сметката на трговецот), и
- платежен процесор како институција која го опслужува порталот за плаќање.

Накратко, електронското тргување функционира на следниот начин. Регистрираниот потрошувач пребарува по интернет продавницата, ги избира производите или услугите, начинот на испорака и плаќање и по кликување на соодветно копче ја потврдува нарачката. Во истиот момент, системот на интернет трговецот испраќа информации за самата нарачка до платежниот процесор. Платежниот процесор комуницира со банките и тоа: а) со банката која ја издала кредитната картичка преку која се врши плаќањето и б) со банката во која интернет трговецот има сметка. Банката која ја издала кредитната картичка го дозволува или одбива плаќањето на нарачката, во зависност од тоа дали клиентот има парични средства на картичката. Откако ќе се дозволи плаќањето, преку платежниот процесор се префрлаат парите од сметката на купувачот на сметката на продавачот, по што продавачот ги испорачува стоките или услугите.

За разлика од бројката на интернет трговци која може да биде огромна, бројот на платежни процесори е помал. Всушност, интернет трговецот не може да прима нарачки и да наплаќа доколку претходно не склучи договор со банка во која ќе има сметка преку која може да наплаќа за трансакции кои се реализираат преку интернет, а пак банката мора да има договор со платежен процесор. Ваквиот „позадински“ начин на функционирање на е-трговијата ја зголемува безбедноста при плаќањето како најчувствителен дел од е-трговијата. Клиентите се чувствуваат посигурни кога знаат дека интернет трговецот претходно е проверен од институции како што се банките и платежните процесори, при што вторите не дозволуваат податоците од картичката да бидат видливи и на располагање на интернет трговците.

Кои се најчестите проблеми поврзани со е-трговијата воопшто?

- Купувачот користи картичка издадена од една меѓународна картична организација (на пример, Visa), а продавачот прифаќа уплати со картички издадени од други меѓународни картични организации (на пример, American Express и MasterCard). На тој начин, купувачот е спречен да направи нарачка.
- Платежниот процесор не комуницира, односно не соработува со одредени меѓународни картични организации и банки кои ги издаваат картичките.
- Кога трговецот отвора сметка во банка, не значи по автоматизам дека ќе може преку неа да остварува прилив од трансакции извршени преку интернет. Причина за ова е што интернет трансакциите се уште се третираат како поризични во однос на класичната офлајн продажба. Заради тоа банките, како и меѓународните картични мрежи, преку воспоставените правила и политики, проверката на потенцијалниот интернет трговец и надоместоците што ги наплаќаат ги намалуваат ризиците, но на еден начин и ја стеснуваат можноста за појава на огромен број интернет трговци.
- Интернет трговецот не врши прием на нарачка, плаќања или испорака во одредени држави. Што поради големиот број измамнички трансакции извршени од определени држави, користејќи фалсификувани кредитни картички, што поради проблемите со транспорт и испорака на производи во други држави, се уште е голем бројот на интернет трговци кои ја ограничуваат продажбата само во определени држави.

РЕЛЕВАНТНИ НАЦИОНАЛНИ И МЕЃУНАРОДНИ ПРОПИСИ

Закон за електронска трговија

Република Македонија релативно доцна го донесе Законот за електронска трговија, во 2007 година („Службен весник на Република Македонија“ 133/07). Ова со оглед на фактот што РМ презема обврска за хармонизирање на националното законодавство со прописите на ЕУ, а Директивата на ЕУ за е-трговија беше донесена уште во 2000 година. Делумна причина за доцнењето лежи во фактот што постоеше негативен судир на надлежности околу тоа кое министерство е надлежно да го изработи законот. Потребата да се донесе овој закон беше уште поголема, ако се земе предвид дека веќе во пракса постоеше е-трговија од помал обем во која беа вклучени неколку македонски компании, банки, интернет провајдери, но и потрошувачи чија бројка од ден на ден се зголемуваше. Сите тие функционираа во услови на недоволна регулираност на трансакциите, што лесно може(ше) да доведе до негативни последици како врз оние што учествуваа во е-трговија, така и врз потенцијалните корисници и воопшто развојот на е-трговијата во РМ.

Целта што со овој закон се постави беше да се воведат правна рамка за развивање на електронската трговија преку обезбедување правна сигурност во деловните односи. Истовремено, со законот требаше да се овозможи дефинирање на условите за безбедност и сигурност при вршење на услугите на информатичкото општество (меѓу кои и е-трговијата) и заштита на потрошувачите кои ќе користат вакви услуги. Законот ги регулира основните принципи за давањето услуги на информатичко општество, а особено поврзани со електронската трговија, одговорностите на давателите на услуги на информатичко општество, комерцијалната комуникација и правилата во врска со склучувањето на договорите во електронски облик.

Во образложението на Законот стои дека тој е целосно усогласен со Директивата на ЕУ за е-трговија. Доколку се изврши една компаративна анализа навистина може и да се констатира истото. Законот не содржи суштински одредби надвор од оние содржани во Директивата. Од овој закон не произлезе обврска за носење на подзаконски акти со кои би се доработила материјата. Тоа значи дека е-трговијата во РМ е регулирана со еден единствен правен акт, што не значи дека други прописи на ја детерминираат работата на интернет трговците.

Досега Министерство за економија, како орган кој го изработи законот и врши надзор врз неговата примена, не направило анализа на примената на овој закон, ниту пак некој друг државен орган спровел таква анализа. Измените и дополнувањата на овој закон се веќе подготвени и се очекува да бидат усвоени до крајот на годината. Тие се малубројни и се однесуваат на допрецизирање на некои поими, ограничување на слободата на давање услуги на информатичко општество преку судска постапка, начинот на судска заштита на правата на потрошувачите и воведување надлежни тела што ја вршат функцијата на контакт центри. Сите измени и дополнувања е предвидено да се применуваат по приемот на РМ во ЕУ.

Други релевантни национални прописи

Во РМ постојат и се применуваат и други прописи кои се релевантни за електронската трговија. Дел од тие прописи го надополнуваат или пак се преклопуваат со одредбите од Законот за електронска трговија.

Закон за податоци во електронски облик и електронски потпис – дава правна валидност и доказна сила на податоците во електронска форма и електронскиот потпис во правниот и платниот промет. Постојењето и примената на одредбите од овој закон овозможуваше, од правен аспект, електронски начин на тргување и пред донесувањето на Законот за трговија.

Закон за електронски комуникации – овој закон, меѓу другото, поставува правила за електронска комуникација и за работа на интернет провајдерите како еден сегмент од електронската трговија. Одредбите од Законот за електронска трговија што се однесуваат на небарана (несакана) комерцијална комуникација (spam) и одговорности на даватели на услуги на информатичко општество се содржат и во Законот за електронски комуникации.

Закон за трговија – ги поставува условите и начинот на вршење трговија на внатрешен и надворешен пазар, при што дава основ за вршење на електронска трговија. Овој закон на многу општ и недоволен начин ја дефинира електронската трговија, препуштајќи со други прописи истата да се доуреди.

Закон за заштита на потрошувачите – детално ги разработува правата и обврските на договорните страни - трговец и потрошувач - кај договорот склучен на далечина. Во оваа група договори спаѓаат сите договори во кои се користи средство за далечинска комуникација (при склучување на договорот нема физичко присуство на договорните страни).

Закон за платниот промет – овој закон, меѓу другите работи, го регулира и начинот и условите за издавање електронски пари како платежно средство кое се користи за плаќања преку интернет, вклучително и условите за основање на издавач на електронските пари и правата и обврските на издавачот и сопственикот на електронски пари.

Кривичен законик – неколку членови од овој закон се однесуваат на компјутерскиот криминал и неговите најразлични појавни облици. Овие кривични дела може да бидат сторени и во рамките на електронската трговија, особено од страна на издавачот и купувачот.

Директива на ЕУ за е-трговија

Клучен пропис на ЕУ во областа на е-трговијата е Директивата 2000/31/ЕЗ на Европскиот Парламент и на Советот од 8 јуни 2000 за некои правни аспекти на услугите на информатичко општество, а особено за електронската трговија, на внатрешниот пазар (во

продолжение: Директива за е-трговија). Директивата се однесува и ги покрива сите услуги на информатичко општество: услуги меѓу претпријатија (правни лица), услуги помеѓу претпријатија и потрошувачи, услуги кои се обезбедуваат бесплатно на потрошувачите и кои се финансирани преку приходи остварени од рекламирање и маркетинг и услуги кои дозволуваат онлајн електронски трансакции (особено интерактивната теле-продажба на стоки и услуги и онлајн продажните центри). Со Директивата особено се покриваат следните онлајн сектори и активности: весници, бази на податоци, финансиски услуги, професионални услуги (застапници, доктори, сметководители, агенти за недвижности), забавни услуги (на пример, видео на барање), директен маркетинг и рекламирање и услуги за пристап до интернет. Директивата се применува исклучиво на даватели на услуги кои се основани во ЕУ.

