

На основу члана 38. став 1. Закона о планском систему („Службени гласник РС”, број 30/18),

Влада доноси

ПРОГРАМ ЗА РАЗВОЈ ЕЛЕКТРОНСКЕ ТРГОВИНЕ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ ЗА ПЕРИОД 2019-2020. ГОДИНЕ

1. Увод

Програмом за развој електронске трговине у Републици Србији за период 2019-2020. године утврђују се посебни циљеви унапређења електронске трговине на домаћем тржишту, као и програмске мере и активности чија реализација треба да допринесе унапређењу свих сегмената у процесу онлајн наручивања роба/услуга, као што су плаћање, логистика, царина и сл, а који су од суштинског значаја за даљи раст и развој овог облика трговине. Такође, реализација програмских мера и активности треба да резултира јачањем поверења потрошача у овај вид куповине, као и бољим пословним амбијентом за трговце који продају робу/услуге преко интернета, односно електронски послују.

Правни основ за доношење овог програма садржан је у члану 38. став 1. Закона о планском систему („Службени гласник РС”, број 30/18) којим је прописано да документ јавних политика на републичком нивоу усваја Влада, осим ако је другачије прописано посебним законом. Како је развој дигиталне економије, која обухвата и електронску трговину, један од приоритета Владе Републике Србије, изради овог програма приступило се из разлога неопходности да се у једном документу јавне политике дефинишу посебни циљеви чија је реализација неопходна како би се ова област унапредила, као и да се одреде алати за њихово остваривање, односно да се дефинишу мере и активности чија ће реализација допринети унапређењу електронске трговине у Републици Србији. Овај програм доноси се по први пут и представља први документ јавне политике у области развоја електронске трговине за период 2019-2020. године.

Како је електронска трговина мултидисциплинарна област која укључује заштиту потрошача, логистику, царинске процедуре и тарифе, електронска плаћања итд, у израду овог програма, кроз учешће у међуресорној Радној групи, укључени су били и представници релевантних институција, као што су Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Министарство финансија, Пореска управа, Управа царина, Народна банка Србије и Републички завод за статистику. У наведеној Радној групи учествовао је и представник из кабинета председнице Владе Републике Србије. Задатак Радне групе био је да идентификује препреке за развој електронске трговине и припреми стручну основу која укључује аналитику у предметним областима од значаја за електронску трговину (логистика, царина, заштита потрошача, електронска плаћања, порези и сл.), као и предлог активности у надлежности релевантних институција за израду акционог плана за унапређење ове области за период 2019-2020. године.

2. Правни оквир и изјава о усклађености са стратешким документом Владе

Стратегијом развоја трговине Републике Србије до 2020. године („Службени гласник РС”, број 100/16) утврђено је да су у поређењу са оствареним нивоом и основним токовима развоја у Европској унији, још увек присутни значајни структурни проблеми на макро и микро нивоу развоја трговине Републике Србије који, између осталог, обухватају следеће: недовољан развој свих облика електронске трговине који је у нескладу са релативно високом стопом прихватања рачунара, мобилних телефона и интернета у Републици Србији, као и угроженост позиције малих трговинских предузећа и предузетника у условима изостајања било које јавне помоћи или подршке у њиховом развоју. Ово се посебно односи и на иновативне формате електронске трговине чији развој може подстаћи развој других делатности, као и на недовољну примену у пракси модерних сазнања из области трговинског менаџмента и маркетинга који треба да буду у функцији развоја производње и потрошње, али и пуног уважавања интереса потрошача.

У посебном фокусу Стратегије развоја трговине јесте електронска трговина коју карактеришу бројни утицајни фактори који отежавају њен раст и развој у Републици Србији. У одељку IV. Стратегије „Приоритетна подручја у трговинској политици”, у тачки 7. предвиђена је „Нова фаза у развоју електронске трговине у Републици Србији”, која треба значајно да утиче на обим промета који се у електронској трговини остварују, али и на ефекте које електронска трговина има на све учеснике на тржишту. Утврђено је да је електронска трговина у Републици Србији још увек недовољно развијена, да се фактори који ограничавају њен развој морају делимично или у потпуности неутралисати, затим да се мора решавати проблем неадекватне инфраструктуре за развој електронске трговине, радити на креирању адекватне понуде у електронској трговини, као и да држава има своју улогу у отклањању свих ових баријера, а посебно у отклањању инфраструктурних ограничења. Стратегија утврђује да малим и средњим предузећима треба помоћи да превазиђу, између осталог, баријеру која се односи на регрутовање нових учесника у електронском пословању, као и да програми подршке треба да се односе и на постојеће учеснике на тржишту, али и на оне које би желели да започну пословање у електронској сфери. Затим, да је потребно интензивирати подстицај развоја технолошких иновација у процесу модернизације дистрибутивног и малопродајног сектора, а посебно у домену свих облика електронске трговине. Такође, потребно је и значајно стимулисање развоја финансијске инфраструктуре која прати електронску трговину, имајући у виду чињеницу да су банкарске услуге значајан фактор за одвијање електронске трговине.

Чињеница је да савремена малопродаја постаје глобална индустрија. Имајући то у виду, треба подстицати и ширење мреже домаћих ланаца на инострано тржиште, што је код електронске трговине нарочито могуће с обзиром на чињеницу да интернет продаја не познаје географске границе, те је робу/услугу могуће пласирати како на домаће, тако и на инострано тржиште. Стратегија развоја трговине утврђује да вишеструки канали маркетинга проширују базу потрошача, а да коришћењем више од једног канала маркетинга и продаје предузећа могу да дођу до потрошача на локалним, националним и глобалним тржиштима до којих раније нису могли да допру путем само једног канала. Пре ере интернета, трговци су морали да достигну критичну масу броја продавница и обима промета да би се глобално проширили. Сада се путем интернета може доћи до потрошача широм света. Упркос препрекама као што су комуникација са потрошачима на више језика, коришћење различитих валута, идентификовање различитих потреба и решавање логистичких проблема, многе интернет компаније су се глобално прошириле. Поред тога, за свеобухватан

развој електронске трговине неопходно је уклањање баријера на страни тражње, имајући у виду да су ове баријере у великој мери изражене. Када су у питању финални потрошачи, држава треба да делује кроз повећање дигиталне писмености грађана на начин да овом питању прида већу пажњу. Са тим у вези, потребно је појачати активности намењене подизању свести јавности о предностима електронске трговине, што се може чинити кроз телевизијске и радијске програме, медијске кампање, друштвене мреже и сл. Циљ је повећање броја потрошача који купују преко интернета, као и јачање поверења грађана у електронску куповину.

Стратегијом развоја информационог друштва у Републици Србији до 2020. („Службени гласник РС”, број 51/10) дефинисано је да је електронска трговина једна од стратешких области у оквиру које су одређени следећи приоритети: уклањање нормативних и тржишних препрека за развој е-трговине, електронски рачуни и електронско плаћање, подстицање развоја е-трговине, заштита потрошача у е-трговини и координација развоја е-трговине. У делу који се односи на подстицање развоја е-трговине, Стратегијом развоја информационог друштва прописано је да кључни фактори који утичу на бржи развој е-трговине у Републици Србији јесу ниво инвестиција у е-трговину и општи ниво знања, вештина и информисаности у овој области. Други фактори, као што су степен употребе интернета, могућности електронског плаћања и законска регулатива, и поред потребе даљег унапређења, остављају више могућности за развој е-трговине него што је тренутна понуда е-продавница у Републици Србији и разумевање могућности е-пословања. Поред мера стимулисања инвестиција у области е-пословања, посебно путем пореских олакшица за компаније које послују у области е-трговине, субвенција и повољних кредита, потребно је потрошачима, привредницима, невладиним организацијама и запосленима приближити концепте е-трговине, подићи разумевање предности које е-трговина доноси и могућности безбедног коришћења е-трговине. Потребно је подићи општи ниво поседовања е-вештина у Републици Србији, почевши од професионалних знања и вештина у области информационо комуникационих технологија, преко дигиталне писмености и напредних вештина потребних за коришћење технологија, па до вештина инвентивне примене информационо комуникационих технологија у пословању. Стратегија прецизно утврђује да је неопходна едукација кључних заинтересованих страна, пре свих потрошача, менаџера у производним и трговинским предузећима, али и представника државне управе, укључујући посебно инспекцијске органе који спроводе надзор у овој области. Поред тога, потребно је континуирано спроводити и информативну кампању како би се јавност информисала о могућностима које пружа е-трговина, али и упознала са правима које има и начинима на које може да их оствари према важећим законима у Републици Србији.

3. Веза са другим документима

Устав Републике Србије у члану 97. тачка 6. прописује да Република Србија уређује и обезбеђује, између осталог, јединствено тржиште, правни положај привредних субјеката и систем обављања појединих привредних и других делатности.

Закон о трговини („Службени гласник РС”, број 52/19) уређује услове и начин за обављање трговине на јединственом тржишту Републике Србије, унапређење трговине и заштиту тржишта, забрану непоштене тржишне утакмице и надзор. У члану 17. тог закона посебно се уређује електронска трговина, односно уређују се модели продаје робе/услуга електронским путем.

Закон о заштити потрошача („Службени гласник РС”, бр. 62/14, 6/16-др. закон, 44/18-др. закон) у глави IV. посебно уређује заштиту потрошача у остваривању права из уговора закључених на даљину, каква је куповина преко интернета. У члану 126. тог закона прописано је да ресорно министарство, између осталог, подстиче и спроводи едукативне и информативне активности усмерене на повећање свести јавности о правима потрошача, укључујући и права потрошача у интернет куповини.