Во Директивата се дефинирани и клучните термини кои помагаат за полесно разбирање, транспонирање и примена на Директивата. Следните термини се особено значајни: давател на услуги, регистриран давател на услуги, примател на услуги, услуги на информатичко општество, комерцијална комуникација, opt-out, opt-in и спамирање (или несакана е-пошта).

Во Извештај на Европската Комисија од 21 ноември 2003 година за примената на Директивата за е-трговија е содржана првата евалуација на транспонирањето, примената и влијанието што го има Директивата. Транспонирањето на Директивата било на задоволително ниво и нејзината примена имала позитивен ефект. Сите држави членки, освен Холандија, ја имаат транспонирано во посебни закони за е-трговија. Некои држави се одлучиле да го надополнат националниот закон за е-трговија со одредби кои не се содржани во Директивата и тоа: одговорност на провајдерите на интернет линкови и алатките за пребарување по Интернет, процедурите за нотификација и повлекување на нелегалната содржина, условите и барањата за регистрација на давателите на услуги, филтрирање, енкрипција и задржување (чување) на податоци. Благодарение на Директивата намален е бројот на судски случаи, а зголемена е правната сигурност, особено за интернет провајдерите.

КАКО ПРАКТИЧНО ФУНКЦИОНИРА е-ТРГОВИЈАТА ВО РМ?

Основање и работење на интернет трговец

Што е потребно од правен аспект за да се основа и регистрира еден интернет трговец? За да започне да функционира и да врши електронска трговија, интернет трговецот (правно лице) најпрво треба да се регистрира како трговско друштво во Централен регистар. Оние друштва кои се веќе регистрирани во Централниот регистар и оперираат како „офлајн“ трговци, но сакаат да го прошират начинот на продажба на стоки и услуги, немаат потреба од повторна регистрација или дополнување на регистрацијата. Ова од две причини: а) најчесто секое ново формирано друштво при регистрација избира „општа бизнис клаузула“ за дејностите со што му е овозможено да ги врши сите дејности за кои не е потребна посебна дозвола и б) Законот за електронска трговија забранува на трговецот кој ќе се занимава со е-трговија да му се бара посебна дозвола или одобрение за вршење на оваа дејност.

Просторни и кадровски услови за работење на интернет трговецот. За разлика од физичките продавници за кои согласно прописите потребно е исполнување на одредени минимални-технички услови и стандарди на просторијата за да може трговецот преку неа да тргува, за поседување и оперирање со интернет продавница воопшто не се потребни физички простории. Исто така, интернет трговецот воопшто не треба да има сопствена офлајн продавница, туку може да работи исклучиво преку интернет продажба. Кај физичките продавници, согласно прописите, потребен е одреден минимален број вработени лица кој зависи од работните часови на продавницата (една или две смени). Интернет продавницата, од теоретска гледна точка, може да работи со само едно вработено лице и со тоа да ги задоволи законските барања, без разлика што работното време е 24/7, бидејќи голем дел од процесите се автоматизирани и не бараат работење на лица во смени. Интернет трговецот не треба да поседува ниту фискална апаратура, доколку плаќањата се вршат преку интернет.

Воспоставување, објавување и примена на политика на приватност (Privacy Policy), политика на испорака (Shipping Policy) и политика на враќање на парични средства (Refund Policy). Донесување на јасни правила за приватност, испорака и враќање на парични средства како клучни аспекти при електронското тргување не претставува обврска која произлегува од Законот за е-трговија, иако е делумно содржана во Законот за заштита на потрошувачите. Меѓутоа, такво барање постои од банките директно, односно од меѓународните картични организации индиректно. Имено, меѓу повеќето барања кои една банка ги поставува како услов да отвори сметка на интернет трговец е воспоставување на политики за приватност, испорака и враќање на парични средства. Тие пак произлегуваат од лиценцата која банката ја добива од меѓународните картични организации. Преку овие политики всушност се гарантира сигурноста на потрошувачите.

Најголемите формалности и инвестиции за почеток со работа на еден интернет трговец се одобрението кое треба да го добие од банката во која има сметка за да започне со интернет

трговија, како и набавката на софтвер за потрошувачка кошничка, кои се поопширно објаснети подолу.

Наод: Постоечкото законодавство не претставува проблем за основање и почеток со работа на еден интернет трговец, бидејќи не содржи посебни барања и услови за вршење на оваа дејност. Дури, одредени услови кои треба да ги исполни една офлајн продавница не се бараат кај интернет продавницата, како што се минимални-технички услови и стандарди на просторијата, поголем број вработени лица и фискална апаратура. Задолжително пропишување и објавување на правила и политики за приватност, испорака и враќање на парични средства со кои се гарантира сигурноста на потрошувачите е наметнато од банките и меѓународните картични организации.

Набавка на софтвер за е-трговија

За воопшто да постои е-трговија потребно е да се користи веб-базирана софтверска апликација преку која ќе биде овозможено регистрација на корисник, пребарување и нарачка на производи и поврзување со порталот за плаќање. Некои од интернет трговците во РМ самостојно изработиле ваков софтвер, бидејќи се дел од компании чија главна дејност е изработка на софтвер. Други, пак, се одлучиле да извршат прилагодување на веќе постоечки решенија од реномирани производители или на *open source* решенија за што им била потребна мала инвестиција. Конечно, дел од интернет трговците ангажирале софтверска компанија која им го изработила решението. Во РМ постојат неколку компании кои изработуваат и продаваат специјализиран софтвер за е-трговија. Неофицијално, цената за изработка на еден ваков софтвер се движи од 3.000 евра за наједноставно решение па сè до 20.000 евра за решение кое нуди комплетен сет функционалности.

Софтверското решение секогаш се тестира пред негово пуштање во официјална употреба, што е впрочем и услов кој го поставуваат банките и платежните процесори. Најчесто самите интернет трговци го администрираат софтверот и ги ажурираат податоците во него. Оваа опција за интернет трговците значи поскапа изработка (почетна инвестиција), но немаат потреба да му плаќаат дополнителни средства на изработувачот на софтверот за администрирање. Најчесто, изработувачот на софтверот повторно се ангажира кога треба да се надгради софтверот со нови функционалности.

Повеќето интернет трговци, особено оние кои немаат сопствена офлајн продавница, посочија дека досега немале потреба да извршат поврзување на софтверот за е-трговија со софтверот за материјално-финансиско работење на трговците со кои соработуваат или пак овие вториве немаат таков систем. Поврзувањето на софтверите ќе стане нужност кога трансакциите ќе станат пофреквентни и пообемни, во спротивно интернет трговците ќе се соочуваат со проблеми (застој поради немање ажурни податоци за производите на залиха). Во таа насока, голема почетна инвестиција, од аспект на труд и време, со која се соочиле дел од интернет трговците е дигитализација на податоците за производите, кои најчесто трговците со кои соработуваат воопшто ги немаат во електронска форма или пак се во несоодветен формат.

Сите вклучени страни (интернет трговците, платежните процесори и изработувачите на софтвер) потврдија дека воспоставувањето интероперабилност на софтверот за е-трговија и порталот за плаќање не претставува никаков проблем. Самиот платежен процесор им дава посебен софтвер кон кој софтверот за потрошувачка кошничка треба да се поврзе и прилагоди. Вообичаеното време кое е потребно за софтверското решение да се прилагоди за размена на податоци и поврзување со порталот за плаќање е од 3 до 15 дена. Ниту една од засегнатите страни не се соочила со практичен проблем на некомпатибилност, нефункционирање или друг проблем во комуникација меѓу овие два системи.

Финансиските и административните проблеми поврзани со нарачката, инсталацијата и одржувањето на софтверот со кои се соочуваат потенцијалните интернет трговци се надминуваат преку концептот на интернет трговски центар. Компанијата која го опслужува трговскиот центар се грижи не само околу софтверските аспекти, туку нуди и голем број други услуги на трговците кои имаат сопствена продавница во центарот како што се логистика, плаќања и маркетинг со што се создава комплетен B2B2C систем. Ваквиот концепт не бара никаква почетна инвестиција за трговецот, но и во текот на оперирањето месечниот надомест е доста низок во однос на услугите и можностите што се добиваат.

Наод: Набавката на софтвер за е-трговија (потрошувачка кошничка) е една од поголемите почетни инвестиции за интернет трговецот, која неофицијално чини од 3.000 евра до 20.000 евра. Многу интернет трговци кај нас ја минимизирале оваа сума со тоа што прилагодиле веќе постоечки софтвери или пак самиот интернет трговец се занимава и со изработка на софтвер. Ретко кој интернет трговец го поврзал својот софтвер со софтверот за материјално-финансиско работење на трговците со кои соработуваат (често и не постојат такви системи), што може да претставува проблем кога трансакциите ќе станат пофреквентни и пообемни, а проблем претставува и непостоењето на податоци за производите во дигитална форма. Досега не постоеле практични проблеми при воспоставувањето интероперабилност помеѓу софтверот за е-трговија и порталот за плаќање. Финансиските и административните трошоци и проблеми на потенцијалниот интернет трговец поврзани со нарачката, инсталацијата и одржувањето на софтверот, но и со логистика, плаќања и маркетинг се надминуваат со концептот на интернет трговски центар.

Плаќања преку интернет

Плаќањето е можеби клучниот елемент кај е-трговијата, кое може многу да влијае врз развојот на е-трговијата. Најчест начин на плаќање во е-трговијата, во светски рамки и кај нас, е со платежни картички. Сè почесто, во светски рамки, се користат електронските пари, но кај нас се уште не постои друштво кое се занимава со издавање електронски пари. Некои интернет трговци во РМ овозможуваат плаќања во готово при достава на производите (ова го овозможуваат оние интернет трговци кои имаат сопствена испорака и на тој начин може лесно да го реализираат и овој начин на плаќање).

а) Издавање платежни картички и отворање сметка на интернет трговец

Податоци за бројот на издадени картички и трансакции во РМ. Во последните неколку години, во РМ драстично се зголеми бројот на издадени платежни картички. Ова во голема мера се должи на мерката која ја презема Владата секоја исплата на средства од државниот буџет на одредени категории лица (државни и јавни службеници и пензионери) да се врши на картички. Во моментов, бројот на картички во циркулација е околу 1.400.000, додека пак бројот на трговци кои прифаќаат плаќање со картички е преку 22.000. 8-10% од вкупниот промет во РМ (купување од македонски трговци) се остварува преку картички, при што прометот во интернет трговијата (купување од македонски интернет трговци) во првите 10 месеци од 2010 година изнесува околу 4.000.000,00 денари (~65.000 евра). Затоа пак, вкупниот промет остварен со картички издадени од македонски банки за плаќање преку интернет (трансакции кон странски интернет трговци) е 20-кратно поголем! Во однос на бројот на трансакциите, уделот на интернет трансакциите направени кон домашните интернет трговци е околу 1% од вкупниот број трансакции реализирани со картички. Подемот во бројот на издадени картички и нивното користење е секако неопходен услов за развој на е-трговија.

Можност за користење на картичките за плаќање преку интернет. Дали една картичка ќе може да се користи за плаќања преку интернет најмногу зависи од политиката на банката, како и од тоа дали таа банка се стекнала со лиценца за тоа од меѓународната картична организација. За таа цел банката проаѓа низ посложена и подолготрајна процедура која ја налага меѓународната картична организација за да ја издаде лиценцата. Исто така, банката и по добивањето на лиценцата, мора да ги следи правилата кои ги пропишува меѓународната картична мрежа. Од друга страна, кои картички ќе ги прифаќаат интернет трговците зависи од банката со која соработува, односно кои лиценци банката ги добила од меѓународните картични мрежи.

Отворање и опслужување на трансакциска сметка на интернет трговец. За банката да му дозволи на својот клиент – трговец да се занимава со електронска трговија бара исполнување на низа услови меѓу кои поднесување на бизнис план, кој не мора да биде премногу стручно напишан и детално разработен, но во него да биде содржана издржана и обмислена идеја на трговецот, потоа политики за приватност, испорака и враќање на парични средства. Но, најбитно од сè е процената на банката дали потенцијалниот интернет трговец има партнерски и сериозен однос во работата. Повеќето проверка и проценка е услов кој го наметнува меѓународната картична организација при лиценцирање на банката и со кои се превенираат можните измами. Меѓународната картична организација може да направи контрола во банката и доколку оцени дека банката дозволила отворање на сметка на интернет трговец кој не ги исполнува или не се придржува кон условите може да и ја одземе лиценцата на самата банка.

Банката не му отвора посебна сметка на интернет трговецот за вршење е-трговија, туку доколку веќе бил клиент на таа банка му се дозволува истата да ја користи и за приливи остварени преку интернет плаќања, а доколку не бил клиент на таа банка тогаш му отвора една единствена трансакциска сметка. За таа цел, трговецот проаѓа низ одредена процедура

која банката ја налага. Банката и интернет трговецот склучуваат договор, во кои се регулираат попрецизно меѓусебните права и обврски. Една од обврските од тој договор е интернет трговецот да ги чува логовите (електронските записи) за извршената нарачка како доказ и механизам за заштита од злоупотреби. Барањето за чување база на податоци (детални податоци за нарачката и за нарачателот) од страна на интернет трговецот се повторно наметнати од издавачите на картички, кои на овој начин се справуваат со ситуации на можни подоцнежни оспорувања на трансакцијата.

Искуството на банките покажува дека постојат добри идеи, но не секогаш трговците знаат како целосно да ги разработат. Потенцијалните интернет трговци не ги познаваат доволно добро правилата и начинот на функционирање на е-трговијата, односно не ги земаат предвид сите аспекти при презентација и разработка на нивниот план. Голем е бројот на потенцијални интернет трговци кои се откажале од идејата за отворање е-продавница, откако од банката им биле посочени „правилата на игра“.

Наод: Бројот на платежни картички во циркулација во РМ е околу 1.400.000. Прометот во интернет трговијата (купување од македонски интернет трговци) во првите 10 месеци од 2010 година изнесува околу 4.000.000,00 денари (~65.000 евра), додека пак вредноста на трансакциите направени кон странски интернет трговци е 20-кратно поголем. Дали една картичка ќе може да се користи за плаќања преку интернет зависи од политиката на банката и од тоа дали банката се стекнала со лиценца од меѓународната картична организација. Банката не му отвора посебна сметка на интернет трговецот за вршење е-трговија, но за да му дозволи да се занимава со е-трговија (да остварува приливи преку интернет трансакции) бара исполнување на низа услови. Најбитно од сè, е процената на банката дали потенцијалниот интернет трговец има партнерски и сериозен однос во работата. Голем е бројот на заинтересирани трговци кои се откажале од отворање е-продавница, откако банката ги запознала со сите аспекти на е-трговијата, кои самите трговци не ги земале предвид при разработка на идејата.

б) Платежен процесор

Платежните процесори (порталите за плаќање) се техничка поддршка на банките во картичното работење и врска со системите на меѓународните картични организации, кои пак ги вмрежуваат сите банки членки како би се оствариле меѓубанкарските трансакции (преку сите платежни канали, вклучувајќи и интернет). Во РМ веќе постои една компанија која работи како платежен процесор. Тоа е Касис, кој се занимава со работи поврзани со безготовинско плаќање од 2002 година. Своите услуги на картично работење ги дава на 14 од вкупно 17 македонски деловни банки, односно само 3 банки воопшто не соработуваат со нив. На 5 од 14-те банки со кои соработува им претставува платежен процесор при плаќањата преку интернет.

За да се стане платежен процесор потребно е во процесот на лиценцирање на банката за работа со картички, вклучувајќи и интернет трансакции, процесорот да помине низ техничка валидација на системот кој се спроведува од меѓународната картична организација. Системот на Касис е валидиран да ги опслужува трансакциите со платежните картички на MasterCard и

Visa, кои се воедно и најголемите меѓународни картични организации. За разлика од правилата кои ги наметнуваат меѓународните картични организации, надлежните државни органи во РМ немаат донесено прописи со кои ќе го регулираат работењето на платежните процесори. Иако оваа празнина досега не предизвикала практични проблеми, сепак, поради чувствителноста на областа (транзакции во кои се вклучени парични средства и лични податоци) потребно е воспоставување на основни правила и услови за основање, начин на работење и контрола врз работењето на платежните процесори.