4. Анализа постојећег стања електронске трговине у Републици Србији

У 2017. години у Републици Србији трговина се обављала у 61.906 продајних објеката. Један од најизраженијих трендова на тржишту малопродаје је и раст трговине путем интернета. Према студији Републичког завода за статистику из 2018. године, више од 1.800.000 људи купило је нешто на интернету. Од свих корисника интернета, 45,4% никада није купило ништа на интернету. Иако се та бројка драстично побољшала током времена (у 2014. години износила је 59,5%), ови подаци и даље показују да многи корисници интернета у Републици Србији нерадо купују путем интернета, углавном због недостатка поверења у овај вид куповине. Од људи који купују онлајн, 57% је наручило нешто на интернету само једном или два пута у последња три месеца. Редовни онлајн купци, који купују више од 10 пута у три месеца, чине само 5,6%. Ове бројке се значајно разликују од података на нивоу Европске уније, где 15% онлајн купаца има 10 или више онлајн трансакција у три месеца, док више од 40% онлајн купаца потроши између 100 и 500 евра за онлајн куповину у три месеца. Ово показује да је е-трговина у Републици Србији недовољно коришћена и да људи немају навику да редовно купују онлајн. Обично су трансакције електронске трговине спорадичне и повезане са претходним физичким контактом са робом (showrooming). Интернет се углавном посматра као информативни канал, где се могу прикупити одређени подаци о жељеним производима, али не и као канал куповине и плаћања (webrooming).

У 2016. години било је регистровано преко 360 привредних друштава за обављање трговине путем поште и интернета и њихов промет је чинио око 0,67% укупног малопродајног промета. У 2017. години тај број је 407. Наиме, у Агенцији за привредне регистре регистровано је преко 400 привредних друштава за обављање трговине путем поште и интернета. Међутим, ови подаци нису најпрецизнији јер један број трговаца користи интернет само као један, а не и једини канал продаје, па се из расположивих база не могу видети прецизни подаци. Дакле, нема потпуно прецизних података о броју привредних субјеката који се баве електронском трговином јер не постоје одговарајући регистри, а поред тога и многи нерегистровани субјекти обављају своје пословне активности на Facebook-у или Instagramu.

Народна банка Србије објављује податке о плаћањима путем картица (коришћење редовних или интернет платних картица) за производе и услуге на интернету и класификује та плаћања по валутама. Према подацима Народне банке Србије¹ у 2018. години укупан број трансакција за куповину роба и услуга на интернету (платним картицама и е-новцем) у свим валутама износио је 7.665.917. Од тог броја, укупан број платних трансакција за куповину роба и услуга на интернету платним картицама у свим валутама је био 7.333.929, док је

¹Подаци за 2018. годину доступни на интернет презентацији Народне банке Србије, у оквиру категорије „Платне трансакције куповине роба и услуга на интернету, линк: <https://www.nbs.rs/internet/cirilica/35/statistika/index.html>

укупан број платних трансакција за куповину роба и услуга електронским новцем на интернету у свим валутама био 331.988.

Подаци показују да је преко 33% трансакција било везано за домаће веб странице, што представља побољшање у односу на 2015. годину, када је удео трансакција везаних за домаће веб странице био 26%. Међутим, страни сајтови су и даље најпопуларнији. Ове бројке указују на ниско поверење купаца у домаће веб странице. Додатно, преферирање међународних веб сајтова ставља значајан акценат на баријере везане за међународну е-трговину, као што су логистика, језичке и правне дискрепанце, као и додатне културне баријере.

У погледу роба и услуга наручених на интернету, разлика између српских и европских онлајн купаца је значајна. Анализа робе чији је удео у укупним онлајн куповинама у Србији преко 20% у 2018. години показала је да се ради о одећи и спортској опреми (55,5%) и производима за домаћинство (22,6%), док се на трећем месту налази електронска опрема (18,3%).² У Европској унији, с друге стране, то су одећа и спортска опрема (64%), смештаји за одмор (53%), производи за домаћинство (46%), улазнице за догађаје (38%), књиге, часописи и новине (32%), филмови и музика (26%), електронска опрема (26%), храна и намирнице (26%), видео игре и софтвери (23%) и телекомуникационе услуге (20%).³ И овде су резултати анализе указали да се недостатак онлајн поверења манифестује као бихевиорална препрека у смислу ограничавања онога што се може продавати и куповати путем интернета у Републици Србији.

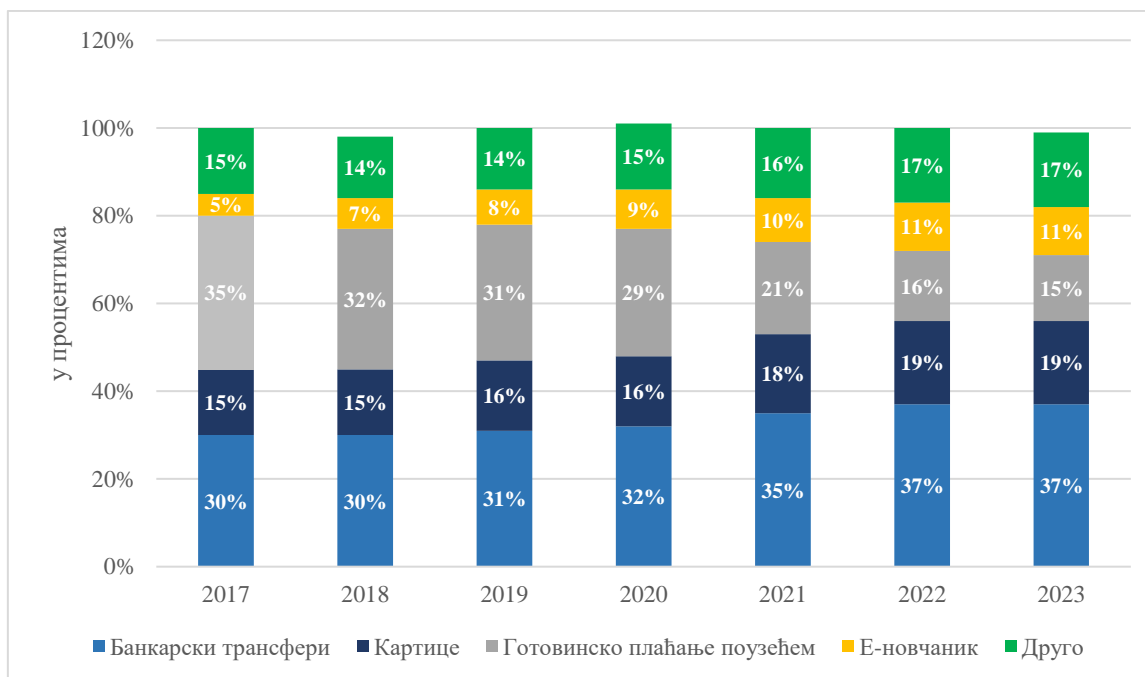
Када је реч о начину плаћања, недостатак поверења српских онлајн купаца долази до изражаја. Према подацима Статиста, онлајн трансакције се у Републици Србији плаћају готовином по испоруци у 32% случаја 2018. године. За поређење, ова цифра у Европској унији износи 9%. С друге стране, употреба картица за плаћање у е-трговини је значајно нижа у Републици Србији (15%) него у Европској унији (41%), што показује да купци у Републици Србији нису вољни да дају своје личне податке на интернету, посебно финансијске. Ово је значајна бихевиорална препрека која значајно смањује потенцијал е-трговине, посебно у смислу развоја сложенијих безготовинских форми.⁴

² За више детаља погледати <http://publikacije.stat.gov.rs/G2018/PdfE/G201816013.pdf> (10.1.2018)

³ За више детаља погледати [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Online_purchases,_EU28,_2018_\(%25_of_individuals_who_bought_or_ordered_goods_or_services_over_the_internet_for_private_use_in_the_previous_12_months\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Online_purchases,_EU28,_2018_(%25_of_individuals_who_bought_or_ordered_goods_or_services_over_the_internet_for_private_use_in_the_previous_12_months).png) (10.1.2018.)

⁴ Извор: <https://www.statista.com/outlook/243/150/ecommerce/serbia> (7.1. 2019.)

Слика 1: Средства плаћања за трансакције у е-трговини у Републици Србији са пројекцијама за период 2019-2023, искључујући Б2Б трансакције (2018)



Извор: <https://www.statista.com/outlook/243/150/ecommerce/serbia> (7.1. 2019.)

Упркос сталном расту електронске трговине у Републици Србији, и даље постоје значајни изазови и проблеми у погледу дубљег усвајања и коришћења овог модела трговине.

У оквиру пројекта „Јачање електронске трговине у Републици Србији” који Министарство трговине, туризма и телекомуникација реализује у сарадњи са Америчком агенцијом за међународни развој Пројекат сарадње за економски развој (USAID CFG), спроведена је ex ante анализа коју чине Уводна студија и Истраживање о стању електронске трговине у Републици Србији са анализом резултата. У оквиру овог истраживања спроведена су 22 дубинска интервјуа са представницима релевантних институција и привреде и анкетирање 150 привредних субјеката који обављају интернет трговину и 1000 интернет корисника. Ово истраживање имало је за циљ испитивање тренутног нивоа развоја е-трговине у Републици Србији, утврђивања кључних баријера у њеном даљем развоју и начина успешног превазилажења тих баријера, као и ојачавање е-трговине, посебно када су у питању микро, мала и средња предузећа и учешће женске популације у обављању електронске трговине. У оквиру наведеног истраживања спроведено је:

1. *Деск истраживање* у оквиру којег су проучена и анализирана објављена истраживања о е-трговини од стране академске заједнице, владиних и невладиних институција, као и приватног сектора. Деск истраживање је обухватало и системску анализу научних чланака, књига и студија у области е-трговине, стратегије развоја и других релевантних докумената. Прикупљани су и анализирани постојећи статистички подаци.

2. *Дубински интервјуи са главним заинтересованим странама у области електронске трговине*, пре свега са представницима државних институција које обављају послове у области електронске трговине, представницима привреде и представницима организација које пружају подршку развоју електронске трговине у Републици Србији. Спроведено је укупно 22 дубинска интервјуа. Употреба квалитативног истраживања, као што је дубински интервју, погодна је за истраживање електронске трговине, јер се снага квалитативног

приступа заснива на способности да се истраже субјективне мотивације и активности људи у оквиру студије. Главни резултати спроведених дубинских интервјуа указали су на следеће:

1) *Ниво развијености у електронској трговини у Републици Србији* који је генерално оцењен као низак, нарочито у поређењу са развијеним тржиштима. Када се пореди са земљама у региону, ниво електронске трговине у Републици Србији је нижи него у Мађарској, Словенији и Хрватској, али виши од нивоа електронске трговине у Босни и Херцеговини и Црној Гори. Тржиште електронске трговине у Републици Србији се континуирано развија, али недовољно брзо имајући у виду брзину развоја савремених технологија и нових модела трговања на интернету. Истраживачки тим који је радио на пројекту „Јачање електронске трговине у Републици Србији” је на основу дубинских интервјуа и секундарних истраживања дошао до података да је оквирна величина популације између 1000 и 2000 интернет трговаца. Иако је приметан убрзан развој овог тржишта, нарочито код великих малопродаваца и у урбаним срединама, велики потенцијал за развој електронске трговине је заправо код малих и средњих предузећа којих је много, а која или уопште своју робу не продају путем интернета или то не раде на одговарајући начин.