Три деловни банки во РМ, кои издаваат картички со кои може да се плаќа преку интернет, користат услуги на странски платежни процесори. Исто така, опсегот на работа на Касис е ограничен на транзакции во кои се вклучени домашните интернет трговци. Тоа значи дека плаќањата што ги вршат македонски граѓани за нарачки од интернет продавници од други држави се процесираат преку платежни процесори од други држави (на пример, за картичките издадени од НЛБ Тутунска банка се користат услугите на платежен процесор од Словачка). Специфична улога во е-трговијата во РМ има НЛБ Тутунска банка, која не е платежен процесор, но ги користи услугите на словачкото претставништво на First Data, кој е познат меѓународен платежен процесор, со цел да им овозможи на своите клиенти - интернет трговци во РМ систем (софтвер, односно веб портал поврзан со First Data системот) за плаќање на интернет транзакциите. Користењето на услуги од странски платежни процесори, односно фактот што целокупното меѓубанкарско картично работење во РМ е во меѓународен режим на работа придонесува за зголемување на цената на транзакцијата.

Платежните процесори посветуваат големо внимание на безбедноста на транзакциите. Касис и НЛБ Тутунска банка користат 128 битна SSL енкрипција. Касис применува и 3D secure code (MasterCard Secure Code и Verified by Visa), а НЛБ Тутунска банка овој безбедносен код го применува како опслужувач на картички, но сеуште не и кај картичките што ги издава, иако имплементацијата се очекува наскоро. Исто така, платежните процесори мора да ги следат безбедносните стандарди на меѓународните картични организации (на пример, Payment Card Industry Standard) кои не се само услов за добивање на лиценцата, тука и за нејзино задржување. Тоа значи дека работата на платежните процесори, особено безбедносните аспекти, е контролирана од меѓународните картични организации. Конечно, при воспоставувањето интероперабилност на софтверот за нарачки на интернет трговецот и софтверот за плаќање на платежниот процесор се внимава на запазување на стандардите за размена на податоци и безбедноста на истите (интернет трговецот нема пристап до податоците од картичката со која се врши плаќањето). Безбедносните аспекти не им се доволно познати на потенцијалните интернет трговци и потрошувачи.

Наод: Платежните процесори се техничка поддршка на банките во картичното работење и врска со системите на меѓународните картични организации, кои пак ги вмрежуваат сите банки членки како би се оствариле меѓубанкарските транзакции, вклучително и плаќања преку интернет. Во РМ единствено Касис работи како платежен процесор, додека пак специфична улога има НЛБ Тутунска банка која не е класичен платежен процесор, но ги користи услугите на First Data, кој е познат меѓународен платежен процесор, со цел да им овозможи на интернет трговците прилагоден веб базиран систем за реализација на плаќање

преку интернет. За да се стане платежен процесор потребно е системот на платежниот процесор да биде валидиран од меѓународна картична организација. Во РМ нема прописи со кои се регулира работењето на платежните процесори. Пет деловни банки го користат Касис како платежен процесор, додека три користат услуги на странски платежни процесори. Платежните процесори посветуваат големо внимание на безбедноста на трансакциите, како што се 128 битна SSL енкрипција и 3D secure code, односно безбедносните стандарди кои ги налагаат меѓународните картични организации.

в) Провизии во е-трговијата

Во принцип, сите провизии во е-трговија кои се поврзани со користење на картичките паѓаат на товар на интернет трговецот, никогаш на купувачот. Банката опслужувач на сметката на интернет трговецот му наплаќа на трговецот провизија која во просек изнесува 3-5% од вредноста на трансакцијата. Дел од таа провизија ја издвојува за меѓународната картична организација, дел за платежниот процесор и дел за банката издавач на картичката. Висината на провизијата е детерминирана од политиките и тарифите на сите вклучени страни, пред сè, од меѓународната картична организација, но и од платежниот процесор и банката опслужувач. На тој начин, преку провизиите се зголемува цената на е-трговијата, барем за интернет трговците. Кај нас, вообичаено, провизијата што се наплаќа за трансакција извршена преку POS терминал е пониска од провизијата за плаќање преку интернет. Меѓутоа, Касис се одлучила во овој почетен период од развојот на е-трговијата во РМ да наплаќа ист износ на надомест како за трансакции остварени преку POS терминали, што е еден вид стимулативна мерка. Некои банки наплаќаат и месечни паушални трошоци кои се помали или пак воопшто нема да се наплатат доколку трговецот остварува поголем промет.

Наод: Провизиите во е-трговијата паѓаат на товар на интернет трговецот, при што во просек тие изнесуваат 3-5% од вредноста на трансакцијата. Преку провизијата која банката му ја наплаќа на трговецот се плаќаат и провизиите на платежниот процесор и меѓународната картична организација. Провизиите во овој момент се високи и ја зголемуваат цената на електронското тргување, но зголемениот обем и износ на трансакции треба да придонесе кон намалување на провизиите.

г) Други проблеми поврзани со користењето на картичките

Меѓукартичното работење во РМ, а особено подигањето пари од банкомат (АТМ) кој го опслужува банка која не е издавач на картичката е се уште скапо, односно се наплаќаат високи провизии. Главна причина за ова е што банките меѓу себе не се договориле да создадат национално затварање на трансакциите со платежни картички, при што истите нема да подлежат на тарифите и меѓубанкарска провизија на меѓународните картични мрежи, а ќе се создаде можност банките меѓусебно да го договорат износот на овие провизии. Со тоа, веројатноста да се намали износот на провизиите е голема и истите би се движеле од 1-3%. Неодамна, банките лиценцирани да издаваат картички од брендот Visa формирале национално затварање на трансакциите, односно банките во РМ кои издаваат и опслужуваат Visa картички ги утврдиле и унифицирале меѓусебните провизии.

Во таа насока, институција каква што е Касис да биде *switching центар*, односно да го управува и администрира таквиот систем. На тој начин, ќе се намалат провизиите во меѓукартичното работење на национално ниво, особено ќе биде значително намалувањето кај подигањето пари од банкомат. Процените се дека вкупната заштеда за македонските граѓани на годишно ниво би била 7-8 милиони денари.

Наод: Деловните банки во РМ немаат договорено национално затварање на трансакциите со платежни картички (користење на услуги од домашен *switching центар*), при што истите во моментот подлежат на тарифите и меѓубанкарска провизија на меѓународните картични мрежи. Исклучок претставува неодамна формираното национално затворање на трансакциите меѓу банките лиценцирани да издаваат картички од брендот Visa. Доколку домашна институција биде *switching центар*, тогаш голема е веројатноста значително да се намалат провизиите во меѓукартичното работење на национално ниво.

д) Фискализација, издавање фактура и евидентирање на прометот од страна на интернет трговецот

До пред извесно време постоела дилема околу тоа дали интернет трговците треба да бидат фискализирани, односно да поседуваат фискална апаратура и да издаваат фискални сметки. Суштината на е-трговијата е безготовинското плаќање кое се остварува по банкарски пат преку интернет и поради тоа не е потребна фискализација на интернет трговците. Од друга страна, тоа не значи дека интернет трговецот не е даночен обврзник. Тој мора да биде регистриран во Управата за јавни приходи (УЈП) како даночен обврзник и воедно како обврзник за плаќање на данок на додадена вредност (доколку остварува годишен промет над 1.300.000 денари). Исклучок од правилото дека за е-трговија не е потребно издавање фискална сметка е доколку интернет трговецот дозволува и купувачот избира плаќањето да го изврши во готово при достава на производите. Некои интернет трговците во РМ нудат и применуваат опција за плаќање во готово при достава на производите и за тоа издаваат фискална сметка. Дел од нив, пак, непотребно издаваат фискална сметка и кога плаќањето е извршено со картичка преку интернет. Како причина за ваквата пракса беше посочено дека такво било барањето од УЈП. Ваквото барање на УЈП не е во согласност за Законот за регистрирање на готовински плаќања според кој фискална сметка не се издава доколку плаќањата се вршат по банкарски пат.

Основ за вршење на плаќањата кај е-трговијата и воедно доказ дека е извршена трансакцијата е фактурата. Тоа значи дека секој трговец мора да издава фактури за извршените нарачки и плаќања. За разлика од класичната офлајн купопродажба каде што прво продавачот издава фактура, по што се врши примопредавање и плаќање на производите, кај е-трговија прво се остварува плаќањето, па дури при приемот на производите се добива фактура. Оваа недоследност, интернет трговците ја надминуваат со испраќање електронска фактура на адресата за е-пошта на купувачот и тоа веднаш штом е извршена нарачката.