Резултати су показали да ниво активности у електронској трговини није толико низак, али је кључ у чињеници да се крајњи промет обавља ван интернета, односно да више од 60% трансакција започне онлајн (истраживањем о производу), али се већина заврши плаћањем поузећем. Приметан је и раст коришћења платних картица код свих категорија становништва (иако још увек постоји страх од коришћења и неедукованост), што је директно повезано и са растом и развојем електронске трговине. Трговци су такође препознали значај е-трговине и почели да се интересују за тај вид продаје, међутим за имплементацију им је често неопходна, пре свега, едукативна помоћ и подршка.

2) *Кључне баријере развоју електронске трговине* налазе се како на страни тражње, тако и на страни понуде, и представљају главне факторе који ограничавају развој електронске трговине у Републици Србији. На страни понуде, присутне су неедукованост и неинформисаност трговаца, као и окружење у коме се електронска трговина одвија, а које неретко карактеришу недовољно развијена технолошка решења и присуство сиве економије на интернету. Сива економија негативно утиче на продавце, али и на потрошаче јер доприноси неповерењу у онлајн куповину и страху од превара на интернету. Осим неповерења као кључне препреке за куповину путем интернета, утврђено је да су потрошачи неинформисани о процесу и безбедности куповине путем интернета, што такође представља важну баријеру на страни тражње. Првенствено, потрошачи, имају страх од онлајн плаћања путем платних картица и злоупотребе података. Кеш економија и ниска свест грађана о коришћењу картица представљају значајно ограничење у развоју онлајн куповине. Такође, потрошачи неретко страхују да ли ће им наручена роба бити и испоручена, затим како да врате/замене производ у случају да им не одговара, коме да се жале у случају да имају потрошачки проблем и на који начин да остваре своја законом утврђена права. Дакле, анализе су указале на присуство неедукованости на страни тражње, као и на висок степен несигурности када је у питању електронска трговина. Даље, непостојање правовремене синхронизације код великог броја трговаца, као и непрегледност веб-страница/вебшопова додатно утиче на низак ниво онлајн куповине, јер нарушава корисничко искуство (потенцијалних) потрошача. Уочено је и да потрошачи, као крајњи купци у електронској трговини, неретко ни не располажу информацијом да жељене производе могу да купе путем интернета, а чак и када то знају, они не виде бенефите електронске трговине и читав процес онлајн наручивања робе им изгледа сувише компликовано. Непостојање навике наручивања

робе путем интернета, а затим и плаћања тим истим путем, налази се у корену ниског нивоа онлајн куповине.

Када је реч о трговцима, значај електронске трговине је махом препознат, али главну баријеру представљају неедукованост и неинформисаност о успостављању и вођењу интернет продавница, што је нарочито изражено код мањих трговаца. Према исказу интервјуисаних трговаца, до потребних информација је тешко доћи, јер нема јединственог места на интернету које садржи све корисне информације, нејасно им је који је то сет закона који тангира е-трговце и не знају коме да се обрате када желе да извозе робу у иностранство или имају неки други проблем, те се до информација о пословању најчешће долази у самој пракси.

Анализа добијених резултата указала је да и на страни тражње и на страни понуде постоји недовољно информација, те да је едукација неопходна. Додатно, стварање негативне слике о електронској трговини у јавности значајно утиче на неразвијеност електронске трговине, имајући у виду да се у медијима појављују приче о преварама и негативним искуствима, док се позитивна искуства и предности интернет куповине у савременом дигиталном добу не промовишу довољно и на прави начин;

3) *Предлоге за јачање електронске трговине* чија би реализација допринела отклањању баријера и даљем развоју тржишта електронске трговине у Републици Србији. Дубински интервјуи указали су да је једна од главних баријера на страни тражње неинформисаност грађана као потрошача, односно недостатак едукације када је реч о њиховим правима у куповини путем интернета. У прилог овоме најбоље говори чињеница да иако закон који уређује права потрошача омогућава поврат робе купљене преко интернета без навођења разлога у року од 14 дана, односно даје право потрошачу да се предомисли од куповине и одустане од уговора, већина потрошача о томе није информисана. Даље, неповерење грађана се јавља као кључна баријера, нарочито када је реч о плаћању путем картица. Затим, велики проценат продаваца који своју робу продају на друштвеним мрежама нису регистровани. Таква чињеница, односно велика стопа нерегистроване продаје је разлог што потрошачи брину какву ће робу добити и шта ће радити са истом уколико нису добили оно што су наручили. Услед свега тога, потрошачи престају да праве разлику између трговаца који се баве електронском трговином у складу са законом и оних који обављају нерегистровану продају, што доводи до последице да потрошачи брину шта им се на интернету нуди и која права имају, као и до владајућег мишљења да интернет није сигурно и безбедно место за куповину. Додатно, разлог томе је и што је у медијској јавности чешћа вест да је неко приликом куповине путем интернета добио нешто што није наручио, него вест да крађа података са платних картица није забележена у претходном периоду. Стога, потребно је промовисати електронску трговину у позитивном смеру и посветити пажњу баријери као што је неповерење односно неинформисаност потрошача, јер је то кључни разлог недовољне развијености електронске трговине. На тај начин, доприноси се елиминисању неповерења у интернет куповину и унапређује тржиште електронске трговине у циљу достизања нивоа развијености, пре свега, тржишта земаља у региону.

Број субјеката који послује у електронској трговини је такође незадовољавајући. Број микро, малих и средњих правних лица који у свом пословању користе електронску трговину је изузетно мали, у поређењу са земљама у региону. Резултати истраживања показали су да је главни разлог за то немогућност трговаца да дођу до свих потребних информација како би започели обављање ове делатности, да прописа који регулишу овај аспект пословања има много, као и да немају потребних знања о томе шта је све потребно да учине како би пословали у складу са позитивним прописима Републике Србије. У том смислу, израда

водича или упутства, који обухвата све потребне информације и кораке које је потребно да трговци предузму како би започели своје електронско пословање, би била од кључног значаја за повећање броја микро, малих и средњих предузећа који послују електронски.

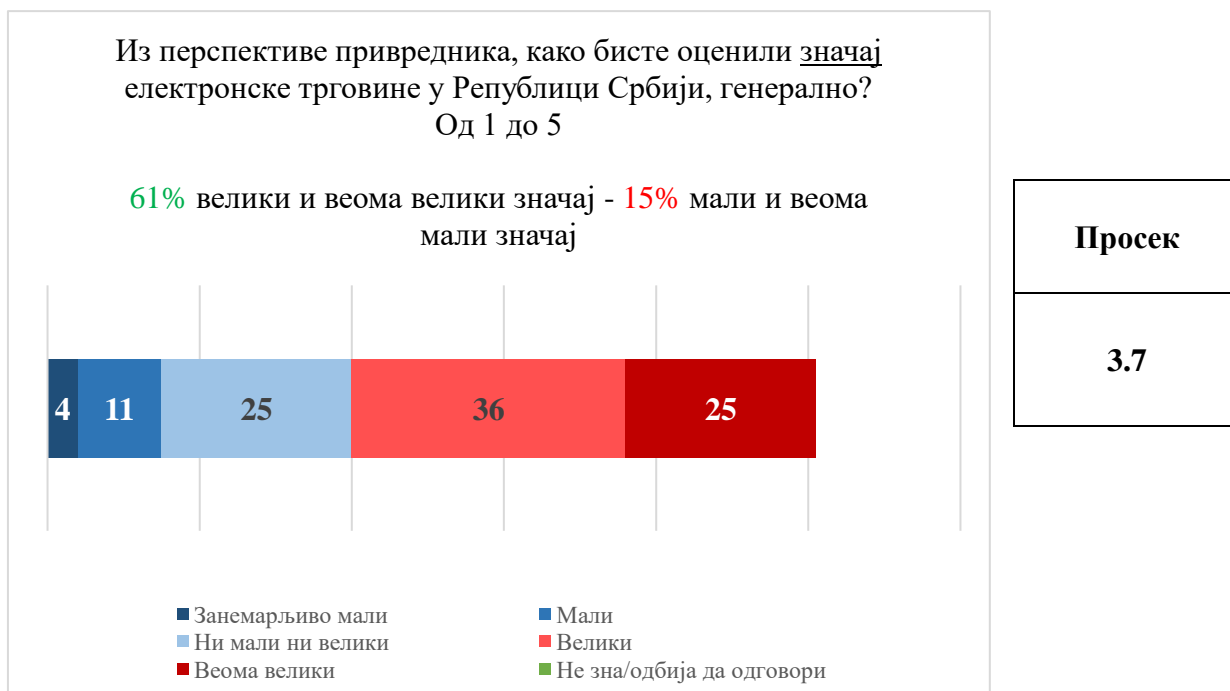
3. *Истраживање пословних субјеката и корисника интернета* са циљем да се истражи перцепција електронске трговине, ставови о њој, учесталост, али и баријере коришћења. Коришћена техника је САТИ (Computer-Assisted Telephone Interviewing), а коришћени инструмент истраживања упитник.

Истраживање је спроведено у априлу 2019. године на две циљне групе:

- пословни субјекти – узорак од 150 предузећа различите величине (до 9 запослених, између 10 и 49 запослених, 50 и више запослених), што представља око 10% популације која се бави електронском трговином у Србији, а чије су примарне делатности трговина производима или услугама. Истраживање је додатно укључило и 59 пословних субјеката који немају онлајн трговину;
- општа популација - узорак од 1000 пунолетних корисника интернета, од тога 434 интернет купаца (испитаници који су у последњих 6 месеци обавили куповину преко интернета).

1) *Истраживање пословних субјеката – главни налази и препоруке*

Анализа резултата истраживања са пословним субјектима показала је да је електронска трговина веома важан аспект њиховог пословања. Ово се односи на трговце који имају развијену онлајн продају и којом су, како су налази показали, прилично задовољни. Међутим, свесни брзине којом се нове технологије надограђују, тренутно задовољство их не спречава да размишљају о даљем унапређењу овог канала продаје, напротив.





Просек
3.7

Анкетирани представници српске пословне заједнице су исказали потребу за подршком државе у овом сегменту тржишне продаје, кроз различите мере и програме подршке. Трговци који имају развијену електронску трговину, указали су да је кључно сузбијање сиве економије, док они који не продају путем интернета сматрају да је кључна едукација потрошача, јер је управо њихово неповерење које проистиче из недовољне информисаности, препознато као главна препрека даљем напретку онлајн трговине. Такође, анкетирани представници послове заједнице су указали и на потребу едукације трговаца и исказали спремност да у овој области усавршавају своја знања и вештине, те се едукација трговаца такође налази при врху листе подстицаја. Важан је податак да су у оквиру спроведене анкете, све предложене мере добро прихваћене и да су добиле високе оцене (од 4.2 па навише на скали од 1 до 5).

Слика 2: Приказ предлога мера за подстицање развоја електронске трговине и њихова оцена од стране анкетираних трговаца



Истраживање је такође показало да пословна заједница сматра неповерење у електронску трговину далеко највећом баријером њеном даљем развоју и са стране потражње (54% га тумачи главном, а 73% испитаника га сврстава у две главне препреке). Потом следи недовољна технолошка писменост, а затим недостатак новца и страх од непознатог. По мишљењу српске пословне заједнице, непоузданост курирских служби је кључна претња електронској трговини са стране осталих учесника у њеној реализацији (44%). На другом месту су банкарски услови (13%), па недовољно ангажовање државе у овој области (9%).

На основу главних налаза у оквиру резултата анализе истраживања пословних субјеката, изведене су следеће препоруке:

- развијање сета мера за сузбијање сиве економије у електронској трговини у Републици Србији;
- покретање медијских кампања са циљем упознавања и додатне едукације потрошача о предностима електронске трговине;
- израда водича за електронску трговину који би посебно помогао онима који још нису започели електронско пословање;
- едукација електронских трговаца - неопходно је да се пружи прилика електронским трговцима да стекну нова знања и продубе постојећа;
- менторска подршка за електронске трговце;
- помоћ у вези са технологијом и стратегијом развоја интернет продаје;
- успостављање Кол центра за електронску трговину;
- подизање видљивости сертификације електронских трговаца;
- приближавање електронске трговине делу пословне заједнице који се њоме не бави, упознавање са процесом, едукација о његовом значају и предностима.

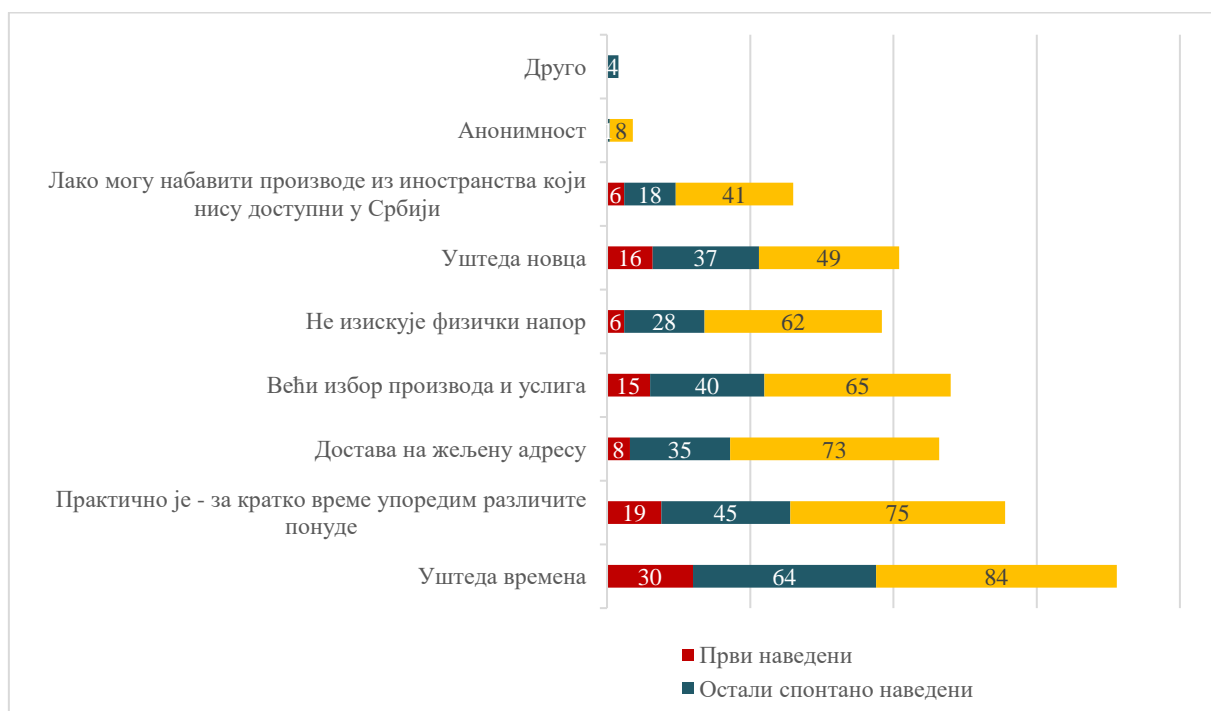
2) Истраживање корисника интернета – главни налази и препоруке

Број интернет корисника у Републици Србији несумњиво расте из дана у дан. То не изненађује с обзиром на чињеницу да се данас поседовање „пааметног” телефона готово подразумева и да некадашње препреке за његово коришћење, како финансијске тако и техничке, скоро да више и не постоје.

Младе генерације, старости између 18-24 и 25-34 године, јесу покретач и будућност електронске трговине. Скоро сви припадници ове старосне популације су свакодневно на интернету и друштвеним мрежама и више од половине испитаника (58% и 52% респективно) купује онлајн. Значајан изазов је што је 33% младих испитаника самоиницијативно навело да не знају коме да се обрате за савет и помоћ у случају проблема са трговцем.

Сваки трећи испитаник истиче да интернет куповином најпре штеди време, а за чак 84% ово је један од разлога за онлајн куповину. Становници главног града значајно чешће од других помињу уштеду времена као главни подстицај (45%). Практична страна онлајн трговине, у смислу да се за кратко време могу упоредити различите понуде, нашла се на другом месту (19% главни разлог, 75% један од разлога), а потом следе достава на жељену адресу, шири асортиман робе и мање физичког напора.

Слика 3: Главни разлози обављања интернет куповине (испитаници који су у последњих шест месеци обавили куповину преко интернета, N=434)



Према главним налазима истраживања, потрошачи у Републици Србији највише поверења имају у трговце од којих најчешће и купују, па тако 81% испитаника сматра званичне сајтове малопродајних објеката поузданим (просечна оцена 4.1 на скали од 1 до 5).

Слика 4: Приказ оцене поверења у одређене категорије интернет продавница/сајтова за онлајн куповину (испитаници који су у последњих шест месеци обавили куповину преко интернета, N=434)



На питање да ли имају било какво негативно искуство с онлајн куповином, 85% од укупно 434 испитаника рекли су да нису имало негативно искуство, док је 15% навело да је имало негативно искуство. Овакав налаз указао је на позитивно искуство код интернет купаца, док је недостатак поверења управо кључна баријера код грађана који нису интернет купци. Поверење је оно што још увек недостаје већини наше популације која не купује преко интернета. Управо из тог разлога је неопходна додатна едукација у циљу разбијања страхова и промене навика грађана који не преферирају куповину преко интернета. Када је реч о негативном искуству у интернет куповини, чак 7% испитаника који су имали негативно искуство приликом е-куповине, навело је непоузданост курирске службе као разлог, док 28% испитаника који купују онлајн имају страх да им роба коју су наручили преко интернета неће ни бити испоручена. Такође, према резултатима спроведеног истраживања, сваки пети е-купац је имао лоше искуство приликом интернет куповине зато што је предуго чекао на поручену робу (21%).

Разлози због којих људи не купују преко интернета су различити. Скептичност према ономе што се не може видети, пробати или проверити уживо је на првом месту (71%), док 18% истиче неповерење или незаинтересованост као главни разлог због којег не купују онлајн. Незаинтересованост је израженија код најстарије анкетираних популације (65+ год.), а укупно је наводи 62% људи.

Слика 5: Главни разлози због којих грађани не купују преко интернета



На основу главних налаза у оквиру резултата анализе истраживања корисника интернета, изведене су следеће препоруке:

- едукација потрошача и промотивни програми са циљем указивања на кључне предности које електронска трговина доноси (уштеда времена, лака компарација различитих понуда, већи избор, испорука на кућну адресу, непостојање физичког напора и трошкова доласка до продајног места);

- подизање свести јавности и едукација са циљем отклањања страхова од куповине путем интернета (страх да неће стићи адекватан производ или да производ неће бити уопште испоручен, непознавање рекламационе процедуре, опште неповерење у електронску трговину и др);
- представљање грађанима Републике Србије законских права и обавеза е-трговаца и е-потрошача, на лако разумљив начин и кроз медије;
- интензиван рад на унапређењу технолошке писмености становништва;
- предузимање мера за обезбеђење квалитетније и јефтиније доставе;
- креирање интернет понуде и класичних и електронских трговаца у складу са потребама потрошача у Републици Србији.

5. Визија Програма

Визија Програма за развој електронске трговине у Републици Србији за период 2019-2020. године јесте унапређење и даљи развој тржишта електронске трговине у Републици Србији кроз заједнички међусекторски рад на подизању свести јавности о предностима електронске трговине у савременом дигиталном добу и јачању позиције и знања електронских трговаца, пре свега кроз едукативне програме и менторску и финансијску подршку. Како је неповерење у интернет куповину главна баријера на страни тражње, жељена промена огледа се првенствено у подизању поверења потрошача у овај облик трговине, који постаје доминантан како на развијеним светским тржиштима (попут кинеског, америчког итд) тако и на домаћем тржишту. Такође, жељене промене укључују и смањење обима (онлајн) сиве економије применом мера и активности које омогућавају олакшан прелазак из сиве зоне у легалне токове, као и унапређење знања електронских трговаца у циљу бољег позиционирања на тржишту и достизања конкурентне предности.