Проблемот е што важечкото законодавство не ја пропишува електронската форма на фактурата и со тоа единствена која може да се користи за сметководствени и даночни цели е нејзината печатена форма. Иако, согласно Законот за податоци во електронски облик и електронски потпис, податоците во електронска форма и електронските документи (а со тоа и фактурите) не може да се сметаат за невалиден доказ само затоа што се во електронска форма, сепак во овој момент тешко дека даночните служби би можеле да го прифатат постоењето на фактура во електронска форма без соодветен еквивалент во печатена форма. Од таа причина сите интернет трговци задолжително доставуваат печатени фактури до купувачот, но и за потребите на евидентирање на сопствениот промет. Носењето на закон за електронска фактура или дополнување на Законот за ДДВ со одредби кои ќе ја регулираат електронската форма на фактурата е одложено. Причина за ова е немањето технички и кадровски капацитети кај УЈП да врши прием и контрола на фактурите во електронска форма како основ за плаќањето и реализација на прометот кај е-трговијата.

Наод: Суштината на е-трговијата е безготовинското плаќање кое се врши по банкарски пат преку интернет и поради тоа не е потребна фискализација на интернет трговците. УЈП бара од оние интернет трговци кои исклучиво прифаќаат плаќања со картичка преку интернет да се фискализираат, што е спротивно на Законот за регистрирање на готовински плаќања. Исклучок од ова правило е доколку интернет трговецот дозволува и купувачот одлучува плаќањето да го врши во готово при достава на производите, што е случај со некои наши интернет трговци. Основ за вршење на плаќањата кај е-трговијата е фактурата, која му се издава на купувачот по реализирано плаќање, односно при прием на производите. Важечкото законодавство не ја пропишува електронската форма на фактурата и со тоа единствена која може да се користи за сметководствени и даночни цели е нејзината печатена форма. УЈП, во моментот, нема технички и кадровски капацитети за прием и контрола на електронските фактури, па поради тоа и донесувањето на законот за е-фактура е одложено.

Испорака (достава)

Брзината, сигурноста и цената на испораката (доставата) на производите нарачани преку домашен интернет трговец можеби е клучен сегмент во развојот на е-трговијата во РМ. Интернет трговците најчесто ги користат услугите на специјализираните компании за брза пошта и транспорт, бидејќи се работи за тип на трговија и производи за кои се бара и очекува брза испорака. Бројот на компании кои се занимаваат со ваква испорака во РМ е околу дваесетина и нивната работа е под контрола на регулаторното тело - Агенција за пошти. Тоа овозможува воспоставување ред во оваа сфера и сигурност за учесниците во е-трговијата. Дел од интернет трговците кои имаат сопствена мрежа на офлајн продавници ја користат истата за транспорт и дистрибуција, што претставува поволност како во однос на брзината и сигурноста на испораката, така и во однос на цената.

Голем дел од компаниите за испорака нудат и овозможуваат испорака на кое било место во РМ, при што рокот на испорака за место надвор од Скопје е 24 часа, додека на територија на Скопје е пократко. Предноста на ЕМС, служба во рамките на ЈП „Македонски пошти“, во однос на другите компании кои се занимаваат со брза пошта, е што имаат најразвиена мрежа (филијали и превозни средства) во РМ. Од друга страна, тие се помалку флексибилни при договарањето со интернет трговците, кои добиваат третман како секој друг клиент. Помалите компании за испорака се подготвени за давање пониска цена и други поповолни услови. Од разговорите со интернет трговците и компаниите за испорака, како и од преглед на неколку веб-локации за е-трговија, се доаѓа до заклучок дека цената за испорака се движи од 80-150 денари за испорака на територија на град Скопје, додека пак за испорака во други градови од државата цената се движи од 120 до 250 денари.

Најчесто, трговците се одлучуваат во почетниот период да не им ги наплаќаат на купувачите трошоците за испорака, туку тие да паднат на нивен товар. Сепак, ова се однесува на еден краток временски период. Од друга страна, интернет трговците не овозможуваат бесплатна испорака доколку купувачот е од ист град од каде што се испраќаат производите и доколку вредноста на нарачаните производи надминува одреден праг, што пак е редовна пракса на реномираните светски интернет трговци. Но, со оглед на малиот обем на трансакции, релативно високите провизии што интернет трговците ги плаќаат на банките и надоместокот што во секој случај мора да и го платат на компанијата за испорака, разбирливо е што се уште не се одлучуваат на ваков чекор.

Наод: Со либерализацијата на пазарот за поштенски услуги се појавија бројни компании во РМ кои нудат услуги на брза пошта и испорака на производи до вратата на купувачот, при што конкуренцијата овозможува и релативно прифатливи цени. Рокот на испорака за место надвор од Скопје е 24 часа, додека на територија на Скопје е пократко. Цената за испорака се движи од 80-150 денари за испорака во Скопје, додека пак за испорака во други градови од државата таа се движи од 120 до 250 денари. Бесплатна испорака која ја нудат интернет трговците е ретка и е од краткотраен промотивен карактер. Зголемениот број трансакции треба да овозможи дополнително намалување на цените за испорака.

НАДВОРЕШНА ЕЛЕКТРОНСКА ТРГОВИЈА

Испорака на стоки во странство нарачани преку интернет трговец од РМ

Поднесување на извозна царинска декларација. До пред неколку години и за поштенски пратки, во кои спаѓаат и производите што лица од странство ги нарачуваат преку македонски интернет трговец, се пополнувала извозна царинска декларација и се плаќала царинска давачка. Плаќањето на фиксна царинска давачка ја поскапувала целата нарачка. Од пред неколку години оваа давачка е укината, но извозната царинска декларација, како и за секој друг производ што се извезува, мора да се поднесе. Оваа декларација не мора да ја пополнува шпедитерска фирма, туку може и самиот интернет трговец. Образецот не е сложен за пополнување и процедурата не бара време. Дел од реномираните странски компании за испорака нудат можност за бесплатно пополнување и поднесување, односно оваа услуга е вклучена во цената на испорака.

Пријава на девизен прилив во НБРМ. Согласно правилата кои ги пропишува Народната банка на Република Македонија (НБРМ), за секој девизен прилив остварен по пат на продажба и извоз на производи во странство потребно е да се пополни и достави поединечно известување за трансакцијата. Ова барање е, пред сè, за статистички цели, но ги зголемува трошоците и административните процедури низ кои треба да пројде интернет трговецот. Проблемот е што трансакциите во е-трговијата може да бидат многубројни, а износите во секоја од нив прилично ниски. Од таа причина, ваквата обврска за известување за секоја остварена трансакција дејствува дестимулирачки за интернет трговците кои остваруваат или сакаат да остваруваат извоз во странство.

Како резултат на заклучокот од 153-та седница на Владата на РМ, НБРМ испрати допис до МИО во кој наведува дека ќе изврши ревизија на Упатството за платен промет со странство со кое ќе се излезе во пресрет на барањето на интернет трговците. Имено, со измените треба да се овозможи збирно известување за девизниот прилив настанат по основ на трансакции од мал износ. Со тоа треба да се намалат трошоците и административните формалности со кои се соочуваат интернет трговците.

Испорака на производи од интернет трговец од РМ на купувач од друга држава. Во РМ оперираат големите меѓународни компании кои се занимаат со брза пошта како што се DHL, FedEx и UPS. Овие компании имаат широко распространета мрежа и секојдневно доставуваат пратки од РМ во други држави. За производи кои определен македонски интернет трговец би ги праќал преку нив би наплаќале околу 20 евра за пратка на производи чија вредност е околу 50-60 евра. Оваа цена во принцип не се разликува од цената која овие компании ја наплаќаат и кога од друга држава увезуваат во РМ пратка со производи нарачана преку интернет.

Проблемот со користење на услугите на домашни компании за брза пошта е што немаат свои подружници надвор од државата, што значи дека треба да воспостават деловни односи со слични такви компании во друга држава за да испораката на производите оди побрзо и со помал трошок.

Наод: Царинската давачка при поднесување на извозна царинска декларација е укината и не преставува проблем за извоз на производи нарачани преку македонски интернет трговци, односно на ја поскапува дополнително цената на нарачката. Обврската за поднесување извозна декларација мора да остане. НБРМ ќе го укине барањето за поединечно известување за секој девизен прилив остварен по пат на интернет продажба, со што ќе се намалат административните процедури за домашните интернет трговци. Реномираните светски компании за брза пошта кои имаат свои подружници во РМ нудат сигурна и брза, иако веројатно и поскапа, испорака на производи кои домашен интернет трговец (сака да) ги продава во странство.

Нарачка на производи преку странски интернет трговци и нивен увоз во РМ

Политиките на македонските деловни банки. Веќе беше наведено дека штом една деловна банка биде лиценцирана за издавање на одреден бренд картички, тогаш од неа зависи какви сè ограничувања ќе наметне во поглед на користењето на картичките, вклучително и можноста за онлајн плаќања. Една од најголемите деловни банки во РМ, Стопанска банка АД Скопје, не дозволува плаќање преку интернет со стандардните платежни картички издадени од неа, односно за таа намена издава посебна картичка за која и условите за добивање се построги. Овој пример е наведен поради тоа што голем број на картички во РМ се издадени токму од страна на оваа банка. Сепак, сè поголем е бројот на деловни банки од РМ кои издаваат картички со кои може да се плаќа преку интернет.

Политиките на странските интернет трговци, платежни процесори и компании за испорака. Втор ограничувачки фактор се политиките на странските интернет трговци, платежни процесори и компании за испорака. Одредени странски интернет трговци не примаат нарачки или не вршат испорака на производи на територија на РМ. Нивниот број е сè помал споредено со период од пред неколку години кога Македонија беше ставена на црните листи на многу реномирани интернет продавници. Позитивен момент е тоа што големите интернет продавници, како што се Amazon, Barnes & Noble или Victoria's Secret Catalogue кои нудат широк избор на производи, примаат нарачки и вршат достава во РМ. Поврзано со ова прашање е и политиката на компаниите за испорака кои имаат свои меѓународни дистрибутивни мрежи. Дел од нив не вршат испорака во РМ. Причините за ваквата нивна политика се исклучиво од пазарна природа. Сепак, најпознатите светски компании за брза пошта како што се DHL, FedEx и UPS се присутни на македонскиот пазар и вршат транспорт и достава на производи од други држави на територија на РМ.

Една од најпознатите и најкористени интернет продавници *eBay* и нивниот сервис за плаќање *PayPal* сеуште не им овозможува на лица од РМ во својство на продавачи да ги користат нивните услуги. Единствен начин домашно правно или физичко лице да ги користи услугите на *eBay* и *PayPal* е преку нивно претставништво во друга држава, но тогаш лицата би се соочиле со други правно-административно-финансиски проблеми. Во изминатиот период МИО имало деловни разговори со *PayPal* за нивно влегување на македонскиот пазар, но според некои најави тоа би се остварило за 2-3 години. Нивното или влегувањето на друг сличен издавач на електронски пари (на пример, *Money Bookers*) ќе значи и делумна либерализација на пазарот, бидејќи се голема конкуренција на картичките, и воедно би требало да предизвика зголемување на бројот на интернет трансакции од РМ.

Царински давачки за производи кои се увезуваат во РМ како резултат на интернет продажба. Производите нарачани преку интернет кои се увезуваат во РМ, согласно царинските прописи, се категоризираат во производи кои се увезуваат како помали пратки со писмо или поштенска пратка. Согласно Уредбата за поблиските критериуми и начинот на спроведување на ослободувањето од плаќање увозни давачки, како и вредноста, количината и видот или намената на стоката која може да се ослободи од плаќање увозни давачки, поштенските пратки до одредена вредност се ослободени од царински давачки, додека пратките над утврдената вредност подлежат на увозни давачки. Во моментот тој праг изнесува 45 евра, во кој е вклучена цената на производот и на поштенските услуги. Од друга страна, во изминатиот период, во РМ неколку пати беше зголемен прагот за ослободување од плаќање царина за стоки кои спаѓаат во категоријата личен багаж на патници кои доаѓаат од странство и тоа од 45 евра преку 175 евра па сè до сегашните 350 евра. Под овој износ лицата не плаќаат царина за производите, под услов производите да не се за понатамошна комерцијална употреба.

Прагот за ослободување од царина за производи кои се увезуваат како поштенски пратки е прениско поставен. Многу производи, како што се едукативните (учебници и стручна литература), особено оние со понов датум на издавање, кои граѓаните ги нарачуваат преку интернет ги прави поскапи. На сумата која ја вклучува цената на производот и цената за испорака се плаќа царина, ДДВ и шпедитерски услуги, со што цената на вака увезениот производ е далеку повисока и непристапна, особено за студентската популација. На пример, на книгата која во интернет продавница чини 70 евра се доплаќа околу 15 евра за поштарина, но тоа не е конечната сума за купувачот, затоа што по извршеното увозно царинење ќе доплати уште дополнителни 30-ина евра.

Уште еден парадокс претставува разликата во нарачка на материјален производ од неговиот еквивалент во дигитална форма. Така, за симнување музика во дигитален формат преку некои од интернет продавниците (*iTunes*, *eMusic*) не се плаќа никаква увозна давачка, иако таквото симнување на музика може да чини и преку 100 евра, додека пак истата таа музичка содржина доколку се нарачува во материјализирана форма (ЦД или винил) и надминува 45 евра со вклучена поштарина, подлежи на увозни давачки.

Наод: Нарачувањето производи од странски интернет продавници од страна на македонските граѓани и правни лица повеќе не преставува голем проблем, затоа што реномираните светски интернет продавници, кои воедно нудат голем избор на атрактивни производи, овозможуваат нарачка од и достава во РМ. Оние интернет продавници кои не примаат нарачки од лица или картички издадени во РМ тоа го прават поради нивната политика или политиките на платежниот процесор и компанијата за испорака со кои соработуваат. Зголемен е бројот на картички кои ги издаваат македонските банки со кои може да се плаќа преку интернет. Прагот за ослободување од плаќање царина за производи нарачани преку интернет (поштенски пратки) е прениско поставен (45 евра), додека пак царинската стапка што се наплаќа над овој износ е висока, што севкупно ја поскапува нарачката на производи преку интернет во кои често спаѓаат производи недостапни на домашниот пазар и се од општествен интерес (едукативни материјали).

ДРУГИ ПРОБЛЕМИ СО КОИ СЕ СООЧУВААТ ИНТЕРНЕТ ТРГОВЦИТЕ ИЛИ ПОТРОШУВАЧИТЕ ВО РМ

Освен досега наведените проблеми кои се од правно-административен и финансиски аспект, постојат и други прашања, проблеми и пречки со кои се соочуваат или интернет трговците или потрошувачите и со тоа влијаат на развојот на е-трговијата во РМ.

Во моментот, во РМ, работат **околу 30 интернет продавници**. Притоа,

а) најголем дел од тие трговци се целосно онлајн ориентирани, односно се промовираат и работат на интернет како самостоен бренд без притоа да имаат еквивалентна продавница во физичкиот свет, иако соработуваат со и нудат производи на офлајн продавници,

б) дел се „продолжена рака“ и дополнителен начин на продажба на веќе етаблирани офлајн продавници и

в) мал дел работат како еден вид трговски центри, што значи дека на својот портал имаат засебни е-продавници за познати офлајн трговци.

Интернет трговците кои работат на принцип на интернет трговски центри нагласуваат дека се уште е огромен бројот на офлајн трговци кои освен поседување на информативна веб-локација за компанијата, немаат желба да ја прошират продажбата преку е-трговија. Постојат повеќе причини за тоа како што се: а) непознавањето на целиот концепт на е-трговија, а особено предностите што ги нуди, б) недовербата и скептицизмот кон нешто ново кое е поинакво од разработениот и рутински начин на работење, в) филозофијата и менталитетот на трговецот дека „муштериите треба да стапнат во дуќанот“ и сл.

Вклучените страни во е-трговијата, а особено македонските потрошувачи, истакнуваат дека се уште понудата на производи и услуги за продажба преку интернет е скромна. Многу од интернет трговците: а) работат со ограничен избор на стоки и услуги и ретко ја прошируваат понудата, б) работат со мал број брендови или в) продаваат производи кои не се предмет на секојдневно или често купување. Од тие причини, добар дел од македонските потрошувачи ретко ги прелистуваат домашните интернет продавници, а пак регистрираните интернет потрошувачи поретко прават нарачки.

Маркетинг агенцијата ЊУ МОМЕНТ ЊУ ИДЕАС на примерок од 330 испитаници од различна етничка припадност, кои редовно користат интернет на територија на град Скопје и се на возраст од 18-45 години, спроведе истражување за нивните навики и користењето на е-трговијата, при што дојде до следниве клучни наоди:

- 43% од граѓаните ги посетуваат интернет продавниците поретко од еднаш месечно, додека 17% тоа го прават 2-3 пати неделно;
- 87% од граѓаните на Скопје би купувале на интернет доколку им се гарантира безбедност или доколку им се обезбеди широк избор на производи;

- 43% од граѓаните на Скопје би се одлучиле за интернет купување само доколку им се гарантира заштита на личните податоци, но повеќето од оние кои купувале на интернет не знаат дали македонските интернет продавници нудат безбедно купување;
- 60% од граѓаните не знаат дека постојат македонски интернет продавници;
- 71% од граѓаните преферираат плаќањето да го прават со уплата преку банкарска сметка;
- На интернет потрошувачите најважно им е јасно да се наведени нивните права во случај на незадоволство од услугата, а податоците за интернет трговците да се јавно објавени;
- Интернет корисниците најмногу сакаат да купуваат електронска и компјутерска опрема, облека, обувки и подароци, а најмалку храна и пијалоци.