Визија је усмерена и на дужи период од периода спровођења Програма, јер се на тај начин остварују неопходни услови за континуиран развој електронске трговине, која незаустављиво расте и развија се у складу са константним развојем савремених информационо комуникационих технологија. У прилог овоме говори и чињеница да се инфраструктура неопходна за развој електронске трговине брзо развија у светским оквирима, али се истовремено развијају и технолошки, правни и финансијски аспект електронског пословања, те је неопходно пратити тај темпо развоја.

6. Општи циљ и посебни циљеви

Општи циљ Програма за развој електронске трговине у Републици Србији за период 2019-2020. године (у даљем тексту: Програм) је унапређење и даљи развој електронске трговине у Републици Србији.

Програм је намењен трговцима који обављају електронску трговину, предузећима која пружају поштанске/курирске услуге и потрошачима Републике Србије, као и инспекцијским органима који спроводе инспекцијски надзор на тржишту електронске трговине. Овај програм предвиђа реализацију мера и активности којима се остварују следећи посебни циљеви:

- 1) отклањање баријера на страни понуде и на страни тражње на тржишту електронске трговине;
- 2) јачање инфраструктуре у електронској трговини;

3) унапређење законодавног и институционалног оквира у области електронске трговине.

Циљне групе Програма су:

- трговци који обављају електронску трговину, пре свега мала и средња предузећа;
- женској популацији у области електронске трговине;
- привредна друштва/предузетници који пружају поштанске/курирске услуге;
- потрошачи;
- надлежни инспекцијски органи.

Носиоци активности Програма су Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Министарство финансија, Народна банка Србије, Министарство просвете, науке и технолошког развоја, а партнери у реализацији активности су пословне банке и други пружаоци платних услуга, Привредна комора Србије, Еcommerce асоцијација, релевантни факултети итд.

Показатељи за мерење напретка у постизању циљева:

Циљеви	Показатељ на нивоу циља	Почетна вредност	Циљна вредност у 2020. години	Извор провере
Унапређење и даљи развој електронске трговине у Републици Србији (општи циљ)	Раст промета у електронској трговини	289.000.000 евра	355.000.000 евра	www.statista.com
Отклањање баријера на страни понуде и на страни тражње на тржишту е-трговине (посебни циљ 1.1)	Промет у е-трговини	289.000.000 евра	355.000.000 евра	www.statista.com
Јачање инфраструктуре у електронској трговини (посебни циљ 1.2)	Број послатих експрес пакета	34.327.472	36.327.472	Годишњи извештаји РАТЕЛ-а
Унапређење законодавног и институционалног оквира у области електронске трговине (посебни циљ 1.3)	Број инспекцијских контрола у области е-трговине	60	100	Извештаји МТТ

7. Мере за остваривање циљева и анализа њихових ефеката

Мере и активности предложене овим програмом утврђене су у складу са наведеним посебним циљевима. Програмске мере и активности су комплементарне и треба их тумачити као целину.

Посебни циљ 1.1. Отклањање баријера на страни понуде и на страни тражње на тржишту електронске трговине

Мера 1.1.1. Јачање поверења потрошача у електронској трговини

Циљ мере: Ојачати поверење потрошача у електронску куповину и подићи свест јавности о предностима интернет куповине у савременом дигиталном добу, како би се што већи број потрошача охрабрио да куповину робу/услуга почне да обавља преко интернета.

Показатељ на нивоу мере: Број потрошача који купују преко интернета

Анализа резултата Истраживања о стању електронске трговине у Републици Србији показала је да је једна од кључних баријера у развоју интернет куповине управо неповерење потрошача, те да је потребно поверење потрошача ојачати. Имајући у виду да међу потрошачима, нарочито старијег старосног доба, постоји страх од интернет куповине и онлајн трансакција који се, између осталог, заснива и на скромном знању и неразвијеним вештинама за употребу савремених дигиталних технологија, утврђена је потреба да се знања и дигиталне вештине грађана унапреде. Спровођењем едукације и информисања потрошача постиже се да потрошачи боље познају своја права и располажу вештинама неопходним да онлајн наруче и плате жељени производ, чиме се додатно смањује ниво неповерења у овај облик куповине. Како се грађани најчешће информишу о својим потрошачким правима и актуелним питањима на тему интернет трговине путем електронских и штампаних медија, од изузетног значаја је да информације које добијају или читају буду исправне и тачне, те је у том смислу едукација новинара изузетно важна. Ако се узме у обзир значај који у данашње дигитално доба телевизија и интернет остварују на јавно мњење и понашање потрошача, врло су значајне и медијске кампање и спотови који едукативно утичу на потрошаче, информишући их на кратак, јасан и сликовит начин о њиховим потрошачким правима. Информације и обавештења о правима потрошача треба да буду јасне и разумљиве свим категоријама грађана, без обзира на њихову старосну доб и образовање, те је у циљу изградње поверења потрошача потребно обезбедити им све неопходне информације разумљивим језиком и учинити их доступним на једном месту, на пример на информативном порталу намењеном заштити права потрошача или путем бесплатне дистрибуције едукативних материјала, летака, брошура или водича за е-куповину.

Финансијска средства потребна за реализацију мере: 12.200.000,00 динара

Извори:

буџетска средства: 10.000.000,00 динара (5.000.000,00 динара у 2019. години + 5.000.000,00 у 2020. години)

донаторска средства : 2.200.000,00 динара

Предвиђене активности:

- Активност 1.1.1.1. Развој дигиталних вештина грађана у области интернет куповине;
- Рок за реализацију: четврти квартал 2020. године;
- Активност 1.1.1.2. Унапређење информативног портала намењеног електронској трговини;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2019. године;
- Активност 1.1.1.3. Медијска кампања за промоцију електронске трговине (стручне ТВ емисије, кратки промотивни спотови, гостовања стручњака за електронску трговину у медијима и др.);
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године;
- Активности 1.1.1.4. Израда концизног водича за потрошаче у електронској трговини;
- Рок за завршетак активности: први квартал 2020. године;
- Активност 1.1.1.5. Промоција ознаке поверења – нови приступ и значајно већа препознатљивост од стране потрошача и прихваћеност од стране трговаца;
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године;
- Активност 1.1.1.6. Едукација за новинаре о електронској трговини;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2019. године;
- Активност 1.1.1.7. Успостављање функционалног механизма за вансудско решавање спорова у електронској трговини;
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године.

Мера 1.1.2. Јачање позиције електронских трговаца на тржишту Републике Србије

Циљ мере: Сетом едукативних и информативних активности у оквиру ове мере ојачава се положај, пружа подршка и подиже ниво знања трговаца који продају робу/услуге преко интернета, а све у циљу унапређења њихове интернет малопродаје

Показатељ на нивоу мере: Број трговаца који продају робу/услуге преко интернета

У циљу развоја домаћег тржишта електронске трговине потребно је ојачати и унапредити знање и вештине привредних субјеката који обављају овај облик продаје, као главне актере у развоју ове области. Развој пословања електронских трговаца који укључује пораст броја трговаца који продају робу/услуге електронски, ширење обима њихових онлајн понуда и унапређење услова интернет продаје, непосредно доприноси развоју целокупног тржишта електронске трговине у Републици Србији. Спроведено истраживање је обухватило како привредне субјекте који робу продају преко интернета, тако и оне који се још увек нису одлучили за интернет као канал продаје због присуства различитих баријера које укључују недовољно познавање регулативе и модерних технологија које се континуирано развијају. Са тим у вези, утврђено је да постоји потреба да се знање и положај

е-трговаца унапреди, што се може постићи коришћењем различитих алата, као што су едукативни курсеви, водичи, едукативни материјали, менторска подршка итд. Такође, како су на интернету, нарочито на друштвеним мрежама, присутни трговци који нерегистровано продају робу, спровођење ове мере имаће ефекте и на прелазак из сиве у легалну продају, обезбеђивањем подршке онима који започињу регистровану интернет продају, а што непосредно доприноси и смањењу обима (онлајн) сиве економије. Мере подршке укључују и посебну подршку женском предузетништву, чиме овај програм доприноси и економском оснаживању жена и унапређењу њихове заступљености у дигиталној економији, што додатно остварује ефекте и на родну равноправност у области електронске трговине, односно електронског пословања.

Финансијска средства потребна за реализацију мере: 27.000.000,00 динара

Извори:

буџетска средства: 13.000.000,00 динара у 2020. години

донаторска средства: 14.000.000,00 динара

Предвиђене активности:

- Активност 1.1.2.1. Израда водича за е-трговце (краћа и дужа верзија);
- Рок за завршетак активности: други квартал 2020. године;

- Активност 1.1.2.2. Успостављање Кол центра за подршку е-трговцима;
- Рок за завршетак активности: други квартал 2020. године;

- Активност 1.1.2.3. Пореске олакшице за е-трговце;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године;

- Активност 1.1.2.4. Програми подршке женском предузетништву у области е-трговине;
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године;

- Активност 1.1.2.5. Развојни едукативни курсеви за е-трговце;
- Рок за завршетак активности: други квартал 2020. године;

- Активност 1.1.2.6. Организовање конкурса за е-трговца године;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године.

- Активност 1.1.2.7. Развој електронске малопродаје код локалних и регионалних offline трговаца –вишеканални приступ ;
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године.

Посебни циљ 1.2. Јачање инфраструктуре у електронској трговини

Мера 1.2.1. Развој и унапређење логистичких токова у електронској трговини

Циљ мере: Унапредити логистичке токове у електронској трговини и омогућити да испорука производа на адресу потрошача буде брза и ефикасна, као и да задовољава

законске рокове испоруке и добре пословне обичаје, на задовољство свих заинтересованих страна у том процесу (потрошача, трговца и курирске службе).