Еден пример од пракса како илустрација и потврда на наодите од истражувањето:

Мајка ми е на возраст од 60 години, со плата блиску до националниот просек, имател е на дебитна картичка и е типичен македонски потрошувач кој посетува и купува од повеќе физички продавници, пред сè супермаркетите. Најчесто картичката ја користи за подигање пари од банкомат. Смета дека купувањето преку интернет е скапо и може да си го дозволат само побогатите луѓе. При доставата на една моја нарачка на производи од домашна интернет продавница, за прв пат дозна дека цената на производите е иста како во офлајн продавницата и дека доставата до врата чини само 80,00 денари. Тогаш, за прв пат направи пресметка дека всушност нарачувањето производи преку интернет е дури и поефтино, ако се земе предвид дека за класичното пазарење е потребно превозно средство (трошоци за автобуска карта или гориво/паркинг) или доколку не се користи превозно средство, тогаш физичкиот напор и потребното време се далеку поголеми.

ПРЕПОРАКИ ЗА ПОДОБРУВАЊЕ И РАЗВОЈ НА Е-ТРГОВИЈАТА ВО РМ

I. Под координација на МИО, и со вклучување на сите засегнати страни во е-трговијата во РМ, да се преземе сеопфатна кампања за подигање на свеста меѓу граѓаните како потенцијални купувачи, но и меѓу компаниите кои се занимаваат со трговија како потенцијални интернет трговци со што би се зголемила и понудата на интернет пазарот.

Од банките и платежните процесори беше посочено дека во принцип, за нив не е суштинско да се зголеми бројот на интернет трговци, туку да се зголеми бројот и износот на трансакциите. Сепак, присуството на интернет на што поголем број трговци ќе влијае врз што почеста посета на е-продавниците од страна на потрошувачите и со тоа и до зголемување на бројот на трансакциите. Некои трговци сметаат дека отворањето на е-продавница е инвестиција која од финансиски аспект не може да си ја дозволат, односно бара дополнително време, труд и знаење. Но, доколку им се презентираат и ги согледаат предностите на е-трговијата, како и на концептот на интернет трговски центри преку кој самите тие немаат никаква инвестиција, а многу мал месечен трошок, овој првобитен став може да се промени. Исто така, голема е дискрепанцата на бројот на издадени кредитни и дебитни картички со кои може да се плаќа преку интернет во однос на фактичкото користење на овие картички за интернет плаќања. Овој факт говори дека потенцијал за зголемување на интернет продажбата и воопшто развој на е-трговијата има.

Сите овие причини даваат основ за верување дека добро осмислена и реализирана кампања може да придонесе за подобрување на состојбата со е-трговијата во РМ. Во таа насока, кампањата треба да биде разнолика, сеопфатна и интензивна и во неа да се вклучат сите засегнати страни.

Банките кои издаваат кредитни картички со кои е овозможено плаќање преку интернет треба да ги запознаат своите клиенти: а) со можноста картичките да се користат за плаќања преку интернет и б) со сите интернет продавници кои функционираат во РМ, а особено оние кои имаат сметки кај нив. Од интерес на банката е зголемување на трансакциите на интернет трговците и со тоа поголем прилив на средства. Еден од начините тоа да се направи е при секое издавање на нова картичка, обновување на старата или при достава на месечната сметка да му се презентираат овие информации, како и да му се даде на клиентот информативен материјал во печатена и/или електронска форма.

Сите засегнати страни, под координација на МИО, да се вклучат во изработка на промотивен материјал, во кој на лесно разбирлив, атрактивен и ефективен начин ќе се дадат основни информации и ќе се објаснат предностите на е-трговијата. Со оглед на различните целни групи кои ќе бидат опфатени, потребна е изработка на два различни комплекта од промотивни материјали. Од една страна, треба да бидат запознаени потенцијалните интернет трговци што значи поседување на самостојна интернет продавница или да се биде дел од интернет трговски центар (почетна инвестиција, вработени луѓе, немање потреба од дозволи).

Од друга страна, соодветни информации треба да им се дадат и на (потенцијалните) интернет потрошувачите, притоа не ограничувајќи се само на одредени категории и групи. Презентативните материјали треба да се дистрибуираат не само во стандардна печатена форма, туку и на друг интересен начин кој ќе привлече внимание.

Треба да се искористат можностите што ги нудат медиумите и преку серија натписи во одредени списанија, учество во информативни и дебатни радио-телевизиски емисии и изработка на прилози да се изврши поширока промоција на е-трговијата, притоа тоа да не биде инцидентно како до сега, туку интензивно и подолготрајно. Изданијата на Капитал групацијата се отворени за соработка од ваков тип. Бесплатните термини за промоција на активности од јавен интерес на МРТВ треба да се искористат. Исто така, и одредени емисии кај приватните радиодифузери би можеле да бидат искористени. Заради зголемување на бројот на трансакциите од помладата популација добро е да се оствари соработка со списанијата и медиумите наменети за студенти и млади. Конечно, зависно од расположивите буџетски средства може да се изработи и спроведе класична комерцијална медиумска кампања, какви што Владата на РМ и одредени министерства спроведоа во изминативе неколку години.

Големиот број лица кои се вработени во јавниот сектор (државна или општинска администрација, јавни претпријатија и установи) и кои располагаат со платежни картички и релативно стабилни приходи се значајна целна група за промоција на е-трговијата и потенцијални потрошувачи. Тие би требало да бидат запознаени со можностите што ги нудат картичките од аспект на купување преку интернет од домашни продавници, но и воопшто. Оваа промотивна активност треба да ја спроведуваат сите државни органи и јавни институции, но пред се највклучените министерства, како што се МИО, Министерство за финансии и Министерство за економија.

МИО треба да ја координира оваа активност, при што еднаков простор да им биде даден на сите засегнати страни, а особено на интернет трговците како категорија која има најголема потреба, а малку средства, да се промовира меѓу потенцијалните интернет купувачи. Со оглед на тоа што во моментот интернет трговците работат без или со многу мал профит, не треба да се очекува нивен финансиски придонес во кампањата, но евентуално банките би можеле да дадат придонес.

II. Владата, органите во нејзин состав, јавните претпријатија и друштвата во државна сопственост треба да овозможат услугите кои ги нудат да се продаваат и плаќаат онлајн и на тој начин да бидат пример дека е-трговијата за која се залагаат е реална и лесно остварлива во РМ.

Во РМ во изминативе години сосема солидно се развива секторот на е-банкарство. Преку системите за е-банкарство овозможено е плаќање на фактури и сметки, како меѓу правни лица така и помеѓу правни и физички лица. Во таа насока, преку е-банкарството може да се плаќаат и одредени јавни давачки и надоместоци како прилив на трезорска сметка или на посебните сметки на буџетските корисници. Сепак, некои институции таквиот начин на плаќање не го дозволуваат, бидејќи создава проблеми при докажување дека е извршено

плаќањето или пак не знаат да го евидентираат. Во моментот, ниту една веб-локација на владина институција која обезбедува услуги на граѓаните и правните лица, не овозможува надоместокот за обезбедената услуга да се плати онлајн. Многу испитувања укажуваат дека и продавачите и купувачите полесно би се одлучиле за е-трговија кога е во прашање секторот услуги.

Затоа, Владата, државните органи и јавните претпријатија треба да започнат услугите кои ги нудат (наведени на порталот www.uslugi.gov.mk) да ги „продаваат“ преку интернет. Иако не се работи за класична е-трговија, со оглед на тоа што и Владата и нејзините органи не се трговци, сепак може да се смета дека услугите се еден вид продажба, со оглед на тоа што за истите се плаќа надомест. За таа цел треба да се избере пилот-институција која е технички подготвена и која има клиентела која сака и бара ваков начин на плаќање за услугата. Институција која би можела прва да започне со онлајн наплаќање на услугите е Централен регистар со оглед на тоа што е една од најнапредните во користењето на ИТ и поради брзината на испораката на услугите. Во таа насока, Централниот регистар веќе е во фаза на имплементација на проект кој ќе овозможи издавање на потврдите и документите во електронска форма и преку интернет, што значи истиот треба да биде дополнет и со плаќање преку интернет. Со тоа би се воспоставил целосен систем на е-трговија, кој подоцна би можело и би требало да го следат и други институции.

III. Ќе треба да се дополнат неколку закони во насока на заокружување на правната рамка за е-трговија, со што ќе се овозможи нејзина поголема атрактивност за потрошувачите и олеснување на работата на интернет трговците.

Во таа насока ќе треба да се донесат и/или изменат и дополнат следните прописи:

- Да се донесе посебен Закон за електронска фактура или Законот за ДДВ да се дополни со одредби со кои ќе се регулира е-фактура (форма, содржина, начин на издавање и потпишување и сл.). **Цел:** Ова е веќе барање од големите компании на пазарот кои издаваат и работат со огромен број фактури на дневна основа. Постоене, применување и признавање на е-фактурата ќе ја зголеми брзината на интернет трансакциите и истите ќе ги поедностави.
- Да се дополни Законот за е-трговија со кој ќе се даде правен основ за донесување на подзаконски акт за регулирање на работата на платежните процесори или пак во друг соодветен закон во надлежност на Министерство за финансии да се уреди или даде таков правен основ. **Цел:** Прашањата поврзани со условите за основање, работење и контрола врз работата на платежните процесори треба да бидат правно регулирани. Како што е регулирана и контролирана работата на приватните пензиски фондови или издавачите на дигитални сертификати или друштвата за издавање електронски пари, така и за оваа дејност ќе треба да се воспостават барем минимален сет на правила (почетен капитал, осигурување за евентуална одговорност, технички стандарди кои треба да ги задоволат, број на вработени лица, права и одговорности на процесорот) со што ќе се зголеми сигурноста во е-трговијата.

- Да се дополни Законот за е-трговија во насока на воведување обврска за интернет трговците да донесат правила и политики и тоа: Политика на приватност, Политика за испорака и Политика за враќање на производите и паричните средства. Планираните дополнувања на законот во врска со воспоставувањето на контакт центрите да немаат одложена примена, туку веднаш да влезат во сила. **Цел:** Истражувањата укажуваат дека најголема грижа на потенцијалните интернет потрошувачи е безбедноста при нарачувањето и плаќањето преку интернет. Иако пропишувањето на вакви политики го налагаат банките кај кои интернет трговците имаат сметки, сепак нивното ставање во закон би придонело кон поголема сигурност на потрошувачите и ред во е-трговијата. Кон истата цел ќе води и што побрзото воспоставување на контакт центри.
- Да се измени Уредбата за поблиските критериуми и начинот на спроведување на ослободувањето од плаќање увозни давачки, како и вредноста, количината и видот или намената на стоката која може да се ослободи од плаќање увозни давачки во насока на зголемување на износот за ослободување од плаќање царина за увоз на поштенски пратки (производи кои се нарачани преку интернет) и намалување на царинската стапка која се плаќа за производи кои го надминуваат прагот. **Цел:** На пазарот во РМ се уште недостасуваат одредени производи, пред сè едукативни публикации, бидејќи поради малиот пазар потенцијалните увозници немаат комерцијален интерес за продажба на такви производи. Со намалување на прагот ќе им биде овозможено на многу граѓани во РМ полесно и поефтино да стигнат до потребните производи, особено едукативните и стручни публикации кои им се неопходни на огромна популација во РМ.
- Да се променат интернетните акти и/или праксата на УЈП со кои се бара фискализација и на оние интернет трговци кои исклучиво прифаќаат плаќање извршено со картичка преку интернет, бидејќи не се во согласност за Законот за регистрирање на готовински плаќања според кој фискална сметка не се издава доколку плаќањата се вршат по банкарски пат.

IV. Со цел да се превенираат можни штетни последици за потрошувачите и развојот на е-трговија во РМ треба да започне да се применува контролниот механизам врз работата на интернет трговците, односно проверка дали ги исполнуваат барањата содржани во Законот за електронска трговија, а тоа ќе се постигне преку обука на вработените во Министерството за економија и пред сè инспекторите од Државниот пазарен инспекторат.

Законот за електронска трговија во член 21 ги определува органите кои треба да вршат надзор над примената на одредбите од овој закон и контрола на субјектите, но се чини дека овие одредби повеќе се насочени кон контрола на даватели на услуги на информатичко општество (интернет провајдерите), отколку кон самите интернет трговци. Потребна е контрола дали се почитуваат одредбите од член 7 во поглед на минимум информациите што интернет трговецот мора да ги направи јавно достапни и член 12 за информациите што треба да се обезбедат при склучување на договор во електронска форма. Редовна и правилна

контрола е потребна затоа што се работи за нова и чувствителна област каде што непридржувањето до правилата може да предизвика штетни последици, пред сè за потрошувачите, но и за имиџот и развојот на е-трговијата во РМ.

Законот им дава контролна надлежност на Министерството за економија и Државниот пазарен инспекторат, а предлог измените и дополнувањата на законот го придобиваат и МИО. Треба да дојде до оперативна примена на овие одредби. Со оглед на тоа што пазарните инспектори применуваат најразлични прописи, во кои често е содржана материја која не им е блиска, потребно е да бидат обучени околу основните работи поврзани со интернет трговијата за правилно да ги читаат и применуваат законските одредби. Заради подобар увид кој може да им послужи и на пазарните инспектори и воопшто како статистички податок, Министерството за економија треба да води листа со основни податоци за интернет трговците, која може да се воведо како законска обврска за деловните банки да испраќаат известување до Министерството за економија за секоја ново отворена сметка на интернет трговец.

V. Министерството за информатичко општество, во соработка со Министерството за финансии и НБРМ, да преземе иницијатива за поедноставување и поефтино работењето со платежните картички, со тоа што преку Здружението за банкарство да се направи обид за формирање на т.н. switching центар, односно национално затворање на трансакциите со платежни картички кои се издадени од домашни банки со што би се намалиле провизиите во меѓукартичното работење на национално ниво.

Оваа мерка би се преземала со цел да се намалат провизиите кај меѓукартичното работење. Подигањето пари од банкомат на една банка со картичка издадена од друга банка е доста скапо и поради тоа оправдан е стравот кај граѓаните дека на тој начин губат многу пари, иако понекогаш поради недоволната географска застапеност на банкомати од банката издавач на картичката тоа е единствениот начин граѓанинот да дојде до готови пари. МИО и особено МФ и НБРМ, во чии ресори се платниот систем и платежните картички, би требало да организираат координативна средба со банките кои издаваат платежни картички во РМ, платежните процесори и клириншките куќи. Треба да се поттикне формирањето на т.н. затворен круг, односно switching центар, кој ќе го поедностави и поефтини овој сегмент од картичното работење со што најголема корист би имале имателите на картички. Доколку од средбата произлезат конкретни чекори во надлежност на државни органи, истите треба да се преземат во што побрз временски период.

VI. МИО треба да организира иницијална координативна средба со сите засегнати страни во е-трговијата во РМ, како и да воспостави систем на редовни квартални средби. На првата средба би се разгледувале наодите и препораките од оваа анализа, а понатаму би се дискутирале актуелни прашања и договарале активности и мерки во насока на развој на е-трговија во РМ. МИО треба да задолжи посебно лице од редот на своите вработени за прашања од областа на е-трговија.

На иницијалната средба со засегнатите страни ќе се изврши презентација на извештајот, со посебен осврт на наодите и препораките. Притоа, ќе се побара од учесниците да

дадат свое мислење по однос на наодите и препораките, како и да предложат други мерки и активности. Добро би било секој од учесниците да се изјасни колку и каде би можел да се вклучи и да придонесе за реализација на препораките. Оваа иницијална координативна средба понатаму би требало да продолжи во редовни квартални средби. Средбите треба да се координираат од страна на МИО, при што освен давање информации кои се од интерес за интернет трговците (законски промени, мерки и промотивни активности и слично), ќе се слушаат мислењата и предлозите на самите интернет трговци.

Заради реализација на препораките содржани во овој извештај, како и сите понатамошни мерки и активности во оваа област, неопходно е едно вработено лице во МИО да биде целосно или во голема мера посветено на оваа проблематика. Притоа, ова лице би го имало следниот делокруг на задачи: а) координирање на индивидуалните и заедничките состаноци со засегнатите страни во е-трговијата, б) организирање на промотивни настани и други активности, в) координација и вклучување во реализација на препораките и мерките содржани во оваа анализа, како што се: кампањата за подигање на свеста, промените на прописите, иницијативата за поедноставување на меѓукартичното работење, следење и известување за статусот на преземените мерки и воопшто развојот на е-трговијата итн.