Показатељ на нивоу мере: Број приговора потрошача на тему испоруке производа

Важан сегмент у електронској трговини јесте логистика. У процесу куповине производа преко интернета, важно је не само да наручивање и плаћање буде лако и једноставно за потрошаче, већ и да испорука буде брза и квалитетна, у складу са законом, добрим пословним обичајима и трговачком праксом. Анализа потрошачких приговора на тему испоруке показала је да се неретко дешава да су потрошачи незадовољни испоруком јер производ није испоручен у договорено време, односно испорука је каснила, затим да је испоручен производ оштећен или је остављен испред улаза у стан потрошача итд. Анализа резултата Истраживања о стању електронске трговине у Републици Србији, показала је да је према мишљењу српске пословне заједнице, непоузданост курирских служби кључна претња електронској трговини са стране осталих учесника у њеној реализацији. Са тим у вези, уочено је да први корак у унапређењу логистичког сегмента треба да укључи едукацију курирских служби као субјеката у непосредном контакту са потрошачем, имајући у виду чињеницу да потрошачи неретко на основу искуства код испоруке стичу искуство и заснивају своје мишљење о целокупној интернет куповини.

Како се интензиван раст тржишта е-трговине у последњих неколико година у великој мери одразио и на пословање поштанских оператора (укључујући и курирске службе), код већине поштанских оператора е-трговина је препозната као један од битних фактора економског раста. С тим у вези, уочена је потреба за предузимањем корака који би се односили на даљи развој и унапређење логистичких услуга, којима би се комплетирао ланац вредности е-трговине и е-поштанских сервиса.

Финансијска средства потребна за реализацију мере: 2.000.000,00 динара

Извор: буџетска средства, 2.000.000,00 динара у 2020. години

Предвиђене активности:

- Активности 1.2.1.1. Едукативне радионице за запослене у курирским службама;
- Рок за завршетак активности: други квартал 2020. године;
- Активност 1.2.1.2. Омогућавање електронског плаћања царинских дажбина;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године.

Мера 1.2.2. Унапређење финансијске инфраструктуре у електронској трговини Србије

Циљ мере: Унапредити финансијску инфраструктуру у електронској трговини и подићи проценат трансакција које се одвијају електронским путем

Показатељ на нивоу мере: Број трансакција/плаћања преко интернета у динарима

Веб-шопови и електронске платформе које користе методе електронског плаћања и који послују у сарадњи са пословним банкама јесу регистровани електронски трговци који

на својим страницама најчешће имају истакнуте све неопходне податке у циљу информисања потрошача о плаћању наручених производа. Међутим, међу потрошачима у Србији још увек постоји страх од злоупотреба платних картица и личних података, па се чешће прибегава плаћању поузећем. С тим у вези, потребно је путем медијских едукативних кампања приближити предности електронског банкарства потрошачима и указати на сигурност коју доноси плаћање картицама. Такође, мењање навика и понашања потрошача да почну робу наручену преко интернета да плаћају електронским путем, посредно утиче и на сузбијање сиве (онлајн) економије, имајући у виду да нерегистровани трговци који продају на интернету нуде искључиво плаћање поузећем, те потрошачи врло често нису ни свесни да су робу поручили од нерегистрованог трговца.

С друге стране, уочена је потреба да се подршка пружи офлајн трговцима који су вољни да своју понуду пласирају и на интернет, те им је потребно пружити програме подршке да покрену свој онлајн бизнис, укључујући и увођење инструмената електронског плаћања наручених производа, што ће значајно допринети унапређењу финансијске инфраструктуре у е-трговини.

Финансијска средства потребна за реализацију мере: 3.000.000,00 динара

Извор: буџетска средства, 3.000.000,00 динара у 2020. години

Предвиђене активности:

- Активност 1.2.2.1. Промоција електронског банкарства и плаћања картицама;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године;
- Активност 1.2.2.2. Омасовљење плаћања рачуна за услуге од општег економског интереса и услуге е-управе електронским путем;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године;
- Активност 1.2.2.3. Подизање сигурности за купца омогућавањем да плаћање изврши тек када потврди трговцу да је примио исправну робу /услугу;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године;
- Активност 1.2.2.4. Подстицање банака да пружају програме подршке за покретање или развој онлајн пословања;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године;
- Активност 1.2.2.5. Едукација трговаца и потрошача у вези са безбедним коришћењем инструмената којима се врши онлајн плаћање;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године.

Посебни циљ 1.3. Унапређење законодавног и институционалног оквира у области електронске трговине

Мера 1.3.1. Унапређење законодавног оквира у области електронске трговине

Циљ мере: Унапредити прописе из области електронске трговине како би, пре свега, потрошач као кључни учесник на тржишту имао потпуну заштиту у интернет куповини.

Такође, реализација ове мере доприноси и ефикаснијем инспекцијском надзору у овој области и бољем разумевању законских обавеза у области електронске трговине од стране привреде.

Показатељ на нивоу мере: Број донетих законских аката који се односе на електронску трговину

Развој и унапређење електронске трговине треба да прати одговарајући законодавни оквир који ће одговарати потребама тржишта и привредним субјектима који у овој области послују, али који ће истовремено пружати заштиту потрошачких права. Нови Закон о трговини („Службени гласник РС”, број 52/19) и Закон о изменама и допунама Закона о електронској трговини („Службени гласник РС”, број 52/19) детаљно су регулисали електронску трговину. Међутим, како би се у потпуности регулисала електронска малопродаја, потребно је ревидирати и унапредити потрошачко законодавство и подзаконска акта ради ефикаснијег спровођења закона у овој области и обезбеђивања свеобухватне заштите потрошача као слабијих тржишних учесника.

Финансијска средства потребна за реализацију мере: 1.000.000,00 динара
Извор: буџетска средства, 1.000.000,00 динара у 2020. години

Предвиђене активности:

- Активност 1.3.1.1. Усвајање Нацрта закона о заштити потрошача од стране Владе РС;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2019. године;
- Активност 1.3.1.2. Измене Правилника о проценама ризика у складу са новим законским решењима у области трговине и електронске трговине;
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године;
- Активност 1.3.1.3. Представљање нових законских решења у области е-трговине кроз радионице намењене привреди;
- Рок за завршетак активности: други квартал 2020. године.

Мера 1.3.2. Јачање капацитета инспекцијских органа надлежних за спровођење надзора у области електронске трговине

Циљ мере: Унапредити и ојачати капацитет инспекцијских органа надлежних за спровођење надзора у области електронске трговине, првенствено тржишне инспекције, како би се ојачао инспекцијски надзор у овој области и унапредила борба против (онлајн) сиве економије.

Показатељ на нивоу мере: број инспектора који су прошли обуку у области електронске трговине

Са развојем електронске трговине и њених нових појавних облика, потребно је унапредити и институционалне капацитете, првенствено инспекцијске органе који спроводе

надзор у овој области. Ово подразумева пре свега унапређење знања и вештина тржишних инспектора који спроводе надзор над применом прописа у области електронске трговине, што се постиже применом различитих комплементарних алата, као што су едукативни тренинзи и радионице, израда водича за спровођење инспекцијског надзора у области е-трговине итд.

Финансијска средства потребна за реализацију мере: 6.000.000,00 динара

Извор: донаторска средства

Предвиђене активности:

- Активност 1.3.2.1. Ревизија контролних листа за е-трговину имајући у виду специфичности интернет малопродаје;
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године;
- Активност 1.3.2.2. Израда водича за примену и поступање по прописима из области електронске трговине од стране тржишне инспекције („Водич за тржишне инспекторе“);
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године;
- Активност 1.3.2.3. Едукативне радионице из области електронске трговине за тржишне инспекторе;
- Рок за завршетак активности: трећи квартал 2020. године;
- Активност 1.3.2.4. Формирање организационе јединице за инспекцијски надзор у области електронске трговине;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године.

Мера 1.3.3. Унапређење сарадње кључних актера (државних институција, привреде и академске заједнице) у циљу развоја електронске трговине у Републици Србији

Циљ мере: Укључити привреду и академску заједницу у планирање и спровођење активности надлежних органа чија реализација доприноси системској анализи тржишта електронске трговине и његовом развоју

Показатељ на нивоу мере: број одржаних заједничких догађаја

За свеобухватан развој електронске трговине потребна је сарадња свих актера у систему, државних органа и организација, привреде, академске и стручне јавности, како би свако из свог делокруга, области рада и надлежности могао да пружи адекватан допринос у развоју тржишта е-трговине и пословног амбијента за њено обављање. Посебан значај у овом сегменту има учешће представника државе и пословне заједнице на конференцијама, семинарима и обукама на тему електронске трговине, чиме се унапређују знања и вештине и размењују искуства у овој области. Такође, од изузетног је значаја да се електронска трговина изучава још у фази образовања и да се млади кадрови регрутују и оспособљавају да воде своје онлајн бизнисе или да дају научни и/или истраживачки допринос у овој области.

Финансијска средства потребна за реализацију мере: 1.000.000,00 динара
Извор: буџетска средства, 1.000.000,00 динара у 2020. години

Предвиђене активности:

- Активност 1.3.3.1. Подршка оснаживању међународних и домаћих конференција посвећених електронској трговини;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године;
- Активност 1.3.3.2. Анализа постојећих академских програма у циљу увођења електронске трговине у студијске програме из области економије и пословног управљања;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године;
- Активност 1.3.3.3. Укључивање електронске трговине у универзитетске програме из области економије и пословног управљања;
- Рок за завршетак активности: четврти квартал 2020. године.

8. Финансијска средства за реализацију Програма

Средства за реализацију Програма у наредним годинама реализоваће се у складу са билансним могућностима буџета Републике Србије и предвиђеним лимитима.

Укупан износ потребних буџетских финансијских средства за реализацију овог програма износи 30.000.000,00 динара, односно 5.000.000,00 динара у 2019. години и 25.000.000,00 динара у 2020. години.

Средства за реализацију Програма у 2019. години обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2019. годину („Службени гласник РС”, број 95/18) на разделу 32 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Програм 0703 – Телекомуникације и информационо друштво, Функција 460 – Комуникације, извор финансирања 01 – Општи приходи и примања буџета.

Средства за реализацију Програма у 2020. години биће планирана приликом израде буџета за наведени период у оквиру датих лимита на разделу Министарства трговине, туризма и телекомуникација, Програма 0703 – Телекомуникације и информационо друштво, Функције 460 – Комуникације.

Поред наведеног, део средства за реализацију Програма у наредним годинама биће обезбеђен и из средстава донатора. Укупан износ потребних донаторских средства за реализацију овог програма износи 22.200.000,00 динара, односно 200.000,00 динара у 2019. години и 22.000.000,00 динара у 2020. години.

9. Акциони план

Саставни део овог програма је Акциони план за спровођење Програма за развој електронске трговине у Републици Србији за период 2019-2020. године.

10. Извештавање доносиоца Програма

Министарство трговине, туризма и телекомуникација ће известити Владу о реализацији Програма, као и о нивоу остварених посебних програмских циљева, достављањем Извештаја о реализацији мера и активности предвиђених овим програмом почетком 2021. године.

11. Консултације

Припреми и изради садржине овог програма претходила је и консултативна сарадња са релевантним представницима надлежних органа и организација, јавних предузећа и привреде. На почетку израде Програма за развој електронске трговине са Акционим планом за период 2019-2020. године, у јануару 2019. године одржан је уводни састанак на коме су осим чланова међуресорне Радне групе учествовали и представници јавних предузећа и привреде (ЈП Пошта Србије, е-commerce групација и други) као и представници асоцијације трговаца (Е-commerce асоцијација) и друга заинтересована лица. На уводном састанку, између осталог, дискутовало се о трендовима и изазовима у области електронске трговине, главним баријерама које успоравају њен развој, као што је на пример неповерење потрошача, затим о проблемима у области логистике са фокусом на пословање курирских служби, методама плаћања у интернет куповини, изазовима прекограничне куповине укључујући девизна плаћања и царинске процедуре и сл. Закључено је да је потребно унапредити електронску трговину у Србији, као и да је креирање целовитог програмског документа који ће препознати кључне изазове у овој области и садржати мере и активности чија ће реализација допринети развоју тржишта електронске трговине, прави начин да се овој проблематици на системски и свеобухватан начин приступи.

Како су логистика и царина и плаћања у електронској трговини засебне тематске целине за које је утврђено да постоје посебни изазови и отворена питања, у оквиру консултативних процеса у јулу 2019. године одржане су две радионице на ове теме. Радионице су одржане у организацији Министарства трговине, туризма и телекомуникација у сарадњи са USAID CFG пројектним тимом у оквиру реализације пројекта „Јачање електронске трговине у Републици Србији”.

Интерактивној радионици на тему „Логистика и царина у електронској трговини” присуствовали су представници Управе царина, ЈП Пошта Србије и курирских служби са дугогодишњим искуством у обављању логистичких послова. На овој радионици присутнима је представљен предлог мера и активности из области логистике и царине у е-трговини, са чијом садржином су се учесници сложили, истакавши да предложене програмске мере могу значајно допринети унапређењу испоруке производа потрошачу, укључујући и испоруку у прекограничној интернет куповини. У оквиру радионице разматрани су практични примери из праксе и спроведена је дискусија о додатним активностима које је потребно реализовати како би испорука потрошачима била бржа и квалитетнија. Закључено је да је једна од активности која би унапредила логистику у е-трговини едукација курирских служби као субјеката који су у непосредном контакту са потрошачем, имајући у виду да на основу утиска који стекне приликом испоруке робе, потрошач неретко креира мишљење и о е-трговцу од кога је робу поручио и о целокупној интернет куповини. Из тог разлога, ова активност је уврштена у програмске активности односно у Акциони план за спровођење овог програма.

Друга радионица одржана на тему „Финансије и електронска трговина”, окупила је представнике Народне банке Србије, пословних банака и адвокатских канцеларија са експертизом у области финансија и девизних плаћања. На овој радионици представљена је студија случаја која обухвата девизна плаћања у електронској трговини, а потом је учесницима представљен предлог програмских активности у циљу унапређења финансијске инфраструктуре у е-трговини. Констатовано је да се у Србији још увек највише користи метода плаћања робе поузећем, те да је потребно афирмисати електронско банкарство и плаћање картицама, као безбедне и сигурне методе плаћања, те је промоција електронског банкарства једна од програмских активности за коју је закључено да је од изузетног значаја, као и да доприноси унапређењу знања и јачању поверења потрошача.

Наведени процеси сарадње и консултација спроведени су у складу са Законом о планском систему Републике Србије („Службени гласник РС”, број 30/18), и то чланом 31. којим је, између осталог, прописано да се током ех ante анализе ефеката јавних политика спроводе консултације са заинтересованим странама и циљним групама, као и чланом 34. истог закона којим је, између осталог, прописано да је током израде докумената јавних политика потребно обезбедити учешће заинтересованих страна и циљних група из реда привредних субјеката, струковних и других организација, као и представника државних органа и осталих учесника у планском систему који спроводе или у односу на које се спроводи та политика.

12. Завршни део

Овај програм објавити на интернет страници Владе, на порталу е-Управа и на интернет страници Министарства трговине, туризма и телекомуникација.

Овај програм објавити у „Службеном гласнику Републике Србије”.

05 Број: 330-9957/2019-2

У Београду, 10. октобра 2019. године

В Л А Д А

Тачност преписа оверава
ГЕНЕРАЛНИ СЕКРЕТАР

Новак Недић

ПРЕДСЕДНИК

Ана Брнабић, с.р.

Документ ЈП:	Програм за развој електронске трговине у Републици Србији за период 2019-2020. године
Акциони план:	Акциони план за спровођење Програма за развој електронске трговине у Републици Србији за период 2019-2020. године
Координација и извештавање	Министарство трговине, туризма и телекомуникација
Кровни документ ЈП:	Стратегија развоја трговине Републике Србије до 2020. године

Општи циљ 1: Унапређење и даљи развој електронске трговине у Републици Србији

Институција одговорна за праћење и контролу реализације: Министарство трговине, туризма и телекомуникација						
Показатељ (и) на нивоу општег циља (показатељ ефекта)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у последњој години АП	Последња година важења АП
Раст промета у електронској трговини (B2C)	процент	www.statista.com	289.000.000 евра	2018	355.000.000 евра	2020

Посебни циљ 1.1: Отклањање баријера на страни понуде и на страни тражње на тржишту електронске трговине

Институција одговорна за праћење и контролу реализације: Министарство трговине, туризма и телекомуникација							
Показатељ(и) на нивоу посебног циља (показатељ исхода)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години t+1	Циљана вредност у години t+2	Циљана вредност у последњој години АП
Промет у е-трговини	процент	www.statista.com	289.000.000 евра	2018.	328.000.000 евра	355.000.000 евра	

Мера 1.1.1: Јачање поверења потрошача у електронској трговини

Институција одговорна за праћење и контролу реализације: Министарство трговине, туризма и телекомуникација							
Период спровођења: 2020				Тип мере: Информативно едукативна			
Показатељ(и) на нивоу мере (показатељ резултата)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години t+1	Циљана вредност у години t+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број потрошача који купују	број	Републички	1.800.000	2018.	2.000.000	2.200.000	

преко интернета		завод за статистику					
-----------------	--	---------------------	--	--	--	--	--

Извор финансирања мере ¹	Веза са програмским буџетом ²	Укупна процењена финансијска средства у 000 дин.		
		У години т+1	У години т+2	У години т+3
Приходи из буџета	0703-0008	5.000	5.000	
Приходи из буџета (укупно):		5.000	5.000	
Донаторска средства		200	2.000	
Донаторска средства (укупно):		200	2.000	

Назив активности:	Орган који спроводи активност	Органи партнери у спровођењу активности	Рок за завршетак активности	Извор финансирања ³	Веза са програмским буџетом ⁴	Укупна процењена финансијска средства по изворима у 000 дин.		
						2019	2020	2021
1.1.1.1 Развој дигиталних вештина грађана у области електронске трговине	МТТТ *	/	четврти квартал 2020.године					
1.1.1.2 Унапређење информативног портала намењеног електронској трговини	МТТТ	/	четврти квартал 2019. године					
1.1.1.3 Медијска кампања за	МТТТ	/	трећи					

¹ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретнoг донатора.

² Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

³ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретнoг донатора.

⁴ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

* Министарство трговине, туризма и телекомуникација

промоцију електронске трговине			квартал 2020. године					
1.1.1.4 Израда концизног водича за потрошаче у електронској трговини	МТТТ	USAID CFG	први квартал 2020.године					
1.1.1.5 Промоција ознаке поверења	МТТТ		трећи квартал 2020.					
1.1.1.6 Едукација за новинаре о електронској трговини	МТТТ	USAID CFG	четврти квартал 2019. године					
1.1.1.7 Успостављање функционалног механизма за вансудско решавање спорова у електронској трговини	МТТТ		трећи квартал 2020.године					

Мера 1.1.2: Јачање позиције електронских трговаца на тржишту Републике Србије							
Орган одговоран за спровођење (координисање спровођења) мере: Министарство трговине, туризма и телекомуникација							
Период спровођења: 2020				Тип мере: Информативно едукативна			
Показатељ(и) на нивоу мере (показатељ резултата)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години t+1	Циљана вредност у години t+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број трговаца који продају робу/услуге преко интернета	број	анкета	1000	2018	1200	1500	

Извор финансирања мере ⁵	Веза са програмским буџетом ⁶	Укупна процењена финансијска средства у 000 дин.		
		У години т+1	У години т+2	У години т+3
Приходи из буџета	0703-0008		3.000	
Приходи из буџета	0703-0006		10.000	
Приходи из буџета (укупно):			13.000	
Донаторска средства			14.000	
Донаторска средства (укупно):			14.000	

Назив активности:	Орган који спроводи активност	Органи партнери у спровођењу активности	Рок за завршетак активности	Извор финансирања ⁷	Веза са програмским буџетом ⁸	Укупна процењена финансијска средства по изворима у 000 дин.		
						2019	2020	2021
1.1.2.1 Израда водича за е-трговце	МТТТ	USAID CFG	други квартал 2020. године					
1.1.2.2 Успостављање Кол центра за подршку е-трговцима	Еcommerce асоцијација	МТТТ USAID CFG	други квартал 2020.године					
1.1.2.3 Пореске олакшице за е-трговце	Министарство финансија		Четврти квартал 2020.					
1.1.2.4 Програми подршке женском предузетништву у области е-трговине	МТТТ		трећи квартал 2020. године					
1.1.2.5 Развојни едукативни курсеви за е-трговце	МТТТ	USAID CFG	други квартал					

⁵ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретнoг донатора.

⁶ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

⁷ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретнoг донатора.

⁸ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

			2020.године					
1.1.2.6 Организовање конкурса за е-трговца године	МТТТ	Привредна комора Србије	четврти квартал 2020.године					
1.1.2.7 Развој електронске малопродаје код локалних и регионалних offline трговаца –вишеканални приступ	МТТТ	USAID CFG	трећи квартал 2020. године					

Посебни циљ 1.2: Јачање инфраструктуре у електронској трговини

Институција одговорна за праћење и контролу реализације: Министарство трговине, туризма и телекомуникација

Показатељ(и) на нивоу посебног циља (показатељ исхода)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години т+1	Циљана вредност у години т+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број послатих експрес пакета	број	Годишњи извештаји Републичке агенције за електронске комуникације и поштанске услуге	34.327.472	2018	35.327.472	36.327.472	

Мера 1.2.1: Развој и унапређење логистичких токова у електронској трговини							
Институција одговорна за праћење и контролу реализације: Министарство трговине, туризма и телекомуникација							
Период спровођења: 2020				Тип мере: Информативно едукативна			
Показатељ(и) на нивоу мере (показатељ резултата)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години т+1	Циљана вредност у години т+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број приговора потрошача на тему испоруке производа	број	Извештај Националног регистра потрошачких приговора	874	2018	840	800	

Извор финансирања мере ⁹	Веза са програмским буџетом ¹⁰	Укупна процењена финансијска средства у 000 дин.		
		У години т+1	У години т+2	У години т+3
Приходи из буџета	0703-0001		2.000	
Приходи из буџета (укупно):			2.000	

Назив активности:	Орган који	Органи	Рок за	Извор	Веза са	Укупна процењена финансијска
-------------------	------------	--------	--------	-------	---------	------------------------------

⁹ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

¹⁰ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

	спроводи активност	партнери у спровођењу активности	завршетак активности	финансирања ¹¹	програмски м буџетом ¹²	средства по изворима у 000 дин.		
						2019	2020	2021
1.2.1.1 Едукативне радионице за запослене у курирским службама	МТТТ	USAID CFG	други квартал 2020.године					
1.2.1.2 Омогућавање електронског плаћања царинских дажбина	поштански оператори	МТТТ	четврти квартал 2020. године					

Мера 1.2.2: Унапређење финансијске инфраструктуре у електронској трговини							
Орган одговоран за спровођење (координисање спровођења) мере: Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Канцеларија за информационе технологије и електронску управу и Народна банка Србије							
Период спровођења: 2020				Тип мере: Информативно едукативна мера			
Показатељ(и) на нивоу мере (показатељ резултата)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години t+1	Циљана вредност у години t+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број трансакција/плаћања преко интернета у динарима	број	сајт Народне банке Србије	2.847.215	2018.	2.989.575	3.139.053	

¹¹ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

¹² Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

Извор финансирања мере ¹³	Веца са програмским буџетом ¹⁴	Укупна процењена финансијска средства у 000 дин.		
		У години т+1	У години т+2	У години т+3
Приходи из буџета	0703-0008		3.000	
Приходи из буџета (укупно):			3.000	

Назив активности:	Орган који спроводи активност	Органи партнери у спровођењу активности	Рок за завршетак активности	Извор финансирања ¹⁵	Веца са програмским буџетом ¹⁶	Укупна процењена финансијска средства по изворима у 000 дин.		
						2019	2020	2021
1.2.2.1 Промоција електронског банкарства и плаћања картицама	МТТТ, Народна банке Србије	пословне банке и други пружаоци платних услуга	четврти квартал 2020. године					
1.2.2.2 Омасовљење плаћања рачуна за услуге од општег економског интереса и услуге	Канцеларија за информационе технологије	МТТТ	четврти квартал					

¹³ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретнoг донатора.

¹⁴ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

¹⁵ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретнoг донатора.

¹⁶ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

е-управе електронским путем	и е-управу		2020. године					
1.2.2.3 Подизање сигурности за купца омогућавањем да плаћање изврши тек када потврди трговцу да је примио исправну робу /услугу	пословне банке и други пружаоци платних услуга	Народна банка Србије, МТТТ USAID	четврти квартал 2020.године					
1.2.2.4 Подстицање банака да пружају програме подршке за покретање или развој онлајн пословања;	МТТТ	Народна банка Србије	четврти квартал 2020. године					
1.2.2.5 Едукација трговаца и потрошача у вези са безбедним коришћењем инструмената којима се врши онлајн плаћање	МТТТ, Народна банка Србије	пословне банке и други пружаоци услуга	четврти квартал 2020. године					

Посебни циљ 1.3: Унапређење законодавног и институционалног оквира у области електронске трговине

Институција одговорна за праћење и контролу реализације: Министарство трговине, туризма и телекомуникација

Показатељ(и) на нивоу посебног циља (показатељ исхода)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години т+1	Циљана вредност у години т+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број инспекцијских контрола у области е-трговине	број	Извештај МТТТ	60	2018	70	100	

Мера 1.3.1: Унапређење законодавног оквира у електронској трговини							
Орган одговоран за спровођење (координисање спровођења) мере: Министарство трговине, туризма и телекомуникација							
Период спровођења: 2020				Тип мере: регулаторна			
Показатељ(и) на нивоу мере (показатељ резултата)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години t+1	Циљана вредност у години t+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број донетих законских аката који се односе на електронску трговину	број	Извештај МТТТ	0	2018	1	2	

Извор финансирања мере ¹⁷	Веза са програмским буџетом ¹⁸	Укупна процењена финансијска средства у 000 дин.		
		У години t+1	У години t+2	У години t+3
Приходи из буџета	0703-0008		1.000	
Приходи из буџета (укупно):			1.000	

Назив активности:	Орган који спроводи	Органи партнери у	Рок за завршетак	Извор финансирања ¹⁹	Веза са програмски	Укупна процењена финансијска средства по изворима у 000 дин.
-------------------	---------------------	-------------------	------------------	---------------------------------	--------------------	--

¹⁷ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

¹⁸ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

	активност	спровођењу активности	активности		м буџетом ²⁰	2019	2020	2021
1.3.1.1 Усвајање Нацрта закона о заштити потрошача од стране Владе РС	МТТТ		четврти квартал 2019.године					
1.3.1.2 Ревизија Правилника о процени ризика у складу са новим законским решењима у области трговине и електронске трговине	МТТТ		трећи квартал 2020.године					
1.3.1.3 Представљање нових законских решења у области е-трговине кроз радионице намењене привреди	МТТТ		други квартал 2020. године					

Мера 1.3.2: Јачање капацитета инспекцијских органа надлежних за спровођење надзора у области електронске трговине							
Орган одговоран за спровођење (координисање спровођења) мере: Министарство трговине, туризма и телекомуникација							
Период спровођења: 2020				Тип мере: Институционално управљачко организациона мера			
Показатељ(и) на нивоу мере (показатељ резултата)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години t+1	Циљана вредност у години t+2	Циљана вредност у последњој

¹⁹ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

²⁰ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

							години АП
Број инспектора који су прошли обуку у области е-трговине	број	Извештај МТТТ	0	2018	0	50	

Извор финансирања мере ²¹	Веза са програмским буџетом ²²	Укупна процењена финансијска средства у 000 дин.		
		У години т+1	У години т+2	У години т+3
Приходи из буџета				
Донаторска средства			6.000	
Укупно:			6.000	

Назив активности:	Орган који спроводи активност	Органи партнери у спровођењу активности	Рок за завршетак активности	Извор финансирања ²³	Веза са програмским буџетом ²⁴	Укупна процењена финансијска средства по изворима у 000 дин.		
						2019	2020	2021

²¹ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

²² Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

²³ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

²⁴ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

1.3.2.1 Ревизија контролних листа за е-трговину имајући у виду специфичности интернет малопродаје	МТТТ	/	трећи квартал 2020.године					
1.3.2.2 Израда водича за примену и поступање по прописима из области електронске трговине од стране тржишне инспекције („Водич за тржишне инспекторе“)	МТТТ	USAID CFG	трећи квартал 2020.године					
1.3.2.3 Едукативне радионице из области електронске трговине за тржишне инспекторе	МТТТ	USAID CFG	трећи квартал 2020.године					
1.3.2.4 Формирање организационе јединице за инспекцијски надзор у области електронске трговине	МТТТ	/	четврти квартал 2020. године					

Мера 1.3.3: Унапређење сарадње кључних актера (државних институција, привреде и академске заједнице) у циљу развоја електронске трговине у Републици Србији

Орган одговоран за спровођење (координисање спровођења) мере: Министарство трговине, туризма и телекомуникација

Период спровођења: 2020

Тип мере: Институционално управљачко организациона мера

Показатељ(и) на нивоу мере (показатељ резултата)	Јединица мере	Извор провере	Почетна вредност	Базна година	Циљана вредност у години т+1	Циљана вредност у години т+2	Циљана вредност у последњој години АП
Број одржаних заједничких догађаја	број	Извештај о раду МТТТ	0	2018	1	5	

Извор финансирања мере ²⁵	Веза са програмским буџетом ²⁶	Укупна процењена финансијска средства у 000 дин.		
		У години т+1	У години т+2	У години т+3
Приходи из буџета	0703-0008		1.000	
Приходи из буџета (укупно):			1.000	

Назив активности:	Орган који спроводи активност	Органи партнери у спровођењу активности	Рок за завршетак активности	Извор финансирања ²⁷	Веза са програмским буџетом ²⁸	Укупна процењена финансијска средства по изворима у 000 дин.		
						2019	2020	2021

²⁵ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

²⁶ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

²⁷ Навести један од извора финансирања : буџетска средства, из кредита, донаторска средства, ИПА, итд. У случају донаторских средстава, обавезно је навођење конкретног донатора.

²⁸ Шифра програма и програмске активности или пројекта у оквиру ког се обезбеђују средства

1.3.3.1 Подршка оснаживању међународних и домаћих конференција посвећених електронској трговини	МТТТ		четврти квартал 2020.године					
1.3.3.2 Анализа постојећих академских програма у циљу увођења електронске трговине у студијске програме из области економије и пословног управљања	Министарство просвете, науке и технолошког развоја	МТТТ, релевантни факултети	четврти квартал 2020.године					
1.3.3.3 Укључивање електронске трговине у универзитетске програме из области економије и пословног управљања	Министарство просвете, науке и технолошког развоја	МТТТ, релевантни факултети	четврти квартал 2020. године					